

ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ - ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑΣ

Τίτλο διατριβής:

«Κατανάλωση και κοινωνικές αναπαραστάσεις στους σύγχρονους εμπορικούς πολυχώρους: Το παράδειγμα του 'The Mall Athens'»

Υποψήφιος ιδάκτορας: Λάλλας Δημήτρης

A.M.: 306013



Τριμελής Επιτροπή:

Άννα Λυδάκη

(Επιβλέπουσα Καθηγήτρια –Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Κοινωνιολογίας –Πάντειο Πανεπιστήμιο)

Θάνος Βλαστός

(Καθηγητής Σχολής Αγρονόμων Τοπογράφων Ε.Μ.Π. –Αρχιτέκτων -Συγκοινωνιολόγος)

Γιώργος Νικολόπουλος

(Αναπληρωτής Καθηγητής Εγκληματολογίας –Πάντειο Πανεπιστήμιο)

Φωτογραφία εξωφύλλου: Banksy, *Hunters*

**«Κατανάλωση και κοινωνικές αναπαραστάσεις στους
σύγχρονους εμπορικούς πολυχώρους: Το παράδειγμα του 'The
Mall Athens'»**



Ευχαριστίες

Σε αυτό το σημείο θα ήθελα να ευχαριστήσω όσους συνέβαλαν – ο καθένας με τον τρόπο του- στην ολοκλήρωση αυτής της διατριβής. Καταρχάς ευχαριστώ τον αρχιτέκτονα του ‘The Mall Athens’, Σπύρο Τσαγκαράτο, και την υπεύθυνη της μείξης των χρήσεων μέσα στον εμπορικό πολυχώρο, Ρούλα Πατεράκη. Τους ευχαριστώ για το χρόνο και τη διάθεση που μου παραχώρησαν για να μου δώσουν τις συνεντεύξεις, οι οποίες ήταν κρίσιμες για την παρούσα έρευνα. Οφείλω ένα μεγάλο ευχαριστώ σε όλα τα άτομα, επισκέπτες και εργαζόμενους, που δέχτηκαν να μου παραχωρήσουν συνεντεύξεις. Πέρα από τη σημαντικότητα των λόγων τους για την έρευνα, τους ευχαριστώ και για τη διαδικασία της αλληλόδρασης που είχαμε κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων, η οποία αποδείχτηκε τόσο χρήσιμη για την διαδικασία της έρευνας όσο και εξαιρετικά ενδιαφέρουσα.

Για την Άννα Λυδάκη ένα ευχαριστώ δεν είναι αρκετό. Η βοήθεια, οι προσανατολισμοί, οι επισημάνσεις, η στήριξη και η συμπαράσταση καθ’ όλη τη διάρκεια εκπόνησης αυτής της διατριβής...της είμαι ευγνώμων γιατί στάθηκε δίπλα μου όχι μόνο ως επιβλέπουσα καθηγήτρια αλλά και ως άνθρωπος. Ευχαριστώ θερμά και τα άλλα δύο μέλη της επιτροπής Θάνο Βλαστό και Γιώργο Νικολόπουλο για την υπομονή τους, τις συμβουλές, τις παρατηρήσεις και τη διάθεσή τους να με βοηθήσουν. Οι συναντήσεις με την τριμελή επιτροπή ήταν εξαιρετικά γόνιμες για τη συνέχεια της ερευνητικής διαδικασίας.

Επίσης ένα μεγάλο ευχαριστώ στον Σωτήρη Δημητρίου για τις συμβουλές, τις παρατηρήσεις και το ενδιαφέρον του, όπως και στον Σταύρο Σταυρίδη. Τους ευχαριστώ πολύ.

Ένας από τους ανθρώπους που θα ήθελα να ευχαριστήσω όχι τόσο για την παρούσα δουλειά αλλά γενικότερα για την ευαισθησία που μου έμαθε απέναντι στην κοινωνική πραγματικότητα είναι ο Φίλιππος Λουκέρης -αν και δεν είναι σωματικά παρών οι μνήμες των συναντήσεων μας αναπνέουν ακόμα μέσα μου. Ευχαριστώ, επίσης, τους ανθρώπους που με στήριξαν και με στηρίζουν με το δικό τους τρόπο: την αδερφή μου Εβελίνα, τον Αντρέα, την Εύη, το Βαγγέλη, την Ελίσα και τη Νάντη.

Τέλος, θέλω να ευχαριστήσω μέσα από την καρδιά μου και να αφιερώσω αυτή την εργασία στους ανθρώπους που με στηρίζουν με όλη τους τη δύναμη και μου

μαθαίνουν...όλα αυτά τα χρόνια, τους γονείς μου, Γεράσιμο και Δήμητρα· τους είμαι
απεριόριστα ευγνώμων.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	Σελ.
Εισαγωγή	7
<u>ΜΕΡΟΣ Α</u>	
<u>Κεφάλαιο 1^ο</u>	
Αρχιτεκτονική και χώρος	
Εισαγωγή: Η διαλεκτική χώρου-χρόνου και αρχιτεκτονικής	14
1. Οι τροπισμοί του χώρου και του χρόνου	15
1.1. Η ενοποίηση του χρόνου	17
1.2. Η ενοποίηση του χώρου	20
1.3. Ύστερη νεωτερικότητα: Ο χώρος των ροών, οι μη-τόποι και η επιστροφή του τόπου	25
2. Αρχιτεκτονική και αισθητική μορφή	30
2.1. Μοντέρνα αρχιτεκτονική	31
2.2. Μεταμοντέρνα αρχιτεκτονική	35
3. Αρχιτεκτονική: η οργάνωση του χώρου και των λειτουργιών	40
4. Τάξη και χώρος	46
4.1. Η προοπτική	49
4.1.1. Κεντρική προοπτική	51
4.1.2. Η εφαρμογή της προοπτικής στο αστικό τοπίο	53
4.1.3. Η προοπτική στη σύγχρονη αστική συνθήκη	55
4.2. Η μόνωση: Ο μονωμένος χώρος και η τεχνική της μόνωσης	60
4.2.1. Η διατήρηση της καθαρότητας: από την ιερή αυθεντία στην «ορθολογική κανονικότητα»	62
4.2.2. Καθαρότητα: Μια ανθρωπολογική προσέγγιση	65
4.2.3. Πρότυπα καθαρότητας ή αλλιώς πρότυπα τάξης	70
Α. Νεωτερικό πρότυπο τάξης	70
Α.α. Εθνικότητα	71
Α.β. Υπηκοότητα	74
Α.γ. Χρησιμότητα και κανονικότητα	77
Β. Κεϋνσιανή συνθήκη	82

Κεφάλαιο 2^ο

Περί κοινωνικών αναπαραστάσεων

1. Παραστάσεις και αναπαραστάσεις	93
2. Κοινωνικές αναπαραστάσεις	96
3. Κοινωνικές αναπαραστάσεις και ταυτότητα	100
4. Κοινωνικές αναπαραστάσεις και στερεότυπο	103
5. Κοινωνικές αναπαραστάσεις ως σύμβολα	105
5.1. Η κοινωνική χρήση του συμβολισμού	107
5.2. Τα στερεότυπα σύμβολα	108

Κεφάλαιο 3^ο

Κατανάλωση

1. Ένας ορισμός της κατανάλωσης: Οριοθετήσεις και νοηματοδοτήσεις	111
1.1. Η χρήση και η κατανάλωση	113
1.2. Η μυστικοποίηση: το συγκροτησιακό στοιχείο της κατανάλωσης	115
2. Το διακύβευμα της «επιλογής»	119
2.1. «Επιλογή να» και «επιλογή τίνο»: Από την επιλογή στην εκλογή	120
2.2. Η αρχή της μεγιστοποίησης	122
3. Το ζήτημα των «αναγκών»	127
3.1. Φιλελεύθερη προσέγγιση της κατανάλωσης	128
3.2. Μαρξική προσέγγιση της κατανάλωσης	130
3.3. Κριτική στη «χρησιμότητα των αγαθών»	132
3.3.1. «Ο φετιχισμός της αξίας χρήσης»:	
Η θέση του J.Baudrillard	135
3.3.2. Η συμβολική συγκρότηση των αναγκών:	
Η θέση του M.Sahlins	137
3.4. Η κατανάλωση ως διαδικασία επικοινωνίας:	
Η θέση των M.Douglas και B.Isherwood	138
3.5. Η κατανάλωση ως διαδικασία υποκειμενικοποίησης και κοινωνικής ενσωμάτωσης	139
3.6. Η κατανάλωση ως διαδικασία κοινωνικής διάκρισης	142

3.6.1. Η θέση του J.Baudrillard	143
3.6.2. Η θέση του Th.Veblen για την «περίοπτη κατανάλωση»	144
3.6.3. Η θέση του P.Bourdieu για το «ταξικό γούστο» και το «ταξικό βιοτικό ύφος»	146
3.7. Η κατανάλωση ως «δημιουργική» διαδικασία νοηματοδότησης: Η θέση του D.Miller	149
3.7.1. Μια κριτική στη θέση του D.Miller	150
4. Τι είναι η «θεαματική κατανάλωση»;	153

Κεφάλαιο 4^ο

Χώροι κατανάλωσης: εμπειρία και ταυτότητα

Εισαγωγή	161
1. Σύγχρονες χωρικές μορφές της αγοράς: Από την εμπορική στοά στο 'mall'	170
1.1. Η εμπορική στοά	172
1.2. Το πολυκατάστημα	178
1.3. Το 'mall'	184

ΜΕΡΟΣ Β

Κεφάλαιο 1^ο

1. Η ελληνική περίπτωση του Mall: 'The Mall Athens'	193
1.1. Η ιστορία του 'The Mall Athens' (ή αλλιώς πως η «κοινοπραξία» real estate-κυβερνητικής εξουσίας-κεφαλαίου παράγει χώρο)	196

Κεφάλαιο 2^ο

Μεθοδολογία της έρευνας

1. Στόχοι της έρευνας	202
2. Μέθοδοι συγκέντρωσης των δεδομένων	203
3. Τα υποκείμενα της έρευνας	207
4. Μέθοδος επεξεργασίας του υλικού	213
5. Μεθοδολογικό πλαίσιο	215

Κεφάλαιο 3^ο

Το παράδειγμα του ‘The Mall Athens’: Η ταυτότητα του χώρου

Εισαγωγή	219
1. Τεχνικές καθοδήγησης ή αλλιώς «μαθαίνοντας να κάνεις κύκλους»	220
1.1. Η επιδίωξη της επισκεψιμότητας: η ποσοτική διάσταση	220
1.2. Η επιδίωξη της επισκεψιμότητας: η ποιοτική διάσταση	226
1.2.1. Η αρχιτεκτονική διαρρύθμιση: η επιλογή του κυκλικού σχήματος	230
1.2.2. Η μείξη των χρήσεων:	
η χωρική κατανομή των μαγαζιών και των υπηρεσιών	235
1.2. Τεχνικές «κινητοποίησης»:	
Αποπροσανατολισμός και ανοδικός προσανατολισμός	241
1.4. Συμπεράσματα πάνω στις τεχνικές «καθοδήγησης»	243
2. Η προοπτική της συνέχειας στο ‘The mall Athens’	249
2.1. Συμπεράσματα πάνω στην προοπτική της συνέχειας	255
3. Η αισθητική του χώρου	257
3.1. Η αισθητική του κτηριακού κελύφους και οι συμβολισμοί της	257
3.2. Η αισθητική του εσωτερικού χώρου και οι συμβολισμοί της	264
3.3. Συμπεράσματα πάνω στην αισθητική του ‘The Mall Athens’	270
4. Η εφαρμογή της τεχνικής της μόνωσης στο ‘The Mall Athens’	272
4.1. Ηχητική μόνωση	273
4.1.1. Η τάξη του ήχου στο ‘The Mall Athens’:	
Από την «προστακτική» στην «υποτακτική» έκκληση	274
4.1.2. Η «φασαρία»:	
Περίπτωση παραβίασης της ηχητικής τάξης ή χαρακτηριστικό της;	277
4.1.3. Η περίπτωση της παραβίασης της τάξης του ήχου	280
4.2. Οπτική μόνωση	281
4.3. Φωτεινότητα και καθαρότητα	286
4.4. Εκεί που συναντιούνται η κούραση και η επιθυμία:	290
4.4.1. Η «υπερπληροφόρηση» του χώρου	290
4.4.2. Ο συνωστισμός	294
4.4.3. Το σχήμα του «κλειστού-ανοιχτού»	300

Κεφάλαιο 4^ο

Κοινωνικές αναπαραστάσεις του χώρου: Ο καθαρός και ο βρώμικος χώρος

Εισαγωγή	306
1. Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις του χώρου	307
1.1 «εντός-εκτός», «εδώ-αλλού», «οικείο-ξένο»...	309
1.1.1. Η «εξωτερικότητα»: το ανοίκειο, ο ξένος και η απειλή	311
1.2. Ο «καθαρός» χώρος του 'The Mall Athens'	313
1.2.1. Χτίζοντας σχέσεις εμπιστοσύνης:	
Η συνθήκη του χώρου, ο διαφημιστικός λόγος και οι επισκέπτες	325
1.2.2. Μια μικρή ιστορία	333
1.3. Ο «βρώμικος» χώρος: Το «στενό», το «καζάνι», η «σφηκοφωλιά» και άλλες ιστορίες φόβου	335
2. Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις των «κατοίκων» του χώρου	344
2.1. Ο συμβολισμός του «βρώμικου»	344
2.1.1. Μια παρέκβαση για την έννοια της «επικινδυνότητας»	359
2.1.2. Μια ερμηνευτική ανάλυση των «φόβων»	362
2.2. Ο συμβολισμός του «καθαρού»	375

Κεφάλαιο 5^ο

Στη σκηνή του 'The Mall Athens'

Εισαγωγή	379
1. Ο χώρος ως προσκήνιο	380
1.1 Περί μυστικοποίησης	381
1.1.1. Απόκρυψη του «παρασκηνίου»	386
1.1.2. Θεαματικοποίηση της προσκηνιακής εργασίας	392
2. Οι ρόλοι στη σκηνή του 'The Mall Athens'	404
2.1. Ο ρόλος του «θεατή»	404
2.1.1. Παθητική παρατήρηση	408
2.1.2. Παρατηρησιακή «α-διαφορία»	412
2.1.3. Ταυτοποιητική παρατήρηση	413
2.1.4. «Φυσιогνωμική» παρατήρηση	420
2.2. Ο ρόλος του «ηθοποιού»	428
2.2.1. Ο ρόλος του «καταναλωτή»	437

2.3. Η βόλτα ως αναπαράσταση της περιπλάνησης	448
2.4. Μια «ελιτίστικη» κριτική της μαζοποίησης	451
3. Χώρος και ορατότητα	456
3.1. Εφαρμογή του Πανοπτικού μοντέλου στο ‘The Mall Athens’	460
3.2. Εφαρμογή του Συνοπτικού μοντέλου στο ‘The Mall Athens’	462
3.3. Σύμμεικτη ορατότητα στο ‘The Mall Athens’	466

Κεφάλαιο 6"

Η εμπειρία του χρόνου στο ‘The Mall Athens’

Εισαγωγή	470
1. «Κερδισμένος χρόνος»	473
2. Καθαρός χρόνος κατανάλωσης	480

Συμπεράσματα	492

Βιβλιογραφία	506

Πηγές	522

Εισαγωγή

Η εργασία διερευνά τους νέου τύπου ιδιωτικούς χώρους μαζικής χρήσης, παίρνοντας ως παράδειγμα το πρώτο shopping mall στην Ελλάδα το ‘The Mall Athens’, το οποίο άνοιξε το Νοέμβριο του 2005 στην περιοχή του Αμαρουσίου. Στόχοι της έρευνας είναι η διερεύνηση της ταυτότητας του εμπορικού χώρου, όπως αυτή προκύπτει από τη σχεδιαστική λογική, την αισθητική, την κατανομή των εμπορικών χρήσεων, το διαφημιστικό λόγο, τους όρους λειτουργίας, καθώς και από τον τρόπο πρόσληψης και νοηματοδότησης του χώρου από τους επισκέπτες του. Επίσης διερευνώνται οι κοινωνικές αναπαραστάσεις του εμπορικού χώρου και του αστικού χώρου που έχουν οι επισκέπτες του εμπορικού πολυχώρου, όπως και οι πρακτικές του χώρου και του χρόνου που αναπτύσσουν εντός αυτού του περιβάλλοντος. Με άλλα λόγια αυτό που αναζητήθηκε ήταν η ταυτότητα του εμπορικού πολυχώρου, η ταυτότητα των επισκεπτών του και η εμπειρία τους εντός αυτού του νέου τύπου «κοινόχρηστου» χώρου.

Η επιλογή του συγκεκριμένου εμπορικού πολυχώρου ως πεδίου διερεύνησης έγινε γιατί τη χρονική στιγμή όπου ξεκίνησε η έρευνα ήταν η πρώτη και μοναδική περίπτωση στην Ελλάδα ενός περιτειχισμένου εμπορικού περιβάλλοντος, μια μεταφορά της διεθνούς εμπειρίας των λεγόμενων ‘malls’ στο αστικό τοπίο της μητροπολιτικής Αθήνας. Το κέντρισμα του ερευνητικού ενδιαφέροντος έγκειται στη χωρική και κοινωνική συνθήκη που δημιουργούν τέτοιοι χώροι. Ως πολυλειτουργικό κέντρο που φιλοξενεί μια ευρεία γκάμα δραστηριοτήτων αγοράς (“shopping”), αναψυχής και διασκέδασης το ‘The Mall Athens’ εγείρει ζητήματα προς διερεύνηση όπως η παραγωγή, ο σχεδιασμός και η οργάνωση του χώρου, η εμπειρία ενός νέου τύπου κοινόχρηστου χώρου, η σύγχρονη καταναλωτική εμπειρία και οι προεκτάσεις αυτής (κοινωνικές, πολιτικές, ψυχολογικές, πολιτισμικές).

Το πρώτο μέρος της διατριβής είναι το θεωρητικό, το οποίο αρθρώνεται σε τέσσερα κεφάλαια: 1) Αρχιτεκτονική και χώρος, 2) Περί των κοινωνικών αναπαραστάσεων, 3) Κατανάλωση, 4) Χώροι κατανάλωσης: εμπειρία και ταυτότητα.

Στο πρώτο κεφάλαιο του θεωρητικού μέρους διερευνάται η διαλεκτική σχέση της αρχιτεκτονικής και του χώρου εμβυθισμένη στις κοινωνικές και ιστορικές συνθήκες. Οι αρχιτεκτονικές αντικειμενικοποιήσεις συνιστούν τεχνουργήματα που εικονίζουν και παροντοποιούν κοινωνικά νοήματα, αξίες και επιδιώξεις της εκάστοτε κοινωνικής συνθήκης. Αρχικά εξετάστηκαν οι τροπισμοί του χρόνου και του χώρου στη νεωτερική και ύστερο-νεωτερική συνθήκη. Με τον όρο τροπισμός εννοείται ο τρόπος αντίληψης, νοηματοδότησης και επομένως πρακτικής, παραγωγής και εμπειρίας του χώρου και του χρόνου. Στη συνέχεια διερευνάται η αρχιτεκτονική ως ένα εργαλείο διαμόρφωσης του κοινωνικού χώρου και ως μια μορφική γλώσσα. Η αρχιτεκτονική αφενός διαμορφώνει αισθητικά το δομημένο περιβάλλον και αφετέρου διευθετεί τις λειτουργίες, τις πρακτικές και τις κοινωνικές σχέσεις εντός του χώρου. Με αυτόν τον τρόπο η αρχιτεκτονική αντανακλά, παράγει και εγγράφει κοινωνικό νόημα στο χώρο τόσο με την αισθητική και τους συμβολισμούς της όσο και με τη χωρική διευθέτηση των λειτουργιών, των χρήσεων και των σχέσεων. Επομένως γίνεται αντιληπτό ότι η αρχιτεκτονική μπορεί να εγγράφει στο χώρο μια ηθική, συμβολική και κοινωνική τάξη. Βάσει αυτού διερευνήθηκε η μετάφραση νοητικών σχημάτων, παραστάσεων διευθέτησης του χώρου (η προοπτική και η μόνωση) στην υλικότητα του χώρου. Δηλαδή με όρους του H.Lefebvre εξετάστηκε η μετεγγραφή «αναπαραστάσεων του χώρου» σε «χώρους της καθημερινής ζωής» αλλά και σε «αναπαραστατικούς χώρους» (στο επίπεδο των τεχνών). Τα νοητικά σχήματα του προοπτικά διευθετημένου και του μονωμένου χώρου με τη διαμεσολάβηση διαφορετικών κάθε φορά κοινωνικών νοηματοδοτήσεων, κοινωνικών σχέσεων και ιστορικών συνθηκών μπορούν να μεταφραστούν στην υλική παραγωγή δομημένου χώρου και στην αναπαράσταση του χώρου –απεικόνιση- με διαφορετικούς τρόπους. Διερευνήθηκε, λοιπόν, η ιστορία της έννοιας της προοπτικής (σε φιλοσοφικό επίπεδο) και η αντίστοιχη κάθε φορά μετεγγραφή της στα πεδία του κοινωνικού (αστικού) χώρου και στις αναπαραστάσεις (τέχνη: ζωγραφική, ξυλογραφία, γλυπτική).

Ο μονωμένος χώρος είναι ο χώρος ο οποίος με την τεχνική της μόνωσης διασφαλίζει εντός του την καθαρότητα τόσο στην υλική όσο και κυρίως στη συμβολική της διάσταση. Η συμβολική διάσταση της καθαρότητας –αλλά και η υλική– συνίσταται στην τάξη, στη διατήρηση της σαφήνειας, της σταθερότητας, της κανονικότητας της εκάστοτε τάξης πραγμάτων. Μια ανθρωπολογική προσέγγιση της καθαρότητας μέσα από το έργο της M.Douglas *Καθαρότητα και Κίνδυνος* συμβάλλει στην ανάδειξη των διαφορετικών νοηματικών φορτίων που μπορεί να έχει η έννοια της

καθαρότητας και τις διαφορετικές πρακτικές εξαγνισμού, αποκάθαρσης, μόνωσης, που απαιτούνται για τη διατήρηση της καθαρότητας. Υπό αυτή τη θέση τα πρότυπα της καθαρότητας συνιστούν και πρότυπα τάξης τα οποία χωρικά και φαντασιακά εγγράφονται σε μονωμένους, οριοθετημένους χώρους. Ακολουθεί μια αναζήτηση του νεωτερικού προτύπου της καθαρότητας, ή αλλιώς της τάξης, και των οργανωτικών και αναφορικών αρχών του. Το νεωτερικό πρότυπο τάξης εγγράφεται χωρικά σε μια αποκλειστική, οριοθετημένη, μονωμένη εθνική επικράτεια και βάσει των αρχών της εθνικότητας, της υπηκοότητας, της χρησιμότητας και της κανονικότητας νομιμοποιείται φαντασιακά ως πρότυπο τάξης και αναπαράγεται μέσω της ενεργοποίησης πρακτικών και τεχνολογιών (πειθάρχησης, διαπαιδαγώγησης, εγκλεισμού, αποκλεισμού), οι οποίες ιδεολογικά υποστηρίζονται από τις αρχές αυτές. Στην ύστερη νεωτερική συνθήκη τα πρότυπα τάξης ή καθαρότητας φαίνεται να είναι διάσπαρτα, διάχυτα και ιδιωτικοποιημένα, έχοντας πολλές φορές τη μορφή της ασφαλούς νησίδας σε ένα εχθρικό περιβάλλον.

Το δεύτερο κεφάλαιο πραγματεύεται τις έννοιες της παράστασης, της κοινωνικής αναπαράστασης, του στερεοτύπου, του συμβολισμού και της ταυτότητας. Στόχος της θεωρητικής αυτής επεξεργασίας είναι η ανάδειξη των διακρίσεων και των σημείων συνάντησης και συνάρθρωσης των εννοιών αυτών. Αναζητήθηκε η διαδικασία παραγωγής-κατασκευής των κοινωνικών αναπαραστάσεων, η σχέση παραστάσεων και αναπαραστάσεων καθώς και η λειτουργία των κοινωνικών αναπαραστάσεων στον καθημερινό λόγο. Η κοινωνική αναπαράσταση ως η κοινωνικά διαμεσολαβημένη νοηματική εξεικόνιση και η λειτουργία της ως συμβόλου (ή σημείου) θέτει το ζήτημα της κοινωνικής χρήσης της. Η κοινωνική χρήση της κοινωνικής αναπαράστασης ως στερεοτύπου συμβόλου, ή αλλιώς ως σημείου, ή ως συμβόλου (δηλαδή ανοιχτής στην κοινωνική επεξεργασία και στη διερώτηση) αναδεικνύει συνάμα τρόπους συγκρότησης της κοινωνικής ταυτότητας του εαυτού, του άλλου και τους τρόπους πρόσληψης, αποτίμησης και πρακτικής. Με άλλα λόγια η κοινωνική χρήση των κοινωνικών αναπαραστάσεων τόσο σε επίπεδο του λόγου όσο και ως επίκληση, ως όρος δικαίωσης και προσανατολισμού της δράσης συνιστά τρόπο/-ους κατασκευής και επιτέλεσης των κοινωνικών ταυτοτήτων και συγκρότησης τέτοιων για τους άλλους (μέσω αποδόσεων και συγκρίσεων).

Το τρίτο κεφάλαιο πραγματεύεται την έννοια της κατανάλωσης, όπου γίνεται μια αρχική εννοιολογική οριοθέτηση και νοηματοδότηση του όρου, προκειμένου, να συγκροτηθεί ως συγκεκριμένο θεωρητικό εργαλείο για την έρευνα. Η κατανάλωση

ορίστηκε ως η διαδικασία ατομικής και συλλογικής οικειοποίησης και ανάλωσης αγαθών, προϊόντων, αντικειμένων, υπηρεσιών, σημείων και συμβόλων. Η ανάλωση ως συστατικό μέρος της κατανάλωσης προσδιορίστηκε ως η αχρήστευση, η καταστροφή της υλικής και κοινωνικο-ιστορικής υπόστασης του αντικειμένου συναντώντας με αυτόν τον τρόπο την κριτική της μυστικοποίησης. Στη συνέχεια ακολουθεί μια θεωρητική προσέγγιση του ζητήματος της «επιλογής» ως βασικός όρος αναφοράς της σύγχρονης καταναλωτικής κουλτούρας και της πολιτικής οικονομικής θεωρίας. Με άξονα το ζήτημα των «αναγκών» παρουσιάζονται διαφορετικές προσεγγίσεις της κατανάλωσης, καθώς ο προσδιορισμός των αναγκών (ως κίνητρο της καταναλωτικής δραστηριότητας) αναδεικνύει και την νοηματοδότηση κάθε φορά του όρου της κατανάλωσης. Παρουσιάζονται η φιλελεύθερη προσέγγιση της κατανάλωσης, η μαρξική προσέγγιση, η προσέγγιση της κριτικής θεωρίας της σχολής της Φραγκφούρτης, οι ανθρωπολογικές-πολιτισμικές προσεγγίσεις της κατανάλωσης (M.Sahlins, M.Douglas-B.Isherwood, D.Miller), η προσέγγιση της θεωρίας της πρακτικής του P.Bourdieu, η μεταμαρξιστική σημειωτική προσέγγιση του J.Baudrillard, η θέση του Th.Veblen για την «επιδεικτική κατανάλωση», και τέλος γίνεται μια απόπειρα εννοιολογικής συγκρότησης του όρου της «θεαματικής κατανάλωσης». Η κατανάλωση, λοιπόν, προσεγγίζεται ως τρόπος μεγιστοποίησης της ικανοποίησης, αναπαραγωγής του εργατικού δυναμικού, κοινωνικής ενσωμάτωσης, επικοινωνίας και συμβολικής διαντίδρασης και συγκρότησης του κοινωνικού κόσμου, κοινωνικής διάκρισης και υποκειμενικοποίησης, ταυτοποίησης.

Στο τέταρτο κεφάλαιο του θεωρητικού μέρους συναντώνται έννοιες που επεξεργάστηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια, όπως η παραγωγή του χώρου η διαλεκτική σχέση χώρου-αρχιτεκτονικής-κοινωνικών συνθηκών, οι κοινωνικές αναπαραστάσεις και η κοινωνική ταυτότητα, η κατανάλωση και η «θεαματική κατανάλωση» ως τρόπος και εμπειρία κοινωνικής ταυτοποίησης. Η συνάρθρωση της κατανάλωσης, της ταυτότητας και του χώρου εντοπίζεται και αναλύεται στους χώρους κατανάλωσης. Μια περιοδολόγηση της εξέλιξης των σύγχρονων χωρικών μορφών της αγοράς –από τη εμπορική στοά στα ‘malls’- μας βοηθά να εντάξουμε την τυπολογική εξέλιξη των μορφών της αγοράς στο κοινωνικό συγκείμενο (social context). Με αυτή την προσέγγιση μπορούμε να δούμε το χώρο (εμπορικό και όχι μόνο) ως παράγωγο των κοινωνικο-ιστορικών συνθηκών, τη διαλεκτική σχέση της ταυτότητας των καταναλωτικών χώρων με την εμπειρία των ατόμων εντός αυτών, καθώς και τις

αναλογίες, ομολογίες και αντιθέσεις μεταξύ της σύγχρονης κάθε φορά εμπειρίας των ατόμων και της εμπειρίας τους εντός αυτών των εμπορικών περιβαλλόντων.

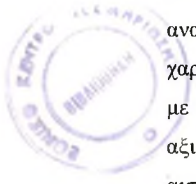
Το δεύτερο μέρος είναι το ερευνητικό και αρθρώνεται σε έξι κεφάλαια: 1) Η ελληνική περίπτωση του 'mall': 'The Mall Athens', 2) Η μεθοδολογία της έρευνας, 3) Το παράδειγμα του 'The Mall Athens': η ταυτότητα του χώρου, 4) Κοινωνικές αναπαραστάσεις του χώρου: ο καθαρός και βρώμικος χώρος, 5) Στη σκηνή του 'The Mall Athens' και 6) Η εμπειρία του χρόνου στο 'The Mall Athens'.

Στο πρώτο κεφάλαιο περιγράφεται ο εμπορικός πολυχώρος του 'The Mall Athens' που επιλέχθηκε ως το εμπειρικό παράδειγμα για την παρούσα έρευνα. Επίσης γίνεται αναφορά στο πολιτικό και κοινωνικο-οικονομικό συγκείμενο της κατασκευής του και περιγράφονται και αναλύονται οι τρόποι αλληλοδιαπλοκής της πολιτικής με την οικονομική εξουσία σχετικά με την παραγωγή και λειτουργία του συγκεκριμένου εμπορικού πολυχώρου.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε στην παρούσα διατριβή και χωρίζεται σε πέντε ενότητες. Στην πρώτη ενότητα αναπτύσσονται οι στόχοι της έρευνας, στη δεύτερη ενότητα οι μέθοδοι συγκέντρωσης του ερευνητικού υλικού. Στην τρίτη ενότητα παρουσιάζονται τα υποκείμενα της έρευνας με τα οποία έγιναν ημι-δομημένες ποιοτικές συνεντεύξεις. Στη επόμενη ενότητα γίνεται λόγος για τη μέθοδο επεξεργασίας του εμπειρικού υλικού και στη τελευταία ενότητα δικαιολογείται η επιλογή της μεθοδολογίας βάσει οντολογικών και επιστημολογικών παραδοχών, οι οποίες εντοπίζονται στο κριτικό-ερμηνευτικό παράδειγμα του κοινωνικού κονστρουξιονισμού.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται μια κριτική ερμηνευτική ανάλυση του χώρου προκειμένου να συγκροτηθεί και να αναλυθεί η ταυτότητα του χώρου. Η ταυτότητα του χώρου αρθρώνεται από τις διευθετήσεις (χωροτακτικές, λειτουργικές) που θέτει ο δομημένος χώρος, από την αισθητική και τους συμβολισμούς του χώρου, καθώς και από τον τρόπο με τον οποίο οι επισκέπτες αντιλαμβάνονται, αποτιμούν, νοηματοδοτούν αλλά και δρουν εντός αυτού του περιβάλλοντος.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται μια κριτική ερμηνευτική ανάλυση του λόγου των επισκεπτών προκειμένου να αναδειχθούν, να αναλυθούν και να ερμηνευθούν οι κοινωνικές αναπαραστάσεις των επισκεπτών για το χώρο του 'The Mall Athens'. Μέσα από την ανάλυση του λόγου αναδείχτηκαν δύο γενικές κατηγορίες του «βρώμικου» και του «καθαρού» μέσω των οποίων τα υποκείμενα της έρευνας προσλαμβάνουν, αξιολογούν και σημασιοδοτούν τόσο το χώρο του εμπορικού κέντρου



όσο και το κέντρο της πόλης και κάποιες άλλες αστικές περιοχές. Η συμβολική χρήση αυτών των όρων, δηλαδή του «βρώμικου» και του «καθαρού», όπως γίνεται από τα ερευνητικά υποκείμενα, σημαίνει αξιολογήσεις και αναπαράστασεις που δεν αναφέρονται μόνο στη υλική διάσταση της καθαριότητας και της βρωμιάς. Τα συμβολικά αυτά σχήματα ερμηνείας φαίνονται πρόσφορα για την αναπαράσταση και αποτίμηση ανθρώπων, κοινωνικών ομάδων, κοινωνικών πρακτικών, συμπεριφορών και χώρων. Με λίγα λόγια, ο χώρος του 'The Mall Athens' αναπαρίσταται μέσα από το λόγο των υποκειμένων ως ένας καθαρός χώρος τόσο υλικά όσο και συμβολικά, δηλαδή εύτακτος, ασφαλής. Επίσης οι «κάτοικοι» αυτού του εμπορικού περιβάλλοντος αναπαρίστανται ως «καλός κόσμος» που διακρίνεται από «καθαρή συμπεριφορά». Αντιθέτως αστικές περιοχές που εντοπίζονται κατά πλειοψηφία στο κέντρο της Αθήνας σημασιοδοτούνται ως επικίνδυνες και επίφοβες περιοχές και έτσι αναπαρίστανται ως βρώμικες, με την υλική και συμβολική έννοια. Ο «βρώμικος» χαρακτήρας αυτών των περιοχών βρίσκεται σε μια διαλεκτική σχέση προσδιορισμού με τους κατοίκους αυτών των περιοχών και την κοινωνική συμπεριφορά τους, η οποία αξιολογείται ως «βρώμικη» συμπεριφορά», δηλαδή συμπεριφορά που μεταδίδει αισθήματα ανασφάλειας, επικινδυνότητας και φόβου.

Στο πέμπτο κεφάλαιο διερευνώνται οι πρακτικές των επισκεπτών στο εμπορικό περιβάλλον του 'The Mall Athens'. Εκκινώντας από την επιτόπια παρατήρηση του χώρου και από την αναπαράσταση που έχουν οι ίδιοι οι επισκέπτες για το χώρο ως ένα «stage», μια «πασαρέλα», μια «σκηνή»,¹ διερευνήθηκε η συνθήκη του εμπορικού πολυχώρου ως ενός χώρου που επιδιώκει να καταστεί και να προωθηθεί ως ένας καθολικά προσκηνιακός χώρος. Με αναλυτικό εργαλείο την έννοια της μυστικοποίησης επιχειρήθηκε η διερεύνηση των όρων, των διαδικασιών και των προϋποθέσεων που καθιστούν το χώρο ως ένα προσκηνιακό χώρο. Έπειτα μέσα από το λόγο των υποκειμένων και το υλικό της επιτόπιας παρατήρησης περιγράφονται, αναλύονται και ερμηνεύονται οι πρακτικές που αναπτύσσουν τα άτομα εντός του χώρου. Εδώ έγινε χρήση του αναλυτικού εργαλείου του ρόλου, προκειμένου να δούμε σε ποιο βαθμό οι πρακτικές αυτές αποτελούν επιτελέσεις κοινωνικών ρόλων και στη συνέχεια αν και σε ποιο βαθμό η επιτέλεση των ρόλων αυτών (ρόλος του θεατή, ρόλος του ηθοποιού-καταναλωτή) συγκροτούν όψεις της κοινωνικής ταυτότητας των ατόμων. Το γεγονός ότι εμπορικά περιβάλλοντα τύπου 'malls' επιδιώκουν να συγκεντρώσουν αστικές λειτουργίες της σφαίρας της εμπορικής αγοράς και του

¹ Εντός εισαγωγικών βρίσκονται λέξεις που έχουν χρησιμοποιήσει τα ίδια τα ερευνητικά υποκείμενα.

ελεύθερου χρόνου θέτει το ζήτημα κατά πόσο και με ποια μορφή αναπαράγονται ή/και ανανοηματοδοτούνται όψεις της εμπειρίας και πρακτικών στο αστικό περιβάλλον εντός αυτών των περιβαλλόντων. Με αφορμή αυτή τη διερώτηση εξετάστηκε η μορφή και το περιεχόμενο της εμπειρίας της βόλτας στο ιδιόκτητο κοινόχρηστο χώρο του 'The Mall Athens' με αναλυτικό εργαλείο την έννοια του ρόλου και κατά τον E.Goffman της επιτέλεσής του ως «αναπαράστασης».

Στη συνέχεια εξετάζεται η συνθήκη της ορατότητας που επικρατεί στον εμπορικό πολυχώρο και τις επιδράσεις αυτής στην κοινωνική συμπεριφορά των επισκεπτών. Ο συνδυασμός του Πανοπτικού και Συνοπτικού μοντέλου παράγει ένα καθεστώς σύμμεκτης ορατότητας στο 'The Mall Athens' το οποίο εισάγει μια νέα εμπειρία του χώρου σε χώρους πολυσύχναστους, μονωμένους, επιτηρήσιμους και εμπορευματικά-θεαματικά προσδιορισμένους.

Το έκτο κεφάλαιο πραγματεύεται την εμπειρία και τις πρακτικές του χρόνου των επισκεπτών μέσα στο εμπορικό περιβάλλον του 'The Mall Athens'. Το μονωμένο εμπορικό αυτό περιβάλλον προωθεί και υποστηρίζει μια εμπειρία του χρόνου ως χρόνου κατανάλωσης, καθαρού από κάθε κοινωνική, ιστορική και φυσική ένδειξη, αναφορά ή συμβάντα. Επίσης η συγκέντρωση πολλών αστικών λειτουργιών και χρήσεων φαίνεται να υποστηρίζει την αντίληψη και την πρακτική της «εξοικονόμησης» του χρόνου, δηλαδή ενός «κερδισμένου χρόνου», και συνάμα του επεισοδιακού, κατά βούληση συναρμολογήσιμου χρόνου. Στο τέλος διατυπώνονται τα ερευνητικά συμπεράσματα της παρούσας διατριβής.

ΜΕΡΟΣ Α

Κεφάλαιο 1^ο

Αρχιτεκτονική και χώρος

Εισαγωγή: η διαλεκτική χώρου-χρόνου και αρχιτεκτονικής

Η αντίληψη του χώρου και του χρόνου, η διαμόρφωση-δόμηση του χώρου και η εμπειρία του χώρου και του χρόνου βρίσκονται σε μια συνεχή, έντονη διαλεκτική σχέση μεταξύ τους. Τα κοινωνικά νοήματα, οι (αισθητικές, κοινωνικές, πολιτικές, οικονομικές, πολιτισμικές) αξίες, οι επιδιώξεις μέσω της αρχιτεκτονικής υλοποιούνται, αποκρυσταλλώνονται, παροντοποιούνται με τη μορφή των χωρικών αναπαραστάσεων (ή κατά τον H.Lefebvre «αναπαραστατικοί χώροι» -‘representational spaces’). Η αρχιτεκτονική, όπως θα δούμε στη συνέχεια, αποτελεί μια μορφική γλώσσα, η οποία επεξεργάζεται και παράγει χώρο αποδίδοντάς του μια αισθητική μορφή και μια χωρική τάξη. Με αυτόν τον τρόπο η αρχιτεκτονική εγγράφει στο χώρο μια αισθητική διάσταση και μια χωρική διευθέτηση λειτουργιών και ατόμων συνεπώς και κοινωνικών σχέσεων και πρακτικών. Πρόκειται δηλαδή για την εγγραφή στο χώρο μιας ηθικής, κοινωνικής τάξης (social order). Εκκινώντας από αυτή τη θέση θα διερευνήσουμε τους τροπισμούς του χώρου και του χρόνου κατά τη νεωτερική και υστερονεωτερική συνθήκη, καθώς και την παραγωγή χώρου από τη σκοπιά της αρχιτεκτονικής αισθητικής και χωρικής διευθέτησης του κοινωνικού.

1. Οι τροπισμοί του χρόνου και του χώρου

Ο χώρος, όπως και ο χρόνος, συνιστούν κοινωνικές κατασκευές² και όχι φυσικά δεδομένα, ουσίες ανεξάρτητες από τον πολιτισμό, προνοητικές κατηγορίες.³ Ο χωροχρόνος της εκάστοτε κοινωνικο-ιστορικής συνθήκης είναι προϊόν της νοηματοδοτικής διαδικασίας και της ενεργούς, υλικής παρέμβασης, μετασχηματισμού, της οργάνωσης και διευθέτησής του από τον δοσμένο κοινωνικό σχηματισμό.⁴ Ο χώρος και ο χρόνος αποτελούν παράγωγα της υλικής και συμβολικής συγκρότησης του κοινωνικο-ιστορικού κόσμου και ταυτόχρονα δρώντες παράγοντες ως προς την αναπαραγωγή του. Για τον Lefebvre ο «κοινωνικός χώρος δεν είναι ένα πράγμα ανάμεσα στα άλλα πράγματα, ούτε ένα προϊόν ανάμεσα στα άλλα[...]είναι το αποτέλεσμα μιας σειράς και ενός συνόλου λειτουργιών και [...] ως προϊόν προηγούμενων δράσεων, ο κοινωνικός χώρος επιτρέπει νέες δράσεις να συμβούν, ενώ προτείνει άλλες και απαγορεύει άλλες».⁵

Ο τρόπος σημασιοδότησης του χώρου -και του χρόνου- διαμορφώνει τον τρόπο που τα κοινωνικά υποκείμενα τον βιώνουν (π.χ.: «εκκένωση» του χώρου από τον τόπο, χωροχρονική συμπίεση), τον αναπαριστούν (π.χ.: τοπογραφία, κινηματογράφος), τον

² Η θέση αυτή προέρχεται από την προσέγγιση του κοινωνικού κονστρουκτιονισμού, η οποία υποστηρίζει ότι οι σχέσεις ατόμου και κοινωνίας και ανθρώπου και φύσης είναι διαμεσολαβημένες και συγκροτημένες μέσα από το Λόγο. Ο Ν.Δεμερτζής αποσαφηνίζοντας το επιχείρημα του «κοινωνικού κονστρουκτιονισμού» (social constructionism) αναφέρει: «...η κοινωνία είναι μια κατασκευή στο βαθμό που τα μέλη της αλληλο-αναγνωρίζονται, την αναγνωρίζουν ως το πλαίσιο της κοινής τους ζωής. Η (αλληλο)αναγνώριση αυτή γίνεται μέσω του Λόγου, του συνόλου δηλαδή, των σημειωτικών κωδικών (γλώσσα, σύμβολα κ.λπ.) με τη χρήση των οποίων το υποκείμενο συγκροτεί την αίσθηση του εαυτού και του περιβάλλοντος κόσμου.» Ν.Δεμερτζής, *Πολιτική επικοινωνία – Διακινδύνευση, δημοσιότητα*, διαδίκτυο, Παπαζήσης, Αθήνα 2002, σελ.141-2.

³ I.Kant, *Προλεγόμενα σε κάθε μελλοντική μεταφυσική*, (μετ.. εισ., σχ. Γ.Τζαβάρα), Δωδώνη, Αθήνα-Γιάννινα 1982, σελ.56-77. Για τον I.Kant ο χώρος και ο χρόνος είναι οι αριστοί μορφές που επιτρέπουν την αισθητήρια ικανότητα επόπτευσης των πραγμάτων. Ο χώρος και ο χρόνος είναι μορφές καθαρής εποπτείας, ανεξάρτητες από την νοητική λειτουργία και την άμεση εμπειρία. Επίσης βλ. σχετικά Β.Νιτσαίος, *Χτίζοντας το χώρο και το χρόνο*, Οδυσσέας, Αθήνα 2003, σελ.113. και Η.Lefebvre, *The production of space*, Blackwell 1991, σελ.1-16, όπου ο Lefebvre αναφέρεται στο διαχωρισμό του «νοητού χώρου» (“mental space”) των φιλοσόφων και των επιστημολόγων από τον κοινωνικό χώρο της εμπειρικής σφαίρας. Ο Lefebvre κάνει λόγο για την φιλοσοφική και επιστημολογική φετιχοποίηση του χώρου και την ιδεολογική λειτουργία της κυριάρχησης του νοητού χώρου έναντι του κοινωνικού και του φυσικού, καθώς η «θεωρητική πρακτική» έχοντας αποκτήσει το δικό της πεδίο («νοητός χώρος») αποκόπτεται από την κοινωνική πρακτική.

⁴ B.Hillier – J.Hanson, *The social logic of space*, Cambridge University Press, 1988, σελ.27, όπου αναφέρεται ότι η «χωρική διάταξη είναι χαρακτηριστικό διαφοροποίησης των κοινωνικών σχηματισμών και των πολιτισμικών στοιχείων που τους χαρακτηρίζουν.[...] Κάθε μορφή κοινωνικού σχηματισμού απαιτεί μια χαρακτηριστική χωρική τάξη και αντίστοιχα κάθε χωρική τάξη προϋποθέτει ένα συγκεκριμένο κοινωνικό σχηματισμό για να τη διατηρήσει».

⁵ Η.Lefebvre, *The production of space*, Blackwell, 1991, σελ..73.

διαχειρίζονται, τον οργανώνουν και τον δομούν (αρχιτεκτονική, πολεοδομία κ.λπ.). Το κοινωνικό φαντασιακό είναι αυτό που νοηματοδοτεί και προσδιορίζει τη σχέση του ανθρώπου με το χώρο και το χρόνο. Το κοινωνικό φαντασιακό συνίσταται, κατά τον Κ.Καστοριάδη, στο μάγμα αυτό των κοινωνικών φαντασιακών σημασιών με το οποίο κάθε ιστορική κοινωνία επινοεί, σκέφτεται, οργανώνει και θεσμίζει τον εαυτό της.⁶

Ένα ενδεικτικό παράδειγμα είναι η εννοιολογική συγκρότηση της έννοιας του «τοπίου». Οι αγροτικοί πληθυσμοί δεν είχαν στο εννοιολογικό τους σύμπαν την έννοια του «τοπίου», καθώς οι άνθρωποι ζούσαν εντός της φύσης. Η αρχαία ελληνική φιλοσοφία και η μεσαιωνική χριστιανική θεωρία ενατένιζαν τη φύση ως όλον χωρίς πρακτικό σκοπό.⁷ Η έννοια του «τοπίου» αναδύεται με το τέλος της μεσαιωνικής περιόδου, ως αποτέλεσμα της αποστασιοποίησης από τη φύση ως όλον, όπως αυτή εκφράστηκε με το τεχνητό περιβάλλον της πόλης, τον καταμερισμό της εργασίας και την επιστημονική θεώρηση περί δυνάμει ανθρώπου και φύσης και την πρόθεση της να την απομαγεύσει, να την εξορθολογήσει, να την εξηγήσει και να την κυριαρχήσει.⁸ Η φιλοσοφική θεώρηση της φύσης σήμαινε το στοχασμό της ως «όλον», ως «θείο», ενώ η επιστημονική θεωρία θέτει τη φύση ως αντικείμενο διερεύνησης, επισταμένης παρατήρησης και χρηστικής εκμετάλλευσης. Η νέα αυτή αντίληψη του χώρου σήμανε νέες μορφές βιώματος, διαχείρισης, δόμησης και αναπαράστασης του χώρου. Ενδεικτικό είναι ότι το 16^ο αιώνα καθιερώνεται ως αυτόνομο καλλιτεχνικό είδος η τοπιογραφία.⁹ Η αισθητική διαμεσολάβηση της φύσης με την αφηγηματική και την εικαστική αναπαράσταση επιδίωκε μέσω της αναπαράστασης ενός τμήματος της φύσης να συλλάβει την ενότητα της φυσικής ύπαρξης, αποκαθιστώντας τη διάρρηξη της ολότητας της συνείδησης, που επέφερε ο καταμερισμός της εργασίας και η επιστημονική θεωρία.¹⁰

⁶ Σχετικά με τη θέσπιση του χρόνου ο Κ.Καστοριάδης αναφέρει: «Ο χρόνος, τον οποίο κάθε κοινωνία κάνει να είναι και ο οποίος την κάνει να είναι, είναι ο δικός της τρόπος ιστορικής χρονικότητας που εκτυλίσσεται υπάρχοντας και διά του οποίου εκτυλίσσεται ως ιστορική κοινωνία, χωρίς κατ'ανάγκη να τον γνωρίζει ή να τον παριστάνει στον εαυτό της ως τέτοιο». Κ.Καστοριάδης, *Η φαντασιακή θέσπιση της κοινωνίας*, (μετ. Σ.Χαλίκιας, Γ.Σπαντιδάκη, Κ.Σπαντιδάκης, επιμ. μετ. Κ.Σπαντιδάκης), Ράππα, Αθήνα 2002, σελ.300.

⁷ Ν.Δασκαλοθανάσης, «Η φύση ως τοπίο», στο G.Simmel, J.Ritter, E.H.Gombrich, *Το τοπίο*, (επίμετρο Ν.Δασκαλοθανάσης, μετ. Γ.Σαγκριώτης, Α.Αναγνώστου, Ν.Δασκαλοθανάσης, επιστημονική επιμέλεια Δ.Καββαθός), Ποταμός, Αθήνα 2004, σελ.158

⁸ G.Simmel, «Φιλοσοφία του τοπίου», στο G.Simmel, J.Ritter, E.H.Gombrich, *Το τοπίο*, όπ.π., σελ.14

⁹ Σχετικά με τη θεσμοποίηση της τοπιογραφίας ως καλλιτεχνικό είδος αρχικά στις χώρες του Βορρά και την επιρροή των καλλιτεχνικών θεωριών της ιταλικής αναγέννησης βλ. E.H.Gombrich, «Η αναγεννησιακή θεωρία της τέχνης και η ανάδυση του τοπίου», στο G.Simmel, J.Ritter, E.H.Gombrich, *Το τοπίο*, όπ.π., σελ.101-147.

¹⁰ Ritter J., «Το τοπίο: η λειτουργία του αισθητικού στη νεωτερική κοινωνία», στο G.Simmel, J.Ritter, E.H.Gombrich, *Το τοπίο*, όπ.π., σελ.72-5.

Η μετάβαση από τις προνεωτερικές στις νεωτερικές κοινωνίες σήμανε ριζικούς μετασχηματισμούς στην κοινωνική οργάνωση, στις συνθήκες, στον τρόπο και τις σχέσεις παραγωγής, στην αντίληψη, οργάνωση και εμπειρία του χώρου και του χρόνου. Το μόρφωμα του εθνικού κράτους και ο καπιταλιστικός τρόπος παραγωγής συνιστούν τους θεσμικούς άξονες της νεωτερικότητας, καθώς επέφεραν αλλαγές σε οικονομικό, κοινωνικό, παραγωγικό, πολιτικό, πολιτισμικό, συνειδησιακό και φαντασιακό επίπεδο. Ως προϋποθέσεις και αποτελέσματα της ιστορικής εδραίωσης τόσο του εθνικού κράτους όσο και του καπιταλιστικού συστήματος θεωρήθηκαν η ενοποίηση του χώρου και η ενοποίηση του χρόνου.

1.1. Η ενοποίηση του χρόνου

Η ενοποίηση του χρόνου συνιστούσε προαπαιτούμενο για τον χρονικό συντονισμό των νέων οικονομικών (καπιταλιστικών), κοινωνικών και πολιτικών λειτουργιών. Ο χρονικός συντονισμός των λειτουργιών της νεωτερικής συνθήκης σχετιζόταν με τρία επίπεδα μεταξύ τους αλληλεπικαλυπτόμενα: το ενδοκρατικό, το διακρατικό και την παγκόσμια αγορά. Σε ενδοκρατικό επίπεδο, ο χρονικός συντονισμός αποτελούσε το υπόβαθρο για την οργάνωση της βιομηχανικής εργασίας, για τις οικονομικές λειτουργίες, τα δίκτυα επικοινωνίας και μεταφορών (π.χ.: δρομολόγια του εθνικού σιδηροδρομικού δικτύου, αστικά μέσα μαζικής μεταφοράς κ.λπ.) και για τις κοινωνικές διαδικασίες από την εκπαίδευση (ώρες διδασκαλίας, σχολικές αργίες) μέχρι την κατανάλωση (ωράρια καταστημάτων).¹¹

Οι διακρατικές εμπορικές, πολιτικές, στρατιωτικές σχέσεις προϋπέθεταν ένα οικουμενικό χρονικό, ημερολογιακό συντονισμό, όπως και η παγκόσμια αγορά. Η ύπαρξη ενός ενιαίου, υπερτοπικού χρονικού αναφοράς επέτρεπε τον συντονισμό τόσο των λειτουργιών της εγχρήματης οικονομίας (χρηματιστήρια, τράπεζες, εμπορικές συναλλαγές) όσο και της κυκλοφορίας εμπορευμάτων και ανθρώπων (οδικοί, εναέριοι, θαλάσσιοι, σιδηροδρομικοί άξονες).

Η ενοποίηση του χρόνου επιτεύχθηκε με τη σταδιακή γενίκευση της χρήσης του μηχανικού ρολογιού, με το τυποποιημένο σύστημα χρονολόγησης και τον ορισμό του παγκόσμιου χρονικού αναφοράς.

¹¹ A.Giddens, *Οι συνέπειες της νεωτερικότητας*, μετ. Γ. Μερτίκας, επιμ. Γ. Λυκιαρδόπουλος, Κριτική, Αθήνα 2001, σελ.33-4.

Αναφορικά με το μηχανικό ρολόι, η χρήση του επέτρεψε τον συντονισμό, τον εξορθολογισμό και τη συστηματοποίηση του χρόνου σηματοδοτώντας τη ρήξη με τη ρευστή, τοπικά και ποιοτικά διαφοροποιημένη αντίληψη και τρόπο υπολογισμού του χρόνου.¹² Ο L.Mumford κάνει λόγο για το μηχανικό χρόνο και τον οργανικό χρόνο, υποστηρίζοντας ότι η κυριάρχηση του πρώτου ως μια νέα συνείδηση του χρόνου και γενικότερα ενός τρόπου ύπαρξης επιτεύχθηκε με τη χρήση του μηχανικού ρολογιού.¹³ Το μηχανικό ρολόι με τις διάφορες κατασκευαστικές του παραλλαγές από το 13^ο και 14^ο αιώνα ως το ακριβές χρονόμετρο του 18^{ου} αιώνα και την ευρεία διάδοσή του σε μεγάλο τμήμα του πληθυσμού κατόρθωσε να αποσπάσει το βιωμένο χρόνο από την οργανική συνέχεια, να κανονικοποιήσει την αντίληψη του χρόνου και να θέσει τις καθημερινές πρακτικές και την κοινωνική κίνηση σε μια χρονική τάξη.

Στον καπιταλιστικό τρόπο παραγωγής, όπου ο εργάτης δεν κατέχει τα μέσα παραγωγής, στερείται το δικαίωμα της νομής τους, και του αποσπάται, επιπλέον, η γνώση της παραγωγικής διαδικασίας, ο εργασιακός χρόνος υπάγεται καθολικά στον έλεγχο της εξορθολογισμένης διοίκησης της εργασίας. Οι ρυθμοί της εργασίας, τα διαλείμματα, τα ωράρια, οι εργάσιμες ημέρες καθορίστηκαν στη βάση του μετρήσιμου, αναλυτικού, ποσοτικοποιημένου χρόνου, ο οποίος εντός της σχέσης κεφαλαίου-εργασίας μετατρέπεται σε εμπόρευμα.

Η συστηματοποίηση και η ενοποίηση του χρόνου επέτρεψε και το συντονισμό του χρόνου του εμπορίου, δηλαδή της κυκλοφορίας των εμπορευμάτων, της

¹² Ε.Π.Τόμσον, *Χρόνος εργασιακή πειθαρχία και βιομηχανικός καπιταλισμός*, μετ., επίμ. Β.Τομανάς, Νησιίδες, Θεσσαλονίκη 1994. Ο Τόμσον αναλύει το πώς η μετάβαση στον βιομηχανικό καπιταλισμό είχε ως προϋπόθεση και αποτέλεσμα την αλλαγή της κουλτούρας των κοινωνιών και πιο συγκεκριμένα την αντίληψη των ανθρώπων για το χρόνο. Η μέτρηση του χρόνου της εργασίας «με βάση τη δουλειά που πρέπει να γίνει», οι ποικίλοι τρόποι μέτρησης του χρόνου (κλεψύδρα, το φως και τη σκιά, τον άνεμο) και οργάνωση της εργασίας, σύμφωνα με τους φυσικούς ρυθμούς (της νύχτας/μέρας, τις παλίρροιες) και οι ακανόνιστοι ρυθμοί εργασίας, τα παιχνίδια, οι γιορτές (όπως η λεγόμενη αγία Δευτέρα, η τσαγκαροδευτέρα) συνιστούσαν τις ποιότητες μιας λαϊκής κουλτούρας. Κατά τον 18-19^ο αιώνα, όλες αυτές οι ποιότητες τέθηκαν στο στόχαστρο των ηθικολόγων (από χριστιανούς πνευματικούς ταγούς μέχρι εμπόρους και αφεντικά), προκειμένου να μετασχηματιστούν οι αντιλήψεις κι οι συνήθειες των ανθρώπων σχετικά με το χρόνο και την εργασία. Το ρητό «ο χρόνος είναι χρήμα» αποτέλεσε τον πυρήνα αυτής της σταυροφορίας για την εσωτερίκευση της πειθαρχίας από τους ανθρώπους. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι αυτή η νέα αντίληψη αποτέλεσε το σημείο συνάντησης του πουριτανισμού και των αφεντικών. Η αντιμετώπιση του χρόνου ως χρήμα αφενός συνεπαγόταν «χρηματικά κίνητρα» κι αφετέρου αιώνια σωτηρία της ψυχής.

¹³ Λ.Μάμφορντ, «Μηχανοποίηση της σύγχρονης κουλτούρας» στο Λ.Μάμφορντ, *Ο μύθος της μηχανής*, μετ.Ζ.Σαρίκας, Ψυλόν, Αθήνα 1985, σελ.94-5. Για τη διάκριση μεταξύ μηχανικού και οργανικού χρόνου αναφέρει ότι «ενώ ο μηχανικός χρόνος είναι απλωμένος σε μια διαδοχική σειρά μαθηματικά απομονωμένων στιγμών, ο οργανικός χρόνος –αυτό που ο Μπερκελόν ονομάζει διάρκεια- είναι αθροιστικός. Ενώ ο μηχανικός χρόνος μπορεί, κατά μια έννοια, να επιταχυνθεί ή να γυρίσει προς τα πίσω, όπως οι βελόνες ενός ρολογιού ή οι εικόνες μιας κινηματογραφικής ταινίας, ο οργανικός χρόνος κινείται προς μια μόνο κατεύθυνση –μέσω του κύκλου της γέννησης, της ανάπτυξης, της εξασθένησης και του θανάτου- και το παρελθόν που είναι ήδη νεκρό είναι υπαρκτό μέσα στο μέλλον που δεν έχει γεννηθεί ακόμη».

ανταλλαγής, της αγοράς. Στα τέλη του 19^{ου} αιώνα, οι τοπικές ώρες εξισώθηκαν σε ένα παγκόσμιο σταθερό χρονικό όρο αναφοράς, ο οποίος επέτρεπε το συντονισμό της καπιταλιστικής οικονομίας στο σύνολό της. Το 1884 συγκροτήθηκε ένα σταθεροποιημένο σύστημα της παγκόσμιας ώρας, το οποίο ορίζοντας ως διεθνή χρονική γραμμή την 180^η μεσημβρία διαίρεσε τον κόσμο σε 24 ωριαίες χρονικές ζώνες.¹⁴

Με την ανάδειξη της εργασίας ως υπέρτατης κοινωνικής αξίας από την αστική τάξη, ο χρόνος της οικονομικής παραγωγής και του γενικευμένου εμπορίου καθίσταται ο γενικός χρόνος της κοινωνίας.¹⁵ Αυτή η ενοποίηση του χρόνου επήλθε με την «εκκένωση» του χρόνου από τις ποιοτικές του ιδιομορφίες, καθώς αφενός οι ποικίλοι τρόποι αντίληψης και υπολογισμού του χρόνου εξισώνονται σε ένα αντικειμενικό, ομοιογενή, συστηματοποιημένο, ποσοτικά προσδιορισμένο χρόνο και αφετέρου ο κοινωνικά βιωμένος χρόνος αντικαθίσταται από τον χρόνο-εμπόρευμα δηλαδή ένα χρόνο, που αγοράζεται και πουλιέται, άρα πρέπει να αποδειχτεί αποδοτικός, κερδοφόρος.¹⁶ Ο χρόνος-εμπόρευμα είναι ο χρόνος της παραγωγής, της κυκλοφορίας-ανταλλαγής και της κατανάλωσης. Εν ολίγοις είναι ο χρόνος, που υπάγεται στη σφαίρα της κεφαλαιακής ανακύκλωσης, και ως γενικός χρόνος της κοινωνίας εγκολώνεται ένα μεγάλο μέρος της ανθρωπίνης εμπειρίας, εκτοπίζοντας ταυτόχρονα ως μη-κανονική, επικίνδυνη, ανορθολογική μια διαφορετική αντίληψη και χρήση του χρόνου, που δεν αφομοιώνεται στον κεφαλαιακό κύκλο της παραγωγής και της κατανάλωσης.

¹⁴ J.B.Thompson, *Νεωτερικότητα και μέσα επικοινωνίας*, μετ.Γ.Καραμπίνη-Ν.Σώκου, εισ., επιμ. Ν.Δεμερτζής, Παπαζήσης, Αθήνα 1998, σελ. 65. Ο Thompson αναφέρει ότι «οι χρονικές ζώνες αρχικά καθιερώθηκαν στην Βορειοαμερικανική ήπειρο στην δεκαετία του 1870 και στις αρχές της δεκαετίας του 1880, ενώ το 1884 συνήλθε στην Washington D.C. η International Meridian Conference με σκοπό την εγκαθίδρυση ενός παγκόσμιου συστήματος σταθεροποίησης της ώρας. Ο κόσμος διαιρέθηκε σε 24 ωριαίες χρονικές ζώνες και καθιερώθηκε μια διεθνής γραμμή. Αυτή συμφωνήθηκε να είναι η 180^η μεσημβρία σε ίση απόσταση ανατολικά και δυτικά του Greenwich και οι ταξιδιώτες που τη διέσχιζαν προς τα ανατολικά κέρδιζαν μια μέρα ενώ αυτοί που τη διέσχιζαν προς τα δυτικά έχαναν μια μέρα. Έκτοτε, το σταθεροποιημένο σύστημα της παγκόσμιας ώρας παρέιχε το πλαίσιο για τον συντονισμό των τοπικών ωρών και την οργάνωση των δικτύων επικοινωνίας και μεταφοράς».

¹⁵ G.Debord, *Η κοινωνία του θεάματος*, μετ.Σύλβια, Διεθνής Βιβλιοθήκη, Αθήνα 2000, σελ.116-7. Ο Debord αναφέρει ότι: «με την ανάπτυξη του καπιταλισμού, ο μη αναστρέψιμος χρόνος ενοποιήθηκε παγκοσμίως. Η καθολική ιστορία κατέστη πραγματικότητα, διότι όλος ο κόσμος συγκροτήθηκε υπό την ανέλιξη αυτού του χρόνου...είναι ο χρόνος της οικονομικής παραγωγής, κερματισμένος σε αφηρημένα ίσα τμήματα, που εμφανίζεται σε όλο τον πλανήτη ως η ίδια ημέρα...ο χρόνος που επιβεβαιώνεται επίσημα σε όλη την έκταση του κόσμου ως γενικός χρόνος της κοινωνίας».

¹⁶ Λ.Μάφορντ, «Μηχανοποίηση της σύγχρονης κουλτούρας», ό.π., σελ.96. Ο Μάφορντ αναφέρει ότι: «Όταν συλλαμβάνει κανείς το χρόνο, όχι ως διαδοχική σειρά εμπειριών αλλά ως συλλογή ωρών, λεπτών και δευτερολέπτων, εμφανίζονται οι συνήθειες της πρόσθεσης του χρόνου και της εξοικονόμησης του χρόνου. Ο χρόνος παίρνει το χαρακτήρα ενός περιφραγμένου χώρου: μπορεί να διαιρεθεί, μπορεί να γεμίσει, μπορεί ακόμη και να διευρυνθεί με την επνόηση εργαλείων που εξοικονομούν εργασία».

1.2. Η ενοποίηση του χώρου

Η ενοποίηση του χρόνου αποτέλεσε την προϋπόθεση της «εκκένωσης» και της ενοποίησης του χώρου. Την ιστορική διαδικασία της τυποποίησης του χώρου μπορούμε να την εντοπίσουμε σε δύο επίπεδα, στο κρατικό και το παγκόσμιο.

Στο πρώτο επίπεδο, το έθνος-κράτος, ως αποσυνδεδεμένος θεσμός με τους επιμέρους μηχανισμούς του (υπηρεσίες, υπουργεία κ.λπ.) ελέγχει, διαχειρίζεται και διαμορφώνει τον κοινωνικό χώρο και το φυσικό περιβάλλον συγκεντρωτικά και συνολικά. Το φυσικό περιβάλλον εντός της εθνοκρατικής επικράτειας συνιστά κοινωνικό χώρο, καθώς υπάγεται σε σχέσεις ιδιοκτησίας (είτε ως κρατική περιουσία είτε ως ιδιωτική).

Η συνολική διαχείριση του χώρου από το κράτος επιτυγχάνεται μέσω του αστικού προγραμματισμού (urban planning) με την πολεοδομία σε μακροεπίπεδο και την αρχιτεκτονική σε μικροεπίπεδο, καθώς και με τον έλεγχο και την εκμετάλλευση των φυσικών πηγών (ορυκτού πλούτου, ξυλεία κ.λπ.) και των πηγών ενεργείας.

Με την τεχνική της πολεοδομίας, το εθνικό κράτος σχεδιάζει, οργανώνει και αναπτύσσει τα αστικά κέντρα και την περιφέρεια, διαμορφώνοντας τον κοινωνικό χώρο τόσο εντός των πόλεων όσο και μεταξύ τους στο σύνολο της εθνικής επικράτειας μέσω των έργων υποδομής (οδικοί, θαλάσσιοι και εναέριοι άξονες, σιδηροδρομικά και τηλεπικοινωνιακά δίκτυα, συστήματα ηλεκτροδότησης και υδροδότησης κ.λπ.).

Ο H.Lefebvre κάνει λόγο για την παραγωγή του χώρου του εθνικού κράτους, ο οποίος προκύπτει από τον συνδυασμό δυνάμεων που ενεργοποιούν δύο συνθήκες. Οι συνθήκες αυτές έχουν να κάνουν αφενός με τον εντοπισμένο χώρο της αγοράς εντός του εθνικού χώρου, με την έννοια ενός πλέγματος εμπορικών σχέσεων και δικτύων επικοινωνίας και την ανάδειξη ενός κέντρου, της εθνικής πρωτεύουσας και αφετέρου με την πολιτική εξουσία, η οποία ασκεί έλεγχο στις πηγές της αγοράς και στην ανάπτυξη των παραγωγικών δυνάμεων.¹⁷

Η ενοποίηση του χώρου σε οικουμενικό επίπεδο με τη μορφή της παγκόσμιας αγοράς σηματοδότησε μια αφαίρεση της πραγματικότητας, των φυσικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών του χώρου. Το ξεπέρασμα των φυσικών εμποδίων και γεωγραφικών αποστάσεων επιτεύχθηκε με την τεχνολογική ανάπτυξη των μέσων επικοινωνίας (τηλέγραφος, τηλέφωνο) και μεταφοράς (ταχυδρομικές άμαξες –τέλη 18^{ου} αιώνα, σιδηρόδρομος –αρχές 19^{ου} αιώνα).¹⁸

¹⁷ H.Lefebvre, *The production of space*, Blackwell Publishing, Oxford 1991, σελ.112.

¹⁸ J.B.Thompson, *Νεωτερικότητα και μέσα επικοινωνίας*, ό.π., σελ.62-71.

Η χωροχρονική συμπίεση, ως η διάρρηξη της σχέσης χωρικής, φυσικής απόστασης και χρόνου διάνυσης αυτής της απόστασης,¹⁹ συνιστούσε προϋπόθεση για την καπιταλιστική ανάπτυξη, καθώς επιτυγχάνεται η κυκλοφορία των εμπορευμάτων, μειώνεται το κόστος αυτής και δημιουργούνται νέα δίκτυα και αγορές ανά τον κόσμο. Για τον Κ.Μαρκ η υπέρβαση των χωρικών αποστάσεων και η επιτάχυνση των ανταλλαγών ήταν προαπαιτούμενο για την ανάπτυξη της καπιταλιστικής αγοράς.²⁰ Ο χώρος, ο χρόνος, τα αγαθά, τα αντικείμενα, η εργασία «εκκενώνονται» από τις ιδιότητες τους και έρχονται να ενοποιηθούν κάτω από την κυριαρχία του γενικού ισοδύναμου και υπό αυτή τη συνθήκη όλα αυτά πρέπει να παράγουν αξία. Ο χώρος για να αποκτήσει αξία, πέρα από τη μορφή του χώρου-εμπορεύματος θα πρέπει να κατακτηθεί από το χρόνο. Η επιταχυνόμενη κίνηση μέσα σε αυτόν συνεπάγεται τη συμπίεση του κεφαλαιακού κύκλου.

Η αφηρημένη αλλά ουσιαστική εξάρτηση που θέτει η παγκόσμια οικονομία είναι ενδεικτική του τρόπου με τον οποίο απομακρυσμένες μεταξύ τους κοινωνίες ή/και άτομα μπορούν να συνεργαστούν και να διαμορφώσουν από κοινού ή ανταγωνιστικά ή μια την πραγματικότητα της άλλης μέσω της νομισματικής και εμπορικής ανταλλαγής.²¹

Η ενοποίηση, λοιπόν, του χώρου (όπως και του χρόνου) συνεπάγεται την ανάδυση ενός ενιαίου, «κενού», αποποιοτικοποιημένου χώρου. Η «εκκένωση» του χώρου συνίσταται στην αποσύνδεση του κοινωνικού χώρου από τον τόπο. Ο τόπος ως ο γεωγραφικά προσδιορισμένος χώρος σταδιακά παύει να αποτελεί το χωροχρονικό πλαίσιο της κοινωνικής ζωής των ανθρώπων. Ο τόπος απώλεσε τις ποιοτικές του ιδιομορφίες (φυσικές και κοινωνικές) και τη δυνατότητα της άμεσης διαχείρισης και διαμόρφωσης αυτών από τα «εντοπισμένα» υποκείμενα. Ο τόπος γίνεται, κατά τον Α.Γκντνς, φαντασμαγορικός με την έννοια ότι αποσυνδεδεμένοι θεσμοί (κράτος, η αγορά, το χρήμα, δίκτυα μεταφοράς και επικοινωνίας) διαπερνούν και διαμορφώνουν

¹⁹ J.Meyrowitz, No sense of place, Oxford University Press, 1985, σελ.117. Ο Meyrowitz αναφέρει ότι η φυσική απόσταση «ως ένα κοινωνικό εμπόδιο άρχισε να ξεπερνιέται με την ελαχιστοποίηση της επικοινωνιακής 'απόστασης'», όπως αυτή επιτεύχθηκε αρχικά με την εισαγωγή του τηλεγράφου και έπειτα με τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας. Η εφεύρεση του τηλεγράφου προκάλεσε την πρώτη ρήξη μεταξύ της κίνησης της πληροφορίας και της φυσικής κίνησης.

²⁰ Κ.Μαρξ, *Εμπόρευμα και χρήμα*, (μετ., εισ., σχ. Γ.Σταμάτης), Κριτική, Αθήνα 1991, σελ.117. Ο Μαρξ παρατηρεί ότι «η κυκλοφορία διαρρηγνύει τους χρονικούς, τοπικούς και ατομικούς φραγμούς της ανταλλαγής προϊόντων» διά του ότι διασπά την άμεση ταυτότητα της εκποίησης του ιδίου και της ιδιοποίησης του ξένου προϊόντος εργασίας, η οποία υφίσταται στην ανταλλαγή προϊόντων, στην αντίθεση πώλησης και αγοράς.»

²¹ D.Harvey, *Consciousness and the urban experience*, Basi Blackwell, 1985, σελ.11-2.

τις συνθήκες, τις μορφές και τα περιεχόμενα της κοινωνικής πραγματικότητας σε απομακρυσμένους τόπους.²²

Το στοιχείο της εντοπιότητας, της φυσικής παρουσίας και εγγύτητας που χαρακτηρίζει τις προνεωτερικές κοινωνίες, ως θεμελιώδες συστατικό της κοινωνικής πραγματικότητας εξαλείφεται από τη δυνατότητα των νέων τεχνικών μέσων (επικοινωνίας και μεταφορών) να μεταφέρουν πληροφορίες, συμβολικό περιεχόμενο, αναπαραστάσεις, αποφάσεις (νόμους, διαταγές), και να διαμορφώνουν την κοινωνική πραγματικότητα ενός μέρους εξ αποστάσεως. Η συγκεντρωτική διαχειριστική και οργανωτική λειτουργία του έθνους κράτους αποτυπώνει την αποσύνδεση του κοινωνικού χώρου (ως το πεδίο λήψης αποφάσεων και κοινωνικών σχέσεων) από τον τόπο (το φυσικά προσδιορισμένο χώρο).

Εντός αυτών των συνθηκών, ο χώρος ενοποιείται, ομογενοποιείται, αντικειμενικοποιείται. Η εξερεύνηση της υφελίου από δυτικούς περιηγητές και η χαρτογράφηση του πλανήτη αντανακλά και αναπαράγει μια αντίληψη του χώρου ως μια αναπαράσταση ενιαία, η οποία εξισώνει τον χώρο σε ισότιμες μονάδες προς διαχείριση, επένδυση, διαμόρφωση, εκμετάλλευση.²³ Οι ποιοτικές ιδιομορφίες του φυσικού περιβάλλοντος και της κοινωνικής ζωής κάθε τόπου υπάχθηκαν στην ενοποιημένη μορφή του χώρου (της εθνικής επικράτειας και της παγκόσμιας αγοράς), ο οποίος συνιστούσε πια εμπόρευμα και μέσο και πεδίο πολιτικής εξουσίας.²⁴ Για τον

²² A.Giddens, *Οι συνέπειες της νεωτερικότητας*, όπ.π., σελ.33-37. Ο Giddens ορίζει την έννοια της αποσύνδεσης ως «την 'εκρίζωση' κοινωνικών σχέσεων από τοπικά πλαίσια αλληλεπίδρασης και την αναμόρφωσή τους σε απροσδιόριστα χωροχρονικά διαστήματα».

²³ Ρ.Ζολί, *Η πόλη και ο αστικός πολιτισμός*, μετ.Σ.Τριανταφύλλου, Σύγχρονη εποχή, Αθήνα 1991, σελ.194. Ο Ζολί αναφέρει ότι «τον 18^ο αιώνα, οι άνθρωποι κυριάρχησαν στις θάλασσες και τις ηπείρους. Οι πρώτοι γεωγραφικοί χάρτες θα επιτρέψουν μια αληθινή ναυσιπλοΐα κι η σημασία που τους αποδόθηκε φαίνεται από το γεγονός ότι έγινε μια πρώτη αρχειοθέτηση των γεωφυσικών χαρτών της ξηράς. Αυτοί οι χάρτες βοήθησαν στην οργάνωση των οδικών και σιδηροδρομικών δικτύων. Αυτές οι καινούριες μορφές βιομηχανικής ανάπτυξης επιδρούν αποφασιστικά στην αστική διάταξη. Μεταποιώντας τις συνθήκες οικιστικής εγκατάστασης, τα ορυχεία, τα λιμάνια κι αργότερα οι σιδηρόδρομοι θα δώσουν ώθηση στην αστικοποίηση.»

²⁴ Δ.Ε.Λαφαζάνη, «Χώρος και κοινωνικές σχέσεις-Χώρος και κοινωνικός αποκλεισμός» στο *Σύγχρονα θέματα*, Ιανουάριος-Μάρτιος 1997, τεύχος 62, σελ. 69-74. Η Δ.Λαφαζάνη αναλύει το πώς μέσα από την πολιτική διαχείριση του χώρου μπορεί να ελεγχθεί, παραχθεί και να αναπαραχθεί το φαινόμενο του κοινωνικού αποκλεισμού. Συγκεκριμένα αναφέρει ότι ο κοινωνικός και γεωγραφικός αποκλεισμός μπορούν να συνδυαστούν και να ενταθούν με τις ακόλουθες στρατηγικές: 1) «προγράμματα φτώχειας», που απευθύνονται σε «εντοπισμένες» σε συγκεκριμένες περιοχές κοινωνικές ομάδες, 2) οριοθέτηση συνοικιών «υψηλού κινδύνου» και εκτοπισμός αυτών εκτός αστικού ιστού ή ενκύστωση αυτών στο εσωτερικό του, 3) πολιτικές άμεσης διαχείρισης του χώρου –στεγαστικές, έγγειες πολιτικές, κυκλοφοριακές ρυθμίσεις, διαχείριση των μέσων μαζικής μεταφοράς, πολιτικές υποδομής. Επίσης βλ.Μ.Davis, *Πέρα από το Blade runner: Αστικός έλεγχος- Η οικολογία του φόβου*, μετ.Ν.Ηλιάδης, Futura, Αθήνα 2008, σελ. 44-56. Ο Davis κάνει λόγο για τη δημιουργία «καθεστώτων πειθαρχίας» στο Λος Άντζελες μέσα από μια στρατηγική συγχώνευσης κυρώσεων ποινικού και αστικού κώδικα και του χωρικού σχεδιασμού. Διαμορφώνονται «περιοχές κοινωνικού ελέγχου», όπου έχουν θεσπιστεί ειδικές διατάξεις κατά των γκράφιτι και της πορνείας, όπως και «περιοχές ανάσχεσης», όπου αποτρέπει η διασπορά των καταυλισμών των αστέγων γύρω από διοικητικές ή γενικά αναβαθμισμένες περιοχές με

Lefebvre «ο καπιταλισμός εξαπλώθηκε υποτάσσοντας οτιδήποτε προϋπήρχε του καπιταλισμού: γεωργία, έδαφος και υπέδαφος, χτισμένες περιοχές και αστικές (urbaines) πραγματικότητες ιστορικής καταγωγής. Ακόμη, εξαπλώθηκε συγκροτώντας νέους τομείς, εμπορευματοποιημένους, βιομηχανοποιημένους: τον ελεύθερο χρόνο, την κουλτούρα και τη λεγόμενη ‘μοντέρνα’ τέχνη, την αστικοποίηση».²⁵

Οι δυτικές μητροπόλεις του βιομηχανικού καπιταλισμού διαμορφώθηκαν μέσω του σχεδιασμού, της μορφοποίησης και της οργάνωσης του χώρου σύμφωνα με τις ανάγκες της καπιταλιστικής οικονομίας και της κρατικής διαχείρισης, αποτελώντας πεδία συγκέντρωσης και διευθέτησης ισχύος, εργατικού δυναμικού και κεφαλαίου. Ο Lefebvre κάνει λόγο για την «παραγωγή του χώρου» ως μια διαδικασία οργάνωσης, διευθέτησης και ελέγχου του καθημερινού, αστικού χώρου. Πρόκειται για μια στρατηγική διευθέτησης του εργατικού δυναμικού, ελέγχου και οργάνωσης των ροών της ενέργειας, της πληροφορίας, των πρώτων υλών, της κυκλοφορίας και των μετακινήσεων. Υπό αυτή τη σκοπιά αναφέρει ότι η παραγωγή του χώρου συμβάλλει και διευθετεί την αναπαραγωγή των σχέσεων παραγωγής.²⁶

Από τον χώρο-τόπο, λοιπόν, της προνεωτερικής συνθήκης παρατηρείται η μετάβαση στον ενιαίο χώρο της εθνικής επικράτειας και της παγκόσμιας αγοράς. Στη νεωτερική συνθήκη, λοιπόν, ο χώρος γίνεται αφηρημένος, ομοιογενής, αποποιοτικοποιημένος με τρεις έννοιες: α) ως χώρος εμπορεύμα, β) ως χώρος προς την συγκεντρωτική οργάνωση και διευθέτηση από το εθνικό κράτος και γ) ως χώρος της επιτάχυνσης της κυκλοφορίας των αγαθών, του χρήματος και των ανθρώπων.

ειδικές, για παράδειγμα, διατάξεις κατά της «κατασκήνωσης». Επίσης, δημιουργούνται «ελεύθερα από συμμορίες πάρκα», όπου έχει ποινικοποιηθεί η αλήθ συμμετοχή σε κάποια ομάδα. Το συνολικό επιχείρημα του Davis συνίσταται στο ότι ένα πλέγμα παραγόντων, από την αστυνομία, τον κρατικό αστικό σχεδιασμό, την αρχιτεκτονική, τις δυνάμεις της αγοράς, μέχρι τις φοβίες και το ρατσισμό των μεσαίων τάξεων, προωθεί την στρατιωτικοποίηση του τοπίου εντείνοντας την «κοινωνική πόλωση και το χωρικό apartheid».

²⁵ H.Lefebvre, *Δικαίωμα στην πόλη-Χώρος και πολιτική* μετ.Π.Τουρνικιώτης-Κ.Λωράν, εισ. Στ.Σταυρίδης, Κουκίδα, Αθήνα 2007, σελ.285.

²⁶ Α.Λεφέβρ, «Ο χώρος σε κομμάτια» στο Α.Λεφέβρ, *Μηδενισμός και αμφισβήτηση*, μετ.Α.Τρουλινού, Ύψιλον, Αθήνα 1990, σελ.109-15. Ο Λεφέβρ προσεγγίζει την παραγωγή του χώρου και ως αναπαραγωγή των σχέσεων παραγωγής. Υποστηρίζει ότι «οι παραγωγικές δυνάμεις, οι τεχνικές, οι γνώσεις μπορούν στο εξής να μεταβάλλουν βαθιά το χώρο: να τον παράγουν. Αυτό που λέω σημαίνει ότι τόσο η πολιτική των εναέριων μεταφορών, όσο και η πληροφορική ή η κατασκευή των αυτοκινητοδρόμων, όλων των ειδών οι σύγχρονες τεχνικές, δεν υπεισέρχονται πια ακριβώς στην παραγωγή με την κλασική της έννοια, δηλαδή στην παραγωγή πραγμάτων και αγαθών. Κοντολογίς, πρέπει να λάβουμε υπόψη μια νέα κλίμακα και μια καινούρια τροπικότητα της παραγωγής, την παραγωγή του χώρου.[...]η παραγωγή του χώρου δεν είναι μια οποιαδήποτε παραγωγή, προσθέτει κάτι αποφασιστικό στην παραγωγή, είναι επίσης αναπαραγωγή των σχέσεων παραγωγής.[...]Μέσα σ’ αυτήν την αναπαραγωγή των σχέσεων παραγωγής υπεισέρχονται για μένα ταυτοχρόνως η καθημερινότητα, το αστικό, δηλαδή η ελπινατακτοποίηση της πόλης με το κέντρο να ελέγχει τις περιφέρειες, η παραγωγή ενός χώρου ιεραρχημένου, λειτουργικοποιημένου, μέσω μιας αλυσίδας τοποθέτησης των ομάδων και των λειτουργιών, ενός χώρου αυστηρά ελεγχόμενου εκ των άνω.»

Η D.Massey επιχειρεί να προβληματοποιήσει τη νεωτερική γεωγραφική φαντασία του χώρου τόσο σχετικά με τους προνεωτερικούς απομονωμένους πολιτισμικά τόπους όσο και με την πρόσληψη του νεωτερικού χώρου ως «ομαλή επιφάνεια» προς κατάκτηση.²⁷ Όσον αφορά την προνεωτερική συνθήκη υποστηρίζει ότι οι χώροι-τόποι ή αλλιώς οι τοπικές κοινωνίες δεν ήταν σχεδόν ποτέ απομονωμένες πολιτισμικά αλλά συγκροτούσαν την ταυτότητά τους μέσω της αλληλεπίδρασης και του συσχετισμού.²⁸ Κατά τη Massey η νεωτερική φαντασιακή σύλληψη του χώρου ως μια επίπεδη επιφάνεια κυριάρχησε και στην κοινωνική θεωρία. Η φαντασία αυτή του χώρου παραγνωρίζει αφενός την πολυπλοκότητα και πολλαπλότητα των «τροχιών» που μπορεί να συνυπάρχουν σε μια συγκεκριμένη εποχή και αφετέρου συμβάλλει στην κυριάρχηση μιας αφήγησης του χρόνου (της Δύσης) ως σταδιακής ανάπτυξης και «πρόόδου». Υπό αυτή την οπτική ακόμα και η αναγνώριση των χωρικών διαφορών ερμηνεύονται ως στάδια καθυστερημένης ανάπτυξης («χρονική κλήση του χώρου»).²⁹ Η Massey προτάσσει την χωρικοποίηση της νεωτερικότητας, δηλαδή την εκ νέου αφήγηση της ιστορίας της νεωτερικότητας, προκειμένου να αναγνωριστούν, να «ακουσθούν» οι άλλες φωνές, να αναδυθούν οι πολλαπλοί τροπισμοί του χώρου και του χρόνου που μπορούν να συνυπάρχουν σε μια συνθήκη. Με άλλα λόγια κρίνει αναγκαίο να αναγνωριστεί και να μελετηθεί η χωρική και χρονική ετερογένεια, θέτοντας με αυτόν τον τρόπο το χώρο και το χρόνο ως ανοιχτά, «επίδικα» αντικείμενα κοινωνικής κατασκευής και όχι ως κλειστά, προδιαγεγραμμένα και μονολιτικά σχήματα.

²⁷ D.Massey, *Για το χώρο*, μετ.Ι.Μπιπλή, διόρθ.Γ.Παπαχρήστου, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2008, σελ.110. Η Massey υποστηρίζει ότι η χωρικοποίηση της ιστορίας της νεωτερικότητας έχει ως στόχο τον επαναπροσδιορισμό της νεωτερικότητας και της επαν-αφήγησης της από διαφορετική σκοπιά προκειμένου να προβληματιστούν οι προϋποθέσεις και οι συνέπειες της ευρωπαϊκής ιδεολογικής και πολιτικής ηγεμονίας της. Η χωρικοποίηση της ιστορίας της νεωτερικότητας «αποτελεί μια απομάκρυνση από τη φαντασία του χώρου ως μιας συνεχούς επιφάνειας την οποία δισχίζει ο αποικιοκράτης, ο μόνος ενεργός φορέας, ώστε να βρει απλώς το 'εκεί' που πρόκειται να αποικιοποιηθεί. Πρόκειται για το χώρο όχι ως μια ομαλή επιφάνεια αλλά ως σφαίρα της συνύπαρξης μιας πολλαπλότητας τροχιών.»

²⁸ D.Massey, *Για το χώρο*, όπ.π., σελ.117-8.

²⁹ D.Massey, *Για το χώρο*, όπ.π., σελ.123. Η Massey με τη φράση «χρονική κλήση του χώρου» εννοεί ότι οι διάφορες μορφές του χώρου δεν ερμηνεύονται ως πολλαπλές αφηγήσεις και διαφορετικές κοινωνικές κατασκευές αλλά ως στάδια μιας ήδη προδιαγεγραμμένης ιστορικής εξέλιξης. Αναφέρει συγκεκριμένα ότι «οι πολλαπλότητες του χωρικού χαρακτηρίστηκαν ως απλά στάδια στη χρονική σειρά. Πρόκειται για μια παράδοση νίκης του χρόνου επάνω στο χώρο.[...] Σε αυτούς τους διαλόγους για τη νεωτερικότητα διατυπώθηκε μια ιστορία, όπου οι 'προηγμένες' χώρες/άνθρωποι/πολιτισμοί ηγούνταν. Υπήρξε μόνο μια ιστορία. Η πραγματική σημασία της χωρικότητας, η πιθανότητα για πολλαπλές αφηγήσεις, εξαφανίστηκε. Η ρύθμιση του κόσμου σε μια μοναδική τροχιά, μέσα από τη χρονική κλήση του χώρου, ήταν, και παραμένει ακόμη, ένας τρόπος άρνησης για επίκληση της ουσιαστικής πολλαπλότητας του χωρικού. Είναι η επιβολή μιας μοναδικής καθολικής αρχής.»

Με το να γίνεται λόγος προηγουμένως για ενοποίηση του χρόνου και του χώρου φαίνεται να προκύπτει μια αντιφάση με τις θεωρητικές προτάσεις της Massey για την συνύπαρξη πολλαπλότητας χωρικοτήτων και χρονικοτήτων κατά τη νεωτερική συνθήκη. Αναμφίβολα η ενοποίηση του χρόνου και του χώρου συνιστούν αναπαραστάσεις της γεωγραφικής φαντασίας της νεωτερικής ηγεμονικής Δύσης. Και σίγουρα υπήρξαν αντιστάσεις στις στρατηγικές αυτές ενοποίησης του χρόνου και του χώρου τόσο στον ευρωπαϊκό μητροπολιτικό χώρο όσο και στους αποικιοκρατούμενους χώρους. Αυτό, όμως, που θέλουμε να αναδείξουμε σε αυτό το κεφάλαιο είναι το πώς αυτές οι αναπαραστάσεις του νεωτερικού καπιταλιστικού και εθνοκρατικού φαντασιακού παρήγαγαν το χώρο και θέσμισαν το χρόνο. Με άλλα λόγια η ενοποίηση του χρόνου και του χώρου συνιστούσαν δεσπόμενες αναπαραστάσεις του νεωτερικού φαντασιακού και επιδιώξεις του εθνοκρατικού μορφώματος και του καπιταλιστικού συστήματος και ως τέτοιες κατόρθωσαν σε μεγάλο βαθμό (μέσω αντιστάσεων και συγκρούσεων βέβαια) να οργανώσουν και να διευθετήσουν τον κοινωνικό χώρο και χρόνο.

1.3. Ύστερη νεωτερικότητα: ο χώρος των ροών, οι μη-τόποι και η επιστροφή του τόπου

Η διεθνοποίηση του κεφαλαίου, η μετάβαση από την κείνσιανή στη νεοφιλελεύθερη συνθήκη σε συνδυασμό με την περαιτέρω ανάπτυξη των τεχνολογιών της επικοινωνίας, των μεταφορικών μέσων και της πληροφορικής επέφεραν μετασχηματισμούς στον τρόπο οργάνωσης του χώρου (πλανητικού, αστικού) και του χρόνου και αντίστοιχα στην αντίληψη και την εμπειρία αυτών από τα υποκείμενα στην ύστερη νεωτερική συνθήκη.

Ο P. Virilio κάνει λόγο για τη *διάκλειση* και *μινιατουροποίηση* του πλανήτη, προκειμένου να περιγράψει και να αναλύσει τον πλανητικά δικτυωμένο χώρο που συγκροτείται μέσω δικτύων επικοινωνίας και μεταφοράς. Οι ανταλλαγές συμβολικού περιεχομένου, πληροφοριών πραγματοποιούνται σε παγκόσμια εμβέλεια και σχεδόν σε ακαριαίο χρόνο. Στο κεφάλαιο του βιβλίου του *Πανικόβλητη πόλη-Το αλλού αρχίζει εδώ* με τίτλο «Το λυκόφως των τόπων» επισημαίνει το μετασχηματισμό της εμπειρίας του χωροχρόνου λέγοντας ότι «η αργή μινιατουροποίηση των διαστάσεων του γήινου ενδιαίτηματος, μαζί με τη διαρκή επιτάχυνση όλων των διαδρομών, είναι μια ύπουλη μορφή της ερημοποίησης του κόσμου, μια μορφή γενικώς αντιληπτή σαν 'πρόοδος'»

συγχρόνως τεχνική και πολιτική που πλησιάζει τους ανθρώπους, τις μακρινές κουλτούρες, εκμηδενίζοντας, ή σχεδόν, τις αποστάσεις, τις προθεσμίες».³⁰

Ο Μ.Castells αναφέρεται σε μια νέα χωρική μορφή το «χώρο των ροών». Σύμφωνα με τον Castells, η κοινωνία (κοινωνικές σχέσεις, επαφές, διαδικασίες, ανταλλαγές) χαρακτηρίζεται και διαμορφώνεται από συνεχείς ροές ανθρώπων, κεφαλαίων, πληροφοριών, εικόνων, ήχων, συμβόλων. Ως ροές ορίζονται «οι επαναλήψιμες και οργανωμένες ανταλλαγές μεταξύ φυσικά/χωρικά ασύνδετων θέσεων, που έχουν κοινωνικοί δρώντες στις οικονομικές, πολιτικές, συμβολικές δομές της κοινωνίας».³¹ Ο χώρος των ροών συνιστά αυτό το πλανητικό δίκτυο επικοινωνίας, το οποίο δομικά είναι άτοπο, καθώς βασίζεται σε ηλεκτρονικά δίκτυα επικοινωνίας, αλλά συνδέει συγκεκριμένα μέρη σε όλο τον κόσμο.

Η νοητική, εικονική και τεχνική δικτύωση του χώρου, ο οποίος διατρέχεται από ροές «δεδομένων» μεταξύ των κόμβων αυτού του δικτύου, έχει και τη χωροτακτική μεταφορά, έκφρασή του με το μοντέλο (αποδι-)άρθρωσης του αστικού ιστού της «μετάπολης».³² Μεγάλοι άξονες σταθερής τροχιάς, δημιουργία υπόκεντρων-κόμβων, συμπλεγμάτων οικιστικής, επαγγελματικής, εμπορικής δραστηριότητας περιγράφουν μια νέα αστική συνθήκη, η οποία χαρακτηρίζεται όχι από ένα αστικό κέντρο αλλά μάλλον από νησίδες ανάπτυξης, συγκέντρωσης λειτουργιών και δυνατοτήτων πρόσβασης σε χρήσεις και πληροφορία και ταυτόχρονα από νησίδες υπανάπτυξης. Η διεθνοποίηση του κεφαλαίου, οι νέες παραγωγικές τεχνολογίες και οι κρατικές και υπερεθνικές πολιτικές επιφέρουν έναν νέο καταμερισμό της οικονομικής, πολιτικής και πολιτιστικής ισχύος, ο οποίος συνεπάγεται και την χωρική αναδιάρθρωση στο εκάστοτε αστικό τοπίο και στο πλανητικό.

³⁰ Π.Βιρλιό, *Πανικόβλητη πόλη-το αλλού αρχίζει εδώ*, μετ. Β.Τομανάς, Νησίδες, Θεσσαλονίκη 2004, σελ.89.

³¹ Μ.Castells, *The rise of the network society*, Blackwell Publishers, 1997, σελ.412. Για τον Castells, η διεύθυνση των κοινωνικών σχέσεων, των ανταλλαγών και του χώρου με τη μορφή των ροών –μέσω της τεχνολογίας– συνιστά μια οργάνωση και παραγωγή του χώρου και της εμπειρίας αυτού και των κοινωνικών σχέσεων που ελέγχεται από τα κυρίαρχα συμφέροντα των οικονομικών ελίτ. Και αυτό γιατί με την αντικατάσταση του «τόπου» από το «χώρο των ροών» ως πεδίο των κοινωνικών σχέσεων προωθείται η εμπειρία ενός απροσδιόριστου κοινωνικο-ιστορικού και πολιτισμικού χωροχρόνου, γεγονός που επιτρέπει την επικράτηση μιας κυρίαρχης συνεκτικής αναπαράστασης των ελίτ που κινούνται και ελέγχουν αυτό το πεδίο των ροών έναντι μιας κερματισμένης συνείδησης των κυριαρχούμενων, οι οποίοι έχουν στερηθεί την εμπειρία του τόπου ως του άμεσου, ιστορικού, κοινωνικού και από κοινού κατασκευασμένου χώρου.

³² Βλ. Β.Ιωάννου-Ν.Δ.Πολυχρονόπουλος, « "Metapolis"- Αποκλίσεις και μεταφορές στην πόλη της Αθήνας» στο Δ.Οικονόμου-Γ.Μ.Σαρηγιάννης-Κ.Σερράος (επιμέλεια) *Πόλη και Χώρος από τον 20^ο στον 21^ο αιώνα: Τιμητικός τόμος για τον καθηγητή Α.Ι.Αραβαντινό*, Ε.Μ.Π.-Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας-ΣΕΠΟΧ, Αθήνα 2004, σελ.205-15.

Ο Μ. Augé εντοπίζει τρία βασικά χαρακτηριστικά της σύγχρονης «υπερνεωτερικής συνθήκης»: α) την πληθώρα πληροφοριών και γεγονότων, β) τη συρρίκνωση του χώρου και γ) την επικράτηση των ατομικών αναφορών. Εντός αυτής της συνθήκης αναδύονται οι λεγόμενοι «μη-τόποι» ('non-places'). Σύμφωνα με τον Augé οι «μη-τόποι» είναι αυτοί οι πραγματικοί χώροι, στους οποίους δεν ευνοούνται οι συμβολικές σχέσεις με τον εαυτό, τους άλλους και την κοινή ιστορία των ανθρώπων.³³ Οι αυτοκινητόδρομοι (highways)³⁴, οι αίθουσες αναμονής στους εναέριους και σιδηροδρομικούς σταθμούς, τα σουπερμάρκετ, τα εμπορικά κέντρα, τα αεροπορικά ταξίδια και οι μετακινήσεις με τρένα υψηλών ταχυτήτων συνιστούν ενδεικτικούς μη-τόπους, καθώς οι χώροι αυτοί διαμορφώνονται έτσι ώστε να εξυπηρετούν συγκεκριμένους σκοπούς (μεταφορά, εμπόριο, αναψυχή) και οι σχέσεις των ατόμων αναφέρονται σε αυτές τις τελικότητες και όχι στην μεταξύ τους αλληλόδραση.³⁵

Σε αυτή τη συνθήκη της κοινωνίας των δικτύων, των μη-τόπων, των επιταχυνόμενων ροών πληροφοριών, εικόνων σε πλανητικό επίπεδο και με σχεδόν μηδενική τριβή (εξάλειψη απόστασης και χρόνου) ο χώρος οργανώνεται, εικονοποιείται και βιώνεται ως ένα πεδίο πλανητικά δικτυωμένο και συνολοποιημένο, προσβάσιμο, σε μεγάλο βαθμό οικείο, το οποίο έχει απολέσει κάθε (ιστορική) ιδιομορφία του και ορίζεται πια από τις ροές εικόνων, πληροφοριών, συμβόλων,

³³ Μ. Augé, *Για μια ανθρωπολογία των σύγχρονων κόσμων*, μετ. Δ. Σαραφίδου, εισ. και επιμ. Ε. Ρίκου, Αλεξάνδρεια, Αθήνα 1999, σελ. 157. Ο Augé ορίζει τον τόπο ως το χώρο που μπορεί να οριστεί ως «ταυτοποιητικός (υπό την έννοια ότι ορισμένα άτομα μπορούν να αναγνωρίσουν σε αυτόν και να ορίσουν τον εαυτό τους μέσα από αυτόν), σχεσιακός (υπό την έννοια ότι τα ίδια τούτα άτομα μπορούν να διαβάσουν σε αυτόν τη σχέση που τα συνδέει μεταξύ τους) και ιστορικός (υπό την έννοια ότι οι χρήστες του χώρου μπορούν να ξαναβρούν σε αυτόν τα ποικίλα ίχνη μιας παλιότερης εγκατάστασης, το σημάδι μιας διαδοχής).»

³⁴ Θ. Βλαστός-Δ. Μηλάκης, *Πολεοδομία VS Μεταφορές: Από την απόκλιση στη σύγκλιση*, Ευρωπαϊκή Επιτροπή Γενική Διεύθυνση Έρευνας-Οργανισμός Ρυθμιστικού Σχεδίου & Προστασίας Περιβάλλοντος Αθήνας –Ε.Μ.Π.-Σ.Α.Τ.Μ., Τομέας Γεωγραφίας & Περιφερειακού Σχεδιασμού, Αθήνα 2006, σελ. 24. Οι συγγραφείς υποστηρίζουν ότι το τουριστικό κίνημα έδωσε την «φανταστική» ώθηση στην κατασκευή μεγάλων συγκοινωνιακών αξόνων και συνέβαλε στη μυθοποίηση του αυτοκινήτου και γενικά της ταχύτητας. Ο εκθειασμός της ταχύτητας και το ξεπέραςμα των ορίων της παράδοσης και του ίδιου του παραδοσιακού αστικού χώρου συνδεόταν με τις τουριστικές ιδέες για την πρόοδο, την αναζήτηση του νοήματος στην άμεση καθημερινή εμπειρία, την κοινωνική επανάσταση. Οι συγγραφείς της έρευνας αυτής κάνουν λόγο για τη μετατόπιση από τον αντικειμενικό χρόνο στον ατομικό κατά την εμπειρία της οδήγησης σε μεγάλες ταχύτητες. Επικαλούνται μια φράση του F.T. Marinetti ('η ταχύτητα μετατρέπει σε υποκειμενικές τις αξίες του χώρου και του χρόνου. Κατά συνέπεια της σκλαβιάς, και τελικά της ακυρώσεως... Ο χώρος και ο χρόνος πέθαναν χτες') κάνουν λόγο για μια νέα υποκειμενική τάξη του χώρου και του χρόνου η οποία διέπει την εμπειρία της ταχείας κίνησης. Αναφέρουν ότι: «Ο καθένας γίνεται κύριος και δημιουργός της δικής του πραγματικότητας. Πρόκειται για μια παράξενη εκδοχή της αστικής δημοκρατίας. Αυτή η σχετικοποίηση βρίσκεται στη βάση της αποκαθάρσεως της πόλης και της απογύμνωσής της σε αντικείμενο αποκλειστικά εμπορικού ενδιαφέροντος, άδαιο από σημασίες και συμβολισμούς. Η άρνηση του χρόνου είναι άρνηση παρελθόντος και μέλλοντος. Είναι άρνηση της πόλης, άρνηση της μνήμης, της επίσημης και της καθημερινής ιστορίας των ανθρώπων.»

³⁵ Μ. Augé, *non-places – introduction to an anthropology of supermodernity*, Verso, 1995, σελ. 94.

γεγονότων. Το θέαμα είναι αυτό που ορίζει το χώρο υλικά και συμβολικά και επομένως την εμπειρία αυτού. Σε μια τέτοια συνθήκη, λοιπόν, ο (ιστορικός) χώρος μπορεί να καταργείται μέσα στη διαδικασία συνολοποίησής του αλλά ταυτόχρονα επανέρχεται η έννοια του τόπου, προσδιορισμένη πολλές φορές με τους όρους του οικουμενικού θεαματικού. Ο Augé αναφέρει ότι «ο οικουμενικός κόσμος προϋποθέτει, τουλάχιστον θεωρητικά, την απάλειψη των συνόρων και των αμφισβητήσεων προς όφελος ενός δικτύου άμεσης επικοινωνίας. Αυτή η κατάργηση των συνόρων, που θα μπορούσε να ιδωθεί ως κατάργηση του χρόνου, αναδείχθηκε χάριν της τεχνολογίας της εικόνας και της διευθέτησης του χώρου. Οι χώροι διακίνησης, κατανάλωσης και επικοινωνίας πολλαπλασιάζονται πάνω στον πλανήτη, καθιστώντας ορατή την ύπαρξη του δικτύου».³⁶

Αν ο επιταχυνόμενος χρόνος και η υπαγωγή των κοινωνικών σχέσεων στην εθνοκρατική διευθέτηση και την καπιταλιστική αγορά συνέβαλαν στην κατάργηση των ιδιομορφιών του χώρου και του τόπου στην νεωτερική εποχή, στην υστερονεωτερική εποχή αφενός η έμπειρία του χρόνου βρίσκεται εντός μιας συνθήκης *ακαριαιότητας* (Virilio)³⁷, στιγμιότητας, αφετέρου στους νέους αυτούς τόπους φαίνεται, όπως παρατηρεί η S.Zukin, ο χώρος να καταργεί το χρόνο, την ιστορία.³⁸ Η κατάργηση του ιστορικού χρόνου, ως του χρόνου της ιστορικής κίνησης της κοινωνίας, δηλαδή των αντιφάσεων, των διακρίσεων, των συγκρούσεων, των ρήξεων, της ασυνέχειας, των ανταγωνισμών, της θέσμησης παρατηρείται τόσο στους άχρονους εμπορικούς πολυχώρους της θεαματικής κατανάλωσης όσο και στους λεγόμενους «τόπους νοσταλγίας», όπου ο χώρος αναπλάθεται, σκηνοθετείται προκειμένου να

³⁶ Μ.Αυγέ, *Πού χάθηκε το μέλλον*, μετ. Ε.Τσελέντη, επιμ. Σ.Ρηγοπούλου, Πολύτροπον, Αθήνα 2008, σελ.39.

³⁷ Π.Βιρλιό, *Πανικόβλητη πόλη –Το αλλού αρχίζει εδώ*, ό.π., σελ.60. Ο Π.Βιρλιό αναφέρει χαρακτηριστικά: «Στη σχετική ταχύτητα της μεταφοράς και της μετατόπισης των σωμάτων, των εμπορευμάτων: εδαφική κατάκτηση της έκτασης του πραγματικού χώρου της γεωφυσικής. Στην απόλυτη ταχύτητα της διαβίβασης μηνυμάτων της διαδραστικότητας: κατάκτηση της μη εκτατικής ακαριαιότητας του πραγματικού χρόνου.»

³⁸ S.Zukin. «Postmodern urban landscapes: mapping culture and power», στο S.Lash και J.Friedman (επιμ.) *Modernity and identity*, Blackwell, Oxford 1992, σελ.240. Η Zukin χρησιμοποιεί το εννοιολογικό εργαλείο του «τοπίου» ('landscape') με την έννοια του τοπίου ως μια χωρική τάξη κοινωνικής κατασκευασμένη και ορισμένη από τους κυρίαρχους κοινωνικούς θεσμούς. Αναφερόμενη στις κατασκευές νέων αστικών χώρων-τοπίων και αντίστοιχων κοινωνικο-χωρικών ταυτοτήτων, όπως αναπλάσεις αστικών περιοχών, δημιουργία προαστιακών και εξω-αστικών ('exurban') περιοχών, θεματικών πάρκων (βλ. Disney World), συμπεραίνει μέσα σε άλλα και το ότι «όπως το 19^ο αιώνα το εμπόριο και η βιομηχανική παραγωγή επέφεραν την εκμηδένιση του χώρου μέσω του χρόνου, έτσι έχει εκμηδενιστεί ο χρόνος από το χώρο με τη διαδικασία του «αστικού εποικισμού» ('gentrification') και του Disney World.». Επίσης βλ. Π.Βιρλιό, *Πανικόβλητη πόλη –Το αλλού αρχίζει εδώ*, ό.π., σελ.56-8, όπου ο Βιρλιό κάνει λόγο για μια μετατόπιση, παλινδρόμηση, όπως λέει χαρακτηριστικά, από την κοσμοπολίτικη πόλη στην πόλη-κράτος, δηλαδή χωρικές μορφές κλειστών χώρων-τόπων – «κλειστόπολη»- στους οποίους αναζητείται η εμπειρία της ασφάλειας, της αυτάρκειας μικρόκοσμων πέρα και απέναντι από κάθε εμπειρία και αναφορά της ιστορικής κοινωνικής πραγματικότητας.

προσφέρει μια προσομοιωτικής τάξης εμπειρία ενός απολεσθέντος ιδανικού παρελθόντος.³⁹

Η έννοια, λοιπόν, του τόπου επανέρχεται στην υστερο-νεωτερική συνθήκη, με τη μορφή χώρων-τόπων οριοθετημένων, ελεγχόμενων, ρυθμισμένων, ταυτοποιητικών. Περιφραγμένες κοινότητες μεσαίων και ανώτερων κοινωνικών στρωμάτων, εμπορικοί πολυχώροι (malls), πάρκα αναψυχής, ανάπλαση αστικών περιοχών (gentrification, pedestrian shopping mall⁴⁰), θεματικά πάρκα (πάρκα με συγκεκριμένο θεματικό χαρακτήρα –κυρίως ψυχαγωγικό)⁴¹ συνιστούν νέους τόπους, οι οποίοι προτείνουν μια νέα εμπειρία του χώρου και του χρόνου.⁴²

³⁹ Αυτοί οι τόποι νοσταλγίας μπορούν να εντοπιστούν στα προσομοιωτικά αστικά περιβάλλοντα σε εμπορικά κέντρα (προσομοιώσεις κεντρικών ευρωπαϊκών αστικών περιοχών), στις αναπλάσεις αστικών περιοχών με σκοπό την ανάδειξη της ιστορικής ιδιαιτερότητας και τοπικότητας, στον οικουρισμό που αναζητά την κατασκευή «αυθεντικών εικόνων της φύσης». Η κατασκευή αυτών των τόπων νοσταλγίας γίνεται συνήθως στα πλαίσια ενός «μάρκετινγκ του τόπου», όπου διασταυρώνονται η μεντιακή προβολή των συμβολισμών του χώρου, κεφαλαιακή επένδυση, οι δημοτικές και κρατικές επιδιώξεις και πολιτικές, η πολιτιστική διαχείριση (διοργάνωση φεστιβάλ, αναβίωση εθίμων, εκθέσεων, συναυλιών, συνεδρίων) και η υλική και πολιτική –χωροταξική, αρχιτεκτονική, διακοσμητική, ελεγκτική-παρέμβαση στο χώρο. Το κοινό χαρακτηριστικό αυτών των παρεμβάσεων και διαχειρίσεων του χώρου είναι ότι ο τόπος υψάζεται σε σκηνοθεσία που στοχεύει στην αισθητική απόλαυση και κατανάλωση των καταναλωτών-επισκεπτών-τουριστών και στην απόσπαση του χωροχρόνου και της εμπειρίας αυτού από την ιστορική, παραγωγική και κοινωνική πραγματικότητα του κάθε χώρου. Οι αναπλάσεις αυτές προσανατολισμένες στην αναψυχή, τον τουρισμό και στην κατανάλωση του τόπου προσφέρουν «πακέτα τόπων» τα οποία διατρέχονται από μια ακινητοποιημένη στο παρελθόν, ανασκευασμένη, καθαμένη από ρήξεις χρονικότητα. Σχετικά βλ. D.Stevenson, *Πόλεις και αστικοί πολιτισμοί*, όπ.π., σελ.156-9 και Β.Ντισιάκος, *Χτίζοντας το χώρο και το χρόνο*, Οδυσσεάς, Αθήνα 2003, σελ.74-5 και 80-3.

⁴⁰ M.Crawford, «The world in a shopping mall», στο M.Sorkin (επιμ.και πρόλ.) *Variations on a theme Park*, Hill and Wang, New York 1992, σελ.28-9. Η Crawford αναφέρεται σε ανακατασκευές κεντρικών δρόμων ως pedestrian shopping mall, δηλαδή αστικές κεντρικές περιοχές σχεδιάζονται σε πεζόδρομες ζώνες που συγκεντρώνουν εμπορικά καταστήματα και υποστηρικτικές χρήσεις, όπως καφέ, εστιατόρια. Τα μνημεία που μπορεί να βρίσκονται στο αστικό τοπίο μετατρέπονται σε πολιτισμικές «άγκυρες» ('cultural anchors'). Συγκεκριμένα αναφέρει ότι «καθώς οι πεζόδρομες ζώνες φέρνουν περισσότερους αγοραστές στο κέντρο και μεγαλύτερα κέρδη ελκύουν εθνικές αλυσίδες μαγαζιών πολυτελείας, και τα μαγαζιά για τις καθημερινές ανάγκες αντικαθίστανται από μπουτίκ που πουλάνε επώνυμα ρούχα, κοσμήματα και δώρα.»

⁴¹ Βλ.σχετικά με τα θεματικά πάρκα Ε.Μίχα, «Θεματικές παρεμβάσεις στην πόλη: χαρακτηριστικά και συνέπειες», στο *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών* Β'2007, 123, ΕΚΚΕ, σελ.3-29.

⁴² M.Savage-A.Warde, *Αστική κοινωνιολογία, Καπιταλισμός και Νεωτερικότητα*, μετ.Ι.Μημπλή, εισ. και επιστ. επιμ. Ι.Ψημμένος, Παπαζήσης, Αθήνα 2005, σελ.252-262, όπου γίνεται αναφορά στους «νέους αστικούς χώρους» ως χώροι που ενσαρκώνουν συμβολικό κεφάλαιο, δηλαδή ευκαιρίες κοινωνικής διαφοροποίησης. Επίσης σχετικά βλ. D.Stevenson, *Πόλεις και αστικοί πολιτισμοί*, μετ. Ι.Πεντάζου, πρόλ. και επιστ. επιμ. Γ.Γιαννιτσιώτης, Κριτική, Αθήνα 2007, σελ.140-7, όπου συζητείται η κριτική του μεταμοντερνισμού στον μοντερνισμό και η στροφή της αρχιτεκτονικής και του αστικού σχεδιασμού στην ανάζητηση της τοπικότητας και της ιδιαιτερότητας μέσα από εγχειρήματα που καθιστούν το αστικό τοπίο θεματικό. Επίσης στο M.Crawford, «The world in shopping mall», στο M.Sorkin (επιμ.και πρόλ.) *Variations on a theme Park*, Hill and Wang, New York 1992, σελ.6. Μπροστά στην επιδίωξη των μεγαδομών των shopping malls να αποτελέσουν αντάρκειες μικρόκοσμους φιλοξενώντας ποικίλες χρήσεις και αστικές λειτουργίες, η Crawford ισχυρίζεται ότι με αυτό τον τρόπο «υπονοείται η πιθανότητα ο ενοποιημένος κόσμος των προνεωτερικών χρόνων να ξαναδημιουργηθεί με τη μεσολάβηση της κατανάλωσης». Πρόκειται όπως αναφέρει χαρακτηριστικά για μια ειρωνική αντιστροφή ουτοπικών σχεδίων του 19^{ου} αιώνα του Fourier και του Owen.

Το τοπικό αναδύεται εντός του οικουμενικού με τους δικούς του όρους και για αυτό ακριβώς το λόγο γίνεται αποδεκτό, καθώς το πάγωμα της ιστορικής κίνησης σε αυτούς τους νέους χώρους-τόπους διασφαλίζει με διαφορετικούς τρόπους την υπάρχουσα κοινωνική συνθήκη ή αλλιώς την ισχύ του θεάματος να ορίζει μέσω του οικουμενικού δικτύου τις κοινωνικές σχέσεις και την εμπειρία.⁴³ Συνάμα, το τοπικό που αντιστέκεται ή/και ορίζεται ως επικίνδυνο, εχθρικό, ανήθικο από τον κυρίαρχο λόγο εμφανίζεται εκτός του οικουμενικού, του συνολικού ή αλλιώς «εκτός δικτύου». Το τοπικό γίνεται το εξωτερικό και το συνολοποιημένο παγκόσμιο με τους κυρίαρχους ορισμούς το εσωτερικό, όπως έχει υποστηρίξει ο Virilio.⁴⁴

Αν ο χώρος των ροών, το δίκτυο προωθεί μια από-ιστορικοποιημένη αντίληψη και εμπειρία του χώρου, είτε εργαλειακή (δίκτυα επικοινωνίας, μεταφοράς και πληροφορίας) ή/και θεαματική (μέντια, τουρισμός), οι νέοι αυτοί χώροι-τόποι έρχονται να εντοπίσουν, να εδαφικοποιήσουν τον άχρονο, ανιστορικό χώρο.

2. Αρχιτεκτονική και αισθητική μορφή

Ένα πλέγμα παραγόντων συμβάλλουν στη διαμόρφωση του κοινωνικού χώρου, η πολεοδομία (μακροεπίπεδο), η αρχιτεκτονική (μικροεπίπεδο), οι ιδεολογίες και αναπαραστάσεις, πολιτικές στρατηγικές, κοινωνικές δράσεις, σχέσεις, αντιστάσεις, οικονομικές επιδιώξεις, συμφέροντα, επενδύσεις και εν γένει το χρήμα.⁴⁵

Όσον αφορά την αρχιτεκτονική, αυτή συνιστά ένα εργαλείο, μια τεχνική διαμόρφωσης του κοινωνικού χώρου, δηλαδή του χώρου που εμπεριέχει πράγματα («δημιουργήματα» και «προϊόντα») και κοινωνικές σχέσεις.⁴⁶ Ο ρόλος της

⁴³ M.Augé, *Πού χάθηκε το μέλλον*, όπ.π., σελ. 37-40, όπου αναφέρει ο συγγραφέας ότι «η σημερινή οικουμενικότητα είναι μια οικουμενικότητα δικτύων, που έχει ως αποτέλεσμα την ομογενοποίηση αλλά και τον αποκλεισμό.[...]Οι χώροι διακίνησης, κατανάλωσης κι επικοινωνίας πολλαπλασιάζονται πάνω στον πλανήτη, καθιστώντας ορατή την ύπαρξη του δικτύου. Η ιστορία (η απομάκρυνση στο χρόνο) έχει παγιωθεί στις ποικίλες αναπαραστάσεις που την καθιστούν ένα θέμα για το παρόν και ειδικότερα για τους τουρίστες που ταξιδεύουν στον κόσμο. Η πολιτισμική και γεωγραφική απομάκρυνση (η απομάκρυνση στο χώρο) έχει την ίδια τύχη. Ο εξωτισμός, που ήταν πάντοτε ψευδαίσθηση, γίνεται άκρως παραπλανητικός από τη στιγμή που προβάλλεται. Οι ίδιες ξενοδοχειακές αλυσίδες, τα ίδια τηλεοπτικά κανάλια συσφίγγουν την υδρόγειο, δημιουργώντας την εντύπωση ότι ο κόσμος είναι ομοιογενής, παντού ο ίδιος, και ότι μόνο τα θέαμα αλλάζουν, όπως στο Μπρόντγουεϊ ή στην Ντίσνεϊλαντ. Το βασίλειο της εικόνας, ενισχυόμενο από την ανάπτυξη των δικτύων επικοινωνίας, ενισχύει τον υπερβολικά ρεαλιστικό χαρακτήρα του συστήματος, για να χρησιμοποιήσουμε την έκφραση του Ουμπέρτο Έκο [Umberto Eco], και συγχέει ταυτόχρονα το πραγματικό με το φανταστικό. Όλα είναι θέαμα μέσα στο σύστημα, αλλά η πρόσβαση στο θέαμα ταντίζεται με την κορύφωση της κατανάλωσης.»

⁴⁴ Π.Βιρλιό, *Πανικόβλητη πόλη –Το αλλού αρχίζει εδώ*, όπ.π., σελ 62-4.

⁴⁵ H.Lefebvre, *The production of space*, όπ.π., σελ.77.

⁴⁶ H.Lefebvre, *The production of space*, όπ.π., σελ.70. Ο Lefebvre κάνει τη διάκριση μεταξύ δημιουργήματος/έργου (“work”) ως κάτι μοναδικό και αναντικατάστατο και προϊόντος (“product”) το οποίο μπορεί να αναπαραχθεί επακριβώς με επαναλαμβανόμενες χειρονομιές.

αρχιτεκτονικής στη διαμόρφωση του χώρου εντοπίζεται σε δυο επίπεδα: 1) στην αισθητική του δομημένου περιβάλλοντος και 2) στη διευθέτηση των κοινωνικών λειτουργιών και σχέσεων εντός του χώρου.

2.1. Μοντέρνα αρχιτεκτονική

Το μοντέρνο κίνημα στον αρχιτεκτονικό και αστικό σχεδιασμό εμφανίζεται στα τέλη του 19^{ου} αιώνα και στις αρχές του 20^{ου} ως μια νέα οργανωτική (του χώρου) και αισθητική πρόταση. Ο μοντερνισμός ως ρήξη με το ιστορικό παρελθόν και ως έκφραση καινοτομίας στο πεδίο της αρχιτεκτονικής κηρύσσει –περισσότερο στο επίπεδο της θεωρίας και όχι τόσο απόλυτα σε αυτό της σχεδιαστικής πρακτικής– την άρνηση για τον ιστορικό εκλεκτικισμό, την εικονογραφία, τη μορφοκρατία του 19^{ου} αιώνα. Υιοθετεί την αισθητική του πουρισμού, της καθαρής μορφής, αφαιρώντας κάθε διακοσμητικό στοιχείο και χρωματισμούς, την «μηχανική αισθητική» (βιομηχανικά πρότυπα –ατμόπλοιο, ανελκυστήρες σιτηρών όσον αφορά τα κτήρια του Le Corbusier)⁴⁷, όπως και τη λειτουργική διευθέτηση του χώρου και τα βιομηχανικά μαζικά παραγόμενα οικοδομικά υλικά και μέρη του κτηρίου.

Η αλλαγή της αρχιτεκτονικής τεχνοτροπίας συνδέεται διαλεκτικά με κοινωνικο-πολιτισμικές, οικονομικές αλλαγές και φιλοσοφικές και ηθικές παραδοχές. Η πίστη στο Λόγο και η αναζήτησή του στους φυσικούς και μαθηματικούς νόμους αποτυπώθηκε στον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό με τη χάραξη συμμετρικών γραμμών, στην εφαρμογή των νόμων της στατικής, στην επαναφορά της αναγεννησιακής αρχής της αρμονίας των αναλογιών,⁴⁸ στο γραμμικό σχεδιασμό, στη λειτουργικότητα του χώρου, καθώς και στην αντίληψη της ορθότητας των «θεωρητικών», «από τα πάνω»

⁴⁷ R.Venturi, D.-S.Brown, S.Izenour, *Learning from Las Vegas*, MIT Press, 1977, σελ.136.

⁴⁸ Σ.Κονταράτος, «Μοντερνισμός-Μεταμοντερνισμός στην αρχιτεκτονική: Μια σημειωτική προσέγγιση» στο Ελληνική Σημειωτική Εταιρία, *Άνθρωπος ο σημαίνων: η μεταμοντέρνα ματιά, ο νοητικός χώρος*, τόμος II, επιμ.Α.-Φ.Λαγόπουλος-Κ.Μπόκλουντ-Λαγοπούλου-Β.Γεντοκάλη-Κ.Τσουκαλά, Παρατηρητής, Θεσσαλονίκη 1996, σελ.140. Αναφέρεται ότι η οικουμενική γλώσσα της μοντέρνας αρχιτεκτονικής έγκειται στην εγκατάλειψη του ιστορικού λεξιλογίου και του ιστορικού εκλεκτικισμού καθώς και στην υιοθέτηση ενός γεωμετρικού κώδικα ο οποίος ριζώνει στους νόμους που διατρέχουν τη φύση. Συγκεκριμένα υποστηρίζει ότι «οι μορφές θα καταδύλωναν με σαφήνεια την κατασκευαστική και χρηστική τους λειτουργία και θα υποτάσσονταν σε μια σύνταξη διεπόμενη από κοσμολογικούς και ψυχολογικούς νόμους, δηλαδή σε μια γεωμετρία που αντιστοιχεί στις δομές της ίδιας της φύσης, αλλά και του ανθρώπινου αντιληπτικού μηχανισμού...κώδικας φυσικός, αδιαμεσολάβητος από ιστορικές συμβάσεις και για αυτό κατανοητός από τον καθένα. Ένας κώδικας, που εναρμονιζόταν με τα αιτήματα του μοντερνισμού για οικουμενική και συλλογική έκφραση, καθώς άφηνε μικρά περιθώρια για υποκειμενικές αυθαιρεσίες και προσωπικά ιδιώματα». Επίσης βλ. Σ.Κονταράτος, «Θεωρία και ιστορία της αρχιτεκτονικής: Οι τροπές μιας αλληλέγγυας, αλλά και προβληματικής σχέσης» στο Σ.Γ.Ζ.Ζαφειρόπουλος (επιμ.), «ΟΡΙΟΝ»: *Τιμητικός τόμος στον καθηγητή Δ.Α.Φατούρο*, Τεύχος Β', ΑΠΘ, Θεσσαλονίκη 1999, σελ.89-104.

λύσεων των αρχιτεκτόνων (και πολεοδόμων) για τις ανάγκες της κατοίκησης –με την ευρεία έννοια του όρου- οι οποίοι πολλές φορές αναλαμβάνουν ένα μεσσιανικό ρόλο.⁴⁹

Ο Σ.Κονταράτος χαρακτηρίζει τη μοντέρνα αρχιτεκτονική αισθητική ως «ρασιοναλιστική αισθητική», η οποία προσπάθησε να εναρμονίσει τα μηχανικά μέσα παραγωγής και την αισθητική της αρμονικής ολοκλήρωσης που έχει τις ρίζες της στον Πυθαγόρα και τον Πλάτωνα. Αναφέρει χαρακτηριστικά ότι «ο Le Corbusier πίστευε πως η μαθηματική τάξη, ‘μια από τις νομιμότερες εφέσεις της μοντέρνας νοστοπρίας’, είναι το μόνο μέσο για να αποφύγει κανείς ‘τις άτακτες και σπασμωδικές παρορμήσεις του ρομαντισμού’ και να φτάσει από την πολυπλοκότητα και την ποικιλία στην απλότητα και την ενότητα».⁵⁰

Η καλβινιστική ηθική μεταφράστηκε στον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό με την αισθητική της καθαρής μορφής και την αποκάθαρση του κτηριακού κελύφους από κάθε διακοσμητικό στοιχείο. Οι ηθικοθησκευτικές αρχές της λιτότητας, του απέριττου, της χρησιμότητας, της αποδοτικότητας και της άρνησης της επιδεικτικής ευμάρειας και της τρυφηλότητας έθεσαν την προτεραιότητα της λειτουργίας έναντι της μορφής. Η μορφή του κτηρίου υπακούει πια στη χρήση και στη λειτουργία του, απογυμνωμένη από οποιαδήποτε διακοσμητική εικονογραφία.⁵¹ Σύμφωνα με τους συγγραφείς του βιβλίου *Learning from Las Vegas* «οι θεωρητικοί της μοντέρνας αρχιτεκτονικής (εξαιρουμένων κάποιες φορές του Wright και του Le Corbusier) επικεντρώθηκαν στο χώρο ως το κύριο συστατικό που διακρίνει την αρχιτεκτονική από τη ζωγραφική, τη γλυπτική και τη λογοτεχνία. Οι ορισμοί τους εγκωμιάζουν τη μοναδικότητα του μέσου· αν και η γλυπτική και η ζωγραφική μπορεί κάποιες φορές να

⁴⁹ Σ.Κονταράτος, «Μοντερνισμός-Μεταμοντερνισμός στην αρχιτεκτονική: Μια σημειωτική προσέγγιση», ό.π., σελ.137. Ο Κονταράτος κάνει λόγο για το τρίωνυμο του Μοντέρνου κινήματος το οποίο συνίσταται από απλοϊκό ορθολογισμό, αφηρημένο ανιστορικό ανθρωπισμό και αισθητικό πουρισμό. Και συνεχίζει υποστηρίζοντας ότι «μέσω αυτού του ιδεολογικού τριωνύμου, το Μοντέρνο κίνημα προήγαγε και καθιέρωσε δόγματα (φονξιοναλισμός, διεθνισμός, αφαιρετισμός), μύθους (κοινωνιοπλαστική δύναμη του δομημένου περιβάλλοντος και μεσσιανικός ρόλος του αρχιτέκτονα) και σχεδιαστικές πρακτικές (ελεύθερη άκτωση, ειλικρινής έκφραση της κατασκευής, κρυσταλλική συγκρότηση των όγκων, αυστηρός διαχωρισμός των χρήσεων)».

⁵⁰ Σ.Κονταράτος, «Μοντερνισμός-Μεταμοντερνισμός στην αρχιτεκτονική: Μια σημειωτική προσέγγιση», ό.π., σελ.137.

⁵¹ Γ.Μεταξάς, *Ο καθημερινός χώρος*, Κομούνα, Αθήνα 1983, σελ.8. Αναφέρεται ότι «η ‘λειτουργική αρχιτεκτονική’ εδραζόταν σε μια καλβινιστική ηθική αντίληψη, η οποία προωθούσε την καθαρότητα και σαφήνεια. λειτουργικότητα των μορφών και συνδυάζον με μια καθαρά καπιταλιστικής χροιάς αντίληψη της μεγιστοποίησης της απόδοσης με την ελάχιστη δυνατή επένδυση. Η καλβινιστική ηθική αντίληψη εκτόπισε τη διακόσμηση, το χρώμα και την ιδιαίτερη προσωπικότητα των κτισμάτων σαν περιττές κατηγορίες. Στο όνομα ενός διεθνιστικού στυλ, αναδείχθηκαν σαν οικονομικό πρότυπο η βαριά βιομηχανία, σαν ιδεολογικό η αποθέωση της μηχανής και σαν αισθητικό οι πίσω όψεις των εργοστασίων».

έχουν χωρικά χαρακτηριστικά, η γλυπτική ή απεικονιστική αρχιτεκτονική δεν είναι αποδεκτή –γιατί ο Χώρος είναι ιερός».⁵²

Η διαλεκτική σχέση των κοινωνικών και οικονομικών συνθηκών και του αρχιτεκτονικού και αστικού σχεδιασμού αναδείχθηκε από τους πρωτοπόρους του μοντέρνου κινήματος και το πρόταγμά τους έγκειται στην επικαιροποίηση της αρχιτεκτονικής και της πολεοδομίας εντός των σύγχρονων κοινωνικο-οικονομικών συνθηκών. Η διατήρηση της θέσης της αρχιτεκτονικής ως έκφραση της κοινωνικής πραγματικότητας ήταν το αίτημα του συνεδρίου της Sarraz το 1928, το οποίο αποτέλεσε τη ληξιαρχική πράξη γέννησης της «νέας μοντέρνας αρχιτεκτονικής». Η επαναφορά της αρχιτεκτονικής «στο αληθινό της επίπεδο, που είναι το οικονομικό και το κοινωνικό»⁵³ σήμανε το πέρασμά της από τη μορφοκρατία του 19^{ου} αιώνα στην αρχιτεκτονική της σκοπιμότητας και της λειτουργικότητας. Επιδίωξη της μοντέρνας αρχιτεκτονικής είναι η ανταπόκριση στις νέες ανάγκες και τα κοινωνικά αιτήματα της εποχής και στην αξιοποίηση των νέων τεχνικών, κατασκευαστικών δυνατοτήτων.⁵⁴

Ο χώρος τίθεται ως αντικείμενο διαχείρισης, οργάνωσης και οικονομικής επένδυσης. Η χρηματοδότηση μελετών περί χωροταξίας και πολεοδομίας από το κεφάλαιο,⁵⁵ η βιομηχανοποίηση της οικοδομής λόγω της μαζικής παραγωγής κατασκευαστικών υλικών, το άνοιγμα της αγοράς των κατασκευών, της γης και των ενοικίων και η μεταπολεμική κρατική διαχείριση των ζητημάτων της στέγασης, της ανασυγκρότησης των κατεστραμμένων πόλεων και γενικότερα της ποιότητας της αστικής ζωής σηματοδοτούν μια διαφορετική προσέγγιση του χώρου.⁵⁶ Ο χώρος συνιστά πια αντικείμενο μακροπρόθεσμου, συνολικού αστικού προγραμματισμού και οικονομικής επένδυσης, με αποτέλεσμα ο τρόπος διαχείρισης και οργάνωσης του να

⁵² R.Venturi, D.-S.Brown, S.Izenour, *Learning from Las Vegas*, σελ.7. Επίσης αναφέρεται ότι «οι ορθόδοξοι μοντέρνοι αρχιτέκτονες απέφυγαν το συμβολισμό της μορφής ως έκφραση ή ενδυνάμωση του περιεχομένου: το νόημα επρόκειτο να επικοινωνηθεί όχι με αναφορά σε προηγούμενες γνωστές μορφές, αλλά μέσω των εγγενών, φυσιογνωμικών χαρακτηριστικών της μορφής. Η δημιουργία της αρχιτεκτονικής μορφής επρόκειτο να είναι μια λογική διαδικασία, ελεύθερη από εικόνες της παρελθούσας εμπειρίας, καθορισμένη μόνο από το σχέδιο και τη δομή, με μια τυχαία βοήθεια...της διαίσθησης».

⁵³ Π.Μιχελής, *Η αρχιτεκτονική ως τέχνη*, Αθήνα 1979, Έκδοση στ', σελ. 306-7.

⁵⁴ Σ.Κονταράτος, «Μοντερνισμός-Μεταμοντερνισμός στην αρχιτεκτονική: Μια σημειωτική προσέγγιση», όπ.π., σελ.133-5.

⁵⁵ Ρ.Ζολί, *Η πόλη και ο αστικός πολιτισμός*, όπ.π., σελ. 241.

⁵⁶ D.Harvey, *The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change*, Blackwell, Oxford 1990, σελ.68. Ο Harvey αναφέρει ότι «το ζήτημα για τις μεταπολεμικές αστικές χώρες ήταν το αν θέλουν να παραμείνουν 'δημοκρατικές' και καπιταλιστικές, θα έπρεπε να επιλύσουν τα θέματα της πλήρους απασχόλησης, της ευπρεπούς κατοικίας, της κοινωνικής προσφοράς, της πρόνοιας και της ευκαιρίας για ένα καλύτερο μέλλον. Στη μεταπολεμική περίοδο, αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς μια βιομηχανία ανάπτυξης και κατασκευής, μέσω της οικοδόμησης (κερδοφόρας, γρήγορης και φθηνής) και της αποκόμισης κερδών από τα ενοίκια».

εξορθολογιστεί σύμφωνα με τις οργανωτικές αρχές του καπιταλισμού, τη λειτουργικότητα και την αποδοτικότητα. Για τον D.Harvey το μοντέρνο κίνημα πρόσφερε το πλαίσιο ιδεολογικοποίησης και νομιμοποίησης του εξορθολογισμού των χωρικών σχεδίων, του κράτους πρόνοιας και της οικονομικής ανάπτυξης.⁵⁷

Η σαφήνεια, η αποδοτικότητα, η ακρίβεια και η δυναμική της μαζικής παραγωγής ως αρχές και δυνατότητες της μηχανής και της εργοστασιακής οργάνωσης της εργασίας αποτέλεσαν οργανωτικές αρχές και πρότυπο για τη μοντέρνα αρχιτεκτονική. Η έμφαση στη λειτουργικότητα των κτηρίων,⁵⁸ η αισθητική των καθαρών γραμμών, του μηχανικού εξοπλισμού και της «πίσω όψης» των εργοστασίων, η εκτεταμένη χρήση υλικών όπως το γυαλί, το σκυρόδεμα (μπετόν) και το ατσάλι ήταν κύρια χαρακτηριστικά της μοντέρνας σχεδιαστικής πρακτικής.

Στα πλαίσια του μοντέρνου κινήματος διαμορφώνονται δυο διακριτές αρχιτεκτονικές σχολές, οι οποίες διαφοροποιούνται στη χρήση των οικοδομικών υλικών. Η πρώτη σχολή κάνει χρήση κυρίως του γυαλιού και ατσαλιού και διαπνέεται από την αρχή του Mies van der Rohe «το λιγότερο είναι περισσότερο» ('less is more'). Η δεύτερη σχολή είναι αυτή που χρησιμοποιεί σκυρόδεμα και το αρχιτεκτονικό της στιλ είναι το New Brutalism, το οποίο συνδέεται με το έργο του Le Corbusier.⁵⁹

Η βιομηχανική μαζική παραγωγή οικοδομικών υλικών και η τεχνολογική ανάπτυξη των μεταφορών συνέβαλαν στη διεθνοποίηση ενός αρχιτεκτονικού, κατασκευαστικού στιλ. Η τυποποίηση, ως χαρακτηριστικό της φορντικής παραγωγικής διαδικασίας, η οποία ρυθμίζεται από τον εξορθολογισμό του χρόνου και του κόστους, αναπαράχθηκε και στην αρχιτεκτονική. Ο φορντισμός βρίσκει εφαρμογή στον τρόπο παραγωγής των υλικών, στον τρόπο σχεδιασμού και διευθέτησης των λειτουργιών και χρήσεων και λειτουργεί ως συμβολισμός στο αστικό πεδίο.

Η βιομηχανική παραγωγή οικοδομικών υλικών, όπως ο σίδηρος (χάλυβας), το γυαλί, το μπετόν αρμέ και το κόντρα πλακέ και η τυποποίηση μερών του

⁵⁷ D.Harvey, *The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change*, όπ.π., σελ.68-70.

⁵⁸ Π.Λέφας, «Οι πόλεις του κόσμου χθες, σήμερα, αύριο», στο Π.Λέφας-W.Siebel-J.Bindé, *Αύριο, οι πόλεις*, μετ. επιμ. π.Λέφας, Πιλέθρον, Αθήνα 2003, σελ.53-55. Ο Π.Λέφας σχολιάζει ότι «η επικράτηση του Μοντέρνου κινήματος, οδήγησε σε μια εξαιρετικά πιο πολυσύνθετη οργάνωση της πόλης. Γιατί, ελλείψει κάποιου κοινά αποδεκτού κώδικα σήμανσης των κτιρίων (όπως η χρήση των κλασικών ρυθμών ή οι αναφορές σε κτίρια του παρελθόντος), ο προσδιορισμός ενός θεμελιώδους στοιχείου της ταυτότητάς τους –δηλαδή του προσρισμού τους, της χρήσης τους- έγινε προσωπική υπόθεση του κάθε ενός ξεχωριστά...Απεμπόλιση του κυριότερου μέσου διαφοροποίησης των στοιχείων από τα οποία αποτελείται το τεχνητό περιβάλλον, η απόδοση στα διάφορα τεχνικά έργα ενός ενιαίου χαρακτήρα, η μετατροπή των κτιρίων σε δοχεία δραστηριοτήτων και λειτουργιών συνέτειναν τα μέγιστα στη διαμόρφωση της εύπλαστης, χαστικής και ταυτόχρονα πολύ οικείας φυσιογνωμίας των σύγχρονων πόλεων».

⁵⁹ D.Stevenson, *Πόλεις και αστικοί πολιτισμοί*, όπ.π., σελ.135.

οικοδομήματος, όπως τα παράθυρα και οι πόρτες από τη μια ικανοποιούσαν το κριτήριο της αποδοτικότητας και από την άλλη εδραίωναν τη μονοτονία των καθαρών προσώπων.⁶⁰

Τα ψυχρά, μονότονα κτηριακά μορφώματα λειτουργούσαν ως μια συμβολική αρχή, η οποία ανταποκρινόταν στην κυρίαρχη οικονομική καπιταλιστική αρχή (αποδοτικότητα). Από την «κατοικία-μηχανή» του Le Corbusier, τις οδικές αρτηρίες μέχρι το εργοστάσιο ή το γραφείο, ο συμβολισμός της λειτουργικότητας και της αποδοτικότητας κυριαρχούσε στην αφήγηση της πόλης και τροφοδοτούσε το κοινωνικό φανταστικό με όρους, έννοιες και αναπαραστάσεις της καπιταλιστικής, βιομηχανικής κοινωνικής δομής.

Ως αρχιτεκτονικός συμβολισμός της καπιταλιστικής κυριαρχίας και του αστικού κράτους, στη μεταπολεμική περίοδο, λειτούργησαν τα ψηλά κτίρια και οι ουρανοξύστες. Σύμφωνα με τον Lefebvre, η καθετότητα και το μεγάλο ύψος αποτελούν χωρικές, συμβολικές εκφράσεις της ισχύος και της πολιτικής εξουσίας, οι οποίες εισάγοντας στο οπτικό βασίλειο ένα φαλλοκρατικό στοιχείο, επιδιώκουν την εμπέδωση της κυριαρχίας.⁶¹

2.2. Μεταμοντέρνα αρχιτεκτονική

Η δεκαετία του '60 σημαδεύεται από πολιτικές αναταραχές, ένα κύμα ριζοσπαστικής αμφισβήτησης της καταναλωτικής κοινωνίας και της κουλτούρα της, της συγκεντρωτικής γραφειοκρατικής κρατικής δομής και του καπιταλιστικού συστήματος. Η αποτυχία αυτού του κινήματος (με τις ποικίλες βέβαια διαφοροποιήσεις του) να περάσει από το στάδιο της αμφισβήτησης στην ανατροπή της κυρίαρχης συνθήκης και στη δόμηση μιας άλλης με ανταγωνιστικό κοινωνικό περιεχόμενο, ακολούθησε, σε μεγάλο βαθμό, το δρόμο της ενσωμάτωσης από τους κυρίαρχους μηχανισμούς.

Στις αρχές της δεκαετίας του '70, η κεϋνσιανή συνθήκη σταδιακά απορρυθμίζεται με την επικράτηση του νεοφιλελεύθερου πολιτικού σχεδίου. Το κράτος πρόνοιας υποχωρεί περικόπτοντας κοινωνικές δαπάνες και μέσω των αποκρατικοποιήσεων δημόσιων υπηρεσιών και οργανισμών το έθνος κράτος από παραγωγός, συγκεντρωτικός διαχειριστής και εγγυητής της καπιταλιστικής συνθήκης

⁶⁰ Π. Μιχελής, *Η αρχιτεκτονική ως τέχνη*, όπ.π., σελ. 328.

⁶¹ H.Lefebvre, *The production of space*, όπ.π., σελ.98.

εντός των συνόρων μετατρέπεται σε εγγυητής/διαφημιστής ελκυστικών επενδυτικών ευκαιριών για το διεθνοποιημένο κεφάλαιο.

Η μεταφορά του βιομηχανικού/παραγωγικού τομέα στο λεγόμενο «τρίτο κόσμος», η διεθνοποίηση του κεφαλαίου, η κυριαρχία του χρηματοπιστωτικού κεφαλαίου και η ένταση της δραστηριότητας στη χρηματιστηριακή αγορά, η τεχνολογική ανάπτυξη των παραγωγικών συστημάτων (που επιτρέπουν την ευέλικτη παραγωγή), η αυτοματοποίηση και η πληροφορικοποίηση της εργασίας, η άνοδος του τριτογενούς τομέα στο δυτικό κόσμο, η εξέλιξη των επικοινωνιακών και μεταφορικών μέσων, τα ισχυρά μεταναστευτικά ρεύματα, η περαιτέρω ενίσχυση της κουλτούρας των μέντια και η επέκταση των πολυμέσων στα μεσαία στρώματα, η ένταση της διαφημιστικής και της καταναλωτικής κουλτούρας, περιγράφουν αδρομερώς τη λεγόμενη μεταβιομηχανική, ύστερη νεωτερική συνθήκη.

Η κριτική στο μοντέρνο κόσμο, στις αξίες, τις παραδοχές, τις προσδοκίες και τις θεσμίσεις του, προήλθε από διαφορετικές και αντίθετες πολλές φορές ιδεολογικές αφητηρίες. Όσον αφορά τον αρχιτεκτονικό και αστικό σχεδιασμό ασκήθηκε κριτική στον «από τα πάνω», συγκεντρωτικό αστικό προγραμματισμό και στην αυθεντία των αρχιτεκτόνων και στην επιδίωξη τους να λειτουργούν ως κοινωνικοί αναμορφωτές με μια αφαιρετική λογική επίλυσης των ζητημάτων «κατοίκησης» αγνοώντας τις τοπικές ιδιομορφίες, την ποικιλία αξιών και την πολυπλοκότητα των ταυτοτήτων, της κουλτούρας και της καθημερινής ζωής των κοινωνικών ομάδων και ατόμων.

Αν η μοντέρνα αρχιτεκτονική τεχνοτροπία ενσάρκωνε τις βεβαιότητες της προόδου, της κοινωνική αναμόρφωσης, της οικονομικής ανάπτυξης, της τεχνολογικής καινοτομίας, η μεταμοντέρνα αρχιτεκτονική σε γενικές γραμμές θα μπορούσαμε να πούμε ότι μεταγράφει τα βασικά χαρακτηριστικά της ύστερης νεωτερικής συνθήκης στο χώρο, δηλαδή τη ρευστότητα, τον κατακερματισμό, την πολυπολιτισμικότητα, την πολυπλοκότητα, τις συμμείξεις και τις αντιφάσεις, την αβεβαιότητα και την αμφισημία.

Η μεταμοντέρνα αρχιτεκτονική αντιστρέφει την αρχή της μοντέρνας αρχιτεκτονικής, που ήθελε τη μορφή να ακολουθεί τη λειτουργία και αναζητά το συνδηλωτικό πλουραλισμό της εικονογραφικής διακόσμησης στα κτηριακά κελύφη. Οι συγγραφείς του βιβλίου *Learning from Las Vegas* σχολιάζουν ότι οι μοντέρνοι αρχιτέκτονες ενώ καθιέρωσαν τα βιομηχανικά πρότυπα στον αρχιτεκτονικό τους σχεδιασμό, την ίδια ώρα δεν αναγνώριζαν το συμβολικό λεξιλόγιο που χρησιμοποιούσαν επικαλούμενοι την προτεραιότητα της λειτουργικότητας και

αποκηρύσσοντας την αξία της εικονογραφίας. Χαρακτηριστικά αναφέρουν ότι «οι μοντέρνοι αρχιτέκτονες έχουν αντικαταστήσει ένα σύνολο συμβόλων (Κυβισμός-βιομηχανική διαδικασία) για ένα άλλο (Ρομαντικό-ιστορικό-εκλεκτικισμός) χωρίς να το συνειδητοποιούν».⁶² Για τους μεταμοντέρνους η αρχιτεκτονική συνιστά μια γλώσσα, μια μορφή επικοινωνίας και το νόημα που θα επικοινωνεί ο αρχιτεκτονικός συμβολισμός θα πρέπει να αντλείται από την καθημερινότητα της αστικής ζωής.⁶³

Παρατηρείται, λοιπόν, μια επιστροφή στον ιστορικό εκλεκτικισμό, το ενδιαφέρον για τις τοπικές παραδόσεις, την ιστορία, τις μορφολογικές και ρυθμολογικές αρχιτεκτονικές παραδόσεις, την πολιτισμική πολυφωνία των αστικών περιοχών. Για τον Harvey, ο μεταμοντερνισμός αναζητά την έκφραση της ποικιλίας, της διαφορετικότητας και η μεταμοντέρνα αρχιτεκτονική επιδιώκει να «ανταποκρίνεται σε πιο εξειδικευμένες προτιμήσεις, που μπορεί να αφορούν το στάτους, την ιστορία, το εμπόριο, την άνεση, τον εθνικό χώρο».⁶⁴ Για αυτό το λόγο υποστηρίζει ότι η μεταμοντέρνα αρχιτεκτονική, σε αντίθεση με τη μοντέρνα η οποία αναζητούσε συνολικές λύσεις στα αστικά ζητήματα, δεν εντάσσεται στα πλαίσια ενός συνολικού κοινωνικού σχεδίου και για αυτό δεν είναι πρωτοποριακή.⁶⁵

Οι δύο τεχνοτροπίες της μεταμοντέρνας αρχιτεκτονικής είναι το μεταμοντέρνο και η αποδόμηση. Η πρώτη τεχνοτροπία συνίσταται σε μια συνάντηση της pop art και της αρχιτεκτονικής. Παράθεση αταίριαστων στοιχείων, συμπληρωματικότητα, κολλάζ, τοποθέτηση καθημερινών και οικείων αντικειμένων σε ασυνήθιστα συμφραζόμενα, ειρωνική διάθεση για τα αξιώματα της μοντέρνας αρχιτεκτονικής περί της κλίμακας, της μορφής και της στατικής, αντιστροφή της σχέσης εικόνας και έννοιας και υπερβολή των διαστάσεων των αντικειμένων («υπερβολή μεγεθυντική και σμικρυντική») συνιστούν χαρακτηριστικές πρακτικές αυτής της τεχνοτροπίας.⁶⁶ Στα πλαίσια αυτής βρίσκεται η εκδοχή του «ριζοσπαστικού εκλεκτικισμού» του Jencks, ο οποίος αποβλέπει στην αποσταθεροποίηση των κυρίαρχων νοηματοδοτήσεων που έχουν επενδυθεί σε κάποια αντικείμενα.

⁶² R.Venturi, D.-S.Brown, S.Izenour, *Learning from Las Vegas*, όπ.π., σελ.137.

⁶³ R.Venturi, D.-S.Brown, S.Izenour, *Learning from Las Vegas*, όπ.π., σελ.155. Σχολιάζουν συγκεκριμένα ότι «πρέπει να δούμε την αρχιτεκτονική ως σύμβολο στο χώρο πριν [η δούμε] ως μορφή στο χώρο» (σελ.161).

⁶⁴ D.Harvey, *The condition of postmodernity*, όπ.π., σελ.76.

⁶⁵ D.Harvey, *The condition of postmodernity*, όπ.π., σελ.76.

⁶⁶ Γ.Μεταξάς, *Ο καθημερινός χώρος*, όπ.π., σελ.86. και G.Gutenschwager, «Η αρχιτεκτονική σε ένα μεταλλασσόμενο κόσμο: Η νέα ρητορική της μορφής» στο Σ.Γ.Ζ.Ζαφειρόπουλος (επιμ.), «*ΟΡΙΟΝ*»: Τιμητικός τόμος στον καθηγητή Δ.Α.Φατούρο. Τεύχος Β', ΑΠΘ, Θεσσαλονίκη 1999, σελ.34, όπου αναφέρεται ότι «η μεταμοντέρνα αρχιτεκτονική εμφανίζεται να θέτει τις ανωμαλίες του μοντερνισμού σε ένα πιο παιγνιδαρικό στυλ, όπως στις αντιθέσεις μεταξύ προσόψεως και εσωτερικού χώρου ή μεταξύ ιστορικών στιγμών της προσώψεως και του ίδιου του κτηρίου».

Η αρχιτεκτονική της αποδόμησης στρέφει το ενδιαφέρον της όχι τόσο στο περιεχόμενο –όπως κάνει η μεταμοντέρνα αρχιτεκτονική- όσο στη μορφή. Η έμφαση της στη μορφή εκφράζεται με μια τακτική κατακερματισμού και ρήξης. Η αρχιτεκτονική της αποδόμησης «πληγώνει» τα κτήρια, προκαλώντας ρωγμές, ασυνέχειες στις μορφές και την αίσθηση του αλλόκοτου. Στόχος της είναι να αφήσει χώρο, να κάνει μια νύξη για το ενδεχόμενο, πιθανό ή αυτό που έχει αποσιωπηθεί από το κυρίαρχο, το υπάρχον. Ο συμβολισμός του κατακερματισμού, των ρωγμών επιδιώκει να αναδείξει «την ένταση αυτή μεταξύ υπάρχοντος και πιθανού».⁶⁷ Για τον G.Gutenschwager η καθιέρωση του κατακερματισμού ως συμβολισμού της σύγχρονης αρχιτεκτονικής αφενός εκφράζει τη ρευστότητα, τη μεταβατικότητα και την αβεβαιότητα της σύγχρονης κοινωνικής συνθήκης, αφετέρου το γεγονός ότι δεν προτάσσεται ένα νέο κοινωνικό παράδειγμα και συνάμα γιορτάζεται αυτή η παιγνιώδης διάθεση συμβάλλει στην επίταση της αβεβαιότητας και της ανικανότητας αντίστασης και επινόησης ενός νέου παραδείγματος.⁶⁸

Ο κίνδυνος αυτός της απώλειας της κριτικής δυνατότητας της αρχιτεκτονικής – και όχι μόνο αλλά γενικότερα της τέχνης- τεχνοτροπίας εντοπίζεται και στις περιπτώσεις όπου το ενδιαφέρον για τις τοπικές πολιτισμικές εκφράσεις, τις λαϊκές παραδόσεις, την ιστορία και το παρελθόν που αποτυπώνεται στις μεταμοντέρνες αρχιτεκτονικές αντικειμενικοποιήσεις αποκτά τη μορφή του «αγοραίου λαϊκισμού»⁶⁹ και εκλεκτικισμού. Η παραθετική προσέγγιση παρελθόντων ιστορικών γεγονότων και η ανάμειξη ποικίλων, διαφορετικών στοιχείων αντλημένα από τη διαφήμιση, τη λογοτεχνία, την ιστορία, τον κινηματογράφο βασίζεται στην τακτική του κολλάζ και προσφέρεται μάλλον για κατανάλωση.

Η αρχιτεκτονική του θεάματος, όπως εκφράζεται σε εμπορικά κέντρα, θεματικά πάρκα, σταθμούς και μεγάλα κτήρια, χαρακτηρίζεται από γυαλιστερές επιφάνειες, κολλάζ εικόνων, πολιτισμικών χαρακτηριστικών, καταναλωτικών προϊόντων και εξυπηρετεί τη νέα πολιτική διαφήμισης των δυτικών αστικών περιοχών.⁷⁰ Οι επενδύσεις στη θεαματικοποίηση της εικόνας της πόλης στοχεύουν στην προσέλκυση διεθνών γεγονότων και θεαμάτων (συνέδρια, διεθνείς πολιτικές, επιστημονικές, οικονομικές συναντήσεις, αθλητικές διοργανώσεις, συναυλίες,

⁶⁷ G.Gutenschwager, «Η αρχιτεκτονική σε ένα μεταλλασσόμενο κόσμο: Η νέα ρητορική της μορφής», ό.π., σελ.34.

⁶⁸ G.Gutenschwager, «Η αρχιτεκτονική σε ένα μεταλλασσόμενο κόσμο: Η νέα ρητορική της μορφής», ό.π., σελ.34-9.

⁶⁹ D.Harvey, *The condition of postmodernity*, ό.π., σελ.77.

⁷⁰ D.Harvey, *The condition of postmodernity*, ό.π., σελ.91.

εκθέσεις) οικονομικών, εμπορικών και πολιτικών υποδομών (τράπεζες, ευρωπαϊκά πολιτικά θεσμικά όργανα), τουριστών, καταναλωτών και των λεγόμενων νομάδων της παγκοσμιοποίησης (managers, σύμβουλοι επιχειρήσεων, διευθυντές, επιχειρηματίες, υπεύθυνοι δημοσίων σχέσεων).⁷¹ Η S.Zukin αναφέρεται στους «αρχιτέκτονες-σταρ», οι οποίοι επιλέγονται από μεγάλες εμπορικές επιχειρήσεις προκειμένου να αποκτήσουν κτήρια «με υπογραφή». Αυτά τα κτήρια αυξάνουν το κύρος, τη διακρίσιμότητα και έτσι την αναγνωρισιμότητα των εταιρειών στο αστικό τοπίο, καθώς και ανεβάζουν την αξία της γης και της κτηριακής κατασκευής.⁷²

Η πολυπολιτισμικότητα, η ανάδειξη των ιδιομορφιών και διαφοροποιήσεων, η ιστορία και το παρελθόν προσεγγίζονται και αποτυπώνονται χωρικά με τις τακτικές του κολάζ, του εκλεκτικισμού, του παιχνιδιού με επιφανειακό τρόπο για εμπορικούς σκοπούς, συνήθως, αλλά με βαθιές κοινωνικές συνέπειες. Η μεταμοντέρνα αρχιτεκτονική πολλές φορές μετατρέπεται από έκφραση κοινωνικών αναγκών (όπως οριζόταν από τον λειτουργικό ορθολογισμό του μοντέρνου κινήματος) και μέσο κοινωνικού σχεδίου σε μέσο θεαματικής επίδειξης, και «αντί να μεταφέρει μια αίσθηση της ιστορίας, επικοινωνεί το εφήμερο».⁷³ Η έλλειψη κοινωνικής προοπτικής, σύμφωνα με το μεταμοντέρνο λόγο (καθώς δεν είναι δυνατή η διατύπωση μιας συνεκτικής κοινωνικής, πολιτικής, φιλοσοφικής θεωρίας), προωθεί μια απολιτική και κατακερματισμένη κοινωνική αντίληψη και συνείδηση.

⁷¹ Λ.Λεοντίδου, «Μετανεωτερική αστική διακυβέρνηση: από την πολεοδομική πολιτική στην επιχειρηματική πόλη» στο Δ.Οικονόμου-Γ.Μ.Σαρηγιάννης-Κ.Σερράος (επιμ.) *Πόλη και Χώρος από τον 20^ο στον 21^ο αιώνα: Τιμητικός τόμος για τον καθηγητή Α.Ι.Αραβαντινό*, Ε.Μ.Π.-Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας-ΣΕΠΟΧ, Αθήνα 2004, σελ. 287-297. Η Λεοντίδου αναφέρει 4 στρατηγικές αστικής διαφύμισης: 1) επιδίωξη της κεντρικότητας με την ένταξη των πόλεων σε κεντρικούς ευρωπαϊκούς άξονες (οδικούς, εναέριους, σιδηροδρομικούς), 2) προσπάθεια προσέλκυσης διεθνών γεγονότων, τουριστών, επιχειρηματικού ενδιαφέροντος και χρηματοδοτήσεων από την Ε.Ε., 3) αισθητική αναβάθμιση του αστικού τοπίου με την μετανεωτερική αρχιτεκτονική σύνθεση, 4) «επαναανάδυση της παράδοσης» με την οποία η πόλη επιδιώκει την ορατότητά της, μέσω της ανάδειξης της μνημειακότητας και ιδιαιτερότητάς της με την εμπορευσιμότητα της μοναδικότητάς της. Επίσης βλ. Σ.Σάσεν, *Χωρίς έλεγχο: Η εθνική κυριαρχία, η μετανάστευση και η ιδιότητα του πολίτη στην εποχή της παγκοσμιοποίησης*, μετ. Π.Παπανδρέου, προλ. Χ.Ι.Παρασκευόπουλος, Θ.Πελαγίδης, επιμ. Ε.Μαρτζούκου, Μεταίχμιο, Αθήνα 2001, σελ.46-8. Η Σάσεν αναφέρει ότι εταιρείες που δραστηριοποιούνται σε περισσότερες από μια εθνικές αγορές, έχουν να διαχειριστούν ένα μεγάλο όγκο συναλλαγών και μια πολυπλοκότητα νομικών, χρηματοοικονομικών, λογιστικών, διαφημιστικών, διευθυντικών ζητημάτων. Συνήθως, προκειμένου να αντιμετωπιστεί αυτή η πολυεπίπεδη και πολύπλοκη εταιρική λειτουργία, οι εταιρείες συγκροτούν ένα «συγκρότημα εταιρικών υπηρεσιών», δηλαδή ένα δίκτυο εταιριών που παρέχουν υπηρεσίες υποστήριξης και έχουν έδρα διάφορα αστικά κέντρα. Βλ. G.Debord, *Η κοινωνία του θεάματος*, μετ. Σύλβια, Διεθνής Βιβλιοθήκη, Αθήνα 2000, σελ. 134, παρ.168.

⁷² S.Zukin, *Landscapes of power- from Detroit to Disney World*, University of California Press, London, 1993, σελ. 45. Η S.Zukin αναφέρει ότι «τα κτήρια υπογραφής ή 'κτήριο-έπαθλο' συνδέουν την πολιτισμική αξία της αρχιτεκτονικής με την οικονομική αξία της γης και των κτηρίων...Τα κτήρια-έπαθλα έχουν διπλή αξία για τους εταιρικούς ιδιοκτήτες. Αυτά τα κτήρια αποτελούν αναγνωρίσιμες εταιρικές εικόνες και είναι πωλήσιμα».

⁷³ Α.-Φ.Λαγόπουλος, «Μεταμοντερνισμός, κοινωνική σημειωτική και χώρος», στο Ελληνική Σημειωτική Εταιρία, *Ανθρώπος ο σημαίνων*, τόμος II, ό.π., σελ. 100.

Αυτή η εκδοχή της μεταμοντέρνας αρχιτεκτονικής εκφράζει την παραθετική αντίληψη της ιστορίας, τον κατακερματισμό, την πολυπλοκότητα μέσω χωρικών μορφών και μιας αισθητικής, η οποία συναρθρώνεται, συνήθως με τουριστικές, εμπορικές καταναλωτικές λειτουργίες (Disneyland, θεματικά πάρκα, εμπορικά κέντρα, shopping malls, σταθμοί). Όσον αφορά τις ιστορικές αναφορές της μεταμοντέρνας αρχιτεκτονικής, σύμφωνα με τον Jencks, ο αρχιτέκτονας επιδιώκει να κωδικοποιήσει σε δύο επίπεδα. Για το ευρύ κοινό χρησιμοποιούνται στερεότυπα, κοινότοπες αναφορές, ενώ για τους μυημένους εκλεκτούς «υπαιτιγμοί», «λεπτή ειρωνεία» και «εξεζητημένες μανιερίστικες ασκήσεις».⁷⁴

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι η αισθητική διάσταση της αρχιτεκτονικής συνιστά όχι απλά μια αντανάκλαση συνολικότερων κοινωνικών, οικονομικών, πολιτισμικών καταστάσεων και διαδικασιών αλλά κυρίως μια δυναμική μεταγραφή αυτών και των αντίστοιχων προθέσεων, επιδιώξεων, νοηματοδοτήσεων στην παραγωγή του κοινωνικού χώρου. Η αισθητική διάσταση του δομημένου περιβάλλοντος είτε αυτή συνδέεται με ηθικο-πολιτικές θέσεις είτε με οικονομικές επιδιώξεις ενέχει μια ισχυρή διαπλαστική δυναμική σχετικά με την εμπειρία του χώρου που έχουν τα κοινωνικά υποκείμενα στην καθημερινή τους ζωή. Και αυτό γιατί οι συμβολισμοί της αρχιτεκτονικής συνθέτουν το οπτικό και νοηματικό περιβάλλον εντός του οποίου η καθημερινή ζωή της εκάστοτε κοινωνίας εκδιπλώνεται.

3. Αρχιτεκτονική: Η οργάνωση του χώρου και των λειτουργιών

Ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός (χάραξη της κάτοψης και διαμόρφωση της όψης) και το προϊόν του συνιστούν μια μορφική γλώσσα. Η διάταξη του χώρου σύμφωνα με τις λειτουργίες που θα εξυπηρετηθούν εντός του χώρου, καθώς και η διευθέτηση των ατόμων αναφορικά με τις σχέσεις μεταξύ των ίδιων των ατόμων, αλλά και των ατόμων με το χώρο και τις λειτουργίες, συγκροτούν ένα σύστημα κατηγοριοποίησης. Το σύστημα αυτό προσδιορίζει τις χωρικές αποστάσεις, τις μορφές, την πρόσβαση, την κινητικότητα, την πυκνότητα (ατόμων και λειτουργιών), τις λειτουργίες («ειδικές» και «γενικές»), του «κατοίκους» και τους «ξένους»,⁷⁵ τις αρμοδιότητες, τους κανόνες επικοινωνίας. Έχουμε, λοιπόν, να κάνουμε με μια γλώσσα που εκφράζει χωρικά την

⁷⁴ Σ.Κονταράτος, «Μοντερνισμός-Μεταμοντερνισμός στην αρχιτεκτονική», στο Ελληνική Σημειωτική Εταιρία, *Άνθρωπος ο σημαίνων*, τόμος II, Παρατηρητής, Θεσσαλονίκη 1996, σελ. 143.

⁷⁵ J.Hanson-B.Hillier, *The social logic of space*, όπ.π., σελ. 184. Ο όρος του «κατοίκου» αναφέρεται στο άτομο που η κοινωνική του ύπαρξη εγγράφεται εντός ενός χώρου. Αυτός κατέχει κοινωνική γνώση και μέσω αυτής μπορεί να ασκεί έλεγχο εντός του χώρου. Ο «ξένος» έχει πρόσβαση στο χώρο, αλλά δεν ασκεί κανενός είδους έλεγχο εντός αυτού. Παραδείγματα «ξένων» είναι ο μαθητής στο σχολείο, ο ασθενής στο νοσοκομείο, ο επισκέπτης στο σπίτι, ο φυλακισμένος.

κανονικότητα των λειτουργιών και των σχέσεων που αναπτύσσονται εντός του συγκεκριμένου πεδίου.

Ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός κομίζει λόγο για την κοινωνική πραγματικότητα. Ανταποκρίνεται σε συγκεκριμένες ανάγκες, λειτουργίες (στέγαση, εγκλεισμό, απομόνωση, κατανάλωση, εκπαίδευση, διοίκηση) και αντανακλά, αναπαράγει αλλά και διαμορφώνει (ως ένα βαθμό) κοινωνικοπολιτισμικές αξίες. Οι λόγοι και τα νοήματα που διατρέχουν μια κοινωνική συνθήκη και αλληλοσυγκρούονται εντός αυτής διαμορφώνοντας την συνεχώς στην ιστορική της πορεία, δεν αντανακλώνται απλά, αλλά εγγράφονται στο χώρο, με αποτέλεσμα ο ίδιος ο χώρος να κυοφορεί κανόνες, λειτουργίες, σχέσεις και ερμηνείες αυτών κάθε φορά με την ιδιαιτερότητα που τον χαρακτηρίζει.

Ένα ενδεικτικό παράδειγμα της διαλογική σχέσης αρχιτεκτονικής οργάνωσης του χώρου και των κοινωνικών αφηγήσεων είναι η αλλαγή της χωρικής διάταξης στα τραπεζικά καταστήματα. Η παλιότερη χωρική διάταξη αποτύπωνε την ιεραρχική εργασιακή σχέση με την απομόνωση των προϊσταμένων και του διευθυντή στο βάθος του χώρου, όπου η προσπελασιμότητα ήταν περιορισμένη και ελεγχόμενη κυρίως για τους πελάτες της τράπεζας. Συνήθως, η πρόσβαση του πελάτη στο χώρο σταμάταγε στο όριο που έθετε το λεγόμενο γκισέ. Η χωρική διάταξη έθετε έναν σαφή διαχωρισμό μεταξύ κοινού και εργαζομένων. Η εργασιακή διαδικασία είχε τη μορφή φορντικής αλυσίδας, όπου η δυνατότητα πρόσβασης του πελάτη στα ενδότερα του χώρου και η ενδεχόμενη απόσπαση του εργαζομένου από την εργασία του θα ισοδυναμούσε με «νεκρό χρόνο» (μη-παραγωγικό χρόνο) και απορρύθμιση.

Η ένταση, όμως, του ατομικισμού, της ανασφάλειας και η υποχώρηση μιας εγγύησης συλλογικότητας⁷⁶ μετά την επικράτηση του νεοφύλελεύθερου πολιτικού σχεδίου, η διερεύνηση και καθολίκευση της διαφημιστικής κουλτούρας (μέσω της θεαματικοποίησης/αισθητικοποίησης της πολιτικής και ενός μεγάλου μέρους της κοινωνικής εμπειρίας), η κριτική στο γραφειοκρατικό, απρόσωπο σύστημα εξυπηρέτησης και ο έντονος οικονομικός ανταγωνισμός συνέβαλαν στον εμπλουτισμό του κλάδου των δημοσίων σχέσεων και την ανάδειξη μιας πελατοκεντρικής κουλτούρας.

Η αρχιτεκτονική εξέφρασε χωρικά αυτή τη φιλοσοφία και τις επιδιώξεις της μέσω της αναδιοργάνωσης του χώρου, ακολουθώντας την αναδιοργάνωση της

⁷⁶ Αυτή η εγγύηση συλλογικότητας δινόταν με διαφορετικό τρόπο είτε από το μεταπολεμικό κράτος πρόνοιας και τις εγγυήσεις απασχόλησης και ασφάλειας για ένα μεγάλο κομμάτι του πληθυσμού είτε από εργατικά συνδικάτα, κοινωνικά κινήματα και πολιτικές ομάδες.

εργασιακής διαδικασίας. Τα περισσότερα πια τραπεζικά καταστήματα φαινομενικά έχουν από-ιεραρχοποιήσει το χώρο τους, καταργώντας δηλαδή το βάθος της ιεραρχίας. Οι προϊστάμενοι και ο διευθυντής του καταστήματος έχουν διασκορπιστεί στο χώρο, ο οποίος έχει πάρει ανοιχτή μορφή χωρίς φυσικά εμπόδια και διαχωρισμούς. Η εύκολη πρόσβαση του πελάτη σε ιεραρχικά ανώτερους εξυπηρετεί την πελατοκεντρική φιλοσοφία αφενός συμβολικά (καθώς ακόμα και ένας διευθυντής είναι προσβάσιμος, ανοιχτός και φιλικός προς τον οποιοδήποτε πελάτη) και αφετέρου λειτουργικά (μιας και προϊστάμενος και διευθυντής υπακούν στην ευελιξία και προσαρμοστικότητα των καθηκόντων και στη διαδικασία προώθησης προϊόντων της τράπεζας). Επίσης, η διαμόρφωση του πρώτου επιπέδου του χώρου σε οιονεί «σαλόνι», χώρο υποδοχής του πελάτη με καρέκλες και καναπέδες είναι χαρακτηριστική έκφραση της πελατοκεντρικής στόχευσης του σύγχρονου marketing.

Ένα ακόμη παράδειγμα αλλαγής των μορφών του χώρου και των λειτουργιών είναι η προώθηση πολυλειτουργικών χώρων σε αντίθεση με τους μονολειτουργικούς της μοντέρνας αρχιτεκτονικής. Η διαμόρφωση αστικών τοπίων, κοινοτήτων, που θα φιλοξενούν πολλές αστικές λειτουργίες συνιστά μια επιδίωξη των μεταμοντέρνων αρχιτεκτόνων. Ο σχηματισμός «πόλεων μέσα στην πόλη» παράγει «συμβολικό πλούτο» σε αντίθεση με τη «συμβολική φτώχεια» των μονολειτουργικών χώρων.⁷⁷

Οι μονολειτουργικοί χώροι ήταν ένα προϊόν της νεωτερικότητας και των ηθών της. Ο καταμερισμός της εργασίας, η διάρρηξη των παλιότερων συλλογικών, κοινοτικών δεσμών, η πυκνότητα του αστικού πληθυσμού και το απρόσωπο των μεγαλουπόλεων, η ένταση του ανταγωνισμού και γενικότερα οι νέες οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες ευνόησαν την ανάπτυξη της ιδιωτικότητας και του ατομικισμού. Νεωτερικές αξίες και ήθη, όπως η υγιεινή, η άνεση, η εγκράτεια, η καθαρότητα, η ιδιοκτησία, η ιδιωτικότητα λειτούργησαν ως οργανωτικές αρχές της κοινωνικής παραγωγής του χώρου. Τα ανοιχτά, μη-συμμετρικά σπίτια που χαρακτηρίζονταν από πολυλειτουργικούς χώρους αντικαταστάθηκαν από κλειστούς, ορθογώνιους, συμμετρικούς χώρους, οι οποίοι επιτρέπουν το σαφή διαχωρισμό και έλεγχο τόσο των εσωτερικών χώρων όσο και του συνόρου έσω και έξω.⁷⁸

Γενικότερα μπορούμε να ισχυριστούμε ότι η αρχιτεκτονική συνιστά ένα συνειδητό τρόπο οργάνωσης του χώρου, καθώς προσαρμόζει τη χωρική διάταξη με

⁷⁷ D.Harvey, *The condition of postmodernity*, Basil Blackwell, 1989, σελ.67.

⁷⁸ M.P.Pearson-N.C.Richards, «Architecture and order: Spatial representation and archaeology» στο M.P.Pearson-N.C.Richards (επιμ.), *Architecture and order*, Routledge, 1994, σελ.61.

τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να εξυπηρετούνται οι ειδικές και γενικές λειτουργίες του χώρου.⁷⁹

Ως ειδικές λειτουργίες αναφέρονται οι συγκεκριμένες λειτουργίες, που πρόκειται να φιλοξενηθούν στο χώρο, για παράδειγμα εκπαιδευτικές, αθλητικές, διοικητικές, αν πρόκειται για ένα σχολείο ή καταναλωτικές, αγοραστικές, αναψυχής κάθε είδους, συναλλαγής, περιπάτου, αν πρόκειται για ένα θε(α)ματικό πάρκο.

Γενική λειτουργία ενός χώρου ορίζεται η λειτουργία, η οποία δεν αποτυπώνεται σαφώς στον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό, αλλά ευνοείται, πριμοδοτείται μέσω της γενικότερης διάταξης. Ο όρος της γενικής λειτουργίας αναφέρεται στη συνάρτηση της οργάνωσης του χώρου και της κίνησης των ατόμων και της πυκνότητας αυτών εντός του. Δηλαδή το κατά πόσο και με ποιό τρόπο μια χωρική διάταξη ευνοεί την έντονη κινητικότητα, την υψηλή ή χαμηλή πυκνότητα, την επικοινωνία μέσω της προσπελασιμότητας του χώρου ή αντιθέτως τον έλεγχο αυτής (της επικοινωνίας) μέσω φυσικών εμποδίων, κλειστών δόδων ή αποστάσεων, εξυπηρετεί με αυτό τον τρόπο τη γενική λειτουργία του χώρου.

Ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός του χώρου σύμφωνα με τις λειτουργίες και την ερμηνεία αυτών (δηλαδή το πώς ορίζεται, νοσηματοδοτείται και οργανώνεται η εκπαιδευτική διαδικασία, ο εγκλεισμός, η εργασία, η παραγωγή κ.λπ.) οργανώνει τις κοινωνικές σχέσεις εντός του χώρου, μέσω της διευθέτησης των ατόμων. Τα άτομα διαρθρώνονται με συγκεκριμένους ρόλους προς αντιστοίχια των λειτουργιών του χώρου. Έτσι τα άτομα διευθετούνται ως δάσκαλος και μαθητής, ως γιατρός και ασθενής, ως πωλητής και πελάτης, ως καταστηματούχος και πωλητής, ως

⁷⁹ Γ. Πεπονής, «Σχεδιαστική διατύπωση, μορφολογικοί νόμοι και αρχιτεκτονική έρευνα: μια επισκόπηση εργασίας» στο Σ.Γ.Ζ.Ζαφειρόπουλος (επιμ.), «*OPION*»: *Τμητικός τόμος στον καθηγητή Δ.Α.Φατούρο*, Τεύχος Β', ΑΠΘ. Θεσσαλονίκη 1999, σελ. 357-9. Ο Πεπονής αναφέρεται στη μορφολογική προσέγγιση του κτηρίου-χώρου και εστιάζει στη σχέση της οργάνωσης του χώρου και της κατανομής της κίνησης και της διακύμανσης της πυκνότητάς της. Βασισμένος σε ερευνητικά αποτελέσματα που υποστηρίζουν τη σχέση της «πυκνότητας της κίνησης κάθε αστικού χώρου» με «την αντίστοιχη τιμή ενσωμάτωσης» επισημαίνει ότι «η κατανομή της κίνησης είναι συνάρτηση της οργάνωσης του χώρου και η κατανομή των χρήσεων γης επενεργεί ως πολλαπλασιαστής του αρχικού αυτού υπόβαθρου της 'χωρικής οικονομίας της πόλης'». Με τον όρο του βαθμού ενσωμάτωσης εννοείται ο βαθμός ευκολίας της διέλευσης ενός χώρου, ενός κτηρίου. Βάσει αυτού του «νόμου» διακρίνει μεταξύ των «ειδικών» και «γενικών» λειτουργιών του χώρου. Πιο συγκεκριμένα αναφέρει ότι «κάθε ονομαστικός κτιριακός τύπος ανταποκρίνεται σε μια ειδική λειτουργία. Μπορούμε όμως να αντιδιαστείλουμε την ειδική λειτουργία, που οδηγεί και στις συγκεκριμένες προδιαγραφές του κτιριολογικού προγράμματος, από τις γενικές λειτουργίες του χώρου, που τέμνουν τους ονομαστικούς λειτουργικούς τύπου. Η δημιουργία ενός πεδίου άτυπων συναντήσεων, ως συνάρτηση της κατανομής των κινήσεων, είναι παράδειγμα γενικής λειτουργίας. Οι γενικές λειτουργίες δεν απασχολούν πάντοτε ρητά τους αρχιτέκτονες, αλλά γίνονται συχνά ο ενδιάμεσος όρος που επιτρέπει στην οργάνωση του χώρου να λειτουργεί κατά τους επιθυμητούς τρόπους.»

δεσμοφύλακας και κρατούμενος.⁸⁰ Με άλλα λόγια μέσω της αρχιτεκτονικής εγγράφεται στο χώρο το κοινωνικό νόημα, δηλαδή το πώς ορίζονται και νοηματοδοτούνται οι κοινωνικές σχέσεις και λειτουργίες.

Κατά αυτόν τον τρόπο, η χωρική διάταξη ρυθμίζει την επικοινωνία και τη γνώση μεταξύ ρόλων. Η ανισότητα της γνώσης, της κυκλοφορίας των πληροφοριών, της δυνατότητας λήψης αποφάσεων, του ελέγχου της πρόσβασης, της κινητικότητας και γενικά της συμπεριφοράς διατηρεί την ιεραρχική απόσταση μεταξύ των ατόμων και πριμοδοτείται πολλές φορές και από την ίδια τη χωρική διάταξη.

Το κτήριο είναι ένα πεδίο γνώσης και έλεγχου. Το κάθε κτήριο αναγνωρίζει, και συγκροτείται από διάφορες κατηγορίες χώρου, λειτουργιών, αρμοδιοτήτων, δρώντων υποκειμένων («κατοίκων»-κατεχόντων γνώση, «επισκεπτών-ξένων»). Οι κατηγορίες αυτές εμπεριέχουν γνώση, δηλαδή τη γνώση της κανονικότητας, που διατρέχει και ρυθμίζει το χώρο. Ταυτόχρονα, το κτήριο θέτει κατηγορίες ατόμων, χαρακτηριστικών, δραστηριοτήτων, προτύπων συμπεριφοράς, οι οποίες υπόκεινται σε έλεγχο και αποκλεισμό.⁸¹ Η γνώση, λοιπόν, προσδίδει εξουσία και η εξουσία χρησιμοποιεί τη γνώση για να ελέγξει.

Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι ισχύει μια ντετερμινιστικού τύπου άποψη ότι η χωρική διάταξη προδιαγράφει τις κοινωνικές σχέσεις, που θα αναπτυχθούν εντός του χώρου ή ότι οι λειτουργίες και οι ρόλοι είναι αναπόφευκτοι και δεσμευτικοί να αναπαραχθούν με ένα προκαθορισμένο τρόπο.

Η κοινωνική δράση και συμπεριφορά του υποκειμένου νοηματοδοτούν το χώρο, τους ρόλους και τις λειτουργίες και είτε με τη συναίνεση αναπαράγει τους κυρίαρχους ορισμούς και σημασίες είτε τις ανανοηματοδοτεί ή και τις ανατρέπει. Παρόλα αυτά, δεν μπορούμε να παραγνωρίσουμε ότι η χωρική διάταξη και οι λειτουργίες και οι ρόλοι που συναρθρώνονται με αυτή συγκροτούν ένα σύστημα

⁸⁰ Μ.Φουκώ, *Επιτήρηση και τιμωρία: Η γέννηση της φυλακής*, μετ. Κ.Χατζηδήμου-Ι.Ράλλη, θεώρηση Α.Σταύρου, επίμετρο Ν.Ε.Κουράκη, Ράππα, Αθήνα 1989, σελ.272-5. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η αρχιτεκτονική του Πανοπτικού, όπου η χωρική διάταξη θέτει τον κρατούμενο σε μια κατάσταση μόνιμης ορατότητας εις βάρος του και αναβαθμίζει τον δεσμοφύλακα σε μια υπερφυσική κατάσταση του «πανταχού παρόντος». Σε αυτή την περίπτωση αναδεικνύεται η βαρύτητα της αρχιτεκτονικής, καθώς το Πανοπτικό πρότυπο μέσω της συνθήκης της μόνιμης έκθεσης, ορατότητας του κραιουμένου, ευνοούσε την εσωτερίκευση του άγρυπνου βλέμματος του φρουρού, η οποία συνιστά τη λιγότερο δαπανηρή, εκλεπτυσμένη, «δημοκρατική» (κατά ειρωνικό τρόπο με την έννοια ότι η ποσότητα της φανερής, ωμής βίας μειώνεται) και εξαιρετικά αποτελεσματική άσκηση πειθαρχικής εξουσίας.

⁸¹ B.Hillier – J.Hanson, *The social logic of space*, όπ.π., σελ.146-7.

κανονικότητας, το οποίο ως προϊόν συνειδητής διαδικασίας επιδιώκει αποτελέσματα εξουσίας.⁸²

Συμπερασματικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι η αρχιτεκτονική συνιστά τεχνική του συστήματος παραγωγής του χώρου. Η τεχνική αυτή μορφοποιεί το χώρο εγγράφοντας σε αυτόν νοήματα, αξίες και επιδιώξεις. Η αισθητική του δομημένου περιβάλλοντος έχει προσδιοριστεί από κοινωνικά νοήματα και αξίες, οι οποίες με την υλική τους αποκρυστάλλωση λειτουργούν ως επικοινωνητές. Το κτήριο είναι φορέας αυτών μηνυμάτων. Η αισθητική του κτηρίου, με άλλα λόγια, συνιστά συμβολισμό.

Οι συμβολισμοί στο χώρο διαχέουν, προωθούν νοήματα και τρόπους αντίληψης. Μέσω της αισθητικής του δομημένου περιβάλλοντος αποπειράται να συγκροτηθεί μια συμβολική τάξη, δηλαδή ένα σύνολο νοημάτων και σημασιών μέσω του οποίου τα υποκείμενα προσλαμβάνουν, αξιολογούν, αποτιμούν και νοηματοδοτούν τον κοινωνικό τους κόσμο.

Με την κατασκευή κτηρίων με συγκεκριμένες λειτουργίες και με τη διευθέτηση του χώρου και των προβλεπόμενων θέσεων σε αυτόν προωθείται μια κοινωνική τάξη στο χώρο. Η πρόβλεψη συγκεκριμένων λειτουργιών μέσα στο χώρο (χωροθέτηση λειτουργιών), ο προσδιορισμός της χωροθέτησης των ρόλων, των χωρικών αποστάσεων, των διόδων, των στεγανών, του προσκηνίου και του παρασκηνίου αποτελούν μια προσπάθεια διευθέτησης των κοινωνικών σχέσεων στο χώρο. Ο προσδιορισμός των θέσεων των ρόλων εντός του πεδίου σημαίνει και την επιβολή μιας ηθικής τάξης, καθώς η διατήρηση της κοινωνικής τάξης προϋποθέτει και συνεπάγεται την αναγνώριση, την αποδοχή και την εμπέδωση των κατάλληλων συμπεριφορών, τρόπων και πρακτικών από τα άτομα που «κατοικούν» το χώρο.

Υπό αυτή την οπτική μπορούμε να δούμε την αρχιτεκτονική ως μια τεχνική εγγραφής στο χώρο μιας συμβολικής, κοινωνικής και ηθικής τάξης. Η εγγραφή της τάξης στο χώρο δεν γίνεται βεβαίως σε ιστορικό κενό. Όπως προαναφέρθηκε η

⁸² Μ.Φουκό, «Χώρος, γνώση και εξουσία» στο Μ.Φουκό *Εξουσία, γνώση και ηθική*, μετ.Ζ.Σαρίκας, Ύψιλον, Αθήνα 1987, σελ.56-9. Ο Φουκό υποστηρίζει ότι η χωρική δομή είναι αλληλένδετη με τις κοινωνικές πρακτικές και τις σχέσεις που αναπτύσσονται εντός του χώρου. Αναγνωρίζει αφενός ότι ο χώρος «είναι βασικός σε κάθε άσκηση εξουσίας» αλλά θεωρεί ότι «πάντα υπάρχουν δυνατότητες για αντίσταση, ανυπακοή». Όπως και από την άλλη ο σχεδιασμός ενός χώρου που βασίζεται στην πρόθεση της ελευθερίας δεν συνεπάγεται αυτόματα και την εξασφάλιση της ελευθερίας των ανθρώπων που τον χρησιμοποιούν, καθώς για τον Φουκό η ελευθερία συνιστά μια πρακτική. Με αυτή την προσέγγιση ο Φουκό δεν αρκείται στην ανάλυση της κτηριακής δομής και της χωρικής διάταξης αλλά ενδιαφέρεται και για τις πρακτικές που εκδιπλώνονται και οργανώνονται μέσα στο χώρο. Αναφέρει χαρακτηριστικά ότι «νομίζω ότι είναι κάπως αυθαίρετο να αποχωρίζουμε την ενεργό πρακτική της ελευθερίας από τους ανθρώπους, την πρακτική των κοινωνικών σχέσεων από τις χωρικές κατανομές στις οποίες βρίσκονται οι άνθρωποι. Αν διαχωριστούν αυτά τα πράγματα, γίνονται ακατανόητα. Το καθένα γίνεται κατανόητο μέσω του άλλου».

αρχιτεκτονική συνδιαλέγεται με τον ιστορικό και κοινωνικό περίγυρο. Η αρχιτεκτονική θεωρία, τα μοτίβα, οι απαιτήσεις της αγοράς –πελάτες των αρχιτεκτόνων-, οι ίδιοι οι αρχιτέκτονες βρίσκονται ήδη σε μια συμβολική, κοινωνική και ηθική τάξη που συγκροτεί τον σύγχρονο πολιτισμό. Με αυτό θέλουμε να πούμε ότι τα κοινωνικά νοήματα, οι φαντασιακές σημασίες, οι αξίες, οι κοινωνικές σχέσεις αντικειμενικοποιούνται, παροντοποιούνται στην υλικότητα (αισθητική και χωροτακτική) του χώρου. Επομένως για να μελετήσουμε το χώρο πρέπει να τον προσεγγίσουμε ως κοινωνικό και ιστορικό προϊόν. Με άλλα λόγια θα πρέπει να θέσουμε σε διαλεκτική σχέση τη μερικότητα του συγκεκριμένου κτισμένου χώρου με την ολότητα του δομημένου χώρου, του κοινωνικού φαντασιακού και των κοινωνικών σχέσεων που συγκροτούν τον εκάστοτε πολιτισμό.

4. Τάξη και χώρος

Η προοπτική και η μόνωση, η οριοθέτηση συνιστούν νοητικά σχήματα με τα οποία διευθετείται ο χώρος. Τα νοητικά σχήματα δεν είναι καθαρά νοητικές κατηγορίες, αλλά «νοητικά σχήματα ανταπόκρισης και δράσης στον κόσμο», που σημαίνει ότι αυτές οι παραστάσεις του χώρου διαμορφώνονται στα πλαίσια του εκάστοτε πολιτισμού.⁸³

Ο προοπτικά διευθετημένος χώρος και ο οριοθετημένος, μονωμένος χώρος θα μπορούσαμε να πούμε ακολουθώντας τον Lefebvre ότι είναι «αναπαραστάσεις του χώρου».⁸⁴ Ταυτόχρονα οι αναπαραστάσεις του χώρου αποκρυσταλλώνονται υλικά

⁸³ Σ. Δημητρίου, *Η πολιτική διάσταση στην τέχνη: Μια ανθρωπολογική προσέγγιση*, Σαββάλας, Αθήνα 2009, σελ. 77-9. Ο Δημητρίου αναφέρει ότι ο εγκέφαλος «οικοδομεί νοητικά σχήματα διαμέσου των συνάψεων, οι οποίες σχηματίζονται στο βαθμό που αναπτύσσουμε τις αντενέργειες μας με το περιβάλλον. Με άλλα λόγια η συνείδηση συνιστά σχέση που οργανώνει τον εαυτό της διεξάγοντας συνεχείς εσωτερικεύσεις από τον γύρω κόσμο... Οι παραστάσεις είναι νοητικά σχήματα ανταπόκρισης και δράσης στον κόσμο... Παράσταση είναι η ίδια η πράξη της συνείδησης, μια διεργασία της που συνεχώς μετασχηματίζεται. Προσδιορίζεται και μεταβάλλεται σε συνάρτηση με το πολιτισμικό πλαίσιο των συλλογικών παραστάσεων, με τη συσσωρευμένη εμπειρία και με την εκάστοτε θέση τους στο νοητικό σύστημα».

⁸⁴ H. Lefebvre, *The production of space*, όπ.π., σελ. 38-39. Ο Lefebvre κάνει λόγο για τις «χωρικές πρακτικές» ('spatial practice'), τις «αναπαραστάσεις του χώρου» ('representations of space') και τους «αναπαραστατικούς χώρους» ('representational spaces'). Η διαλεκτική αυτής της εννοιακής τριάδας συμβάλλει για τον Lefebvre στην κατανόηση της κοινωνικής παραγωγής αυτής της εννοιακής τριάδας. Οι «χωρικές πρακτικές» αναφέρονται στις καθημερινές πρακτικές των ατόμων στον κοινωνικό χώρο από την καθημερινή ρουτίνα, το χώρο της εργασίας, την οικογένεια και τους χώρους αναψυχής καθώς και τις διαδρομές που συνδέουν αυτούς του χώρους. Οι «αναπαραστάσεις του χώρου» συνιστούν το θεωρητικό, νοητικό χώρο, το «χώρο των επιστημόνων, των πολεοδόμων, των αστικών σχεδιαστών, των τεχνοκρατών και των κοινωνικών μηχανικών, καθώς και ενός τύπου καλλιτέχνη με επιστημονική κλίση- όλων αυτών οι οποίοι αναγνωρίζουν αυτό που βιώνουν και αντιλαμβάνονται σύμφωνα με αυτό που συλλαμβάνουν. Αυτός ο είναι ο κυρίαρχος χώρος σε κάθε κοινωνία (ή τρόπος παραγωγής). Οι έννοιες του χώρου τείνουν προς ένα σύστημα ρηματικών (και επομένως νοητικά επεξεργασμένων) σημείων». Οι «αναπαραστατικοί χώροι» είναι οι χώροι που «βιώνονται άμεσα σε συνάρτηση με τις

μέσω του μετασχηματισμού των νοητών εύτακτων χώρων σε χώρους της καθημερινής ζωής (δομημένο περιβάλλον και οι συμβολισμοί του) και σε αναπαραστάσεις στο επίπεδο των τεχνών.

Ο προοπτικά διευθετημένος χώρος γίνεται χώρος καθημερινών πρακτικών και «αναπαραστατικός χώρος», δηλαδή πραγματικός χώρος της καθημερινής εμπειρίας και σύμβολο, αφενός με την εφαρμογή της (π.χ.: κεντρικής) προοπτικής στον αστικό χώρο και το συμβολισμό που επικοινωνεί αυτή και αφετέρου στις εικαστικές τέχνες (ζωγραφική, γλυπτική). Η τάξη στον προοπτικό χώρο έγκειται στη συγκεκριμένη χωροθέτηση των αντικειμένων και των προσώπων, στο πάγωμα και την αποκλειστικότητα του σημείου φυγής και με αυτόν τον τρόπο στον καθορισμό του προσανατολισμού.

Επίσης σε φαντασιακό επίπεδο η προοπτική σύλληψη του χώρου σημαίνει και μια αντίληψη του χρόνου, της κίνησης μέσα στο χώρο ως συνεχούς. Και στο επίπεδο ακόμα του καθημερινού λόγου η διερώτηση της προοπτικής που δημιουργεί μια επιλογή στη ζωή του ατόμου περιγράφει μια αντίληψη του χώρου και του χρόνου ως ενός συνεχούς, μιας έκτασης προς κατάκτηση. Η αντίληψη της χρονικής συνέχειας φιλοξενείται σε ένα προοπτικά διευθετημένο χώρο. Αντιθέτως η ασυνέχεια, η ρήξη, η αλλαγή πορείας, η αναστροφή, η αλλαγή οπτικής γωνίας διαρρηγνύει την προοπτική τάξη του χώρου και του χρόνου. Αυτό μπορεί να γίνει αντιληπτό και στο επίπεδο της προσωπικής βιογραφίας. Με άλλα λόγια ο χώρος της προοπτικής διευθετεί και το χρόνο της εμπειρίας, των γεγονότων σε μια εξελικτική, χρονική συνέχεια προς ένα καθορισμένο ορίζοντα, πάνω στην τροχιά που θέτει το παγωμένο σημείο φυγής.

Ο οριοθετημένος, μονωμένος χώρος αποκτά υλική, ιστορική και συμβολική έκφραση με την αποκλειστικότητα της εδαφικής κυριαρχίας του κράτους, όπως αυτή οριοθετείται με τα εθνικά σύνορα και εξασφαλίζεται με τη διατήρηση της εσωτερικής συνοχής και της κοινωνικής τάξης (social order). Ο G.Simmel αναφέρεται στο κράτος ως ένα «τρόπο σύνδεσης ανάμεσα στα άτομα» ο οποίος αναπτύσσεται σε ένα αποκλειστικό και οριοθετημένο χώρο.⁸⁵ Οι κοινωνικές σχέσεις που συγκροτούν το

εικόνες και τα σύμβολα και για αυτό είναι ο χώρος των 'κατοίκων' και των 'χρηστών', αλλά επίσης κάποιον καλλιτεχνών και ίσως κάποιων, λίγων συγγραφέων και φιλοσόφων που περιγράφουν και δεν φιλοδοξούν να κάνουν κάτι περισσότερο από το να τον περιγράφουν. Αυτός είναι ο κυριαρχούμενος - και για αυτό παθητικά βιωμένος - χώρος τον οποίο η φαντασία αναζητά να τον αλλάξει και να τον οικειοποιηθεί. Επικαλύπτει τον φυσικό χώρο κάνοντας συμβολική χρήση των αντικειμένων του. Έτσι οι αναπαραστατικοί χώροι...τείνουν προς περισσότερο ή λιγότερο συνεκτικά συστήματα μη ρηματικών συμβόλων και σημείων».

⁸⁵ G.Simmel, «Κοινωνιολογία του χώρου» στο G.Simmel, *Περιπλάνηση στη Νεωτερικότητα*, μετ.Γ.Σαγκριώτης-Ολ.Σταθάτου, επιμ.-προλ.-εισ. Σ.Γάγγας-Κ.Θ.Καλόπουλος, επίμετρο J.Habermas,

κρατικό μόρφωμα αναπτύσσουν «εσωτερική σχέση προς το χώρο», δηλαδή προσδιορίζονται με βάση τη μοναδικότητα του χώρου της εθνικής επικράτειας. Και ταυτόχρονα η «πλαισίωση» της κοινότητας συνιστά μια ψυχική, κατά τον Simmel, διαδικασία που εξασφαλίζει την εσωτερική συνοχή. Συγκεκριμένα αναφέρει ότι «καθώς ο χώρος ύπαρξης μιας κοινωνίας πλαισιώνεται από αυστηρά συνειδητοποιημένα όρια, η κοινωνία αυτή χαρακτηρίζεται και από εσωτερική ομοιογένεια, και αντίστροφα: η ενότητα που προωθεί την αλληλεπίδραση, η λειτουργική σχέση του ενός στοιχείου προς το άλλο, αποκτά τη χωρική της έκφραση μέσα στο όριο που την περιβάλλει. Ίσως δεν υπάρχει τίποτε που να καταδεικνύει εντονότερα τη δύναμη της κρατικής συνοχής από το γεγονός ότι αυτή η κοινωνιολογική κεντρομόλος τάση, αυτή η συνεκτικότητα των προσώπων, που ωστόσο είναι εν τέλει μόνο ψυχική, αναπτύσσεται παρέχοντας την οιονεί αισθητή εικόνα ενός σταθερού περιβάλλοντος ορίου».⁸⁶

Επίσης ο μονωμένος χώρος μπορεί να χωρικοποιηθεί, με την έννοια του κατασκευασμένου περιβάλλοντος, ως ένας χώρος-νησίδα ασφάλειας, τάξης και καθαρότητας εντός και παράλληλα με την κρατικά οριοθετημένη επικράτεια,⁸⁷ τόσο με «κοινόχρηστη» μορφή (εμπορικά κέντρα) όσο και με ιδιωτική (οικιστικά συγκροτήματα, εταιρικές εγκαταστάσεις). Η τάξη του μονωμένου χώρου έγκειται στην οριοθέτηση του χώρου, στην συνοχή των κοινωνικών δεσμών, στην καθαρότητα από ενδογενείς συγκρούσεις και εξωγενείς απειλές και στη διατήρηση του δικαιώματος της αποκλειστικότητας του συνδέσμου (επιχείρηση, κράτος) στο συγκεκριμένο χώρο-εδαφική επικράτεια.

Θα εξετάσουμε στη συνέχεια το πώς η προοπτική και η μόνωση ως νοητικά σχήματα «τακτοποίησης» του χώρου και ουσιαστικά των κοινωνικών σχέσεων εντός του χώρου μεταφράζονται σε δομημένους και αναπαραστατικούς χώρους, δηλαδή σε προοπτικά διευθετημένους και μονωμένους χώρους (κατασκευασμένοι χώροι και οι

Αλεξάνδρεια, Αθήνα 2004, σελ.143-169. Ο Simmel υποστηρίζει ότι τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του χώρου (εγγύτητα, απόσταση, γειτνίαση, οριοθέτηση, αποκλειστικότητα, σταθερότητα, κομβικά σημεία), οι χωρικές αυτές μορφές συνιστούν παράγωγα των τύπων των κοινωνικών σχηματισμών (κράτος, νομαδισμός, συντεχνίες, εκκλησίες), των περιεχομένων κοινωνικών αλληλεπιδράσεων (οικονομικές ανταλλαγές, θρησκευτικές και συναισθηματικές ενώσεις) και των ψυχικών διαδικασιών και διανοητικών διεργασιών των ατόμων. Οι σχέσεις, οι αλληλεπιδράσεις και τα γεγονότα εξελίσσονται στο χώρο με ποικίλους όρους και αυτοί εγγράφονται στο χώρο διαμορφώνοντας τον ανάλογα. Σχετικά με την οριοθέτηση ο Simmel λέει χαρακτηριστικά ότι «το όριο δεν αποτελεί χωρικό γεγονός με κοινωνιολογικές επενέργειες αλλά κοινωνιολογικό γεγονός που μορφοποιείται χωρικά».

⁸⁶ G.Simmel, «Κοινωνιολογία του χώρου», όπ.π., σελ.150.

⁸⁷ Το «εντός» της εθνικής επικράτειας σημαίνει ότι τέτοιο χώρο δημιουργούνται ακριβώς εντός του εθνικού χώρου και το «παράλληλα» αναφέρεται στη δημιουργία εδαφικών επικρατειών με ιδιωτικά νομικά καθεστώτα και σώματα που αναλαμβάνουν την προσφορά υπηρεσιών αστυνόμευσης, φύλαξης και φροντίδας των χώρων αυτών.

συμβολισμοί τους ή/και οι συμβολισμοί των αναπαραστάσεων αυτών των χώρων στις τέχνες). Η παραγωγή του «εὐτακτου χώρου» προκύπτει από την εγγραφή στο χώρο ενός προτύπου τάξης. Και το πρότυπο της τάξης συνίσταται στη διευθέτηση των κοινωνικών σχέσεων βάσει κοινωνικών νοηματοδοτήσεων και αξιών ή αλλιώς βάσει των επικρατούντων κοινωνικών φαντασιακών σημασιών ενός κοινωνικο-ιστορικού σχηματισμού. Επομένως, όπως θα δούμε παρακάτω, το νοητικό σχήμα της προοπτικής ή/και της μόνωσης-οριοθέτησης μπορεί να συμβάλλει στην παραγωγή διαφορετικών κοινωνικών (εν-τάξει) χώρων, ακριβώς επειδή μεσολαβούν διαφορετικές κοινωνικές νοηματοδοτήσεις, κοινωνικές σχέσεις και εμπειρίες.

4.1. Η προοπτική

Η προοπτική ως μια τεχνοτροπία αναπαράστασης (ζωγραφική, ξυλογραφία, γλυπτική), διαμόρφωσης (αρχιτεκτονική, πολεοδομία) του χώρου, που επιδιώκει να αποδώσει την αίσθηση του βάθους, αντανakλά και κομίζει μια φιλοσοφική και κοινωνική αντίληψη για το χώρο. Η υιοθέτηση και η έκφραση της προοπτικής τεχνοτροπίας με κάθε τρόπο ή η άρνησή της απηχεί μια διαφορετική αντίληψη για το χώρο.⁸⁸

Στην αρχαιότητα, η φιλοσοφική αντίληψη του χώρου αρνείται τη γεωμετρική προοπτική, καθώς αφενός ο χώρος συλλαμβάνεται ως πεπερασμένος, και όχι «πραγματικά άπειρος», και αφετέρου αναγνωρίζονται οι διαφοροποιήσεις της υποκειμενικής οπτικής εμπειρίας και οι οπτικές παραμορφώσεις λόγω του αμφιβλυστροειδή χιτώνα.⁸⁹

⁸⁸ E.Panofsky, *Perspective as symbolic form*, Zone Books, New York 1991, σελ.71. Ο Panofsky αναφερόμενος στις αρνήσεις της προοπτικής υποστηρίζει ότι «στο Μεσαίωνα, στην κλασσική αρχαιότητα, στην αρχαιότητα της ανατολής απορρίπτεται η προοπτική, γιατί έμοιαζε να εισάγει έναν ατομικιστικό και τυχαίο παράγοντα σε ένα έξω-υποκειμενικό και υπερ-υποκειμενικό κόσμο». Επίσης, κατά τον Panofsky, «ο εξπρεσιονισμός την απέφυγε, γιατί επιβεβαίωνε και εξασφάλιζε τα απομεινάρια αντικειμενικότητας, τα οποία ακόμα και ο Ιμπρεσιονισμός ήταν υποχρεωμένος να κρατήσει από την ατομική διαμορφωτική επιθυμία —ο αληθινός τριδιάστατος χώρος»..

⁸⁹ Αμφιβλυστροειδής χιτώνας είναι ο εσωτερικός χιτώνας του οπίσθιου τμήματος του βολβού του ματιού, στον οποίο λαμβάνει χώρα η νευρική διέγερση από το φυσικό φως και ξεκινά η αίσθηση της οράσεως. Πηγή: *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*, Γ.Μπαμπινιώτης, Κέντρο Λεξικολογίας, Αθήνα 1998. Ο E.Panofsky επισημαίνει τέσσερις αρνήσεις της προοπτικής: «1) βλέπουμε με δύο συνεχώς κινούμενα μάτια —σφαιρικό πεδίο όρασης, 2) τη διαφορά μεταξύ της 'οπτικής εικόνας' (μέσω της οποίας ο ορατός κόσμος μεταφέρεται στη συνείδησή μας) και της εικόνας του αμφιβλυστροειδή χιτώνα, 3) τις παραμορφώσεις, που επιφέρει στα αντικείμενα ο αμφιβλυστροειδής χιτώνας και 4) η προβολή των αντικειμένων στον αμφιβλυστροειδή είναι κυκλική και όχι επίπεδη». Βλ. E.Panofsky, *Perspective as symbolic form*, όπ.π., σελ.31.

Η αποδοχή της φύσης της ανθρώπινης όρασης, ότι δηλαδή τα αντικείμενα δεν προβάλλονται κάθετα στο μάτι αλλά σφαιρικά, οδήγησε και στην αναγνώριση της ανθρώπινης οπτικής γωνίας ως κριτήριο αναπαράστασης ή/και διαμόρφωσης του χώρου, σε αντίθεση με την «ορθή» γεωμετρική προοπτική. Ο ρόλος της ανθρώπινης οπτικής γωνίας αποτυπώθηκε και στο 8^ο θεώρημα του Ευκλείδη, όπου ισχυρίζεται ότι η οπτική εντύπωση του μεγέθους δυο ισομεγέθων κτηρίων από διαφορετική απόσταση δεν σχετίζεται τόσο με την απόσταση όσο με την οπτική γωνία.⁹⁰

Η οπτική αντίληψη στην αρχαιότητα είναι ανθρωπομορφική, καθώς αναγνωρίζονται οι νόμοι της φυσικής όρασης. Η προοπτική βασιζόταν στην οπτική γωνία και η προοπτική αναπαράσταση γινόταν σε σφαιρική επιφάνεια.⁹¹ Η ευκλείδεια προοπτική προσπαθούσε να εφαρμόσει με μαθηματικό τρόπο τους νόμους της φυσικής όρασης, ενώ η γεωμετρική προοπτική επιδίωξε να προσδιορίσει τον χώρο με μαθηματικούς νόμους.

Η θεώρηση του κόσμου ως πεπερασμένου σηματοδοτούσε την αντίληψη των πραγμάτων εντός του χώρου ως ξεχωριστές οντότητες με δική τους αξία και ταυτότητα, οι οποίες μέσω της συνάρθρωσής τους συγκροτούσαν μια ενότητα. Η μοναδικότητα των πραγμάτων εξασφαλιζόταν από την πλαστικότητα των μορφών.⁹²

Η ανάπτυξη της φυσικής φιλοσοφίας και της επιστημολογίας, στην περίοδο του Μεσαίωνα, σήμανε την αντικατάσταση της ιδέας περί της κεντρικότητας της γης και του απόλυτου ορίου της ουράνιας σφαίρας με την αντίληψη ενός ομοιόμορφου και συνεχούς, άπειρου χώρου.⁹³ Η αλλαγή αυτή σηματοδότησε και ένα διαφορετικό τρόπο αναπαράστασης του χώρου και των μορφών εντός αυτού.

Ο χώρος ως ένα συνεχές αφομοιώνει τα στοιχεία, τις μορφές που ανήκουν σε αυτόν. Η γεωμετρική προοπτική προσπάθησε να αποτυπώσει τη φιλοσοφική αυτή αντίληψη περί του συνεχούς, άπειρου και ομοιόμορφου χώρου, αντικειμενικοποιώντας τις ποιοτικές διαφοροποιήσεις της άμεσης οπτικής εμπειρίας. Η αναζήτηση μιας αντικειμενικής θεώρησης του κόσμου, όσον αφορά τις αναπαράστατικές τέχνες, οδήγησε στην αναπαράσταση των τριών φυσικών διαστάσεων και στη συστηματοποίηση του χώρου.

⁹⁰ E.Panofsky, *Perspective as symbolic form*, όπ.π., σελ.35.

⁹¹ E.Panofsky, *Perspective as symbolic form*, όπ.π., σελ.99. Χαρακτηριστικό της αντίληψης του χώρου και της οπτικής εμπειρίας στην αρχαιότητα ήταν η «σκηνογραφία», η οποία συνιστούσε ένα τρόπο προοπτικής αναπαράστασης του τρισδιάστατου χώρου. Στόχος της «σκηνογραφίας» ήταν η αναπαράσταση όχι των πραγματικών αναλογιών ενός κτηρίου αλλά η «οπτική ευρυθμία», δηλαδή το πώς θα έμοιαζε το κτήριο, όταν κατασκευαζόταν.

⁹² E.Panofsky, *Perspective as symbolic form*, όπ.π., σελ.43-4.

⁹³ E.Panofsky, *Perspective as symbolic form*, όπ.π., σελ. 48-9.

Η εξασφάλιση της πιστότητας του φυσικού χώρου επιδιώχθηκε με την αναπαράσταση των τριών φυσικών διαστάσεων και την ομοιομορφία του την εγγυήθηκε η δυνατότητα μηχανικής, ακριβούς αναπαραγωγής του σχεδίου, που πρόσφερε η κεντρική προοπτική με τη χρήση της οπτικής πυραμίδας (Alberti, Πραγματεία επί της ζωγραφικής, 1435).⁹⁴ Και στο επίπεδο των πλαστικών τεχνών αποδείχθηκε ότι η ορθολογικότητα και η αντικειμενικότητα θεωρήθηκαν ως αποτελέσματα της περιστολής της πολυπλοκότητας των υποκειμενικών εκφράσεων και εμπειριών και της αφαίρεσης.

Ο E.Cassirer επισημαίνει τη διαφορά μεταξύ του οπτικού και απτικού χώρου, του χώρου της άμεσης αντίληψης και του χώρου των καθαρών μαθηματικών: «Ο Ευκλείδειος χώρος χαρακτηρίζεται από τις τρεις βασικές ιδιότητες της συνέχειας, του απείρου και της ομοιομορφίας. Αλλά όλες αυτές οι ιδιότητες έρχονται σε αντίθεση με τον χαρακτήρα της αισθητηριακής αντίληψης. Η αντίληψη δεν γνωρίζει την ιδέα του απείρου· ευθύς εξαρχής είναι περιορισμένη εντός ορισμένων χωρικών ορίων τα οποία της επιβάλλονται από την ίδια της τη φύση. Επίσης ο αντιληπτικός χώρος έρχεται σε αντίθεση με την ιδέα της ομοιομορφίας. Η ομοιομορφία του γεωμετρικού χώρου βασίζεται στο ότι όλα τα στοιχεία του, τα ‘σημεία’ τα οποία αποτελούν μέρη του είναι απλοί προσδιορισμοί θέσης, που δεν κατέχουν ανεξάρτητο δικό τους περιεχόμενο πέρα από αυτή τη δεδομένη σχέση».⁹⁵

4.1.1. Κεντρική προοπτική

Η τεχνική της γραμμικής κεντρικής προοπτικής εμφανίζεται και αναπτύσσεται στην περίοδο της Αναγέννησης ως μια προσπάθεια εξορθολογισμού, αντικειμενικοποίησης και μαθηματικοποίησης του χώρου. Η επιστημονική μελέτη της προοπτικής τεχνολογίας βασισμένη σε μαθηματικούς νόμους συνιστούσε μια εκδοχή της ιστορικής τάσης για αναζήτηση αντικειμενικής θεώρησης του κόσμου. Τα μεγάλα ερευνητικά ταξίδια, η επιστημονική μελέτη της ανατομίας του ενόργανου φυσικού κόσμου και δη του ανθρώπινου σώματος και γενικότερα μια αναζήτηση

⁹⁴ R.Arnhelm, *Τέχνη και οπτική αντίληψη: η ψυχολογία της δημιουργικής όρασης*, μετ.Ι.Ποταμιάνος, Θεμέλιο, Αθήνα 1999, σελ.310.

⁹⁵ E.Cassirer, *The philosophy of symbolic forms: Vol.2 Mythical thought*, Yale University Press, New Haven, 1985, σελ.83-4, όπως παρατίθεται στο Ι.Ποταμιάνος, «Η βίωση του αστικού χώρου και ο χειρισμός της προοπτικής» στο Σ.Γ.Ζ.Ζαφειρόπουλος (επιμ.), «ΟΡΙΟΝ»: *Τμηματικός τόμος στον καθηγητή Δ.Α.Φατούρο*, Τεύχος Β', ΑΠΘ, Θεσσαλονίκη 1999, σελ.365.

επιστημονικών κριτηρίων ακρίβειας και αντικειμενικής γνώσης χαρακτηρίζουν την περίοδο της αναγέννησης.⁹⁶

Η τεχνική της γραμμικής προοπτικής συνιστούσε ένα τρόπο γεωμετρικού προσδιορισμού και διάταξης του χώρου (όσον αφορά τη ζωγραφική), ο οποίος επέτρεπε τη μηχανική αναπαραγωγή της εικόνας, με αποτέλεσμα να διαμορφώνεται μια επακριβώς προσδιορισμένη ενότητα μορφών και φορμών αποφεύγοντας την ελευθερία (κατά τους αναγεννησιακούς, ίσως αυθαιρεσία) της διάταξης των μορφών της μεσαιωνικής τέχνης.⁹⁷ Σύμφωνα με τον L.Mumford η ζωγραφική απεικόνιση στην περίοδο του Μεσαίωνα ήταν συμβολική και οι διαστάσεις του χώρου και του χρόνου ήταν ανεξάρτητες. Οι συμβολικές αναφορές μπορεί σε έναν πίνακα να προερχόταν από διαφορετικές ιστορικές περιόδους, χωρίς να τίθεται ζήτημα χρονικής ακολουθίας.⁹⁸ Η εισαγωγή της κεντρικής προοπτικής σήμανε νέο τρόπο απεικόνισης του χώρου και του χρόνου. Δημιουργείται ένα σύστημα χώρου και χρόνου εντός του οποίου διευθετούνται τα σώματα, τα αντικείμενα, ο χώρος. Ο χρόνος εντάσσεται μέσα στο χώρο όχι μέσω των συμβολικών του αναφορών αλλά μέσω της απόστασης, της κίνησης του ματιού του παρατηρητή. Η απόσταση μεταξύ των αντικειμένων καθορίζει το μέγεθός τους, έτσι ώστε η συμβολική διάσταση να υποχωρεί μπροστά στην οπτική και την ποσοτική.⁹⁹

Επίσης, η γραμμική προοπτική αποτυπώνοντας τη διάσταση του βάθους, το οποίο φαίνεται δυνητικά απείρως επεκτεινόμενο, εξέφραζε τη φιλοσοφική αντίληψη της απεραντοσύνης του εμπειρικού χώρου, σε αντίθεση με την κλασική θεώρηση του πεπερασμένου χώρου. Η αναπαράσταση των τριών φυσικών διαστάσεων του εμπειρικού χώρου και η μαθηματικά προσδιορισμένη χωρική διάταξη προσέδιδε στο σχέδιο, κατά την κυρίαρχη αντίληψη, μια ακρίβεια και μια πιστότητα του πραγματικού χώρου.

⁹⁶ R.Arnheim, *Τέχνη και οπτική αντίληψη: η ψυχολογία της δημιουργικής όρασης*, ό.π., σελ.310.

⁹⁷ E.H.Gombrich, *Το χρονικό της τέχνης*, μετ.Α.Κασδάγλη, ΜΙΕΤ, Αθήνα 2001, σελ.262.

⁹⁸ Α.Μάμφορντ, «Μηχανοποίηση της σύγχρονης κουλτούρας», ό.π., σελ.98-99. Ο Α.Μάμφορντ σχολιάζει ότι στην περίπτωση της μεσαιωνικής τέχνης δεν ευσταθεί η έννοια του αναχρονισμού καθώς «το να βρίσκεσαι 'εκτός χρόνου' ή το να κάνεις λάθος στο χρόνο γίνεται ενοχλητικό μόνο όταν αφηγείσαι τα γεγονότα μέσα σ' ένα συγκεκριμένο πλαίσιο χρόνου και χώρου».

⁹⁹ Α.Μάμφορντ, «Μηχανοποίηση της σύγχρονης κουλτούρας», ό.π., σελ.99-100. Ο Α.Μάμφορντ αναφέρει ότι «στους παλιότερους πίνακες, το μάτι του παρατηρητή πηδούσε από το ένα μέρος στο άλλο μαζεύοντας συμβολικά ψίχουλα: στους νέους πίνακες το μάτι του παρατηρητή ακολουθούσε τις γραμμές της γραμμικής προοπτικής κατά μήκος των δρόμων, των κτιρίων, ή των πεζοδρομίων, που τις παράλληλες γραμμές τους είχε φτιάξει επίτηδες ο ζωγράφος για να κάνει το μάτι του παρατηρητή να ταξιδεύει...Η κίνηση έγινε μια νέα πηγή αξίας: κίνηση για την κίνηση. Ο μετρημένος χώρος του πίνακα ενίσχυσε κι άλλο τον μετρημένο χρόνο του ρολογιού».

Για τον R.Arnhheim η εφαρμογή της κεντρικής προοπτικής «σήμαινε» τη νέα σχέση του ανθρώπου με τον κόσμο, με τον ιστορικό χρόνο και την ανθρώπινη ύπαρξη. Ο κόσμος, ή μάλλον η εικόνα του κόσμου, προσλαμβάνεται από μια σταθερή οπτική γωνία, η οποία μαρτυρά τη σχέση επιβολής του ανθρώπου έναντι του κόσμου. Η κεντρική προοπτική εμφανίζει τον ατομοκεντρισμό της περιόδου της Αναγέννησης. Επίσης, ο προοπτικά διευθετημένος κόσμος είναι ένας «κεντραρισμένος κόσμος», που έχει οργανωθεί, διευθετηθεί με βάση την οπτική πυραμίδα. Για τον Arnhheim «συμβολικά αυτός ο κεντραρισμένος κόσμος ανταποκρίνεται σε μια ιεραρχική σύλληψη της ανθρώπινης ύπαρξης».¹⁰⁰ Σε αυτόν τον πυραμιδοειδή κόσμο τα αναπαριστώμενα αντικείμενα, πρόσωπα, ο χώρος συγκλίνουν προς ένα εστιακό σημείο. Ο χώρος απεικονίζεται «ως ροή προσανατολισμένη προς ένα προδιαγεγραμμένο τέλος».¹⁰¹

Η νέα αυτή τεχνική εφαρμόστηκε στο σύνολο των λεγόμενων πλαστικών τεχνών, με αποτέλεσμα να διαμορφώσει τόσο τις ζωγραφικές, γλυπτικές αντικειμενικοποιήσεις όσο και τις αρχιτεκτονικές, δηλαδή το αστικό τοπίο.

4.1.2. Η εφαρμογή της προοπτικής στο αστικό τοπίο

Από το μεσαιωνικό κεντρομόλο αστικό σχέδιο (ιστό), το οποίο συνίστατο σε ένα πυκνό δίκτυο και στην κεντρική πλατεία, όπου διεξάγονταν οι τελετές, γιορτές, παρελάσεις, τα παζάρια, σημειώνεται μια μετάβαση, κατά τη περίοδο της Αναγέννησης, στη φυγόκεντρη πόλη.¹⁰²

Η φυγόκεντρη πόλη χαρακτηρίζεται από μια σταδιακή επέκταση των ορίων της πόλης, καθώς ο αστικός πληθυσμός αυξάνεται, και από τη διάνοιξη ευθύγραμμων κύριων οδών. Έτσι αναδιαρθρώνεται το πολύπλοκο οδικό δίκτυο της μεσαιωνικής πόλης, προκειμένου να εξυπηρετηθούν οι λειτουργίες και οι ανάγκες (κυκλοφοριακές, εμπορικές, παραγωγικές) της πρώιμης καπιταλιστικής οικονομίας. Στη διαμόρφωση του αστικού τοπίου, κατά την περίοδο της Αναγέννησης, αξιοποιήθηκε η τεχνοτροπία της προοπτικής με στόχο τη συμβολοποίηση της πόλης και τη φανταστική νομιμοποίηση της νέας κοινωνικής συνθήκης. Η δημιουργία πλατειών (στις οποίες

¹⁰⁰ R.Arnhheim, *Τέχνη και οπτική αντίληψη: η ψυχολογία της δημιουργικής όρασης*, όπ.π., σελ.322. Ο Arnhheim αναφέρει συγκεκριμένα: «Συμβολικά, ένας τέτοιος κεντραρισμένος κόσμος ανταποκρίνεται σε μια ιεραρχική σύλληψη της ανθρώπινης ύπαρξης. Δύσκολα θα ταίριαζε στις φιλοσοφίες του Τάο ή του Ζεν της Ανατολής, οι οποίες εκφράζονται με το άνευ κέντρου συνεχές των κινέζικων και ιαπωνικών τοπίων που δημιουργείται με ισομετρική προοπτική»

¹⁰¹ R.Arnhheim, *Τέχνη και οπτική αντίληψη: η ψυχολογία της δημιουργικής όρασης*, όπ.π., σελ.325.

¹⁰² Ρ.Ζολί, *Η πόλη και ο αστικός πολιτισμός*, όπ.π., σελ. 189.

τοποθετούνται αγάλματα βασιλιάδων, ηγεμόνων, στρατηγών), ναών, δημόσιων κτηρίων, παλατιών (π.χ.:Βερσαλλίες), τα οποία βρίσκονται στο τέλος ακτινωτών δρόμων, σχεδιάστηκαν με την τεχνική της κεντρικής προοπτικής. Η εφαρμογή της γεωμετρικής στρατηγικής της προοπτικής στον αστικό χώρο επιδίωκε την εδραίωση και συμβολική φόρτιση των σημείων αναφοράς του νέου αστικού συνόλου. Το άγαλμα ή το κτήριο, που υπήρχε στο βάθος του προοπτικά σχεδιασμένου δρόμου με δυο ισοϋψή κτήρια στις δυο πλευρές του δρόμου, βρισκόταν στο κέντρο του οπτικού πεδίου, το οποίο ρυθμιζόταν και περιοριζόταν από την αρχιτεκτονική διαρρύθμιση. Το κάθε σύμβολο έπαιρνε τη μορφή του ορόσημου, αναφορικής/οργανωτικής αρχής της κοινωνικής συνθήκης ή/και της κοσμικής τάξης.¹⁰³

Η χρήση της κεντρικής προοπτικής σε συνδυασμό με τη δυνατότητα της πιστής αναπαράστασης των σωμάτων (που προέκυψε από την επιστημονική μελέτη της ανατομίας του ανθρώπινου σώματος) διαμόρφωναν για το αναπαριστώμενο πρόσωπο (άγαλμα) έναν έντονα εκφραστικό συμβολισμό στο κέντρο του οπτικού πεδίου. Η γνώση της ανατομίας του ανθρώπινου σώματος παρήγαγε γλυπτικά μορφώματα εξαιρετικής πιστότητας, δυναμισμού και φυσικότητας. Ο συμβολισμός της θεϊκής ή κοσμικής εξουσίας επιτεινόταν αφενός από την αρχιτεκτονική και πολεοδομική οργάνωση της κεντρικής προοπτικής και αφετέρου από την πιστότητα της λεπτομερειακής γλυπτικής κατασκευής.

Στην εθνοκρατική συνθήκη η πολεοδομική οργάνωση του αστικού χώρου και η κατασκευή μνημείων αποτέλεσαν τρόπους οργάνωσης και διευθέτησης τόσο της λειτουργίας του χώρου όσο και της μνήμης και της εμπειρίας του χώρου για τους πολίτες. Τα μνημεία –κτήρια, αγάλματα- στην περίοδο του έθνους-κράτους εστιάζουν στην ανάδειξη της ιστορικής συνέχειας και του γοήτρου του έθνους.¹⁰⁴ Και τα φασιστικά καθεστάτα χρησιμοποίησαν το εργαλείο της αρχιτεκτονικής προκειμένου να συγκροτήσουν ένα μνημειακό αστικό χώρο, που προωθούσε μια νέα εμπειρία του χώρου, νομιμοποιητική για τα καθεστάτα. Ο Στ.Σταυρίδης παραλληλίζει την απώλεια της ατομικότητας όπως επιτυγχάνονταν με τις στρατιωτικού τύπου δημόσιες τελετές

¹⁰³ Ι.Ποταμιάνος, «Η βίωση του αστικού χώρου και ο χειρισμός της προοπτικής» στο Σ.Γ.Ζ.Ζαφειρόπουλος (επιμ.), «*ΟΡΙΩΝ*»: Τμητικός τόμος στον καθηγητή Δ.Α.Φατούρο, Τεύχος Β', ΑΠΘ, Θεσσαλονίκη 1999, σελ.372. Αναφέρεται ότι «η μέθοδος κατασκευής της δισδιάστατης αναπαράστασης του χώρου φαίνεται να επηρέασε το σχεδιασμό του αστικού χώρου. Αυτές οι ακτινωτές, δυναμικές συνθέσεις κεντρικής προοπτικής τόνιζαν μια αίσθηση αποφασιστικότητας, τάξης και κατευθυντικότητας, καθώς επίσης και την υπεροχή και κεντρική σπουδαιότητα του ορόσημου. Το ορόσημο έμοιαζε σα να μην είναι μόνο το σημείο στο οποίο οδηγούσαν οι δρόμοι, αλλά το σημείο που τους γεννούσε' το κύριο αίτιο της ύπαρξής τους».

¹⁰⁴ Σ.Δημητρίου, *Η πολιτική διάσταση στην τέχνη: Μια ανθρωπολογική προσέγγιση*, όπ.π., σελ.204-8.

και παρελάσεις με την αρχιτεκτονική υπερμεγέθυν διατάξεων που προκαλούσαν δέος.¹⁰⁵

Η χρήση της κεντρικής προοπτικής επιδίωκε να ορίσει, αρκετές φορές, μια αναφορική αρχή είτε αυτή εκφραζόταν στη ζωγραφική και τη γλυπτική είτε στην αρχιτεκτονική. Ίσως δεν είναι τυχαίο ότι στην ελληνική αρχαιότητα στους δημόσιους χώρους δεν εφαρμόζεται η κεντρική προοπτική, αλλά η χωρική διαρρύθμιση, η οποία υιοθετεί ως κριτήριο τη ανθρώπινη οπτική γωνία και διαμορφώνει ανοιχτούς χώρους με ευρύχωρη οπτική προοπτική.¹⁰⁶ Ο δήμος ως η καθολική θεσμιζούσα κοινωνική δύναμη δεν επιτρέπει την τοποθέτηση στο κέντρο του τοπίου ή του κοινωνικού του φανταστικού καμία αποκλειστική υπερβατική ή κοσμική αρχή.

Είδαμε, λοιπόν, το πώς ο χώρος μπορεί να νοηθεί με διαφορετικούς τρόπους (πεπερασμένος ή άπειρος, συνεχής, ισότροπος) και αυτή η διαφορετική εννόηση να μετασχηματίζει τα νοητικά σχήματα, τις παραστάσεις (προοπτική: ανθρωπομορφική ή γεωμετρική) με τις οποίες προσεγγίζεται νοητικά και αναπαρίσταται σε διδιάστατο (ζωγραφική) και τριδιάστατο επίπεδο (γλυπτική, αρχιτεκτονική, πολεοδομία). Ο πολιτισμικός καθορισμός των παραστάσεων και εν προκειμένω της προοπτικής αποδεικνύεται ακόμα και στην αντίληψη του χώρου ως άπειρου, μη πεπερασμένου. Αυτή η ιδέα του άπειρου χώρου μέσω της κεντρικής προοπτικής του απεικόνισης στο αναπαραστατικό και αστικό επίπεδο ήρθε να διαμορφώσει τη μνήμη και την εμπειρία του χώρου και τη γνώση της τάξης (συμβολικής, πολιτικής, φανταστικής, ηθικής) που διατρέχει τον καθημερινό βίο των ανθρώπων. Με άλλα λόγια, η ιδέα του άπειρου, συνεχούς χώρου και η προσπάθεια συστηματοποίησής αυτού του κενού χώρου σήμανε μια μετατόπιση από τον «ψυχοφυσιολογικό χώρο»¹⁰⁷, γεγονός το οποίο σήμανε μια διαφορετική αντίληψη και διευθέτηση του χώρου και του χρόνου και επομένως μια νέα εμπειρία.

4.1.3. Η προοπτική στη σύγχρονη αστική συνθήκη

Όπως είδαμε η προοπτική συνιστά ένα τρόπο επιβολής μιας τάξης στο χώρο. Είτε στις αναπαραστατικές τέχνες είτε στον αστικό χώρο ο προοπτικά διευθετημένος χώρος προτείνει μια τάξη στο χώρο. Η διευθέτηση αυτή του χώρου είδαμε ότι προκύπτει από

¹⁰⁵ Στ. Σταυρίδης, *Από την πόλη οθόνη στην πόλη σκηνή*, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2002, σελ.102-4.

¹⁰⁶ Ι.Ποταμιάνος, «Η βίωση του αστικού χώρου και ο χειρισμός της προοπτικής», ό.π., σελ.368-70.

¹⁰⁷ E.Panofsky, *Perspective as symbolic form* ό.π., σελ.31. Ο Panofsky αναφέρει ότι «ο ψυχοφυσιολογικός κόσμος μεταφράστηκε σε μαθηματικό χώρο» αντικειμενικοποιήθηκε το υποκειμενικό».

ένα πλέγμα κοσμοθεωρήσεων, οικονομικών δυνάμεων, πολιτισμικών αξιών, πολιτικών επιδιώξεων, κοινωνικών δυναμικών και συνθηκών. Για τη S.Zukin «η πράξη της επιλογής της προοπτικής επιφέρει συνέπειες στο επίπεδο της γνωστικής πρόσληψης και της υλικής οικειοποίησης».¹⁰⁸ Η επιβολή της (προοπτικής) τάξης στο χώρο βασίζεται στην ισχύ (οικονομική, πολιτική) και προτείνει τρόπους αντίληψης και βίωσης του κοινωνικού χώρου και χρόνου.

Ο προοπτικά διευθετημένος χώρος θα μπορούσαμε να πούμε σχηματικά ότι στη νεωτερική συνθήκη διατρέχεται από την αρχή της κεντρικότητας. Η εφαρμογή της κεντρικής προοπτικής στις αναπαραστατικές τέχνες και στον αστικό χώρο επιδιώκει την ανάδειξη κεντρικών αναφορών και οργανωτικών αρχών της κοινωνικής συνθήκης σε συμβολικό, φαντασιακό και υλικό επίπεδο. Ακόμα και στις περιπτώσεις που δεν εφαρμόζεται στον αστικό χώρο η κεντρική προοπτική, η συγκέντρωση της πολιτικής και οικονομικής ισχύος στο κέντρο των μητροπόλεων προτείνει μια γνωστική πρόσληψη του κοινωνικού χώρου με όρους κεντρικότητας. Αυτό σημαίνει ότι ο χώρος και οι δυνάμεις που διαμορφώνουν και οργανώνουν την κοινωνία και το χώρο της χαρακτηρίζονται από μια κεντρικότητα τόσο υλική, χωροτακτική όσο και συμβολική. Η προοπτική, λοιπόν, αποτελεί ένα τρόπο διευθέτησης του χώρου αλλά και μια «οπτική», δηλαδή έναν τρόπο νοητικής χαρτογράφησης του καθημερινού χώρου από τα υποκείμενα βάσει της οποίας οργανώνεται και η εμπειρία του κοινωνικού χώρου και χρόνου.

Η νεωτερική συνθήκη χαρακτηρίζεται από μια θεσμική κεντρικότητα στο κοινωνικό, πολιτικό ακόμα και στο οικονομικό επίπεδο. Η κρατική δομή με τους επιμέρους θεσμούς της οργανώνει και ρυθμίζει συγκεντρωτικά κοινωνικές λειτουργίες, διαδικασίες και σχέσεις επιδιώκοντας με ποικίλους τρόπους την εικόνα μιας συνεκτικής εθνικής κοινωνίας. Σε πολιτικό επίπεδο το πλήθος των υπηκόων-πολιτών συγκροτείται σε «λαό», σε πολιτικό σώμα το οποίο αναθέτει την ισχύ του στην κυβερνητική εξουσία. Με άλλα λόγια είναι προσανατολισμένο σε μια κεντρική αρχή. Ακόμα και οι οικονομικές δυνάμεις που χαρακτηρίζονται από την κινητικότητα τους πέρα από τα εθνικά σύνορα, η παραγωγική και διοικητική τους έδρα εντοπίζεται συνήθως σε μια εθνοκρατική επικράτεια.

Στην ύστερη νεωτερική συνθήκη θα μπορούσαμε να κάνουμε λόγο για μια σταδιακή αποσύνθεση της νεωτερικής κεντρικότητας και τη διαμόρφωση μιας άλλης χωρικής τάξης. Σε θεσμικό επίπεδο παρατηρείται μια σταδιακή κατάρρευση της

¹⁰⁸ S.Zukin, «Postmodern urban landscapes: mapping culture and power», ό.π., σελ.224.

κεντρικότητας που κατείχε η κρατική δομή είτε με την αφαίρεση αυτής της κεντρικότητας σε ευρύτερες μορφές θεσμικής ολοκλήρωσης (π.χ.: Ευρωπαϊκή Ένωση, Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα κ.λπ.) είτε με την ιδιωτικοποίηση υπηρεσιών και οργανισμών και την αντίστοιχη διάχυση αυτών με τη μορφή ιδιωτικών εταιρικών σχημάτων.

Η ανάπτυξη των μεταφορικών και τηλεπικοινωνιακών τεχνολογιών σε συνδυασμό με θεσμικούς μετασχηματισμούς συνέβαλε στην πλανητική διάχυση του κεφαλαίου και στον τρόπο οργάνωσης των ιδίων των επιχειρήσεων. Το ξεπέρασμα των εθνικών συνόρων, ο κερματισμός της δομής των εταιρειών στο χώρο και η ροή της πληροφορίας, των ανθρώπων και του κεφαλαίου βασίζονται εν πολλοίς στις δυνατότητες των τεχνολογιών. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την ανάδυση και μιας νέας χωρικής τάξης σε παγκόσμια κλίμακα. Αυτή η νέα χωρική τάξη παίρνει τη μορφή του δικτύου, του χώρου των ροών τόσο σε υλικό όσο και σε συμβολικό επίπεδο.

Οι ίδιες οι νεωτερικές πόλεις που οργανώθηκαν βάσει μιας χωρικής και θεσμικής κεντρικότητας και σταδιακά επεκτάθηκαν προς την εξω-αστική ζώνη και την ύπαιθρο αποκτούν τώρα τη μορφή της μετάπολης.¹⁰⁹ Οι μεταφορικές και τηλεπικοινωνιακές τεχνολογίες συνδέουν πόλεις με προάστια, πόλεις με άλλες πόλεις σε περιφερειακό, εθνικό και πλανητικό επίπεδο και ταυτόχρονα σημαίνουν αναδιαρθρώσεις του αστικού χώρου και ιστού των ιδίων των πόλεων. Η χωρική τάξη διακρίνεται από δίκτυα που υποστηρίζουν τις ροές πληροφοριών και κεφαλαίου. Τα σημεία αναφοράς –λειτουργικά και συμβολικά– αρθρώνονται πάνω σε κυκλοφοριακούς άξονες που αναδιαρθρώνουν τον αστικό ιστό και μετασχηματίζουν το φυγόκεντρο πρότυπο της νεωτερικής μητρόπολης σε δικτυακό. Ακόμα και στην περίπτωση των ευρωπαϊκών πόλεων η επιστροφή των ανώτερων κοινωνικο-οικονομικών στρωμάτων στο κέντρο της πόλης μέσω διαδικασιών «εποικισμού» ('gentrification') ή και η διαδικασία ανάδειξης της ιστορικής και πολιτισμικής ιδιαιτερότητας του κέντρου της πόλης ('marketing' του τόπου) δεν αμφισβητεί τη

¹⁰⁹ Ν.Βλαντής-Π.Μπαλτάς, *Επόμενη στάση: Χαμένες λεωφόροι -Μια περιδιάβαση στην κοσμογονία της αμερικάνικης και της ευρωπαϊκής μητρόπολης*, Futura, Αθήνα 2004, σελ.228-32. Οι συγγραφείς αποδίδουν τη μορφή της μετάπολης ως «ένα δίκτυο πόλεων με ακτινική μορφή...μια σχαρή επιφάνεια, με διάσπαρτους πόλους συγκέντρωσης πληθυσμού και δραστηριοτήτων. Η ασυνέχεια, η χαμηλή πυκνότητα και η διάχυση του πληθυσμού είναι το χαρακτηριστικό της. Ταχεία μεταφορικά και τηλεπικοινωνιακά δίκτυα συνιστούν τον μεταφορικό και επικοινωνιακό της σκελετό. Εξαπλώνονται ραγδαία, προκαλώντας νέες αναπτύξεις, με τη μορφή σημείων συγκέντρωσης δραστηριοτήτων κατά μήκος τους. Αγροτικές επιφάνειες εναλλάσσονται με αστικούς οικισμούς, χαμηλής πυκνότητας κωμοπόλεις, υψηλής πυκνότητας κέντρα με ουρανοξύστες, που παίζουν νευραλγικό ρόλο σε μια ολοένα και πιο δυσδιάκριτη ιεραρχία, στην οποία το σχήμα κέντρο/περιφέρεια έχει μετασχηματιστεί σε ένα πολυκομβικό σχέδιο κέντρο/περιφερειακά υπόκεντρα».

χωρική τάξη των ροών. Η ανάδυση τέτοιων σημείων αναφοράς –τουριστικού, πολιτισμικού και οικιστικού χαρακτήρα- μάλλον θα πρέπει να βοηθούν ως κόμβοι αυτής της δικτυακής χωρικής διάταξης, οι οποίοι είναι επενδυμένοι με την πολιτισμική ισχύ της άλλοτε μεσαιωνικής και βιομηχανικής –μητροπολιτικής- κεντρικότητας.¹¹⁰

Ο προοπτικά διευθετημένος χώρος –είτε μεταφορικά είτε κυριολεκτικά- στη σύγχρονη συνθήκη αλλάζει μορφή και οργανωτική αρχή. Η οργανωτική του αρχή δεν είναι η κεντρικότητα, δηλαδή η ανάδειξη μιας κεντρικής, αποκλειστικής αναφοράς, αλλά η συνέχεια. Η φανταστική προοπτική του χρήστη του διαδικτύου και η οπτική προοπτική του χρήστη του αυτοκινήτου στους οδικούς άξονες ταχείας κυκλοφορίας διατρέχεται από την αρχή της συνέχειας, της ροής, της διέλευσης από κόμβους επικοινωνίας και μεταφοράς.

Συμπερασματικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο κεντρικά προοπτικά διευθετημένος χώρος προσπαθούσε να παγιώσει την «οπτική γωνία» της εικονικής, γνωστικής και συμβολικής οικειοποίησης του χώρου και του κοινωνικού με αναφορά μια κεντρική αρχή και να αποδώσει την αίσθηση του βάθους, της (ιστορικής) συνέχειας υπό την «εγγύηση» της κεντρικής αρχής. Ο σύγχρονος προοπτικά διευθετημένος χώρος προσπαθεί να αποδώσει την αίσθηση της συνέχειας, της διαρκούς κίνησης, της ροής χωρίς εμπόδια, αποκλειστικές αναφορές, χωρίς δεσμεύσεις, χωρίς χρονοβόρες και απαιτητικές στάσεις. Η εμπειρία αυτής της χωρικής τάξης υποστηρίζει και υποστηρίζεται από το νεοφιλελεύθερο και καταναλωτικό δόγμα της ελευθερίας της επιλογής και την «ευθραυστότητα των ανθρώπινων σχέσεων στη ρευστή μοντέρνα κοινωνική συνθήκη».¹¹¹

¹¹⁰ S.Zukin. «Postmodern urban landscapes: mapping culture and power», όπ.π., σελ.229-31. Η Zukin υποστηρίζει ότι η διαδικασία του οικισμού έχει δύο στάδια: «Πρώτα η κοινωνική ομάδα που δεν ανήκει στο 'τοπίο' ούτε στη τοπική λαϊκή κουλτούρα ('vernacular') αποκτά προοπτική και για τα δύο. Δεύτερον η επιβολή της οπτικής της –μετασχηματίζοντας τη λαϊκή κουλτούρα σε 'τοπίο'- οδηγεί σε μια υλική διαδικασία χωρικής οικειοποίησης». Οι νέοι αυτοί κάτοικοι «αναζητούν την αυθεντικότητα του παρελθόντος σε νέες βιομηχανοποιημένες ρέλικες του 18 ου αιώνα υδραυλικών εξοπλισμών, ξεθωριασμένες ντουλάπες αγορασμένες σε δημοπρασίες και σε ολόκληρη διακόσμηση του τύπου κρετόν. Αλλά η κουλτούρα του χειροποίητου και του ετοιματζίδικου συνυπάρχει με την αφοσίωση στα βιομηχανοποιημένα, τελευταίας λέξης, προϊόντα της σύγχρονης τεχνολογίας και του ντιζαίν. Μέσω του ντιζαίν σε κάθε περίπτωση, η κριτική υποδομή οικειοποιείται τόσο την αυθεντικότητα του παρελθόντος όσο και τη μοναδικότητα του κανούριου. Η πολιτισμική και χωρική οικειοποίησή τους χαρτογραφεί την κεντρικότητα με την ισχύ.»

¹¹¹ Η φράση αυτή προκύπτει από τον τίτλο του βιβλίου του Ζ.Μπάουμαν με τίτλο «Ρευστή αγάπη: για την ευθραυστότητα των ανθρώπινων δεσμών» όπου πραγματεύεται μεταξύ άλλων τον τροπισμό των ανθρώπινων σχέσεων στην ύστερη νεωτερική συνθήκη ή κατά αυτόν στη «ρευστή μοντέρνα κοινωνική συνθήκη».

Στη συμβολική και φαντασιακή του διάσταση ο κεντρικά προοπτικά διευθετημένος χώρος υποστηρίζει μια αφήγηση της νεωτερικής κοινωνικής συνθήκης και της ατομικής βιογραφίας του νεωτερικού ανθρώπου. Το νεωτερικό πρότυπο του «ενδοστρεφούς» ανθρώπου για το οποίο κάνει λόγο ο D.Riesman¹¹² βρίσκει τον κοινωνικό χώρο και χρόνο εντός ενός κεντρικά προοπτικά διευθετημένου χώρου. Ο Z.Bauman αναφέρει ότι «η ζωή του σύγχρονου ανθρώπου παρομοιάστηκε συχνά με ένα προσκυνηματικό ταξίδι στον χρόνο. Το δρομολόγιο όμως των προσκυνητών καθορίζεται εκ τω προτέρων από τον προορισμό τους (που στην περίπτωση του σύγχρονου ανθρώπου είναι ο ιδεότυπος ενός επαγγέλματος, μια ταυτότητα). Οι προσκυνητές υπολογίζουν την κάθε τους κίνηση, έτσι ώστε να προσεγγίζουν διαρκώς τον σκοπό τους. Ο προσκυνητής κάνει τα διαδοχικά βήματά του με συνέπεια, έχοντας συνείδηση ότι κάθε βήμα έχει σημασία και ότι η σειρά τους δεν μπορεί να ανατραπεί».¹¹³

Στην ύστερη νεωτερική συνθήκη είναι ο προοπτικά διευθετημένος χώρος της συνέχειας, της ροής που υποστηρίζει τη σύγχρονη αφήγηση της ζωής του «ετεροστρεφούς» κοινωνικού χαρακτηρισολογικού τύπου¹¹⁴ ή του «τουρίστα». Ας επικαλεστούμε πάλι τον Bauman: «Η ζωή των ανδρών και των γυναικών της εποχής μας μοιάζει περισσότερο με τουρισμό στον χρόνο: οι τουρίστες δεν μπορούν και δεν ήθελαν να αποφασίσουν εξαρχής ποια μέρη θα επισκεφθούν και με ποια σειρά: αυτό

¹¹² Ντ.Ρήσμαν, *Το μοναχικό πλήθος*, μετ.Β.Τομανάς, Νησίδες, Σκόπελος 2001, σελ.19-29. Για τον Ρήσμαν ο «ενδοστρεφής» χαρακτηρισολογικός τύπος συναντάται σε κοινωνίες με αναπτυγμένες τεχνολογίες, γοργή συσσώρευση κεφαλαίου και έντονη προσωπική κινητικότητα. Ο τύπος αυτός αποκτάει συνείδηση του εαυτού του σε αντίθεση με τον «παρδοσιοστρεφή» τύπο, ο οποίος είναι κατά μια έννοια απορροφημένος στην αίσθηση του ανήκειν στην κοινωνική τάξη πραγμάτων. Ο «ενδοστρεφής» κοινωνικός τύπος είναι σταθερά προσανατολισμένος στους στόχους της ζωής του (χρήματα, ισχύ, φήμη, γνώση) και στις αρχές που του έχουν μεταδώσει οι γονείς του. Ο Ρήσμαν χρησιμοποιεί τη μεταφορά του «γυροσκόπιου» για να περιγράψει τον ψυχολογικό μηχανισμό που χαρακτηρίζει αυτόν τον κοινωνικό χαρακτηρισολογικό τύπο. Αναφέρει ότι «ο ενδοστρεφής έχει από νωρίς ενσωματώσει ένα ψυχικό γυροσκόπιο, που το έχουν θέσει σε λειτουργία οι γονείς του και μπορεί να δεχθεί αργότερα σήματα και από άλλες αρχές που μοιάζουν με τους γονείς του. Διάγει τη ζωή του λιγότερο ανεξάρτητος από όσο φαίνεται, υπακούοντας στον εσωτερικό του πιλότο. Αν παραστρατήσσει, είτε υπακούοντας σε εσωτερικές παρορμήσεις είτε στις κυμαινόμενες φωνές των συγκαρινών του ενδέχεται να αισθανθεί ενοχή».

¹¹³ Z.Bauman, *Και πάλι μόνοι: η ηθική μετά τη βεβαιότητα*, μετ.Π.Μπενβενίστε-Κ.Χατζηκυριακού, Έρασμος, Αθήνα 1998, σελ.35

¹¹⁴ Ντ.Ρήσμαν, *Το μοναχικό πλήθος*, ό.π., σελ.24-9. Ο «ετεροστρεφής» κοινωνικός χαρακτήρας συναντάται σε κοινωνικές συνθήκες με ανεπτυγμένο τον τριτογενή τομέα, με ένταση της κυκλοφορίας των διαμεσολαβημένων μηνυμάτων και αύξηση των κοινωνικών επαφών. Ο Ρήσμαν αναφέρει ότι «το κοινό σε όλους τους ετεροστρεφείς ανθρώπους είναι ότι οι συγκαρινοί τους είναι η πηγή προσανατολισμού για το άτομο –είτε οι γνωστοί του είτε οι έμμεσα γνωστοί του, δια μέσου φίλων είτε των Μ.Μ.Ε. Η πηγή αυτή ασφαλώς ‘εσωτερικεύεται’, με την έννοια ότι η εξάρτηση απ’ αυτήν για καθοδήγηση στη ζωή εμφυτεύεται κατά τα παιδικά χρόνια. Οι στόχοι προς τους οποίους κατευθύνεται ο ετεροστρεφής μετατοπίζονται ανάλογα μ’ αυτήν την καθοδήγηση: μόνον η διαδικασία της προσπάθειας και η διαδικασία του να προσέχει πολύ τα σήματα απ’ τους άλλους παραμένουν αναλλοίωτες εφ’ όρου ζωής.»

για το οποίο είναι βέβαιο είναι ότι δεν θα σταματήσουν να μετακινούνται, αβέβαιοι πάντοτε αν ο τόπος στον οποίο φθάνουν είναι ο τελικός τους προορισμός.[...]Το πιο πιθανό είναι να θεωρήσουν τον κάθε τόπο προσωρινή στάση, που έχει σημασία μόνο για την ικανοποίηση που τους δίνει· αλλά πρέπει να είναι έτοιμοι να ξαναφύγουν, κάθε φορά που η ικανοποίηση μειώνεται ή πιο πράσινα λιβάδια τους καλούν αλλού».¹¹⁵

4.2. Η μόνωση: Ο μονωμένος χώρος και η τεχνική της μόνωσης

Ο μονωμένος χώρος είναι αρχικά ένας οριοθετημένος, σηματοδοτούμενος χώρος. Η διατήρηση, όμως, της εσωτερικής συνοχής, του εσωτερικού όλου σε τάξη προϋποθέτει την εφαρμογή της τεχνικής της μόνωσης. Όπως θα δούμε παρακάτω, η τεχνική της μόνωσης συμβάλλει στη εδραίωση της τάξης με τη διασφάλιση της καθαρότητας αυτού του προτύπου τάξης. Και η καθαρότητα του προτύπου συνίσταται στην ιστορική παγίωση αυτού. Αυτό επιτυγχάνεται με την απόκρουση της εξωγενούς «βρωμιάς» και την καταστολή της εσωτερικής σύγχυσης, δηλαδή των αντιθέσεων και συγκρούσεων που μπορούν να αναδυθούν εντός του προτύπου της τάξης κατά την ιστορική κίνηση του εκάστοτε κοινωνικού σχηματισμού.

Η μόνωση, λοιπόν, μπορεί να οριστεί αρχικά ως μια τεχνική σφραγίσματος των διόδων, των ρωγμών και των ανοιγμάτων. Επίσης μπορεί να θεωρηθεί ως μια τεχνική αποστείρωσης, καθαρισμού, η οποία συνίσταται στον ολοκληρωτικό αποκλεισμό κάθε πράγματος, το οποίο θα μπορούσε να θεωρηθεί «βρώμικο» ή μολυσματικός φορέας. Από τη στιγμή που η τεχνική αυτή της μόνωσης εδραιωθεί ως ένα δομικό χαρακτηριστικό ή λειτουργία ενός πεδίου (με την ευρεία έννοια του όρου δηλαδή μπορεί να αφορά ένα χωρικό πεδίο, μια κοινωνική/πολιτική ομάδα, μια ελίτ, ένα έθνος-κράτος, ένα θεσμό, ίδρυμα κ.λπ.) τότε μπορούμε να αναφερόμαστε σε μια συνθήκη της μόνωσης.

Η έννοια της μόνωσης δεν ταυτίζεται απόλυτα και δεν εξαντλείται στην έννοια του αποκλεισμού, του περιορισμού ή της αναχαίτισης. Θα μπορούσαμε να ορίσουμε την μόνωση ως μια μορφή αποκλεισμού ακραίας έντασης. Τα σύνορα, τα τείχη του μονωμένου πεδίου δεν είναι διαπραγματεύσιμα, ούτε ελαστικά, ούτε δυνάμει μετατοπίσιμα. Η συνθήκη της μόνωσης είναι αδιάλλακτη, ολοκληρωτική και αποκλείει την απειλή, που προσκρούει στην προστατευτική φυσαλίδα της γιάλινης

¹¹⁵ Z.Bauman, *Και πάλι μόνοι: η ηθική μετά τη βεβαιότητα*, όπ.π., σελ.35.

σφαίρας¹¹⁶ ή που εκτοπίζεται στα στρατόπεδα συγκέντρωσης και αποκεί στα κρεματόρια.¹¹⁷

Η τεχνική της μόνωσης προασπίζεται τη συνθήκη της μόνωσης, η οποία συνίσταται στην καθαρότητα. Στόχος, λοιπόν, της μόνωσης είναι η καθαρότητα, δηλαδή η διατήρηση της σαφήνειας, της σταθερότητας, της βεβαιότητας, της κανονικότητας της εκάστοτε τάξης πραγμάτων. Η διακριτότητα, η αναγνώριση, η παγίωση και η αναπαραγωγή της κοινωνικής δομής και της ιεραρχικής οργάνωσης συνιστούν την καθαρότητα μιας κοινωνικής συνθήκης. Αντιθέτως, η αμφισβήτηση, το παιχνίδι με τις διακριτές οροθετήσεις, η αμφισημία, η σύγχυση, η αλλαγή, η ανατροπή αποτελούν στοιχεία ακαθαρσίας, καθώς αμφισβητούν την κανονικότητα των ορίων, των θέσεων και των ρόλων.

Ενσάρκωση της ακαθαρσίας αποτελεί ο ξένος, καθώς αυτός βρίσκεται στα όρια του κοινωνικού συστήματος. Η παρουσία του είναι αμφίσημη και χαρακτηρίζεται από ανεξαρτησία ως προς τους κοινά αποδεκτούς κανόνες της εκάστοτε κοινωνικής συνθήκης. Η φιγούρα του ξένου είναι αυτή που αποκαλύπτει τη σχετικότητα του κυρίαρχου καθολικού προτύπου ή όπως παρατηρεί ο Z.Bauman ο ξένος «κομματιάζει το στέρεο έδαφος που πάνω του βασίζεται η ασφάλεια της καθημερινής ζωής».¹¹⁸

Η αναζήτηση της καθαρότητας και της σταθερότητας συνεπάγεται την παραγωγή ξένων ως εχθρών και απειλών. Η νοηματοδότηση των ξένων ως απειλών του κατεστημένου πλέγματος αξιών, ως διαλυτικών δυνάμεων, φορέων αλλότριων ηθών και προτύπων ανεξαρτησίας από την κρατική αρχή,¹¹⁹ εκφράζει την επιθυμία

¹¹⁶ J.Baudrillard, *Η έκσταση της επικοινωνίας*, μετ.Β.Αθανασόπουλος, Καρδαμίτσας, Αθήνα 1991, σελ.50-61. Ο Baudrillard συμπεριλαμβάνει στις τελετουργίες της διαφάνειας το σχήμα της γυάλινης σφαίρας, του προστατευτικού περιβάλλοντος και το χρησιμοποιεί στη βιολογική εκδοχή της (ως υποκατάστατο των φυσικών βιολογικών αμυνών του ανθρώπινου σώματος) και στην πνευματική, νοητική (ως αντικατάσταση της σκέψης από την τεχνητή νοημοσύνη). Χαρακτηριστικά αναφέρει ότι «η εξολόθρευση του ανθρώπινου είδους αρχίζει με την εξολόθρευση των μικροβίων».

¹¹⁷ Z.Bauman, *Modernity and the Holocaust*, Polity Press, Cambridge 1995. Ο Z.Bauman θεωρεί το ολοκαύτωμα ως ένα ιστορικό παράδειγμα αναζήτησης της καθαρότητας, το οποίο συνιστά προϊόν της νεωτερικής συνθήκης, καθώς βασίζεται σε δεδομένα και δυνατότητες που είναι χαρακτηριστικές αυτής. Το ενδιαφέρον για την επιστημονική ιατρική και την υγιεινή, η ισχύς του έθνους-κράτους, η γραφειοκρατία και οι διαχειριστικές δυνατότητές της, η αντίληψη της απροϊόθετης τεχνολογικής-επιστημονικής ανάπτυξης και η ηθική αδιαφορία εξύφαιναν μια συνθήκη όπου ο ρατσισμός και το ολοκαύτωμα αποτελούσαν μια δυνατότητα και όχι μια εκτροπή. Όσον αφορά το ζήτημα της καθαρότητας, αυτή βασίζομενη στο ενδιαφέρον για την υγιεινή και τις εξελίξεις της βιολογίας-ιατρικής προωθήθηκε από τον προπαγανδιστικό λόγο. Χαρακτηριστικό είναι ότι οι εβραίοι έπαψαν να θεωρούνται αμαρτωλοί, όπου η πρακτική του εκτοπισμού αντιστοιχούσε σε μια τέτοια περίπτωση, αλλά μικρόβια, καρκινώματα τα οποία αντιμετωπίζονταν μόνο με εξαφάνιση.

¹¹⁸ Z.Bauman, *Η μετανεωτερικότητα και τα δεινά της*, μετ.-προλ.Γ.-Ι.Μπαμπασάκης, επιμ. Γ.Λυκατερόπουλος, Ψυχολιός, Αθήνα 2002, σελ.31. και Z.Bauman, *Ρευστή αγάπη: για την ευθραστότητα των ανθρώπινων δεσμών*, μετ.Γ.Καράμπελας, διορθ.Π.Ισχυριδίου, Εστία, Αθήνα 2006, σελ. 185-9.

¹¹⁹ W.Somabrt, *The jews and modern capitalism*, Collier books, New York 1962, σελ.174-181.

για καθαρότητα και σταθερότητα. Ο G.Simmel εκλαμβάνει τη θέση του ξένου ως στοιχείο ελευθερίας και θεωρεί ότι στην πλουραλιστική νεωτερική κοινωνία, όλοι λαμβάνουν το ρόλο του ξένου.¹²⁰ Η επιδοκμασία του φλερτ, ως ένα παιχνίδι αβέβαιου αποτελέσματος και ανοιχτού μεταξύ του «έχειν» και «μη-έχειν», αφενός συνηγορεί σε ένα εμπλουτισμό της διαπροσωπικής και συλλογικής ζωής και αφετέρου εγκαταλείπεται το όραμα μιας σταθερής τάξης.¹²¹

Επομένως η καθαρότητα σημαίνει τάξη, δηλαδή διασφάλιση ενός σταθερού, αναμφισβήτητου περιβάλλοντος, όπου τα πράγματα εντός του διατηρούν τις ορισθείσες, συγκεκριμένες, κατάλληλες, «σωστές» θέσεις και ρόλους, και μετατοπίζεται οτιδήποτε αλλάξει ή διεκδικήσει άλλη, διαφορετική από την «κανονική» του θέση και επίσης αποκλείεται οτιδήποτε ξένο ή διαφορετικό.

4.2.1. Η διατήρηση της καθαρότητας:

Από τη ιερή αυθεντία στην «ορθολογική κανονικότητα»

Η διατήρηση της καθαρότητας, δηλαδή της τάξης, έχει ως προϋπόθεση και ως αποτέλεσμα τις έννοιες της κανονικότητας και της ασφάλειας. Η νομιμοποίηση στο φαντασιακό των ατόμων και των κοινωνιών της εκάστοτε τάξης πραγμάτων έγκειται σε αυτές τις δυο έννοιες, την κανονικότητα και την ασφάλεια. Η κανονικότητα της τάξης αναπαράγεται σύμφωνα με τον M.Weber λόγω των ηθών (συνήθειας), της «κατάστασης συμφερόντων» (δηλαδή των ορθολογικών προς ένα σκοπό κινήτρων μιας πράξης) ή/και των επιταγών/προβλεπόμενων κυρώσεων μιας έννομης τάξης. Χωρίς να είναι δυνατή η σαφής διάκριση των αιτιών της διατήρησης μιας τάξης, ο Weber ισχυρίζεται ότι μια τάξη, που συνιστά πρότυπο νομιμότητας έχει μεγαλύτερες πιθανότητες σταθερής αναπαραγωγής, δηλαδή κανονικότητας.¹²²

¹²⁰ G.Simmel, *Η πόλη και η ψυχή*, μετ.Γ.Λυκιαρδόπουλος, Έρασμος, Αθήνα 1993, σελ.23-6. Κατά τον Simmel, η μετάβαση από την μικρή πόλη στη μεγαλούπολη σήμανε την επέκταση του ορίζοντα της πνευματικής, κοινωνικής και συναισθηματικής ζωής των ατόμων από το στενό κύκλο των οικείων ατόμων, των συγκεκριμένων συμπεριφορών, κινήσεων, αντιλήψεων, καθηκόντων και εργασιών, στη διεύρυνση του πεδίου και των συνεπειών της κοινωνικής δράσης στη μεγαλούπολη.

¹²¹ G.Simmel, *On money, sexuality and love*, Newhaven: Yale university Press, 1984, σελ. 133-152. Για τον Simmel η έννοια του φλερτ έγκειται σε ένα παιχνίδι με την πραγματικότητα σε μια ασταθή ισορροπία μεταξύ κατοχής και μη-κατοχής, προσέγγισης και απομάκρυνσης, αποδοχής και άρνησης. Η κατάσταση αυτή δεν περιορίζεται στην ερωτοτροπία, αλλά λειτουργεί ως ένα πρότυπο αναριθμητων σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων. Κατά τον Simmel σχετίζεται με το μεταφυσικό χάσμα της δυαδικής φύσης του ανθρώπου, μεταξύ της ζωής του και της σκέψης. Ο άνθρωπος δεν μπορεί να συλλάβει τη ζωή ως μια ενότητα ολοκληρωμένη, σταθερή, καθώς η ζωή χαρακτηρίζεται από ασάφεια, αστάθεια, απροβλεψιμότητα. Το φλερτ συνιστά έναν παιγνιώδη τρόπο αντιμετώπισης των πραγμάτων, ο οποίος δεν αποκλείει τα ενδεχόμενα, πολλαπλά και αντιφατικά περιεχόμενα.

¹²² M.Weber, *Βασικές έννοιες κοινωνιολογίας*, μετ.Μ.Κυπραίος, εισ.Μ.Weber, επιστ. επιμ. Κ.Ψυχοπαίδης, Κένταυρος, Αθήνα 1997, σελ. 95-7.

Όσον αφορά τους πρωτόγονους λαούς, η διατήρηση της κοινωνικής δομής, πέρα από τα μέσα βίας ή πρακτικές απομόνωσης, βασιζόταν αφενός στην κανονικότητα της κληροδοτημένης παράδοσης, η οποία ήταν επενδυμένη και με μια ιερότητα λόγω της μεταφυσικής θεμελίωσης της κοινωνικής ιεραρχίας, και αφετέρου στην αίσθηση της ασφάλειας ότι τα πράγματα θα παραμείνουν ως έχουν.¹²³

Οι πρώτες εκφάνσεις και συνέπειες της διαπλοκής εξουσίας και γνώσης παρατηρούνται στον κυρίαρχο ρόλο των ιερέων και μάγων. Η οικειοποίηση της ιερότητας περιοχών, πραγμάτων και πνευμάτων από τους ιερείς και μάγους, η οποία μεταβιβάζεται μέσα από την αποκλειστική επαφή με τα ιερά, δημιουργεί ιστορικά δύο πόλους· ο ένας ως προνομιακός και αποκλειστικός κάτοχος της γνώσης, άρα και της εξουσίας, και ο άλλος ως υπάκουος, υφιστάμενος τον αποκλεισμό από την ενεργή συμμετοχή στις τελετουργίες και στον επηρεασμό της φύσης.¹²⁴ Σε μια τάξη πραγμάτων, που ο κόσμος είχε ήδη διαιρεθεί σε μια περιοχή της εξουσίας και σε μια βέβηλη, όπως αναφέρουν οι M.Horkheimer και T.B.Adorno, ο προσδιορισμός, η νοηματοδότηση και η υπεράσπιση της κανονικότητας εξασφαλιζόταν από την αυθεντία του ιερού ή αλλιώς από τον επίγειο ενσάρκωτή της ιερότητας. Η διαχείριση των συμβόλων και του λόγου, άρα και των υπερφυσικών δυνάμεων που είτε σκορπούσαν φρίκη είτε μεταβίβαζαν ιερότητα, εξασφάλιζε αφενός την κανονικότητα, σταθερότητα του διαχωρισμού εξουσίας και υποταγής και αφετέρου τροφοδοτούσε τις ψυχές των ανθρώπων με φόβο ή/και με ασφάλεια ότι η ιερή τάξη πραγμάτων θα διατηρηθεί.¹²⁵

Στους πρωτόγονους λαούς, η γνώση που συνεπάγεται εξουσία και διατήρηση της κανονικότητας της κυριαρχίας, είναι η γνώση του ιερού. Στις νεωτερικές κοινωνίες, η γνώση της ιερής αυθεντίας αντικαθίσταται από τη γνώση της ορθολογικής αυθεντίας. Το διαφωτιστικό πρόταγμα της απαλλαγής του ανθρώπου από το φόβο και της διάλυσης του μύθου σηματοδότησε μεταξύ άλλων και το μετασχηματισμό της τάξης πραγμάτων των νεωτερικών κοινωνιών.

¹²³ G.Debord, *Η κοινωνία του θεάματος*, μετ.Σύλβια, Διεθνής Βιβλιοθήκη, Αθήνα 2000, σελ.102-3 παρ.127-128. Σύμφωνα με τον Debord στις προνεωτερικές στατικές κοινωνίες, η κοινωνική βάση είχε τη συνείδηση ενός κυκλικού, φυσικά επαναλαμβανόμενου χρόνου. εντός του οποίου η κανονικότητα της κοινωνικής παραγωγής διαιωνιζόταν. Ιστορική συνείδηση του χρόνου ως μη αναστρέψιμου είχαν μόνο οι κύριοι αυτής της κοινωνίας και τον βίωσαν ως προσωπικές ιστορίες χλιδής, περιπέτειας σε πολέμους και μάχες. Οι περιπτώσεις, όμως, των πολέμων αφενός ήταν το πεδίο της βίωσης της προσωπικής ιστορίας των κυρίαρχων, αφετέρου αποτελούσαν απειλή για την κανονικότητα της κοινωνικής ζωής, καθώς τα άτομα θεωρούσαν ότι ήταν προστατευμένα εντός του κυκλικού αιώνιου χρόνου της ζωής τους.

¹²⁴ M.Χορκχάιμερ- T.B.Αντόρνο, *Διαλεκτική του Διαφωτισμού*, μετ. Λ.Αναγνώστου, επιμ. Γ.Κουζέλης, επιμετρο Κ.Ψυχολαίδης, Νήσος, Αθήνα 1996, σελ.54-6.

¹²⁵ M.Horkheimer-T.B.Adorno, *Διαλεκτική του Διαφωτισμού*, ό.π., σελ.

Στις νεωτερικές κοινωνίες, η ιεραρχική κοινωνική δομή εδραιώνεται στο φαντασιακό μέσω της έννοιας της κανονικότητας, έτσι όπως αυτή ορίζεται από τον ορθό Λόγο με τις διάφορες επιστημονικές, τεχνικογραφειοκρατικές μορφές του. Η έξοδος του ανθρώπου από την ανωριμότητά του, κατά τον Ι.Κant, σήμανε αφενός την απομάγευση και τον εξορθολογισμό του κόσμου και αφετέρου την υποταγή στους καθορισμένους κανόνες χρήσης του Λόγου. Οι μυθολασίες, οι μεταφυσικές αφηγήσεις, οι παραδόσεις ως θεμέλια του κοινωνικού φαντασιακού «διαλύθηκαν» και το πεδίο, που έμεινε ελεύθερο, κυριαρχήθηκε από τον ορθολογισμό. Οι ασάφειες, η πολυσημία, οι αινιγματικές μορφές, τα αμφίσημα (καλά-κακά) πνεύματα, η πολυπλοκότητα των κοινωνικών πρακτικών και παραδόσεων αντικαταστάθηκαν από τον ορθό, επιστημονικό λόγο. Η εμμονή του θετικισμού για χάραξη σαφών ορίων και αποκλειστικές μονονοηματικές εξηγήσεις ενός εξορθολογισμένου, τακτοποιημένου πια κόσμου αποτέλεσαν χαρακτηριστικά μιας Λογικής, η οποία υπάχθηκε σταδιακά στη μαθηματική τυποκρατία και εξάλειψε την έννοια της σκέψης ως αυτοστοχασμό.¹²⁶

Ιστορικά η χρήση του ορθού λόγου καθιερώθηκε με τη μορφή τυπικής, μαθηματικής λογικής και εδραίωσε τις διχοτομίες του ορθού-μη-ορθού, του σωστού-λάθους, του φυσιολογικού-μη-φυσιολογικού. Η ανάπτυξη έρευνας και η συσσώρευση επιστημονικής γνώσης διεύρυνε και δημιούργησε νέα πεδία γνώσης και πρακτικών. Η εδραίωση των καθεστώτων αλήθειας¹²⁷ και των αντίστοιχων πρακτικών σήμανε και τη διαμόρφωση των διχοτομιών. Τα νέα πεδία γνώσης πρόσφεραν νέα πεδία έρευνας, άρα και εμπλουτισμού της γνώσης ανά πεδίο, και συνάμα νέα πεδία εξουσίας· νέες γνώσεις, νέες πολιτικές πρακτικές, νέες τεχνικές εξουσίας, νέες ηθικές στάσεις. Η διαπλοκή εξουσίας και επιστημονικής γνώσης διαμόρφωσαν την νεωτερική συνθήκη καθολικά, δηλαδή σε επίπεδο θεσμικό, φαντασιακό, πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό.¹²⁸

¹²⁶ M.Horkheimer-T.B.Adorno, *Διαλεκτική του Διαφωτισμού*, όπ.π., σελ.61-2.

¹²⁷ Μ.Φουκό, «Αλήθεια και εξουσία» στο Μ.Φουκό, *Εξουσία, γνώση και ηθική*, μετ.Ζ.Σαρίκας, Ύψιλον, Αθήνα 1987, σελ.34-7. Ως καθεστώα αλήθειας ορίζονται από τον Φουκό «οι τύποι λόγου, τους οποίους δέχεται η κοινωνία και να τους κάνουν να λειτουργούν ως αληθείς» οι μηχανισμοί και οι βαθμίδες που επιτρέπουν σε κάποιον να ξεχωρίσει τις αληθείς από τις ψευδείς αποφάνσεις, τα μέσα με τα οποία καθοσιμώνται οι τεχνικές και οι μέθοδοι που αποδίδουν αξία στην απόκτηση της αλήθειας» η θέση (status) εκείνων που είναι επιφορτισμένοι να λένε τι πρέπει να θεωρείται αληθές.»

¹²⁸ P.Feyerabend, *Ενάντια στη μέθοδο: για μια αναρχική θεωρία της γνώσης*, μετ.Γρ.Καυκάλας, Γ.Φκουνταρούλης, εισ.-επιμ. Γ.Γκουνταρούλης, Σύγχρονα θέματα, Αθήνα 1982, σελ.357-8. Ο Feyerabend αναφέρει ότι «η εμφάνιση της σύγχρονης επιστήμης συμπίπτει με την καταπίεση των άλλων φυλών από τους δυτικούς εισβολείς. Οι φυλές καταπιεστήκαν όχι μόνο φυσικά αλλά και πνευματικά· έχασαν την πνευματική τους ανεξαρτησία και εξαναγκάστηκαν να υιοθετήσουν την αιμοχαρή θρησκεία

Η κανονικότητα, λοιπόν, της κοινωνικής οργάνωσης απεκδύεται το μανδύα της ιερότητας και επενδύεται με τις τεχνικοεπιστημονικές εγγυήσεις του «κανονικού». Με το όχημα της κανονικότητας διασφαλίζεται κάθε φορά η κυρίαρχα επιθυμητή τάξη σε ό,τι αφορά ζητήματα κοινωνικής συμπεριφοράς, όπως τρέλλα, έγκλημα, ομοφυλοφιλία, σεξουαλικότητα, ζητήματα πολιτικής οργάνωσης. Κατά αυτόν τον τρόπο, η εκάστοτε ιεραρχική τάξη πραγμάτων διασφαλίζει την ιστορική της αναπαραγωγή μέσω της διατήρησης της κανονικότητας, της καθαρότητας και της μετάδοσης του αισθήματος της ασφάλειας.

Το αίσθημα της ασφάλειας στη νεωτερική εποχή, δεν έγκειται στην επίγνωση ότι τα πράγματα θα συνεχίσουν ως έχουν, παγιωμένα, αμετάβλητα μέσα στο χρόνο, όπως γινόταν στις προνεωτερικές κοινωνίες αλλά στο γεγονός ότι τα πράγματα θα συνεχίσουν να είναι «εν-τάξει». Οι συνεχείς αλλαγές, ανατροπές, μετασχηματισμοί ως ιδιον της νεωτερικότητας θέτουν μια μη αντιστρέψιμη χρονική εξέλιξη, σε αντίθεση με την κυκλική χρονικότητα, το πεπρωμένο των προνεωτερικών κοινωνιών, όπου τα όρια, οι θέσεις και οι ρόλοι είναι συνεχώς υπό διαπραγμάτευση, γεγονός το οποίο εντατικοποιείται σε μεγάλο βαθμό στην ύστερη νεωτερική συνθήκη. Επομένως, το αίσθημα ασφάλειας προκύπτει από μια συνεχώς μετατοπιζόμενη κανονικότητα, η οποία ορίζεται από κυρίαρχες επιστημονικοτεχνικές και πολιτικές εγγυήσεις.

4.2.2. Καθαρότητα: Μια ανθρωπολογική προσέγγιση

Η αναζήτηση της καθαρότητας αποτελεί συστατικό στοιχείο κάθε κοινωνικού συστήματος, ομάδας ή σχηματισμού, ο οποίος επιδιώκει να διατηρήσει την υπάρχουσα δομή του σταθερή και απρόσβλητη από ενδογενείς ή εξωγενείς απειλές.

Η Mary Douglas στο έργο της *Καθαρότητα και κίνδυνος* έδειξε το πώς για τους πρωτόγονους λαούς η καθαρότητα δεν ταυτίζεται με την έννοια του ιερού. Η σχέση καθαρού/ιερού και ακάθαρτου/άνοσιου δεν είναι σαφώς διακριτή και διπολική.¹²⁹ Και αυτό συμβαίνει γιατί αφενός κάτι που μπορεί να θεωρείται ακάθαρτο με όρους υγιεινής, όπως για παράδειγμα οι ακαθαρσίες της αγελάδας για τους ινδουιστές, μπορεί να λειτουργεί ως μέσο εξαγνισμού, καθαισμού, καθώς το συγκεκριμένο

της αδελφικής αγάπης – το χριστιανισμό. Τα πιο έξυπνα μέλη κέρδισαν ένα έξτρα δώρο: μνήθηκαν στα μυστήρια του δυτικού ορθολογισμού και στην κορυφαία του έκφραση τη δυτική επιστήμη.»

¹²⁹ M.Douglas, *Καθαρότητα και κίνδυνος: Μια ανάλυση των εννοιών της μιαιρότητας και του ταμπού*, μετ.Α.Χατζούλη, επιστ.επιμ.Θ.Παραδέλλης, Πολύτροπον. Αθήνα 2006, σελ.40 και 44, όπου η Douglas αναφέρει ότι για τον Frazer «η σύγχυση ανάμεσα στο μιαιρό και το όσιο αποτελεί το χαρακτηριστικό γνώρισμα της πρωτόγονης σκέψης.»

συμβολικό σύμπαν θεωρεί την αγελάδα ως ιερό ζώο. Αφετέρου, η λογική του «taboo» αναδεικνύει την αμφίσημη σχέση ιερότητας και μιαιρότητας, καθώς αυτό που θεωρείται «ιερό» αντιμετωπίζεται ως κάτι μολυσμένο, με την έννοια ότι απαγορεύεται η επαφή με αυτό.¹³⁰

Το ταμπού ως μια πολιτισμική κατασκευή και κοινωνικός θεσμός των πρωτόγονων λαών αρχικά εξέφραζε μια ουδέτερη δαιμονική δύναμη, η οποία θεωρούνταν μεν επικίνδυνη όχι όμως ιερή ή ανόσια. Το ταμπού ως μια εντολή απαγόρευσης της επαφής με ένα πρόσωπο, ζώο, άψυχο αντικείμενο ή μια τοποθεσία δεν είχε υπαχθεί σε μια διχοτομία του ιερού και ανόσιου. Εικάζεται ότι ο προσδιορισμός του ιερού ή ανόσιου χαρακτήρα του ταμπού επήλθε με τη μετάβαση από το μυθολογικό κόσμο των δαιμόνων σε αυτό των θεών.¹³¹

Η αμφισημία της επικίνδυνης μαγικής δύναμης ('Mana') διακρίθηκε στην πορεία στις διαστάσεις της ιερότητας και της μόλυνσης, με αποτέλεσμα αφενός ο θεσμός του ταμπού να προσδιορίζει με πιο καθοριστικό τρόπο τις κοινωνικές σχέσεις και αφετέρου να πιστώσει με προνόμια ιερότητας την ανώτερη τάξη βασιλιάδων, αρχηγών, ιερέων και μάγων.

Το ταμπού αποτέλεσε τον πρώτο άγραφο ποινικό κώδικα των ανθρωπίνων κοινωνιών, καθώς εξασφαλίζει την καθαρότητα και τη σταθερότητα της κοινωνικής τάξης.¹³² Η παράβαση της εντολής ταμπού συνεπαγόταν είτε αυτόματη τιμωρία (ο παραβάτης έπεφτε σε βαριά κατάθλιψη και περίμενε να πεθάνει) είτε κοινωνική τιμωρία (θάνατος, εκδίωξη από την κοινότητα).¹³³ Η κοινωνική αντίδραση στην παράβαση της απαγόρευσης θεωρούνταν αναγκαία, γιατί το ταμπού είχε μια εξαιρετικά δυνατή, μολυσματική ισχύ, εξαιτίας του πειρασμού που έθετε και της

¹³⁰ Μ. Douglas, *Καθαρότητα και κίνδυνος: Μια ανάλυση των εννοιών της μιαιρότητας και του ταμπού*, ό.π., σελ.42-3.

¹³¹ Σ.Φρόντ, *Τοτέμ και ταμπού: μερικές συμφωνίες στην ψυχική ζωή των άγριων και των νευρωτικών*, μετ. Χ.Αντωνίου, Επίκουρος, Αθήνα 1978, σελ.36-7.

¹³² Σ.Φρόντ, *Τοτέμ και ταμπού: μερικές συμφωνίες στην ψυχική ζωή των άγριων και των νευρωτικών*, ό.π., σελ.29.

¹³³ Α.Γιωτοπούλου-Μαραγκοπούλου, *Εγχειρίδιο εγκληματολογίας: Μέρος Α'-Εισαγωγικά, το έγκλημα-Η εγκληματολογία*, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα 1984, σελ.52-3. Αναφέρεται ότι οι έννοιες του Τοτέμ και του Ταμπού συνέβαλαν στον «καθορισμό της απαγορευμένης ή επιβαλλόμενης συμπεριφοράς πρωτόγονων λαών, σε συνδυασμό με τις επιθυμίες υπερφυσικών δυνάμεων που εκδικούνται τις σχετικές παραβάσεις...Τα πρώτα εγκλήματα ήταν, δηλαδή, πράξεις που απαγορεύονταν γιατί πρόσβαλαν τις υπερφυσικές δυνάμεις. Στην ουσία τους ήταν πράξεις που πρόσβαλαν τους βασικούς κανόνες συμπεριφοράς, που η πρωτόγονη κοινωνία είχε θεσπίσει για να κατορθώσει να διατηρήσει τη συνοχή, την τάξη και τη συμβίωση μέσα σ' αυτήν.»

μίμησης, που μπορεί να προκαλούσε. Το ταμπού προασπιζόταν την καθαρότητα, αποτρέποντας τη μεταδοτική μολυσματικότητα της παράβασης.¹³⁴

Στους πρωτόγονους λαούς, η έννοια της καθαρότητας εκφράζεται τόσο συμβολικά όσο και υλικά, χρησιμοποιώντας ως σύμβολο της κοινωνίας το ανθρώπινο σώμα. Τα όρια του σώματος, όπως και κάθε είδους όρια, σύνορα θεωρούνται τα σημεία διακύβευσης της καθαρότητας, της συνοχής, της τάξης. Επομένως, οι εκκρίσεις του σώματος, όπως το σάλιο, τα ούρα, τα δάκρυα, το πύον από τις πληγές, οι ακαθαρσίες, το αίμα υπόκεινται σε κανόνες ακαθαρσίας, με ποικίλες βέβαια, ερμηνείες.¹³⁵ Αυτό που παρατηρείται είναι ότι για τους πρωτόγονους λαούς το ζήτημα της καθαρότητας ενέχει μια υλικότητα, όχι όμως με όρους υγιεινής, και ταυτόχρονα είναι επενδυμένη με μια έντονη συμβολικότητα.

Επίσης ως επίφοβες για την καθαρότητα θεωρούνταν οι μη συνηθισμένες, μεταβατικές καταστάσεις, όπως η εμμηνόρροια, η λοχεία, τα νεογέννητα παιδιά, οι έφηβοι κατά την τελετή της ενηλικίωσής τους.¹³⁶ Όλες αυτές οι καταστάσεις ρυθμίζονταν μέσω συγκεκριμένων εντολών, απαγορεύσεων, δηλαδή ταμπού.

Επίσης, το ζήτημα της κληρονομημένης καθαρότητας, όπως αυτό εκφράζεται με το σύστημα των καστών, συνιστά ένα παράδειγμα διατήρησης της κοινωνικής ιεραρχικής τάξης.¹³⁷ Η κοινωνική ιεραρχική δομή βασισμένη στο συμβολισμό του σώματος, στα τελετουργικά καθαρμού (όπως για παράδειγμα το μπάνιο μετά την επαφή ενός ατόμου ανώτερης κάστας με ένα κατώτερης), στους κανόνες διαχωρισμού και ακαθαρσίας, αναπαράγεται κοινωνικά και συμβολικά. Ο συμβολισμός των πρωτόγονων λαών χαρακτηρίζεται από μια έντονα υλική έκφραση, όπως αυτή αποτυπώνεται στα τελετουργικά καθαρμού ή στους κανόνες ακαθαρσίας και με αυτόν

¹³⁴ Σ.Φρόυντ, *Τοτέμ και ταμπού: μερικές συμφωνίες στην ψυχική ζωή των άγριων και των νευρωτικών*, ό.π., σελ.45-49.

¹³⁵ M. Douglas, *Καθαρότητα και κίνδυνος: Μια ανάλυση των εννοιών της μιαιρότητας και του ταμπού*, ό.π., σελ.83.

¹³⁶ Τσως δεν είναι τυχαίο ότι το ταμπού που αναφερόταν και λειτουργούσε ρυθμιστικά σε περιπτώσεις ασυνήθιστες, άγνωστες, ανόικειες στην πολυνησιακή γλώσσα, κατά τον Σ.Φρόυντ, το αντίθετο του ήταν η λέξη «noa», που σήμαινε το συνηθισμένο. Ο Φρόυντ αναφέρει ότι «Για μας το ταμπού περιλαμβάνει δύο διαφορετικές και αντίθετες σημασίες. Από τη μια μεριά σημαίνει κάτι το ιερό και καθαγιασμένο και από την άλλη κάτι το ανησηχτικό, επικίνδυνο, απαγορευμένο και ανόσιο. Το αντίθετο του ταμπού στα πολυνησιακά είναι noa=το συνηθισμένο, το γενικά προσιτό. Το ταμπού λοιπόν περιλαμβάνει κάτι από την έννοια της επιφύλαξης και η σημασία του, πρώτα και κύρια, σχετίζεται με απαγορεύσεις και περιορισμούς. Η δική μας έκφραση 'ιερός τρόμος' χαρακτηρίζει μάλλον πετυχημένα το ταμπού.» βλ. Σ.Φρόυντ, *Τοτέμ και ταμπού: μερικές συμφωνίες στην ψυχική ζωή των άγριων και των νευρωτικών*, ό.π., σελ.28.

¹³⁷ M.Douglas, *Καθαρότητα και κίνδυνος: Μια ανάλυση των εννοιών της μιαιρότητας και του ταμπού*, ό.π., σελ.84.

τον τρόπο αναδεικνύει την κεντρικότητα και τη βαρύτητα των τελετουργικών στο φαντασιακό και κοινωνικό σύμπαν αυτών των κοινωνιών.

Αντιθέτως, σύμφωνα με τη Douglas, τα τελετουργικά υποβαθμίζονται σε εργαλειακό επίπεδο με τη χριστιανική θρησκεία, η οποία δεν περιλαμβάνει κανόνες ακαθαρσίας. Η χριστιανική θρησκεία δεν έχει την υλικότητα των πρωτόγονων θρησκειών, δηλαδή δεν αναφέρεται σε συγκεκριμένες πράξεις, αλλά σε προθέσεις και κίνητρα των ατόμων.¹³⁸ Είναι πιο «πνευματική» και δεν χρησιμοποιείται ο συμβολισμός του σώματος παρά μόνο σε εργαλειακό, τελετουργικό επίπεδο. Το σώμα για το χριστιανισμό -και όχι μόνο- συνδέεται με την επίγεια ζωή και είναι καταδικασμένο σε θάνατο. Επίσης είναι φορέας λαγνείας, σαρκικών επιθυμιών και ηδονών, τα οποία μόνο πόνο και οδύνη μπορούν να προκαλέσουν και να αποτρέψουν την καθαρότητα της ψυχής και την αιώνια σωτηρία της. Το σώμα, οι χυμοί του, οι πόθοι, οι επιθυμίες του είναι συνώνυμα του θανάτου και της κατάρτισης, με αποτέλεσμα ο συμβολισμός του σώματος και η υλικότητά του να εξαλείφονται σε μια θρησκεία όπου η αιώνια ζωή κερδίζεται με σωτηρία ψυχής, άρνηση των επιθυμιών, αλλά ταυτόχρονα συμμόρφωση στην κοσμική εξουσία και στην κοινωνική αδικία με την υπόσχεση της παραδείσιας γαλήνης και δικαιοσύνης.¹³⁹

Το ζήτημα της καθαρότητας επαναπροσδιορίζεται μετά το 19^ο αιώνα, όπου η ανακάλυψη της βακτηριακής μόλυνσης θέτει το ζήτημα της ακαθαρσίας με όρους υγιεινής και παθογένειας.¹⁴⁰ Μπορεί τα τελετουργικά του καθαρισμού να εκλείπουν από τις νεωτερικές κοινωνίες και οι κανόνες καθαρότητας να αφορούν τους κανόνες υγιεινής, όμως η κοινωνική τάξη συνέχισε να επενδύεται συμβολικά με την έννοια της καθαρότητας. Η ανάγκη για εσωτερική συνοχή, ενότητα και τάξη των νεωτερικών κοινωνικών συστημάτων επικαλείται τη συμβολική διάσταση της καθαρότητας, προκειμένου να νομιμοποιηθεί και να εμπεδωθεί τόσο η ανάγκη της διασφάλισης της καθαρότητας, όσο και η αντιμετώπιση της απειλής, της μόλυνσης (ενδογενούς ή

¹³⁸ M.Douglas, *Καθαρότητα και κίνδυνος: Μια ανάλυση των εννοιών της μιαιότητας και του ταμπού*, ό.π., σελ.46.

¹³⁹ Καινή Διαθήκη, Επιστολή Α΄ Πέτρου, Βιβλική Εταιρεία. Αθήνα 1976. Παραθέτουμε τα εξής αποσπάσματα: «Υποταχθήτε, λοιπόν, σε κάθε ανθρώπινη εξουσία χάριν του Κυρίου, είτε πρόκειται δια τον βασιλέα, ως τον ανώτατο άρχοντα, είτε δια διοικητάς απεσταλμένους από αυτόν...τιμήσατε όλους, την αδελφότητα αγαπάτε, τον θεό φοβείσθε, τον βασιλέα τιμάτε» (στ.13-17) και Επιστολή Α΄ Ιωάννου: «Να μην αγαπάτε τον κόσμο, ούτε τα πράγματα που είναι εις τον κόσμο. Εάν αγαπά κανείς τον κόσμο, δεν υπάρχει η αγάπη δια του Πατέρα μέσα του διότι καθετί που υπάρχει εις τον κόσμο, η σαρκική επιθυμία και η επιθυμία των ματιών και η υπερηφάνεια εις τα πλούτη, δεν προέρχονται από τον Πατέρα αλλά από τον κόσμο. Και ο κόσμος και η επιθυμία του παρέρχονται. Εκείνος όμως που κάνει το θέλημα του θεού μένει αιωνίως». (στ.15-17)

¹⁴⁰ M. Douglas, *Καθαρότητα και κίνδυνος: Μια ανάλυση των εννοιών της μιαιότητας και του ταμπού*, ό.π., σελ.85.

εξωγενούς). Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά η Douglas «όπου υπάρχει βρωμιά, υπάρχει ένα σύστημα» με την έννοια ότι η βρωμιά είναι παράγωγο της συστηματικής οργάνωσης και κατηγοριοποίησης, καθώς ως διάταξη συνεπάγεται την απόρριψη των ακατάλληλων στοιχείων.¹⁴¹

Αρκετά ενδεικτικό παράδειγμα είναι η πινακίδα στο ναζιστικό στρατόπεδο συγκέντρωσης στο Νταχάου: «Υπάρχει ένας δρόμος για την ελευθερία. Οι ακρογωνιαίοι λίθοι της είναι η υπακοή, η τιμότητα, η τάξη, η καθαρότητα, η αλήθεια, η θυσία και η αγάπη για την πατρίδα, η εγκράτεια και η εργατικότητα».¹⁴²

Πέρα από την εκκωφαντική διαστρέβλωση των εννοιών που επέφερε ο φασιστικός πολιτικός λόγος,¹⁴³ όπως εν προκειμένω η έννοια της ελευθερίας που αναγράφεται σε ένα στρατόπεδο θανάτου, οι υπόλοιπες έννοιες που αναφέρονται αποτελέσαν συστατικές έννοιες του νεωτερικού καπιταλιστικού έθνους-κράτους. Από την υπακοή, την υπηκοότητα των υπό-κειμένων του εθνικού κράτους, την πίστη και την αυτοθυσία για την υπεράσπιση της εθνικής ιδέας μέχρι την εγκράτεια και την εργατικότητα του βιομηχανικού, καπιταλιστικού ιδεώδους, η ανάγκη για εσωτερική συνοχή, ενότητα, συναίνεση, καθαρότητα και τάξη μοιάζουν να είναι εγγενείς (ή αλλιώς «ακρογωνιαίοι λίθοι») στην καπιταλιστική, εθνοκρατική συνθήκη.

¹⁴¹ M.Douglas, Douglas, *Καθαρότητα και κίνδυνος: Μια ανάλυση των εννοιών της μιαιρότητας και του ταμπού*, ό.π., σελ.86.

¹⁴² M.P.Pearson-C.Richards, «Ordering the World: Perception of architecture, space and time» στο M.P.Pearson-C.Richards *Architecture and order: Approaches to social space*, Routledge, London and New York 1997, σελ.26.

¹⁴³ J.Boutet, *Εισαγωγή στην κοινωνιογλωσσολογία*, μετ.Α.Ιορδανίδου –Ε.Τσαμαδού, Γρηγόρης, Αθήνα 1994, σσ.61-4. Η J.Boutet παραθέτει μια προσπάθεια αποκατάστασης, ανατροπής του ναζιστικού λόγου από τον B.Brecht, προκειμένου να δείξει ότι η σημασιοδότηση των εννοιών συνιστά μια ιδεολογική, πολιτική πράξη και ότι η γλώσσα δεν είναι ένα ουδέτερο εργαλείο, αλλά ένα κοινωνικό προϊόν του εκάστοτε κοινωνικού σχηματισμού. Κοινωνικό προϊόν, όχι μόνο με την έννοια της αντανάκλασης των κοινωνικών σχέσεων, αλλά και ως μέσο διαμόρφωσης της κοινωνικής πραγματικότητας, μέσω του καθορισμού της δράσης και της αντίληψης. Παραθέτουμε το παράδειγμα: ναζιστικός λόγος: «Δίκαια περήφανοι για το πνεύμα αυτοθυσίας και αλληλεγγύης το γερμανικού λαού, θα μπορούσαμε να πούμε σήμερα: Αυτή την παραμονή Χριστουγέννων, αυτό το χειμώνα, η Γερμανία δεν αφήνει κανένα από τα παιδιά της πεινασμένο, τα παιδιά της που δεν έχουν περάσει καλά-καλά τρία χρόνια, τα έσπρωχναν σε προβοκατόρικες διαδηλώσεις κατά του λαού, κατά του έθνους, κατά της πίστης, υπέρ του πολυσεβίτικου χάους». Αποκατεστημένος λόγος: «Περήφανοι για το πνεύμα των καπιταλιστών, που θυσίασαν ένα μέρος από αυτά που είχαν θυσιάσει για αυτούς αυτοί που δεν έχουν τίποτα στην κατοχή τους, και περήφανοι για την προθυμία τους να συντρέξουν αυτούς που κρατάνε μέσα στη μίζερια, θα μπορούσαμε να πούμε σήμερα: Αυτή την παραμονή Χριστουγέννων, αυτό το χειμώνα, οι Γερμανοί καπιταλιστές δεν αφήνουν κανένα φτωχό να πεθάνει εντελώς από την πείνα να πώς οι γερμανοί καπιταλιστές μεταχειρίζονται τις ανθρώπινες υπάρξεις που δεν έχουν περάσει καλά-καλά τρία χρόνια, διαδίδωναν κατά της μερίδας εκείνης του πληθυσμού που εκμεταλλεύεται την άλλη μερίδα, κατά των κενών λόγων σύμφωνα με τους οποίους οι άνθρωποι καλά κάνουν και υπερασπίζονται αυτό που δεν τους ανήκει, και κατά της θρησκείας που καθαγιάζει την ιδιοκτησία, με μόνο σκοπό την εκμετάλλευση, και αυτές τις διαδηλώσεις τις κάνανε υπέρ μιας μολοσεβίτικης κοινωνίας όπου η εκμετάλλευση ανθρώπου από άνθρωπο είναι αδύνατη».

4.2.3. Πρότυπα καθαρότητας ή αλλιώς πρότυπα τάξης

Τα πρότυπα της καθαρότητας αντανακλούν και αναπαράγουν τα σχήματα των γνώσεων, αξιών, αντιλήψεων και τις σχέσεις εξουσίας της εκάστοτε κοινωνικής συνθήκης. Εξετάζοντας, λοιπόν, ιστορικά τα πρότυπα της καθαρότητας που χαρακτηρίζουν κάθε κοινωνικό σχηματισμό, μπορούμε να διαπιστώσουμε, ανιχνεύσουμε τα πρότυπα τάξης, της «κανονικότητας», τις μορφές της απειλής, τις κοινωνικές σχέσεις και τις τεχνικές μόνωσης, αποκλεισμού, άμυνας.

A. Νεωτερικό πρότυπο τάξης

Το νεωτερικό έθνος-κράτος ως ένα συγκεντρωτικό σύστημα διακυβέρνησης ρυθμίζει, μέσω της κυριαρχίας του, το σύνολο της κοινωνικής ζωής μιας σαφώς προσδιορισμένης εδαφικής επικράτειας. Η εδαφική, αποκλειστική για κάθε κράτος, κυριότητα και η συγκέντρωση της εξουσίας και της διακυβέρνησης συνιστούν ίδιον των σύγχρονων εθνών-κρατών.¹⁴⁴

Το εθνικό κράτος είναι ένα καπιταλιστικό κράτος και ως τέτοιο ιστορικά συγκροτήθηκε. Ο καπιταλιστικός τρόπος παραγωγής και το εθνικό κράτος με την εθνική κυριαρχία, την εδαφική κυριότητα, τους θεσμούς και τους μηχανισμούς του (στρατός, εκπαίδευση, φυλακές, γραφειοκρατία κ.λπ.) αρθρώνονται σε ένα τεχνικό και κοινωνικό καταμερισμό εργασίας και συνιστούν το νεωτερικό πρότυπο τάξης.

Το πρότυπο τάξης ως ένα πρότυπο το οποίο επιθυμεί να επιβιώσει και να αναπαραχθεί ως τέτοιο έθεσε, ιστορικά, ζητήματα καθαρότητας, σταθερότητας και κανονικότητας. Οι αναφορικές και οργανωτικές αρχές του κάθε προτύπου τάξης/καθαρότητας εξασφαλίζουν την υλική και φαντασιακή νομιμοποίηση, παραγωγή και αναπαραγωγή αυτής της τάξης. Στο νεωτερικό πρότυπο τάξης, μπορούμε να εντοπίσουμε ως αναφορικές και οργανωτικές αρχές την εθνικότητα, την υπηκοότητα, τη χρησιμότητα και τη κανονικότητα.

¹⁴⁴ Σχετικά με την ανάδυση των σύγχρονων εθνών-κρατών βλ. Σ.Σάσεν, *Χωρίς έλεγχο: Η εθνική κυριαρχία, η μετανάστευση και η ιδιότητα του πολίτη την εποχή της παγκοσμιοποίησης*, ό.π.π., σελ.35-41. Για το πώς το κράτος άρχισε να συγκροτείται μέσα από μια συστηματοποίηση των δομών κοινωνικής οργάνωσης σε όλα τα πεδία (στρατό, οικονομία, δημόσια έργα κ.λπ.) βλ.Ρ.Ζολί, *Η πόλη και ο αστικός πολιτισμός*, ό.π.π., σελ.159-164.

Α.α. Εθνικότητα

Η εθνικότητα ως η έννοια της εθνικής καταγωγής συνιστά ένα προϊόν της αστικής ιδεολογίας η οποία εξυπηρέτησε αφενός τη φανταστική νομιμοποίηση της αστικής τάξης ως κυρίαρχης τάξης ενός έθνους-κράτους σε αντίθεση με την ιδέα της αριστοκρατικής ανωτερότητας που βασιζόταν στην καταγωγή της οικογένειας, στο δεσμό του αίματος, και αφετέρου λειτούργησε ως πρότυπο της νέας εθνικής τάξης. Η γέννηση του ατόμου εντός ενός έθνους, μιας φυλής συνεπάγονταν τον αυτόματο, βιολογικό προσδιορισμό του με την συγκεκριμένη εθνικότητα και τα χαρακτηριστικά ανωτερότητας ή κατώτερότητας που τη συνόδευαν.¹⁴⁵

Η λογική του βιολογικού εθνικού προσδιορισμού, δηλαδή ενός εθνικού δαρβινισμού, εδραίωσε την αντίληψη περί ανώτερου «εμείς» (εθνική κοινότητα) και κατώτερου «άλλου». Το νεωτερικό πρότυπο καθαρότητας έθεσε ως οργανωτική αρχή την εθνικότητα, προκειμένου να δικαιολογήσει αφενός την εκμετάλλευση του «άλλου» (περίπτωση της αποικιοκρατίας) και αφετέρου να συγκροτήσει και να διατηρήσει την εθνική ενότητα και συναίνεση, μέσω της διαμόρφωσης μιας εθνικής συλλογικής ταυτότητας. Οι έννοιες της ιστορικής συνέχειας, της κοινής παράδοσης, «μητρικής γλώσσας»¹⁴⁶ (μέσω της εξαφάνισης τοπικών διαλέκτων και γλωσσών των εθνοτικών ομάδων) και θρησκείας, αποτέλεσαν θεμελιώδεις αρχές συγκρότησης της εθνικής ταυτότητας και του «λαϊκού πολιτισμού», όπως αυτός νοηματοδοτούνταν από τον κυρίαρχο λόγο.¹⁴⁷

¹⁴⁵ Χ.Κωνσταντοπούλου, «Εισαγωγή: Αναφορά στην έννοια και στις όψεις των σύγχρονων αποκλεισμών» στο Χρ.Κωνσταντοπούλου, Λ.Μαράτου-Αλιπράντη, Δ.Γερμανός, Θ.Οικονόμου (επιμ.) «Εμείς» και οι «άλλοι»: αναφορά στις τάσεις και τα σύμβολα, ΕΚΚΕ, Τυπωθήτω Γ.Δαρδανός, Αθήνα 2000, σελ.17-19.

¹⁴⁶ U.Beck, *Η επινόηση του πολιτικού*, μετ.Κ.Καβουλάκος, επιμ.Α.Αλαβάνου, προλ.Ν.Κονζιάς, «Νέα Σύνορα-Α.Α.Λιβάνη», Αθήνα 1996, σελ.155-7. Ο Beck κάνει λόγο για τη συγκρότηση της εθνικής κοινότητας ως κοινότητας, «εθνικού κοινού» αναγνωστών εφημερίδων. Η διαμόρφωση μιας τέτοιας ανώνυμης εθνικής κοινότητας με σύμβολο και όρο αναφοράς την καθημερινή ανάγνωση των εφημερίδων αφενός θα ενίσχυε την έννοια της ιδεατής, φανταστικής κοινότητας και αφετέρου θα δημιουργούσε ένα κοινό απόθεμα γνωστικών και γλωσσικών αναφορών και στοιχείων.

¹⁴⁷ Α.Λυδάκη, *Ποιοτικές μέθοδοι της κοινωνικής έρευνας*, Καστανιώτης, Αθήνα 2001, σελ. 112-8. Σχολιάζεται το πώς η λαογραφία μέσω ενός ιδιότυπου συγκεκρισμού ρομαντισμού και ελληνικού διαφωτισμού χρησιμοποιήθηκε για εξυπηρέτηση ιδεολογικών σκοπιμοτήτων, προκειμένου να συγκροτηθεί ένα ιστορικό συνεχές αρχαίας Ελλάδας και νεοελληνικού κράτους και να διαμορφωθεί το αίσθημα εθνικής ταυτότητας και ανωτερότητας. Επίσης βλ. Κ.Τσουκαλάς, «Ιστορία, μύθοι και χρησιμοί: η αφήγηση της ελληνικής συνέχειας» στο Κ.Τσουκλάς, *Ταξίδι στο Λόγο και την Ιστορία. Κείμενα 1969-1996-Τόμος Β'*, επιμ. Π.Καφεντζής, Πλέθρον, Αθήνα 2000, σελ.318-23. Ο Κ.Τσουκαλάς αναφέρεται στις δυσκολίες συγκρότησης μιας ιστορικής συνέχειας της ελληνικής εθνικής ουσίας-ταυτότητας, η οποία προκύπτει από την ένταση και την αντίφαση που προκαλέσει η επίκληση της ιδέας του

Για τον Κ.Τσουκαλά, η μετάβαση από τις δυναστείες στα «επικρατικά εξουσιαστικά μορφώματα» ανέδειξε ένα κενό νομομοίωσης ελλείψει μεταφυσικών ή/και λογικών επιχειρημάτων. Το εδαφικό κράτος είχε την ανάγκη κατασκευής μιας νέας φαντασιακής συλλογικότητας, που θα συνέχιζε τον πληθυσμό του. Αυτό το κενό ήρθε να καλύψει το νεωτερικό συλλογικό υποκείμενο του έθνους, το οποίο από τη μια καλούνταν να δομήσει μια «διαχρονική εαυτότητα»/ταυτότητα και από την άλλη μια «συγχρονική» ταυτότητα με αποκρυσταλλωμένα και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που θα της απέδιδαν το δικό της στέρεο και διακριτό είδωλο σε σχέση με τα άλλα έθνη. Επομένως αυτό που θα έπρεπε να συγκροτηθεί ήταν μια διαχρονική «ουσία», η οποία παραμένει αμετάβλητη στον πυρήνα της μέσα στην ιστορική πορεία του έθνους. Για τον Κ.Τσουκαλά το ξεπέρασμα αυτής της αντίφασης μεταξύ του σταθερού και του μεταβλητού μπορούσε να το προσφέρει μόνο η αφηγηματική τεχνική της εθνικής ιστοριογραφίας.¹⁴⁸

H D.Massey κάνει λόγο για μια «ηγεμονική πρόσληψη» του χώρου και της σχέσης του με την κοινωνία και την κουλτούρα της κατά τη νεωτερική περίοδο. Η φαντασιακή πρόσληψη αυτή χαρακτηριζόταν από έναν ισομορφισμό του χώρου και του τόπου με την κοινωνία και την κουλτούρα.¹⁴⁹ Βάσει αυτού κάθε κουλτούρα εντοπιζόταν σε συγκεκριμένη εδαφική επικράτεια –έθνος ή/και τοπική κοινότητα. Ο κάθε τόπος, το κάθε έθνος συνδεόταν εσωτερικά, άρρηκτα και αποκλειστικά με μια

ελληνοχριστιανισμού. Αναφέρει ότι η δυσκολία αυτή «πρέπει να κατανοηθεί στο πλαίσιο της αναπόφευκτης σύγχυσης και αλληλεπικάλυψης ανάμεσα στις ριζοσπαστικές, δημοκρατικές και φιλελεύθερες ιδέες του Διαφωτισμού, που αναφερόταν στην πολιτική και πολιτική απελευθέρωση του λαού από τον 'παραλογισμό' της απολυταρχικής σουλτανικής εξουσίας, και στις εθνικοαπελευθερωτικές ιδέες που αναφέρονταν στην απελευθέρωση του έθνους από την αλλοεθνή και αλλόθρησκη οθωμανική κυριαρχία». Το ιστορικό συνεχές αφήγημα του ελληνοχριστιανισμού πολιτισμού συναντά εμπόδια καθώς οι περίοδοι της ρωμαιοκρατίας, της φραγκοκρατίας, της τουρκοκρατίας και ιδίως του βυζαντίου δεν χαρακτηρίζονται από τη διαρκή συνύπαρξη του «ελληνικού», κλασσικού στοιχείου και του «χριστιανικού».

¹⁴⁸ Κ.Τσουκαλάς, «Ιστορία, μύθοι και χρησιμοί: η αφήγηση της ελληνικής συνέχειας», ό.π., σελ.313-17. Ο Τσουκαλάς αναφέρει ότι η θεμελιώδης ιστορική λειτουργία της εθνικής ιστοριογραφίας...υποκαθιστά την ενδελεχή σειραϊκή αφήγηση σε ένα χαώδες πολιτιστικό συνεχές, το οποίο δεν μπορεί να γίνει αντικείμενο αναπαράστασης...στη θέση των ανοικτών και πολυδιάστατων πολιτισμικών συνόλων και υποσυνόλων που υπήρξαν, δομούνταν, αποδομοούνταν, εξελίσσονταν και μετασχηματίζονταν σιωπηρά μέσα στην κυμαινόμενη διαχρονική διαλεκτική μνήμης και λήθης, τοποθετεί μια ρητή, μονοδιάστατη, κλειστή και ολοκληρωτική συλλογική υποκειμενικότητα, που παρίσταται ως εγγενώς ανθιστάμενη στο χρόνο και που γι' αυτόν το λόγο δεν συγχωρείται πια να ξεχαστεί ποτέ.»

¹⁴⁹ D.Massey, *Για το χώρο*, ό.π., σελ.112-3. Η Massey αναφέρει συγκεκριμένα ότι «εγκαθιδρύθηκε συμπαγώς η υπόθεση ότι ο χώρος και η κοινωνία χαρτογραφούνταν το ένα επάνω στο άλλο και ότι μαζί ήταν, με κάποια έννοια 'από την αρχή', διαφερέντα. Οι 'κουλτούρες', οι 'κοινωνίες' και τα 'έθνη' προσλαμβάνονταν φαντασιακά σαν να είχαν μια αναπόσπαστη σχέση με οριοθετημένους χώρους, εσωτερικά συνδεδεμένους και διαφοροποιημένους μεταξύ τους μέσω διαχωρισμού. Οι 'τόποι' θεωρούνταν οριοθετημένοι με τις δικές τους εσωτερικά δημιουργημένες αυθεντικότητες και καθορισμένοι μέσω της διαφοράς τους από άλλους τόπους που βρίσκονταν έξω, πέρα από τα σύνορά τους.»

μοναδική, αυθεντική κουλτούρα. Σύμφωνα με αυτή τη «γεωγραφική φαντασία» η εθνικά-τοπικά προσδιορισμένη κουλτούρα διατηρούσε την αποκλειστικότητα και την «καθαρότητα» της μέσω και της διάκρισης από τις άλλες εθνικά ομοιογενείς κουλτούρες που εντοπίζονταν πέρα από τα σύνορά της.

Η τόνωση και η υπεράσπιση της εθνικότητας αποτελούσε ένα ζήτημα διατήρησης της καθαρότητας του έθνους σε πολιτισμικό επίπεδο και σε κοινωνικό. Η υπεράσπιση της εθνικής ταυτότητας και καθαρότητας παρήγαγε για το εθνικό καπιταλιστικό κράτος συναίνεση και κοινωνική ειρήνη. Η υπεράσπιση κάποιου πράγματος-υπόθεσης είναι προάσπιση «από κάτω», συνεπώς, τίθεται μια τουλάχιστον διπολική, αντιθετική σχέση. Από τη μια κάθε εθνικότητα, εθνική καθαρότητα και από την άλλη η/οι απειλή/-ες.

Στη νεωτερική συνθήκη, οι απειλές, πραγματικές ή κατασκευασμένες¹⁵⁰, ως προς την εθνική καθαρότητα εντοπίζονται σε δύο πεδία εκείθεν και εντεύθεν των εθνικών συνόρων. Δηλαδή, η μια σφαίρα απειλών περιλαμβάνει τον εξωτερικό εχθρό, αντίπαλα έθνη-κράτη ή συνασπισμοί κρατών (π.χ.: τα δυο ψυχροπολεμικά μέτωπα) και στην άλλη σφαίρα, οι μειονότητες, πληθυσμοί πολιτισμικά διαφορετικών από την κυρίαρχη εθνική πολιτισμική ομάδα και τα συλλογικά/ατομικά υποκείμενα, που έρχονται σε ρήξη με τις καπιταλιστικές και κρατικές δομές και την εθνική συναίνεση.

Για την πρώτη δέσμη «απειλών» η απάντηση είναι η προάσπιση των εθνικών συνόρων, η τόνωση του εθνικού φρονήματος, η επαγρύπνηση για την υπεράσπιση της εθνικής κυριαρχίας/ανεξαρτησίας, οι στρατιωτικοί εξοπλισμοί και οι ακραίες εκβάσεις αυτών των αντιπαράθεσεων είναι οι διακρατικοί πόλεμοι. Για τη δεύτερη δέσμη απειλών, οι πολιτικές πρακτικές αντιμετώπισης αρθρώνονται σε ένα φάσμα, που περιλαμβάνει από στρατηγικές αφομοίωσης, ομογενοποίησης, αποκλεισμού μέχρι εξαφάνισης, φυσικής εξόντωσης, δηλαδή γενοκτονίες, στρατόπεδα συγκέντρωσης, εξορίες, φυλακές.

¹⁵⁰ Για το ζήτημα της κατασκευής των «εχθρών» βλ. M. Edelman, *Η κατασκευή του πολιτικού θεάματος*, μετ. Α. Κόρκα, επιμ.-προλ. Ν. Δεμερτζής, Παπαζήσης, Αθήνα 1999, σελ. 125-162 και U. Beck, *Η επινόηση του πολιτικού*, όπ.π., σελ. 170-6, όπου παρουσιάζεται το πώς οι εικόνες του εχθρού μπορούν να αποσπάσουν συναίνεση και να νομιμοποιήσουν την κρατική βία ως αντίβια.

Α.β. Υπηκοότητα

Η υπηκοότητα ως ιδιότητα του πολίτη ενός εθνικού κράτους συνιστά το νομικό δεσμό του πολίτη με το κράτος. Αυτή η σχέση αφενός αναγνωρίζει συγκεκριμένα ατομικά (φυσικά), πολιτικά και κοινωνικά δικαιώματα, όπως αυτά ορίζονται από τους νόμους και το σύνταγμα του κράτους και αφετέρου επικυρώνει τη δικαιοδοσία του κράτους να ρυθμίζει συγκεντρωτικά το σύνολο της κοινωνικής ζωής εντός της δικής του εθνικής εδαφικής επικράτειας.

Η έννοια της υπηκοότητας ως αναφορική αρχή του νεωτερικού προτύπου τάξης-καθαρότητας αναφέρεται σε δυο επίπεδα, σε αυτό της σχέσης του κράτους με τους αλλοδαπούς και της σχέσης του κράτους με τους ίδιους τους («γηγενείς») πολίτες του. Αναφορικά με την πρώτη σχέση, το κράτος επικαλείται τον εθνικό προσδιορισμό της έννοιας, δηλαδή ως εθνική υπηκοότητα, καθώς ο πολίτης (σ.σ.: «Τα δικαιώματα του ανθρώπου, ως ατόμου και μέλους του κοινωνικού συνόλου») θεωρείται ως άτομο και φορέας δικαιωμάτων και υποχρεώσεων ενός κοινωνικού συνόλου, το οποίο τελεί υπό την εγγύηση του κράτους.¹⁵¹ Συνεπώς μετανάστες και πρόσφυγες δεν θεωρούνται ως πολίτες, άρα δε τους αναγνωρίζονται και αντίστοιχα δικαιώματα. Μπορεί συνταγματικά το κράτος να δεσμεύεται να αναγνωρίσει το δικαίωμα της ζωής, της τιμής και της ελευθερίας για οποιονδήποτε άνθρωπο βρίσκεται στην επικράτεια, «χωρίς διάκριση εθνικότητας, φυλής, γλώσσας και θρησκευτικών και πολιτικών πεποιθήσεων»¹⁵² και διεθνείς συμβάσεις, όπως η Σύμβαση της Χάγης (1930) και η

¹⁵¹ Άρθρο 25 παρ.1 του Συντάγματος (1975/86/2001): «Τα δικαιώματα του ανθρώπου, ως ατόμου και ως μέλους του κοινωνικού συνόλου και η αρχή του κοινωνικού κράτους δικαίου τελούν υπό την εγγύηση του Κράτους. Όλα τα κρατικά όργανα υποχρεούνται να διασφαλίζουν την ανεμπόδιστη και αποτελεσματική άσκηση τους. Τα δικαιώματα αυτά ισχύουν και στις σχέσεις μεταξύ ιδιωτών, στις οποίες προσιδιάζουν. Οι κάθε είδους περιορισμοί που μπορούν κατά το Σύνταγμα να επιβληθούν στα δικαιώματα αυτά πρέπει να προβλέπονται είτε απευθείας από το σύνταγμα είτε από το νόμο, εφόσον υπάρχει επιφύλαξη υπέρ αυτού και να εφίνονται την αρχή της αναλογικότητας». Εδώ μπορούμε να επισημάνουμε ότι δεν αναφέρεται άμεσα η έννοια του πολίτη ούτε βέβαια και του ανθρώπου, καθώς ο φορέας των δικαιωμάτων είναι ο άνθρωπος που είναι άτομο και μέλος του κοινωνικού συνόλου που τελεί υπό την εγγύηση του κράτους. Ο G.Agamben αναφερόμενος στην Διακήρυξη των δικαιωμάτων του ανθρώπου και του πολίτη του 1789 επισημαίνει ότι «δεν είναι ξεκάθαρο αν οι δύο όροι αναφέρονται σε δύο αυτόνομες πραγματικότητες ή αν, αντιθέτως, σχηματίζουν ενιαίο σύστημα, εντός του οποίου ο πρώτος εμπεριέχεται και υποκρύπτεται πάντοτε στον δεύτερο». Φαίνεται, λοιπόν, η ιδιότητα του ανθρώπου να προϋποτίθεται από την ιδιότητα του πολίτη του έθνους-κράτους, με αποτέλεσμα, η «απόλεια» αυτής της ιδιότητας του πολίτη να σημαίνει και τον «εκ-τοπισμό» του ατόμου εκτός έννομης τάξης, εκτός ανθρωπότητας. Βλ. G.Agamben, *Homo sacer: Κυρίαρχη εξουσία και γυμνή ζωή*, μετ. Π.Τσιμούρας, επιμ.Γ.Σταυρακάκης, Scripta. Αθήνα 2005, σελ.201.

¹⁵² Άρθρο 5 παρ.2 του Συντάγματος (1975/86/2001): «Όλοι όσοι βρίσκονται στην ελληνική Επικράτεια απολαμβάνουν την απόλυτη προστασία της ζωής, της τιμής και της ελευθερίας τους, χωρίς διάκριση

Σύμβαση για τους πρόσφυγες του 1952 να διακηρύσσουν το δικαίωμα του κράτους να απονέμει υπηκοότητα και ο οποιοσδήποτε να εγκαταλείψει τη χώρα του αντίστοιχα, αλλά τα ζητήματα της υπηκοότητας, του ασύλου και των συνοριακών ελέγχων επαφίονται στη διακριτική ευχέρεια των εθνικών κρατών.¹⁵³

Ο G.Agamben στο έργο του *Homo sacer: Κυρίαρχη εξουσία και γυμνή ζωή* υποστηρίζει ότι η νεωτερική συνθήκη του έθνους-κράτους θεμελιώνεται πάνω στην κυρίαρχη δυνατότητα της απόφασης επί της «γυμνής ζωής». Η νεωτερική κυριαρχία γίνεται βιοπολιτική, καθώς προσπαθεί να ρυθμίσει και να ελέγξει τη ζωή, το σώμα, την υγεία των ανθρώπων και το ζήτημα της αξίας και της μη-αξίας της ζωής.¹⁵⁴ Και αυτή του την κυριαρχία τη συγκροτεί μέσω της αναγνώρισης της «φυσικής γυμνής ζωής», δηλαδή της γέννησης ως «πηγής και φορέα των δικαιωμάτων» και της διαφύλαξης αυτών από τα όργανα του κράτους.¹⁵⁵ Σε αυτή τη συνθήκη η γέννηση και το έθνος θεωρούνται άρρηκτα δεμένα. Επομένως θα μπορούσαμε να πούμε ότι η γέννηση εντός της εθνικής επικράτειας εισήγαγε τη ζωή του κάθε ατόμου στο βασίλειο των δικαιωμάτων που την υπεράσπισή τους την είχε αναλάβει η πολιτική εξουσία του κράτους. Η διάρρηξη της σχέσης γέννησης και έθνους στην περίπτωση του πρόσφυγα, του μετανάστη τον «εξ-έθετε», τον «απογύμνωνε» από προνόμια, δικαιώματα και έννομη προστασία.¹⁵⁶

Σε έναν κόσμο όπου ο χώρος είχε τεμαχιστεί, προσδιοριστεί με την αμοιβαία αποκλειστικότητα των εθνικών συνόρων, η έλλειψη της ιδιότητας του πολίτη, της εθνικής υπηκοότητας συνεπάγονταν τη μετατόπιση «εκτός τόπου». Η θέση «εκτός τόπου» σημαίνει εκτός εθνικής κοινότητας (ως μια συλλογικότητα κοινής ταυτότητας, παραδόσεων, συγκινήσεων και συναισθηματικών δεσμών) κοινωνίας (κοινωνικός καταμερισμός εργασίας, κοινωνικές σχέσεις, καθημερινός κοινωνικός-δημόσιος και ιδιωτικός χώρος) και κυρίως εκτός νομικής σφαίρας· κατά συνέπεια, εκτός

εθνικότητας, φυλής, γλώσσας και θρησκευτικών ή πολιτικών πεποιθήσεων. Εξαιρέσεις επιτρέπονται στις περιπτώσεις που προβλέπει το διεθνές δίκαιο».

¹⁵³ Σ.Σάσεν, *Χωρίς έλεγχοι: Η εθνική κυριαρχία, η μετανάστευση και η ιδιότητα του πολίτη την εποχή της παγκοσμιοποίησης*, όπ.π., σελ.132-3.

¹⁵⁴ G.Agamben, *Homo sacer: Κυρίαρχη εξουσία και γυμνή ζωή*, όπ.π., σελ.223. Ο Agamben αναφέρει ότι «όταν η ζωή καθίσταται η υπέρτατη πολιτική αξία, δεν τίθεται μόνο το ζήτημα της μη αξίας της ζωής[...].αλλά επιπροσθέτως τα πάντα συντελούνται ως εάν σε τούτη την απόφαση να διακυβεύονταν το ύστατο έρεισμα της κυρίαρχης εξουσίας. Στη νεωτερική βιοπολιτική κυρίαρχος είναι εκείνος που αποφασίζει για την αξία ή τη μη αξία της ζωής ως τέτοιας, δηλαδή για το αν η ζωή ως τέτοια έχει ή δεν έχει αξία. Η ζωής, η οποία με τις διακηρύξεις των δικαιωμάτων είχε περιβληθεί ως τέτοια την αρχή της κυριαρχίας, καθίσταται τώρα αυτή η ίδια ο τόπος της κυρίαρχης απόφασης.»

¹⁵⁵ G.Agamben, *Homo sacer: Κυρίαρχη εξουσία και γυμνή ζωή*, όπ.π., σελ.202.

¹⁵⁶ G.Agamben, *Homo sacer: Κυρίαρχη εξουσία και γυμνή ζωή*, όπ.π., σελ.208-10.

ανθρωπότητας.¹⁵⁷ Τα στρατόπεδα προσφύγων, οι φυλακές και τα «κέντρα υποδοχής» στα όρια της εδαφικής επικράτειας (και όχι μόνο) είναι χαρακτηριστικοί μη-τόποι.¹⁵⁸

Για τον Z.Bauman η νεωτερική τριάδα της επικράτειας/έθνους/κράτους απέκτησε αυτά τα θεσμικά στηρίγματα και την κοινωνική ισχύ που της επέτρεπαν να επικυρώνει ουσιαστικά «την ανθρώπινη υπόσταση των ανθρώπων». Αυτή η δύναμη ορισμού συνίσταται στη διάκριση μεταξύ ανθρώπινου και μη-ανθρώπινου, «η οποία στους μοντέρνους χρόνους μεταμφιέζεται σε διαχωριστική γραμμή ανάμεσα σε πολίτες και ξένους».¹⁵⁹

Ένα άλλο είδος μη-τόπου εντός των εδαφικών επικρατειών αφορούσε αυτούς, που συνειδητά αρνούνται την καπιταλιστική συνθήκη και την αστική δημοκρατία. Η απόρριψη της θέσης του πολίτη, άρα και της νομικής σχέσης ατόμου και κράτους, και η εναντίωση στο εθνικό κράτος, τις δομές και τους μηχανισμούς του, την εθνική κουλτούρα του και στο μοντέλο της έμμεσης, αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας, συνιστούσε μια απειλή του λεγόμενου εσωτερικού εχθρού για το νεωτερικό πρότυπο τάξης. Η εσωτερικοποίηση των συνόρων μέσα στον εθνικό χώρο, όπως αναφέρει ο N.Πουλαντζάς,¹⁶⁰ με τον εκτοπισμό σε στρατόπεδα συγκέντρωσης, εξορίες και

¹⁵⁷ H.Arendt, *The origins of totalitarianism*, Harcourt, Brace&World, New York, 1966, σελ.296-7. H Arnedt επισημαίνει ότι «η βασική στέρηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων έγκειται πρώτα και πάνω από όλα στην στέρηση ενός τόπου στον κόσμο, όπου καθιστά τις απόψεις σημαντικές και τις ενέργειες αποτελεσματικές. Κάτι ακόμα πιο θεμελιώδες από την ελευθερία και τη δικαιοσύνη που είναι τα δικαιώματα του πολίτη βρίσκονται σε κίνδυνο όταν το να ανήκει σε μια κοινότητα στην οποία κάποιος έχει γεννηθεί δεν είναι πια αυτονόητο και το να μην ανήκει να μην είναι πια ζήτημα επιλογής, ή όταν κάποιος τοποθετείται σε μια κατάσταση όπου, αν και δε διαπράττει έγκλημα, η μεταχείρισή του από τους άλλους δεν βασίζεται στο τι κάνει ή δεν κάνει. Αυτή η ακρότητα, και τίποτε άλλο, είναι η κατάσταση του ανθρώπου που στερείται των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Στερείται, όχι των δικαιωμάτων της ελευθερίας, αλλά της δράσης. Όχι του δικαιώματος να σκεφτεί, ότι του αρέσει, αλλά του δικαιώματος της έκφρασης. Προνόμια, σε κάποιες περιπτώσεις, αδικίες στις περισσότερες, ευλογίες και καταδικές αποδίδονται σε αυτούς σύμφωνα και χωρίς καμία σχέση με ο,τιδήποτε κάνουν, έκαναν ή μπορεί να κάνουν. Μαθαίνουμε για την ύπαρξη του δικαιώματος να έχουμε δικαιώματα (και αυτό σημαίνει να ζει σε ένα πλαίσιο όπου κάποιος κρίνεται για τις πράξεις του και απόψεις του) και του δικαιώματος να ανήκουμε σε μια κατά κάποιο τρόπο οργανωμένη κοινότητα, όταν εκατομμύρια ανθρώπων εμφανίζεται να έχουν χάσει και να μην μπορούν να ξανααποκτήσουν αυτά τα δικαιώματα εξαιτίας της νέας παγκόσμιας πολιτικής κατάστασης. Το πρόβλημα είναι ότι αυτή η συμφορά προκύπτει όχι λόγω έλλειψης πολιτισμού ή αλλά τυραννίας, αλλά αντιθέτως, το ότι αυτό δεν μπορεί να επανορθωθεί, επειδή δεν υπάρχει πια κανένα 'απολίτιστο' σημείο στη γη, επειδή είτε μας αρέσει είτε όχι έχουμε αρχίσει να ζούμε σε Έναν Κόσμο. Μόνο με μια ολοκληρωτικά οργανωμένη ανθρωπότητα είναι δυνατόν η απώλεια του σπιτιού και του πολιτικού στάτους να είναι ταυτόσημη με την αποβολή από όλη την ανθρωπότητα.»

¹⁵⁸ Z.Μπάουμαν, *Ρευστή αγάπη: Για την ευθραυστότητα των ανθρώπινων δεσμών*, μετ.Γ.Καράμπελας, Εστία, Αθήνα 2006, σελ.219-246. Ο Μπάουμαν αναφέρει ότι τα στρατόπεδα προσφύγων είναι μια «μονίμως προσωρινή» κατοικία, στην οποία βρίσκονται αλλά δεν ανήκουν. Οι πρόσφυγες δεν είναι ούτε περιπλανώμενοι ούτε εγκατεστημένοι, αλλά αιωρούνται σε ένα χωρικό κενό, όπου η αντίληψη του χρόνου πτερνείται ιστορικής προοπτικής και ποιοτικής αλλαγής, καθηλωμένη σε μια «παγωμένη παροδικότητα».

¹⁵⁹ Z.Μπάουμαν, *Ρευστή αγάπη: Για την ευθραυστότητα των ανθρώπινων δεσμών*, ό.π., σελ.220.

¹⁶⁰ N.Πουλαντζάς, *Το κράτος, η εξουσία και ο σοσιαλισμός*, μετ.Γ.Κρητικός, Θεμέλιο, Αθήνα 2001, σελ.151.

φυλακές ήταν η στρατηγική άμυνας, προάσπισης των προτύπων καθαρότητας, σταθερότητας της καπιταλιστικής, εθνοκρατικής τάξης.

Α.γ. Χρησιμότητα και κανονικότητα

Το νεωτερικό πρότυπο τάξης ήταν τόσο «ανθρωποφαγικό» όσο και «ανθρωποεμεσικό».¹⁶¹ Το εθνικό κράτος αναδύθηκε ιστορικά και συγκροτήθηκε ως ένα «ανθρωποφαγικό» σύστημα, καθώς εγκόλπωσε, συστηματοποίησε και οργάνωσε το χώρο, το χρόνο, τις κοινωνικές σχέσεις και του ανθρώπου. Ο συγκεντρωτικός έλεγχος, η διαχείριση και η διαμόρφωση του χώρου εντός της εδαφικής επικράτειας, αποτελεί μια αφομοιωτική διαδικασία, με την έννοια της αποποιητικοποίησης του χώρου. Οι τοπικές ιδιομορφίες του περιβάλλοντος, οι φυσικοί πόροι υπάγονται στον κεντρικό κρατικό σχεδιασμό, έλεγχο, με αποτέλεσμα πολλές φορές, οι επεμβάσεις του κράτους να αλλοιώνουν το ίδιο το φυσικό περιβάλλον και ταυτόχρονα να επηρεάζουν και την οικολογία της κοινωνικής ζωής σε αυτές τις περιοχές.

Επίσης το εθνικό κράτος διαμόρφωσε ριζικά τους χώρους της κοινωνικής νεωτερικής ζωής. Η κατασκευή των σχολείων, των γραφειοκρατικών δομών (γραφεία, υπουργεία, οργανισμοί, υπηρεσίες), των εργοστασίων (κάποιες φορές σε συνεργασία με το κεφάλαιο), των στρατοπέδων, των φυλακών, των νοσοκομείων, των ψυχιατρείων, των ασύλων και γενικότερα ο πολεοδομικός σχεδιασμός, συνθέτουν ένα ευρύ πλέγμα χωρικό, στο οποίο αρθρώνεται ο κοινωνικός καταμερισμός της εργασίας και το οποίο διαμορφώνεται από το συγκεντρωτικό κρατικό σχεδιασμό.

Το νεωτερικό πρότυπο τάξης διαμορφώνοντας και οργανώνοντας τους χώρους της κοινωνικής ζωής συστηματοποίησε και ενοποίησε το χρόνο, προκειμένου να είναι δυνατός ο συντονισμός των επιμέρους δραστηριοτήτων και χρονοδιαγραμμάτων υπό τον ίδιο παρανομαστή.¹⁶² Η αυστηρή οργάνωση του νεωτερικού χρόνου, όπως

¹⁶¹ Ζ.Μπάουμαν, *Ρευστή αγάπη: Για την ευθραυστότητα των ανθρώπινων δεσμών*, όπ.π., σελ.235. Ο Μπάουμαν αναφέρεται σε δύο στρατηγικές αντιμετώπισης των ξένων που περιέγραψε ο Κ.Λ.Στράος στους «Θλιμμένους Τροπικούς». Η ανθρωποφαγική συνίσταται στην «καταβρόχθιση των ξένων» και η ανθρωποεμεσική στο «ξέρασμα των ξένων». Για την ανθρωποφαγική γράφει χαρακτηριστικά ότι «η πρώτη λύση συνοψιζόταν στην 'καταβρόχθιση των ξένων', είτε κυριολεκτικά –όπως στον κανιβαλισμό που υποτίθεται ότι ασκούσαν κάποιες πρωτόγονες φυλές- είτε στη μετουσιωμένη, πνευματική της μορφή, όπως στην επικουρούμενη από την εξουσία, πολιτισμική αφομοίωση που άσκησαν σχεδόν ανεξαιρέτως τα εθνικά κράτη, με στόχο τη χώνεψη των φορέων του ξένου πολιτισμού στο εθνικό σώμα και τη συνακόλουθη απέκκριση των δύσπεπτων τμημάτων της πολιτιστικής κληρονομιάς». Η ανθρωποεμεσική στρατηγική συνίσταται στη «συγκέντρωση και απέλασή τους... είτε από την επικράτεια της κρατικής εξουσίας είτε μια και καλή από τον μάταιο τούτο κόσμο».

¹⁶² Ν.Πουλαντζάς, *Το κράτος, η εξουσία και ο σοσιαλισμός*, όπ.π., σελ.158-161. Ο Πουλαντζάς θεωρεί ότι η ενοποίηση των διαφορετικών χρονοτήτων, δηλαδή των χρόνων διαφόρων πεδίων της κοινωνικής

εκφράστηκε με τα ωράρια, την κάρτα προσέλευσης και αποχώρησης, το χρονόμετρο του επιστάτη, το σχολικό ωράριο, τα απουσιολόγια, τα πρόστιμα σήμαναν μια εντατικοποίηση του χρόνου και μια πραγματοποίησή του μέσω της αφαίρεσης της δυνατότητας άμεσου ελέγχου από τα ίδια τα άτομα. Η εντατικοποίηση και η πειθάρχηση του ανέμελου, αυθόρμητου βιώματος του χρόνου από το σχολικό περιβάλλον, τα καταστήματα εργασίας (Workhouses) του 19^{ου} αιώνα μέχρι τα εργοστάσια, τα στρατόπεδα και τις φυλακές, θεωρήθηκε επιβεβλημένη για τις ανάγκες του νέου προτύπου τάξης, δηλαδή του εθνικού κράτους και του βιομηχανικού καπιταλισμού. Οι λεγόμενοι «νεκροί χρόνοι» θεωρούνται μη-παραγωγικοί, μη-εκμεταλλεύσιμοι.¹⁶³ Ο χρόνος πια ήταν χρήμα και κάθε χρονική στιγμή θα έπρεπε να είναι χρήσιμη, εκμεταλλεύσιμη, αποδοτική, είτε αυτή υπάγονταν στο χρόνο παραγωγής, της εμπορικής ανταλλαγής ή στο χρόνο διαπαιδαγώγησης (στο σχολείο, στο στρατό, στη φυλακή).

Ο καπιταλιστικός τρόπος παραγωγής και η συγκεντρωτική διακυβέρνηση του νεωτερικού κράτους είχαν ως προϋπόθεση και παράγωγο δυο είδη χρόνου, το χρόνο της εργασίας και το χρόνο της εκπαίδευσης, οι οποίοι ουσιαστικά συνίσταται στην πειθάρχηση του χρόνου.

Στον αγροτικό τρόπο παραγωγής και στην οικοτεχνία, ο χρόνος παραγωγής ακολουθούσε τον κυκλικό χρόνο των εργασιών και των εποχών και εντός αυτού διατηρούσε έναν ακανόνιστο ρυθμό, δηλαδή μη συστηματοποιημένο. Η αντίληψη του χρόνου εργασίας βασιζόταν στην αρχή «της δουλειάς που έπρεπε να γίνει». Η εκμηχάνιση της παραγωγής και η συγκρότηση μεγάλων παραγωγικών μονάδων, όπου η κυριότητα και η νομή των μέσων παραγωγής είχαν αφαιρεθεί πλήρως από τον εργάτη έθεσαν τις βάσεις για την εντατικοποίηση του χρόνου. Η σχέση εργοδότη και εργαζόμενου κατέστησε το χρόνο παραγωγής ως αντικείμενο υπολογισμού, μέτρησης (της αποδοτικότητας), οργάνωσης και εξορθολογισμού και εντέλει χρόνο εκμετάλλευσης.¹⁶⁴ Ο χρόνος αποκτά αξία, υπολογίζεται, ένα μέρος του πληρώνεται και

οργάνωσης, επιτυγχάνεται με την αλύσωση αυτών των επιμέρους χρόνων σε ένα σωρευτικό, αναντίστρεπτο χρόνο (ενιαίο) του καπιταλιστικού, εθνικοκρατικού μηχανισμού.

¹⁶³ Μπ.Κοριά, *Ο εργάτης και το χρονόμετρο*, μετ.Γ.Δαγάντης, επιμ. Χ.Σταματοπούλου, Κομμούνα, Αθήνα 1985, σελ.72-5. Ο Κοριά αναλύει το πώς η εισαγωγή της φορντικής αλυσίδας σήμανε νέους κανόνες παραγωγικότητας. Η χρήση του μεταφορέα συνέβαλε στην εξάλειψη των μετακινήσεων μέσα στο εργοστάσιο, με αποτέλεσμα να επιτυγχάνεται η μέγιστη δυνατή συμπίεση των «νεκρών χρόνων» δουλειάς, δηλαδή «των πόρων αυτών που κατά το διάστημα τους ο εργαζόμενος κυριολεκτικά απανθεί». Εκτός από την κατάργηση των «νεκρών χρόνων», η εντατικοποίηση της εργασίας επιτεύχθηκε και με την «κοινωνικοποίηση» του ρυθμού εργασίας, δηλαδή με την κυριολεκτική ενσωμάτωση από τον εργαζόμενο της ταχύτητας της μηχανής.

¹⁶⁴ Ε.Π.Τόμσον, *Χρόνος, εργασιακή πειθαρχία και βιομηχανικός καπιταλισμός*, όπ.π., σελ.10-13.

άλλο όχι, δηλαδή παράγει υπεραξία. Η κανονικοποίηση του παραγωγικού χρόνου επιτεύχθηκε χάριν της έλευσης της μηχανής. Η μηχανοποιητή παραγωγή ρύθμιζε τις κινήσεις των εργαζομένων, τις εντατικοποιούσε στον επιθυμητό ρυθμό, τις προγραμματίζε και τις ήλεγχε. Ο συντονισμός της προσωπικής εργασίας του κάθε εργάτη με τους απαιτούμενους ρυθμούς παραγωγής έκρινε την παραγωγικότητά του.

Ο χρόνος της εκπαίδευσης συνιστούσε τη διαπαιδαγώγηση, την εμπέδωση, την εκμάθηση και την πειθάρχηση στο συστηματοποιημένο, επακριβώς προσδιορισμένο χρόνο. Τα σχολεία, τα αναμορφωτήρια, τα καταστήματα εργασίας, τα στρατόπεδα, οι φυλακές αποτέλεσαν ιδανικά πεδία εφαρμογής μιας πειθαρχικής τεχνολογίας, η οποία στόχευε στην κανονικοποίηση και στην παραγωγή πειθύνων, υπάκουων ατόμων.¹⁶⁵ Η εκμάθηση του οργανωμένου, εντατικοποιημένου χρόνου στόχευε στην κατασκευή ενός πληθυσμού πειθαρχημένου από την μικρή του ηλικία¹⁶⁶ έως τη στιγμή που θα εντασσόταν στην παραγωγική διαδικασία ή θα κατατάσσονταν στο «βιομηχανικό εφεδρικό στρατό». Η νεωτερική τάξη πραγμάτων, από το σχολείο έως το εργοστάσιο και το δημόσιο χώρο, επιδίωκε να οργανώσει, να συστηματοποιήσει τους ρυθμούς ζωής και εργασίας, τις αντιλήψεις, τις κινήσεις των σωμάτων, προκειμένου να τις ελέγξει επιμέρους και συγκεντρωτικά. Η σκληρότητα των νέων συνθηκών εργασίας εντός μιας μηχανοποιητής παραγωγής και η ένταση και η βία, που ενείχαν οι τεχνικές και πρακτικές πειθάρχησης, κανονικοποίησης επενδύθηκαν με το μανδύα της ηθικότητας και της χρησιμότητας.

Η ηθικότητα αποτελούσε μια ιδιότητα, που αποκτιούνταν με την εργασία και την εγκράτεια, δηλαδή με τη χρησιμότητα κάποιου ως μέλους του κοινωνικού συνόλου. Χρησιμότητα σήμαινε εργατικότητα, κανονική οικογενειακή ζωή και υπακοή. Η περί ηθικής της εργασίας ρητορική, όπως εκφράστηκε από πνευματικούς ταγούς του προτεσταντισμού και τα αφεντικά, ταύτιζε την ηθική, την αξιοπρέπεια με την επιθυμία για εργασία και μια ομαλή, φιλήσυχη, εργατική ζωή και συνάμα

¹⁶⁵ Μ.Φουκώ, *Επιτήρηση και τιμωρία: Η γέννηση της φυλακής*, όπ.π., σελ.277-9. Σύμφωνα με τον Φουκώ κατά τον 17^ο -18^ο αιώνα παρατηρείται μια σταδιακή μετατόπιση από το σχήμα της έκτακτης πειθαρχίας (κλειστά ιδρύματα –πειθαρχία και αποκλεισμός) στο σχήμα της γενικευμένης επιτήρησης (πειθαρχία ως μηχανισμός). Η πειθαρχία ως γενικός τύπος κοινωνικής οργάνωσης στοχεύει στην αύξηση της χρησιμότητας των ατόμων μέσω της αύξησης των δεξιοτήτων, της ταχύτητας της απόδοσης και των κερδών. Τα σώματα εισάγονται σε μια μηχανοδομή και οι δυνάμεις σε μια οικονομία.

¹⁶⁶ Ε.Π.Τόμσον. *Χρόνος, εργασιακή πειθαρχία και βιομηχανικός καπιταλισμός*, όπ.π. σελ.46-7. Ο Τόμσον αναφέρεται στο πώς η εκπαίδευση στα σχολεία και στα «άστυλα εργασίας» επιδίωκε να εμπεδώσει τη φιλοπονία, τη συνήθεια της δουλειάς του μόχθου και της «συνήθειας να σηκώνεσαι νωρίς».

ποινικοποίησε τόσο σε συνειδητό όσο και σε νομικό επίπεδο την ανυπακοή, την ανεργία, την αεργία, την επαιτεία και τη φτώχεια.¹⁶⁷

Η ηθική αυτή σταυροφορία, όπως τη χαρακτηρίζει ο Z.Bauman, λειτουργήσε καταλυτικά στη νομιμοποίηση του βιομηχανικού καθεστώτος στη Δυτική Ευρώπη.¹⁶⁸ Στόχος της ήταν να επενδύσει την εργοστασιακή εργασία με εγγενείς εξευγενιστικές αρετές, προκειμένου να γίνουν αποδεκτές οι νέες εργασιακές συνθήκες και τα ήθη. Η ρητορεία, όμως, αυτή συμπληρώθηκε και από υλικούς καταναγκασμούς. Κάποιοι ήταν εμφανείς, όπως οι εγκλεισμοί, η σωματική τιμωρία και άλλοι πιο έμμεσοι, όπως η «απουσία επιλογής». Οι άθλιες συνθήκες του πτωχοκομείου, που πρόσφερε την ελάχιστη αρωγή, και αυτές του εργοστασίου ήταν μια έκφραση του σχήματος του «είτε-είτε», που ουσιαστικά καταργεί την επιλογή.¹⁶⁹

Από την καλβινιστική ρητορεία περί εργασιακής ηθικής και τιμότητας μέχρι και τις θεωρίες του κοινωνικού δαρβινισμού υφάνθηκε ένα πλέγμα ιδεολογικού λόγου περί ηθικού, πνευματικού, φυσικού, βιολογικού εκφυλισμού για τους ανθρώπους, που δεν προσαρμόζονταν στις νέες συνθήκες εργασίας και κοινωνικής οργάνωσης.¹⁷⁰ Οι διαχωρισμοί μεταξύ «φτωχών» και «ικανών φτωχών», η λογική της ατομικής ευθύνης,¹⁷¹ οι νόμοι περί αλητείας, επαιτείας, άρνησης εργασίας, οι λόγοι που

¹⁶⁷ Μ.Φαλιδόπουλος, *Οικονομικές θεωρίες και κοινωνική πολιτική: Η βρετανική προσέγγιση*, Αίολος, Αθήνα 2002, σελ.35. Κατά την περίοδο 1536-47 προβλεπόταν η θανατική ποινή για όποιον συλλαμβάνονταν για τρίτη φορά να ζητιανεύει. Επίσης σε όλη τη διάρκεια του 16^{ου} αιώνα, στη δυτική Ευρώπη θεσπίστηκαν νόμοι κατά της αλητείας

¹⁶⁸ Ζ.Μπάουμαν, *Η εργασία, ο καταναλωτισμός και οι νεόπτωχοι*, μετ.-προλ. Κ.Δ.Γεώργας, επιμ. Σ.Αλεξάκη, Μεταίχμιο, Αθήνα 2002, σσ.29-73.

¹⁶⁹ U.Beck, *Η επινόηση του πολιτικού*, όπ.π., σελ. 160. Κατά τον Beck, το σχήμα του «είτε-είτε» χρησιμοποιήθηκε για τη συγκρότηση του εθνικού κράτους και συγκεκριμένα αναφέρεται στον τρόπο αντιμετώπισης των εθνοτικών ομάδων, των «ξένων» προς την κυρίαρχη εθνική κοινότητα. Το ίδιο σχήμα εφαρμόζεται και στην περίπτωση του εγκλεισμού. Η «αρχή της μικρότερης προτίμησης» ('principle of less eligibility') κατά τους G.Rusche και O.Kirckheimer λειτουργεί ως μέσο πειθαρχίας του εργατικού δυναμικού, καθώς οι συνθήκες διαβίωσης στις φυλακές είναι χειρότερες από αυτές των κατώτερων κοινωνικο-οικονομικών τάξεων. Πηγή: Γ.Νικολόπουλος, *Φάκελος σημειώσεων για το μάθημα «Κοινωνικός αποκλεισμός, μειονότητες και φύλο: εγκληματολογική θεωρία»*, Α' εξάμηνο 2003-4, Διατμηματικό Μ.Π.Σ. «Κοινωνικός αποκλεισμός, μειονότητες και φύλο».

¹⁷⁰ Χ.Ταταρίδου, «Οι 'επικίνδυνες τάξεις' και κοινωνικός αποκλεισμός» στο Ι.Τσίγκανου (επιμ.) *Οι εγκληματολογικές όψεις του κοινωνικού αποκλεισμού*, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα 2002, σελ. 376-382.

¹⁷¹ Μ.Φαλιδόπουλος, *Οικονομικές θεωρίες και κοινωνική πολιτική: Η βρετανική προσέγγιση*, όπ.π., σελ.35-41. Σταδιακά από τον 17^ο αιώνα άρχισε να επικρατεί η φιλοσοφία του laissez faire, δηλαδή της ατομικής ευθύνης. Με κορυφαία έκφραση το Νόμο περί Φτωχών του 1834 νομιμοποιήθηκε η διάκριση μεταξύ εξαθλιωμένων ('paupers') και αυτών που ήταν ικανοί για εργασία. Συνεπώς αυτοί που βρισκόταν στο επίπεδο της εξαθλίωσης δεχόταν μια ελάχιστη ανακούφιση, αλλά οι ά(ν)εργοι ήταν υποχρεωμένοι να ενταχθούν στην παραγωγική διαδικασία υπό οποιοσδήποτε όρους, αλλιώς η κρατική καταστολή θα τους αναλάμβανε. Επίσης βλ. Κ.Πολάνυι, *Ο μεγάλος μετασχηματισμός*, μετ.Κ.Γαγανάκης, επιμ.Β.Τομανός, προλ.Ι.Ε.Στίγλιτς, εισ. F.Blok, Νησίδες, Θεσσαλονίκη 2007, σελ.83-4. Ο Πολάνυι υποστηρίζει ότι η μεταρρύθμιση του νόμου της «Κοινωνικής Πρόνοιας» θεμελίωσε το σύστημα της αγοράς και έτσι για πρώτη φορά μπορούσε να γίνει λόγος για την εδραίωση του βιομηχανικού καπιταλισμού ως κοινωνικού συστήματος, η διακοπή των βοηθημάτων άφησε αβοήθητους τους

συνέδεαν την αεργία και την ανεργία με την αμαρτία ή/και την εγκληματικότητα, έθεσαν τις προϋποθέσεις για το στιγματισμό των κοινωνικο-οικονομικά κατώτερων τάξεων ως «επικινδυνών τάξεων». Σε μια κοινωνική συνθήκη, όπου η εργασία αναβαθμιζόταν σε κυρίαρχη κοινωνική αξία και εμφανιζόταν ως φυσική, κανονική κατάσταση αυτοί που δεν υπάγονταν σε αυτήν θεωρούνταν «κοινωνικά άχρηστοι», «δυνάμει επικινδυνοί» και συνιστούσαν απειλή για την κοινωνική τάξη και ασφάλεια.

Η «επικινδυνότητα» και η ποινικοποίηση των εργατικών τάξεων και των χαμηλών κοινωνικών στρωμάτων εξυπηρετούσε τόσο την «ανθρωποφαγική» όσο και την «ανθρωποεμεικτική» στρατηγική του νεωτερικού προτύπου τάξης. Η «ανθρωποφαγική» στρατηγική εφαρμοζόταν με τον κοινωνικό καταναγκασμό και έλεγχο που ασκούσαν στους «απροσάρμοστους», ανέργους, επαίτες στα καταστήματα εργασίας¹⁷² και στις φυλακές. Σε αυτούς τους χώρους, τα άτομα υπόκεινται την πειθάρχηση και κανονικοποίηση των συμπεριφορών, των κινήσεων του σώματος, των αντιλήψεων και «βελτιώνονται», προκειμένου να επανενταχθούν στο κοινωνικό σύνολο ως χρήσιμα όντα.

Η «ανθρωποεμεικτική» στρατηγική ασκούσαν στα άτομα, που δεν μπορούσαν να αποδειχτούν χρήσιμοι, παραγωγικοί όπως άρρωστοι, ψυχικά παρεκκλίνοντες, ανάπηροι, οι οποίοι μετατοπιζόνταν στα άσυλα. Επίσης εφαρμόζονταν και στα άτομα που έδειχναν με την κοινωνική τους συμπεριφορά, κατά την κυρίαρχη λογική, ότι δεν επιθυμούν να προσαρμοστούν στα «φυσιολογικά», κανονικά πρότυπα συμπεριφοράς. Σε αυτή την περίπτωση ποινές, όπως το μαστίγωμα, η εξορία, η θανατική ποινή¹⁷³ εμφανίζουν την «ανθρωποεμεικτική» στρατηγική του νεωτερικού προτύπου τάξης.

Το νεωτερικό πρότυπο τάξης, λοιπόν, έθεσε και τις έννοιες της χρησιμότητας και κανονικότητας ως αναφορικές αρχές, προκειμένου να νομιμοποιηθεί φαντασιακά μέσω λόγων περί ηθικής, κανονικής ζωής και ως οργανωτικές αρχές έτσι ώστε να εξασφαλίσει ένα πρόθυμο για εργασία, πειθήνιο και υπάκουο κοινωνικό σώμα.

φτωχούς ανθρώπους και ταυτόχρονα «συνέτριψε αμέτρητες ζωές» των «'αξιοβοήθων φτωχών', άτομα αρκετά αξιοπρεπή για να εισέλθουν στο πτωχοκομείο, που είχε ήδη καταστεί χώρος αίσχους».

¹⁷² Χ.Ταταρίδου, «Οι 'επικινδύνες τάξεις' και κοινωνικός αποκλεισμός», ό.π., σελ.374. Είναι ενδεικτικό ότι τα καταστήματα εργασίας είχαν διαφορές ονομασίες όπως «Workhouses», «Houses of correction», αλλά γενικά υπάγονταν στο τίτλο «Bridewell palace». Αυτοί οι χώροι «φιλοξενούσαν» τους οκνούς, τους αλήτες, τους ληστές και μικροαπατεώνες. Η Ταταρίδου αναφέρει ότι «σκοπός αυτών των ιδρυμάτων ήταν τριπλός: πρώτον να αναμορφώσει τους τροφίμους με την υποχρεωτική εργασία και πειθαρχία, δεύτερον να αποθαρρύνει την αλητεία και τη νοθρότητα εκτός των τειχών και τρίτον να εξασφαλίσει την αυτοσυντήρησή τους με μέσα εργασίας των ίδιων των κρατουμένων».

¹⁷³ Χ.Ταταρίδου, «Οι 'επικινδύνες τάξεις' και κοινωνικός αποκλεισμός», ό.π., σελ.373.

B. Κεϋνσιανή συνθήκη

Τη μεταπολεμική περίοδο το νεωτερικό πρότυπο τάξης μετασχηματίζεται, καθώς το κράτος αποκτά παρεμβατικό ρόλο και προνοιακό χαρακτήρα τόσο για το κεφάλαιο όσο και για τους πολίτες και εργαζόμενους. Η κρατική εγγύηση της διατήρησης της καπιταλιστικής δομής μέσω του διαιτητικού του ρόλου στις σχέσεις εργοδοτών και εργαζομένων, η επιδίωξη της «πλήρους απασχόλησης» για τον εργαζόμενο πληθυσμό (κυρίως για τους λευκούς άνδρες) και μια σειρά προνοιακών μέτρων σηματοδότησαν αλλαγές και στους λόγους και στους τρόπους διατήρησης της κοινωνική ειρήνης και τάξης.¹⁷⁴ Η λεγόμενη χρυσή τριακονταετία (1945-75) το πρότυπο τάξης δεν είχε να αντιμετωπίσει το ζήτημα της εδραίωσης του εργοστασιακού τρόπου παραγωγής και να πείσει τους οκνούς, άεργους, απρόθυμους να εργαστούν, προκειμένου να αποδείξουν τη χρησιμότητα και την ηθικότητά τους.

Κοινωνική ασφάλιση, έμμεσοι μισθοί-επιδόματα, κοινωνικές παροχές (υγεία-στέγαση-εκπαίδευση), σταθερή εργασιακή βιογραφία (ως αποτέλεσμα της τριμερούς σχέση κράτους-κεφαλαίου-εργατικά συνδικάτα) συνυφαίνουν ένα δίχτυ προστασίας και ενσωμάτωσης σε ένα πρότυπο τάξης, το οποίο εξαργύρωνε την κοινωνική ειρήνη και συναίνεση με οικονομικά και κοινωνικά ωφελήματα προς τους πολίτες.

Ο Ε. Hobsbawm σχολιάζει ότι ο μεταπολεμικός καπιταλισμός συνιστούσε ένα «είδος σύζευξης οικονομικού φιλελευθερισμού και σοσιαλδημοκρατίας». Αυτό το μοντέλο «μικτής οικονομίας» σήμαινε την ενεργή κρατική παρέμβαση στο σχεδιασμό, την οργάνωση, τη διαχείριση του εκβιομηχανισμού και την προνοιακή υποστήριξη του εθνικού πληθυσμού, με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί μια μαζική καταναλωτική αγορά και νομιμοποίηση του υπάρχοντος πολιτικό-οικονομικού καθεστώτος. Η μεταπολεμική κοινωνική συνθήκη έτυχε της κοινωνικής αποδοχής από ένα ευρύ φάσμα που ξεκινά από το κεφάλαιο, τα πολιτικά κόμματα (σοσιαλδημοκρατικά και τα συντηρητικά) μέχρι τα σοσιαλιστικά και τα εργατικά κινήματα. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο Hobsbawm «όλοι ήθελαν να δημιουργήσουν έναν κόσμο ευνοϊκό για την αύξηση της παραγωγής και του εξωτερικού εμπορίου, για την πλήρη απασχόληση, την

¹⁷⁴ Χ.Ταταρίδου, «Ανεργία, μορφές απασχόληση και νομιμοποίηση των μηχανισμών κοινωνικού αποκλεισμού» στο Ι.Τσίγκανου (επιμ.) *Οι εγκληματολογικές όψεις του κοινωνικού αποκλεισμού*, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα 2002, σελ.225. Αναφέρεται συγκεκριμένα ότι «το 'ιδεολόγημα' της πλήρους απασχόλησης που εσωτερικεύτηκε ως 'δικαίωμα' και 'κοινωνική κατάκτηση' θεμελιώθηκε ως 'φυσιολογική νόρμα' και οδήγησε στην αναπαραγωγή της κοινωνικής συναίνεσης στις καπιταλιστικές σχέσεις εκμετάλλευσης».

εκβιομηχάνιση και τον εκσυγχρονισμό. Και για να πετύχουν τους στόχους αυτούς, όλοι ήταν διατεθειμένοι να προσφύγουν σε συστηματικό κυβερνητικό έλεγχο και διεύθυνση της μικτής οικονομίας και να συνεργαστούν με τα οργανωμένα εργατικά κινήματα στο βαθμό που δεν ήταν κομμουνιστικά. Η χρυσή εποχή του καπιταλισμού θα ήταν αδύνατο να υπάρξει χωρίς αυτή τη συναίνεση, ότι δηλαδή για να επιβιώσει η οικονομία της ατομικής επιχείρησης ('ελεύθερη επιχείρηση' ήταν ο όρος που προτιμούσαν), θα έπρεπε να τη διασώσουν από τον ίδιο της τον εαυτό». ¹⁷⁵

Το γεγονός, που επισημαίνει ο E.P.Thompson, ότι οι αγώνες των εργατών δεν αφορούσαν πια τη φύση του τρόπου παραγωγής ή/και τη μείωση των ωρών εργασίας, αλλά είχαν κατά βάση μισθολογικό προσανατολισμό, αποδεικνύει ότι η εργασία, η πλήρης απασχόληση, η παραγωγικότητα και η πρόοδος είχαν νομιμοποιηθεί ως φαντασιακές σημασίες μιας βιομηχανικής κοινωνίας, που παρήγαγε πια και κατανάλωνε μαζικά. ¹⁷⁶

Επίσης η εγκατάλειψη του λόγου περί «επικίνδυνων τάξεων» και ατομικής ευθύνης αντήχει μια πιο ενσωματική λογική, η οποία εκφράστηκε και με το επανορθωτικό πρότυπο. Η αποτυχία ενός ατόμου εκλαμβάνόταν ως αποτυχία του συστήματος και έτσι η προνοιακή αρωγή ή το θεραπευτικό μοντέλο μεταχείρισης αναλάμβαναν τη διαδικασία της επανένταξης.

Παράλληλα το κείνσιανό πρότυπο τάξης συνέχισε να είναι ανθρωποεμεικτό με τις παρουσίες που έθεταν απειλή για την σταθερότητα, κανονικότητα, καθαρότητα του προτύπου. Οι φυλακές, τα άσυλα, τα ψυχιατρεία φιλοξενούσαν αυτούς που δεν υπάγονταν στο σχήμα της καθαρότητας ή αλλιώς στους όρους χρησιμότητας και πειθαρχησης. Η ετερότητα αντιμετωπίστηκε από το συνεκτικό, αφομοιωτικό νεωτερικό πρότυπο τάξης με εκτοπισμό. Σύμφωνα με τον J.Young, το κράτος πρόνοιας ήταν ένα σύστημα υψηλής συναίνεσης και χαμηλής δυσκολίας, με την έννοια ότι η ετερότητα αντιμετωπιζόταν με άρνηση. ¹⁷⁷ Η ετερότητα και η ποικιλία συμπεριφορών, στάσεων, αντιλήψεων, πολλές φορές, μεταφράζονταν από τον κυρίαρχο λόγο (ψυχιάτρους-ψυχολόγους-εγκληματολόγους) σε παρέκκλιση και

¹⁷⁵ E.Hobsbawm, *Η εποχή των άκρων: Ο σύντομος εικοστός αιώνας 1914-1991*, μετ.Β.Καπετανγιάννης, Θέμελιο, Αθήνα 1997, σελ.346-50.

¹⁷⁶ Ε.Π.Τόμσον, *Χρόνος, εργασιακή πειθαρχία και βιομηχανικός καπιταλισμός*, όπ.π., σελ.51. Παραθέτουμε το χαρακτηριστικό απόσπασμα: «Οι εργάτες των εργοστασίων της πρώτης γενιάς έμαθαν από τα αφεντικά τους την σημασία του χρόνου. Οι εργάτες της δεύτερης γενιάς, οργάνωναν επιτροπές με σκοπό την μείωση του χρόνου της δουλειάς και έκαναν κινητοποιήσεις υπέρ του 10ώρου. Η τρίτη γενιά απεργούσε για τις υπερωρίες ή για τις ωριαίες απολαυές. Είχε δεχτεί την λογική των αφεντικών κι είχε μάθει να την χρησιμοποιεί προς όφελός της. Είχε μάθει πολύ καλά το μάθημα ότι 'ο χρόνος είναι χρήμα'».

¹⁷⁷ J.Young, *The exclusive society*, SAGE Publications, 1999, σελ.64.

ανωμαλία. Η ομοιογένεια, η εσωτερική συνοχή και η ενότητα, που εδραζόταν στους όρους της εθνικής υπηκοότητας, της χρησιμότητας και της κανονικότητας, όριζαν ως απειλές αυτούς που βρισκόταν στα όρια της «κανονικότητας».

Γ. Ύστερη νεωτερική συνθήκη: Προς τις «κυψέλες της καθαρότητας»...

Από τα μέσα της δεκαετίας του '70 και αρχές του '80, η επικράτηση του νεοφιλελεύθερου πολιτικού σχεδίου και η διεθνοποίηση του κεφαλαίου σηματοδότησαν μια σειρά ριζικών μετασχηματισμών σε πολλαπλά επίπεδα (οικονομικό, κοινωνικό, πολιτικό, δικαιοσύνη, στρατιωτικό, ψυχολογικό). Όσον αφορά το κράτος παρατηρείται μια μετατόπιση, σε γενικές γραμμές, από το αφομοιωτικό πρότυπο στο πρότυπο του αποκλεισμού.¹⁷⁸ Το πρότυπο της καθαρότητας της εθνικά ομοιογενούς, συνεκτικής, ενωτικής κοινωνίας (και ταυτότητας) απορρυθμίζεται μαζί με τη σταδιακή υποχώρηση του κράτους πρόνοιας, την ιδιωτικοποίηση του δημόσιου τομέα, τα έντονα μεταναστευτικά ρεύματα προς το δυτικό κόσμο, τον οικονομικό ανταγωνισμό, την ένταση του ατομικισμού, την ευελιξία της εργασίας και την απεριόριστη κινητικότητα του κεφαλαίου.

Η απορρύθμιση της αγοράς εργασίας, η μείωση των θέσεων εργασίας,¹⁷⁹ ο τυχοδιωκτισμός του κεφαλαίου όταν τα κέρδη των επιχειρήσεων δεν προκύπτουν πια από μια ένταση της παραγωγικότητας, αλλά από χρηματοοικονομικές τοποθετήσεις, χρηματιστηριακές συναλλαγές, εξαγορές, συγχωνεύσεις, οι περικοπές κοινωνικών δαπανών, η όξυνση των ανισοτήτων αποτελούν παράγοντες που παράγουν συνεχώς μικρότερους ή μεγαλύτερους αποκλεισμούς.

Η έννοια του περιθωρίου, ως το πεδίο όπου διοχετεύονταν αυτοί που δεν μπορούσαν ή δεν επιθυμούσαν να ακολουθήσουν τους ρυθμούς της οικονομικής ανάπτυξης και τις μορφές κοινωνικής, πολιτικής και πολιτισμικής ενσωμάτωσης, αντικαταστάθηκε από την έννοια του κοινωνικού αποκλεισμού. Ο κοινωνικός αποκλεισμός συνίσταται στην αδυναμία πρόσβασης σε βασικά υλικά αγαθά και υπηρεσίες, στην παραγωγική διαδικασία και στην απόσυρση από τον κοινωνικό δημόσιο χώρο.

¹⁷⁸ J. Young, *The exclusive society*, ό.π., σελ.1-27.

¹⁷⁹ Η μείωση των θέσεων εργασίας, όσον αφορά το δυτικό κόσμο, οφείλεται κυρίως στην αυτοματοποίηση (ηλεκτρονική/ρομποτική) των συστημάτων παραγωγής, στην στρατηγική της πολυειδίκευσης των καθηκόντων των εργαζομένων και στην πολυλειτουργικότητα των μηχανών, καθώς και στη μεταφορά των βιομηχανικών παραγωγικών μονάδων στην «καπιταλιστική περιφέρεια».

Οι κοινωνικά αποκλεισμένοι, στην ύστερη νεωτερική συνθήκη, συνιστούν ένα μωσαϊκό ανθρώπων από μετανάστες, νέους, μογονεϊκές οικογένειες, ψυχικά νοσούντες, μέχρι και τους λεγόμενους «νεόπτωχους», δηλαδή ανθρώπους που ήταν ενταγμένοι στον κοινωνικό καταμερισμό εργασίας, και τέθηκαν «εκτός» λόγω των αναδιαρθρώσεων της δομής και του τρόπου της απασχόλησης.¹⁸⁰

Τα άτομα που καθημερινά τίθενται εκτός της παραγωγικής διαδικασίας ή κινούνται στα όρια αυτής μπαίνοντας περιστασιακά ή έκτακτα δεν ανήκουν στον εφεδρικό στρατό της (βιομηχανικής) εργασίας. Συνιστούν, αντιθέτως, ένα προϊόν του κινητικού κεφαλαίου, το οποίο με τη συνδρομή των τεχνολογικών εξελίξεων αφενός τείνει να υποκαθιστά την ανθρώπινη εργασία με τεχνολογικά μέσα και αφετέρου έχει τη δυνατότητα να κερματίζει και συνάμα να δικτυώνει τα κομμάτια της επιχείρησης (παραγωγή/κυκλοφορία/εμπόριο/διοίκηση/διαφήμιση) με αποτέλεσμα να κινείται προς άγαν φθηνότερων εργατικών χεριών. Εν ολίγοις το κεφάλαιο δεν προτίθεται να αντλήσει δυναμικό από τον εφεδρικό στρατό και αντίστοιχα το κράτος δεν στοχεύει στην προστασία και την επανεμπορευματοποίησή του.¹⁸¹

Σε αυτή τη συνθήκη αναδιοργάνωσης του κεφαλαίου και απορρύθμισης του μεταπολεμικού κράτους πρόνοιας, όπως άρχισε σταδιακά να διαμορφώνεται από τα μέσα της δεκαετίας του '70, η σταθερή εργασιακή και κοινωνική βιογραφία και η οντολογική ασφάλεια¹⁸² υπονομεύονται διαρκώς. Η συρρίκνωση των δημοσίων

¹⁸⁰ Β.Γεωργιάδου, *Νέα ένδεια και αρωγή: Συρρίκνωση της αγοράς εργασίας και κοινωνικές πολιτικές*, Παπαζήσης, Αθήνα 1992, σελ.16. Η «νέα ένδεια» ορίζεται «ως εκείνη η κατάσταση, που προκύπτει εξαιτίας κυρίως της επαναλαμβανόμενης ή/και διαρκούς, πέραν του έτους περιθωριοποίησης από την αγορά εργασίας συγκεκριμένων κατηγοριών εργαζομένων και πολύ περισσότερο ομάδων του πληθυσμού που τυπικά και ουσιαστικά δύνανται να προσφέρουν εξαρτημένη εργασία, ενώ η περιθωριοποίησή τους αυτή από την αγορά δημιουργεί πέραν όλων των άλλων προβλημάτων και σοβαρά προσκόμματα ως προς τη σύσταση δικαιωμάτων για τη συμμετοχή τους σε εκείνο το είδος της διανομής αγαθών, υπηρεσιών και εισοδημάτων που συντελείται δευτερογενώς, στα πλαίσια δηλαδή του συστήματος της θεσμοποιημένης κοινωνικής ασφάλειας». Επίσης βλ. Α.Ευσταθίου, «Νέο κοινωνικό συμβόλαιο και κοινωνική προστασία» στο Ι.Γσίγκανου (επιμ.) *Τετράδια εγκληματολογίας: Οι εγκληματολογικές όψεις του κοινωνικού αποκλεισμού*, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα 2002, σελ.121. Αναφέρει ότι: «Βιώνουμε μια καινούργια δυναμική διαδικασία ραγδαίας περιθωριοποίησης μεγάλων κοινωνικών ομάδων, οι οποίες πολύ πέρα από τη συμμετοχή τους στη μέχρι τώρα κοινωνική οργάνωση, υπήρξαν τα ίδια της τα στηρίγματα. Είναι αυτοί που είχαν αποδεχτεί και επενδύσει σε αυτό το 'κοινωνικό σχέδιο' –υφιστάμενοι την εκπαίδευση που η κοινωνία επέλεξε και επέβαλλε, δηλώνοντας έμπρακτα νομιμοφροσύνη στο σύστημα και αποδεχόμενοι το πλέγμα των αξιών του. Είναι αυτοί που είχαν πληρώσει τα τιμήματα που τους είχαν ζητηθεί (οικονομικά, ηθικά, προσωπικά κ.λπ.) συντηρώντας αλλά και συντηρούμενοι από ιδεολογίες και αξίες συνεχιζόμενης κοινωνικής αναρρίχησης και ανεξέλεγκτης κατανάλωσης».

¹⁸¹ Ζ.Μπάουμαν, *Η εργασία, ο καταναλωτισμός και οι νεόπτωχοι*, ό.π., σελ.252.

¹⁸² Α.Giddens, *Οι συνέπειες της νεωτερικότητας*, μετ.Γ.Μερτίκας, επιμ.Γ.Λυκαρδόπουλος, Κριτική. Αθήνα 2001, σελ.115-125. Για τον Giddens η οντολογική ασφάλεια συνίσταται στη βεβαιότητα του ατόμου για τη συνέχεια της προσωπικής του ταυτότητας και τη σταθερότητα, διάρκεια του κοινωνικού και υλικού περιβάλλοντος. Το αίσθημα εμπιστοσύνης προς πρόσωπα και της διάρκειας των καταστάσεων και η οντολογική ασφάλεια υφαίνονται ένα δίχτυ βεβαιότητας ενάντια σε υπαρξιακά άγχη και φόβους.

δαπανών και των προνοιακών πολιτικών σε συνδυασμό με την κινητικότητα του κεφαλαίου και την ιδιωτικοποίηση δημόσιων οργανισμών προκαλούν τον κοινωνικό αποκλεισμό πολλών ανθρώπων και εκτρέφουν την ανασφάλεια, την αβεβαιότητα και το φόβο. Η εμπειρία όμως, της ανασφάλειας και του φόβου βιώνεται διαφορετικά από αυτούς που υφίστανται τον αποκλεισμό, από αυτούς που νιώθουν ότι απειλούνται και από τους προνομιούχους.¹⁸³

Για τους πρώτους, η αδυναμία πρόσβασης σε βασικά υλικά αγαθά και υπηρεσίες σημαίνει όχι μόνο μια υλική αποστέρηση, αλλά και μια κοινωνική, καθώς δεν έχουν τη δυνατότητα διεκδίκησης δικαιωμάτων είτε λόγω έλλειψης νομικής κάλυψης από το εργατικό, επαγγελματικό σωματείο ή/και λόγω κοινωνικού στιγματισμού. Η επαναφορά της ηθικής της εργασίας, σε μια εποχή που η εργασία «βρίσκεται υπό διωγμό», ενισχύει τη νεοφιλελεύθερη λογική περί ελευθερίας επιλογών και ατομικής ευθύνης. Η κατάσταση της φτώχειας παρουσιάζεται ως προϊόν ατομικής ευθύνης ή/και ανεπάρκειας ηθικής και ψυχολογικής των ίδιων των αποκλεισμένων ατόμων.

Αυτή η ιδεολογική σκοποθεσία έχει σαν αποτέλεσμα την ενοχοποίηση των αποκλεισμένων. Η ενοχοποίηση αυτών των ατόμων στη συλλογική συνείδηση, όπως προωθείται από τον κυρίαρχο πολιτικό, οικονομικό, μεντιακό λόγο, συνεπάγεται αφενός την αυτοενοχοποίηση των ίδιων των αποκλεισμένων (γεγονός που εντείνει την κοινωνική απομόνωση) και αφετέρου την ηθική αδιαφορία των «κανονικών», ενταγμένων ατόμων.

Επίσης, η ποινική υπερτροφία που παρατηρείται στον δυτικό κόσμο αποτυπώνεται σε μια στρατηγική ποινικής διαχείρισης της φτώχειας. Η αύξηση του έγκλειστου πληθυσμού, η αύξηση των σωφρονιστικών ιδρυμάτων, η σύμπτυξη κρατικού και ιδιωτικού τομέα στη λεγόμενη «βιομηχανία της φυλάκισης» («εμπορευματοποίηση της τιμωρίας»)¹⁸⁴, η ενίσχυση της τιμωρητικής ανταπόδοσης

¹⁸³ P.Marcuse, «Not chaos, but walls: Postmodernism and the portioned city» στο S.Watson-K.Gibson (επιμ.) *Postmodern cities and spaces*, Blackwell, Oxford 1995, σελ.249-50. Ο Marcuse αναφέρεται στο διττό ρόλο των τειχών, δηλαδή ότι άλλοτε λειτουργούν ως μέσο άμυνας (γκέτο φτωχών) και άλλοτε ως μέσο διασφάλισης προνομίων (γκέτο πλουσίων). Με αυτό τον τρόπο τα τείχη εγγράφουν και αναπαράγουν στο χώρο την κοινωνική ιεραρχία.

¹⁸⁴ L.Wacquant, *Οι φυλακές της μιζέριας*, μετ.Κ.Διαμαντάκου, προλ.Ν.Παναγιωτόπουλος, Πατάκης Αθήνα 2001, σελ.177-184. Ο Wacquant αναφέρεται στην ανάθεση του σωφρονισμού σε ιδιωτικές εταιρείες είτε μέσω σύναψης συμβάσεων μεταξύ κράτους και επιχειρήσεων είτε με την κατασκευή νέων σωφρονιστηρίων. Ο Wacquant συνδέει την εμπορευματοποίηση της τιμωρίας με την ευρύτερη διαδικασία ιδιωτικοποίησης του δημόσιου τομέα, της ελαστικοποίησης της εργασίας και της αστυριοποίησης των ποινών. Αναφέρει συγκεκριμένα ότι «οικονομική απορρύθμιση και ποινική υπερρύθμιση πάνε μαζί: η κοινωνική από-επένδυση συνεπιφέρει και καθιστά αναγκαία τη σωφρονιστική υπερ-επένδυση, τη μόνη ικανή να τιθασεύσει τους τριγμούς που προκαλούν η αποδιάρθρωση του

του κράτους («Νέα Ποινολογία»)¹⁸⁵, η ποινικοποίηση ολοένα και περισσότερων συμπεριφορών, η αυστηροποίηση των ποινών, η μείωση του ηλικιακού ορίου ποινικής ευθύνης, αποδεικνύουν μια μετατόπιση από την προνοιακή μεταχείριση στην προληπτική ποινική διαχείριση.¹⁸⁶

Το ιδεολόγημα της ασφάλειας και της «μηδενικής ανοχής» λειτουργούν ως ιδεολογική πλατφόρμα του νέου ποινικού κράτους και του νεοφιλελεύθερου πολιτικού σχεδίου. Η λήξη της ψυχροπολεμικής ισορροπίας έθεσε το ζήτημα της κοινωνικής τάξης στο εσωτερικό των καπιταλιστικών κοινωνιών. Η επαναφορά της έννοιας της επικινδυνότητας είναι ενδεικτική αυτής της τάσης εσωτερικοποίησης της απειλής, καθώς ανέκαθεν αυτή η έννοια συνιστούσε πολιτικό εργαλείο εσωτερικής στόχευσης, κοινωνικού ελέγχου και λείανσης του κοινωνικού, προκειμένου να νομιμοποιηθεί η κατασταλτική αντιμετώπιση της «επικινδυνότητας».

Από τις «επικίνδυνες (εργατικές) τάξεις» των βίαια εξαστισμένων ανθρώπων του 19^{ου} αιώνα, οι οποίοι καλούνταν να ενταχθούν στο εργοστασιακό και κεφαλαιοκρατικό καθεστώς, από την «επικινδυνότητα» των παρεκκλίνοντων ατόμων τον 20^ο αιώνα, τα οποία υποβάλλονταν στο αναμορφωτικό καθεστώς έτσι ώστε να αποκτήσουν την ιδιότητα της κοινωνικής χρησιμότητας φτάνουμε στην έννοια της «κοινωνικής επικινδυνότητας». Η «κοινωνική επικινδυνότητα» δεν αναφέρεται εξαιριστικά, αλλά συμπεριλαμβάνει κομμάτια πληθυσμού, τα οποία κατηγοριοποιεί σύμφωνα με συμπεριφορικά πρότυπα.

Η ευελιξία και η ελαστικότητα του συμπεριφορικού καταλογισμού συναρθρώνεται με την έννοια της διακινδύνευσης, προϋποθέσεις και οι δυο του νέου διαχειριστικού μοντέλου ποινικής φιλοσοφίας και εξουσίας. Η διακινδύνευση έγκειται, ακριβώς, στον υπολογισμό, την πιθανολόγηση ενός αβέβαιου, επερχόμενου μέλλοντος. Αυτό που τη διακρίνει από τον κίνδυνο, είναι ότι ο κίνδυνος συνιστά μια δυσάρεστη πραγματικότητα, η οποία έχει επέλθει ή πρόκειται να συμβεί ανεξάρτητα από την

Κράτους Πρόνοιας και η γενίκευση της υλικής ανασφάλειας, που προκύπτει μοιραία για τα χαμηλά στρώματα της ταξικής δομής». (σελ.183).

¹⁸⁵ Ι.Τσίγκανου, «Οι εγκληματολογικές όψεις του κοινωνικού αποκλεισμού» στο Ι.Τσίγκανου (επιμ.) *Οι εγκληματολογικές όψεις του κοινωνικού αποκλεισμού*, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα 2002, σελ.66-7. Η «Νέα Ποινολογία» συνίσταται σε: α) προληπτικό έλεγχο της διακινδύνευσης, β) στην υπευθυνοποίηση των υποκειμένων, γ) στην επιστράτευση ιδιωτικών μηχανισμών κάλυψης, ανάληψης του κινδύνου, δ) στη διαχειριστική προσφορά της φρόνησης. Ως αποτέλεσμα αυτής της διαχείρισης παρατηρούνται η ενίσχυση της τιμωρητικής απάντησης του κράτους, η εμφάνιση νέων στόχων και στρατηγικών κοινωνικής προσαρμοστικότητας.

¹⁸⁶ Γ.Νικολόπουλος, *Φάκελος σημειώσεων για το μάθημα «Κοινωνικός αποκλεισμός, μειονότητες και φύλο: εγκληματολογική θεωρία»*, Α' εξάμηνο 2003-4, Διατμηματικό Μ.Π.Σ. «Κοινωνικός αποκλεισμός, μειονότητες και φύλο».

ανθρώπινη απόφαση.¹⁸⁷ Η διακινδύνευση συνιστά μια εκτίμηση, μια υπόθεση για μια μελλοντική επίφοβη κατάσταση, άρα, όπως αναφέρει ο U.Beck, είναι ζήτημα γνωστικής, ρηματικής διαμεσολάβησης.¹⁸⁸ Μια κατάσταση, ένα κοινωνικό φαινόμενο συνιστά διακινδύνευση, στην περίπτωση που τα κοινωνικά υποκείμενα την αναγνωρίζουν και τη βιώνουν ως τέτοια. Αυτό σημαίνει ότι η διακινδύνευση αποτελεί μια ρηματική κατασκευή, ένα προϊόν αφηγήσεων. Συνεπώς στα πλαίσια μιας ποινικής φιλοσοφίας και διαχείρισης της φτώχειας η έννοια της διακινδύνευσης μπορεί να λειτουργεί ως μια αυτοεκπληρούμενη προφητεία και να αυτοαναπαράγεται.

Οι ομάδες του πληθυσμού που δεν προσαρμόζονται στους κυρίαρχους κανόνες παιχνιδιού είτε επειδή εναντιώνονται συνειδητά στην υπάρχουσα τάξη πραγμάτων είτε δεν είναι επιθυμητές από ένα σύστημα το οποίο δεν έχει ανάγκη την εργασία τους και δεν έχει πρόθεση να τις προστατεύσει γίνονται στόχος. Με τη χρήση της ρητορείας περί διακινδύνευσης και στη συνέχεια την ένταση της επιτήρησης, της καταστολής και της ποινικοποίησης συμπεριφορών καταλήγουν στον εγκλεισμό. Το γεγονός, λοιπόν, του εγκλεισμού λειτουργεί ως αυταπόδεικτο της ενοχής και της επικινδυνότητας αυτών των ομάδων. Ο φαύλος κύκλος της διακινδύνευσης εγκλωβίζει εντός του όσους στοχεύει και η προφητεία εκπληρώνεται.

Ο U.Beck στο έργο του *Risk Society: Towards a new modernity* αναφέρει ότι η αβεβαιότητα, η πολλαπλότητα ερμηνειών, μορφών και έντασης και η αδιαφάνεια που χαρακτηρίζουν την έννοια της διακινδύνευσης, προκαλεί ανασφάλεια και σύγχυση στα υποκείμενα.¹⁸⁹ Η συγκεκριμενοποιημένη προβολή των φόβων σε ομάδες και άτομα αποτελεί έναν εύκολο τρόπο καθησυχασμού και άμυνας. Για τον Beck η κοινωνία της διακινδύνευσης είναι μια *κοινωνία αποδιοπομπαίων τράγων*.¹⁹⁰

Η κατασκευή της λεγόμενης «τάξης των παρίων»¹⁹¹ ή αλλιώς της «υποτάξης» των σύγχρονων καταναλωτικών κοινωνιών αναφέρεται στην προσπάθεια δημιουργίας

¹⁸⁷ Για την έννοια της διακινδύνευσης βλ. Ν.Δεμερτζής, *Πολιτική επικοινωνία: Διακινδύνευση, Δημοσιότητα, Διαδίκτυο*, Παπαζήσης Αθήνα 2002, σελ.313-336. Αναφέρεται στο βιβλίο ο ορισμός της διακινδύνευσης από τον Niklas Luhmann: «η διαφορά μεταξύ επερχόμενου παρόντος και του παροντικού μέλλοντος, υπό την έννοια ότι στο επερχόμενο παρόν (στο μέλλον) ενδέχεται μια ζημιά να εμφανισθεί ή να μην εμφανισθεί. Αυτό όμως εγκυμονεί μια αβεβαιότητα που επηρεάζει αρνητικά το παρόν». Επίσης βλ. A.Giddens, *Οι συνέπειες της νεωτερικότητας*, όπ.π., σελ.153-165 και A.Giddens, *Ο κόσμος των ραγδαίων αλλαγών*, μετ.Κ.Δ.Γεώργας, προλ. Γ.Α.Παπανδρέου-Ν.Χριστοδουλάκης,, Μεταίχμιο, Αθήνα 2001, σελ.57-75.

¹⁸⁸ U.Beck, *Risk society: Towards a new modernity*, SAGE Publications, London 1994, σελ. 53. Ο Beck υποστηρίζει ότι τις περισσότερες φορές οι ποικίλες διακινδυνεύσεις είναι οικουμενικής εμβέλειας και μη προσδιορισμένες, καθώς η αναγνώριση αυτών δεν προκύπτει από την άμεση προσωπική εμπειρία των ατόμων αλλά με τη διαμεσολάβηση του επιστημονικού, τεχνικού, πολιτικού και μεντιακού λόγου.

¹⁸⁹ U.Beck, *Risk society: Towards a new modernity*, όπ.π., σελ.52-7.

¹⁹⁰ U.Beck, *Risk society: Towards a new modernity*, όπ.π., σελ.75-6.

¹⁹¹ Ζ.Μπάουμαν, *Η εργασία, ο καταναλωτισμός και οι νεόπτωχοι*, όπ.π., σελ.181-7.

ενός ουσιαστικά συνονθυλεύματος, το οποίο περιλαμβάνει από νεαρούς παραβάτες, μητέρες ανύπαντρες, χρήστες αλκοόλ και ψυχοτρόπων ουσιών, πόρνες, μετανάστες, μακροχρόνια ανέργους.¹⁹² Η «ατομική επιλογή» όλων αυτών να μην ακολουθήσουν τον «κανονικό», έντιμο τρόπο ζωής χωρίς να εξετάζεται αν μπορούν αφενός, αλλά επιπλέον με το να τίθεται ο καπιταλιστικός καταμερισμός της εργασίας και ο καταναλωτικός τρόπος ζωής ως αδιαμφισβήτητος, «κανονικός», «φυσιολογικός», επιτρέπει στο κράτος να «προασπίσει» την επαπειλούμενη από αυτούς τους πληθυσμούς δημόσια τάξη και ασφάλεια.

Τα θύματα της νεοφιλελεύθερης πολιτικής και της αγοράς εργασίας επενδύονται με πρόσημα ανηθικότητας και επικινδυνότητας. Για αυτούς που κατέχουν μια θέση μέσα στον κοινωνικό καταμερισμό εργασίας, οι αναπαραστάσεις αυτών των κοινωνικά αποκλεισμένων κομίζουν φόβο, κίνδυνο και ηθική εξαχρείωση. Ο εχθρός της κοινωνικής τάξης και ασφάλειας δεν εντοπίζεται στην πόρτα των εθνικών συνόρων, αλλά κατά βάση στο εσωτερικό των ιδίων των δυτικών κοινωνιών. Η ρητορεία της διακινδύνευσης, δηλαδή της ασαφούς επικινδυνότητας, συγκεκριμενοποιεί και ταυτόχρονα διαχέει το φόβο της παρουσίας του επικίνδυνου. Στη διασπορά, βέβαια, της ανασφάλειας συμβάλλουν και οι αναδιαρθρωτικές πολιτικές, οι επιλογές του κεφαλαίου, οι περιβαλλοντικοί κίνδυνοι καθώς και η θεαματικοποίηση της βίας από τα Μ.Μ.Ε.,¹⁹³ με αποτέλεσμα τα κοινωνικά υποκείμενα να βρίσκονται σε μια κατάσταση σύγχυσης και ανασφάλειας, που προκαλείται ποικιλοτρόπως.

¹⁹² Αυτή η ιδεολογική απόπειρα είναι χαρακτηριστική για τους υποστηρικτές της ρητορικής περί της «υποτάξης», όπως οι Ch.Murray και L.Mead. Αυτή η νεοφιλελεύθερη λογική υποστηρίζει τη συρρίκνωση των προνοιακών πολιτικών, καθώς αυτές συντηρούν μια κατηγορία ανθρώπων (τη λεγόμενη «υποτάξη»), οι οποίοι «επιλέγουν να ζουν παρασιτικά» από τα προνοιακά επιδόματα παρά να εργαστούν. Η ηθική ανεπάρκεια, η ψυχολογικά μισερή προσωπικότητα, η παραβατική, παθητική συμπεριφορά αυτών των ατόμων θέτουν ζητήματα δημόσιας τάξης, ασφάλειας και ηθικής. Η πρόληψη της παραβατικότητας, η αυστηροποίηση του σχολικού περιβάλλοντος, η διατήρηση της ευταξίας στους δημόσιους χώρους και η ηθική κανονικοποίηση προτείνονται ως τρόποι αντιμετώπισης των φαινομένων ανόδου και μολυσματικής παρουσίας της «υποτάξης». Βλ. L.Wacquant, *Οι φυλακές της μιζέριας*, όπ.π., σελ.42-68.

¹⁹³ Η θεαματικοποίηση της βίας συνίσταται: α) στην αυθαίρετη συνάρθρωση εγκληματικών πράξεων και συγκεκριμένων ομάδων-στόχων, οι οποίοι μπορούν να χαρακτηρίζονται από διάφορους τρόπους ζωής, φυλετικά χαρακτηριστικά, κοινωνική θέση, συνήθειες και πολιτισμικές ιδιαιτερότητες, β) στην έμφαση «μικροπαραβατικών» πράξεων (γκράφιτι, απειλές, προσβολές, συμφορές, διατάραξη κοινής ησυχίας κ.λπ.) και στην αναβάθμιση τους σε εγκληματικές πράξεις, επιδιώκοντας να προκαλέσουν ηθικό πανικό στο κοινό, γ) στην επιφανειακή και θεαματική παρουσίαση περιστατικών βίας, έτσι ώστε να δημιουργηθεί ένα αίσθημα ανασφάλειας, το οποίο θα καθισχυραστεί με την τιμηρητική απάντηση του κράτους. Με αυτόν τον τρόπο αποφεύγεται εντέχνως η αναφορά στις δομικές αιτίες της βίας στην καταναλωτική κοινωνία και νομιμοποιείται η κρατική βία. Σχετικά βλ. M.Edelman, *Η κατασκευή του πολιτικού θεάματος*, όπ.π., σελ.64 και Ζ.Μπωντριγιάρ, *Η καταναλωτική κοινωνία*, μετ.Β.Τομανάς, προλ. J.Mayer, Νησίδες, Θεσσαλονίκη 2005, σελ.215.

Από τη μια εκφόρτιση του υπαρξιακού άγχους και του φόβου και από την άλλη ανάγκη νομιμοποίησης της κρατικής εξουσίας, τροφοδοτούν την κινδυνολογική ρητορεία και την επακόλουθη ποινική απάντηση. Οι δομικές αιτίες της καπιταλιστικής οργάνωσης, η διόγκωση της ποινικής εξουσίας, η υποχώρηση των προνοιακών πολιτικών, ο έντονος ανταγωνισμός, η εδραίωση της προσωρινότητας, η ακύρωση εργασιακών/γνωστικών δεξιοτήτων και ο εξαναγκασμός της δια βίου επανακατάρτισης, η μείωση των εισοδημάτων, παράγουν οδυνηρές συνέπειες για τις ζωές των ατόμων στις δυτικές κοινωνίες, αλλά οι πηγές της ανασφάλειας εντοπίζονται πολλές φορές στους κοινωνικά αποκλεισμένους.

Η ανασφάλεια και η απομόνωση ή τα προνόμια και ο ατομικισμός προσφέρουν το ιδανικό πεδίο συναίνεσης για την εφαρμογή της «μηδενικής ανοχής», είτε αυτή εκφράζεται με το όραμα της «Ευρώπης-φρούριου» ή με την παρουσία συνοριοφυλάκων στο κέντρο της μητρόπολης, είτε με τους αστυνομικούς της γειτονιάς και τα τοπικά συμβούλια πρόληψης της παραβατικότητας ή με τις ηλεκτρονικές κάμερες παρακολούθησης να σαρώνουν ιδιωτικούς και δημόσιους χώρους και τα προσωπικά ασφαλείας να προασπίζονται τα εταιρικά συμφέροντα.

Εντός αυτών των συνθηκών ρευστότητας, αβεβαιότητας, κοινωνικής πολυπλοκότητας και αναδιαρθρώσεων σε όλα τα επίπεδα, το πρότυπο της καθαρότητας δεν μπορεί να βασιστεί παρά μόνο προπαγανδιστικά σε μια κοινωνική συνοχή, καθώς ο όρος αυτός συναντάται πια μόνο στην πολιτική ρητορική επιδιώκοντας, μάλλον, ένα καθησυχαστικό συνειρμό με το παρελθόν της «χρυσής τριακονταετίας». Το πρότυπο πια της καθαρότητας δεν είναι ένα και μοναδικό, αλλά πολλά διάσπαρτα, διάχυτα. Αποθηκοποιημένα, αποσπασματικά, ιδιωτικοποιημένα πολλές φορές πρότυπα καθαρότητας εμφανίζονται ως νησίδες ασφάλειας σε ένα εχθρικό, αβέβαιο περιβάλλον.¹⁹⁴ Η Ε.Λαμπροπούλου υποστηρίζει ότι η αποθηκοποίηση του κοινωνικού ελέγχου συνίσταται στην απουσία ενός γενικού δημόσιου συμφέροντος και πλαισίου κανόνων ηθικής στη βάση των οποίων θα ασκούσαν ο επίσημος κοινωνικός έλεγχος. Κάνει λόγο για μια «τεχνοκρατική έννοια της ασφάλειας», η οποία όσον αφορά τον κρατικό έλεγχο αφορά την ανάπτυξη «τεχνοκρατικών μορφών ελέγχου με προδραστικό περιεχόμενο (π.χ.: ηλεκτρονική παρακολούθηση υπόπτων και καταδικασμένων, έλεγχος του κυβερνοχώρου κ.λπ.)».¹⁹⁵

¹⁹⁴ Ε.Λαμπροπούλου, *Εσωτερική ασφάλεια και κοινωνία του ελέγχου*, Κριτική, Αθήνα 2001, σελ.68-72.

¹⁹⁵ Ε.Λαμπροπούλου, *Εσωτερική ασφάλεια και κοινωνία του ελέγχου*, όπ.π., σελ.69.

Η δημιουργία χώρων, οριοθετημένων και μονωμένων περιβαλλόντων (εμπορικά κέντρα, πάρκα ψυχαγωγίας, περιφραγμένες κοινότητες πλουσίων) συνεπάγεται μια διάχυση καθεστώτων ιδιωτικού κοινωνικού ελέγχου. Αυτά αφενός εμφανίζουν την αποηθοποίηση του κοινωνικού ελέγχου, καθώς αυτός προασπίζεται ιδιωτικά συμφέροντα και ανέσεις και αφετέρου ενέχουν λόγω της τεχνικής της πρόληψης (οχυρωματική αρχιτεκτονική, συστήματα ασφαλείας, ιδιωτικούς φύλακες κ.λπ.) μια κοινωνικά επιθετική μορφή ως προς άλλες κοινωνικές ομάδες.¹⁹⁶

Αυτά τα μέρη της ασφάλειας, της «ευτυχίας», της (εξ)ασφαλισμένης διασκέδασης θα μπορούσαν να διαβαστούν ως «ετεροτοπίες της αναπλήρωσης».¹⁹⁷ Με τον όρο της ετεροτοπίας, ο M.Foucault προσπάθησε να ερμηνεύσει υπαρκτούς χώρους οι οποίοι αποτελούν μια διαφορετική ανθρώπινη γεωγραφία, καθώς σημαίνουν μια ρήξη με την κανονικότητα του κοινωνικού χώρου και χρόνου. Συγκεκριμένα αναφέρει ότι οι ετεροτοπίες αντιπροσωπεύουν «το χώρο που ζούμε, που μας τραβά έξω από τους εαυτούς μας και στον οποίο οι ζωές μας, ο χρόνος μας και ιστορία μας διαβρώνονται, είναι ο χώρος που μας κεντρίζει και μας ροκανίζει».¹⁹⁸ Επίσης, οι ετεροτοπίες είναι οι «υπαρκτοί (reels) και πραγματικοί (effectifs) τόποι που έχουν σκιαγραφηθεί στην ίδια τη συγκρότηση της κοινωνίας και οι οποίοι είναι ένα είδος αντι-τοποθεσιών (contre-emplacements), ένα είδος ουτοπιών που έχουν υλοποιηθεί, όπου όλες οι άλλες υπαρκτές τοποθεσίες που μπορούμε να βρούμε στο εσωτερικό του πολιτισμού ταυτόχρονα αναπαρίστανται (sont représentés), αμφισβητούνται (sont contestés) και αντιστρέφονται (sont inverses)».¹⁹⁹

Μια από τις αρχές που διακρίνουν τις ετεροτοπίες είναι η λειτουργία της ετεροτοπίας ως προς τον υπόλοιπο χώρο, η οποία «εκτυλίσσεται μεταξύ δύο πόλων», της «ψευδαίσθησης» και της «αναπλήρωσης». Ο «χώρος της ψευδαίσθησης» αφορά τοποθεσίες που ενσωματώνουν τους υπόλοιπους χώρους της κοινωνικής ζωής σε μια

¹⁹⁶ Ε.Λαμπροπούλου, *Εσωτερική ασφάλεια και κοινωνία του ελέγχου*, όπ.π., σελ.76. Η Λαμπροπούλου αναφέρει ότι «ενώ μέχρι πρόσφατα ο προδραστικός έλεγχος συνδεόταν με όλες εκείνες τις μορφές άσκησης πολιτικής για την αποτροπή της δημιουργίας όρων εκδήλωσης 'παρεκκλίνουσας' συμπεριφοράς, η σύγχρονη εκδοχή του προδραστικού ελέγχου συνίσταται όλο και περισσότερο σε τεχνικές μορφές πρόληψης με τη βοήθεια της σύγχρονης τεχνολογίας. Συστατικό στοιχείο του μοντέρνου κοινωνικού ελέγχου είναι η 'εμπορευματοποίηση' της ασφάλειας. Τα σύγχρονα εμπορικά κέντρα, τα πάρκα ψυχαγωγίας και οι περιοχές που μένουν ευκατάστατες οικογένειες είναι τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτής της τάσης.»

¹⁹⁷ E.W.Soja, «Heterotopologies: A remembrance of other spaces in the citadel-LA» στο S.Watson-K.Gibson (επιμ.) *Postmodern cities and spaces*, Blackwell, Oxford 1995, σελ.14-6.

¹⁹⁸ E.W.Soja, «Heterotopologies: A remembrance of other spaces in the citadel-LA», όπ.π., σελ.15.

¹⁹⁹ Στ.Σταυρίδης, «Ο χώρος της τάξης και οι ετεροτοπίες: Ο Φουκώ ως γεωγράφος της ετερότητας» στο *Ουτοπία: Αφιέρωμα στον Μισέλ Φουκώ*, τεύχος 72, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα Νοέμβριος-Δεκέμβριος 2006, σελ.149.

ψευδαισθησιακή ατμόσφαιρα, όπως οι παλιοί οίκοι ανοχής.²⁰⁰ Οι «ετεροτοπίες της αναπλήρωσης» συνίστανται σε πραγματικά μέρη, τα οποία φαντάζουν ιδανικά, θαυμαστά σε αντίθεση με τον υπόλοιπο κόσμο, ο οποίος παρουσιάζεται ως ακατάστατος και «μπερδεμένος».²⁰¹

Από τις περιφραγμένες κοινότητες των πλουσίων, τα φρουρούμενα και σωρούμενα πεδία των πάρκων ψυχαγωγίας και των εμπορικών κέντρων, τις εγκαταστάσεις εταιρειών μέχρι την τακτική του αστυνομικού της γειτονιάς (neighborhood watch programmes) και την αυξανόμενη χρήση συστημάτων ασφαλείας από ιδιώτες σε (πολύ-)κατοικίες, αποσπασματικά, διάσπαρτα και ιδιωτικοποιημένα πρότυπα τάξης, υπερασπίσιμης καθαρότητας αναδύονται καθημερινά στον ανεπτυγμένο δυτικό κόσμο.²⁰²

²⁰⁰ E.W.Soja, «Heterotopologies: A remembrance of other spaces in the citadel-L.A.», ό.π., σελ.16.

²⁰¹ E.W.Soja, «Heterotopologies: A remembrance of other spaces in the citadel-L.A.», ό.π., σελ.16.

²⁰² Σχετικά με τη δημιουργία, την εξάπλωση και τις μορφές των περιφραγμένων κοινοτήτων ('gated communities') στην Αμερική, καθώς και μια νέα νοηματοδότηση. ιδεολογία που υποστηρίζει την εμπειρία της «κοινότητας» σε «υπερασπίσιμους τόπους», διακριτούς από το δημόσιο αστικό χώρο βλ. E.W.Soja, *Postmetropolis: Critical studies of cities and regions*, Blackwell Publishers, Oxford 2000, σελ.312-19.

Κεφάλαιο 2^ο

Περί κοινωνικών αναπαραστάσεων

1. Παραστάσεις και αναπαραστάσεις

Για τον Κ.Καστοριάδη η πηγή προέλευσης της παράστασης είναι η ανθρώπινη ψυχή. Η ίδια η ψυχή «είναι αυτό ακριβώς ανάδυση παραστάσεων, που συνοδεύονται από ένα αίσθημα και που εντάσσονται σε μια προθεσιακή διαδικασία».²⁰³ Η συνεχής ροή παραστάσεων επιτρέπει στον άνθρωπο να εικονίζει μέσα του, να παριστάνει ή αλλιώς να σκέφτεται και να φαντάζεται. Η δημιουργική αυτή παραστασιακή διαδικασία βασίζεται σε αυτό που αποκαλεί ο Καστοριάδης «ριζική φαντασία». Η «ριζική φαντασία» συνίσταται στη διαρκή δημιουργία παραστάσεων, δηλαδή αρθρώσεων «εικόνων» (οπτικών, ακουστικών, λεκτικών) και σημασιών και νοημάτων, καθώς και στην αλλοίωση αυτών με τη δημιουργία νέων τέτοιων παραστάσεων. Υπό αυτή τη συνθήκη είναι δυνατή η συμβολοποιητική διαδικασία και η ανάδυση του έτερου, με την έννοια της ικανότητας να σκέφτεται πέρα από το ήδη υπάρχον και της σκέψης κάτι άλλου στη θέση αυτού που υπάρχει.

Ο Καστοριάδης εντοπίζει τη δυνατότητα της παράστασης, δηλαδή της «παροντοποίησης σημασιών και νοημάτων», σε δύο επίπεδα, στο κοινωνικό-ιστορικό και στη ψυχή.²⁰⁴ Στο πρώτο επίπεδο το κοινωνικό φαντασιακό συνίσταται

²⁰³ Κ.Καστοριάδης, *Η φαντασιακή θέσμιση της κοινωνίας*, μετ.Σ.Χαλικιάς, Γ.Σπαντιδάκης, Κ.Σπαντιδάκης, επιμ. Κ.Σπαντιδάκης, Ράππα, Αθήνα 2002, σελ.398-9.

²⁰⁴ Κ.Καστοριάδης, *Η φαντασιακή θέσμιση της κοινωνίας*, όπ.π., σελ.512. Παραθέτουμε το ενδεικτικό απόσπασμα: «Το ριζικό φαντασιακό είναι ως κοινωνικό-ιστορικό και ως ψυχή/σώμα. Ως κοινωνικό-ιστορικό, είναι ανοιχτός ποταμός του ανώνυμου συλλογικού' ως ψυχή/σώμα, είναι ρους παραστασιακός/αίσθηματικός/προθεσιακός. Ό,τι μέσα στο κοινωνικό-ιστορικό είναι θέση, δημιουργία, οντοπραξία, το καλούμε κοινωνικό φαντασιακό με την πρώτη έννοια του όρου ή θεσμίζουσα κοινωνία. Ό,τι στην ψυχή/σώμα είναι για αυτή θέση, δημιουργία, οντοπραξία, το καλούμε ριζική φαντασία. Το κοινωνικό φαντασιακό ή η θεσμίζουσα κοινωνία είναι μέσα και χάρη στη θέση-δημιουργία κοινωνικών

στη δυνατότητα συγκρότησης κοινωνικών φαντασιακών σημασιών με τις οποίες θεσμίζεται η εκάστοτε ιστορική κοινωνία. Στο επίπεδο της ψυχής του ατόμου, όπως αναφέρθηκε, το ριζικό φαντασιακό συνίσταται στη συνεχή δημιουργία «εικόνων», παραστάσεων.

Για τον Σ.Δημητρίου, οι παραστάσεις συνιστούν «νοητικά σχήματα ανταπόκρισης και δράσης στον κόσμο». Οι παραστάσεις μαζί με το διασκεπτικό, δηλαδή την επεξεργασία των παραστάσεων, συγκροτούν τη συνείδηση.²⁰⁵ Οι παραστάσεις ενέχουν γνωστική, θυμική, αξιολογική και προθεσιακή διάσταση.²⁰⁶ Για παράδειγμα η παράσταση του «γλυκού» μπορεί να ενέχει μια πληθώρα παραστάσεων-«εικόνων» (π.χ.: το βλέμμα μιας γυναίκας, μια φιλική προσφώνηση), αισθημάτων (π.χ.: συγκίνηση), αξιολογήσεων (αναγνώριση φιλικής διάθεσης, ερωτικής αποδοχής) και προθέσεων (επιθυμία που κινητοποιεί το άτομο σε επίπεδο συμπεριφοράς).

Οι παραστάσεις, λοιπόν, ως τα νοητικά σχήματα ή οι αρθρώσεις «εικόνων» και σημασιών μέσω των οποίων σκεφτόμαστε και φανταζόμαστε τον κοινωνικό κόσμο και τον εαυτό μας, αφενός ενέχουν μια δημιουργική ελευθερία ανάδυσης της ετερότητας, του άλλου και αφετέρου συνδιαλέγονται με τις αναπαραστάσεις που μεταβιβάζονται στο άτομο από το κοινωνικό του περιβάλλον. Το ριζικό φαντασιακό, για τον Καστοριάδη, διασφαλίζει τη δυναμικότητα του ατόμου να «αποδέχεται και να αλλοιώνει» το ήδη θεσμισμένο –σε επίπεδο της θεσμισμένης κοινωνίας- και το ήδη παριστάμενο –σε επίπεδο της ψυχής.²⁰⁷ Το ριζικό φαντασιακό σημαίνει ουσιαστικά τη δυνατότητα να σκεφτείς πέρα από αυτό που γίνεται αντιληπτό ως δεδομένο, υπάρχον, με άλλα λόγια να στοχαστείς ανακλαστικά πάνω σε αυτό που υπάρχει, που σου μεταβιβάζεται μέσω της γλώσσας και των κοινωνικών αναπαραστάσεων, πάνω σε αυτό που σκέφτεσαι και πράττεις.²⁰⁸

φαντασιακών σημασιών και μέσα και χάρη στη θέση-δημιουργία του θεσμού του θεσμού ως 'παροντοποιήσης' αυτών των σημασιών και αυτών των σημασιών ως θεσμισμένων. Η ριζική φαντασία είναι μέσα και χάρη στη θέση-δημιουργία εικόνων ως παροντοποίηση νοήματος και νοήματος ως πάντοτε εικονισμένου-παρεστημένου».

²⁰⁵ Σ.Δημητρίου, *Η πολιτική διάσταση στην τέχνη: Μια ανθρωπολογική προσέγγιση*, Σαββάλας, Αθήνα 2009, σελ.78.

²⁰⁶ Σ.Δημητρίου, *Η πολιτική διάσταση στην τέχνη: Μια ανθρωπολογική προσέγγιση*, όπ.π., σελ.79.

²⁰⁷ Κ.Καστοριάδης, *Η φαντασιακή θέσμιση της κοινωνίας*, όπ.π., σελ.512.

²⁰⁸ Κ.Καστοριάδης, «Η κατάσταση του υποκειμένου σήμερα» στο Κ.Καστοριάδης *Ο θρυμματισμένος κόσμος*, μετ. Ζ.Σαρίκας, Κ.Σπαντιδάκης, Ύψιλον, Αθήνα 1992, σελ.187. Ο Καστοριάδης αναφέρει ότι «για τον ανθρώπινο ψυχισμό υπάρχει απεριόριστη και ανεξέλεγκτη παραστασιακή ροή, παραστασιακή αυθορμησία που δεν είναι υποδουλωμένη σε ένα αποδοτό τέλος/σκοπό, ρήξη της αυστηρής αντιστοιχίας ανάμεσα σε εικόνα και χ ή της σταθερής συνέχειας των εικόνων. Σ' αυτές προφανώς τις ιδιότητες της ριζικής φαντασίας ερείζεται ψυχικά η γλωσσική ικανότητα του ανθρώπινου όντος» και αλλού (σελ.198): «Η συνθήκη απόλυτης δυνατότητας της ανακλαστικής στοχαστικότητας είναι η φαντασία (ή

Ο Σ.Δημητρίου διακρίνει τις παραστάσεις από τις αναπαραστάσεις, υποστηρίζοντας ότι οι παραστάσεις εντοπίζονται στο εσωτερικό συμβολικό σύστημα ενώ οι αναπαραστάσεις στο εξωτερικό, κοινωνικό συμβολικό σύστημα.²⁰⁹ Αναφέρει συγκεκριμένα ότι «αν οι παραστάσεις αφορούν περιεχόμενα της συνείδησης, δηλαδή τις σημασίες ή την πιο αφηρημένη μορφή τους, τα νοήματα, οι αναπαραστάσεις είναι σημεία, φυσικά αποτυπώματα. Είναι μορφές που ο άνθρωπος εντυπώνει στην ύλη σαν σημάδια, και που αντιστοιχούν σε παραστάσεις».²¹⁰

Οι αναπαραστάσεις ως σύμβολα στη σφαίρα του κοινωνικού μεσολαβούν και ρυθμίζουν σε μεγάλο βαθμό την αντίληψη, την αποτίμηση του κοινωνικού κόσμου από τα άτομα και την πρακτική τους εντός αυτού. Ο E.Durkheim έκανε λόγο για ατομικές και συλλογικές αναπαραστάσεις. Για τον Durkheim οι αναπαραστάσεις των ατόμων αντανακλούν τις «συλλογικές αναπαραστάσεις». Οι «συλλογικές αναπαραστάσεις» κομίζουν την ηθική, λογική και κοινωνική τάξη, με αποτέλεσμα η αποδοχή τους από τα κοινωνικά άτομα να συνιστά βασική προϋπόθεση για την κοινωνική συνοχή και ως εκ τούτου για την ύπαρξη της ίδιας της κοινωνίας.²¹¹

Οι «συλλογικές αναπαραστάσεις» δεν νοούνται ως καθαρές, *arriori* παραστάσεις του χώρου, του χρόνου, του αριθμού, της αιτίας, όπως τις όρισε ο I.Kant. Οι «συλλογικές αναπαραστάσεις» και εν προκειμένω οι κατηγορίες του χώρου και του χρόνου για τον Durkheim δεν είναι άπαξ προσδιορισμένες, αλλά προκύπτουν μέσα στο χώρο και το χρόνο κάθε πολιτισμού.²¹² Η συσσωρευμένη γνώση και η σύγκλιση της διάνοιας, των ιδεών και των συναισθημάτων κατά το πέρασμα των γενεών διαμορφώνουν αυτές τις κοινωνικές συμβάσεις που εκπροσωπούν οι «συλλογικές αναπαραστάσεις» και αυτές με τη σειρά τους κυριαρχούν στις αντιλήψεις, τις παραστάσεις και την πρακτική των ατόμων.²¹³ Η αναγκαιότητα της αποδοχής των συλλογικών αναπαραστάσεων για τον Durkheim

φαντασμάτευση). Επειδή το ανθρώπινο ον είναι φαντασία (φαντασία μη λειτουργική), γι' αυτό μπορεί να θέτει ως 'οντότητα' κάποιο πράγμα που δεν είναι τέτοιο: την ίδια του την διαδικασία σκέψης. Επειδή η φαντασία του είναι αποχαλινωμένη, γι' αυτό μπορεί να στοχάζεται ανακλαστικά 'διαφορετικά, θα ακούονταν να υπολογίζει, να 'συλλογίζεται'».

²⁰⁹ Σ.Δημητρίου, *Η πολιτική διάσταση στην τέχνη: Μια ανθρωπολογική προσέγγιση*, ό.π., σελ.86.

²¹⁰ Σ.Δημητρίου, «Οι αναπαραστάσεις και το πρόβλημα της μεθοδολογίας» στο Σ.Δημητρίου (επιμ.) *Κριτική διεπιστημονικότητα: Αναπαραστάσεις, πολιτισμικές αντιστάσεις*, Σαββάλας, Αθήνα 2007, σελ.20-21.

²¹¹ E.Durkheim, *The elementary forms of the religious life*, George Allen & Unwin, London 1982, σελ.17.

²¹² E.Durkheim, *The elementary forms of the religious life*, ό.π., σελ.15.

²¹³ E.Durkheim, *The elementary forms of the religious life*, ό.π., σελ.16.

έγκειται σε ένα «είδος ηθικής αναγκαιότητας το οποίο είναι για τη διανοητική ζωή ό,τι η ηθική υποχρέωση είναι για τη βούληση».²¹⁴

Ο όρος, όμως, των «συλλογικών αναπαραστάσεων» είναι προβληματικός κατά δύο έννοιες. Πρώτον αξιώνει την αποδοχή τους από κοινωνικά άτομα λόγω της «έμφυτης ισχύς του Λόγου» που τις διακρίνει, η οποία προκύπτει από το ότι έχουν διαμορφωθεί μέσα στο πέρασμα του χρόνου και έχουν καταλήξει να επιτρέπουν την ύπαρξη της κοινωνίας και τη συνοχή της. Δεύτερον ο επιθετικός προσδιορισμός συλλογικός επιδιώκει την αναπαράσταση μιας ενωτικής και αδιαίρετης κοινωνίας, χωρίς αντιφάσεις, συγκρούσεις, αντιστάσεις.

Οι αναπαραστάσεις αποτελούν συμβολισμούς, οι οποίοι διαμορφώνονται εντός του κοινωνικού χώρου και χρόνου και επιδιώκουν να ερμηνεύσουν τον κοινωνικό κόσμο, επομένως και να προσδιορίσουν το πεδίο της κοινωνικής πρακτικής. Σε κοινωνίες ιεραρχικά δομημένες, οι κοινωνικές αναπαραστάσεις μπορεί να είναι ποικίλες, αντίθετες και συγκρουόμενες μεταξύ τους, καθώς και μπορούν να λειτουργήσουν ως πολιτικό-ιδεολογικό εργαλείο, που τείνει να ταυτίσει την προτεινόμενη ερμηνεία της κοινωνικής πραγματικότητας με αυτή την ίδια την πραγματικότητα.

Στη συνέχεια, λοιπόν, θα εξετάσουμε τις κοινωνικές αναπαραστάσεις, τη διαδικασία παραγωγής τους, τη σχέση τους με τη διαδικασία συγκρότησης της προσωπικής και κοινωνικής/ομαδικής ταυτότητας, τις κοινωνικές αναπαραστάσεις ως συμβολισμούς και την στερεοτυπική εκδοχή και λειτουργία αυτών.

2. Κοινωνικές αναπαραστάσεις

Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις συνιστούν σχήματα, κατασκευές, εξεικονίσεις πάνω στις οποίες επενδύονται σύνολα σημασιών και νοημάτων. Ο S.Moscovici κάνει λόγο για δυο διαδικασίες συγκρότησης των κοινωνικών αναπαραστάσεων, την «αντικειμενικοποίηση» ('objectifying') και την «επικέντρωση» ('anchoring'). Η διαδικασία της «αντικειμενικοποίησης» συνίσταται στην αντιστοίχιση εννοιών, ιδεών, σημασιών με έναν εικονικό πυρήνα.²¹⁵ Πρόκειται για μια διαδικασία υποστασιοποίησης του αφηρημένου μέσω της συμβολοποίησης του, δηλαδή της

²¹⁴ E.Durkheim, *The elementary forms of the religious life*, ό.π., σελ. 18.

²¹⁵ S.Moscovici, *Social representations: Explorations in social psychology*, Polity, Cambridge 2000, σελ.49-50. Επίσης βλ.D.Jodelet, «Κοινωνική αναπαράσταση: φαινόμενα, έννοια και θεωρία», στο βιβλίο *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις*, επιμ. Σ.Παπαστάμου και Α.Μαντόγλου, Οδυσσέας, 1985, σελ.124-160.

άρθρωσης, της οργάνωσης και της συμπύκνωσης του σε μια εικονική δομή. Ο Moscovici επισημαίνει τον κίνδυνο που ενέχει αυτή η διαδικασία αντικειμενικοποίησης, ο οποίος σημαίνει ουσιαστικά την ακύρωση του συμβολισμού. Με άλλα λόγια το αναφερόμενο-σημαινόμενο παύει να φέρεται από την εικόνα και η ίδια η εικόνα δεν είναι πια σημείο αλλά «γίνεται αντίγραφο της πραγματικότητας».²¹⁶

Η διαδικασία της «επικέντρωσης» συνίσταται στην κατηγοριοποίηση, την ταξινόμηση και την ονοματοθεσία ανοίκειων, ασαφών, απροσδιόριστων πραγμάτων, ιδεών, προσώπων, γεγονότων με βάση τις ήδη υπάρχουσες, οικείες σε εμάς κατηγορίες. Η αναπαράσταση, για τον Moscovici, είναι «ένα σύστημα ταξινόμησης και καταδήλωσης».²¹⁷ Η επικέντρωση χρησιμοποιεί ήδη εδραιωμένες κοινωνικές αναπαραστάσεις ως παραδείγματα, βάσει των οποίων αξιολογούνται, χαρακτηρίζονται και ταξινομούνται ιδέες, πρόσωπα και καταστάσεις. Με άλλα λόγια, η διαδικασία αυτή είναι μια διαδικασία απόδοσης ταυτότητας σε πρόσωπα, καθώς αποκτούν χαρακτηριστικές ιδιότητες, ονομασία, «τίτλους» που αποτελούν τα γνωρίσματα της συγκεκριμένης κατηγορίας/κοινωνικής αναπαράστασης.²¹⁸

Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις συνιστούν γνωστικές κατασκευές μέσω των οποίων προσλαμβάνεται, οργανώνεται, ταξινομείται, κατηγοριοποιείται, αξιολογείται και ερμηνεύεται η κοινωνική πραγματικότητα. Τα σχήματα, όμως, αυτά σκέψης και αντίληψης δεν είναι καθρέφτες, που αντανακλούν στη συνείδηση του ατόμου την κοινωνική πραγματικότητα με μια αφαιρετική, γενικευτική μορφή. Οι νοηματικά επενδυμένες εξεικονίσεις συνιστούν ιδεολογικές κατασκευές, με την έννοια ότι προκύπτουν μέσα από διαδικασίες σημασιοδότησης τόσο στον υποκειμενικό όσο και συλλογικό κοινωνικό χώρο και χρόνο, οι οποίες αναπτύσσονται, κατά τον St.Hall, σε ένα πεδίο ιδεολογικής μάχης, πολιτικής σημασιοδότησης.²¹⁹

Τα νοήματα και οι σημασίες με τις οποίες συγκροτούνται οι κοινωνικές αναπαραστάσεις δεν προκύπτουν από μια αντανάκλαστική σχέση της γλώσσας και της συνείδησης με ένα αυτό καθαυτό, δεδομένο, αυθόπαρκο και αληθές νόημα του

²¹⁶ S.Moscovici, *Social representations: Explorations in social psychology*, όπ.π., σελ.51.

²¹⁷ S.Moscovici, *Social representations: Explorations in social psychology*, όπ.π., σελ.43.

²¹⁸ S.Moscovici, *Social representations: Explorations in social psychology*, όπ.π., σελ.46. Ο Moscovici αναφέρει ότι «με το να ονοματίζουμε κάτι, το αποσπούμε από μια ενοχλητική ανωνυμία με το να το προκρίνουμε με μια γενεαλογία και με το να το συμπεριλαμβάνουμε σε ένα σύνολο ειδικών λέξεων, με το να τοποθετούμε ουσιαστικά σε μια ιδεολογική μήτρα του πολιτισμού μας».

²¹⁹ St.Hall, «Η επανακάλυψη της 'ιδεολογίας': Η επάνοδος του απωθημένου στις μελέτες για τα Μέσα», στο Μ.Κομιντού-Χ.Λυριντζής (επιμ.), *Κοινωνία, Εξουσία και Μέσα μαζικής επικοινωνίας*, μετ. Α.Δέφνερ, β' έκδοση, Παπαζήσης, Αθήνα 1989, σελ.112.

κοινωνικού. Αντιθέτως το κοινωνικό θεσμίζεται, γίνεται αντιληπτό και βιώνεται εντός και μέσω της γλώσσας, δηλαδή μέσω του δικτύου νοημάτων που αναπτύσσεται αναφορικά με αυτό (το κοινωνικό) και εντός αυτού του συμβολικού σύμπαντος²²⁰. Επομένως οι κοινωνικές αναπαραστάσεις παράγονται και αναπαράγονται -μέσω της πρόσληψης, της ερμηνείας και της συμπεριφοράς- ως διαμεσολαβημένες κοινωνικά νοηματικές εξεικονίσεις. Το ιδεολογικό, λοιπόν, φιλτράρισμα είτε αφορά την παραγωγή, κατασκευή των κοινωνικών αναπαραστάσεων, όπως γίνεται πια κυρίως από τα Μ.Μ.Ε, είτε την πρόσληψη και αναπαραγωγή αυτών αποτελεί συγκροτησιακό στοιχείο της αναπαραστασιακής δραστηριότητας.

Ακόμα και οι επιστημονικές αναπαραστάσεις είτε των κοινωνικών επιστημών είτε των φυσικών συγκροτούνται πάντα στα πλαίσια ενός ή πολλαπλών «καθεστώτων αλήθειας». Άρρητες και ρητές προκειμένες πιστοποιημένες ως έγκυρες, προτάσεις αλήθειας, αξιόπιστες θεωρίες, αναγνωρισμένα ερμηνευτικά σχήματα και μέθοδοι προσέγγισης, επεξεργασίας, ανάλυσης και ερμηνείας, υποθέσεις, συσσωρευμένη γνώση και ευρήματα, όλα αυτά αποτελούν συστατικά στοιχεία των καθεστώτων αλήθειας εντός των οποίων συγκροτούνται τα γνωστικά σχήματα, που θα λειτουργήσουν ως μοντέλα σκέψης και κατανόησης του υλικού και κοινωνικού κόσμου. Τα διάφορα καθεστώτα αλήθειας ενδέχεται να συγκρούονται μεταξύ τους ακόμα και στο ίδιο επιστημονικό πεδίο. Η θέση αυτή σίγουρα εμβάλλει ένα σχετικισμό ως προς τις αξιώσεις επιστημονικής ουδετερότητας και αντικειμενικής αντανάκλασης του κόσμου των πραγμάτων. Από την άλλη δεν εκπίπτει σε έναν ακραίο παραλυτικό σχετικισμό, που αρνείται το οτιδήποτε εξωτερικό και υπάγει τα πάντα σε μια απόλυτη κατασκευαστική διαδικασία μέσω της γλώσσας και του νοήματος –σολιστικού χαρακτήρα. Υπάρχει μια υλική εξωτερικότητα της φύσης όπως και υπάρχουν υλικές συνθήκες που διατρέχουν και ρυθμίζουν την εκάστοτε ιστορική κοινωνική συνθήκη. Ο επιστημονικός λόγος και οι αναπαραστάσεις που παράγει συνιστούν απόπειρες προσέγγισης και κατανόησης με την επίγνωση ότι -όσον αφορά τις κοινωνικές επιστήμες- ακόμα και υλικές συνθήκες (π.χ.: βιομηχανική παραγωγή, καπιταλιστική οικονομία, αστικός σχεδιασμός) έχουν προκύψει ιστορικά

²²⁰ Π.Α.Μπέργκερ και Τ.Λούκμαν, *Η κοινωνική κατασκευή της πραγματικότητας*, μετ.Κ.Αθανασίου, επιμ.Γ.Κουζέλης, Δ.Μακρυγιάννη, 3^η έκδοση, Νήσος, Αθήνα 2003, σελ.183. Το συμβολικό σύμπαν ορίζεται «ως η μήτρα όλων των κοινωνικά αντικειμενοποιημένων και υποκειμενικά πραγματικών νοημάτων ολόκληρη η ιστορική κοινωνία και ολόκληρη η βιογραφία του ατόμου θεωρούνται συμβάντα που συντελούνται εντός αυτού του σύμπαντος»

και με βάση προσανατολισμούς, επιδιώξεις, φιλοδοξίες, συγκρούσεις νοημάτων, εννοιακών προσδιορισμών, αξιακών συστημάτων και ιστορικό-κοινωνικών κινήσεων.

Η υλικότητα, λοιπόν, έγκειται στην ιστορικότητα των κοινωνικών διαμορφώσεων, των μορφωμάτων, των θεσμών και των επιτευγμάτων και ο επιστημονικός λόγος αποπειράται να αναπαραστήσει τα νοήματα, τις σημασίες, τις αξίες και τη γεγονότητα που πυροδοτούν και προσδιορίζουν τις ιστορικές κινήσεις κάθε φορά. Και με την παραγωγή και διάχυση αυτών των αναπαραστάσεων σε ένα άλλοτε μικρότερο και άλλοτε μεγαλύτερο βαθμό αποτελεί και ο επιστημονικός λόγος μέρος των ιστορικών μετασχηματισμών.²²¹

Επιλογή εννοιών, νοημάτων, εικόνων, σημασιών, τεχνική συνάρθρωσης (παραγωγή σημείων-σημειοδοτική διαδικασία), σύγκριση, συγκάλυψη και αποκλεισμός, τεχνικές εκφοράς και προβολής, αποτελούν συστατικά στοιχεία της κατασκευής κοινωνικών αναπαραστάσεων και αποκαλύπτουν τον βαθιά πολιτικό και ιδεολογικό χαρακτήρα αυτής της διαδικασίας. Η έννοια της ιδεολογίας, που χρησιμοποιείται εδώ, δεν προσδιορίζεται τόσο με την έννοια της «ψευδούς συνείδησης» όσο με την έννοια του «προκατεργασμένου, προσφερόμενου σχήματος εξήγησης, ερμηνείας και δικαίωσης της κοινωνικής τάξης (order) και του τρόπου που το άτομο αρθρώνεται σ' αυτήν».²²²

Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις δεν συνιστούν μόνο γνωστικές κατασκευές που μας βοηθούν να προσανατολιζόμαστε μέσα σε ένα πολύπλοκο κοινωνικό κόσμο, αλλά είναι συνάμα συναισθηματικά φορτισμένες κατασκευές. Πρόκειται για εξεικονίσεις που συμπυκνώνουν συναισθήματα, αξιολογήσεις ηθικής φύσης και με αυτόν τον τρόπο αποκαλύπτουν πλήρως τον ιδεολογικό τους χαρακτήρα, με την έννοια ότι αποτελούν κατασκευές που προσανατολίζουν την αντίληψη, τη σκέψη αλλά και τη συμπεριφορά στη βάση ηθικών κριτηρίων, αξιών, προϋποθέσεων «αλήθειας», επιθυμιών, προτιμητέων «έγκυρων» νοημάτων και σημασιών.

²²¹ A.Giddens, *Οι συνέπειες της νεωτερικότητας*, ό.π., σελ.56-64. Ο Giddens κάνει λόγο για την αναστοχαστικότητα της νεωτερικότητας θέλοντας να επισημάνει τη διαλεκτική σχέση μεταξύ κοινωνικών σχέσεων και επιστημονικού λόγου. Οι κοινωνικές σχέσεις και πρακτικές εκφράζουν νοήματα -στα οποία βασίζονται και έτσι τα αναπαράγουν- και ταυτόχρονα αποτελούν το πεδίο έρευνας της επιστήμης. Η διερεύνηση, η θεωρητική επεξεργασία αυτών των νοημάτων, των πληροφοριών και των σχέσεων με βάση εννοιακά σχήματα, αξιακούς προσανατολισμούς θα παράγουν ένα σώμα γνώσης το οποίο θα προσπαθεί να ερμηνεύσει το συγκεκριμένο κοινωνικό πεδίο. Η πολιτισμική κυκλοφορία αυτού του σώματος γνώσης, αυτής της κοινωνικής ερμηνείας θα διαμορφώσει από τη μεριά του το ίδιο το πεδίο που αποπειράθηκε να ερμηνεύσει.

²²² Ν.Δεμερτζής, *Κουλτούρα, νεωτερικότητα, πολιτική κουλτούρα*, Παπαζήσης, Αθήνα 1989, σελ.143.

3. Κοινωνικές αναπαραστάσεις και ταυτότητα

Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις συνιστούν όρους αναφοράς για τη συγκρότηση της προσωπικής και κοινωνικής ταυτότητας, καθώς και της ταυτότητας του άλλου, μέσω κοινωνικών αποδόσεων και σύγκρισης.

Η αναπαράσταση του εγώ μπορεί να ειπωθεί ως μια συμπίκνωση αυτών των φυσικών, ψυχικών, πνευματικών, ηθικών, αξιακών και ιδιοσυστατικών στοιχείων που συγκροτούν την προσωπική ταυτότητα.²²³ Η αναπαράσταση του εαυτού λειτουργεί σε δυο επίπεδα στο προσωπικό, ενδοψυχικό και συνειδησιακό και στο κοινωνικό. Η συμπτυκνωμένη αυτή αναπαράσταση, η οποία πολλές φορές μπορεί να είναι επιλεκτική και εξιδανικευμένη, αφενός συνιστά έναν όρο αυτοσυνειδησης και αφετέρου μια πρόταση-παρουσίαση του εαυτού στον άλλο, στο κοινωνικό σύνολο. Η αυτοσυνειδηση, όμως, του ατόμου δεν είναι μια αυτοαναφορική διαδικασία αλλά αλληλεπιδραστική με άλλους όρους αναφοράς, δηλαδή μέσω της συνειδητοποίησης του άλλου ως κοινωνικού ατόμου, ή αλλιώς ως κοινωνική αναπαράσταση. Η ανθρώπινη ύπαρξη μετουσιώνεται σε κοινωνικό άτομο μέσω της μητρικής γλώσσας, της γλώσσας των σημαντικών άλλων και έτσι αποκτά συνειδηση του εαυτού του.²²⁴ Έτσι, το υποκείμενο αποκτά συνειδηση του εαυτού του μέσω της σύγκρισης, του συσχετισμού, της αλληλόδρασης με την ταυτότητα του άλλου, έτσι όπως αυτή παρουσιάζεται και επιτελείται μέσω των πράξεων, της συμπεριφοράς, των εκφερόμενων- συνειδητά και ασυνειδητά- λόγων και σκέψεων.

Η κοινωνική ταυτότητα έχει να κάνει με την αίσθηση του ατόμου για το ανήκειν σε μια κοινωνική ομάδα ή/και κατηγορία, καθώς και με τη

²²³ Θ.Δραγώνα, «Όταν η εθνική ταυτότητα απειλείται- ψυχολογικές στρατηγικές αντιμετώπισης» στο Α.Φραγκουδάκη- Θ.Δραγώνα (επιμ.) *“Τι είν’ η πατρίδα μας;”*: εθνοκεντρισμός στην εκπαίδευση, Αλεξάνδρεια, Αθήνα 1997, σελ..73.

²²⁴ Ινστιτούτο Κοινωνικών Ερευνών της Φραγκφούρτης, *Κοινωνιολογία-εισαγωγικά δοκίμια*, μετ.Δ.Γράβαρης, επιμ. Τ.Αντόρνο και Μ.Χορκχάμερ, Κριτική, Αθήνα 1987, σελ.58-59. Αναφέρεται ότι «αν ο άνθρωπος υπάρχει εκ θεμελίων μέσω αντίστοιχων άλλων, τότε είναι ό,τι είναι μόνο μέσω αυτών και δεν καθορίζεται από την πρωταρχική αδιαίρετοτητα και μοναδικότητα αλλά από το ότι αναγκαστικά συμμετέχει στα του άλλου και είναι ικανός να κάνει τους άλλους κοινωνούς των δικών του. Είναι συνάνθρωπος πριν υπάρξει ως άτομο, επειδή σχετίζεται με τους άλλους. Είναι συνάνθρωπος πριν υπάρξει ως άτομο. Επειδή σχετίζεται με τους άλλους, έρχεται σε ρητή σχέση με τον εαυτό του, είναι μια στιγμή των σχέσεων, εντός των οποίων ζει, πριν ακόμη είναι ίσως σε θέση να τις καθορίζει ο ίδιος.»

συναισθηματική και αξιολογική αξία της υπαγωγής αυτής.²²⁵ Για τους εισηγητές της θεωρίας της κοινωνικής ταυτότητας Tajfel και Turner η κοινωνική ταυτότητα αποτελείται «από εκείνες τις όψεις αυτοεικόνας ενός ατόμου που προέρχονται από τις κοινωνικές κατηγορίες στις οποίες το άτομο θεωρεί ότι ανήκει».²²⁶ Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις της εκάστοτε ομάδας/ κοινωνικής κατηγορίας -κοινωνική τάξη, θρησκεία, πολιτική ομάδα, κόμμα, εθνική, εθνοτική, πολιτισμική κ.λπ- έτσι όπως κρυσταλλώνονται σε κάθε ιστορική συγκυρία στο συλλογικό φαντασιακό, προσδιορίζουν την αίσθηση του ανήκειν, την συναισθηματική και ηθική αξιολόγηση της κοινωνικής ταυτότητας της ομάδας και τις συμπεριφορές των ατόμων.

Στο πεδίο των κοινωνιοψυχολογικών μελετών και ειδικότερα της θεωρίας της κοινωνικής ταυτότητας έχουν διερευνηθεί οι στρατηγικές διευθέτησης των διομαδικών σχέσεων από τα άτομα και τις ομάδες με άξονα και κεντρικό διακύβευμα την αξία της κοινωνικής ομαδικής ταυτότητας και την αυτοεκτίμηση του ατόμου.

Όπως και η προσωπική ταυτότητα έτσι και η κοινωνική ταυτότητα συγκροτείται μέσω της σύγκρισης και της συνείδησης του άλλου. Οι διομαδικές, ή -αν αφήσουμε για λίγο την κοινωνιοψυχολογική ορολογία που επικεντρώνεται σε μικροσχηματισμούς και μικροπεριβάλλοντα εστιάζοντας στη σκοπιά των ατόμων- οι κοινωνικές συγκρίσεις με αναφορά στις κοινωνικές αναπαραστάσεις συνίστανται στις κοινωνικές αποδόσεις και με αυτόν τον τρόπο συμβάλλουν αμοιβαία στη συγκρότηση των κοινωνικών ταυτοτήτων. Ο τρόπος με τον οποίο τα άτομα και κοινωνικές ομάδες προσλαμβάνουν, ερμηνεύουν και αξιολογούν τον εαυτό τους, τους άλλους αλλά και τον εαυτό τους μέσα από τα μάτια των άλλων καθορίζει τη διαμόρφωση της κοινωνικής τους ταυτότητας. Οι κοινωνικές κατηγορίες (π.χ.: φυλή, χρώμα, θρησκεία, γλώσσα, εθνικότητα, φύλο, κοινωνική τάξη) και οι αντίστοιχες κοινωνικές αναπαραστάσεις που χρησιμοποιούνται σε ένα κοινωνικό συμπεριέχον ('social context') μεσολαβούν την αυτοαντίληψη, την αξιολόγηση του εαυτού και του άλλου.²²⁷ Η κοινωνική ταυτότητα πολλές φορές συγκροτείται μέσω

²²⁵ Θ.Δραγώνα, «Όταν η εθνική ταυτότητα απειλείται- ψυχολογικές στρατηγικές αντιμετώπισης» στο Α.Φραγκουδάκη- Θ.Δραγώνα (επιμ.) «Τι είν' η πατρίδα μας;»: εθνοκεντρισμός στην εκπαίδευση, όπ.π., σελ.73.

²²⁶ Σ.Βισινιάδου, *Εισαγωγή στην ψυχολογία*, Β' τόμος, Gutenberg, Αθήνα 2002, σελ.101

²²⁷ D.R.Maines-A.Kusow, «Somali migration to Canada and resistance to racialization» στο D.Maines (επιμ.) *The faultline of consciousness: A view of interactionism in sociology*, Aldine De Gruyter, New York 2001, σελ.135-162. Οι συγγραφείς εκκινούν από τη θέση του H.Blumer για τις «φυλετικές σχέσεις». Ο Blumer θεωρεί ότι ο όρος της φυλής ('race') συνιστά έναν από τους πολλούς όρους σύγκρισης μεταξύ κοινωνικών ομάδων και ατόμων και αυτοπροσδιορισμού. Οι φυλετικές σχέσεις,

αξιολογικών συγκρίσεων βάσει κάποιων όρων, όπως η φυλή ή η θρησκεία, και των συμβολικά φορτισμένων κοινωνικών αναπαραστάσεων, όπως μαύροι-λευκοί ή/και μουσουλμάνοι-χριστιανοί.

Αν λάβουμε υπόψη ότι οι κοινωνικές αναπαραστάσεις συνιστούν ιδεολογικές κατασκευές, προϊόντα σημασιοδότησης και ταυτόχρονα λειτουργούν ως συμπτυκνωτές και εκφραστές των κοινωνικών ταυτοτήτων, τότε μπορούμε να τις θεωρήσουμε ως ρυθμιστές των συμβολικών και κατά επέκταση των κοινωνικών σχέσεων μεταξύ των κοινωνικών ομάδων/κατηγοριών. Επομένως σε μια κοινωνική συνθήκη ανταγωνισμού, ανισότητας και κυριαρχίας, οι κοινωνικές αναπαραστάσεις μπορούν να λειτουργήσουν ως ένα μέσο αντιπαράθεσης, στόχευσης, εξύψωσης και αντίστοιχου στιγματισμού και περιθωριοποίησης.

Η συμπτυκνωτική, συνεκδοχική (το μέρος να μιλά για το όλο), η αφαιρετική και γενικευτική φύση της αναπαράστασης μπορεί να λειτουργήσει ως η ιδανική μορφή για την στερεοτυπική αντίληψη, δηλαδή για μια αντίληψη που παγ(ι)ώνει την αναπαραστάτική σχέση νοήματος-εικόνας σε μια συγκεκριμένη εικονική δομή, η οποία επιχειρεί να αξιολογεί και να ερμηνεύει την πολυπλοκότητα των νοημάτων, γεγονότων και συμπεριφορών του κοινωνικο-ιστορικού κόσμου.

Η αφαίρεση, βέβαια, και η κατηγοριοποίηση συνιστούν θεμελιώδεις ικανότητες και λειτουργίες της ανθρώπινης διάνοιας. Η αφαίρεση και η κατηγοριοποίηση δίνουν τη δυνατότητα της σύνθεσης, της οργάνωσης και της διαλεκτικής κίνησης μεταξύ του επιμέρους και του γενικού. Με αυτό τον τρόπο είναι δυνατή η ανάπτυξη της κριτικής σκέψης καθώς είναι εφικτή η σύλληψη και η ερμηνεία του μερικού ως έκφραση γενικότερων τάσεων, δυναμικών και μετασχηματισμών του κοινωνικού. Η απουσία της κατηγοριοποιητικής και

δηλαδή ο αλληλοπροσδιορισμός κοινωνικών ομάδων με βάση τη φυλή, επηρεάζονται από διάφορους παράγοντες και σχέσεις (ιδεολογικές, οικονομικές κ.λπ.) και είναι διαρκώς υπό ενδεχόμενη αλλαγή. Οι συγγραφείς βασίζόμενοι σε αυτή τη θέση μελέτησαν την περίπτωση των Σομαλών προσφύγων και μεταναστών στον Καναδά. Στα πλαίσια της θεωρίας της συμβολικής διαντίδρασης εξέτασαν το πώς οι Σομαλοί πρόσφυγες και μετανάστες αντιλαμβάνονταν, ερμήνευαν και αξιολογούσαν τους Καναδούς και τον εαυτό τους τόσο από τους ίδιους όσο και μέσω της γνώσης που θεωρούσαν ότι είχαν οι Καναδοί για αυτούς. Το ενδιαφέρον στοιχείο της έρευνας είναι ότι οι Σομαλοί δεν αυτοπροσδιορίζονταν με όρο αναφοράς τη φυλή, αλλά κυρίως με τη γλώσσα, τη θρησκεία, την εθνικότητα. Με λίγα λόγια οι Σομαλοί δεν ερμήνευαν την κοινωνική κατάσταση και δεν προσανατόλιζαν τη συμπεριφορά τους με βάση τη φυλή, το χρώμα του δέρματος. Παρατηρήθηκε ότι η μετανάστευσή τους σε ένα κοινωνικό περιβάλλον όπου υπήρχαν οι φυλετικές κατηγοριοποιήσεις και ιεραρχήσεις δεν τους οδήγησε στη υιοθέτηση της κατηγορίας του χρώματος, της φυλής. Παρά την εκτίμηση των περισσότερων ότι εκλαμβάνονται από τους Καναδούς ως υποτιμημένη κοινωνική-φυλετική ομάδα δεν προσπάθησαν να διαχειριστούν το βάρος του στίγματος. Αντιθέτως ανέπτυξαν διάφορες στρατηγικές που προσπαθούσαν να παρακάμψουν το φυλετικό σχήμα διαχωρισμού: από αντίστοιχη υποτίμηση ή και στάση αδιαφορίας ως προς τον καναδικό πολιτισμό και τις αξίες του, τον περιορισμό των κοινωνικών επαφών μεταξύ ομοεθνών τους μέχρι και την άρνηση των φαινομένων διάκρισης.

αφαιρετικής σκέψης, δηλαδή της αναγωγής του επιμέρους σε μια γενικότερη κατηγορία στερεί τη δυνατότητα σκέψης, κατανόησης και άρθρωσης λόγου για το κοινωνικό. Επίσης αποδυναμώνει και τη δυνατότητα της ποιητικής αναλογίας και τον περιορισμό της συνείδησης και της φαντασίας, δηλαδή της δημιουργίας του νέου και της ανάδυσης του έτερου.

Όπως επισημαίνει ο I.Berlin αναφερόμενος στη σκέψη του Hamman «χωρίς κάποιο βαθμό γενίκευσης δεν υπάρχουν σύμβολα, λέξεις, σκέψη» και συνεχίζει λέγοντας ότι «η απαγόρευση των αφαιρέσεων είναι απαγόρευση της σκέψης της αυτοσυνειδησίας, της έκφρασης κάθε είδους».²²⁸ Από την άλλη η προσέγγιση, η ερμηνεία και ανάλυση του πολύπλοκου κοινωνικού αποκλειστικά μέσω αφαιρέσεων και γενικεύσεων μπορεί να απονεκρώσει την κριτική σκέψη, καθώς διακόπτει τη διαλεκτική κίνηση μεταξύ επιμέρους και γενικού. Ο κριτικός αναστοχασμός και η συνεχής διαπραγμάτευση των αφαιρετικών σχημάτων ερμηνείας, των κατηγοριών και των προϋποθέσεων αυτών αποτελεί το μοναδικό εχέγγυο για τη δυνατότητα της σκέψης να αναστοχάζεται ενεργητικά χωρίς να παραβλέπει το μερικό, το μη κανονικό, το «παρεκκλίνον», το απρόβλεπτο και το ποικίλο, το έτερο της ανθρώπινης συμπεριφοράς και των κοινωνικών σχέσεων.

4. Κοινωνικές αναπαραστάσεις και στερεότυπο

Το στερεότυπο ορίζεται από τους Strobe και Insko ως «ένα σύνολο πεποιθήσεων για τα προσωπικά χαρακτηριστικά μιας ομάδας».²²⁹ Το στερεότυπο συνιστά προϊόν της κατηγοριοποιητικής γνωστικής διαδικασίας, καθώς δημιουργούνται κατηγορίες, σύνολα γνώσεων, πεποιθήσεων οι οποίες επενδύονται σε συγκεκριμένες αναπαραστάσεις κοινωνικών ομάδων/ατόμων. Οι στερεοτυπικές γνωστικές δομές αποκτούν υλική εικονική υπόσταση και έκφραση με τις κοινωνικές αναπαραστάσεις. Έτσι, λοιπόν, τα σύνολα αυτά πεποιθήσεων τροφοδοτούν τις αναπαραστάσεις και τις μορφοποιούν.

Προαναφέραμε ότι οι κοινωνικές αναπαραστάσεις συνιστούν ένα δίκτυο σημασιών, το οποίο συμπυκνώνεται σε μια εικονική αναφορά. Το στερεότυπο, λοιπόν, μπορεί να θεωρηθεί ως όχι μόνο το σύνολο σημασιών αλλά ο τρόπος επεξεργασίας αυτών των σημασιών, γνώσεων, πληροφοριών. Η κατηγοριοποιητική, η

²²⁸ I.Berlin, *Τρεις κριτικοί του Διαφωτισμού: Vico, Hamman, Herder*, μετ.Γ.Μερτίκας, επιμ. Γ.Λυκατδόπουλος, Κριτική, Αθήνα 2002, σελ.513

²²⁹ Σ.Βισινιάδου, *Εισαγωγή στην ψυχολογία*, ό.π., σελ.104.

αφαιρετική και γενικευτική λειτουργία της στερεοτυπικής δομής διαχειρίζεται τις σημασίες, τις πληροφορίες, τα νοήματα με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να τις ταξινομεί σε δεδομένες, παγιωμένες κατηγορίες-τύπους, να τις αφαιρεί από την άμεση, πολύπλοκη εμπειρία του κοινωνικού και να τις αποδίδει συνολικά και έτσι να τις καθιστά όρους αναφοράς, χαρακτηρισμού και αξιολόγησης με γενικευτική ισχύ. Επομένως έχουμε να κάνουμε με μια στερεοτυπική λειτουργία που παράγει πεποιθήσεις, δηλαδή αντιλήψεις, γνώμες με το κύρος και την ισχύ της αμετακίνητης πίστης.

Συνεπώς, οι κοινωνικές αναπαραστάσεις που επιδιώκουν να ερμηνεύουν με γενικευτικό, αφαιρετικό και παγιωμένο τρόπο κοινωνικές καταστάσεις, κοινωνικές ομάδες και άτομα, βασίζονται στην στερεοτυπική λειτουργία, προκειμένου να εξασφαλίζουν το νοηματικό υλικό με το οποίο επενδύονται.

Κύριο χαρακτηριστικό της στερεοτυπικής λειτουργίας είναι το πάγωμα. Πάγωμα της ιστορικής κίνησης των κοινωνικών σχέσεων, πάγωμα της οπτικής γωνίας, πάγωμα της σφύζουσας μοναδικότητας του ατόμου. Η στερεοτυπική κοινωνική αναπαράσταση εντατικοποιεί την αφαιρετική, κατηγοριακή και γενικευτική λειτουργία, με αποτέλεσμα το στερεότυπο να είναι μια αφυδατωμένη -κοινωνικά και ιστορικά- κοινωνική αναπαράσταση. Η αποστεωμένη από το ιστορικοκοινωνικό πλούσιο περιεχόμενο αναπαράσταση μπορεί να προσανατολίζει στάσεις και να παράγει εντάσεις ακριβώς λόγω της δογματικής αιχμηρότητάς της.

Η συγκρότηση τέτοιων ιδεολογικών κατασκευών αποτελεί συστατικό στοιχείο των στάσεων, που υιοθετούν τα άτομα. Η προκατάληψη ως συγκεκριμένη στάση βασίζεται και νομιμοποιείται με την επίκληση των στερεοτυπικών πεποιθήσεων και την αναφορά στις αντίστοιχες κοινωνικές αναπαραστάσεις. Οι διακρίσεις εις βάρος -ή υπέρ- κοινωνικών ατόμων και ομάδων αποτελούν την συμπεριφορική έκφραση αυτών των στάσεων.

Από αυτό συμπεραίνουμε ότι η κατηγοριοποίηση ατόμων, ομάδων, γεγονότων, κοινωνικών χώρων δεν γίνεται μόνο με γνωστικά κριτήρια -κοινωνικά, πολιτισμικά-, αλλά και με ηθικά και θυμικά. Τα κριτήρια του έντιμου-ανέντιμου, ηθικού-ανήθικου, καλού-κακού, αξιόπιστου-πανούργου, ευχάριστου-δυσάρεστου, επιθυμητού-ανεπιθυμητού, ασφαλούς-επικίνδυνου χρησιμοποιούνται στην κατηγοριοποιητική διαδικασία και συνακόλουθα παράγουν ηθικά και συναισθηματικά φορτισμένες κατηγορίες. Το ηθικό και το συναισθηματικό

φορτίο συμπληρώνουν το γνωστικό των κατηγοριοποιήσεων και των εικόνων που τις αναπαριστούν και τις συμβολοποιούν, με αποτέλεσμα να έχουν τη δυναμική οι κοινωνικές αναπαραστάσεις να διαμορφώνουν στάσεις και να πυροδοτούν συμπεριφορές.

5. Κοινωνικές αναπαραστάσεις ως σύμβολα

Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις ως οι διαμεσολαβημένες κοινωνικά νοηματικές εξεικονίσεις συνιστούν και σύμβολα.²³⁰ Τα σύμβολα είναι οι συναρθρώσεις του σημαίνοντος και του σημαϊνόμενου, δηλαδή μιας εικόνας-αναπαράστασης και των σημασιών, νοημάτων που επενδύονται σε αυτή την αναπαράσταση. Η ιδιότητα του συμβόλου δεν είναι να υποκαθιστά αναλογικά κάτι, αλλά να «αρθρώνει» κάτι πέρα από το ήδη υπάρχον, να παράγει διαρκώς νόημα.

Η δημιουργική λειτουργία του συμβόλου σχετίζεται με την έκφραση της, κατά τον Κ.Καστοριάδη, ριζικής φαντασίας, δηλαδή της δυνατότητας του ανθρώπου να σκέφτεται και να φαντάζεται αυτό που δεν υπάρχει.²³¹ Η ανάδειξη σημείων,

²³⁰ R.Arnhem, *Visual thinking*, University of California Press, 1984, σελ.135-9. Ο R.Arnhem διακρίνει τρεις λειτουργίες των εικόνων ('images'): α) ως σήμα , β) ως απεικόνιση και γ) ως σύμβολο. Η εικόνα ως σήμα λειτουργεί ως μέσο αναφοράς χωρίς καμία άλλη συνδήλωση (π.χ.: ένα τρίγωνο ως σημείο κινδύνου). Ως απεικόνιση η εικόνα λειτουργεί σε τέτοιο βαθμό αφαίρεσης με αποτέλεσμα η ίδια να ερμηνεύει αυτό που αναπαριστά, καθώς αυτή δίνει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αυτού που απεικονίζει (π.χ.: ένα καρτούν). Ως σύμβολο λειτουργεί μια εικόνα όταν αυτό που απεικονίζει είναι πιο αφαιρετικό από το ίδιο το σύμβολο. Σχετικά βλ. G.Dyer, *Η διαφήμιση ως επικοινωνία*, μετ.Α.Σπυροπούλου, επιμ.Γ.Π.Σκαρπέλος, Πατάκης, Αθήνα 1993, σελ. 140-3. Ο Dyer κάνει λόγο για «εικονικά σημεία» στα οποία «η σχέση σημαίνοντος με το σημαϊνόμενο είναι σχέση ομοιότητας ή πανομοιότητας», για «ενδεικτικά σημεία» τα οποία «υπερβαίνουν την απλή απεικόνιση ενός ανθρώπου και πράγματος και χρησιμοποιούνται ενδεικτικά για να δηλώσουν ένα περαιτέρω ή επιπρόσθετο νόημα από αυτό που σημειοδοτείται άμεσα και εκ πρώτης όψεως» και για τα «συμβολικά σημεία» στα οποία «η σχέση ανάμεσα στο σημαίνον και το σημαϊνόμενο είναι αυθαίρετη...το σημαίνον δε μοιάζει ούτε να αποτελεί αιτία ύπαρξης του σημαϊνόμενου, αλλά σχετίζεται με αυτό μόνο μέσω μιας σύμβασης ή 'συνθήκης'». Επίσης βλ. Ν.Δεμερτζής, *Κουλτούρα, νεωτερικότητα, πολιτική κουλτούρα* Παπαζήσης, Αθήνα 1989, σελ. 87-94. Ο Ν.Δεμερτζής διακρίνει μεταξύ σημείου ('sign') και συμβόλου ('symbol'). Ως σημείο ορίζει «την ενότητα σημαίνοντος και σημαϊνόμενου και δηλώνει ένα ευκρινώς διατυπωμένο νόημα, μέσα σε συγκεκριμένα κάθε φορά επικοινωνιακά/πληροφοριοδοτικά πλαίσια». Το σύμβολο «έχει έννοια μόνο ως διαπλέον νόημα, ως διάχυτο, αλλά πολιτισμικά αποτελεσματικό, επιπρόσθετο νόημα που παράγεται από δύο πηγές ταυτόχρονα: τη σημειοδοτική και τη φαντασιακή ικανότητα του ανθρώπου». Επισημαίνει ότι «η κωδικοποίηση των σημείων έχει πληροφοριακό χαρακτήρα και λειτουργεί στα πλαίσια μιας ευκρινούς συμβατικής νοηματικής-επικοινωνιακής τάξης. Απ' την άλλη μεριά, τα σύμβολα χαρακτηρίζονται από νοηματική διάχυση και αοριστία τόσο όσον αφορά τη χρήση τους όσο και το περιεχόμενό τους».

Ακολουθώντας τη διάκριση που κάνει ο Ν.Δεμερτζής θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι κοινωνικές αναπαραστάσεις εκλαμβάνονται ως σύμβολα καθώς συμπκινούν και μπορούν να εκφράζουν νοήματα, αξίες, ηθικές κρίσεις, συναισθήματα, τα οποία δεν συνδέονται με ένα αυταπόδεικτο, λογικό, οντολογικό τρόπο με το σημαίνον (εικόνα) αλλά η συνάρθρωσή τους συνιστά μια πολιτισμική σύμβαση.

²³¹ Κ.Καστοριάδης, *Η φαντασιακή θέσμιση της κοινωνίας*, ό.π., σελ. 189-190.

στιγμών μέσα στον συνεχή παραστασιακό, αισθηματικό, προθεσιακό ρου, που είναι ουσιαστικά ο άνθρωπος (η ψυχή του) και η έκφραση αυτών με τα σύμβολα μπορεί να υπερβεί τις προσλαμβάνουσες αναπαραστάσεις. Η δυνατότητα του ανθρώπου να φανταστεί και να παροντοποιήσει μέσω συμβολισμών αυτό που δεν υπάρχει αποτελεί την προϋπόθεση του ξεπεράσματος των κοινωνικών καθορισμών και της αυτονομίας.

Αντιθέτως, η λειτουργία της υποκατάστασης του συμβόλου παρουσιάζει ομοιότητες με την στερεοτυπική. Το σύμβολο μπορεί να φετιχοποιηθεί, να γενικεύσει, να αφαιρέσει, να λειτουργήσει μετωνυμικά (ή αλλιώς να μεταθέσει), και να συμπυκνώσει.²³² Η εικόνα ενός αυτοκινήτου μπορεί να υποκαταστήσει και να μιλάει πια αυτή για την αρρενωπότητα ή τη θηλυκότητα, για τις επαγγελματικές και σεξουαλικές επιδόσεις, για το γούστο, για τις επιθυμίες, για το κοινωνικό standing, για τον οίκο (το αυτοκίνητο ως προέκταση του σπιτιού που δέχεται τις αμρόζουσες περιποιήσεις και φροντίδες κυρίως από τους άνδρες).

Η αναπαράσταση ενός μετανάστη και η σημασιολογική του επένδυση, άρα η συμβολοποίησή του παγ(ι)ώνει τη μοναδικότητα της προσωπικής του ιστορίας, αφαιρεί τη θέση του μέσα στον κοινωνικό καταμερισμό εργασίας και την κοινωνική οργάνωση, γενικεύει μέσω της απόδοσης συγκεκριμένων χαρακτηριστικών, ιδιοτήτων στο σύνολο των ανθρώπων που υπάγει στη συμβολική του αποκρυστάλλωση. Έτσι προκύπτει μια αναπαράσταση που συμπυκνώνει αποκρύπτοντας και αλλοιώνοντας όλες τις κοινωνικές, ιστορικές, προσωπικές συνδηλώσεις του ατόμου μετανάστη σε μια νοηματοδοτημένη στερεοτυπικά εικόνα.

²³² Σ. Φρόυντ, *Εισαγωγή στην ψυχανάλυση*, μετ. Α. Αναγνώστου, Επίκουρος, Αθήνα 1996, σελ. 166-9. Η «μετάθεση» και η «συμπύκνωση» χαρακτηρίζονται από τον Freud ως λειτουργίες της εργασίας του ονείρου, η οποία συνίσταται στην παραμόρφωση. Η λειτουργία της «μετάθεσης» ως προϊόν της λογοκρισίας του ονείρου εκδηλώνεται με δυο τρόπους: «ένα λανθάνον στοιχείο δεν αντικαθίσταται από ένα δικό του συστατικό, αλλά κάτι πιο μακρινό, δηλαδή από ένα υπαινιγμό και δεύτερον το ψυχικό κέντρο βάρους μετατοπίζεται από ένα σημαντικό στοιχείο σε ένα άλλο, λιγότερο σημαντικό». Η λειτουργία της «συμπύκνωσης» συνίσταται στο «ότι το έκδηλο όνειρο έχει λιγότερο περιεχόμενο από ότι το λανθάνον, ότι είναι δηλαδή ένα είδος συντετμημένης μετάφρασής του. Η συμπύκνωση πραγματοποιείται καθώς πρώτον ορισμένα λανθάνοντα στοιχεία παραλείπονται εντελώς, δεύτερον από μερικά συμπλέγματα του λανθάνοντος ονείρου μόνο ένα κομμάτι περνάει στο έκδηλο όνειρο τρίτον λανθάνοντα στοιχεία που έχουν κάτι κοινό μεταξύ τους αθροίζονται για το έκδηλο όνειρο και συγχωνεύονται σε μια ενότητα».

5.1. Η κοινωνική χρήση του συμβολισμού

Για παράδειγμα, η κοινωνική χρήση του συμβολισμού του «βρώμικου» μπορεί να ακολουθήσει δυο σχήματα λόγου με τα οποία αναδεικνύεται ο στερεοτυπικός χαρακτήρας του συμβολισμού.

Εκφερόμενος μετωνυμικά -κατά J.Lacan- ή μεταθετικά ο συμβολισμός του «βρώμικου» σημαίνει ότι το σημαίνον, η αναπαράσταση για παράδειγμα του μετανάστη παραπέμπει στη «βρώμικη συμπεριφορά» ή στα υστερόβουλα κίνητρα, τα οποία έχουν καταστεί και αυτά σημαίνοντα. Η καθιέρωση, μέσω των στερεοτύπων και των κοινωνικών αποδόσεων, μιας σχέσης συνάφειας μεταξύ της ηθικής ανεπάρκειας και του μετανάστη επιτρέπει στη συνέχεια μέσω της κοινωνικής χρήσης του συμβολισμού του «βρώμικου» την άμεση συσχέτιση αυτών των σημαινόντων. Η συνάφεια αυτή σημαίνει ότι το ένα σημαίνον μπορεί να μεταθέτει, να παραπέμπει στο άλλο, δηλαδή το ένα να κατονομάζεται με το άλλο.

Η μεταφορική -κατά Lacan- ή συμπυκνωτική λειτουργία του συμβολισμού του «βρώμικου» συνίσταται στην αποσύνδεση, όπως λέει ο Lacan, του υποκειμένου από τις ιδιότητες του.²³³ Για παράδειγμα στην περίπτωση μας, ο μετανάστης Χ (όχι ως τύπος αλλά ως το συγκεκριμένο άτομο: π.χ. ο Μόμπυ από το Πακιστάν) ως κοινωνικό άτομο με τη δική του προσωπική ιστορία, με τη δική του χαρακτηροδομή και ψυχισμό, με τη θέση του στην κοινωνική οργάνωση και τη διαλεκτική σχέση του εαυτού και των κοινωνικών διευθετήσεων, επιταγών, καθορισμών, απογυμνώνεται από όλα αυτά. Η αναπαράσταση του μετανάστη αποστερημένη από την πραγματικότητα της μπορεί να ταυτιστεί με ηθικές ιδιότητες, τύπους συμπεριφοράς, προθέσεις και κίνητρα. Η συμπύκνωση αυτή μιας αναπαράστασης ή λεκτικής εικόνας με τις προσδιδόμενες από το στερεότυπο σύμβολο ιδιότητες μπορεί να χρησιμοποιηθεί στον καθημερινό λόγο επεκτεινόμενη αναλογικά και σε άλλες πρόσφορες χρήσεις.

Επίσης, τα σύμβολα μπορούν να υποκαταστήσουν την άμεση πολιτική δράση μέσω μιας προσομοιωτικής εμπειρίας, η οποία συνίσταται στη μεταφορά από το

²³³ Ζ.Λακάν, *Οι ψυχώσεις-σεμινάριο τρίτο*, μετ.Ρ.Χριστοπούλου, Β.Σκολίδης, προλ. επιμ. Β.Σκολίδης, Ψυχογίος, Αθήνα 2005, σελ.247-8. Επίσης βλ. Μ.Μαρκίδης, *Η ψυχανάλυση του διχασμένου υποκειμένου: εισαγωγή στο έργο του J.Lacan*, Έρασμος, Αθήνα 1980, σελ. 59-60.

πραγματικό πεδίο πολιτικού αγώνα σε ένα «εικονικό».²³⁴ Η χρήση συμβόλων μπορεί να προσφέρει ένα αίσθημα ανήκειν σε μια πολιτική συστράτευση, αλλά η ίδια η δράση και οι υλικές, πραγματικές της συνέπειες να είναι ελλειμματικές συγκριτικά με τη φαντασίωση που παρέχουν τα σύμβολα. Δηλαδή μπορεί το σύμβολο να λειτουργήσει ως μετάθεση του πραγματικού πολιτικού αγώνα σε ένα «εικονικό πεδίο».

5.2. Τα στερεότυπα σύμβολα

Τα σύμβολα μπορούν να θεωρηθούν ως στερεότυπα σύμβολα όταν χρησιμοποιούνται ως οι αποκλειστικοί όροι αναφοράς για την πρόσληψη, επεξεργασία και ερμηνεία της πολυπλοκότητας του κοινωνικού. Επίσης, όταν η συμβολική δομή παραμένει στερεή, παγωμένη, αντιστεκόμενη στις ιστορικές κινήσεις, στη μοναδικότητα των προσώπων και των συγκυριών, τότε λειτουργεί στερεοτυπικά με την έννοια ότι δεν αναδιαρθρώνεται ή καταργείται, αλλά μπορεί να εμπλουτίζεται με τη συσσώρευση νέων δεδομένων και με μικρές εσωτερικές αναδιατάξεις να συνεχίζει να «μιλάει» και να ερμηνεύει με τον ίδιο στερεοτυπικό τρόπο. Εδώ μπορούμε να βρούμε κάποιες ομοιότητες με τη θέση του R.Barthes για τη λειτουργία του μύθου.

Για τον Barthes, ο μύθος συνιστά ένα σύστημα επικοινωνίας, ένα τρόπο σημειοδότησης. Το μυθικό σημείο που προκύπτει αλλοτριώνει το νόημα της προϋπάρχουσας σημειολογικής αλυσίδας που χρησιμοποιεί με τον τρόπο που αυτή συναρθρώνεται με αυτά τα σημαίνοντα που υπαγορεύει η μυθική έννοια. Η μυθική έννοια «εγκλιματίζεται» μέσω αυτών των σημείων που παράγονται, δηλαδή η σχέση σημαίνοντος και σημαϊνόμενου δεν είναι αιτιακή, αλλά επαγωγική, φυσιολογική, εκλογικευμένη και προφανής. Έργο του μύθου είναι να εκτοπίζει το ιστορικό νόημα, να αδειάζει το πραγματικό και να γεμίζει τα πράγματα, τον κόσμο με μια δόση αιωνιότητας, ανιστορικότητας, με μια «ψευτο-φύση».²³⁵

²³⁴ Με τη λέξη «εικονικό» σε αντίστιξη με το «πραγματικό» εννοούμε ότι η πολιτική δραστηριοποίηση μπορεί να αναλωθεί απόλυτα σε επίπεδο ιδεολογικών αντιπαράθεσεων, συμβολικών ενεργειών, επικοινωνιακής τακτικής και να αντιλείπει τη δυναμική της από μια κατανάλωση εικόνων ως όρων αναφοράς, προσδιορισμού, επιβεβαίωσης. Πρόκειται ουσιαστικά για μια πολιτική δράση που υποστασιοποιείται νοσταλγικά, με την έννοια ότι η πραγματική δράση είτε ανήκει στο παρελθόν και γίνεται επίκληση της είτε αφήνεται για ένα απροσδιόριστο μέλλον- όπου εκεί κατά παράδοξο τρόπο νοσταλγείται η υπόσχεση του μέλλοντος, πράγμα που μαρτυρά μάλλον τη διάθεση αναστολής της δράσης. Τα σύμβολα υπό αυτές τις συνθήκες μπορούν να μεταθέτουν τον πολιτικό αγώνα σε ένα εικονικό πεδίο αναστέλλοντας την υλική, πραγματική του έκφραση.

²³⁵ Ρ.Μπαρτ, *Μυθολογίες-μάθημα*, μετ.Κ.Χατζηδήμου-Ι.Ράλλη, επιμ. Γ.Κρητικός, Κέδρος, Αθήνα 1973, σελ.201-225.

Ακολουθώντας τον H.Lefebvre,²³⁶ θα μπορούσαμε να πούμε ότι το στερεότυπο σύμβολο συνιστά ένα σημείο με τη μορφή συμβόλου,²³⁷ με την έννοια ότι ενέχει πλούσιο περιεχόμενο, αξιολογικές κρίσεις, συγκινησιακό φορτίο, το οποίο δύναται να προσανατολίζει επιλογές και να διαμορφώνει διαθέσεις κοινωνικής δράσης. Το περιεχόμενο, όμως, του στερεότυπου συμβόλου, σε αντίθεση με το σύμβολο, δεν είναι ανοιχτό στη διερώτηση, στη φαντασία, στη διαρκή κατεργασία και τον εμπλουτισμό του. Δεν αφήνει χώρο για το ενδεχόμενο, το τυχαίο, το αβέβαιο.²³⁸ Ο «εμπλουτισμός» του στερεότυπου συμβόλου έγκειται στη συσσώρευση αξιολογικών πληροφοριών ή/και στην αντικατάσταση αυτών από νέα δεδομένα-πληροφορίες. Το στερεότυπο σύμβολο συνιστά σημείο ('sign'), με την έννοια ότι επικοινωνεί πληροφορία και συνάμα λειτουργεί ως σήμα ('signal'), καθώς ενεργοποιεί αυτοματισμούς σε επίπεδο συναισθημάτων και συμπεριφοράς.

Προκειμένου να διασαφηνιστούν τα παραπάνω θα δώσουμε ένα παράδειγμα της ελληνικής κοινωνικής πραγματικότητας της τελευταίας εικοσαετίας. Η

²³⁶ H.Lefebvre, *Critique of everyday life: Foundations for a sociology of the everyday – Volume 2*, Verso, London-New York 2008, σελ.278-86. Ο Lefebvre διακρίνει μεταξύ σήματος ('signal'), σημείου (sign') και συμβόλου ('symbol'). Το σήμα είναι «συνεχές, επαναληπτικό, αυτοματικό...το σήμα δεν δίνει κάποια πληροφορία...απαγορεύει ή επιτρέπει, περιλαμβάνει ή αποκλείει...στο σήμα η σημειοδότηση συμπίπτει με το αντικείμενο». Το σημείο καθορίζεται από την τριαδική σχέση σημείου, σημαίνοντος και σημαιομένου. Με πρότυπό του τη λέξη ενεργοποιείται εντός μιας τάξης σημείων, όπου «αν και οι συνδυασμοί τους είναι σε μεγάλο βαθμό δομημένοι...συνεχώς παράγουν κάτι καινούριο εκτός από τον κοινότυπο λόγο...Η πρόταση έχει μεγάλη ελαστικότητα, ενώ η λέξη η ίδια έχει πολύ μικρή[...]Η ιδιαιτερότητα του συμβόλου είναι το ανεξάντλητο το οποίο ο νους επιθυμεί να εξερευνήσει και η άμεση συναισθηματική (συγκινησιακή) αποτελεσματικότητά του[...]Το σύμβολο εκφράζει και αυτή η εκφραστικότητα υπερτερεί αυτού που σημειοδοτεί εξωτερικά».

²³⁷ H.Lefebvre, *Critique of everyday life: Foundations for a sociology of the everyday – Volume 2*, ό.π., σελ.303. Ο Lefebvre αναφέρει ότι «την περίοδο που τα σημεία κυριαρχούν, τα σύμβολα κρύβονται πίσω από τα σημεία που μεταμφιέζονται σε σύμβολα. Τροποποιημένα, αλλά ακόμα παρόντα και αποτελεσματικά, συνιστούν ένα 'επίπεδο'. Ενώ τα σημεία μεσολαβούν στο επίπεδο των αναπαριστάσεων, τα σύμβολα είναι ενεργά σε ένα άλλο επίπεδο ύπαρξης και συνείδησης: σύγκληση, αυθορμησία (αν υπάρχει ακόμη) και συναισθηματικότητα».

²³⁸ H.Lefebvre, *Critique of everyday life: Foundations for a sociology of the everyday – Volume 2*, ό.π., σελ. 286. Ο Lefebvre αποφεύγει να χρησιμοποιήσει την έννοια της «συμβολικής λειτουργίας», καθώς θεωρεί ότι με αυτόν τον τρόπο προκαλείται σύγχυση μεταξύ του σημείου και του συμβόλου. Για αυτό το λόγο κάνει τη διάκριση μεταξύ «σημειοδότησης» ('signification') και «έκφρασης» ('expression'). Η «σημειοδότηση» για τον Lefebvre «είναι γλώσσα ως μορφή...είναι αποστερημένη, προσκολλημένη στο σημείο, εδραιωμένη, κωδικοποιημένη και επαναλαμβανόμενη». Ενώ η «έκφραση» ή «εκφραστικότητα» είναι δημιουργική με ποικίλους τρόπους και συνεχώς παραβιάζει τους νόμους της σημειοδότησης στο επίπεδο της ομιλίας, των χειρονομιών, των εκφράσεων του προσώπου. Ο Lefebvre υποστηρίζει ότι η διαλεκτική σημειοδότησης και εκφραστικότητας συνιστούν δύο πόλους του πεδίου της σημαντικής. Επίσης υποστηρίζει ότι στην αστικοποιημένη και εκβιομηχανισμένη εποχή όπου οι μύθοι αντικαθίστανται από τον ορθό λόγο και τα σήματα αυξάνονται στο κοινωνικό περίγυρο τα σύμβολα υποχωρούν μπροστά στα σημεία και τα σήματα. Αυτό έχει ως συνέπεια την «απλοποίηση» του πεδίου της σημαντικής ('semantic field') και την υποχώρηση της διαλεκτικής σχέσης εκφραστικότητας/σημειοδότησης έναντι της λογικής. Με βάση αυτή την ανάπτυξη από τον Lefebvre θεωρούμε ότι με το να αποκτά η κοινωνική αναπαράσταση τη λειτουργία του σημείου και του σήματος σημαίνει ότι αυτή αποκτά μια δομή κωδικοποιημένη, παγωμένη, αμετάβλητη με σταθερές αποδόσεις, πληροφορίες και νοήματα. Αντιθέτως μια κοινωνική αναπαράσταση με τη μορφή του συμβόλου θα ήταν ανοιχτή, διαρκώς επεξεργαζόμενη και διαθέσιμη στην ομιλία-χρήση από τα υποκείμενα.

κοινωνική αναπαράσταση του «αλβανού μετανάστη» όπως αυτή συγκροτήθηκε κατά τη δεκαετία του '90 μπορούμε να πούμε ότι λειτουργήσε ως στερεότυπο σύμβολο. Σύμβολο με την έννοια ότι το περιεχόμενο, το σημεινόμενο αυτής της κοινωνικής αναπαράστασης, δηλαδή αξιολογικές κρίσεις, ηθικές και συμπεριφορικές αποδόσεις, μετατοπίζονταν μέσω του σχήματος της μεταφοράς και της παρομοίωσης για τον χαρακτηρισμό και άλλων συμπεριφορών και ατόμων που δεν υπάγονταν τυπικά στη συγκεκριμένη κοινωνική αναπαράσταση. Για παράδειγμα εκφράσεις του καθημερινού λόγου, που είναι οικείες σε όλους μας όπως «κάνει τον αλβανό», «είναι ντυμένος σαν αλβανός», «μα καλά αλβανός είσαι και συμπεριφέρεσαι έτσι;», επισημαίνουν τη λειτουργία της μετατόπισης χαρακτηριστικών ιδιοτήτων της αναπαράστασης αυτής σε άλλα άτομα (π.χ.: γηγενείς). Με την έννοια αυτή η κοινωνική αναπαράσταση συνιστά στερεότυπο σύμβολο, καθώς μετατίθενται τα περιεχόμενά της μέσω μεταφορών και παρομοιώσεων.

Η κοινωνική αναπαράσταση, όμως, με αυτόν τον τρόπο αποτελεί σημείο ('sign'), δηλαδή μια δομή στατική που μεταφέρει πληροφορία και για αυτό είναι στερεότυπο, καθώς απουσιάζει η προβληματοποίηση της πληροφορίας. Η στατικότητα της δομής του σημείου ή αλλιώς στερεότυπου συμβόλου επισημαίνεται και στην περίπτωση που η κοινωνική αναπαράσταση του «αλβανού μετανάστη» αντικαταστήσει το σημαίνον της, δηλαδή στη θέση του «αλβανού» μπει ο «πακιστανός». Η κοινωνική αναπαράσταση του «πακιστανού μετανάστη» ως φιλήσυχου, ουδέτερου, αδιάφορου ίσως και «αόρατου» ως προς τις κοινωνικές αντιδράσεις, τις κοινωνικές φοβίες και τον κοινωνικό έλεγχο αποδομείται λόγω ιστορικών, κοινωνικών, οικονομικών και πολιτικών συντελεστών. Έτσι το σημαίνον της (οπτική και ακουστική εικόνα του πακιστανού) μεταφέρεται στη δομή της κοινωνικής αναπαράστασης του «αλβανού μετανάστη». Την ίδια στιγμή η κοινωνική ένταξη ενός μέρους των αλβανών μεταναστών στην ελληνική κοινωνία συνεπάγεται σταδιακά και την αποδόμηση ως ένα βαθμό της κοινωνικής αναπαράστασης του «αλβανού μετανάστη» και την άρθρωση μιας νέας κοινωνικής αναπαράστασης αυτής του «νόμιμου μετανάστη». Η συμβολική αξία αυτής μπορεί να λειτουργεί ως μια θετική διάκριση έναντι της κοινωνικής αναπαράστασης στην οποία ανήκαν προηγουμένως και τώρα «στοιβάζονται» σε αυτήν άλλες κοινωνικές ομάδες.

Κεφάλαιο 3^ο

Κατανάλωση

1. Ένας ορισμός της κατανάλωσης: οριοθετήσεις και νοηματοδοτήσεις

Η κατανάλωση μπορεί να οριστεί ως η διαδικασία ατομικής και συλλογικής οικειοποίησης και ανάλωσης αγαθών, προϊόντων, αντικειμένων, υπηρεσιών, σημείων και συμβόλων. Η οικειοποίηση μπορεί να γίνει μέσω χρήματος (εμπορευματική ανταλλαγή), άμεσης ανταλλαγής προϊόντων-αγαθών (αντιπραγματισμός), με τη μορφή δώρου, με πίστωση, «δωρεάν» (π.χ.: περίπτωση της οπτικής κατανάλωσης διαφημιστικών κειμένων και εικόνων στο αστικό τοπίο κ.λπ.), με κλοπή²³⁹ και με το

²³⁹ R.K.Merton, «Ανομία και κοινωνική δομή», μετ. Β.Αρτινοπούλου, στο Ιακ.Ι.Φαρσεδάκη, *Η εγκληματολογική σκέψη απ' την αρχαιότητα ως τις μέρες μας –Τεύχος Α΄*, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα 1990, σελ.452-465. Ο Merton εξετάζει τις κοινωνικές πηγές της παρεκκλίνουσας συμπεριφοράς με άξονα τη σχέση μεταξύ των πολιτισμικά καθιερωμένων κάθε φορά στόχων, αξιών και προσδοκιών με των θεσμικά ή/και ηθικά επιτρεπόμενων μέσων ικανοποίησης αυτών. Κάνει μια τυπολογική κατάταξη πέντε διαφορετικών «τύπων προσαρμογής» ή καλύτερα κοινωνικής συμπεριφοράς που μπορεί να αναπτύξουν τα άτομα σε διάφορες κοινωνικές καταστάσεις. Η συμπεριφορά ή ο «τρόπος προσαρμογής» διαμορφώνεται από τη σχέση στόχων και μέσων, το πολιτισμικό υπόβαθρο, την κοινωνική κατάσταση, τη σφαίρα κοινωνικής δραστηριότητας και την ταξική δομή. Οι πέντε τρόποι προσαρμογής κατά τον Merton είναι: 1) κονφορμισμός (αποδοχή τόσο των πολιτισμικών στόχων όσο και των θεσμοποιημένων μέσων), 2) καινοτόμηση (αποδοχή των πολιτισμικών στόχων αλλά χρήση παράνομων μέσων), 3) τυπολατρεία (περιορισμός των προσδοκιών λόγω ανεπαρκούς πρόσβασης στα θεσμικά μέσα αλλά υπακοή στα νόμιμα μέσα και ήθη), 4) ανασχωρητισμός (φυγή και άρνηση των πολιτισμικών στόχων και των θεσμοποιημένων μέσων) και 5) εξέγερση (άρνηση των καθιερωμένων πολιτισμικών στόχων και των νόμιμων μέσων και ταυτόχρονα απόπειρα θέσμισης μιας «νέας τάξης πραγμάτων»). Η περίπτωση της κλοπής μπορεί να θεωρηθεί ένας τρόπος προσαρμογής του τύπου της «καινοτόμησης», καθώς οι πολιτισμικά καθιερωμένες προσδοκίες και αξίες αναγνωρίζονται αλλά οι τρόποι ικανοποίησης των στόχων επιλέγονται να είναι μη-νόμιμοι, λόγω μη-επαρκούς δυνατότητας πρόσβασης στα νόμιμα, επιτρεπτά μέσα. Η κλοπή βέβαια μπορεί να συνιστά και μια μορφή εξεργητικής κοινωνικής συμπεριφοράς, με την έννοια ότι μέσω αυτής της πράξης δεν επιδιώκεται η κάρπωση των οικονομικών και συμβολικών αξιών αλλά η κριτική –αυθόρμητη ή/και συνειδητή- των κοινωνικών διευθετήσεων της εργασίας, της παραγωγής, του εμπορίου αλλά και του φαντασιακού που υποστηρίζει την επένδυση συμβολικών αξιών στα προϊόντα. Με λίγα λόγια η συμβολική πράξη της κλοπής μπορεί να αποτελέσει μια μορφή εναντίωσης των ρυθμίσεων και των κανόνων της οικονομίας και ταυτόχρονα μια απόπειρα

«μοίρασμα» (με τη μορφή της αμοιβαιότητας ή της αναδιανομής).²⁴⁰ Η ανάλωση ως συστατικό μέρος της καταναλωτικής διαδικασίας συνίσταται στην αχρήστευση, στην καταστροφή τόσο της υλικής όσο και της κοινωνικοιστορικής υπόστασης του αντικειμένου. Η υλική ανάλωση συνίσταται στην «εξαφάνιση» της υλικότητας του προϊόντος ή/και στην ακύρωση της ανθεκτικότητάς του μέσα στο χρόνο. Εδώ πρέπει να γίνει μια διάκριση καθώς η υλική ανάλωση δεν σημαίνει πάντοτε και την ανάλωση της κοινωνικοιστορικής υπόστασης των αντικειμένων. Για παράδειγμα στα πλαίσια της φυσικής, άμεσης οικονομίας οι παραγωγικοί καθορισμοί των αντικειμένων είναι άμεσα δοσμένοι και ορατοί.

Η εξάλειψη της ιστορικο-κοινωνικής του υπόστασης αφορά την «αδιαφορία» ως προς τους ιστορικούς καθορισμούς που κομίζει το προϊόν είτε υλικό ή συμβολικό, άυλο. Οι ιστορικοί καθορισμοί αποτελούν τις εγγραφές των συνθηκών και σχέσεων παραγωγής του, της παραγωγικής εργασίας, της κυκλοφορίας και των εμπορικών, εργασιακών και συμβολικών (διαφήμιση) μεσολαβήσεων που οδήγησαν το αντικείμενο-εμπόρευμα στην τελική μορφή και στάδιο της ιστορικής (εμπορευματικής) του διαδρομής.²⁴¹

Ο M.Godelier στην εξάλειψη αυτή των ιστορικο-κοινωνικών προσδιορισμών των αντικειμένων εντοπίζει την αντιστοιχία του φετιχισμού του εμπορεύματος με το φετιχισμό της ανταλλαγής των δώρων. Αναφερόμενος στα ιερά αντικείμενα τα οποία επιτρέπουν στα αντικείμενα που χρησιμοποιούνται στο πότλατς να λειτουργούν ως υποκατάστατα αυτών (των ιερών αντικειμένων) και των ανθρώπων αντιστοιχεί στο πνεύμα αυτών το χρήμα και στα δωρήματα το εμπόρευμα.²⁴² «Είτε πρόκειται για ιερά

πρακτικής απομυστικοποίησης των σχέσεων παραγωγής που επικρατούν σε ένα κοινωνικο-οικονομικό σύστημα.

²⁴⁰ Κ.Πολάνυι, *Ο μεγάλος μετασχηματισμός*, όπ.π., σελ.50-1. Ο Κ.Πολάνυι αναφέρεται σε κοινωνικο-οικονομικά συστήματα παραγωγής, διανομής και αναπαραγωγής τα οποία δεν ρυθμίζονται από το κίνητρο του κέρδους, αλλά αντιθέτως βασίζονται σε αρχές συμπεριφοράς όπως η αμοιβαιότητα και η αναδιανομή και στις αντίστοιχες θεσμικές μορφές-σχήματα σχέσεων που υποστηρίζουν αυτές τις αρχές, τη συμμετρία και την κεντρικότητα.

²⁴¹ A.Appadurai, «Introduction: commodities and the politics of value» στο A.Appadurai (επιμ.) *The social life of things: commodities in cultural perspective*, Cambridge University Press, Cambridge 1988 σελ.13. Ο A.Appadurai ισχυρίζεται ότι «η εμπορευματική κατάσταση στην κοινωνική ζωή οποιουδήποτε 'πράγματος' ορίζεται ως η κατάσταση όπου η ανταλλαξιμότητά του (παρελθόν, παρόν ή μέλλον) για κάποιο άλλο πράγμα συνιστά το κοινωνικά σχετικό του χαρακτηριστικό.»

²⁴² M.Godelier, *Το αίνιγμα του δώρου*, μετ. Α.Αγγελίδου, επιμ. Ζ.Δεμαθάς, Gutenberg, Αθήνα 2003, σελ.148. Ο Godelier αναφέρει σχετικά με τη σχέση ιερών, «μη -αλλοτριώσιμων» αντικειμένων και «αλλοτριώσιμων»: «Τα πολύτιμα αντικείμενα που κυκλοφορούν στις ανταλλαγές δώρων μπορούν να κυκλοφορήσουν μόνο επειδή είναι διπλά υποκατάστατα. Είναι υποκατάστατα των ιερών αντικειμένων και υποκατάστατα των ανθρώπων. Όπως και τα πρώτα, είναι μη αλλοτριώσιμα, αλλά με τη διαφορά ότι αυτά κυκλοφορούν, ενώ τα ιερά αντικείμενα όχι. Κυκλοφορούν, όχι μόνο στο πότλατς ή στις (ανταγωνιστικές) ανταλλαγές πλούτου έναντι πλούτου, αλλά επίσης με αφορμή τους γάμους, τις κηδείες ή τις μνησίες, όπου λειτουργούν ως υποκατάστατα των ανθρώπων των οποίων 'αντισταθμίζουν' τη ζωή

πράγματα που δεν προσφέρονται ή για πολύτιμα αντικείμενα που προσφέρονται, τα οποία φαίνονται σα να κατοικούνται από ένα πνεύμα που τα κάνει να κινούνται είτε πρόκειται για εμπορεύματα που έχουν μια ανταλλακτική αξία, μια τιμή της οποίας οι διακυμάνσεις ξεφεύγουν από τη συνείδηση και τον έλεγχο εκείνων που τα παράγουν ή τα καταναλώνουν, και στις δύο περιπτώσεις βρισκόμαστε μπροστά σε κόσμους που κατασκευάστηκαν από τον άνθρωπο, αλλά αποσπάστηκαν από αυτόν και κατοικούνται από ομοιώματα της φαντασίας του, τα οποία διάκεινται συχνά ευνοϊκά προς αυτόν και προστρέχουν σε βοήθειά του, ενώ άλλοτε εξίσου συχνά τον συντρίβουν, σε όλες, όμως, τις περιπτώσεις κυριαρχούν επ' αυτού».²⁴³

1.1. Η χρήση και η κατανάλωση

Η Η.Arendt διακρίνει τη χρήση από την κατανάλωση ορίζοντας τη δεύτερη ως την ανάλωση, την αχρήστευση των υλικών αντικειμένων εντός μιας κυκλικής αναπαραγωγικής διαδικασίας.²⁴⁴ Η κατανάλωση ως η αναπαραγωγή των μέσων συντήρησης συνιστά μαζί με το μόχθιν τη διαδικασία μόχθου. Η σύγχρονη, εκβιομηχανισμένη καταναλωτική κοινωνία χαρακτηρίζεται ως κοινωνία μόχθου, καθώς η συνεχής κυκλική –εν είδει της βιολογικής, κυκλικής κίνησης του μεταβολισμού του ανθρώπου και της φύσης- μαζική παραγωγή αγαθών και η εξίσου μαζική κατανάλωσή τους υπάγει τα παραγόμενα από τον μηχανικό πολιτισμό αγαθά στο καθεστώς των καταναλωτικών αγαθών. Η επαναλαμβανόμενη και επιταχυνόμενη παραγωγή, ο κατακερματισμός της εργασίας σε απλές επιτελεστικές κινήσεις, δηλαδή σε μόχθο και οι αυξανόμενες συνεχώς καταναλωτικές ανάγκες, κατά την Arendt, περιγράφουν μια κοινωνική συνθήκη μόχθου, όπου οι άνθρωποι αναλώνονται και μαζί τους η παραγωγή ως εργασία, τα προϊόντα της εργασίας τους και τα υλικά που αποσπώνται από το φυσικό περιβάλλον σε μια αυτοαναφορική, κυκλική διαδικασία

(γάμος) ή το θάνατο (θάνατο ενός συμμάχου πολεμιστή ή ακόμη κι ενός εχθρού που πέθανε στο πεδίο της μάχης)».

²⁴³ M.Godelier, *Το αίνιγμα του δώρου*, όπ.π., σελ.145-6. Ο Godelier υποστηρίζει ότι «η κατασκευή οντοτήτων που αποτελούν απεικασματα τα οποία κυριαρχούν επί των ανθρώπων βρίσκεται στη ρίζα της καταγωγής των τάξεων και των καστών και ότι ακριβώς αυτή η διαδικασία εξηγεί το γιατί οι άνθρωποι συναινούν να δουλεύουν ή να μοιράζονται τα προϊόντα της εργασίας τους με εκείνους που μοιάζουν περισσότερο από αυτούς με τους θεούς και τα πνεύματα που φέρνουν αθονία ή δυστυχία, δηλαδή με τους ιερείς και τους αρχηγούς που είναι φίλοι ή συγγενείς των θεών.»

²⁴⁴ Χ.Αρεντ, *Η ανθρώπινη κατάσταση (vita activa)*, μετ. Στ.Ροζάνη και Γ.Λυκιαρδόπουλος, «Γνώση», Αθήνα 1986, σελ.190-1. Η Αρεντ αναφέρει σχετικά με την έννοια της χρήσης ότι «...ενώ η χρήση είναι αναπόφευκτο να εξαντλεί τα αντικείμενα της, το τέλος αυτό δεν αποτελεί μοίρα τους κατά τον ίδιο τρόπο με τον οποίο η καταστροφή αποτελεί την εγγενή κατάληξη όλων των καταναλωτικών ειδών. Αυτό που φθείρει η χρήση των πραγμάτων είναι η ανθεκτικότητά τους στο χρόνο.»

αυτοσυντήρησης.²⁴⁵ Για την Arendt, η μετατόπιση από τον *homo faber* -τον τεχνίτη- στον σύγχρονο *animal laborans* –τον άνθρωπο του μόχθου- σήμανε μια αλλαγή του τρόπου παραγωγής, αναπαραγωγής και αντίληψης της σχέσης με τον κοινωνικό και φυσικό κόσμο.²⁴⁶

Η ανακάλυψη των εργαλείων και των οργάνων από τον άνθρωπο τεχνίτη εισήγαγε τον χαρακτήρα της χρήσης των εργαλείων και των κατασκευών.²⁴⁷ Η χρήση συνιστά μια σχέση με τα υλικά αντικείμενα στην οποία αναγνωρίζεται η ανθεκτικότητα στο χρόνο των αντικειμένων καθώς και η αντικειμενικότητα του ανθρώπινου κόσμου. Με την κατασκευή αντικειμένων ο άνθρωπος συγκροτεί ένα κόσμο τεχνουργημάτων εντός και διά του οποίου αποκτά συνείδηση του εγκόσμιου χαρακτήρα της ανθρώπινης ζωής και της ατομικής και συλλογικής του ύπαρξης. Για την Arendt, ο κόσμος ο κατασκευασμένος από τον *homo faber* χαρακτηρίζεται από διάρκεια, ανθεκτικότητα και σταθερότητα. Σε αντίθεση η κοινωνία του μόχθου ή αλλιώς η καταναλωτική κοινωνία καταβροχθίζει ο,τιδήποτε αποσπά από τη φύση και αναλώνεται σε μια αέναη επαναλαμβανόμενη κυκλικότητα παραγωγής και αναπαραγωγής. Ο άνθρωπος-τεχνίτης είναι αυτός που αποσπά με τη βία από τη φύση υλικό και το μετασχηματίζει αλλά και παρουσιάζει τα τεχνουργήματά του, έτσι ώστε ως ένα σημαντικό βαθμό να υπερβαίνει το βιολογικό κύκλο και να κατασκευάζει γύρω του το δικό του ανθρώπινο κόσμο.²⁴⁸

Η προσέγγιση αυτή της Arendt –αν και περιορίζεται στην υλική κατανάλωση και χρήση- μας βοηθάει να δούμε τον πυρήνα της κατανάλωσης (και της χρήσης) ως μια σχέση του ανθρώπου με τα αντικείμενα, τα αγαθά, αλλά θα προσθέταμε με ό,τι μπορεί να παράγει η εκάστοτε ιστορική ανθρώπινη κοινωνία δηλαδή και με υπηρεσίες, συμβολικό περιεχόμενο και συμβολικά αγαθά. Ο πυρήνας, λοιπόν, του επιχειρήματος της Arendt είναι ότι η χρήση των υλικών αντικειμένων αναγνωρίζει την ανθεκτικότητα

²⁴⁵ Χ.Αρεντ, *Η ανθρώπινη κατάσταση (vita activa)*, όπ.π., σελ.174-6. Παραθέτουμε ενδεικτικά αποσπάσματα: «Η βιομηχανική επανάσταση έχει αντικαταστήσει την μαστορική εργασία [των χειρών] με τον μόχθο [του σώματος], και το αποτέλεσμα ήταν ότι τα πράγματα του σύγχρονου κόσμου έχουν γίνει προϊόντα μόχθου με φυσικό τους προορισμό την κατανάλωση, και όχι προϊόντα εργασίας, που υπάρχουν για να χρησιμοποιούνται... Η ανάγκη για όλο και πιο γρήγορη αντικατάσταση των εγκόσμιων πραγμάτων που μας περιβάλλουν δεν μας αφήνει πλέον τη δυνατότητα να τα χρησιμοποιούμε, να σεβόμαστε και να συντηρούμε την εγγενή ανθεκτικότητά τους στο χρόνο· πρέπει να καταναλώνουμε, να καταβροχθίζουμε... Ζούμε σε μια κοινωνία μόχθου, διότι μόνο ο μόχθος, με την εγγενή γονιμότητά του, υπόσχεται την γέννηση της αφθονίας» και έχουμε μετατρέψει την εργασία σε μόχθο θρυμματίζοντάς την στα εξ'ων συνετέθη μέχρις ότου γίνει επιδεικτική καταμερισμού φθάνοντας στον κοινό παρονομαστή της απλούστατης επιτέλεσης».

²⁴⁶ Χ.Αρεντ, *Η ανθρώπινη κατάσταση (vita activa)*, όπ.π., σελ.186-7.

²⁴⁷ Χ.Αρεντ, *Η ανθρώπινη κατάσταση (vita activa)*, όπ.π., σελ.170.

²⁴⁸ Χ.Αρεντ, *Η ανθρώπινη κατάσταση (vita activa)*, όπ.π. σελ.187 και 193.

των πραγμάτων και τον εγκόσμιο χαρακτήρα τους, ενώ η κατανάλωση κατά κάποιο τρόπο από-ιστοριοποιεί, από-πολιτισμικοποιεί και φυσικοποιεί τη σχέση του ανθρώπου με τα παραγόμενα αγαθά. Με άλλα λόγια, θα μπορούσαμε να πούμε ότι η χρήση των αντικειμένων προϋποθέτει και συνεπάγεται την απόκτηση ιστορικής συνείδησης, δηλαδή της συνείδησης της δυνατότητας του ανθρώπου να παρεμβαίνει, να μετασχηματίζει και να παράγει τον κόσμο του και όχι μόνο να τον μεταβολίζει.

1.2. Η μυστικοποίηση: το συγκροτησιακό στοιχείο της κατανάλωσης

Η μαζική παραγωγή και μαζική κατανάλωση δεν σημαίνει ότι ο άνθρωπος παύει να μετασχηματίζει και να διαμορφώνει το φυσικό και κοινωνικό του περιβάλλον. Αλλά ακριβώς η απορρόφηση σε αυτό που αποκαλεί η Arendt κοινωνία του μόχθου ή/και κοινωνία της αφθονίας προϋποθέτει και συνεπάγεται μια φαινομενικότητα ανιστορική ή αλλιώς απελπιστικά «αυτιστική», με την έννοια ότι οι ιστορικές συνθήκες παραγωγής, η εκμετάλλευση, η ασυμμετρία της ισχύος, η ανελευθερία και η ανορθολογικότητα της συσσώρευσης, της τεχνικο-επιστημονικής προόδου, της αναζήτησης της αφθονίας, η καταστροφική αχρήστευση, ακόμα και διαφορετικοί τρόποι ατομικής και συλλογικής ύπαρξης αγνοούνται και παραγνωρίζονται.

Το κριτήριο, λοιπόν, που μπορεί να χαρακτηρίσει την καταναλωτική δραστηριότητα και να τη διακρίνει από τη χρήση είναι η μυστικοποίηση, δηλαδή η απόκρυψη των κοινωνικών και ιστορικών διαδικασιών και ο εγκιβωτισμός των αντικειμένων, των γεγονότων, των κοινωνικών σχέσεων, των συμβάντων σε ένα μυθικό ερμηνευτικό σχήμα. Ο μύθος ως η ιστορικά παγωμένη και εξω-κοινωνικά θεμελιωμένη συγκρότηση του κοινωνικού νοήματος αποτελεί μια πολιτισμική και πολιτική –κυρίως- στρατηγική εκλογίκευσης, φυσικοποίησης και νομιμοποίησης συγκεκριμένων κοινωνικών διευθετήσεων.

Η νεωτερικότητα έθεσε ως πρόταγμα τη διαύγηση και τη διάλυση των μυθικών σκοταδιών και προλήψεων, των θρύλων, των κοσμογονικών δοξασιών και των παραδοσιακά δοσμένων και αναπαραγόμενων κοσμοθεωριών με την αποκάλυψη του εγκόσμιου χαρακτήρα του ανθρώπινου κόσμου και της εξήγησης των φυσικών νόμων μέσα από τη χειραφέτηση της δυνατότητας του ανθρώπινου νου για ορθή σκέψη, ορθό

Λόγο.²⁴⁹ Ταυτόχρονα η επικράτηση της τεχνολογικής-εργαλειακής ορθολογικότητας αντικειμενικοποίησε τόσο τη φύση όσο και τον κοινωνικό κόσμο ως σύνολα εξηγήσιμα, κυριαρχούμενα και διαχειρίσιμα.²⁵⁰ Η εμπειρική παρατήρηση, ο πειραματισμός, η μέτρηση, ο υπολογισμός, η επαλήθευση μέσω της επαναληψιμότητας των φαινομένων με τους ίδιους όρους ακριβείας, δυνατός πρόβλεψης και προσχεδιοποίησης, η αφαίρεση συνέβαλαν στην επικράτηση μιας εργαλειακής ορθολογικότητας, μιας κατά Η. Marcuse μονοδιάστατης φιλοσοφίας.²⁵¹

Το μονοδιάστατο της φιλοσοφίας συνίσταται στην άρνηση του αρνητικού, δηλαδή στην αποφυγή της προβληματοποίησης, της διερώτησης και του αναστοχασμού. Το εργαλειακό στοιχείο της ορθολογικότητας έγκειται στην ενεργειακή παραγωγικότητα των φυσικών στοιχείων και των κοινωνικών διαδικασιών εις βάρος των ατομικών ιδιοτήτων, της ηθικής, της ιστορίας και της κριτικής σκέψης. Για τον Marcuse, ο Λόγος παύει να λειτουργεί ως μια «υπονομευτική δύναμη», ως μια γνωστική ιδιότητα διάκρισης μεταξύ της αλήθειας και της πλάνης, της φαινομενικότητας και του πραγματικού, του υπάρχοντος και του «δυνατού».²⁵²

Αυτή η εργαλειακή προσέγγιση τόσο της φύσης όσο και της κοινωνικής πραγματικότητας χάριν του μονοδιάστατου χαρακτήρα της προσφέρθηκε για τη

²⁴⁹ Π.Κονδύλης, *Η παρακμή του αστικού πολιτισμού*, Θεμέλιο, Αθήνα 2007, σελ.70-84. Ο Π.Κονδύλης αναλύει το αρχικό αστικό σχήμα σκέψης ως εναρμονιστικό-συνθετικό βάσει του οποίου η αστική σκέψη προσπάθησε να ξεπεράσει τόσο την πνευματοκρατική διαρχία (ύλη-πνεύμα) όσο και τον μονισμό, υλισμό. Η απόπειρα της εναρμόνισης της φύσης και του Λόγου κατέληξε στη εννόηση της φύσης ως ενός υλικού υποστρώματος στο οποίο ο Λόγος είναι εγγενής. Η τάξη του Λόγου αντανακλάται και στη φυσική νομοτέλεια παρακάμπτοντας με αυτό τον τρόπο την ουσιοκρατία του υλιστικού μηδενισμού και την παραδοσιακή θεολογία. «Από τη στιγμή που στη φύση ως φύση προσδόθηκε μια καθοριστική κανονιστική διάσταση, από τη στιγμή δηλαδή που φύση και Λόγος, ύλη και πνεύμα συμπληρώσαν πάνω στη βάση της διπλής περιχαράκωσης ενάντια στην παλιά (πνευματοκρατική) διαρχία και στον σύγχρονο (υλιστικό) μονισμό, ήταν δυνατόν να νοηθεί και η σχέση φύσης και πολιτισμού διαφορετικά από πριν. ...Ο (υγιής) πολιτισμός θα ήταν λοιπόν η ενεργοποίηση του εγγενούς λόγου της φύσης πάνω στο επίπεδο της συμβίωσης των ανθρώπων. Ο Λόγος μοιάζει σαν το απόσταγμα της (ιδεώδους) φύσης και μολονότι οφείλει να διαθέτει τη βούληση και την ικανότητα να δαμάζει κάποιες καθ' αυτές τυφλές και άλογες επόμενες της (ανθρώπινης) φύσης, ωστόσο αυτό δεν το κάνει όπως το κάνει η άσκηση και η άρνηση των εγχοσμίων, αλλά διοχετεύοντας σκόπιμα το άλογο στους εκάστοτε προσφυείς τομείς δραστηριότητας».(σελ.77).

²⁵⁰ Η. Marcuse, *Ο μονοδιάστατος άνθρωπος*, μετ.Μπ.Λυκούδης, Παπαζήσης, Αθήνα 1971, σελ.165

²⁵¹ Η. Marcuse, *Ο μονοδιάστατος άνθρωπος*, όπ.π., σελ.172. Για τον Marcuse η επιστημονική αφαίρεση απέναντι στο συγκεκριμένο, ο ποσοτικός υπολογισμός των ιδιοτήτων και όλες οι ενέργειες που δίνουν ακρίβεια και ταυτόχρονα καθολική εγκυρότητα, έχουν σαν προϋπόθεση μια συγκεκριμένη και ειδική εμπειρία της Lebenswelt- έναν ειδικό τρόπο θεώρησης του κόσμου. Κι αυτός ο τρόπος θεώρησης, εκτός από τον 'καθαρό' και ανιδιοτελή του χαρακτήρα, ενεργεί στο εσωτερικό ενός πρακτικού, προσανατολισμένου πλαισίου. Λειτουργεί προβλέποντας (vorhausehen) και προσχεδιάζοντας (vorhaben)[...]πειραματίζονται, συλλαμβάνουν και διαμορφώνουν τον κόσμο με όρους σχέσεων που μπορούν να υπολογιστούν και να προβλεφθούν, ανάμεσα σε απόλυτα ταυτοσημες ενότητες. Σ' αυτήν την επιστημονική προσχεδίαση, η ανάγκη να γίνει μια καθολική ποσοτική μέτρηση είναι απαραίτητη προϋπόθεση γιατί ο σκοπός είναι η κυριάρχηση της φύσης.»

²⁵² Η. Marcuse, *Ο μονοδιάστατος άνθρωπος*, όπ.π., σελ.137-40.

συγκρότηση των νεωτερικών μυθολογιών.²⁵³ Ο μύθος συγκροτείται και αναπαράγεται ακριβώς όταν ο ορθός λόγος εγκαταλείπει την ανακλαστική του διανοητική ικανότητα, δηλαδή τον στοχασμό πάνω στους τρόπους του σκέπτεσθαι και του πράττειν, πάνω στα κριτήρια της έρευνας, τους στόχους και τις συνέπειες της εφαρμογής των δυνατοτήτων που αποκαλύπτει αυτή, πάνω στην ιδιαιτερότητα των ατόμων και των κοινωνιών, στη συνύπαρξη του ορθολογικού και του ανορθολογικού, στη δυνατότητα διαφορετικών τρόπων ατομικής και συλλογικής ύπαρξης. Με λίγα λόγια, ο μύθος μπορεί να ευδοκιμήσει σε εδάφη όπου η κριτική αναστοχαστικότητα της φυσικής και της κοινωνικής ύπαρξης από τον άνθρωπο απουσιάζει, έτσι ώστε να μπορεί ο μύθος να συγκροτεί τον εαυτό του ως ένα κλειστό, αυτοτελές, τελικό σύστημα νοήματος είτε εσχατολογικά είτε «ορθολογικά». Η εργαλειακότητα του μύθου του αποδίδει μια (ψευδο)ορθολογικότητα, καθώς η σχέση αίτιου και αποτελέσματος, κινήτρων και πράξεων, στόχων και αποτελεσμάτων, κριτηρίων και συμπερασμάτων, μέσων και σκοπών εκλαμβάνεται ως μονοδιάστατη, γραμμική, εξαντλητική, προβλέψιμη, δεδομένη χωρίς αφενός να προβληματοποιούνται οι δύο όροι της εξίσωσης κι αφετέρου να παραβλέπεται η πολυπαραγοντικότητα και το απρόβλεπτο που διέπει αυτές τις σχέσεις.

Οι ανάγκες της βιομηχανικής καπιταλιστικής κοινωνίας για εδραίωση, νομιμοποίηση και οργάνωση των νέων κοινωνικών διευθετήσεων που απαιτούσε άρθρωσαν αρχικά τη μυθολογία της εργασίας, της συσσώρευσης και της προόδου.²⁵⁴

²⁵³ H.Marcuse, *Ο μονοδιάστατος άνθρωπος*, όπ.π., σελ.187-9. Ο Marcuse υποστηρίζει ότι η θετική φιλοσοφία ευθυγραμμίζει το πνεύμα με την εμπειρία, με την έννοια ότι η αφαιρετική ανάλυση του λόγου από το κοινωνικό περίγυρό του καθιστά το πνεύμα ικανό μόνο για περιγραφικές κρίσεις του άμεσα δοσμένου και του στερεί την ικανότητα για κριτική φιλοσοφική σκέψη, δηλαδή για τη δυνατότητα να «ανακαλύπτει την ιστορία στην καθημερινή γλώσσα, σαν κρυμμένη νοηματική διάσταση-ανακαλύπτει την κυριαρχία της κοινωνίας πάνω στη γλώσσα της». Και συνεχίζει «...η θετική φιλοσοφία οικοδομεί έναν κόσμο αυτάρκτη, κλειστό και καλὰ θωρακισμένο απέναντι στην απειλή εξωτερικών ταραχοποιών παραγόντων[...].Με το να γίνεται όμως απόλυτα δεκτό το εμπειρικό, του δίνεται έτσι ένα αναγκαστικό νόημα με τη βία, γιατί μέσ' απ' αυτό μιλάει το 'αφηρημένο' άτομο, που είναι ευνοημένο μια και δεν εκφράζει παρά αυτό που του δίνεται (στην κυριολεξία), μια και δεν διαθέτει παρά γεγονότα και όχι δράσεις, μια και η συμπεριφορά του είναι μονοδιάστατη και ετεροκαθορίζεται. Εξ αιτίας αυτού του περιορισμού των γεγονότων, ο δοσμένος κόσμος είναι το αποτέλεσμα μιας περιορισμένης εμπειρίας. Κι όταν λέγεται ότι ο θετικισμός ξεκαθαρίζει το πνεύμα, αυτό σημαίνει ότι το πνεύμα υποχρεώνεται να ευθυγραμμιστεί με αυτή την εμπειρία».

²⁵⁴ A.Little, «Ορθολογικότητα και ελευθερία: Ο Marcuse και η μετα-βιομηχανική αριστερά», στο *Herbert Marcuse-Κριτική, Ουτοπία, Απελευθέρωση*, επιμ. Γ.Ι.Μανιάτης-Γ.Σαγκριώτης-Α.Α.Χρύσης, Στάχυ, Αθήνα 1999, σελ.71-93. Ο Little στην ανάλυση του πάνω στο έργο του H.Marcuse κάνει λόγο για τη σύνδεση της τεχνολογίας με τις ανάγκες αναπαραγωγής του καπιταλιστικού συστήματος. Η έννοια της τεχνολογικής και οικονομικής ορθολογικότητας συγκρότησε μια συνείδηση τέτοια που διαμόρφωσε τον ψυχισμό και τις ανάγκες των ανθρώπων έτσι ώστε οι προοπτικές της αυτονομίας και της απελευθέρωσης από την αναγκαιότητα της εργασίας –που αντικειμενικά δινόταν από την τεχνολογική ανάπτυξη– να επισκιάζονται από την εργαλειακή αντίληψη και το ατομικιστικό συμφέρον. Αναφέρει συγκεκριμένα ότι «η αυτονομία δεν έχει θέση σ' ένα τέτοιο σενάριο, στο μέτρο που ο ρόλος του ατόμου περιορίζεται στην εναρμόνιση με προκαθορισμένους σκοπούς και καταστάσεις. Με αυτή

Η εντατικοποίηση και η οργάνωση της παραγωγής σε κλίμακα, σε τρόπους και σε σχέσεις που ήταν πρωτόγνωρες μέχρι τότε για την ανθρώπινη κοινωνία προϋπόθετε τη συγκρότηση μιας μυθολογίας της εργασίας. Η μυθολογία της παραγωγικής εργασίας ξεκινάει από την ηθική καταξίωση της εξαρτημένης μισθωτής εργασίας και τη νομιμοποίηση ενός καταμερισμού εργασίας και των παραγωγικών σχέσεων μέσα από την αφαίρεση των κοινωνικών σχέσεων και των σχέσεων εργάτη-παραγωγού με το προϊόν της εργασίας του. Από αυτό το σημείο, η ίδια η εργασία και τα προϊόντα της εργασίας αποκτούν τη δική τους μυθολογία ως αυτόνομα, αφηρημένα κι ανεξάρτητα προϊόντα-εμπορεύματα των οποίων η κοινωνική τους ύπαρξη φαντάζει να αρχίζει με το που εμφανίζονται στη σφαίρα της εμπορευματικής ανταλλαγής. Προκειμένου, λοιπόν, να αναπαραχθεί το βιομηχανικό καπιταλιστικό σύστημα μετά τη μυθολογική συγκρότηση της εργασίας θέτει ως κρίσιμο ζήτημα, ως διακύβευμα, τη μυστικοποίηση και τη μυθολογικοποίηση της καταναλωτικής δραστηριότητας. Η διευρυμένη αναπαραγωγή του καπιταλιστικού συστήματος μετά την εκγύμναση των ατόμων στο παραγωγικό σύστημα προϋπόθετε και την εκγύμναση στην κατανάλωση.

Έτσι, λοιπόν, η κατανάλωση αποκτά μυθικές διαστάσεις. Η καταναλωτική δραστηριότητα ως η σχέση των ανθρώπων με τα αντικείμενα, τα προϊόντα συγκροτείται σε μύθο, μιας και η σχέση των ανθρώπων με τα εργαλεία και τα προϊόντα της εργασίας τους είχε ήδη μετασχηματιστεί μέσα στις νέες παραγωγικές – κεφαλαιοκρατικές- σχέσεις και στον καταμερισμό της εργασίας.

Στα πλαίσια της βιομηχανικής κοινωνίας ό,τι παράγεται παράγεται ως εμπόρευμα και στόχος του είναι η εκπλήρωση του ρόλου του στην σφαίρα της εμπορευματικής ανταλλαγής. Ο ρόλος του είναι η ανταλλαξιμότητά του και ο στόχος του είναι, μέσω της αναγνώρισης, αυτής η εξαργύρωση της ανταλλακτικής του αξίας. Επομένως ό,τι παράγεται πρέπει να καταναλώνεται προκειμένου να ανακυκλώνεται το κεφάλαιο και να συσσωρεύεται. Η ανακύκλωση αυτή πρέπει να ανατροφοδοτείται, να διευρύνεται και χρονικά να συμπιέζεται, δηλαδή η μαζική παραγωγή απαιτεί τη μαζική κατανάλωση. Επομένως η ταχεία παλαίωση, αχρήστευση και αντικατάσταση των προϊόντων συνεπάγεται ακύρωση της ανθεκτικότητάς των αντικειμένων και ταυτόχρονα η γενικευμένη ανταλλαξιμότητα –μέσω του γενικού ισοδύναμου, του χρήματος- καταργεί κάθε ποιότητα και ιστορικό προσδιορισμό συγκροτώντας ένα

την έννοια, ο ατομικισμός και αυτό που θεωρείται ορθολογικό συνεπάγονται τη συμμόρφωση στους αποδεκτούς τρόπους του πράττειν.» (σελ.77).

κλειστό, αφηρημένο κόσμο όπου πια η καταναλωτική επιλογή αναδεικνύεται σε μείζον διακύβευμα.

2. Το διακύβευμα της «επιλογής»

Η επιλογή ως διακύβευμα προϋποθέτει την αναμέτρησή της με διακυβεύματα, με ενδεχόμενα, με δυνατότητες, με προοπτικές. Οι προ(σ)κλήσεις και τα ανοιχτά ερωτήματα και πεδία που θέτουν το ζήτημα της επιλογής μπορούν να αναδυθούν όταν οι άκαμπτοι καθορισμοί, τα πεπερασμένα όρια, τα κλειστά σχήματα και οι δεδομένες διευθετήσεις αποδομηθούν. Η νεωτερικότητα σηματοδότησε τη διάρρηξη των προνεωτερικών δομών κοινωνικής οργάνωσης, την υπέρβαση των χωροχρονικών περιορισμών, την εμπειρική και θεωρητική διερεύνηση του φυσικού και κοινωνικού περιβάλλοντος και την τεχνολογική ανάπτυξη. Από την πρώιμη νεωτερικότητα η δυναμική της τεχνικής και η αναζήτηση των προοπτικών επέκτασης της πολιτικής ισχύος και αύξησης του πλούτου οδήγησε στην εξερεύνηση μακρινών τόπων. Είναι χαρακτηριστικό ότι η λέξη-έννοια του ρίσκου εικάζεται ότι έχει τις ρίζες της στη γλώσσα των πορτογάλων θαλασσοπόρων του 16^{ου} αιώνα.²⁵⁵ Ο A.Giddens κάνει λόγο για την αντικατάσταση της μοίρας, της τύχης και της θέλησης των θεών από την έννοια του ρίσκου σε μια κοινωνία, η οποία αποβλέπει προς το μέλλον ως μια αχαρτογράφητη περιοχή με την ενεργητική ανάληψη της διακινδύνευσης. Αναφέρει χαρακτηριστικά ότι «το ρίσκο προϋποθέτει μια κοινωνία που προσπαθεί ενεργητικά να διαφοροποιηθεί από το παρελθόν της, που στην ουσία συνιστά το κύριο χαρακτηριστικό του σύγχρονου βιομηχανικού πολιτισμού».²⁵⁶

Η επιλογή συναρθρώνεται με έννοιες όπως ο υπολογισμός, η ορθή εκτίμηση, η πιθανότητα, η αβεβαιότητα, η διακινδύνευση, η βούληση, η ανάληψη της ευθύνης. Η επιλογή ως βασική αρχή του νεωτερικού κοινωνικού φαντασιακού προσδιορίζει το νεωτερικό υποκείμενο ως ένα ορθολογικό ον, το οποίο σταδιακά επιδιώκει να κατακτήσει, να εξηγήσει και να κατανοήσει τους φυσικούς, οικονομικούς και κοινωνικούς νόμους του κόσμου μέσω της επιστημονικής γνώσης και αντικαθιστά τις μεταφυσικές κοσμογονίες, δεισιδαιμονίες και τους θρύλους με ένα εξηγήσιμο, ελεγχόμενο και καθοριζόμενο από τον άνθρωπο σύμπαν.

²⁵⁵ A.Giddens, *Ο κόσμος των ραγδαίων αλλαγών – Πώς επιδρά η παγκοσμιοποίηση στη ζωή μας*, όπ.π., σελ.58.

²⁵⁶ A.Giddens, *Ο κόσμος των ραγδαίων αλλαγών – Πώς επιδρά η παγκοσμιοποίηση στη ζωή μας*, όπ.π., σελ.59.

2.1. «Επιλογή να» και «επιλογή τίνος»: Από την επιλογή στην εκλογή

Είναι χρήσιμο να κάνουμε μια διάκριση μεταξύ της «επιλογής τίνος» και της «επιλογής να...». Στις προνεωτερικές μορφές κοινωνικής τάξης –με τις διάφορες παραλλαγές της παραδοσιακής, της πατρογονικής, της χαρισματικής, της φεουδαλικής εξουσίας- η επιλογή της απόφασης, της δράσης, της θέσπισης, της κατανομής ισχύος και δικαιωμάτων (οικονομικών, διοικητικών, στρατιωτικών, διατακτικών) βρισκόταν στα χέρια του κυρίου. Η επιλογή των «υπηκόων», των «ακολουθών», των «εμπίστων», των «υπαλλήλων», εντοπιζόταν σε ένα φάσμα εκλογής μεταξύ της συμμόρφωσης και της τιμωρίας, της προσόδου και της απώλειας του δικαιώματος αυτής, της αναπαραγωγής της πίστης στον κύριο και της μη αναγνώρισης πια αυτής στη συγκεκριμένη φυσική υπέρτατη εξουσία και της αναγνώρισης κάποιας άλλης.²⁵⁷ Στη νεωτερική συνθήκη τίθεται το ζήτημα της επιλογής της δράσης, της απόφασης, της θέσμισης των κανόνων της κοινωνικής τάξης ('order') και ισχύος ως ένα ανοιχτό διακύβευμα της ιστορικής κοινωνίας χωρίς προϋποθέσεις παραδοσιακής, χαρισματικής, ιερής, προφητικής, κληρονομικής υφής.²⁵⁸

Η επικράτηση του αστικού φιλελεύθερου πολιτικού προτάγματος και οι κύριες θεσμικές του δομές, του κοινοβουλευτισμού –αντιπροσωπευτική δημοκρατία- και της ελεύθερης αγοράς έναντι του νεωτερικού επίσης πολιτικού προτάγματος της αυτονομίας σήμανε μια αναδίπλωση από την «επιλογή να...» του ελεύθερου, νεωτερικού υποκειμένου-πολίτη στην «επιλογή τίνος»²⁵⁹. Με άλλα λόγια η επιλογή της απόφασης, της δράσης, της θέσμισης αντικαταστάθηκε από την εκλογή. Η «επιλογή να...» αποτελούσε δικαίωμα της κυρίαρχης αστικής τάξης τόσο στο πολιτικό –επίπεδο –με τους κοινοβουλευτικούς εκπροσώπους- όσο και στο οικονομικό –επιχειρηματίες, έμποροι και ιδιοκτήτες της βιομηχανίας.²⁶⁰

²⁵⁷ M.Weber, *Οι τύποι της εξουσίας*, μετ., σχ. και επίμετρο Θ.Γκιούρας, Κένταυρος, Αθήνα 2001, σελ.37. Ο M.Weber αναλύοντας την παραδοσιακή εξουσία αναφέρει ότι «ο πραγματικός τρόπος της άσκησης εξουσίας προσανατολίζεται σε αυτό που συνήθως ο κύριος (και το διοικητικό του επιτελείο) δύνανται να επιτρέψουν στους εαυτούς τους απέναντι στην παραδοσιακή ευπειθεια των υπηκόων, χωρίς να τους εξωθεί σε αντίσταση. Η αντίσταση αυτή, όταν γεννιέται, κατευθύνεται ενάντια στο πρόσωπο του κυρίου (ή υπηρέτη) ο οποίος παραβίασε τα παραδοσιακά όρια της βίας, αλλά όχι ενάντια στο σύστημα ως τέτοιο («παραδοσιακή επανάσταση»).

²⁵⁸ Βλ. M.Weber, *Οι τύποι της εξουσίας*, μετ., σχ. και επίμετρο Θ.Γκιούρας, Κένταυρος, Αθήνα 2001.

²⁵⁹ Κ.Καστοριάδης, «Η εποχή του γενικευμένου κομφορμισμού» στο Κ.Καστοριάδης, *Ο θρηματισμένος κόσμος*, μετ.Ζ.Σαρίκας, Κ.Σπαντιδάκης, Ψυλόν, Αθήνα 1992, σελ.18. Ο Καστοριάδης οριοθετεί τη μοντέρνα περίοδο μεταξύ 1750-1950 και την ορίζει από τη συνύπαρξη και τον μεταξύ τους ανταγωνισμό των δύο κεντρικών φαντασιακών σημασιών, της κοινωνικής και ατομικής αυτονομίας και της απεριόριστης επέκτασης της «ορθολογικής κυριαρχίας».

²⁶⁰ G.Debord, *Η κοινωνία του θεάματος*, μετ. Σύλβια, Διεθνής βιβλιοθήκη, Αθήνα 2000, σελ.114-5. Ο Debord υποστηρίζει ότι «η ιστορία που φαινόταν έως τότε ως η μόνη πορεία των ατόμων της κυρίαρχης τάξης, και εγγράφετο κατά συνέπεια ως ιστορία γεγονότων, νοείται τώρα ως γενική κίνηση, και εντός

Η εκλογή μαρτυρά μια απόσταση ή καλύτερα μια διαμεσολάβηση, η οποία έρχεται να καλύψει αυτή την απόσταση –μεταξύ της «επιλογής τίνος» και της «επιλογής να...»- και να ανανοηματοδοτήσει την «επιλογή τίνος» (εκλογή) ως «επιλογή να...», δηλαδή ως επιλογή πράξης και υπευθυνότητας. Δηλαδή η εκλογή πολιτικού αντιπροσώπου ως έκφραση της γενικής βούλησης του λαού²⁶¹ σημαίνει την αποστέρηση του δικαιώματος του πλήθους, του κοινωνικού συνόλου να αυτοθεσμιζείται, με αποτέλεσμα η κυβερνητική πλειοψηφία να μεσολαβεί και να διαθλά στην άσκηση της κυβερνητικής εξουσίας τη γενική εντολή και βούληση του λαού²⁶². Επίσης, η επιλογή μισθωτής εργασίας μαρτυρά την ιδιοκτησιακή διάκριση των εργατών από τα μέσα παραγωγής τους και την άρνηση του καθορισμού του τρόπου και του χρόνου της παραγωγικής εργασίας από τους ίδιους, έτσι ώστε η προσφορά μισθωτής εργασίας να προωθείται ως σύναψη ελεύθερου συμβολαίου εργασίας.

Από τη στιγμή, λοιπόν, που το ζήτημα της επιλογής δεν συνιστά πια ένα ζήτημα διαρκούς αναστοχασμού, προβληματοποίησης και θέσμησης της κοινωνικής, συλλογικής και ατομικής ύπαρξης, η επιλογή εντός ενός «τελειωμένου ιστορικά» αστικού κόσμου αποκτά εργαλειακό αλλά και ατομικιστικό χαρακτήρα.²⁶³ Στα πλαίσια

αυτής της ατέγκτου κινήσεως τα άτομα θυσιάζονται... Η ιστορία που είναι παρούσα σε όλο το βάθος της κοινωνίας τείνει να απωλεσθεί στην επιφάνεια. Ο θρίαμβος του μη αναστρέψιμου χρόνου είναι, επίσης, η μεταμόρφωσή του σε χρόνο των πραγμάτων, επειδή το όπλο της νίκης του ήταν ακριβώς η μαζική παραγωγή των αντικειμένων, σύμφωνα με τους νόμους του εμπορεύματος... Με αυτόν τον τρόπο η αστική τάξη κατέστησε γνωστό και επέβαλε στην κοινωνία έναν μη αναστρέψιμο ιστορικό χρόνο, αλλά της αρνείται τη χρήση του.»

²⁶¹ P.Vitro, *Γραμματική του πλήθους -για μια ανάλυση των σύγχρονων μορφών ζωής*, μετ.Β.Πασσάς, θεωρ.Γ-Β.Δαβός, Αλεξάνδρεια-Οδυσσεύς, Αθήνα 2007, σελ.11-15. Ο Vitro αναφέρεται στις δύο έννοιες του «λαού» και του «πλήθους». Η έννοια του «λαού» με θεωρητικό πατέρα τον Hobbes επικράτησε έναντι αυτής του «πλήθους» στις φιλοσοφικές και πολιτικές συγκρούσεις κατά τον 17^ο αιώνα. Το πλήθος είναι ο τρόπος της ύπαρξης των πολλών ως πολλών, χωρίς να συγκλίνουν σε ένα πολιτικό σώμα, το οποίο εκχωρεί το μονοπώλιο της πολιτικής απόφασης στο κράτος. «Η έννοια του λαού, κατά τα λεγόμενα του Hobbes», αναφέρει ο P.Vitro, «είναι στενά συνυφασμένη με την ύπαρξη του κράτους, το αντανakλά, το απηχεί: αν κράτος τότε λαός».

²⁶² Κ.Καστοριάδης, *Η αρχαία ελληνική δημοκρατία και η σημασία της για μας σήμερα*, Ύψιλον, Αθήνα 1999, σελ.33. Ο Καστοριάδης κάνει λόγο για την «κυβερνητική εξουσία» ως μια βασική εξουσία του κράτους, η οποία αποσιωπάται από την πολιτική και νομική φιλοσοφία που αναγνωρίζει μόνο τη νομοθετική, δικαστική και εκτελεστική. Η εκτελεστική εξουσία για τον Καστοριάδη είναι μια διοίκηση των πραγμάτων και δεν μπορεί να αναφέρεται στη δυνατότητα της κυβέρνησης να «κυβερνά». Αυτή η διάσταση μεταξύ της πραγματικής κυβερνητικής δυνατότητας πάνω στην πολιτική κοινότητα και της φαινομενικότητας της κυβέρνησης ως μιας εκτελεστικής διοικητικής διαχείρισης των κοινωνικών, οικονομικών και πολιτικών ζητημάτων αναδεικνύει και τη διάσταση μεταξύ της πραγματικής επιλογής να κινεί την ιστορία (κοινωνική αυτονομία) και της επιλογής-εκλογής του καταλληλότερου κυβερνητικού συνόλου, το οποίο φαινομενικά υλοποιεί τη γενική βούληση του κοινωνικού σώματος.

²⁶³ Γκ.Ντεμπόρ, *Σχόλια πάνω στη κοινωνία του θάματος*, μετ.Π.Τσαχαγιάς, Ελεύθερος τύπος, Αθήνα 1988, σελ.29. Ο Γκ.Ντεμπόρ υποστηρίζει πως η κυριαρχία του θάματος έχει συμβάλει στην κατάλυση της λογικής, της δυνατότητας της σκέψης, της κρίσης, της συζήτησης και της απάντησης πάνω στη γνώση που παρέχει το θέαμα. Η εγκόλωση της εμπειρίας και της σκέψης από το θέαμα εκτρέπει μια μαζική ψυχολογία υποταγής και συναίνεσης («Αυτό που Είναι εκεί». Σε μια τέτοια συνθήκη η

αυτού του κοινωνικο-ιστορικού κόσμου ο άνθρωπος εκλαμβάνεται ως ένα ορθολογικό και μεγιστοποιητικό ον. όπου τα συλλογικά εγχειρήματα της διαρκούς κοινωνικής διαδικασίας της θέσμησης αντικαθίσταται από την έννοια της ορθολογικής επιλογής με στόχο τη μεγιστοποίηση, την αύξηση. Από την εγωλογική φιλοσοφία,²⁶⁴ τη νομική αναγνώριση και κατοχύρωση της ατομικής ιδιοκτησίας, την κλασική οικονομική θεωρία μέχρι τη βιομηχανική εργασία και τις νεωτερικές πειθαρχίες το άτομο συγκροτείται ως ένα υποκείμενο, το οποίο είτε ως «υποκείμενο ορθής επιλογής» ή ως αντικείμενο θεώρησης, παρατήρησης, ταξινόμησης, παραγωγικής οργάνωσης και πειθαρχικής εκγύμνασης τίθεται ως αποδοτικό, μεγιστοποιητικό ον. Η φαντασιακή κοινωνική σημασία της μεγέθυνσης, της αύξησης διατρέχει ένα κοινωνικο-ιστορικό κόσμο, ο οποίος θεωρείται ως το τελευταίο στάδιο της ιστορικής εξέλιξης της ανθρωπίνης κοινωνίας, της πραγμάτωσης της Ιδέας (Hegel) ή και της μοναδικής θεσμικής, ιστορικής μορφής κοινωνικής οργάνωσης όπου μπορεί να διευθετηθεί «ο πόλεμος όλων εναντίον όλων» (Hobbes).

2.2. Η αρχή της μεγιστοποίησης

Η αρχή της μεγιστοποίησης έρχεται να ρυθμίσει και να νοηματοδοτήσει τα ζητήματα της επιλογής και της απόφασης με τέτοιο τρόπο ώστε να διευθετήσει το σύνολο της κοινωνικής καθημερινής ζωής και να επιτύχει την ιδεολογική ηγεμόνευσή της. Είναι ενδεικτική η απόπειρα ταύτισης του ορθολογικού με τη μεγιστοποίηση από την κλασική οικονομική θεωρία μέσω μιας διαδικασίας φυσικοποίησης και

δουαδική γλώσσα των υπολογιστών προωθείται ως τρόπος εμπειρίας, στάσης και συμπεριφοράς. Αναφέρει συγκεκριμένα ότι «Η δουαδική γλώσσα των ηλεκτρονικών υπολογιστών αποτελεί επίσης μια ακαταμάχητη προτροπή να δεχόμαστε ανά πάσα στιγμή, αναντίρρηση, αυτό που έχει προγραμματιστεί σύμφωνα με τη βούληση κάποιου άλλου, και που παρουσιάζεται σαν η άχρονη πηγή μιας ανώτερης, αμερόληπτης και τέλει λογικής. Τι κέρδος σε ταχύτητα, και σε λεξιλόγιο, προκειμένου να κρίνεις τα πάντα! Πολιτικό; Κοινωνικό; Πρέπει να διαλέξω. Το ένα αποκλείει το άλλο. Η εκλογή μου επιβάλλεται.»

²⁶⁴ Κ.Καστοριάδης, «Άτομο, κοινωνία, ορθολογικότητα, ιστορία» στο Κ.Καστοριάδης, *Ο θρυμματισμένος κόσμος*, μετ. Ζ.Σαρίκας-Κ.Σπαντιδάκης, Ύψιλον, Αθήνα 1992, σελ.75. Ο Καστοριάδης κάνει λόγο για μια «ιδεολογική ορολογία που δεσπόζει στη φιλοσοφία τουλάχιστον από τον Χούσερλ και εδώ», η οποία αγνοεί την έννοια του κοινωνικού και χρησιμοποιεί τον όρο «δυποκειμενικό». Όπως επισημαίνει ο Καστοριάδης τα υποκείμενα και η δυποκειμενικότητα δεν μπορούν να υπάρξουν παρά μόνο εντός του κοινωνικού και το κοινωνικό είναι το «ανώνυμο συλλογικό πάντοτε ήδη θεσμισμένο, εντός και δια του οποίου μπορούν να εμφανιστούν τα 'υποκείμενα' που τα ξεπερνά απεριόριστα (τα 'υποκείμενα' είναι αντικαταστατά και διαδέχονται το ένα το άλλο) και περιέχει καθ' εαυτό μια δημιουργό δύναμη που δεν μπορεί να αναχθεί στη 'συν-εργασία' των ατόμων ή στα αποτελέσματα της 'δυποκειμενικότητας'». Η πολιτική για τον Καστοριάδη στοχεύει στη θέσμιση αυτού του κοινωνικού. Επομένως η παραγνώριση της θεμελιώδους κοινωνικής προϋπόθεσης και κοινωνικής καθορίζουσας της ύπαρξης του υποκειμένου επιτρέπει την εννόηση του ατόμου ως μοναδιαίου ατόμου του οποίου η δράση του έχει ως γνώμονα το οικουμενικό ορθολογικό νόμο, αγνοώντας τις κοινωνικές και πολιτικές διαμορφώσεις του περιβάλλοντος αλλά ταυτόχρονα και τη δυνατότητα αυτόνομης θέσμησης του κοινωνικού από το ίδιο το κοινωνικό σύνολο.

οικουμενικοποίησης του κινήτρου της μεγιστοποίησης.²⁶⁵ Ο ρασιοναλισμός έθετε την αρχή της «ορθής» εκλογής ως κεντρικό άξονα όχι μόνο των οικονομικών αλλά και όλων των κοινωνικών φαινομένων. Η ορθολογικότητα της εκλογής αναφέρεται στην αρχή της ελάχιστης προσπάθειας και στην καλύτερη δυνατή επιλογή-εκλογή των μέσων και των σκοπών, προκειμένου να ικανοποιηθούν όσο το δυνατόν περισσότερες ανάγκες και επιθυμίες. Αρχικά η συμβατική οικονομική θεωρία προσέγγισε τις προβιομηχανικές, πρωτόγονες κοινωνίες ως κοινωνικές μορφές οργάνωσης κατώτερου σταδίου, καθώς οι μη-μεγιστοποιητικές πράξεις, συνήθειες και έθιμα (π.χ.: το δώρο, το πότλας) φανέρωναν μια καθυστέρηση της κατά τα άλλα «ρασιοναλιστικής ανθρώπινης φύσης».²⁶⁶ Οι προσεγγίσεις των δεκαετιών του '30 και '40 της νεοκλασικής πολιτικής οικονομίας μετατράπηκαν χωρίς όμως να αποποιηθούν τον πυρήνα της ρασιοναλιστικά προσανατολισμένης –«εκ φύσεως»– ανθρώπινης συμπεριφοράς. Οι νεοκλασικοί οικονομολόγοι θεώρησαν ότι ο «οικονομικός άνθρωπος» βρίσκεται και στις πρωτόγονες κοινωνίες και έτσι με αντίστοιχα θεωρητικά μοντέλα αποπειράθηκαν να ερμηνεύσουν τις δομές, τις σχέσεις και τις λειτουργίες αυτών των κοινωνιών.²⁶⁷

Η αρχή της μεγιστοποίησης, της αποδοτικότερης σχέσης μέσων και σκοπών, σκοπών και αναγκών/επιθυμιών, ανήκει στο φαντασιακό ενός κόσμου ο οποίος αναγνωρίζει εν είδει καταστατικών αρχών το κέρδος και τη σπανιότητα. Το κίνητρο του κέρδους σε αντίθεση με το κίνητρο του γοήτρου, της γενναιόδωρης ανταπόδοσης, της σύναψης κοινωνικών δεσμών και η έννοια και η αίσθηση της σπανιότητας σε αντίθεση με την αυτάρκεια συνιστούν γνωρίσματα της βιομηχανικής καπιταλιστικής

²⁶⁵ Σ.Δημητρίου, «Ο Marcel Mauss και η οικονομική ανθρωπολογία» στο Μ.Μως, *Το Δώρο –μορφές και λειτουργίες της ανταλλαγής*, μετ.Α.Σταματοπούλου-Παραδέλλη, επιμ. Θ.Παραδέλλη,Καστανιώτης, Αθήνα 1979, σελ.27. Ο Δημητρίου στην ανάλυσή του για την εξέλιξη του κλάδου της οικονομικής ανθρωπολογίας αναφέρει πως οι αστικοί οικονομολόγοι θεωρούσαν τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του καπιταλιστικού οικονομικού συστήματος που ανέλυσε ο Μαρξ, δηλαδή «μισθωτή εργασία, ανταλλακτική αξία, νόμισμα, συσσωρευτική δύναμη του κεφαλαίου, τόκος, κέρδος» ως εγγενή στην ανθρώπινη φύση. Αναφέρεται χαρακτηριστικά ότι: «...οι θεωρητικοί της αστικής πολιτικής οικονομίας υποστήριζαν ότι τα παραπάνω γνωρίσματα είναι σύμφωνα με τη φύση του ανθρώπου, ότι ο άνθρωπος είναι στο βάθος 'οικονομικό ον' και ότι ανακαλύπτει μόνος του τους οικονομικούς νόμους, όμοια ακριβώς με τον Ροβινσώνα Κρούσο. Με τη λογική αυτή ήθελαν να δείξουν πως το καπιταλιστικό σύστημα στηρίζεται σε α-χρονικές, απόλυτες αρχές, πως δεν υπήρχε κάτι άλλο πριν απ' αυτό και επομένως, ούτε θα υπάρξει κάτι άλλο που θα το διαδεχτεί.»

²⁶⁶ M.Godelier, όπ.π., σελ. 158. Ο Godelier αναφέρει το πως εξέλαβαν οι ευρωπαίοι το πότλας ως αλόγιστη σπατάλη και το πως προσπάθησαν να το καταργήσουν: «Οι Ευρωπαίοι, ιεραπόστολοι, οι φορείς της κυβέρνησης, ανησυχούσαν πολύ από τους ανταγωνισμούς δώρων τους οποίους θεωρούσαν ως υπερβολικούς, ως ανεξέλεγκτες σπατάλες. Το 1884, το πότλας απαγορεύτηκε με ένα νόμο που παρουσιάστηκε ως μια τροπολογία του *Indian Act* του 1876.»

²⁶⁷ Σ.Δημητρίου, «Ο Marcel Mauss και η οικονομική ανθρωπολογία», όπ.π., σελ.34-5.

κοινωνίας.²⁶⁸ Η σηματοδότηση της επιθυμίας ως μη πεπερασμένη, συνεχώς ανατροφοδοτούμενη και ακόρεστη αποτέλεσε το ιδεολογικό-ψυχολογικό καταλύτη της ανάπτυξης των εννοιών του κέρδους και της σπανιότητας.

Η σπανιότητα δεν αποτελεί ζήτημα τεχνολογικής ανάπτυξης και ανεπάρκειας μέσων για την επίτευξη ικανοποιήσεων. Προβιομηχανικές κοινωνίες με μικρότερο βαθμό τεχνοοικονομικής ανάπτυξης και μικρότερων παραγωγικών δυνατοτήτων και διαθέσιμων αγαθών ζούσαν σε καθεστώς αυτάρκειας μέσω άλλων σχέσεων παραγωγής, ιδιοκτησίας, ανταλλαγής και κατανάλωσης. Η σπανιότητα έρχεται να εκφράσει ακριβώς την απόσταση που θέτουν ο καπιταλιστικός τρόπος παραγωγής, της απόστασης εργατικής δύναμης και μέσων παραγωγής, ανταλλακτικής αξίας και διαθέσιμου χρήματος.²⁶⁹ Σε μια κοινωνική συνθήκη, λοιπόν, σπανιότητας των πόρων, των μέσων και απεριόριστης επιθυμίας, η επιλογή παίρνει τη μορφή της εκλογής των προσφορότερων μέσων και των επωφελέστερων σκοπών για την επίτευξη του μέγιστου αποτελέσματος (ικανοποίησης). Η μεγιστοποιητική αρχή μεσολάβησε και νοηματοδότησε όχι μόνο τις οικονομικές αλλά και τις κοινωνικές σχέσεις υποβαθμίζοντας άλλες κοινωνικές αξίες και πολιτισμικούς κανόνες χάριν του κερδοσκοπικού κινήτρου (όχι αποκλειστικά χρηματικού).

²⁶⁸ K.Polanyi, *The livelihood of man*, Academic Press, 1977, σελ.11. Επίσης βλ. Κ.Πολάνι, *Ο μεγάλος μετασχηματισμός*, όπ.π., σελ.45. Ο Κ.Πολάνι υποστήριζε ότι η εδραίωση και η κυριάρχηση της οικονομίας της αγοράς στο σύνολο σχεδόν των κοινωνικών σχέσεων προϋπόθετε και μια κοινωνία της αγοράς. Αναφέρει χαρακτηριστικά ότι: «Ο μετασχηματισμός προϋποθέτει μίαν αλλαγή στα κίνητρα δράσης των μελών της κοινωνίας: το κίνητρο του κέρδους πρέπει να αντικαταστήσει το κίνητρο της συντήρησης. Όλες οι συναλλαγές μετατρέπονται σε χρηματικές συναλλαγές, και αυτές με τη σειρά τους απαιτούν την εισαγωγή της συναλλαγής σε όλες τις εκφάνσεις της βιομηχανικής ζωής. Όλα τα εισοδήματα πρέπει να πηγάζουν από την πώληση προϊόντων και, ανεξάρτητα από τη φύση της παραγωγικής πηγής του, το ατομικό εισόδημα πρέπει να θεωρείται ότι προέρχεται από πώληση».

²⁶⁹ K.Polanyi, *The livelihood of man*, όπ.π., σελ.7. Ο Polanyi υποστηρίζει ότι η έννοια της οικονομίας γεννήθηκε μαζί με την ανάδυση του θεσμού της αγοράς «ως το μηχανισμό της προσφοράς-ζήτησης-τιμής». Αναφέρει επίσης ότι «οι τιμές, φυσικά, υπήρχαν προηγουμένως αλλά με κανένα τρόπο δεν αποτελούσαν ένα αυτοτελές σύστημα. Η σφαίρα τους ήταν, από τη φύση των πραγμάτων, περιορισμένη στο εμπόριο και στο νόμισμα (finance), μόνο από τη στιγμή που οι έμποροι και οι τραπεζίτες χρησιμοποιούσαν χρήμα. Το μεγαλύτερο μέρος της οικονομίας ήταν αγροτικό και πρακτικά εκτός εμπορίου – μια ισχνή ροή αγαθών μέσα στη τεράστια, αδρανή μάζα της κοινοτικής ζωής στο φέουδο και στο νοικοκυριό». Ο Polanyi υποστηρίζει ότι η νεοκλασική θεωρία προκειμένου να θεμελιώσει το δόγμα της σπανιότητας και της μεγιστοποίησης βασίστηκε στη σχέση των όρων της επιλογής, της ανεπάρκειας και της σπανιότητας, με την έννοια ότι η επιλογή προκαλείται από την ανεπάρκεια των μέσων. Η κυριαρχία του συστήματος της αγοράς ή της κοινωνίας της αγοράς σε συνδυασμό με τις δογματικές υποθέσεις του απεριόριστου των ατομικών επιθυμιών και αναγκών και του περιορισμού των μέσων επέτρεψε αφενός στον εγκλωβισμό των αναγκών και των επιθυμιών στα πλαίσια της αγοράς και στην ατομικιστική θεώρηση αυτών και αφετέρου στην περιγραφή αυτής της κατάστασης σε μια «κατάσταση σπανιότητας». Αναφέρει χαρακτηριστικά ο Κ.Πολάνι (σελ.29): «από τη στιγμή που η ανθρώπινη ύπαρξη θεωρήθηκε ως ένα 'άτομο στην αγορά'...από τις επιθυμίες και τις ανάγκες του, μόνο αυτές μετρούσαν που μπορούσε το χρήμα να ικανοποιήσει μέσω της αγοράς πραγμάτων που προσφέρονταν στις αγορές. Οι επιθυμίες και οι ανάγκες περιοριζόταν σε αυτές των απομονωμένων ατόμων. Επομένως, καμία άλλη από τις επιθυμίες και ανάγκες που δεν προσφέρονταν στην αγορά δεν μπορούσαν να αναγνωριστούν, και κανένα πρόσωπο παρά το άτομο στην απομόνωση μπορούσε να γίνει αποδεκτό ως ανθρώπινο ον».

Σε μια ελεύθερη αγορά απρόσωπων σχέσεων, κυριαρχίας της ανταλλακτικής αξίας και του γενικού ισοδυναμίου (χρήμα), εμπορευματοποίησης των αγαθών, της εργασίας, του χώρου και του χρόνου, των παραγόμενων προϊόντων, η επίτευξη της μεγιστοποίησης προϋποθέτει την ελευθερία της επιλογής. Η ελευθερία αυτή της επιλογής έγκειται στην ελεύθερη από δεσμεύσεις, κοινωνικές σχέσεις εκλογής όσων εντάσσονται στη γενική σφαίρα της εμπορευματικής ανταλλαγής (δηλαδή στην ελεύθερη αγορά). Αν στις μορφές ανταλλαγής, όπως το δώρο²⁷⁰, το κούλα, το πότλας το αποσκοπούμενο κέρδος ήταν η κοινωνική καταξίωση²⁷¹, το γόητρο, οι κοινωνικοί δεσμοί, η αύξηση της συμβολικής αξίας των ανταλλασσόμενων αγαθών/αντικειμένων²⁷² και ο ανταγωνισμός ρυθμιζόταν από το κίνητρο της γενναιόδωρης ανταπόδοσης,²⁷³ στην ελεύθερη αγορά το κίνητρο είναι το οικονομικό

²⁷⁰ Μ.Μως, *Το Δώρο: Μορφές και λειτουργίες της ανταλλαγής*, μετ.Α.Σταματοπούλου-Παραδέλλη, επιμ. Θ.Παραδέλλη, Καστανιώτης, Αθήνα 1979, σελ.79. Ο Μως αναφέρει για το συμβολικό φορτίο και την αξία του δώρου ότι «αν το δώρο υποχρεώνει, είναι γιατί το ίδιο το δώρο, δεν είναι αδρανές. Ακόμα κι όταν το εγκαταλείπει ο δωρητής, εκείνο εξακολουθεί να αποτελεί κομμάτι του εαυτού του» κι αλλού (σελ.97) «η ίδια η σύμβαση μετέχει στη φύση του “βαϊγκουά”». Όχι μόνο τα βραχιόλια και τα περιδέραια, αλλά και τα αγαθά, τα στολίδια, τα όπλα και γενικά όλα όσα ανήκουν στο συνέταιρο ενέχουν τόσο ισχυρό αίσθημα, για να μην πούμε προσωπική ψυχή, που συμμετέχουν και τα ίδια στη σύμβαση».

²⁷¹ Μ.Μως, *Το Δώρο: Μορφές και λειτουργίες της ανταλλαγής*, ό.π., σελ.165-6. Ο Μως αναφέρει τη διάσταση του προσωπικού συμφέροντος στις πράξεις επιδεικτικής καταστροφής: «Στις μεγαλοπρεπείς αυτές πράξεις γενναιοδωρίας δεν λείπει το προσωπικό συμφέρον. Η δαπανηρή, υπερβολική και, συχνά, καθαρά καταστρεπτική αυτή μορφή κατανάλωσης όπου προσφέρονται μονομιάς ή καταστρέφονται σημαντικές ποσότητες αγαθών που ‘χουν από καιρό συσσωρευτεί, ειδικά στην περίπτωση του πότλας, δίνει στους θεσμούς αυτούς την εντύπωση μιας υπέρμετρης σπατάλης, μια αλόγιστης παιδικής ασωτείας. Δεν εξαφανίζουν μονάχα χρήσιμα αγαθά, δεν καταναλώνουν μονάχα πλούσιες ποσότητες τροφίμων, αλλά και καταστρέφουν για να καταστρέψουν, σπάζοντας τα “μπακίρια” τους, τα χρήματά τους (Κουακιούτλ), ή πετώντας σε στη θάλασσα (Τσίμισαν, Τλίνγκιτ, Χάιντα)...Τα δώρα αυτά ανάμεσα στους υποτέλειες και τους αρχηγούς, ανάμεσα στους υποτέλειες και τους οπαδούς τους, καθορίζουν τελικά την κοινωνική ιεραρχία. Η προσφορά αποτελεί δείγμα ανωτερότητας, δείγμα πως είσαι κάτι παραπάνω, ανώτερος, δείγμα πως είσαι magister.»

²⁷² M.Godelier, *Το Δώρο: Μορφές και λειτουργίες της ανταλλαγής*, ό.π., σελ.187. Ο M.Godelier αναφερόμενος στο κούλα παρατηρεί ότι η αξία των πολυτίμων αντικειμένων (κιτούμ) που προσφέρονται από τους δυο εταίρους επαυξάνεται κατά την κυκλοφορία του από τον ένα στον άλλο: «Τους ενδιαφέρει να το ρίξουν [σ.σ.:κιτούμ] όσο το δυνατόν μακρύτερα και να το αφήσουν να κυκλοφορήσει για όσο γίνεται μακρύτερο χρονικό διάστημα, προκειμένου να μεταφέρει μαζί του και να μεγεθύνει το όνομα του αρχικού του δωρητή καθώς και για να φορτιστεί το αντικείμενο με ολόένα και περισσότερη ζωή και ‘αξία’ καθώς αυτό αυτοφορτίζεται με όλα τα δώρα και όλα τα χρέη που προξενεί ή ακυρώνει η κυκλοφορία του.»

²⁷³ B.Malinowski, *Argonauts of the Western Pacific*, Routledge & Kegan Paul, New York 1987, σελ.511-6. Ο B.Malinowski μελετώντας τη μορφή των ανταλλαγών του «κούλα» κατέληξε στην αμφισβήτηση της ρασιοναλιστικής αρχής της ελάχιστης προσπάθειας, του ατομικού συμφέροντος και του κέρδους. Το κίνητρο του «κούλα» δεν είναι το κέρδος αλλά οι αξίες του γόητρου και της γενναιοδωρίας και η αίσθηση του χρέους που ενεργοποιεί τη συνέχιση των δώρων και των αντίστοιχων ανταποδόσεων. Παραθέτουμε τα λόγια του ίδιου: «Είναι ακριβώς μέσω αυτής της ανταλλαγής, με το να είναι η συνεχής επιδίωξη και το αντικείμενο της αγωνιστικής επιθυμίας, με το να είναι τα μέσα της αυξανόμενης άμυλλας και της κοινωνικής διάκρισης και φήμης, που αυτά τα αντικείμενα αποκτούν την υψηλή αξία τους. Πράγματι, διαμορφώνουν ένα από τα κύρια ενδιαφέροντα στην πρωτόγονη ζωή και είναι ένα από τα πιο κύρια ζητήματα του πολιτισμού τους. Έτσι, ένα από τα πιο σημαντικά και ασυνήθιστα χαρακτηριστικά του Κούλα είναι η ύπαρξη του Κούλα βαϊγκουά, η ασταμάτητη κυκλοφορία και συνεχώς ανταλλάξιμα πολύτιμα είδη, που οφείλουν την αξία τους σε αυτή την

κέρδος και η κοινωνική αναγνώριση μέσω αυτού. Εδώ ο ανταγωνισμός ρυθμίζεται με τις τιμές (προϊόντων, εργατικής δύναμης) εντός της σχέσης της προσφοράς και ζήτησης.

Βασικές έννοιες της αστικής πολιτικής οικονομίας, η προσφορά και η ζήτηση συγκροτούν μια φαινομενική σχέση αλληλεξάρτησης μεταξύ ελευθερίας και αναγκαιότητας. Με αυτόν τον τρόπο η ελεύθερη αγορά συγκροτείται ως ένα σύστημα αυτορυθμιζόμενο μέσω του ελεύθερου ανταγωνισμού. Η απόκρυψη της μεσολάβησης κοινωνικών αξιών και κυρίαρχων νοηματοδοτήσεων που οργανώνουν τη ζήτηση ως ένα σύστημα αναγκών από το ίδιο γραφειοκρατικό σύστημα της παραγωγής, οι πολιτικές της τεχνητής έλλειψης, οι ασυμφωνίες/ασυμβατότητες προσφοράς και ζήτησης (σε επίπεδο τιμών, της εργασίας, της γης, των εμπορευμάτων), οι μισθολογικές πολιτικές, η εργασιακή νομοθεσία, η αναγκαιότητα της επιβίωσης και οι εξαρτημένες σχέσεις παραγωγής (κεφάλαιο-εργασία), όλα αυτά αποκρύπτονται εντός ενός κλειστού, μυθικού κοινωνικο-οικονομικού συστήματος όπου η ελευθερία επιλογής-εκλογής φαίνεται να μεσολαβεί τη σχέση πρόσφοράς και ζήτησης.

Είναι, όμως, ακριβώς αυτή η διάσταση μεταξύ προσφοράς και ζήτησης που αναδεικνύει τις αποστάσεις και τις αντίστοιχες διαμεσολαβήσεις-ρυθμίσεις που έθεσε η νεωτερική καπιταλιστική κοινωνία στο σύνολο της κοινωνικής ζωής και δομής.

Εξετάσαμε, λοιπόν, τον μετασχηματισμό της επιλογής σε εκλογή («επιλογή τίνος») θεωρώντας ότι αφενός οι αποστάσεις σε πολιτικό, εργασιακό και καταναλωτικό επίπεδο και οι αντίστοιχες διαμεσολαβήσεις ανέδειξαν την έννοια-συμπεριφορά της εκλογής με την έννοια της ελευθερίας επιλογής. Αφετέρου η εκλογή που εκθειάζεται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στο πρόσφορο πεδίο της κατανάλωσης ήρθε να ορίσει και την εμπειρία σε όλο το κοινωνικό φάσμα. Η εμπειρία του κοινωνικού προσφέρει και τους όρους συγκρότησης συλλογικών και ατομικών ταυτοτήτων. Αν λοιπόν η εμπειρία της επιλογής της δράσης, της απόφασης, της υπευθυνότητας και της αναμέτρησης με την ιστορική κίνηση συγκροτεί συλλογικές υποκειμενικότητες-ταυτότητες που αναλαμβάνουν την ιστορική ευθύνη συλλογικών εγχειρημάτων, τότε η εμπειρία της εκλογής προσφέρει και προσφέρεται για τη συγκρότηση ατομικών ταυτοτήτων, οι οποίες αρθρώνονται ευνοϊκά στο πεδίο της

κυκλοφορία και το χαρακτήρα τους. Οι πράξεις της ανταλλαγής των πολύτιμων ειδών πρέπει να υπακούουν σε ένα συγκεκριμένο κώδικα. Η κύρια αρχή αυτής δηλώνει ότι η ανταλλαγή δεν είναι ένα παζάρεμα. Η αντιστοιχία των ανταλλάξιμων αξιών είναι σημαντική, αλλά πρέπει να είναι το αποτέλεσμα της αίσθησης αυτού που ανταποδίδει σχετικά με το τι αρμόζει στο έθιμο και την αξιοπρέπειά του.»

κατανάλωσης ή αλλιώς σε όποιο πεδίο η συλλογική ευθύνη και δράση αντικαθίσταται –υποχωρεί– από την ευθύνη της ιδιωτικής-ατομικής «τύχης».

Εντός, λοιπόν, μιας τέτοιας συνθήκης ποιό είναι το «κίνητρο» της εκλογής ή αλλιώς σε τί είδους «ανάγκες» αποσκοπεί η καταναλωτική δραστηριότητα και εμπειρία; Η εξέταση του ζητήματος των «αναγκών» θα μας βοηθήσει να δούμε σε τι συνίσταται ο σύγχρονος καταναλωτικός τροπισμός, δηλαδή η αντίληψη, η λογική, η νοοτροπία, η συμπεριφορά, οι πρακτικές και η συνολική εμπειρία της κατανάλωσης.

Σε αυτό το σημείο μπορούμε να παραθέσουμε μια συμπυκνωτική περιγραφή του φάσματος των προσεγγίσεων πάνω στα κίνητρα και στις ανάγκες που καλύπτει η καταναλωτική δραστηριότητα, όπως δίνεται από τον C.Campbell: «Τα καταναλωτικά αγαθά μπορούν να εκπληρώσουν μια ευρεία γκάμα προσωπικών και κοινωνικών λειτουργιών. Αναμφισβήτητα μπορούν να ικανοποιήσουν ανάγκες ή να ικανοποιήσουν ανάγκες και επιθυμίες. Επίσης μπορούν να αποζημιώσουν το άτομο για αισθήματα κατωτερότητας, ανασφάλειας ή απώλειας, ή να συμβολίσουν την επίτευξη, την επιτυχία ή την ισχύ. Επίσης μπορούν να επικοινωνήσουν κοινωνικές διακρίσεις ή να ενισχύσουν σχέσεις ανωτερότητας και κατωτερότητας μεταξύ ατόμων ή ομάδων. Μπορούν επίσης σε κάποιες περιπτώσεις να εκφράσουν στάσεις ή νοητικές καταστάσεις, ή να επικοινωνήσουν συγκεκριμένα μηνύματα από το ένα πρόσωπο στο άλλο. Τέλος μπορούν να συμβάλλουν στη δημιουργία ή επιβεβαίωση της αίσθησης του εαυτού για ένα άτομο ή της προσωπικής του ταυτότητας.»²⁷⁴

3. Το ζήτημα των αναγκών

Η θέση ότι η κατανάλωση αποσκοπεί στην ικανοποίηση αναγκών και επιθυμιών γίνεται κοινά αποδεκτή τόσο από τους κλασικούς οικονομολόγους όσο και από τους μαρξιστές. Για τους πρώτους, η κατανάλωση προσεγγίζεται ως ζήτηση (με όρους ποσοτικών) επιθυμητών αγαθών και υπηρεσιών και μαζί με την προσφορά συγκροτούν τη σχέση διαμόρφωσης των τιμών στην ελεύθερη αγορά.²⁷⁵ Ο συνδυασμός ψυχολογικής και «ορθολογικής» εξήγησης της κυμαινόμενης ζήτησης αποτυπώνεται στις θέσεις του A.Marshall περί αντίστροφης αναλογίας μεταξύ της

²⁷⁴ C.Campbell, «The sociology of consumption» στο D.Miller (επιμ.), *Acknowledging consumption: a review of new studies*, Routledge, London-New York 1996, σελ.111.

²⁷⁵ S.Narotzky, *Οικονομική ανθρωπολογία: Νέοι προσανατολισμοί*, μετ.Α.Σίμογλου, επιμ. Μ.Σπυριδάκης, Σαββάλας, Αθήνα 2007, σελ. 151-2. Η S.Narotzky σχολιάζει ότι «η θεωρία της 'οριακής χρησιμότητας' των αγαθών συνιστά μια θεωρία κατανάλωσης που θεμελιώνεται στην ψυχολογική υπόθεση ότι η επιθυμία μπορεί να εκφραστεί ποσοτικά και ότι «η νεοκλασική αυτή ανάλυση της κατανάλωσης βασίζεται σε μια συγκεκριμένη άποψη ως προς την ανθρώπινη φύση: την άποψη ότι η 'επιθυμία' μπορεί να ικανοποιηθεί με την ανταλλαγή μέσω της παραγωγής της απαραίτητης ποσότητας».

ποσότητας αγαθών και επιθυμίας αυτών, και περί της οριακής χρησιμότητας των αγαθών.

3.1. Φιλελεύθερη προσέγγιση της κατανάλωσης

Για τον Marshall, η καταναλωτική ζήτηση συνίσταται στην ορθολογική διαχείριση της «ανθρώπινης φύσης». Συγκεκριμένα αναφέρεται στον υπολογισμό της σχέσης μεταξύ του «νόμου των ικανοποιήσιμων επιθυμιών», δηλαδή όσα περισσότερα αγαθά ενός είδους τόσο μικρότερη η επιθυμία για αυτά, και των τιμών των αγαθών με σκοπό το μεγαλύτερο δυνατό όφελος. Συγκεκριμένα ο Marshall σχετίζει τη χρησιμότητα με την επιθυμία: «Η χρησιμότητα εκλαμβάνεται ως συσχετιζόμενη με τον Πόθο ή με την επιθυμία και μόλις είδαμε ότι κάθε ξεχωριστή επιθυμία έχει όρια και ότι όποτε αυξάνεται η ποσότητα ενός αντικειμένου που διαθέτει κανείς, η λαχτάρα του πόθου του να αποκτήσει περισσότερα φθίνει, έως ότου παραχωρήσει τη θέση του στον πόθο για κάποιο άλλο αντικείμενο...το επιπλέον όφελος που αποκομίζει κανείς από μια δεδομένη αύξηση του αποθέματος οποιουδήποτε αντικειμένου μειώνεται όσο αυξάνεται το απόθεμα που διαθέτει ήδη».²⁷⁶ Η χρησιμότητα της οριακής αγοράς ενός αγαθού ορίζεται από το ξεπέρασμα του ορίου «της αμφιβολίας ως προς το αν αξίζει τον κόπο να επιβαρυνθεί την απαιτούμενη δαπάνη για να το αποκτήσει».

Το «ορθολογικό», υπολογιστικό, ωφελμιστικό οικονομικό υποκείμενο βρίσκεται στον πυρήνα της νεοκλασικής οικονομικής θεωρίας και είναι αντιμέτωπο με τις πεπερασμένες ανάγκες του και την ακόρεστη επιθυμία του, καθώς και με το υπολογιστικό του καθήκον να αποφανθεί για την χρησιμότητα των αγαθών, των οποίων η απόκτηση συνεπάγεται θυσία.²⁷⁷

Σε αυτό το σημείο μπορούμε να εντοπίσουμε μια διαφοροποίηση με τη μαρξιστική προσέγγιση με την έννοια ότι αμφότερες από τη μια αναγνωρίζουν τη χρησιμότητα των αγαθών και την ανάγκη στην οποία απαντούν αυτά ως δεδομένα. Από την άλλη, όμως, ενώ για τους νεοκλασικούς η χρησιμότητα καθορίζεται σε σχέση

²⁷⁶ A.Marshall, *Elements of Economics of Industry*, Macmillan, London 1964, σελ.61-2, όπως παρατίθεται από τη S.Narotzky, *Οικονομική ανθρωπολογία- Νέοι προσανατολισμοί*, μετ. Α.Σίμογλου, επιμ. Μ.Σπυριδάκης, Σαββάλας, 2007, σελ.151. Επίσης βλ. A.Marshall – M.P.Marshall, *Economics of industry*, Overstone Press, 1997, σελ. 69-71.

²⁷⁷ Σ.Δημητρίου, «Ο Marcel Mauss και η οικονομική ανθρωπολογία», όπ.π., σελ.35. Όπου αναφέρεται ότι η έννοια της ακόρεστης επιθυμίας σε αντίθεση με αυτή της αντάρκειας αποτελεί χαρακτηριστικό του αστικού κόσμου και «νομιμοποιήθηκε από τους υλιστές φιλοσόφους- κατά τον Holbach, η ικανοποίηση μιας ανάγκης είναι αιτία δημιουργίας νέων αναγκών». Το ακόρεστο της επιθυμίας και ο περιορισμός των μέσων και του χρόνου εγκαινιάζει το οικονομικό φαινόμενο, με το οποίο αναδύεται τόσο το οικονομικό, υπολογιστικό υποκείμενο όσο και η αξία των σκοπών και των μέσων υλοποίησής τους, δηλαδή των αγαθών.

με την ανταλλακτική αξία ή αλλιώς από την ποσότητα γενικού ισοδύναμου – χρήματος- που πρέπει να καταβληθεί για την απόκτηση του προϊόντος, για τη μαρξική προσέγγιση η χρησιμότητα του αγαθού έγκειται στην κοινωνική αξία χρήσης του.

Κριτική στη θέση των κλασικών οικονομολόγων σχετικά με το ακόρεστο των επιθυμιών, την μείωση της οριακής χρησιμότητας των προϊόντων και την ανάδυση πρόσθετων αναγκών άσκησε από τη δική του ιδεαλιστική οπτική ο J.K.Galbraith. Η κριτική αυτή προσέγγιση στόχευσε τη «σχέση εξάρτησης» της συνεχούς αύξησης της παραγωγής και των αναγκών. Ο Galbraith διέκρινε μεταξύ «βασικών αναγκών» (τροφή, ρουχισμός, στέγαση) και «δευτερευουσών αναγκών» και έκανε λόγο για το βαθμό σπουδαιότητας των αγαθών που παράγονται στην εκβιομηχανισμένη κοινωνία.²⁷⁸ Για τον Galbraith, οι ανάγκες των σύγχρονων καταναλωτών θα μπορούσαμε να πούμε ότι ρυθμίζονται εντός μια κυκλικής διαδικασίας που διατρέχεται από μια αυτοεκπληρούμενη προφητεία. Η αύξηση των παραγόμενων αγαθών συνδέεται με την ικανοποίηση συνεχώς αυξανόμενων αναγκών είτε με την «άμιλλα των καταναλωτών» είτε με την «συνθετική δημιουργία αναγκών» από τη διαφήμιση και τις τεχνικές πωλήσεων. Για αυτό το λόγο θεωρεί ότι οι δαπάνες των διαφημιστικών προωθήσεων πρέπει να ενταχθούν στη θεωρία της καταναλωτικής ζήτησης. Αναφέρει χαρακτηριστικά ότι «η ένταξη αυτή προϋποθέτει την αναγνώριση πως οι ανάγκες είναι συναρτήσεις της παραγωγής. Συνεπάγεται την αναγνώριση πως ο παραγωγός έχει τη διπλή λειτουργία της παραγωγής των αγαθών και της δημιουργίας της αναγκαίας ζήτησης γι' αυτά τα αγαθά. Οδηγεί στην κατανόηση πως η παραγωγή, και παθητικά με το μηχανισμό της άμιλλας, και ενεργά μέσω της διαφήμισης και άλλων συναφών δραστηριοτήτων, δημιουργεί η ίδια τις ανάγκες και παράλληλα γυρεύει να ικανοποιήσουν».²⁷⁹

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι το θεωρητικό εγχείρημα του Galbraith συνίσταται στη διάσωση των αξιών χρήσης των αγαθών, προϊόντων και υπηρεσιών που ικανοποιούν βασικές συλλογικές και ατομικές ανάγκες. Η πρώτη αιτία του φαινομένου της κοινωνικής ανισορροπίας κατά τον Galbraith είναι «η μεγάλη

²⁷⁸ J.K.Galbraith, *Η κοινωνία της αφθονίας*, μετ. Κ.Χατζηαργύρη. Παπαζήσης, Αθήνα 1970, σελ.168. Παραθέτουμε ενδεικτικά: «...η επιθυμία κάλυψης των καταναλωτικών αναγκών, που ήταν έντονη σε εποχή όταν η αύξηση της παραγωγής συνεπαγόταν αύξηση της τροφής για τους πεινασμένους, αύξηση του ρουχισμού για τους μισόγυμνους και εξασφάλιση στέγης για τους αστέγους, κράτησε όλη της τη ζωντάνια και στον σημερινό μας κόσμο, όπου η αύξηση της παραγωγής προορίζεται να ικανοποιήσει τη λαχτάρα μας για πιο κομψά αυτοκίνητα, πιο εξωτικό φαί, πιο προκλητικό ντύσιμο, πιο πολυτελή ψυχαγωγία, για όλα γενικώς τα είδη που τώρα υπηρετούν τις φιλήδονες, θανατερές, όχι και τόσο τιμητικές, επιθυμίες μας.»

²⁷⁹ J.K.Galbraith, *Η κοινωνία της αφθονίας*, όπ.π., σελ.183.

καθυστέρηση των δημόσιων υπηρεσιών απέναντι στην ιδιωτική παραγωγή και χρήση των αγαθών»²⁸⁰ και αυτό οφείλεται στην προτίμηση των καταναλωτών για ιδιωτικές δαπάνες. Η ένταση της επιθυμίας για ιδιωτικές υπηρεσίες και αγαθά αποδίδεται στην δυναμική της διαφημιστικής πειθούς. Η αναγνώριση της δυνατότητας της κοινωνικής ισορροπίας σε μια ταξικά διαρθρωμένη κοινωνική δομή, η απόδοση της αναταραχής στη διαφημιστική χειραγώγηση και στην ικανότητά της να παράγει δευτερεύουσες ανάγκες αποκτά ηθικολογούσα απόχρωση καθώς παραγνωρίζει τη δομική ασυμμετρία της πολιτικής, οικονομικής και κοινωνικής ισχύος στα πλαίσια της καπιταλιστικής κοινωνίας και αντιμετωπίζει το διαφημιστικό μηχανισμό ως μια μεταφυσική δύναμη αντί ως μια δομή που παράγει ένα συνολικότερο τρόπο αντίληψης, νοηματοδότησης της κοινωνικής πραγματικότητας.²⁸¹

3.2. Μαρξική προσέγγιση της κατανάλωσης

Η μαρξική προσέγγιση της κατανάλωσης έχει ως αφετηρία την παραγωγή, με αποτέλεσμα η καταναλωτική δραστηριότητα να συνιστά το τελευταίο στάδιο της οικονομίας (παραγωγή -διανομή και ανταλλαγή-κατανάλωση) και ταυτόχρονα τον τρόπο αναπαραγωγής του εργατικού δυναμικού. Από την άμεση κατανάλωση στα πλαίσια της φυσικής οικονομίας της οικιακής μονάδας, όπου η παραγωγή αποβλέπει στην κάλυψη των βασικών αναγκών περνάμε στην κατανάλωση εμπορευμάτων όπου η παραγωγή εντός των κεφαλαιοκρατικών σχέσεων αποβλέπει στην απόσπαση της υπεραξίας και στην παραγωγή προϊόντων για ανταλλαγή. Για τον Κ.Μαρξ το εμπόρευμα ως «εξωτερικό αντικείμενο» ικανοποιεί ανάγκες είτε υλικές είτε πνευματικές και χαρακτηρίζεται από δύο βασικές αντιφατικές ιδιότητες, την αξία χρήσης και την ανταλλακτική αξία.²⁸² Η κοινωνική αξία χρήσης του προϊόντος είναι

²⁸⁰ J.K.Galbraith, *Η κοινωνία της αφθονίας*, ό.π., σελ.259.

²⁸¹ J.K.Galbraith, *Η κοινωνία της αφθονίας*, ό.π., σελ.184. Η δαιμονοποίηση του διαφημιστικού μηχανισμού από τον συγγραφέα αποτυπώνεται τόσο στο περιεχόμενο της θέσης του όσο και στο λεξιλόγιο που επιλέγει για να τη στηρίξει. Παραθέτουμε ενδεικτικό απόσπασμα: «Το γεγονός ότι πολλές ανάγκες μας είναι συνθετικά δημιουργήματα των διαφημιστών, ότι τους δίνει σάρκα και οστά η τεχνική της πώλησης και ότι πλάθονται και αναμορφώνονται σύμφωνα με τη θέληση παρασχηματικών δυνάμεων που αναλαβαίνουν να μας πείσουν για το τι θέλουμε, δείχνει ασφαλώς πως οι ανάγκες αυτές αποκλείεται να είναι στ' αλήθεια πιεστικές. Ο πεινασμένος δεν έχει ανάγκη να τον πληροφορήσουν πως πενιά. Όταν νιώθει όρεξη για τροφή, δεν υπάρχει λόγος να του μιλήσουν για φαΐ οι διαφημιστές. Η διαφήμιση παίζει έναν αποφασιστικό ρόλο μονάχα όταν αποτρέπει στ' ανθρώπους που δεν πιέζονται από τις φυσιολογικές ανάγκες τους και για τούτο δεν ξέρουν καλά-καλά τι θέλουν. Μονάχα τότε μπορεί να επενεργήσει αποφασιστικά πάνω στους καταναλωτές η πειθώ». Για μια κριτική στις θέσεις του J.K.Galbraith βλ. Ζ.Μπωντριγάρ, *Η καταναλωτική κοινωνία*, ό.π., σελ.75-81.

²⁸² Κ.Μαρξ, *Εμπόρευμα και χρήμα*, μετ...εισ.σχ. Γ.Σταμάτης, Κριτική, Αθήνα 1991, σελ.37-40. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι «το ότι η ουσία της ανταλλακτικής αξίας είναι ένα εντελώς διαφορετικόν και ανεξάρτητον από την φυσική -χειροποίητη- ύπαρξη του εμπορεύματος ή την ύπαρξη

αυτή που του επιτρέπει να ενταχθεί στην εμπορευματική σφαίρα, με την έννοια ότι θα απαντήσει σε ανάγκες των καταναλωτών.²⁸³

Αποδεχόμενος την αξία της εργασίας ως μέσο μετασχηματισμού της ύλης και έτσι τρόπο θεμελίωσης του αντικειμενικού, ανθρώπινου κόσμου²⁸⁴ ο Marx αναγνωρίζει τη «φυσική», κοινωνική αξία των εμπορευμάτων και την οικουμενικότητα των αναγκών. Η ανάπτυξη των παραγωγικών δυνάμεων συμβάλλει στην κάλυψη των αναγκών και μπορεί να οδηγήσει στη σταδιακή μείωση και εξάλειψη της αναγκαιότητας της εργασίας και στην είσοδο στο βασίλειο της ελευθερίας με την προϋπόθεση της απελευθέρωσης των παραγωγικών δυνάμεων από την κεφαλαιοκρατική ιδιοποίηση. Για τον Marx το ζήτημα δεν τίθεται στον πολιτισμικό προσδιορισμό των αναγκών αλλά στην προοπτική της υπέρβασης των αντιθέσεων που θέτει ο καπιταλιστικός τρόπος παραγωγής και στην επανοικειοποίηση των μέσων παραγωγής και με αυτό τον τρόπο των μέσων κάλυψης των αναγκών. Για τον Marx το ζήτημα έγκειται στην ανταλλακτική αξία του εμπορεύματος και όχι στην αξία χρήσης του, την οποία αναγνωρίζει.

Η μαρξική κριτική στρέφεται στην εμπορευματική σφαίρα της ανταλλαγής και στη φαινομενικότητα του εμπορεύματος εντός αυτής, με άλλα λόγια στον φετιχισμό του εμπορεύματος. Η κριτική αυτή δεν αφορά τη «φυσική αξία» ή κοινωνική αξία χρήσης του εμπορεύματος, η οποία συνίσταται στη δυνατότητα ικανοποίησης των αναγκών, αλλά αναφέρεται στη φασματική μορφή του εμπορεύματος εντός της αγοράς, η οποία του επιτρέπει να οργανώνει τη συνολική φαντασμαγορία του εμπορεύματος μέσω της ανταλλακτικής του αξίας. Για το μυστικισμό του εμπορεύματος ο Marx αναφέρει ότι «μόλις όμως παρουσιαστεί ως εμπόρευμα [το τραπέζι] μεταμορφώνεται σε ένα αισθητηριακό αντιληπτό υπεραισθητό πράγμα...ο μυστικιστικός χαρακτήρας του εμπορεύματος δεν εκπηγάζει λοιπόν από την αξία

του ως αξία χρήσης το δείχνει η σχέση ανταλλαγής του από την πρώτη ματιά. Η σχέση αυτή ανταλλαγής χαρακτηρίζεται ακριβώς από την αφαίρεση από την αξία χρήσης. Διότι θεωρούμενο ως ανταλλακτική αξία κάθε εμπόρευμα είναι ακριβώς το ίδιο με κάθε άλλο, αρκεί να υπάρχει [σε σχέση με αυτό το άλλο] στη σωστή αναλογία». (σελ.39-40)

²⁸³ Κ.Μαρξ, *Εμπόρευμα και χρήμα*, όπ.π., σελ.86

²⁸⁴ M.J.Lee, *Consumer culture reborn*, Routledge, London 1993, σελ.5. Ο M.J.Lee παραπέμπει στον K.Marx, Οικονομικά και φιλοσοφικά χειρόγραφα (σελ.323): η εργασία ως τρόπος αντικειμενικοποίησης των τρόπων ζωής του ανθρώπου. Ο M.J.Lee σχολιάζει πως «ο υλικός πολιτισμός είναι έτσι η αντικειμενικοποίηση της κοινωνικής συνείδησης· η έκφραση της ανθρωπότητας ως κοινωνικό είδος. Μέσω αυτής της οικειοποίησης, η φύση επομένως μετασχηματίζεται σε μια σειρά πολιτισμικών όπως επίσης και υλικών χρησιμοτήτων.»

χρήσης του. Εξίσου ελάχιστα από τους αξιακούς προσδιορισμούς ιδωμένους καθεαυτούς».²⁸⁵

3.3. Κριτική στη «χρησιμότητα των αγαθών»

Το ζήτημα των αναγκών υπό τη μαρξική οπτική δεν εξετάζεται αλλά θεωρείται ως δεδομένο μέσα από μια φυσική σύνδεση αναγκών και αξίας χρήσης των παραγόμενων προϊόντων. Η έμφαση στη δυνατότητα του ανθρώπου να μετασχηματίζει την ύλη και να κυριαρχεί των αντιξοοτήτων της φύσης και στην προοπτική που άνοιγε η δυνατότητα αυτή προς την απελευθέρωση του ανθρώπου σήμανε και την κριτική του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής ο οποίος ιδιοποιείται τη δυναμική αυτή της ανθρώπινης εργατικής δύναμης και των μέσων παραγωγής. Σκοπός, λοιπόν, του μαρξισμού ήταν η θεωρητική θεμελίωση της αξίας των προϊόντων και της εργασίας έτσι ώστε να απελευθερώσει αφενός την αξία χρήσης των εμπορευμάτων και να διαλύσει τον μυστικισμό της γενικευμένης ανταλλαξιμότητας και της αποκρυπτόμενης κοινωνικής-παραγωγικής εργασίας και των σχέσεων παραγωγής. Αν λοιπόν, για τον Marx, η σχέση ανθρώπου-παραγωγού και ανάγκης μεσολαβείται από το αυτόνομο εμπόρευμα (φετιχισμός) ή από την εμπορευματική μορφή, τότε θα πρέπει να θέσουμε και το ζήτημα της διαμεσολάβησης της σχέσης ανάγκης και αξίας χρήσης ή χρησιμότητας από τον συμβολικό λόγο ή αλλιώς από το κοινωνικό φαντασιακό.

Οι ανάγκες δεν έχουν κάποια ουσιοκρατική, δεδομένη, οικουμενική υπόσταση, αλλά έχουν υλική και κυρίως συμβολική. Αυτό δεν συνεπάγεται ένα ακραίο, παραλυτικό μεταμοντέρνο σχετικισμό, ο οποίος από την πίσω πόρτα νομιμοποιεί την κοινωνική ανισότητα, τις ταξικές αποστάσεις, την εκμετάλλευση, την εξαθλίωση των κατώτερων κοινωνικών στρωμάτων. Αντίθετα αναγνωρίζουμε ότι η τροφή, η στέγαση για παράδειγμα συνιστούν ανάγκες και προϋποθέσεις της συντήρησης στη ζωή για τον άνθρωπο, αλλά αυτή η υλική διάσταση της ανάγκης σε κάθε κοινωνικο-ιστορικό

²⁸⁵ Κ.Μαρξ, *Εμπόρευμα και χρήση*, ό.π., σελ. 74-5. Ο Μαρξ δίνει τον ορισμό του για το φετιχισμό του εμπορεύματος (σελ.190): «Η εμπορευματική μορφή και η αξιακή σχέση των προϊόντων εργασίας δεν έχουν αντιθέτως απολύτως τίποτα να κάνουν με την υλική φύση των προϊόντων εργασίας και τις απ' αυτήν αναφερόμενες σχέσεις μεταξύ υλικών πραγμάτων. Είναι μόνο η ίδια η ορισμένη κοινωνική σχέση των ανθρώπων που λαμβάνει εδώ για αυτούς η φαντασμαγορική μορφή μιας σχέσης πραγμάτων. Ως εκ τούτου, για να βρούμε αναλογία, πρέπει να καταφύγουμε στην ομιχλώδη περιοχή του κόσμου της θρησκείας. Εδώ εμφανίζονται τα προϊόντα του ανθρώπινου κεφαλιού ως προικισμένα με τη δική τους ζωή, ως αυτοδύναμες μορφές που βρίσκονται σε σχέση μεταξύ τους και με τους ανθρώπους. Έτσι [εμφανίζονται] στον κόσμο των εμπορευμάτων τα προϊόντα της ανθρώπινης χειρός. Αυτό το ονομάζω φετιχισμό, ο οποίος προσκολλάται στα προϊόντα εργασίας από τη στιγμή που παράγονται ως εμπορεύματα, ο οποίος επομένως είναι αδιαχώριστος από την εμπορευματική παραγωγή».

συγκείμενο προσδιορίζεται, νοηματοδοτείται και διαμορφώνεται με διαφορετικούς τρόπους. Οι ανάγκες, λοιπόν, είναι κοινωνικά και πολιτισμικά καθορισμένες, πόσο μάλλον σε κοινωνίες όπου η ασυμμετρία κοινωνικής και οικονομικής ισχύος συνεπάγεται και την άρθρωση κυρίαρχου λόγου, δηλαδή νοηματοδοτήσεων, σχημάτων αξιών, πρακτικών, αντιλήψεων, τα οποία θέτουν τους όρους της κατανοησιμότητας αλλά και το περιεχόμενο του κοινωνικού κόσμου.

Με αυτό το επιχείρημα δεν αποπειράται η σχετικοποίηση των αναγκών αλλά η προβληματοποίηση της φυσικοποίησής τους. Θεωρούμε ότι κάθε ιστορικός κοινωνικός σχηματισμός νοηματοδοτεί την ύπαρξη του, θεσμίζει τις κοινωνικές μορφές, λειτουργίες και περιεχόμενα του και εντός αυτού του υλικού και συμβολικού συγκείμενου του ορίζονται οι αντίστοιχες ανάγκες, χρησιμότητες και αξίες. Επομένως, η κριτική των αναγκών πρέπει να λαμβάνει υπόψη της τη συνολική οργάνωση –υλική, συμβολική, θεσμική– ενός ιστορικοκοινωνικού σχηματισμού και όχι να απομονώνει επιθυμίες και προϊόντα, αντικείμενα στιγματίζοντας τα είτε ως αναγκαία ή ως περιττά.

Μια κριτική φαινομενολογική προσέγγιση του ορισμού των αναγκών από τα ίδια τα υποκείμενα αναδεικνύει με σαφήνεια πολλές φορές το πολιτισμικά καθορισμένο περιεχόμενο των αναγκών και της καταναλωτικής δραστηριότητας. Η απενοχοποιητική αναγωγή των καταναλωτικών προτιμήσεων σε ανάγκες βασικές όπως γίνεται από τα μικροαστικά και μεσοαστικά κοινωνικά στρώματα ή το φαινόμενο της υποκατανάλωσης των μεγαλοαστικών τάξεων αναδεικνύει πολιτισμικές και ταξικές νοηματοδοτήσεις και στρατηγικές που ενεργοποιούνται στο συγκεκριμένο συγκείμενο. Ή το γεγονός ότι κοινωνίες με μικρότερη τεχνοοικονομική ανάπτυξη δεν θεωρούν τους εαυτούς τους ως φτωχές ή «υπανάπτυκτες». Αντιθέτως το ότι εκτιμώνται σύμφωνα με τους δυτικούς ορισμούς του βιοτικού επιπέδου ως τέτοιες αναδεικνύει το ζήτημα των κριτηρίων καθορισμού των αναγκών και των διαφορετικών κοινωνικών νοηματοδοτήσεων. Αυτό δεν σημαίνει ότι παραγνωρίζεται η φτώχεια, η αδυναμία πρόσβασης σε υλικά και συμβολικά αγαθά, ο κοινωνικός αποκλεισμός, η εξαθλίωση κατωτέρων κοινωνικών στρωμάτων. Αντιθέτως μια τέτοια προσέγγιση της κατανάλωσης την θέτει ως ένα σύστημα επικοινωνίας, ανταλλαγής, ανάλωσης υλικών και συμβολικών αγαθών, ως ένα σύστημα παραγωγής αναγκών, προνομιών και στερήσεων, διακρίσεων. Επομένως όταν ένας πολιτισμός που θεσμίζει την κοινωνική του δομή ως ιεραρχική, διευθετημένη σε ασύμμετρες κοινωνικές σχέσεις ισχύος – πολιτικής, οικονομικής, κοινωνικής, φυλετικής, σεξουαλικής, ηλικιακής– τότε η κατανάλωση συνιστά ένα κρίσιμο και προνομιοιακό πεδίο, μια δραστηριότητα

παραγωγής και αναπαραγωγής αυτών των διακρίσεων, των αποκλεισμών των αποστάσεων.

Εδώ, λοιπόν, δεν αρκεί η μαρξική κριτική της επικράτησης της ανταλλακτικής αξίας έναντι της αξίας χρήσης των προϊόντων. Αναμφίβολα η εμπορευματική ανταλλαγή συνιστά έναν οικονομικό μηχανισμό κοινωνικής διάκρισης, εξασφάλισης της συσσώρευσης πλούτου, κοινωνικής αναγνώρισης, κύρους, κατοχής μέσω παραγωγής και αναπαραγωγής, παραγωγής της σπανιότητας, της στέρξης, του αποκλεισμού και εξαθλίωσης. Παρόλα αυτά θα πρέπει να προβληματοποιείται κάθε φορά και η αξία χρήσης των παραγόμενων προϊόντων ενός κοινωνικού οικονομικού συστήματος. Για αυτό είναι αναγκαία μια φαινομενολογική προσέγγιση του λόγου, των εμπειριών, των αναγκών, των επιθυμιών των ατόμων και κοινωνικών ομάδων που βρίσκονται κάθε φορά στο μεταίχμιο και στο περιθώριο του κοινωνικού σχηματισμού, του οικονομικού συστήματος και του πολιτισμικού σύμπαντος. Με λίγα λόγια είναι απαραίτητο να ακούσουμε τα άτομα που βρίσκονται «εκτός τόπου» για διαφορετικούς λόγους. Κι αυτό όχι με μια ενσωματική, αφομοιωτική σκοποθεσία άμεση ή έμμεση – χαρακτηριστική της αποικιοκρατικής πολιτικής-, αλλά για να προσεγγίσουμε κριτικά και αναστοχαστικά άλλες νοηματοδοτήσεις, άλλες εξεικονίσεις, άλλες επιθυμίες και ανάγκες, όχι ως περιθωριακές.²⁸⁶ Γιατί η αντίληψη περί «περιθωρίου» προϋποθέτει μια σύλληψη ενός «έγκυρου» κοινωνικοπολιτισμικού συνόλου, μιας κυρίαρχης επικράτειας –με ό,τι όρια, σύνορα, πρακτικές περιφρούρησης και εκτοπισμού συνεπάγεται αυτή.

Επομένως ένα όραμα κοινωνικής χειραφέτησης θα έθετε ως στόχους την απελευθέρωση της εργασίας και της αξίας χρήσης, της χρησιμότητας των αγαθών μα ταυτόχρονα την ίδια στιγμή θα προβληματοποιούσε ό,τι απελευθέρωνε. Αυτό σημαίνει

²⁸⁶ F. Guattari, «Γίνεσθαι γυναίκα», μετ. Γ. Κατσάνη, στο Α. Wilden, *Κριτική του Φαλλοκεντρισμού*, μετ. και εισ. Φ. Τερζάκης, Οξύ, Αθήνα 1998, σελ. 111-9. Ο F. Guattari αναφέρεται στην ανάγκη της σύζευξης «των ταξικών αγώνων μεγάλης κλίμακας με τους μικρούς αγώνες της επιθυμίας». Η διερεύνηση του μικροπολιτικού πεδίου της επιθυμίας για τον F. Guattari θα συμβάλει στην κριτική και στην απελευθέρωση από τις κυρίαρχες σημειοδοτήσεις και νοηματοδοτήσεις, οι οποίες με την εγκαθίδρυση ταυτοτήτων και καθορισμένων διπολικών σχημάτων, όπως άνδρας-γυναίκα, παθητικός-ενεργητικός, καθαρός-βρώμικος επιβάλλουν την κοινωνική τάξη. Αναφερόμενος στο κίνημα των πορνών σε κάποιο σημείο του κειμένου του κάνει λόγο για την ανάγκη διερεύνησης της μικροπολιτικής της πορνείας μέσα από ανάδυση του λόγου, των εμπειριών και των επιθυμιών των ιδίων των πορνών. Για αυτή την ανάγκη της απελευθέρωσης του μοριακού επιπέδου υποστηρίζει συγκεκριμένα ότι «οι κατηγορίες, οι ομαδοποιήσεις, οι «ειδικότητες» δεν θα ήτανε πια χωρισμένες με αυτόν τον τρόπο, αλλά θ' αρνούμαστε τις ευκρινείς αντιθέσεις ανάμεσα στα είδη θ' αναζητούσαμε, αντίθετα, τα σημεία μετάβασης ανάμεσα στους ομοφυλόφιλους, τους τραβεστί, τους ναρκομανείς, τους σαδομαζοχιστές, τις πόρνες ανάμεσα στις γυναίκες, τους άνδρες, τα παιδιά, τους εφήβους ανάμεσα στους ψυχωτικούς, τους καλλιτέχνες, τους επαναστάτες» ως πούμε, ανάμεσα σε όλες τις μορφές σεξουαλικών μειονοτήτων, κάνοντας ξεκάθαρο ότι σε αυτόν τον τομέα δεν θα ξέραμε πάρα πώς να είμαστε μειονοτικοί».

ότι σε μια κοινωνική συνθήκη αυτονομίας το ζήτημα της εργασίας, της παραγωγής (τι παράγεται, υπό ποιες σχέσεις παραγωγής, σχέση παραγωγικής δραστηριότητας και φυσικού περιβάλλοντος, τρόπος παραγωγής) και των αναγκών θα αποτελούσαν πεδία συλλογικής, ισότιμης διαπραγμάτευσης, συνεχούς αναστοχασμού, προβληματοποίησης και συλλογικής ευθύνης και απόφασης. Με αυτόν τον τρόπο επανασυνδέεται ο παραγωγός με το προϊόν του με τον πιο αποφασιστικό τρόπο και οι ανάγκες απεκδύονται τα πρόσχημα της φυσικής αναγκαιότητας, της ορθολογικής χρησιμότητας και έτσι αποκαλύπτουν την κύρια και ιδιοποιούσα από τα άλλα έμβια όντα ικανότητα του ανθρώπου να θεσμίζει μέσω του συμβολικού την κοινωνία του πάνω στο υλικό υπόστρωμα του ανθρώπινου σώματος και του φυσικού ενδιαιτήματος.²⁸⁷

3.3.1. «Ο φετιχισμός της αξίας χρήσης»: Η θέση του J.Baudrillard

Κριτική στην έννοια της ανάγκης και της αξίας χρήσης άσκησε ο J.Baudrillard στο έργο του *For a critique of the political economy of the sign*. Ο Baudrillard θεωρεί ότι όπως η αφαίρεση της κοινωνικής εργασίας που εκφράζεται στην ανταλλακτική αξία του εμπορεύματος αποκρύπτει τις κοινωνικές σχέσεις παραγωγής και επιτρέπει στα εμπορεύματα να κυκλοφορούν στην αγορά ως αυτόνομα και προικισμένα με δικές τους ιδιότητες (φετιχισμός του εμπορεύματος ή της ανταλλακτικής αξίας) έτσι και η αφαίρεση της ανάγκης, της επιθυμίας, των ενστίκτων και των συμβολικών σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων επιτρέπει την αναγωγή τους στην ανάγκη και στη χρησιμότητα των προϊόντων ή αλλιώς στην αξία χρήσης αυτών.²⁸⁸ Πρόκειται για ένα φετιχισμό της

²⁸⁷ M.Sahlins, *Πολιτισμός και πρακτικός λόγος*, μετ.Ν.Κούρκουλος, μετ.επιμέτρου Ε.Καλπουρτζή, εισ.Ε.Παπαταξιάρχης, επιστ.επιμ. Θ.Παραδέλλης, Εκδόσεις του εικοστού πρώτου, Αθήνα 2003, σελ.288. Ο Sahlins αναφέρει ότι «οι υλικές δυνάμεις της παραγωγής δεν περιέχουν πολιτισμική τάξη, αλλά μόνο ένα σύνολο φυσικών δυνατοτήτων και περιορισμών που οργανώνεται επιλεκτικά από το πολιτισμικό σύστημα και ενσωματώνεται, ως προς τα αποτελέσματά του, από την ίδια λογική που το προκάλεσε».

²⁸⁸ J.Baudrillard, *For a critique of the political economy of the sign*, Telos Press, 1981, σελ. 135. Παραθέτουμε: «Ενάντια σε όλη αυτή την κοχλάζουσα μεταφυσική των αναγκών και των αξιών χρήσης, πρέπει να ληφθεί ότι η αφαίρεση, η αναγωγή, ο εξορθολογισμός και η συστηματοποίηση είναι τόσο απόκρυφη και γενικευμένη τόσο στο επίπεδο των 'αναγκών' όσο και στο επίπεδο των εμπορευμάτων[...]. Οι ανάγκες, μακριά από το να αρθρώνονται γύρω από την επιθυμία ή την ζήτηση του υποκειμένου, βρίσκουν τη συνοχή τους αλλού: σε ένα γενικευμένο σύστημα που είναι για την επιθυμία ότι το σύστημα της ανταλλακτικής αξίας είναι για τη συγκεκριμένη εργασία, η πηγή της αξίας. Όλες οι παρορμήσεις, οι συμβολικές σχέσεις, οι σχέσεις αντικειμένων και ακόμα οι διαστροφές –εν συντομία όλη η εργασία της μεθέξεως του υποκειμένου– αφαιρούνται και αποκτούν ως γενικό ισοδύναμο της χρησιμότητας και το σύστημα αναγκών, όπως όλες οι αξίες και η πραγματική κοινωνική εργασία βρίσκουν το γενικό ισοδύναμο στο χρήμα και το νόμισμα. Ο τιδήποτε αναδύεται από το υποκείμενο, το σώμα του και την επιθυμία του διαλύεται και ενεργοποιείται ('catalyzed') με όρους αναγκών, λιγότερο ή περισσότερο εξειδικευμένων εκ των προτέρων από τα αντικείμενα. Όλα τα ένστικτα

αξίας χρήσης ο οποίος βασίζεται στον εξορθολογισμό των αναγκών και της επιθυμίας και με αυτό τον τρόπο νομιμοποιείται η ανταλλαξιμότητα των εμπορευμάτων.²⁸⁹

Ο Baudrillard θεωρεί ότι η αστική κοινωνία περιορίζοντας και εξαλείφοντας τις τελετουργικές και συμβολικές σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων και αυτών με τα αντικείμενα προώθησε την έννοια της λειτουργικής χρησιμότητας των προϊόντων η οποία με τη σειρά της απαντά στις ανάγκες και την ικανοποίηση αυτών του νεωτερικού, οικονομικού υποκειμένου που αυτοπροσδιορίζεται με κεντρική αναφορά αυτές.²⁹⁰ Έτσι αφενός η αναγωγή της επιθυμίας του ατόμου σε συγκεκριμένες ανάγκες και αφετέρου της ιδιαίτερης εργασίας και των κοινωνικών σχέσεων σε αφηρημένη εργασία επιτρέπουν στις έννοιες της χρησιμότητας και της ανταλλαξιμότητας να μεσολαβούν ως γενικές αντιστοιχίες καθαγιάζοντας το εμπόρευμα στο σύνολο του αποκρύπτοντας την κοινωνική εργασία και τους κοινωνικούς και πολιτισμικούς καθορισμούς της ανάγκης.

Με άλλα λόγια, με βάση το επιχείρημα του Baudrillard θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο φετιχισμός της αξίας χρήσης έγκειται στην παραγνώριση των πολιτισμικών κάθε φορά προσδιορισμών των αναγκών. Παραγνωρίζεται δηλαδή ότι ένα σύστημα αναγκών διευθετεί αυτές με τέτοιο τρόπο ώστε να αναπαράγεται ο συνολικός τρόπος παραγωγής και ζωής και ότι η έννοια της χρησιμότητας συγκρότηση ιστορικά το λεγόμενο οικονομικό υποκείμενο, του οποίου η σχέση με τον κοινωνικό και φυσικό κόσμο μεσολαβείται από τις έννοιες της αντιστοιχίας, της ισοδυναμίας, της ισορροπίας μέσων και σκοπών, της μεγιστοποίησης της ικανοποίησης. Ο φετιχισμός της χρησιμότητας βασίζεται ακριβώς στο μύθο του ορθολογικού, χρησιμοθηρικού, οικονομικού υποκειμένου, ο οποίος αποβλέπει στη καλύτερη δυνατή αξιοποίηση (βλ.χρήση) των πόρων για την ικανοποίηση σκοπών. Αυτή η εργαλειακή αντίληψη της τελικότητας εμφανίζεται ως αιώνια, ως εγγενής στην ανθρώπινη φύση παραβλέποντας

εξορθολογίζονται, τελικοποιούνται και αντικειμενικοποιούνται σε ανάγκες – και για αυτό καταργούνται συμβολικά. Όλη η αμφισβησία ανάγεται σε ισοδυναμία.»

²⁸⁹ J.Baudrillard, *For a critique of the political economy of the sign*, όπ.π., σελ. 139. Ο J.Baudrillard θεωρεί ότι «ο φετιχισμός της αξίας χρήσης είναι πιο απόκρυφος και πιο 'μυστικός' από το φετιχισμό της ανταλλακτικής αξίας. Το μυστήριο της ανταλλακτικής αξίας και του εμπορεύματος μπορεί να αποκαλυφθεί, σχετικά –έχει γίνει από το Μαρξ και μετά- και να αναδυθεί στη συνείδηση ως μια κοινωνική σχέση. Αλλά η αξία στην περίπτωση της αξίας χρήσης είναι κλεισμένη σε ολόκληρο μυστήριο, λόγω του ότι είναι ανθρωπολογικά εδραιωμένη στο αυταπόδεικτο της φυσικότητας, σε μια ανυπέρβλητη γνήσια αναφορά. Αυτό είναι που ανακαλύπτουμε στην πραγματική 'θεολογία' της αξίας στην τάξη των τελικότητων: στην 'ιδανική' σχέση της ισοδυναμίας, της αρμονίας, της οικονομίας της ισορροπίας που η έννοια της χρησιμότητας συνεπάγεται. Αυτή λειτουργεί σε όλα τα επίπεδα: μεταξύ ανθρώπων και φύσης, ανθρώπου και αντικειμένων, ανθρώπου και του σώματος του, του εαυτού και των άλλων».

²⁹⁰ J.Baudrillard, *For a critique of the political economy of the sign*, όπ.π., σελ.132-3.

τις έννοιες του αμφίσημου, του ασυνειδήτου, του καταστροφικού, της μη-μεγιστοποίησης, της πολυπλοκότητας, της θυσίας, του αλόγιστου, του ξοδέματος, της ανιδιοτέλειας, της μη αποβλέπουσας σε ανταπόδοση προσφοράς (τουλάχιστον με μεγιστοποιητική των ικανοποιήσεων λογική παρά με μια πρόθεση σύναψης συμβολικών και κοινωνικών σχέσεων μεταξύ των ατόμων).

3.3.2. Η συμβολική συγκρότηση των αναγκών: Η θέση του M.Sahlins

Κριτική στη φυσικοποίηση των αναγκών και στην προτεραιότητα του «πρακτικού λόγου» έναντι του «συμβολικού λόγου» άσκησε ο M.Sahlins στο έργο του *Πολιτισμός και πρακτικός λόγος*. Για τον M.Sahlins, η υλική παραγωγή δεν συνίσταται στην παραγωγή αξιών χρήσης αλλά και στην (ανα-)παραγωγή ενός ολόκληρου πολιτισμού. «Η καπιταλιστική παραγωγή είναι, όσο και κάθε άλλο οικονομικό σύστημα, μια πολιτισμική πραγματικότητα και όχι απλώς μια φυσικό-υλική δραστηριότητα –γιατί καθώς είναι το μέσο ενός συνολικού τρόπου ζωής, αποτελεί υποχρεωτικά παραγωγή συμβολικής σημασίας».²⁹¹ Σύμφωνα με τον M.Sahlins η παραγωγή και η καταναλωτική ζήτηση οργανώνεται συμβολικά και για αυτό απαιτείται μια πολιτισμική εξήγηση αυτών, καθώς τα αντικείμενα που παράγονται, κυκλοφορούν, ανταλλάσσονται και καταναλώνονται υπάγονται στο συμβολικό κώδικα του κάθε πολιτισμού. Αναφέρει χαρακτηριστικά ότι «η κοινωνική σημασία ενός αντικειμένου που το κάνει χρήσιμο σε μια ορισμένη κατηγορία προσώπων, δεν προκύπτει από τις φυσικές του ιδιότητες όχι περισσότερο από όσο η τιμή που μπορεί να του αποδοθεί κατά την ανταλλαγή. Η αξία χρήσης δεν είναι λιγότερο συμβολική ή λιγότερο αυθαίρετη από την εμπορευματική αξία. Γιατί η χρησιμότητα δεν είναι μια ποιότητα του αντικειμένου αλλά μια σημασία των αντικειμενικών ποιοτήτων».²⁹²

Η προβληματοποίηση της χρησιμότητας των αναγκών και της ζήτησης, οι οποίες εδράζονται σε μια έννοια φυσικότητας θέτουν το ζήτημα της κατανάλωσης (και της παραγωγής) εντός του συμβολικού συστήματος που συνιστά τον πολιτισμό του εκάστοτε ιστορικο-κοινωνικού σχηματισμού. Αυτό σημαίνει ότι οι «ανάγκες», η ζήτηση είναι κάθε φορά πολιτισμικά προσδιορισμένες και η καταναλωτική δραστηριότητα και εμπειρία κομίζει, ενεργοποιεί, διευθετεί, αναπαράγει συμβολική σημασία αυτή η συμβολική σημασία που συγκροτεί το δεδομένο κοινωνικό-ιστορικό

²⁹¹ M.Sahlins, *Πολιτισμός και πρακτικός λόγος*, όπ.π., σελ. 294.

²⁹² M.Sahlins, *Πολιτισμός και πρακτικός λόγος*, όπ.π., σελ. 244.

κόσμο. Αυτό σημαίνει ότι τα άτομα με την κατανάλωση εμπλέκονται στη συμβολική (ανα-)παραγωγή του πολιτισμού τους.

3.4. Η κατανάλωση ως διαδικασία επικοινωνίας:

Η θέση των M.Douglas και B.Isherwood

Η M.Douglas και ο B.Isherwood στο έργο τους *The world of goods –towards an anthropology of consumption* ορίζουν την κατανάλωση ως το πεδίο στο οποίο διαμορφώνεται ο πολιτισμός.²⁹³ Οι συγγραφείς υποβιβάζουν την πρακτική, υλική χρησιμότητα των αγαθών και θεωρούν ότι η επιλογή των αγαθών δεν αποτελεί προϊόν ορθολογικής, συνεκτικής διαδικασίας αλλά μια κοινωνική διαδικασία συμβολικής επιβεβαίωσης και διαμόρφωσης της δομής του πολιτισμού, καθώς τα αγαθά κομίζουν κοινωνική σημασία και με αυτόν τον τρόπο λειτουργούν ως επικοινωνητές και ενδείκτες των κοινωνικών κατηγοριοποιήσεων του χώρου, του χρόνου, των συμπεριφορών και των κοινωνικών τάξεων. Τα αγαθά αποκτούν σημασία εντός ενός συμβολικού συστήματος και η καταναλωτική δραστηριότητα συνιστά μια συνεχής διαδικασίας διαπραγμάτευσης των ορισμών, των ταξινομήσεων και των ορίων μεταξύ των κοινωνικών λειτουργιών και των ομάδων.

Για τους συγγραφείς, η κατανάλωση αγαθών αποτελεί μια διαδικασία που καθιστά ορατές και κατανοητές τις κοινωνικές σχέσεις και τους συμβολισμούς που τις οργανώνουν και τις διευθετούν. Η κύρια, λοιπόν, ανάγκη της κατανάλωσης είναι αυτή της επικοινωνίας, καθώς «ο άνθρωπος είναι κοινωνικό ον. Δεν μπορούμε να εξηγήσουμε τη ζήτηση κοιτώντας μόνο στις φυσικές ιδιότητες των αγαθών. Ο άνθρωπος χρειάζεται τα αγαθά για να επικοινωνήσει με τους άλλους και για να αποδώσει νόημα στον περίγυρό του. Οι δύο αυτές ανάγκες είναι μια, καθώς η επικοινωνία μπορεί να γίνει μόνο σε ένα δομημένο σύστημα νοημάτων».²⁹⁴

Η Douglas και ο Isherwood προσεγγίζουν την κατανάλωση αγαθών ως μια τελετουργική δραστηριότητα πρόσκτησης συμβολικού εξοπλισμού και (αυτό-)κατηγοριοποίησης των ατόμων εντός των δοσμένων κοινωνικών θέσεων, υποσυνόλων και εντός του πολιτισμικού συστήματος. «Τα αγαθά» υποστηρίζουν ότι «είναι ουδέτερα, οι χρήσεις τους είναι κοινωνικές» και αντιμετωπίζουν τα αγαθά ως απλούς «επικοινωνητές», εκφραστές των κοινωνικών διαφοροποιήσεων,

²⁹³ M.Douglas –B.Isherwood, *The world of goods –towards an anthropology of consumption*, Routledge, London 1996, σελ.37.

²⁹⁴ M.Douglas –B.Isherwood, *The world of goods –towards an anthropology of consumption*, όπ.π., σελ.67.

κατηγοριοποιήσεων. Θεωρούν ότι η προσέγγιση των αγαθών πρέπει να γίνει με όρους πρόσβασης στην πληροφορία. Η κατανάλωση αγαθών ή/και υπηρεσιών συνιστά μια διαδικασία απόκτησης πληροφορίας με την οποία νοηματοδοτείται ο κοινωνικός περίγυρος, οι κοινωνικές σχέσεις, ο εαυτός και οριοθετούνται οι σχέσεις. Επομένως υπό αυτή την οπτική η κατανάλωση είναι μια διαδικασία (αυτό-)προσδιορισμού στα πλαίσια ενός πολιτισμού και ένα πεδίο και μέσο ισχύος και αποκλεισμού. Ενδεικτική είναι η θέση των συγγραφέων ότι «τα ρήγματα στην κοινωνική εμπλοκή δεν προκύπτουν από τις καπιταλιστικές παραγωγικές διαδικασίες, καθώς εντοπίζονται και σε άλλου τύπου κοινωνίες. Προκύπτουν από τις αποφάσεις του μη μοιράσματος των καταναλωτικών τελετουργιών. Ορίζονται τα όρια του μοιράσματος και της φιλοξενίας».²⁹⁵

Αυτό που μπορούμε να ισχυριστούμε είναι ότι στην καπιταλιστική συνθήκη και ιδίως στα πλαίσια του μεταπολεμικού μονοπωλιακού καπιταλισμού και στον σύγχρονο πολυεθνικό καπιταλισμό, όπου το οργανωμένο θέαμα μεσολαβεί ριζικά την κοινωνική εμπειρία και τις σχέσεις, τα αγαθά δεν είναι απλά επιφαναινόμενα κοινωνικών σχέσεων, αλλά ακριβώς παράγονται και προωθούνται έτσι ώστε να μπορούν να μεσολαβούν και να ορίζουν σχέσεις, ταυτότητες και εμπειρίες. Ο τροπισμός των αντικειμένων-εμπορευμάτων, όπως αυτός συγκροτείται από τη βιομηχανία και τις γραφειοκρατίες της πολιτιστικής παραγωγής, αναβαθμίζει το ρόλο τους σε ενεργούς παράγοντες συγκρότησης νοήματος. Από τη μια τα αντικείμενα «υπάρχουν», κυκλοφορούν ως ενδείκτες των κοινωνικών τάξεων και έτσι συμβάλλουν στην επισήμανση των κοινωνικών αποστάσεων και στον αποκλεισμό. Από την άλλη τα ίδια τα αντικείμενα προωθούν σημασιοδοτήσεις, αξίες και ερμηνευτικά σχήματα, με αποτέλεσμα να προσδιορίζουν την εμπειρία, τις αναπαραστάσεις και τις κοινωνικές ταυτότητες.

3.5. Η κατανάλωση ως διαδικασία υποκειμενικοποίησης και κοινωνικής ενσωμάτωσης

Αυτή η προσέγγιση της καταναλωτικής δραστηριότητας ως μια διαδικασία υποκειμενοποίησης και κοινωνικής ενσωμάτωσης βασίζεται στην κριτική θεωρία της Σχολής της Φραγκφούρτης και του J.Baudrillard. Ο όρος της «πολιτιστικής βιομηχανίας» αναφέρεται στο σύνολο του σύγχρονου πολιτισμού, ο οποίος παράγεται και αναπαράγεται υλικά και συμβολικά (συμβολικά αγαθά και η ρητορική που

²⁹⁵ M.Douglas –B.Isherwood, *The world of goods –towards an anthropology of consumption*, όπ.π., σελ.154.

επενδύει όλα τα αγαθά και διαμορφώνει και την υλική μορφή των προϊόντων στο επίπεδο του σχεδιασμού και της παραγωγής) από μια βιομηχανική τεχνοδομή της παραγωγής και της προώθησης. Η κατανάλωση εντός μιας τέτοιας πολιτισμικής, κοινωνικής, οικονομικής συνθήκης σημαίνει τη συμμετοχή του υποκειμένου, με την έννοια της αναγνώρισης και επικύρωσης των νοημάτων, νοοτροπιών, των τρόπων ζωής που κυκλοφορούν εντός αυτού του πολιτισμικού συνόλου. Το να είσαι καταναλωτής σημαίνει το να αντιλαμβάνεσαι και να νοηματοδοτείς τη σχέση με τον εαυτό σου, το σώμα σου, τους άλλους και το κοινωνικό και φυσικό σου περίγυρο με τους όρους, τις έννοιες και τους τρόπους που προτείνουν τα εμπορεύματα ή κατά J.Baudrillard τα αντικείμενα/σημεία και τα σημεία/αντικείμενα.

Οι Adorno και Horkheimer στο έργο τους *Διαλεκτική του Διαφωτισμού* και στο κεφάλαιο για την πολιτιστική βιομηχανία αναλύουν τους τρόπους χειραγώγησης της ανθρώπινης νόησης, της γλώσσας²⁹⁶, της φαντασίας, του αυθορμητισμού από τα μέσα της μαζικής κουλτούρας –κινηματογράφος, ραδιόφωνο, περιοδικά ποικίλης ύλης, τηλεόραση.²⁹⁷ Η πολιτιστική βιομηχανία εξαρτώμενη οικονομικά και ελεγχόμενη από μεγάλους βιομηχανικούς κλάδους διευρύνει τον καταναγκασμό του παραγωγικού τομέα καθώς και οι ανάγκες, οι τρόποι, οι αντιλήψεις, οι αναφορές, τα πρότυπα και τα προϊόντα, οι απολαύσεις του τομέα τηςσχόλης, του ελεύθερου χρόνου οργανώνονται, σχεδιάζονται, παράγονται και προωθούνται από την πολιτιστική βιομηχανία. Αναφέρουν οι συγγραφείς ότι «η διασκέδαση είναι η προέκταση της εργασίας υπό τον όψιμο καπιταλισμό. Την αναζητεί εκείνος που θέλει να βρει διέξοδο από την εκμηχανισμένη εργασιακή διαδικασία, για να μπορέσει να αντεπεξέλθει σε αυτή.

²⁹⁶ G.Agamben, *Η κοινότητα που έρχεται*, μετ. και εισ. Θ.Ζαρταλούδης, Ίνδικτος, Αθήνα 2007, σελ.120. Ο Agamben σχολιάζει ότι ο απόλυτος θρίαμβος του θεάματος έγκειται στο ότι «ο καπιταλισμός (ή όποιο άλλο όνομα θέλει κανείς να προσδώσει στη σύγχρονη διαδικασία που κυριαρχεί στην παγκόσμια ιστορία) κατευθύνθηκε όχι μόνο προς την εκποίηση της παραγωγικής διαδικασίας, αλλά επίσης, και κυρίως, προς την αποξένωση της γλώσσας καθ' αυτής, την αλλοτρίωση της ίδιας της επικοινωνιακής και γλωσσικής υφής των ανθρώπων, τον λόγο, τον οποίο ένα από τα αποσπάσματα του Ηράκλειτου ταύτιζε με το κοινόν (ζυνόν). Η ακραία μορφή αυτής της εκποίησης του κοινού είναι το θέαμα, δηλαδή, η πολιτική στην οποία ζούμε. Αλλά αυτό σημαίνει, πως στο θέαμα η ίδια μας η γλωσσική φύση επιστρέφει σε εμάς αντεστραμμένη (ως μη ανήκουσα).»

²⁹⁷ Μ.Χορκχάιμερ-Τ.Β.Αντόρνο, *Διαλεκτική του Διαφωτισμού*, μετ. Α.Αναγνώστου, επίμετρο, Κ.Ψυχοπαίδης, επιμ. Γ.Κουζέλης, Νήσος 1996, σελ.211. Αναφέρουν ότι «η συρρίκνωση της φαντασίας και του αυθορμητισμού του σημερινού καταναλωτή πολιτιστικών προϊόντων δεν χρειάζεται καν να αναχθεί σε ψυχολογικούς μηχανισμούς. Τα ίδια τα προϊόντα και πρώτα απ' όλα το πιο χαρακτηριστικό, η ομιλούσα ταινία, οδηγούν από το ίδιο το αντικειμενικό ποινόν τους, αυτές τις ικανότητες σε παράλυση» και αλλού (σελ.236-7) «η καθάρη διασκέδαση στη λογική συνέπειά της, η δυνατότητα δηλαδή να παραδίδεται κανείς χαλαρά σε πολύμορφους συνειρμούς και μακάριες ασυναρτησίες αποκλείεται από την τρέχουσα διασκέδαση: διαταράσσεται από το υποκατάστατο ενός συνεκτικού νοήματος που η πολιτιστική βιομηχανία επιμένει πεισματικά να προσδίδει στα προϊόντα της, ενώ ταυτόχρονα, κλείνοντας το μάτι, κακοποιεί αυτό το νόημα χρησιμοποιώντας το ως πρόσχημα από την εμφάνιση των stars».

Ταυτόχρονα όμως η εκμηχάνιση εξουσιάζει τόσο πολύ τον ελεύθερο χρόνο και την ευτυχία του ανθρώπου, καθορίζει τόσο θεμελιακά την κατασκευή των εμπορευμάτων διασκέδασης που αυτός δεν μπορεί πια να βιώσει παρά μόνο τα ομοιώματα της ίδιας της εργασιακής διαδικασίας...Η διαφυγή από την εργασιακή διαδικασία του εργοστασίου και του γραφείου επιτυγχάνεται μόνο μέσω της εξομοίωσης με αυτή κατά τη σχόλη». ²⁹⁸

Με αυτόν τον τρόπο δεν επιτυγχάνεται μόνο η ανακύκλωση του κεφαλαίου αλλά και μια ριζική και κρίσιμη για τη νομιμοποίηση του ήδη υπάρχοντος διαδικασία υποκειμενικοποίησης, η οποία στερεί, απαγορεύει από το άτομο κάθε απόθεμα κριτικής σκέψης και επιθυμίας για αντίσταση. Συγκεκριμένα σχολιάζουν οι συγγραφείς: «...η εγγενής στο σύστημα αναγκαιότητα να μην αφήνεται ελεύθερος ο καταναλωτής, να μην του δίνεται καμία στιγμή η ευκαιρία να υποψιασθεί ότι είναι δυνατή η αντίσταση. Η βασική αρχή επιβάλλει να του παρουσιάζονται μεν όλες οι ανάγκες του ως ικανοποιήσιμες από την πολιτιστική βιομηχανία αλλά από την άλλη μεριά αυτές οι ανάγκες να ρυθμίζονται εκ των προτέρων έτσι ώστε αυτός να βιώνει πια τον εαυτό του μόνο ως αιώνιο καταναλωτή, ως αντικείμενο πολιτιστικής βιομηχανίας» ²⁹⁹. Συνεχίζουν ορίζοντας την έννοια της διασκέδασης στα πλαίσια της μαζικής κουλτούρας ως διαδικασία και εμπειρία «απολογητικής υπεράσπισης της κοινωνίας. Διασκεδάζω σημαίνει είμαι σύμφωνος. Αυτό δεν είναι δυνατόν παρά μόνο όταν η διασκέδαση στεγανοποιείται απέναντι στην κοινωνική διαδικασία ως όλον, αποβλακώνει και θυσιάζει παράλογα την αναπόδραστη αξίωση κάθε έργου, ακόμη και του πιο ασήμαντου, να αντανakλά στα όρια του το όλον. Διασκέδαση σημαίνει πάντοτε: δεν πρέπει να το σκέφτομαι, ξεχνάω τον ανθρώπινο πόνο, ακόμη κι όταν δείχνεται...Η απελευθέρωση την οποία υπόσχεται η διασκέδαση είναι η απαλλαγή από τη σκέψη ως άρνηση». ³⁰⁰

Η κριτική που έχει ασκηθεί στη θέση της Σχολής της Φραγκφούρτης για την πολιτιστική βιομηχανία και τη δυνατότητα της χειραγώγησης έχει να κάνει με την προσέγγιση του υποκειμένου ως παθητικού δέκτη. Σύμφωνα με αυτή την κριτική η χειραγώγηση δεν πρέπει να εκλαμβάνεται ως δεδομένη μόνο από τη δομική ανάλυση των στρατηγικών της πολιτιστικής βιομηχανίας και των προϊόντων της μαζικής κουλτούρας, αλλά να διερευνάται και ο τρόπος αποκωδικοποίησης και ερμηνείας αυτών από τα ίδια τα υποκείμενα. Ο J.Storey υποστηρίζει ότι πρέπει να λαμβάνεται

²⁹⁸ Μ.Χορκχάιμπερ-Τ.Β.Αντόρνο, *Διαλεκτική του Διαφωτισμού*, όπ.π., σελ.227-8.

²⁹⁹ Μ.Χορκχάιμπερ-Τ.Β.Αντόρνο, *Διαλεκτική του Διαφωτισμού*, όπ.π., σελ.235.

³⁰⁰ Μ.Χορκχάιμπερ-Τ.Β.Αντόρνο, *Διαλεκτική του Διαφωτισμού*, όπ.π., σελ.240.

υπόψη ότι «πρώτον η κατανάλωση λαμβάνει χώρα εντός ενός πολιτισμικού συγκείμενου (δηλαδή σε ένα κοινωνικό χώρο όπου συχνά εμπεριέχονται άλλοι άνθρωποι και άλλα εμπορεύματα που πιθανόν να προκύψουν αντεπιχειρήματα ή η αναζήτηση της υπονόμησης της γοητείας των ανταγωνιστικών προϊόντων) και δεύτερον το ότι οι καταναλωτές δεν είναι λευκά χαρτιά, αλλά άνθρωποι που επιδίδονται σε καταναλωτικές πρακτικές με μια ιστορία άλλων καιρών κατανάλωσης.»³⁰¹

3.6. Η κατανάλωση ως διαδικασία κοινωνικής διάκρισης

Στην ίδια παράδοση της κριτικής θεωρίας, ο J.Baudrillard προσέγγισε την καταναλωτική διαδικασία ως μια δραστηριότητα και συνολική εμπειρία η οποία διατρέχεται όχι από συνειδητές επιλογές και κίνητρα όσο από μια ασυνείδητη κοινωνική λογική της διάκρισης. Σε μια συνθήκη όπου η σχέση της εμπειρίας με τη γλώσσα μεσολαβείται από την πολιτιστική βιομηχανία όπως ανέλυσαν και οι θεωρητικοί της Σχολής της Φραγκφούρτης, η συμβολική σχέση του ατόμου με τον εαυτό του, τους άλλους και με τα αντικείμενα ανάγεται σε μια σχέση ανταλλαγής, διευρυμένης επικοινωνίας σημείων. Η κατανάλωση συνιστά μια παραγωγική δραστηριότητα, καθώς αποφέρει οικονομικό κέρδος, αναπαραγωγή των σχέσεων παραγωγής και κοινωνικό γόητρο, και ταυτόχρονα έχει καταναγκαστικό χαρακτήρα («καταναγκασμός της σημασίας» και «καταναγκασμός της παραγωγής και του κύκλου της παραγωγής»).

³⁰² Ο Baudrillard θεωρεί ότι το συμβολικό, η αμφισβησία των συμβόλων που τροφοδοτούν, υποστηρίζουν και εμψυχώνουν τη συμβολική ανταλλαγή μεταξύ των ανθρώπων με τα πράγματα περιορίζεται και εκμηδενίζεται από τα κύματα σημείων που παράγονται και προωθούνται από τη γραφειοκρατική τεχνοδομή της βιομηχανικής παραγωγής και της διαφημιστικής προώθησης.³⁰³ Ο Baudrillard κάνει λόγο για μια μεταφυσική του σημείου, με την έννοια ότι η διακριτότητα των σημαινομένων και του σημαίνοντος, που επιτρέπει τη δυνατική πολλαπλότητα των ερμηνειών, παγιώνεται,

³⁰¹ J.Storey, *Cultural Consumption and everyday life*, Arnold, London 1999, σελ.32.

³⁰² Ζ.Μπωντριγιάρ, *Η καταναλωτική κοινωνία*, ό.π., σελ.89-90.

³⁰³ J.Baudrillard, *For a critique of the political economy of the sign*, ό.π., σελ.149-150. Αναφέρει χαρακτηριστικά: «Η ορθολογικότητα του σημείου ριζώνει στον αποκλεισμό και στην εξάλειψη όλης της συμβολικής αμφισβησίας εκ μέρους μιας σταθεροποιημένης και εξισωτικής δομής. Το σημείο είναι διακριτικό: δομείται μέσω του αποκλεισμού. Μόλις αποκρυσταλλωθεί σε αυτή την αποκλειστική δομή ευθυγραμμίζει το προσδιορισμένο πεδίο, αποποιείται το διάφορο και αναθέτει στο σημαίνον και στο σημαίνόμενο τη δική του σφαίρα συστημικού ελέγχου. Έτσι, το σημείο προσφέρεται ως καθολική αξία: θετική, ορθολογική, ανταλλάξιμη αξία όλες οι πιθανότητες νοήματος συρρικνώνονται στο σχήμα (cut) της δομής.»

αποκρυσταλλώνεται στο σημείο, σε μια δομή, σε ένα κώδικα, ο οποίος αυθαίρετα εξαντλεί μέσω του αποκλεισμού και της αναγωγής και έτσι ελέγχει το κοινωνικό νόημα σε δεδομένες μορφές. Τα σημεία ως παγωμένες, τελειωμένες μορφές ορίζουν τα μαζικά παραγόμενα προϊόντα (αντικείμενα/σημεία) και πραγματοποιούν έννοιες, σχέσεις, συμπεριφορές (σημεία/αντικείμενα).³⁰⁴

Για παράδειγμα το χ μοντέλο αυτοκινήτου παράγεται με τη συγκεκριμένη γραμμή, χρώμα, σχήμα, εξαρτήματα και προωθείται ως σημείο-σημαίνον του γοήτρου, του δυναμισμού, της αρρενωπότητας, της περιπέτειας, της ισχύος και από την άλλη η έννοια της φιλικότητας, της αμοιβαιότητας, της ζεστασιάς, της αλληλεγγύης εκπραγματίζεται σε μια στυλιζαρισμένη, προσχεδιασμένη συμπεριφορά (τρόπος εκφοράς, χρωματισμοί φωνής, συγκεκριμένες εκφράσεις κ.λπ.) της κοπέλας στο τηλεφωνικό κέντρο μιας επιχείρησης ή στο τμήμα προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών.

3.6.1. Η θέση του J.Baudrillard

Η παραγωγή προϊόντων και η προσφορά υπηρεσιών επιδιώκει τη διαρκή παραγωγή διαφοροποιήσεων, διακριτικών χαρακτηριστικών και η κατανάλωση διατρέχεται από μια ασύνειδη πολλές φορές λογική κοινωνικής διάκρισης μέσα από την οικειοποίηση–κατανάλωση των σημείων/αντικειμένων και των αντικειμένων/σημείων που επικοινωνούν αυτή τη διαφοροποίηση.³⁰⁵ Η κατανάλωση, λοιπόν, συνιστά μια διαδικασία ταξινόμησης του υπο-κειμένου-καταναλωτή³⁰⁶ εντός των

³⁰⁴ J.Baudrillard, *For a critique of the political economy of the sign*, όπ.π., σελ.147-8. Για τον Baudrillard η «κατανάλωση σήμερα...προσδιορίζει ακριβώς το στάδιο όπου το εμπόρευμα παράγεται άμεσα ως σημείο, ως σημειακή αξία (sign value) και όπου τα σημεία (κουλούρα) παράγονται ως εμπορεύματα...τίποτα σήμερα δεν παράγεται ή ανταλλάσσεται (αντικείμενα, υπηρεσίες, σώματα, σεξ, κουλούρα, γνώση κ.λπ.) που να μπορεί να αποκωδικοποιηθεί αποκλειστικά ως σημείο, ή απλά να μετρηθεί ως εμπόρευμα...το αντικείμενο είναι ίσως απλά το αντικείμενο, η μορφή αντικείμενο, στην οποία αξία χρήσης, ανταλλακτική αξία και σημειακή αξία συγκλίνουν με ένα σύνθετο τρόπο που περιγράφει την πιο γενική μορφή της πολιτικής οικονομίας.»

³⁰⁵ Ζ.Μπωντριγιάρ, *Η καταναλωτική κοινωνία*, όπ.π., σελ.60. Ο Μπωντριγιάρ αμφισβητεί τη λογική της ικανοποίησης και της προσοικειώσης των αξιών χρήσης και υποστηρίζει ότι η λογική της κατανάλωσης είναι «μια λογική της παραγωγής και του χειρισμού των κοινωνικών σημαίνοντων». Προσεγγίζει την καταναλωτική διαδικασία ως «διαδικασία σημανσης και επικοινωνίας, που θεμελιώνεται σε ένα κώδικα στον οποίο οι καταναλωτικές πρακτικές εγγράφονται και αποκτούν τη σημασία τους. Η κατανάλωση είναι εδώ ένα σύστημα ανταλλαγής και το ισοδύναμο μιας γλώσσας» και ως «διαδικασία ταξινόμησης και κοινωνικής διαφοροποίησης, στην οποία τα αντικείμενα/σημεία διατάσσονται τούτη τη φορά όχι μόνο ως σημασιολογικές διαφορές σ' ένα κώδικα, αλλά ως καταστατικές αξίες σε μια ιεραρχία».

³⁰⁶ Μ.Φουκό, «Δύο δοκίμια για το υποκείμενο και την εξουσία» στο Μ.Φουκό, *Η μικροφυσική της εξουσίας*, μετ., σχ. Λ.Τρουλινού, Ψυλόν, Αθήνα 1991, σελ.81. Ο Φουκό ορίζει την έννοια του υποκειμένου ως το άτομο που υπόκειται στον έλεγχο κάποιου και ταυτόχρονα είναι υποκείμενο μιας ταυτότητας που του αποδίδεται και αυτό με τη σειρά του την υπερασπίζεται. Αναφέρει ότι: «Αυτή η μορφή εξουσίας ασκείται στην άμεση καθημερινή ζωή που ταξινομεί τα άτομα σε κατηγορίες, τα κατονομάζει δια της ίδιας του ατομικότητας, τα προσκολλά στην ταυτότητά τους, τους επιβάλλει ένα

κατηγοριοποιήσεων που συγκροτεί η τεχνοδομή και η κοινωνική δομή. Για τον Baudrillard η κατανάλωση συνιστά μια «διαδικασία καταστατικής διαφοροποίησης, που είναι μια θεμελιώδης κοινωνική διαδικασία, με την οποία ο καθένας εγγράφεται στην κοινωνία». Αυτή διαδικασία «έχει μια πτυχή βιώνόμενη και πτυχή δομική, μια συνειδητή και μια ασύνειδη, μια ηθική (είναι η ηθική του standing, του καταστατικού ανταγωνισμού, της κλίμακας του κύρους) και μια δομική...Ο καταναλωτής ζει σαν ελευθερία, σαν προσδοκία, σαν επιλογή τις διακριτικές συμπεριφορές του, δεν τις ζει σαν καταναγκασμό διαφοροποίησης και υπακοής σ' ένα κώδικα». Και συνεχίζει ορίζοντας την έννοια της διαφοροποίησης: «διαφοροποίηση σημαίνει συγχρόνως πάντα και εγκαθίδρυση της ολικής τάξης πραγμάτων των διαφορών, που είναι εξ αρχής ζήτημα της ολικής κοινωνίας και ξεπερνά αναπόφευκτα το άτομο».³⁰⁷

Κατά αυτόν τον τρόπο αφενός επισημαίνονται οι κοινωνικές, ταξικές ιεραρχήσεις και αποστάσεις μέσω της επιλογής αγαθών και υπηρεσιών και του τρόπου κατανάλωσης (υπερκατανάλωση, επιδεικτική κατανάλωση, υποκατανάλωση) και αφετέρου οι διαφοροποιήσεις των (αποπολλαπλασιασμένων) στυλ, των τρόπων ζωής (lifestyles) εντός των εκάστοτε κοινωνικών στρωμάτων.

Η προσέγγιση της κατανάλωσης ως μια διαδικασία κοινωνικής διάκρισης μέσα από τη συνειδητή αφενός οικειοποίηση και εκδίπλωση καταστατικών αξιών (σημειακή αξία των προϊόντων, επιλογή συμβολικών αγαθών, υιοθέτηση στυλ, ενασχόληση με χόμπι και άλλες δραστηριότητες κ.λπ.) και αφετέρου με την ασύνειδη επικύρωση και έκφραση δεξιοτήτων, μαθημένων τρόπων συμπεριφοράς, αντίληψης, πρακτικών έγινε από τον Th.Veblen με την έννοια της «περίοπτης κατανάλωσης» ('conspicuous consumption') και από τον P.Bourdieu με το εννοιολογικό, θεωρητικό εργαλείο του 'habitus'.

3.6.2. Η θέση του Th.Veblen για την «περίοπτη κατανάλωση»

Στο έργο του *Η θεωρία της αργόσχολης τάξης* ο Th.Veblen κάνει λόγο για την προτεραιότητα της πρακτικής της περίοπτης κατανάλωσης έναντι αυτής της περίοπτηςσχόλης κατά τη μετάβαση στους νεότερους χρόνους ως πρακτική κοινωνικής διάκρισης και ευύποληψίας. Ενώ η πρακτική της περίοπτηςσχόλης αφορούσε τη λεγόμενη αργόσχολη τάξη των ευγενών, η οποία συνίσταται στην έκφραση της

νόμο αλήθειας τον οποίο πρέπει να τους τον αναγνωρίζει και τον οποίο οι άλλοι οφείλουν να αναγνωρίζουν στα άτομα αυτά.

³⁰⁷ Z.Μπωντριγιάρ, *Η καταναλωτική κοινωνία*, ό.π. σελ.61.

απαξίωσης της παραγωγικής δραστηριότητας ως μη-ευγενούς και στην επίδειξη του πλούτου, η πρακτική της περιοπτης κατανάλωσης υιοθετείται από όλες τις κοινωνικές τάξεις ως μια απόπειρα σήμανσης της «στάθμης της ευπρέπειας» με τη χρήση απτών ενδείξεων.³⁰⁸ Σύμφωνα με τον Veblen «στις σύγχρονες πολιτισμένες κοινότητες, οι διαχωριστικές γραμμές μεταξύ των κοινωνικών τάξεων έχουν γίνει ασαφείς και μεταβλητές, και όπου συμβαίνει αυτό, το πρότυπο ευυποληψίας, που επιβάλλεται από τις ανώτερες τάξεις επεκτείνει την καταναγκαστική του επίδραση, με ελάχιστη μονάχα αντίσταση, μέσα από ολόκληρη την κοινωνική δομή προς τα κάτω ως τα κατώτατα στρώματα».³⁰⁹

Για τον Veblen η κατανάλωση προκειμένου να αποτελέσει πρακτική κοινωνικής διάκρισης και καταξίωσης πρέπει να είναι κατανάλωση περιττών αγαθών – ακόμα και για τα φτωχότερα κοινωνικά στρώματα- ή/και πολυτελειών. Η περιοπτη κατανάλωση συνιστά μια επίπονη και συνεχή διαδικασία διατήρησης του κοινωνικού στάτους και αυτό επιτυγχάνεται μέσα από την ανάπτυξη της γνώσης για την επιλογή των κατάλληλων αγαθών και υπηρεσιών, τον τρόπο κατανάλωσής τους και εν γένει την καλλιέργεια του αρμόζοντος γούστου. Σχολιάζει ο Veblen ότι «υψηλής ανατροφής τρόποι και μέθοδοι διαβίωσης είναι δείκτες συμμόρφωσης προς το πρότυπο περιοπτηςσχόλης και περιοπτης κατανάλωσης».³¹⁰

³⁰⁸ Th.Veblen, *Η θεωρία της αργόσχολης τάξης*, μετ. Γ.Νταλιάνης, επιμ. Φ.Ρ.Σοφινιάς, Κάλβος, Αθήνα 1982, σελ.99-100. Παραθέτουμε το χαρακτηριστικό απόσπασμα: «Για όσο διάστημα η κοινότητα ή η κοινωνική ομάδα είναι αρκετά μικρή και αρκετά συμπαγής ώστε να μπορεί να προσεγγισθεί αποτελεσματικά με την κοινή παρατήρηση μονάχα -μ' άλλα λόγια, όσο το ανθρώπινο περιβάλλον στο οποίο είναι υποχρεωμένο να προσαρμοσθεί το άτομο από άποψη ευυποληψίας συγκροτείται από την σφαίρα των προσωπικών του γνωριμιών και του κουτσομπολιού της γειτονιάς-, γι' άλλο τόσο η μια μέθοδος είναι περίπου τόσο αποτελεσματική όσο και η άλλη. Η κάθε μια, επομένως, είναι σχεδόν εξίσου χρήσιμη κατά την διάρκεια των πρωιμότερων σταδίων κοινωνικής ανάπτυξης. Αλλά όταν η διαφοροποίηση προχωρήσει περισσότερο και γίνεται αναγκαίο να προσεγγισθεί ένα πλατύτερο ανθρώπινο περιβάλλον, η κατανάλωση αρχίζει να υπερτερεί απέναντι στην σχόλη σαν τακτικό μέσο ευπρέπειας. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα κατά την διάρκεια του οψιμότερου, φιλειρηνικού οικονομικού σταδίου. Τα μέσα επικοινωνίας και η κινητικότητα του πληθυσμού εκθέτουν τώρα το άτομο στην παρατήρηση πολλών προσώπων, τα οποία δεν έχουν άλλα μέσα για να κρίνουν την ευυποληψία του εκτός από την επίδειξη αγαθών (ίσως και ανατροφής), την οποία είναι ικανό να κάνει, ενώ βρίσκεται υπό την άμεση παρατήρησή τους.»

³⁰⁹ Th.Veblen, *Η θεωρία της αργόσχολης τάξης*, ό.π., σελ.97-8.

³¹⁰ Th.Veblen, *Η θεωρία της αργόσχολης τάξης*, ό.π., σελ.90.

3.6.3. Η θέση του P.Bourdieu για το «ταξικό γούστο» και το

«ταξικό βιοτικό ύφος»

Η έννοια του 'habitus' ορίζεται από τον P.Bourdieu ως η έξη, το σύνολο, σύστημα δομημένων και δομουσών διαθέσεων, οι οποίες διευθετούν τα εμπειρικά δεδομένα και προσανατολίζουν την πράξη βάσει εσωτερικευμένων και συνεχώς αναπαραγόμενων σχημάτων αντίληψης, αποτίμησης και δράσης. «Οι διαδικασίες διαμόρφωσης ('the conditionings') συναρθρωμένες με μια συγκεκριμένη τάξη συνθηκών ύπαρξης παράγουν το habitus, συστήματα διαρκών, μεταβιβάσιμων διαθέσεων, δομημένων δομών προδιατεθειμένες να λειτουργήσουν ως δομούσες δομές' συνιστούν αρχές που γεννούν και οργανώνουν πρακτικές και αναπαραστάσεις, που μπορούν αντικειμενικά να υιοθετηθούν στην έκβασή τους χωρίς να προϋποθέτουν μια συνειδητή σκοποθεσία ή μια κυρίαρχη έκφραση λειτουργίας που είναι αναγκαίες για την επίτευξη αυτών (των σκοπών).»³¹¹

Η διαμόρφωση του habitus πρόκειται για μια διαδικασία υποκειμενικοποίησης και συγκρότησης του κοινωνικού νοήματος, η οποία ριζώνει στις αντικειμενικές συνθήκες ύπαρξης, δηλαδή στη θέση των ατόμων ή μιας ομάδας ατόμων στη δομή των κοινωνικών κατηγοριοποιήσεων. Ο Bourdieu κάνει λόγο για το ταξικό και ατομικό habitus, εννοώντας ακριβώς τη διαδικασία ένταξης του ατόμου στην καταστατική του θέση και στην εσωτερίκευση αυτών των σχημάτων αντίληψης, αξιολόγησης και πρακτικής που οργανώνουν και νομιμοποιούν, εκλογικεύουν τη δράση των ατόμων. Αναφέρει χαρακτηριστικά ότι «το habitus της τάξης (ή της ομάδας), το οποίο είναι το ατομικό habitus στο βαθμό που εκφράζει ή αντανακλά την τάξη (ή την ομάδα), μπορεί να θεωρηθεί ως ένα υποκειμενικό, όχι ατομικό,³¹² σύστημα εσωτερικευμένων δομών, κοινών σχημάτων πρόσληψης, αντίληψης και δράσης, που είναι η προϋπόθεση όλης της αντικειμενικοποίησης και της αντίληψης».³¹³

Το ταξικό habitus σημαίνει και ένα ταξικό βιοτικό ύφος (lifestyle), το οποίο οργανώνεται βάσει του ταξικού γούστου. Το ταξικό γούστο συνίσταται στη «ροπή και ικανότητα προς την (υλική και/ή συμβολική) ιδιοποίηση μιας καθορισμένης τάξης

³¹¹ P.Bourdieu, *The logic of practice*, Polity Press, Cambridge 1990, σελ. 53.

³¹² Δική μου η υπογράμμιση

³¹³ P.Bourdieu, *The logic of practice*, ό.π., σελ.60.

ταξινομημένων και ταξινομητικών αντικειμένων ή πρακτικών». ³¹⁴ Η έννοια -και οι πρακτικές που εμψυχώνει- του γούστου ως η ικανότητα κοινωνικής διάκρισης, συμβάλλει στην πρακτική και συμβολική αναπαραγωγή του ταξικού *habitus* και στην οριοθέτηση του χώρου του *lifestyle* ή και στην μεταμόρφωσή του πάντα ως *lifestyle* της συγκεκριμένης κοινωνικής τάξης, ομάδας ανάλογα με τους ενδεχόμενους μετασχηματισμούς των αντικειμενικών συνθηκών ύπαρξης, τους στόχους και τις αναγκαίες αναπαραγωγής της συγκεκριμένης τάξης.

Η έκφραση του ταξικού γούστου εδράζεται στον όγκο και την κατανομή του οικονομικού, πολιτισμικού, κοινωνικού και συμβολικού κεφαλαίου. Στο πεδίο της κατανάλωσης και στα διάφορα «σύμπαντα» το γούστο ως η εκφρασμένη ικανότητα διάκρισης (όχι πάντα -και κυρίως όχι για τον Bourdieu- συνειδητή) ενεργοποιεί τα διάφορα είδη κεφαλαίου προκειμένου να αναπαράγεται το βιοτικό ύφος και το ταξικό *habitus*. Από την επιλογή διατροφικής κατανάλωσης, κατοικίας, αυτοκινήτου μέχρι τους ταξιδιωτικούς προορισμούς και τα έργα τέχνης, το ταξικό γούστο βασίζεται στην οικονομική δυνατότητα των ατόμων (οικονομικό κεφάλαιο) όπως και στο πολιτισμικό κεφάλαιο (εκπαίδευση, γνώση, τέχνες), στο κοινωνικό (κύκλος κοινωνικών επαφών) και στο συμβολικό (γόητρο, αναγνώριση, τιμή, υπόληψη). Ο Bourdieu υποστηρίζει ότι «η σχέση διάκρισης βρίσκεται αντικειμενικά εγγεγραμμένη μέσα του και επανενεργοποιείται –είτε το ξέρουμε είτε όχι, είτε το θέλουμε είτε όχι- σε κάθε καταναλωτικό εγχείρημα, διαμέσου των οικονομικών και πολιτισμικών εργαλείων ιδιοποίησης που αυτό απαιτεί» ³¹⁵. Συνεχίζει αναφερόμενος στους «χώρους προτιμήσεων» και στα «σύμπαντα υφολογικών δυνατοτήτων» ότι «καθένα από τα σύμπαντα αυτά (ποτά, μεταλλικά νερά, κρασιά και απεριτίφ ή αυτοκίνητα, εφημερίδες και περιοδικά ή τόποι και τύποι διακοπών, επίπλωση ή διαρρύθμιση σπιτιών και κήπων, χωρίς να μιλήσουμε για τα πολιτικά προγράμματα), παρέχει κάποια λίγα διακριτικά γνωρίσματα τα οποία λειτουργώντας ως σύστημα διαφορών, διαφορικών αποκλίσεων, επιτρέπουν την έκφραση των θεμελιακότερων κοινωνικών διαφορών σχεδόν εξίσου πλήρως με τα πλέον πολύπλοκα και εκλεπτυσμένα εκφραστικά συστήματα που θα μπορούσαν ποτέ να προσφέρουν οι νόμιμες τέχνες». ³¹⁶

Μέσα από αυτή την προσέγγιση της κατανάλωσης ως ενεργητικής δραστηριότητας, διαδικασία κοινωνικής διαφοροποίησης αφενός παρακάμπτεται η

³¹⁴ P. Bourdieu, *Η διάκριση – κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης*, μετ. Κ. Καψαμπέλη, προλ. Ν. Παναγιωτόπουλος, Πατάκης, Αθήνα 2006, σελ. 219.

³¹⁵ P. Bourdieu, *Η διάκριση – κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης*, ό.π., σελ. 270.

³¹⁶ P. Bourdieu, *Η διάκριση – κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης*, ό.π., σελ. 270.

θέση της απόλυτης, χειραγωγικής ισχύος των μέντια, του βιομηχανικού κεφαλαίου και των στρατηγικών επιδιώξεων του marketing και της ανάλογης προσέγγισης των κυριαρχούμενων μαζών. Αφετέρου δεν παραγνωρίζεται χάριν μιας βουλησιαρχικής ελευθερίας του καταναλωτή-υποκειμένου η ισχύς των δομικών καθορισμών, των κοινωνικών κατηγοριοποιήσεων και των ασύμμετρων σχέσεων εξουσίας (οικονομικής, κοινωνικής, πολιτισμικής-γλωσσικής, συμβολικής) ως προς τον καθορισμό των δυνατοτήτων, των πιθανοτήτων, του αποδεκτού, του επιτρεπτού στην καθημερινή εμπειρία των ατόμων και στη συνολική συγκρότηση της αντίληψής τους για το νόημα του κοινωνικού τους κόσμου. Αυτή η διαπίστωση στρέφει την προσοχή μας στο πεδίο της κατανάλωσης και της διαδικασίας εντός αυτού χωρίς να θεωρείται ρυθμισμένη απόλυτα από την ακαταμάχητη ισχύ πειθούς της τεχνοδομής και η καταναλωτική πρακτική ως μηχανική, αυτοματοποιημένη αντίδραση στα μεντιακά-καταναλωτικά κελεύσματα. Αντιθέτως, η κατανάλωση νοείται ως ένα τύπος σχέσης του ατόμου με τον εαυτό του, τους άλλους και τον κοινωνικό του περίγυρο. Η κατανάλωση συνιστά έναν τροπισμό διαμεσολαβημένο από τον κυρίαρχο λόγο.

Με άλλα λόγια, η κατανάλωση δεν συνίσταται στην αναπαραγωγή του εργατικού δυναμικού ως τέτοιου (μέσω της κατανάλωσης των αξιών χρήσης) αλλά ως διαχωρισμένου από τη δυνατότητά του να συγκροτεί αυτόνομα τον κοινωνικό του κόσμο –υλικά και συμβολικά. Το κρίσιμο επίτευγμα της καπιταλιστικής συνθήκης είναι η μεγάλη σε ένταση και έκταση συμβολική της εξουσία και σε αυτό ακριβώς έγκειται ο αποφασιστικός διαμεσολαβητικός της ρόλος.³¹⁷ Ο τροπισμός της κατανάλωσης συνίσταται ακριβώς στο γεγονός ότι η σχέση του ατόμου με τον εαυτό του, το σώμα του, τους άλλους και τον πολιτισμό του δεν είναι ζήτημα κατεργασίας, διαμόρφωσης, συγκρότησης, προϊόν υπεύθυνης και ενεργούς συμμετοχής αλλά αυτή η σχέση οργανώνεται με τη μεσολάβηση του σύγχρονου θεάματος και ως τέτοια με τις πολλαπλές επιλογές της δεν μένει παρά να καταναλωθεί.

Με αυτόν τον τρόπο αναπαράγεται η καπιταλιστική συνθήκη (ως τρόπος παραγωγής και ως πολιτισμική λογική) με την αναπαραγωγή των ταξικών αποστάσεων –πρακτικές κοινωνικής διάκρισης-, με τη ζήτηση καταναλωτικών προϊόντων ως

³¹⁷ P.Bourdieu, *Γλώσσα και συμβολική εξουσία*, μετ. Κ.Καψαμπέλη, εισ. Ν.Παναγιωτόπουλος, Ινστιτούτο του Βιβλίου-Α.Καρδαμίτσα, Αθήνα 1999. Ο Bourdieu ορίζει τη συμβολική εξουσία ως την «εξουσία κατασκευής της πραγματικότητας που επιδιώκει να εγκαθιδρύσει μια γνωσιολογική τάξη» (σελ.239). «Τα σύμβολα» για τον P.Bourdieu «είναι τα κατ' εξοχήν εργαλεία της 'κοινωνικής ένταξης' ως εργαλεία γνώσης και επικοινωνίας, καθιστούν δυνατή τη συναίνεση (consensus) ως προς το νόημα (sensus) του κοινωνικού κόσμου 'συναίνεση που έχει θεμελιώδη συμβολή στην αναπαραγωγή της κοινωνικής τάξης' η 'λογική' ένταξη είναι η προϋπόθεση της 'ηθικής' ένταξης» (σελ.240).

σημειακών διακρίσεων και με τη δυνατότητα του κυρίαρχου λόγου να ορίζει τον τροπισμό της καθημερινής κοινωνικής εμπειρίας σε ολοένα και μεγαλύτερο βαθμό.

3.7. Η κατανάλωση ως «δημιουργική» διαδικασία νοηματοδότησης:

Η θέση του D.Miller

Αν η κριτική θεωρία βλέπει στον τροπισμό της κατανάλωσης την έντονη διαμεσολάβηση, την πραγματοποίηση και την αλλοτρίωση του υποκειμένου από το λόγο, τη φαντασία, τη μνήμη, την άμεση εμπειρία, τον αναστοχασμό και την αυτονομία, ο D.Miller διαβλέπει στην καταναλωτική δραστηριότητα και εμπειρία τη δυνατότητα της πολιτισμικής κατανόησης και συμβολικής συγκρότησης και ταυτόχρονα τον αυτοπροσδιορισμό των ατόμων μέσω της συγκρότησης ατομικών και ομαδικών ταυτοτήτων. Ο Miller με χεγκελιανούς όρους θεωρεί την «αντικειμενικοποίηση» ως μια βασική διαδικασία πολιτισμικής συγκρότησης³¹⁸ και υπό αυτή την οπτική στη συνθήκη της μαζικής κατανάλωσης αποδίδει ένα θετικό πρόσημο στην έννοια της «αντικειμενικοποίησης». Για τον Miller τα εμπορεύματα και οι πρακτικές της κατανάλωσης μπορούν να αποτελέσουν εργαλεία κατανόησης του κοινωνικού κόσμου, συγκρότησης της προσωπικής ταυτότητας και αντικειμενικοποίησης των αξιών.

Με την εθνογραφική του μελέτη στο Τρινιντάντ υποστήριξε ότι η κατανάλωση μπορεί να είναι όχι μόνο μια παθητική διαδικασία κομοφορμιστικής συναίνεσης στις προσταγές της μόδας, αλλά και μια αναζήτηση και ένας πειραματισμός κατασκευής της ατομικής και ομαδικής ταυτότητας μέσα από την ενεργητική ύφανση του προσωπικού στιλ. Αφενός επισημαίνει τις αλλαγές που επέφερε η συνθήκη της μαζικής κατανάλωσης όπως διαμορφώθηκε στο Τρινιντάντ μετά τον Β' Παγκόσμιο πόλεμο και κυρίως την περίοδο της οικονομικής ανάπτυξης που γνώρισε η περιοχή από το 1976 έως το 1983. Αφετέρου μέσα από την εθνογραφική και θεωρητική μελέτη υποστηρίζει ότι οι πολιτισμικές κατηγορίες και αξίες του παρελθόντος δεν

³¹⁸ D.Miller, *Modernity, an ethnographic approach-dualism and mass consumption in Trinidad*, Berg, Oxford 1997, σελ.66. Ο Miller αναφερόμενος στην έννοια της «αντικειμενικοποίησης» ('objectification') ισχυρίζεται ότι: «Αυτή η διαδικασία, η οποία έχει εγγενή αντίφαση, δεν είναι χαρακτηριστική της νεωτερικότητας, αλλά υπάρχει σε όλες τις κοινωνίες συμπεριλαμβανοντας και τις μη-νεωτερικές' απλώς επιτείνεται και αποκτά μια συγκεκριμένη μορφή στη νεωτερικότητα. Βασικά, ο πολιτισμός συνιστά μια διαδικασία με την οποία η ανθρωπότητα δημιουργεί μορφές στις οποίες έρχεται να αποκτήσει συνείδηση του εαυτού της και να αποδώσει νόημα σε αυτήν. Αυτές μπορεί να είναι ιστορικές δυνάμεις γενικευμένες ως πολιτισμικές παραδόσεις αλλά επίσης πιο αφηρημένοι θεσμοί όπως δικαστικά ή ηθικά συστήματα. Εφόσον αυτές αναγνωρίζονται ως αυτό που είναι, μπορούν να γίνουν οικειοποιήσιμες από την ανθρωπότητα στη προσπάθεια της για αυτό-κατανόηση και αυτό-συγκρότηση.»

αντικαταστάθηκαν ούτε περιθωριοποιήθηκαν από αυτές που εισήγαγαν οι βιομηχανικές, τεχνολογικές (μεταφορές και επικοινωνίες) και πολιτισμικές εξελίξεις. Ο Miller παρατήρησε μια σύνθεση των νέων αξιών με τις προϋπάρχουσες, καθώς και μια διαδικασία αναμετάφρασης των τελευταίων με νέα εργαλεία (π.χ.: το αυτοκίνητο, τα τηλεοπτικά σίριαλ). Υπό αυτό, λοιπόν, το πρίσμα ο Miller αντιμετωπίζει την κατανάλωση ως μια ενεργητική διαδικασία νοηματικής συγκρότησης του εαυτού και του κοινωνικού, καθώς τα αντικείμενα-εμπορεύματα και οι πρακτικές κατανάλωσης συνιστούν εργαλεία και πεδία αντικειμενικοποίησης νέων και παλιών αξιών.

Για τον Miller η αλλοτρίωση συνιστά πρόβλημα εφόσον οι αντικειμενικοποιημένες δυνάμεις (το χρήμα, η γραφειοκρατία, η μόδα) γίνονται καταπιεστικές δυνάμεις, στερώντας από τα υποκείμενα τη δυνατότητα της οικειοποίησης και της ανάπτυξης μιας ανακλαστικής σχέσης με αυτές τις εξωτερικότητες, τις αντικειμενικές κατασκευές.³¹⁹ Ο γεγκελιανός ιδεαλισμός του νομιμοποιεί τις αντικειμενικές αυτές μορφές με την προϋπόθεση ότι αυτές θα διατρέχονται από ορθολογισμό, ο οποίος θα εξασφαλίζει τη σύνθεση του συλλογικού και του ατομικού συμφέροντος. Είναι ενδεικτικό το παράδειγμα της γραφειοκρατικής οργάνωσης που επικαλείται, η οποία μπορεί να λειτουργήσει ως ένα εργαλείο διασφάλισης της ισότητας και αποτροπής των αυθαιρεσιών και της καταπίεσης.³²⁰

3.7.1. Μια κριτική στη θέση του D.Miller

Όσον αφορά το ζήτημα της κατανάλωσης, όπως προαναφέρθηκε, ουσιαστικά ο Miller κάνει λόγο για μια ενεργητική διαδικασία με την έννοια ότι δεν παρατηρείται αφενός μια κυριάρχηση των καταναλωτικών αξιών εις βάρος των ήδη εδραιωμένων αξιών κι αφετέρου τα υποκείμενα δεν αποδέχονται παθητικά το σύστημα αξιών που προωθεί ο καταναλωτισμός εγκαταλείποντας ταυτόχρονα προηγούμενες αξίες, συμπεριφορές, έθιμα, κοινωνικές σχέσεις και πρακτικές.³²¹ Σε αυτό το σημείο θα μπορούσαμε να

³¹⁹ D.Miller, *Modernity, an ethnographic approach-dualism and mass consumption in Trinidad*, ό.π., σελ.74. Ο D.Miller αναφέρει ότι «η αλλοτρίωση είναι ένα στοιχείο της διαδικασίας της αντικειμενικοποίησης, όχι απαραίτητα μια αναγκαία συνέπεια της συγκεκριμένης νεωτερικής συνθήκης... αυτό που έχει σημασία είναι τα εργαλεία και οι πόροι που είναι διαθέσιμοι σε ένα πληθυσμό στην προσπάθειά του να οικειοποιηθεί, μέσω της εξουσιοδότησης ή της ταυτοποίησης, τους θεσμούς και τις πολιτισμικές πρακτικές που προέκυψαν με τις ιστορικές εξελίξεις. Η αλλοτρίωση είναι πιο πιθανόν να προκύψει μέσω μιας καταπιεστικής αυθαιρεσίας όταν ένα πληθυσμός δεν δύναται να οικειοποιηθεί αυτές τις δυνάμεις μέσω των οποίων αναγκάζεται να εκφραστεί.»

³²⁰ D.Miller, *Modernity, an ethnographic approach-dualism and mass consumption in Trinidad*, ό.π., σελ.74.

³²¹ D.Miller, *Modernity, an ethnographic approach-dualism and mass consumption in Trinidad*, ό.π., σελ.253-4. Ο D.Miller κάνει λόγο για μια συνέχεια μεταξύ των αξιών που εκφράζονται με τα εμπορεύματα και των ήδη εδραιωμένων πολιτισμικών έργων. Επισημαίνει ότι με αυτό δεν εννοεί ότι

διατυπώσουμε μια κριτική στην ενεργητικότητα και τη δημιουργικότητα της καταναλωτικής πρακτικής, όπως την προσεγγίζει και ερμηνεύει ο Miller. Με αυτό θέλουμε να πούμε ότι με το να κάνει λόγο ο Miller για μια ενεργητική σχέση των υποκειμένων με τα αντικείμενα και τις εικόνες της μαζικής κατανάλωσης λόγω της αποδοχής νέων αξιών και διατήρησης και αναμετάφρασης παλιών αξιών με νέα εργαλεία, δεν προβληματοποιεί τις αξίες, τις σχέσεις και τα νοήματα που προϋπήρχαν στο πολιτισμικό σύμπαν των κατοίκων του Τρινιντάντ και επομένως δεν θέτει το ζήτημα αν τελικά η σύνθεση παλιών και νέων (καταναλωτικών) αξιών και των μέσων αντικειμενικοποίησης αυτών προκύπτει ακριβώς από το γεγονός ότι οι όροι τους είναι ομόλογοι.

Για να αποσαφηνιστεί αυτό θα πάρουμε δύο παραδείγματα που επικαλείται ο Miller: α) τη σχέση του ενδιαφέροντος για το στίλ και της αντίληψης για τον εαυτό και τις σχέσεις με τους άλλους και β) τη σχέση της πρακτικής του κουτσομπολιού με την παρακολούθηση των τηλεοπτικών σίριαλ. Όπως αναφέρει ο ίδιος ο Miller, η συγκρότηση του προσωπικού στίλ μέσα από μια διαρκή ενεργητική διαδικασία κατεργασίας, επιλογής στοιχείων (αντικειμένων, σωματική εικόνα, τρόποι χτενίσματος, περπατήματος, ομιλίας, συμπεριφοράς) βρίσκει την ομολογία της στον τρόπο αντίληψης της σχέσης ως μια επιφανειακή, χωρίς δεσμεύσεις, υποχρεώσεις και για αυτό ελεύθερη σχέση. Και στα δύο επίπεδα όπως παρατηρεί υπάρχουν τρία κοινά στοιχεία, ο ανταγωνισμός, ο ατομικισμός και το εφήμερο.³²² Όπως η επιτυχής συγκρότηση της ατομικής ταυτότητας κρίνεται από την ικανότητα του ατόμου να μην υπακούει τυφλά στις προσαγές της μόδας αλλά να κατορθώνει μια προσωπική, ιδιοσυγκρασιακή σύνθεση στιλιστικών στοιχείων, έτσι και η επιτυχία ενός ατόμου στο επίπεδο των σχέσεων του με τους άλλους είναι η διατήρηση της αίσθησης της ελευθερίας και η αποφυγή του συναισθήματος της υποχρέωσης και της δέσμευσης.

Στο άλλο παράδειγμα, η πρακτική του κουτσομπολιού αναμεταφράζεται με την παρακολούθηση τηλεοπτικών σίριαλ (συγκεκριμένα του «Τόλμη και γοητεία») και την αλλαγή του περιεχομένου της πρακτικής αυτής. Δηλαδή οι αναφορές του σχολιασμού δεν ήταν πια η κοινωνική συμπεριφορά των άλλων αλλά η συμπεριφορά

δεν υπάρχει αλλαγή, «μιας και σε πολλές περιπτώσεις η ροή νέων υλικών και εικόνων επηρέασε ριζικά τη διαδικασία της αντικειμενικοποίησης έτσι ώστε το Τρινιντάντ να έχει υποστεί σημαντικό μετασχηματισμό με αυτή την εμπειρία. Αλλά αυτές οι αλλαγές έχουν τέτοια μορφή ώστε να διασαφηνίζουν και να επεκτείνουν τις προηγούμενες αξίες παρά να τις αντικαθιστούν ή να τις απαρχαιώνουν.»

³²² D.Miller, *Modernity, an ethnographic approach-dualism and mass consumption in Trinidad*, όπ.π., σελ.220-9.

και οι σχέσεις των τηλεοπτικών περσόνων.³²³ Παρατηρούμε, λοιπόν, ότι οι κύριοι όροι που διατρέχουν αυτές τις πρακτικές και αντιλήψεις είναι βασικά ίδιοι και για αυτό το λόγο ο Miller ισχυρίζεται ότι «το σίριαλ αντιπροσωπεύει μια μετατοπισμένη μορφή του κουτσομπολιού»³²⁴. Και ακριβώς πάνω σε αυτή την ομολογία των όρων ο Miller βλέπει την ενεργητική, δημιουργική αναμετάφραση παλιών αξιών με νέα εργαλεία. Ο Miller πιστεύει ότι η επιτυχία της συγκεκριμένης σαπουνόπερας οφείλεται στη συνάντηση του περιεχομένου της σειράς αυτής και της «τοπικής αντίληψης για την αλήθεια ως έκθεση και σκάνδαλο»³²⁵ σε μια περίοδο ύφεσης.

Το κύριο ενδιαφέρον του Miller είναι να ερευνήσει το πώς μια κοινωνία, στη συγκεκριμένη περίπτωση το Τρινιντάντ, μπορεί να έχει την εμπειρία της νεωτερικότητας και της εγγενούς σε αυτή αντίθεσης μεταξύ του αιώνιου, της παράδοσης και του εφήμερου, του καινούριου. Για τον Miller η δυνατότητα αντικειμενικοποίησης του παραδοσιακού και του εφήμερου, της συνέχειας και της ρήξης μέσα από τη μεταχείριση των αντικειμένων και των πρακτικών κατανάλωσης αποκαλύπτει μια δυναμική διαδικασία σύνθεσης και αναμετάφρασης αντικρούοντας τις προσεγγίσεις της χειραγώγησης, της αλλοτρίωσης και της παθητικής αφομοίωσης των προσταγών του καταναλωτικού πολιτισμού. Η θέση του αυτή εκκινεί από την νομιμοποίηση του ήδη υπάρχοντος και την ορθολογική διαχείριση αυτού. Για τον Miller το κριτήριο της αλλοτρίωσης έγκειται στο δίπολο άκριτης υποταγής και ενεργητικής οικειοποίησης, αφήνοντας στην άκρη το ζήτημα της διαρκούς, αναστοχαστικής αυτοθέσμησης του κοινωνικού από τα ίδια τα υποκείμενα.

Για να καταλήξουμε αναφερόμενοι και σε ένα άλλο παράδειγμα του αυτοκινήτου ως μέσου έκφρασης της ατομικής ανεξαρτησίας, θα μπορούσαμε να αναρωτηθούμε το εξής: Σε ποίο βαθμό θα μπορούσε να συμβιβασθεί, να εναρμονισθεί, να αναμεταφραστεί η νοηματοδότηση της ατομικής ελευθερίας ως προϋπόθεση αλλά και κυρίως παράγωγο της συλλογικής ελευθερίας στο πλαίσιο ενός πολιτικού προτάγματος της κοινωνικής αυτονομίας –κάνοντας την υπόθεση ότι στο Τρινιντάντ υπήρχε μια τέτοια νοηματοδότηση- με την νοηματοδότηση του αυτοκινήτου ως εργαλείου αντικειμενικοποίησης και εμπειρίας της αξίας της ατομικής ελευθερίας;³²⁶

³²³ D.Miller, *Modernity, an ethnographic approach-dualism and mass consumption in Trinidad*, όπ.π., σελ.252.

³²⁴ D.Miller, *Modernity, an ethnographic approach-dualism and mass consumption in Trinidad*, όπ.π., σελ.252.

³²⁵ D.Miller, *Modernity, an ethnographic approach-dualism and mass consumption in Trinidad*, όπ.π., σελ.253.

³²⁶ D.Miller, *Modernity, an ethnographic approach-dualism and mass consumption in Trinidad*, όπ.π., σελ.244.

Σε αυτή την περίπτωση οι όροι συγκρούονται και το αποτέλεσμα είναι είτε η αντίσταση στην κυριάρχηση μιας άλλης νοηματοδότησης που προτείνεται από ένα συνολικό πολιτισμικό, κοινωνικό, δικαιοϊκό, οικονομικό σύστημα ή η αλλοτρίωση.

H S.Narotzky ασκεί κριτική στη θέση του Miller για την δυνατότητα «σχετικά αυτόνομης και πολύμορφης διαδικασίας της πολιτισμικής αυτοσυγκρότησης» στο πεδίο της κατανάλωσης σε αντίθεση με τους περιορισμούς, τους καταναγκασμούς της εργασιακής εμπειρίας. Υποστηρίζει ότι «η θεωρία της κατανάλωσης που διατυπώνει ο Μίλερ θεμελιώνεται σ' αυτήν την ιδεαλιστική διαδικασία αυτοσυγκρότησης που του δίνει τη δυνατότητα να μιλάει για αυτόνομες, δημιουργικές, παρωθητικές πράξεις κατανάλωσης σε αντιδιαστολή με τις εξαρτημένες, αλλοτριωμένες, μη ελέγξιμες πράξεις της παραγωγής».³²⁷ Η Narotzky θέτει ένα ερώτημα με το οποίο προβληματοποιεί την προσέγγιση του Miller για την καταναλωτική δραστηριότητα ως δημιουργική και αυτόνομη διαδικασία πολιτισμικής συγκρότησης και αυτοπροσδιορισμού: «Πώς μπορεί μια ταυτότητα που κατασκευάζεται μέσω της κατανάλωσης να αποτελέσει 'στοιχείο ενδυνάμωσης' αν δεν στοχεύει, αλλά ούτε έχει και τη δύναμη να μετασχηματίζει εκείνον τον 'αναγκαίο καταναγκασμό που δημιουργείται από την υποχρέωσή τους να κερδίζουν τα προς το ζην' για τον οποίο οι περισσότεροι άνθρωποι του κόσμου ξοδεύουν το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου τους που είναι ξύπνιοι κατά τη διάρκεια της ζωής τους;».³²⁸

4. Τι είναι η «θεαματική κατανάλωση»;

H ανάπτυξη και η εξάπλωση της μεσοενημερωσιακής τεχνολογίας και της αντίστοιχης κουλτούρας σήμανε την οργάνωση ολοένα και περισσότερων πεδίων της κοινωνικής ζωής μέσω των μέντια και με τους όρους τους. Οι όροι του μεντιακού θεάματος αναδεικνύουν το είδος της διαμεσολάβησης και συναντούν τον ορισμό της κατανάλωσης που δόθηκε παραπάνω. Η διάχυση των εικόνων και της ρητορικής ήρθαν δια της αναγωγής σε σημεία να ορίσουν τα αντικείμενα, τις σχέσεις, τα συναισθήματα, τη φαντασία, τις επιθυμίες, τις ενορμήσεις, τις ανάγκες, την πολιτική, την εργασία, το σώμα, το άτομο και τις προσωπικές και συλλογικές ταυτότητες. Η αναγωγή σε σημεία σημαίνει την κατανάλωση της ιστορικής διαδικασίας και της συμβολικής κατεργασίας όλων αυτών που αναφέρθηκαν σε παγ(ι)ωμένες, τελειωμένες και τελικές μορφές-εικόνες-λέξεις, οι οποίες με τη μορφή προτύπων προσπαθούν να

³²⁷ S.Narotzky, *Οικονομική ανθρωπολογία: Νέοι προσανατολισμοί*, όπ.π., σελ.163.

³²⁸ S.Narotzky, *Οικονομική ανθρωπολογία: Νέοι προσανατολισμοί*, όπ.π., σελ.164.

επανοηματοδοτήσουν. Το πρότυπο δεν συνιστά διακύβευμα, δεν είναι κατεργάσιμο υλικό, ανοιχτό στην ιστορική και συμβολική διαμόρφωση. Το πρότυπο ομιλεί ως τέτοιο και χαρίζει τη φωνή του σε όποιον προσέρχεται σε αυτό. Με άλλα λόγια το σημείο μεσολαβεί και μέσω της απόκτησής του λειτουργεί ως εξοπλισμός σημείων, αξιών που μιλούν για χάρη του υποκειμένου.

Με αυτόν τον τρόπο η επιλογή-εκλογή ενός πολιτικού αντιπροσώπου μιλάει για την πολιτική στάση, η επιλογή-εκλογή ενός αυτοκινήτου για το κοινωνικό status, το γόητρο, το γούστο, το βιοτικό ύψος ακόμα και για τη σεξουαλικότητα, όπως και η επιλογή-εκλογή ενός τουριστικού πακέτου, μιας κινηματογραφικής ταινίας. Και η εκλογή ενός αντικειμένου, μιας υπηρεσίας παράγει συμβολική αξία όχι μόνο λόγω του σημειακού φορτίου που κομίζει το συγκεκριμένο αντικείμενο αλλά κυρίως από την έκφραση της προτίμησης για αυτό και της «απόρριψης» κάποιου άλλου. Με λίγα λόγια, τα εμπορεύματα/σημεία λειτουργούν ως ένα σύστημα, όπου το καθένα αποκτά τη σημειακή του ανταλλακτική αξία μέσω της συσχέτισής του με τα άλλα εμπορεύματα/σημεία που συναρθρώνουν όλη τη δομή των αντικειμένων.³²⁹ Η παραγωγή του κοινωνικού νοήματος βασίζεται στη διαφορά και στη σύγχρονη κοινωνική συνθήκη αυτή η παραγωγή νοήματος μέσω της διαφοροποίησης γίνεται με την καταναλωτική δραστηριότητα ως μια διαδικασία ανταλλαγής των διαφορών.³³⁰

Ως θεαματική κατανάλωση ορίζουμε τη σχέση με το σώμα, τα αντικείμενα, τα αγαθά, τις έννοιες, τη σκέψη, τα συναισθήματα, την εργασία, τους άλλους ανθρώπους, την πολιτική, την κοινωνική οργάνωση, η οποία μεσολαβείται από τη μεσοενημερωσιακή βιομηχανία και από τον ευρύτερο θεαματικό τροπισμό. Με την έννοια του ευρύτερου θεαματικού τροπισμού εννοούμε ότι η παραγωγή, η διάχυση και η μεσολάβηση εικόνων μπορεί να γίνει όχι μόνο από τους μεντιακούς θεσμούς αλλά και από τα ίδια τα υποκείμενα. Η παρουσίαση του εαυτού στη διαδικτυακή κοινότητα του «facebook» και η «σύναψη» σχέσεων, η ανταλλαγή πληροφοριών για την καθημερινή ζωή και τα προσωπικά ενδιαφέροντα συνιστά χαρακτηριστική περίπτωση ενεργητικής παραγωγής προσωπικού θεάματος, άρα και κατανάλωσης.

³²⁹ Ζ.Μπωντριγιάρ, *Η Καταναλωτική κοινωνία*, ό.π., σελ.58, όπου ο Μπωντριγιάρ αναφέρει ότι «τα καταναλωτικά προϊόντα...αυτά καθαυτά και ένα προς ένα (το αυτοκίνητο, η ξυριστική μηχανή κτλ.) δεν έχουν νόημα: μόνον ο αστερισμός τους, η συν-μορφολογία τους, η σχέση προς αυτά τα αντικείμενα και την συνολική κοινωνική τους "προοπτική" έχουν όντως νόημα. Κι εδώ είναι πάντα ένα διακριτικό νόημα. Τα ίδια απηχούν μέσα στην υλικότητα των σημείων (τις λεπτειλέπτες διαφορές τους) αυτόν τον δομικό καθορισμό.»

³³⁰ J.Baurdillard, *For a critique of the political economy of the sign*, ό.π., σελ.75.

Στην περίπτωση αυτή της παραγωγής του προσωπικού θεάματος δεν τίθενται μόνο τα ζητήματα της «διαμεσολαβημένης οιονεί αλληλόδρασης», της «κατάσχεσης των εμπειριών» από θεσμούς, της «οικειότητας εξ αποστάσεως» και της «μονόδρομης διαμεσολαβημένης σχέσης».³³¹ Το διακύβευμα εδώ δεν είναι η σχέση της ανακλαστικότητας και της διαμεσολαβημένης εμπειρίας ως προς το συμβολικό πρόταγμα της συγκρότησης του εαυτού, που εξετάζει ο J.B.Thompson, αλλά το ότι ο εαυτός και ακόμα η κοινή «ζωντανή εμπειρία» ατόμων που αλληλεπιδρούν σε κοινά – χρονικά και χωρικά πλαίσια– ανάγονται στο επίπεδο της εικόνας, του σημείου, της πληροφορίας.³³² Ο εαυτός και οι κοινές εμπειρίες (π.χ.: εκδρομές, γιορτές κ.λπ.) καλούνται να αναπαραχθούν σε πληροφορία, σε κώδικες αναγνωρίσιμους, απτούς-εικονικούς. Με άλλα λόγια, ο συμβολικός και εμπειρικός πλούτος μιας γιορτής, δηλαδή η ανταλλαγή βλεμμάτων, οι χειρονομίες, η αμφισημία αυτών, οι ψυχολογικές μεταπτώσεις και οι εσωτερικές και σωματικές εκρήξεις, η ομιλία, οι σιωπές, οι μορφασμοί, οι απώλειες και οι κατακτήσεις, όλα αυτά και άλλα άρρητα, μη περιγράψιμα καλούνται να κωδικοποιηθούν σε σχόλια, περιγραφές, εικόνες και πληροφορίες.

Η απόσταση από την αμεσότητα των διαπροσωπικών σχέσεων, από την αμεσότητα της συμβολικής κατεργασίας και της άμεσης διαπραγμάτευσης των όρων και των συνθηκών αυτοαντίληψης, ανάπτυξης κοινωνικών σχέσεων, διαμόρφωσης ατομικής και συλλογικής κοινωνικής ταυτότητας και κοινωνικής οργάνωσης συνιστά αυτό το πεδίο που μεσολαβεί και αναπληρώνει –με αντεστραμμένες εξεικονίσεις- το θέαμα (είτε γραφειοκρατικά ή «αυθόρμητα» διαμορφωμένο). Η κατανάλωση έρχεται να επικυρώσει αυτό το θεαματικό πάγωμα των σχέσεων, έρχεται να αχρηστεύσει τις εντάσεις, τις ρήξεις, τις δυσκολίες, τις αντιφάσεις που αποτελούν χαρακτηριστικά της ιστορικής κίνησης και της διαρκούς συμβολικής κατεργασίας που συγκροτεί τον κοινωνικό κόσμο και το άτομο.

³³¹ J.B.Thompson, *Νεωτερικότητα και μέσα επικοινωνίας*, μετ.Γ.Καραμπίνη-Ν.Σώκου, εισ. και επιμ. Ν.Δεμερτζής, Παπαζήσης, Αθήνα 1998, σελ.339-380, όπου αναλύεται η εμπειρία του ατόμου σε ένα διαμεσολαβημένο κόσμο από τα μέντια και τις συνέπειες –ηθικές, πολιτικές, κοινωνικές, πολιτισμικές ψυχολογικές- αυτής της συνθήκης στη συγκρότηση της ατομικής και συλλογικής ταυτότητας.

³³² J.B.Thompson, *Νεωτερικότητα και μέσα επικοινωνίας*, όπ.π., σελ.343-57. Ο Thompson εξετάζει τους κινδύνους αλλά και τις δυνατότητες που προκύπτουν για την ανακλαστική οργάνωση του εαυτού σε μια συνθήκη διαμεσολαβημένης εμπειρίας. Ως κίνδυνοι επισημαίνονται «η διαμεσολαβημένη εισβολή των ιδεολογικών μηνυμάτων, ο διπλός δεσμός της διαμεσολαβημένης εξάρτησης, η αποπροσανατολιστική επίδραση της συμβολικής υπερφόρτωσης και η απορρόφηση του εαυτού στη διαμεσολαβημένη οιονεί-αλληλόδραση». Οι δυνατότητες που διαβλέπει ο συγγραφέας είναι η διεύρυνση των οριζόντων κατανόησης, το βάθεμα της ανακλαστικής οργάνωσης του εαυτού με τη διεύρυνση των διαθέσιμων συμβολικών αποθεμάτων, η αναγνώριση νέων εναλλακτικών τρόπων ζωής και κριτική στάση απέναντι στις υπάρχουσες συνθήκες ζωής.

Ο κάθε πολιτισμός, όμως, συνίσταται στο σύστημα των νοημάτων στο οποίο αναφέρονται, θεσμίζονται και εκδιπλώνονται οι κοινωνικοί θεσμοί, οι σχέσεις και οι ατομικοί και συλλογικοί προσδιορισμοί. Στις προνεωτερικές κοινωνίες οι μύθοι αποτελούσαν αυτό το σύστημα νοημάτων τα οποία έθεταν τις βάσεις του κόσμου και την κοσμογονική τους προέλευση, εκλογίκευαν τη δοσμένη κοινωνική δομή και τις σχέσεις της και η οργάνωση του χώρου, του χρόνου και οι τελετουργίες αποτελούσαν τις άμεσα αντιληπτές μορφές της μυθικής οργάνωσης. Στον αστικό, καταναλωτικό πολιτισμό ο μύθος της κατανάλωσης, όπως συγκροτείται από το θέαμα, οργανώνει τον κοινωνικό κόσμο.

Μέσω της θεαματικής κατανάλωσης τα άτομα και οι ομάδες συγκροτούν, νοηματοδοτούν τον κόσμο τους και τοποθετούν τους εαυτούς τους εντός αυτού. Επομένως στην καταναλωτική δραστηριότητα και εμπειρία αυτό που αναζητείται είναι ένας ατομικός και συλλογικός αυτοπροσδιορισμός. Ο αυτοπροσδιορισμός αυτός επιτυγχάνεται μέσα από την οικειοποίηση των συμβολικών (ανταλλακτικών) αξιών τις οποίες κομίζουν τα κάθε είδους εμπορεύματα. Αυτό αναδεικνύει τον ενεργητικό χαρακτήρα της καταναλωτικής δραστηριότητας, με την έννοια ότι δεν πρόκειται για μια παθητική στάση του υποκειμένου-καταναλωτή ή και μια μηχανική ανταπόκριση στο διαφημιστικό μηχανισμό προώθησης. Αλλά πρόκειται για μια διαδικασία επιλογής αυτοπροσδιορισμού και ταυτοποίησης με τους όρους βέβαια της θεαματικής διαμεσολάβησης, δηλαδή με την επιλογή-εκλογή σημείων.

Αυτή η συνθήκη αναβαθμίζει και το διαμεσολαβητικό ρόλο της διαφήμισης, ο οποίος ξεπερνά την περιοριστική σκοποθεσία της άμεσης πειθούς για το συγκεκριμένο αντικείμενο-εμπόρευμα. Στις περισσότερες διαφημίσεις το εμπόρευμα περνάει σε δεύτερη σειρά και αυτό που προωθείται είναι η «ατμόσφαιρα», που συναρθρώνεται γύρω από αυτό. Σχηματικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι το αντικείμενο τίθεται στη θέση φυγής του βλέμματος και η ατμόσφαιρα κατανέμεται στο επακριβώς προσδιορισμένο, κερματισμένο κάδρο. Μέσα από το σημείο φυγής που βρίσκεται το εμπόρευμα -αυτοκίνητο για παράδειγμα- διαθλάται η ατμόσφαιρα ή αλλιώς η εμπειρία που προτείνει η εικονική ρητορική που το πλαισιώνει. Έτσι συγκροτείται το φάσμα των σημειακών ανταλλακτικών αξιών τις οποίες αναζητά το άτομο-θεατής για να συγκροτήσει κομμάτια της ταυτότητάς του. Είναι χαρακτηριστικό ότι τα περισσότερα άτομα από τα οποία πήραμε συνεντεύξεις υποστήριξαν ότι οι διαφημίσεις που τους τραβάνε την προσοχή και το ενδιαφέρον δεν είναι οι άμεσες, εξαναγκαστικού χαρακτήρα, αλλά οι έμμεσες, αυτές που διακρίνονται από την επεξεργασμένη

αισθητική, από ευρηματικότητα και αυτές που το εμπόρευμα περνάει σε δεύτερη μοίρα και απλά λειτουργεί ως αφορμή για την άρθρωση μιας ιστορίας, μιας αφήγησης. Παραθέτουμε ενδεικτικά αποσπάσματα από συνεντεύξεις υποκειμένων-επισκεπτών του 'The Mall Athens':

«Μου αρέσει [η διαφήμιση] να είναι λίγο έξυπνη, να έχει χιούμορ μέσα, υπάρχουνε κάτι διαφημίσεις ωραίες. Δεν μου αρέσουν οι διαφημίσεις 'α! αυτό είναι το προϊόν, ορίστε πάρτε το, είναι καλό'. Θέλω να έχει ένα σενάριο, ένα κάτι τις, λίγο...θυμάμαι μου άρεσε μια διαφήμιση, παλιά ήτανε, με ένα αμάξι. Εντάξει δεν πήγα να πάρω το αμάξι, αλλά μου είχε τραβήξει την προσοχή...είχε λίγο σενάριο, είχε χιούμορ, δεν ήταν έτσι ντουγκού. Τώρα οι άλλες διαφημίσεις που σου λένε στη μάπα πρέπει να το πάρεις αυτό γιατί είναι καλό, αυτές δεν μου αρέσουν. Με επηρεάζουν περισσότερο οι διαφημίσεις που μου το βάζουν υποσυνείδητα ότι είναι καλό να το πάρεις. Νομίζω ότι αυτά επηρεάζουν περισσότερο. Εκνευρίζομαι όταν μου λένε πρέπει να το πάρεις. Τώρα να δω κάτι σε μια διαφήμιση και να σηκωθώ να πάω να το πάρω, δεν παίζει τόσο πολύ. Αλλά άμα δω διαφήμιση για ένα προϊόν, κάτι ο,τιδήποτε και τύχει και πάω στο μαγαζί ή περάσω και το δω, θα σκεφτώ 'α! κοίτα αυτό που είδα στην τηλεόραση'. Δεν είναι σίγουρο ότι θα το πάρω, θα το πάρω ανάλογα, παίζει...μου μένει, μου μένει.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens, 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Μου αρέσουν πάρα πολύ οι διαφημίσεις που έχουν σχέση με ποτά στην τηλεόραση με ούισκι, με βότκα. Είναι πάρα πολύ ωραίες, σε περίπτωση που κάνω ζάπινγκ, εντάξει σε άλλες συνθήκες αν έβλεπα διαφημίσεις θα έφευγα αλλά με αυτές ταυτίζομαι. Μου αρέσουν γιατί είναι πολύ καλές και παραγωγές, αλλά και γιατί έχουν πολύ ωραίες θεματολογίες. Δηλαδή το ούισκι λέει ότι είναι ένας τρόπος για να πλασάρεις τον εαυτό σου. Και δείχνει έναν τριανταπεντάχρονο ο οποίος μπαίνει μέσα στο μπαρ ζητάει το ούισκι είναι πολύ ωραίος, πολύ καλοντυμένος, εκπέμπει σεβασμό και διαλέγει το τάδε ούισκι. Σαν να ταυτίζομαι δηλαδή. Ή ας πούμε βλέπεις μια παρέα που περνάει καλά σε ένα μαγαζί, σε ένα μπαρ μου αρέσει είναι σαν να βλέπω τη δικιά μου

παρέα ταυτίζομαι. Με κάνει να θέλω να το δω. Ή ας πούμε και σχεδόν όλες του καφέ, Nescafe, Jacobs. Σου δείχνουν εικόνες από ανατολή ή από την παραλία που είναι όλοι και περνάνε καλά. Καλές διαφημίσεις είναι και οι κοινωνικές για το περιβάλλον, για τη φοροδιαφυγή, για την απόσυρση αυτοκινήτων. Οι διαφημίσεις αυτού του είδους είναι ωραίες, βλέπονται ευχάριστα αλλά η πλειοψηφία των διαφημίσεων δεν βλέπονται.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 20 ετών, κάτοικος Ν.Κηφισιάς)

«...το πώς το παρουσιάζουνε αυτό που θέλουν να διαφημίσουν. Δηλαδή να μην είναι ούτε σαν να μιλάει σε κάποιον που έχει πρόβλημα στον εγκέφαλο ούτε να το κάνει τελείως...δηλαδή να το παρουσιάζει σαν κάτι το θεϊκό.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 15 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«...αυτή [η διαφήμιση] με τα τρία λεπτά, με το παιδάκι που πάει να βρει τη κόκα-κόλα που τον κάνουν ήρωα. Είναι πολύ καινούρια. Είναι τρία λεπτά και σου λέει και καλά πως φτιάχνεται η κόκα-κόλα μέσα στα εργαστήρια, αλλά είναι πολύ ψεύτικο. Είναι ωραία. Δείχνει ότι είναι φυσικό και είναι ξεχωριστή, δηλαδή δεν το έχει φτιάξει κανένας άλλος...είναι ιστορία κανονική. Δεν σου λέει πάρε αυτό και θα κάνει εκείνο ή το άλλο ή έχεις τέτοια μαλλιά πάρε αυτό το σαμπουάν γιατί θα βελτιωθούν...δηλαδή δεν είναι συνηθισμένη διαφήμιση, δεν θα δείξει κάποιον ηθοποιό ή κάποιον άλλο άσχετο και να λέει 'με το γιαούρτι αυτό άλλαξαν όλα'. Ή δεν μιλάει, έχει μια μουσική που πηγαίνει έτσι και δείχνει πως φτιάχνεται η κόκα-κόλα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 16 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Μου αρέσει όταν ξεκινάει μια διαφήμιση που βλέπεις για πρώτη φορά και δεν καταλαβαίνεις που το πάει. Δηλαδή σου δίνει μια αίσθηση και μετά στο γυρνάει αλλού και τελικά καταλήγει κάπου αλλού όπου αναφέρεται στο προϊόν. Αλλά έχει μια διαδρομή, δεν στο δίνει κατευθείαν.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 29 ετών, κάτοικος Πατησίων)

«Τις διαφημίσεις τις προσέχω μόνο όταν βασίζονται σε πολύ έξυπνο μάρκετινγκ. Έχω δει άπειρες διαφημίσεις που εναλλάσσονται οι ίδιες εικόνες, δηλαδή τίποτα δεν μου κάνει καμία αίσθηση, το γυρνάω. Αλλά έχω δει πολύ έξυπνες διαφημίσεις...δηλαδή εγώ κοιτάω τις διαφημίσεις μόνο που βασίζονται σε έξυπνο μάρκετινγκ και μόνο. Και εκεί μπορεί να με επηρεάσουν κιόλας είτε θετικά ή αρνητικά. Αλλά κυρίως αν έχουν έξυπνα σποτάκια, έξυπνο μάρκετινγκ, έχουν πιάσει το θέμα καλά και είναι ένα έξυπνο θέμα σου δίνουν την αίσθηση ότι το θέλω αυτό. Μου αρέσει η διαφήμιση του και το θέλω[...]Μου αρέσει γενικότερα σε κάποιες διαφημίσεις ο τρόπος που προσεγγίζει το θέμα. Δηλαδή που δεν είναι μόνο καθαρά τώρα μιλάμε για τον καφέ και να δείχνει μια παρέα να κάθεται σε ένα τραπέζι και να πίνει καφέ. Μπορεί να σου δείξει τον καφέ και να σου δείχνει μια κοπέλα να κάθεται στο βουνό μόνη της χωρίς να υπάρχει τίποτα του Nescafe στη διαφήμιση να κάθεται στην κορυφή του βουνού και να κοιτάει το ηλιοβασίλεμα...ας πούμε ότι σου δίνει την αίσθηση ότι ο καθένας...δεν είναι μόνο ο καφές μια διαδικασία που πίνεις με την παρέα σου καφέ, μπορεί να είσαι και μόνος σου στην άκρη του κόσμου να πεις καφέ μόνος σου, δηλαδή σου κινεί το ενδιαφέρον για το τι μπορείς να κάνεις στη φάση της ζωής σου –μάλλον να το πω διαφορετικά- όταν χρησιμοποιείς αυτό το προϊόν...Σου δείχνει κάτι το οποίο δεν είναι κοινότυπο. Σου δείχνει πράγματα τα οποία μπορούν να σε βοηθήσουν να φύγει η φαντασία σου.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Με τραβάνε οι ιντριγκαδόρικες διαφημίσεις, που θέτουν ένα ερώτημα στην αρχή και μετά επανέρχονται με μια διευκρινιστική.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 48 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Έτσι όπως το αντικείμενο-σημείο μεσολαβεί για να αφηγηθεί κάτι πέρα από το ίδιο, έτσι και η απόκτηση και η κατανάλωση ενός αντικειμένου ή μιας εμπειρίας μεσολαβεί για να μιλήσει για κάτι πέρα από αυτό καθαυτό, δηλαδή για το υποκείμενο κάτοχό του, για τις ποιότητες του εαυτού, για την ταυτότητα του κατόχου και καταναλωτή του. Ο Α.Appadurai κάνει λόγο για μια σχέση διπλής αντιστροφής μεταξύ ανθρώπων [159]

και πραγμάτων, όπως αυτή επιτυγχάνεται με τη διαφημιστική στρατηγική. Σύμφωνα με τον Appadurai, η διαφήμιση προωθεί ακόμα και τα καθημερινά, συνηθισμένα προϊόντα ως επιθυμητά και αποκλειστικά, εντός μιας «ψευδοθυλακομένης ζώνης». Με αυτόν τον τρόπο «οι κοινωνικές εικόνες που δημιουργούν αυτή την ψευδαίσθηση της αποκλειστικότητας μπορεί να ερμηνευθεί ως φετιχισμός του καταναλωτή παρά του εμπορεύματος...οι εικόνες κοινωνικότητας –ανήκειν, σεξουαλικότητα, ισχύς, διάκριση, υγεία, συντροφικότητα, συναδελφικότητα- υποστηρίζουν στην εστίαση της διαφήμισης στη μεταμόρφωση του καταναλωτή σε σημείο που το συγκεκριμένο προϊόν να έρχεται δεύτερο στη σκέψη».³³³

³³³ Α. Appadurai, «Introduction: commodities and the politics of value», ό.π., σελ.56.

Κεφάλαιο 4^ο

Χώροι κατανάλωσης: εμπειρία και ταυτότητα

Εισαγωγή

Η εδραίωση και η σταδιακή καθολίκευση του τροπισμού της κατανάλωσης συνδέεται άμεσα με τη διεύρυνση των μεσαίων στρωμάτων κυρίως κατά τη μεταπολεμική περίοδο και με την αντίστοιχη κοινωνική συνείδηση και δομές διαθέσεων που επέφερε αυτή η ανακατανομή του πληθυσμού –στο δυτικό εκβιομηχανισμένο κόσμο- στις κοινωνικές και ταξικές κατηγορίες. Η αύξηση των εισοδημάτων και η επέκταση του τριτογενή τομέα σε συνδυασμό με τις κάθε τύπου διαμεσολαβήσεις, που αναφέρθηκαν παραπάνω, σήμαναν μια μετάλλαξη της ταξικής συνείδησης και μια αντικατάσταση των όρων αναφοράς συγκρότησης της ατομικής και συλλογικής ταυτότητας.

Μπορεί το εργοστάσιο, η λαϊκή συνοικία, τα φιλικά και οικογενειακά δίκτυα, η pub να αποτελούσαν χώρους διατήρησης και ανάπτυξης της ταξικής αλληλεγγύης και της συνείδησης, επομένως και οι πρακτικές συλλογικής και ατομικής ταυτοποίησης να μην εμπλεκόταν αποκλειστικά στη σφαίρα της εμπορευματικής ανταλλαγής και της κατανάλωσης υλικών και κυρίρχα προσδιορισμένων συμβολικών αγαθών και αξιών. Η ανάπτυξη, όμως, του τριτογενή τομέα που σημαίνει τη διόγκωση της μεσαίας και μικροαστικής τάξης, οι ενσωματικές γραφειοκρατικές πολιτικές καθορισμού του αναπαραγωγικού πεδίου στη μεταπολεμική κεινσιανή συνθήκη, η ένταση του θεάματος,³³⁴ σηματοδότησαν αλλαγές στην ταξική σύνθεση του πληθυσμού, στην ταξική συνείδηση, στις κοινωνικές σχέσεις και ταυτότητες.

³³⁴ T. Adorno, *Σύννοψη της πολιτιστικής βιομηχανίας*, ό.π., σελ.37. Ο Adorno αναφερόμενος στην υπερασπιστική θέση για την πολιτιστική βιομηχανία που θέλει αυτή να δίνει προσανατολισμούς στο σύγχρονο άνθρωπο μέσα στον πολύπλοκο κόσμο υποστηρίζει ότι «αυτό που φαντάζονται πως η

Αφενός οι φιλοδοξίες κοινωνικής ανοδικής κινητικότητας των μεσαίων στρωμάτων αντικατέστησαν τα ταξικά ζητήματα και την προβληματοποίηση των κοινωνικών ιεραρχιών. Αφετέρου ανέδειξαν μια ένταση της κοινωνικής λογικής της διαφοροποίησης εντός των μεσοστρωμάτων με αναφορά τον αποπολλαπλασιασμό διαφόρων τρόπων ζωής, πολιτισμικών ταυτοτήτων και σημειακών διακρίσεων με την κοινωνική προοπτική στραμμένη προς τις ανώτερες κοινωνικές τάξεις και το βιοτικό τους επίπεδο και ύψος, και την τάση επισήμανσης, αποκοπής και διαχωρισμού από τις κατώτερες κοινωνικές τάξεις. Αυτή η υπόσχεση κοινωνικής ανόδου εξέθρεψε ένα μάγμα προσδοκιών –πραγματικών ή και ψευδαισθησιακών– οι οποίες εκφράστηκαν στο πεδίο της κατανάλωσης μέσα από επιλογές-εκλογές αντικειμένων-εμπορευμάτων και σημείων που τόσο συντηρούσαν ζωντανές τις προσδοκίες σε επίπεδο φαντασιακό όσο και επισήμαναν τις διακρίσεις, διαφοροποιήσεις. Με λίγα λόγια η καταναλωτική δραστηριότητα πήρε τη μορφή μιας κρίσιμης εμπειρίας και πρακτικής, η οποία υποστασιοποιούσε, ταυτοποιούσε τα (υστερό-)νεωτερικά υποκείμενα.

Αν το μεταπολεμικό κράτος πρόνοιας ήρθε να μεσολαβήσει τις καπιταλιστικές κοινωνικές σχέσεις τόσο με τη ρύθμιση του παραγωγικού τομέα –εξασφαλίζοντας σχεδόν μόνιμη απασχόληση για τους λευκούς άνδρες– όσο και με τις αναδιανεμητικές του πλούτου πολιτικές –ρυθμίζοντας τη «συλλογική κατανάλωση» (M.Castells)³³⁵– και με αυτό τον τρόπο να θέσει την κοινωνική ειρήνη με την απορρόφηση των

πολιτιστική βιομηχανία συντηρεί, αυτή το καταστρέφει ακόμη ριζικότερα. Η έγχρωμη ταινία γκρεμίζει την ευχάριστη και άνετη παλιά ταβέρνα (Wirtshaus) πιο καλά απ' όσο κατάφεραν οι βόμβες: εξοντώνει ακόμη και την υποσυνείδητη εικόνα της (Imago). Καμιά πατρίδα δεν επιβιώνει μετά την επεξεργασία της στις ταινίες, που την εξυμνούν και ισοπεδώνουν εξομοιωτικά κάθε χαρακτηριστική ιδιαιτερότητα, από την οποία τρέφονται.»

³³⁵ M.Castells, *The urban question*, Edward Arnold, London, 1977, σελ. 454-65. Ο M.Castells προσεγγίζει την κατανάλωση ως οικειοποίηση του προϊόντος, ως αναπαραγωγή της εργατικής δύναμης και ως αναπαραγωγή των κοινωνικών σχέσεων. Οι πρακτικές της κατανάλωσης, επομένως, αντιμετωπίζονται «ως διαδικασίες αναπαραγωγής της εργατικής δύναμης, ως έκφραση των ταξικών σχέσεων στο επίπεδο των σχέσεων διανομής και ως αναπαραγωγή των κοινωνικών σχέσεων που είναι εγγενείς στον τρόπο παραγωγής». Ως «συλλογική κατανάλωση», ο Castells ορίζει, «τη διαδικασία αναπαραγωγής της εργατικής δύναμης και τη διαδικασία αναπαραγωγής των κοινωνικών σχέσεων, αλλά όπως διαμορφώνονται με την αναπαραγωγή της εργατικής δύναμης (και επομένως υπακούοντας στους ειδικούς ρυθμούς)». «Συλλογικά εμπορεύματα είναι αυτά που δεν έχουν αγοραστική τιμή». Για τον Castells στην συνθήκη του μονοπωλιακού καπιταλισμού, ο κρατικός μηχανισμός αναλαμβάνει την παροχή συλλογικών υπηρεσιών (στέγαση, νοσοκομεία, εκπαίδευση, αστικές υποδομές κ.λπ) και με αυτόν τον τρόπο επιδιώκει την αναπαραγωγή των ταξικών και κοινωνικών σχέσεων. Η έννοια του αστικού σχεδιασμού σημαίνει μια διαδικασία πολιτικοποίησης των αστικών ζητημάτων, η οποία συνίσταται στην διεύθυνση του κράτους και στην οργάνωση της καθημερινής ζωής στην αστική συνθήκη και επομένως στη δραστηκή ανάπτυξη του στην αναπαραγωγή των σχέσεων εξουσίας. Ο Castells υποστηρίζει ότι η απόπειρα διευθέτησης της συλλογικής κατανάλωσης είχε ως συνέπειες πολιτικές και κοινωνικές συγκρούσεις, οι οποίες πήραν αφενός χαρακτηριστικά ρεφορμιστικής διεκδίκησης (απαίτηση για καλύτερη παροχή συλλογικών υπηρεσιών) και αφετέρου μορφές ριζοσπαστικής πολιτικής σύγκρουσης (αμφισβήτηση της πολιτικής εξουσίας και των σχέσεων παραγωγής).

εντάσεων που δημιουργεί το κεφάλαιο ως η κοινωνική σχέση η διαμεσολαβημένη από τα πράγματα (Μαρξ) –τόσο στο επίπεδο της εργασίας όσο και στις αγορές- το οργανωμένο θέαμα ως η διαμεσολαβημένη κοινωνική σχέση από τις εικόνες (G.Debord) ήρθε να μεσολαβήσει και να οργανώσει όχι μόνο το επίπεδο της αναπαραγωγής αλλά το σύνολο της καθημερινής ζωής –από το πολιτικό μέχρι το σεξουαλικό, υπαρξιακό.

Ο P.-A. Taguieff σχολιάζοντας την ενσωμάτωση της ριζοσπαστικής κριτικής της καταναλωτικής κοινωνίας κατά τη δεκαετία του '60 και τις πολιτικές συνέπειες αυτής (π.χ.: απάλυνση της αντίθεσης Αριστεράς-Δεξιάς, υπεράσπιση του status quo, εγκατάλειψη χειραφετητικών προταγμάτων, ακραία εξατομίκευση κ.λπ.) κάνει λόγο για την ευρεία εμπέδωση της καταναλωτικής κουλτούρας. Αναφέρει ότι «η 'φιλοεπιλεκτική' ιδεολογία είναι η αυθόρμητη ιδεολογία των γνωστικών καταναλωτών» και συνεχίζει επισημαίνοντας ότι «οι πολίτες μεταμορφώθηκαν όλοι σε καταναλωτές. Οι μόνες συγκρούσεις που πραγματικά τους αντιπαραθέτουν σχετίζονται με την ανισότητα της πρόσβασής τους στα καταναλωτικά αγαθά. Πράγματι, η επιθυμία, ο φθόνος και η μνησικακία είναι πάθη που αντιστέκονται σε όλες τις ιστορικές ανατροπές. Η εξισωτιστική/καταναλωτιστική επαγρύπνηση πήρε τα πρωτεία από την αντιφασιστική επαγρύπνηση.»³³⁶

Ο P.Bourdieu επισημαίνει τη συμβολική ενσωμάτωση των κυριαρχημένων τάξεων αναφερόμενος στην εμφάνιση μιας νέας μικροαστικής τάξης η οποία συνοδεύθηκε από «νέα εργαλεία χειραγώγησης» και ένα «μετασχηματισμό της θέσης και των διαθέσεων της παλιάς μικροαστικής τάξης». Για τον Bourdieu «όλα αυτά συνδέονται με τους μετασχηματισμούς του τρόπου κυριαρχίας, ο οποίος υποκαθιστώντας την καταστολή με τη σαγήνη, την υπηρεσία της δημόσιας ασφάλειας (αστυνομία) με τις δημόσιες σχέσεις, την αυθεντία με τη διαφήμιση, το σκληρό τρόπο με το μαλακό τρόπο, αναμένει τη συμβολική ενσωμάτωση των κυριαρχημένων τάξεων όχι από την εγχάραξη των κανονιστικών προτύπων όσο από την επιβολή των αναγκών.»³³⁷

Το ότι υπήρξε η μετάβαση σε άλλα πεδία εργασίας, εκπαίδευσης και καθημερινής εμπειρίας, τρόπους και μεθόδους κοινωνικής, πολιτικής, οικονομικής οργάνωσης και κυριαρχίας –από την πειθαρχική κοινωνία στην κοινωνία του ελέγχου

³³⁶ Π.-Α.Ταγκιέφ, *Μπορούμε να ασκούμε ακόμα κριτική στην καταναλωτική κοινωνία;*, μετ. Α.Πανταζόπουλος, Σαββατιάτικη Ελευθεροτυπία, 17 Οκτωβρίου 2009, σελ.14.

³³⁷ P.Bourdieu, *Η διάκριση – κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης*, όπ.π., σελ.199-200.

κατά τον G.Deleuze³³⁸ σήμανε και το μετασχηματισμό της νοοτροπίας. Ο Π.Κονδύλης κάνει λόγο για τη μετατόπιση από το στόχο της αυτοπραγμάτωσης νοούμενης ως αυτουπέρβαση του εγώ στον ηδονισμό. Η «ηδονιστική αυτοπραγμάτωση» συνδέεται με τις προσφερόμενες δυνατότητες μαζικής κατανάλωσης, καθώς «αυτές οι δυνατότητες πρόσφεραν για πρώτη φορά το συγκεκριμένο ερέθισμα και την απτή βάση για την προγραμματική σύνδεση αυτοπραγμάτωσης και ηδονισμού, ενώ σε όλους τους προγενέστερους κοινωνικούς σχηματισμούς η αυτοπραγμάτωση οριζόταν κατά κύριο λόγο ως αυτουπέρβαση, δηλαδή ως επιβολή του αληθινού ή αυθεντικού εγώ πάνω στα κατώτερα ψυχόρμητα».³³⁹

Ο G.Lipovetsky κάνει λόγο για τον ανθρωπολογικό τύπο του νάρκισσου, ο οποίος διαμορφώθηκε από τη σταδιακή αποεπένδυση της δημόσιας σφαίρας, της διάρρηξης των κλασικών διαχωρισμών (ρόλων, κοινωνικών, φυλετικών, ταξικών ταυτοτήτων) και την υπερεπένδυση του ιδιωτικού και ιδίως του ψυχολογικού τομέα.³⁴⁰ Συνδέει την άνοδο αυτού του ναρκισσιστικού ανθρωπολογικού τύπου με τον μετασχηματισμό του καπιταλιστικού συστήματος. Σχολιάζει συγκεκριμένα ότι «ο ναρκισσισμός ορίζει την ανάδυση ενός πρωτόγονου προφίλ του ατόμου στις σχέσεις του με τον εαυτό του και το σώμα του, με τους άλλους, τον κόσμο και τον χρόνο, τη στιγμή που ο εξουσιαστικός ‘καπιταλισμός’ παραχωρεί τη θέση του σ’ έναν ηδονιστικό και επιτρεπτικό καπιταλισμό».³⁴¹

Στη δεκαετία του ’60 αναπτύχθηκε μια συστράτευση σε δημόσια, ταξικά και πολιτικά ζητήματα, με άλλα λόγια υπήρχε μια επένδυση του δημόσιου χώρου με προτάγματα, πολιτικούς στόχους και ριζοσπαστικές νοηματοδοτήσεις και πρακτικές. Μια από τις κριτικές που ασκήθηκαν τόσο συμβολικά, ρητορικά όσο και πρακτικά αφορούσε την καταναλωτική κοινωνία. Ο Lipovetsky υποστηρίζει ότι από τη δεκαετία του ’70 βρισκόμαστε στη δεύτερη φάση της καταναλωτικής κοινωνία και ο ανθρωπολογικός τύπος της είναι ο «cool» και όχι ο «hot». Πρόκειται για μια

³³⁸ G.Deleuze, «Η κοινωνία του ελέγχου», στο *Futura*, τεύχος 5^ο, Χειμώνας 1998-99, σελ.114-122.

³³⁹ Π.Κονδύλης, *Η παρακμή του αστικού πολιτισμού*, Θεμέλιο, Αθήνα 2007, σελ.252-3.

³⁴⁰ Ζ.Λιποβέτσκι, *Η εποχή του κενού: Δοκίμια για τον σύγχρονο ατομικισμό*, μετ.Β.Τομανάς, Νησίδες, Σκόπελος, σελ.46. Ο Λιοβέτσκι αναφέρει ότι «η *res publica* χάνει τη ζωτικότητα της, τα μεγάλα ‘φιλοσοφικά’, οικονομικά, πολιτικά ή στρατιωτικά ζητήματα προκαλούν σχεδόν την ίδια ανέμελη περιέργεια με οποιοδήποτε μικροσυμβάν, όλα τα ‘ύψη’ σιγά σιγά καταρρέουν, καθώς παρασύρονται στο αχανές γιγνήσκον της κοινωνικής ουδετεροποίησης και κοινοτοποίησης. Μόνο η ιδιωτική σφαίρα φαίνεται να βγαίνει νικήτρια απ’ αυτή τη σαρωτική επικράτηση της απάθειας» να επαγρυπνούμε για την υγεία μας, να διατηρούμε την υλική μας κατάσταση, να απαλλασσόμαστε από τα ‘κόμπλεξ’ μας. Να περιμένουμε τις διακοπές: έχει γίνει εφικτό να ζούμε χωρίς ιδανικό, χωρίς υπερβατική επιδίωξη.»

³⁴¹ Ζ.Λιποβέτσκι, *Η εποχή του κενού: Δοκίμια για τον σύγχρονο ατομικισμό*, όπ.π., σελ.45.

καταναλωτική κοινωνία «που έχει χωνέψει την κριτική της ευμάρειας» και στην οποία κατά το γάλλο φιλόσοφο «είμαστε προορισμένοι να καταναλώνουμε, έστω και διαφορετικά, ολοένα περισσότερα αντικείμενα και πληροφορίες, αθλήματα και ταξίδια, εκπαίδευση και σχέσεις, μουσική και ιατρικές φροντίδες. Αυτό είναι η μεταμοντέρνα κοινωνία: όχι το επέκεινα της κατανάλωσης, αλλά η αποθέωσή της, η επέκτασή της ως και στην ιδιωτική σφαίρα, ως και στην εικόνα και το γίνεσθαι του εγώ που καλείται να γνωρίσει το πεπωμένο της επιταχυνόμενης απαρχαιώσης, της κινητικότητας, της αποσταθεροποίησης.»³⁴²

Το κυνήγι διαρκώς νέων και πιο απολαυστικών εμπειριών συνιστά πυρηνικό στοιχείο της νοοτροπίας του ηδονοθηρικού ανθρωπολογικού τύπου, του καταναλωτή, ο οποίος αποβλέπει στην ανανέωση και αντικατάσταση σχέσεων, αντικειμένων και εμπειριών.³⁴³ Το κεντρικό διακύβευμα για αυτόν τον ανθρωπολογικό τύπο είναι να αυξάνει –όχι τόσο τις πραγματικές δυνατότητες, εδώ η πίστωση παίζει το ρόλο του μεγάλου καταλύτη- αλλά τον όγκο πληροφοριών-επιλογών με τις οποίες έρχεται αντιμέτωπος. Ο Deleuze κάνει λόγο για τη μετατόπιση από τον «έγκλειστο άνθρωπο» στον «άνθρωπο-χρεωστή» και προσθέτει ότι «ο άνθρωπος των πειθαρχήσεων ήταν ένα προϊόν στερημένο ενέργειας, ενώ ο άνθρωπος του ελέγχου είναι μάλλον κυματοειδής, αγγελιαφόρος σε τροχιά συνεχούς φάσματος».³⁴⁴ Σε αυτή τη νέα καταναλωτική ηθική, που συνίσταται στο ακόρεστο της επιθυμίας, στο διαρκή αναπροσανατολισμό και στην καταστατική θέση της διαρκούς αναχώρησης προς νέες και πιο πολλά υποσχόμενες απολαύσεις, καθώς και στην αποφυγή δεσμεύσεων μακροχρόνιων σχέσεων, ανάληψης ευθυνών, αναφέρεται ο Z.Bauman.³⁴⁵ Ο ίδιος αναλύει τη μετάβαση από την κοινωνία των παραγωγών σε αυτή των καταναλωτών.

³⁴² Ζ.Λιποβetsκί, *Η εποχή του κενού: Δοκίμια για τον σύγχρονο ατομικισμό*, ό.π., σελ.13.

³⁴³ Χ.Άρεντ, *Η ανθρώπινη κατάσταση (vita activa)*, ό.π., σελ.158. Η Άρεντ συνδέει τον ηδονισμό με την ιδιότητα ισχυριζόμενη ότι: «Η ευτυχία, την οποία πετυχαίνει και απολαμβάνει κανείς με την απομόνωση από τον κόσμο μέσα στα όρια της ιδιωτικής ύπαρξης, δεν μπορεί να είναι τίποτε άλλο από την πασίγνωστη ‘απουσία της οδύνης’- ένας ορισμός πάνω στον οποίο θα πρέπει να συμφωνούν όλες οι παραλλαγές της συνεπούς αισθησιοκρατίας. Ο ηδονισμός, η διδασκαλία ότι μόνο οι αισθήσεις του σώματος είναι πραγματικές, δεν είναι παρά η πιο ριζοσπαστική μορφή ενός μη πολιτικού, ολοκληρωτικά ιδιωτικού τρόπου ζωής, η αυθεντική εκ πλήρωσης του επικούρειου λάθε βιώσας και μη πολιτευέσθαι».

³⁴⁴ G.Deleuze, «Η κοινωνία του ελέγχου», ό.π., σελ.119-120.

³⁴⁵ Ζ.Μπάουμαν, *Η ρευστή αγάπη-για την ευθραυστότητα των ανθρώπινων δεσμών*, ό.π., σελ.29. Αναφερόμενος στη ρευστή νεωτερική εποχή της καταναλωτικής ορθολογικότητας κάνει λόγο για την αποκάθαρση των σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων από τις δεσμεύσεις, την προσπάθεια, τις αποτυχίες και τις επιτυχίες, την αναμονή, την οδύνη. Οι σχέσεις των ανθρώπων υιοθετούν τον τροπισμό των εμπορευμάτων, καθώς προσανατολίζονται σε άμεσα, ασφαλή και γεμάτα απόλαυση αποτελέσματα. Παραθέτουμε χαρακτηριστικό απόσπασμα: «...σε έναν καταναλωτικό πολιτισμό όπως ο δικός μας, ο οποίος ευνοεί τα έτοιμα για άμεση χρήση προϊόντα, τις γρήγορες εκτονώσεις [fixes], τη στιγμιαία

Για τον Bauman, η νεωτερική κοινωνία έπλαθε τα μέλη της πρωτίστως ως παραγωγούς –και στρατιώτες- και αυτά καλούνταν να εκπληρώσουν το ρόλο αυτό, προκειμένου να αναπαραχθεί η κοινωνική τάξη και τα ίδια τα άτομα να αποκτήσουν κοινωνικό αυτοπροσδιορισμό, μια σταθερή ταυτότητα βάσει της απασχόλησης. Στην ύστερη νεωτερικότητα, όπου η βιομηχανική απασχόληση συρρικνώνεται, η παραγωγικότητα εξασφαλίζεται μέσω αυτοματοποιημένων παραγωγικών μέσων και με τη μετατόπιση της δευτερογενούς εργασίας στην «περιφέρεια του δυτικού κόσμου», η «δια βίου εργασιακή σταδιοδρομία» αντικαθίσταται από ευέλικτες, μερικές, προσωρινές μορφές απασχόλησης, ο ρόλος που προωθείται ως κοινωνικοποιητικός είναι αυτός του καταναλωτή. Το να εκπληρώνεις το ρόλο του καταναλωτή σημαίνει να βρίσκεις τη θέση σου εντός της κοινωνικής τάξης, όπως στη νεωτερικότητα αυτό επιτυγχάνονταν μέσω της επιτέλεσης του ρόλου του παραγωγού. Η μετατόπιση αυτή σε άλλου τύπου κοινωνική ταυτότητα και οι ριζικές συνέπειες αυτής σε κοινωνικό, πολιτισμικό και ατομικό επίπεδο σηματοδότησαν τη μετάβαση στην καταναλωτική κοινωνία.³⁴⁶

Ο Z.Bauman αναφέρει χαρακτηριστικά ότι «ο ρόλος που κάποτε διαδραμάτιζε η εργασία αναφορικά με τη διασύνδεση των ατομικών κινήτρων, την κοινωνική ενσωμάτωση και τη συστημική αναπαραγωγή έχει τώρα ανατεθεί στην καταναλωτική δραστηριότητα».³⁴⁷

Η καταναλωτική ηθική παρήγαγε και νέες ταυτότητες με βασική δομή την ταυτότητα του καταναλωτή και τις επιμέρους διαφοροποιημένες «ταυτότητες-σύμφυρμα».³⁴⁸ Η ταυτότητα σημαίνει επικύρωση των στίλ, των προτιμήσεων, του γούστου και τη διάκριση από ό,τι δεν ανήκει σε αυτή. Η επιβεβαίωση, η αναπαραγωγή και η διάκριση ως διαδικασίες ταυτοποίησης υλοποιούνται μέσω κατάλληλων εμπειριών. Ένας από τους χώρους που προσφέρουν την ταυτοποιητική εμπειρία είναι και τα malls.

ικανοποίηση, τα αποτελέσματα που δεν απαιτούν παρατεταμένη προσπάθεια, τις σίγουρες συνταγές, την ασφάλιση κατά παντός κινδύνου και τις εγγυήσεις επιστροφής χρημάτων».

³⁴⁶ Z.Μπάουμαν, *Η εργασία, ο καταναλωτισμός και οι νεόπτωχοι*, μετ. και προλ. Κ.Δ.Γεώργας, Μεταίχμιο, Αθήνα 2002, σελ.75-84.

³⁴⁷ Z.Μπάουμαν, *Η εργασία, ο καταναλωτισμός και οι νεόπτωχοι*, όπ.π., σελ.85

³⁴⁸ Z.Μπάουμαν, *Η εργασία, ο καταναλωτισμός και οι νεόπτωχοι*, όπ.π., σελ.90. Ο Μπάουμαν ορίζει τις «ταυτότητες-σύμφυρμα» ως «χαλαρά διευθετημένες αρμαθίες εξαγοράσιμων, εφήμερων, εύκολα προσθαφαιρουμένων και, τέλος, αντικαταστάσιμων συμβόλων που διατίθενται στα καταστήματα, ακριβώς αυτό φαίνεται ότι χρειάζεται κάποιος για να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις του σύγχρονου βίου». Ο Μπάουμαν σχολιάζει ότι ίσως θα ήταν προτιμότερο να μιλάμε για «ταυτότητα του εαυτού στον πληθυντικό».

Τα malls ως οριοθετημένα περιβάλλοντα της εμπορευματικής φαντασμαγορίας συνιστούν ένα χώρο-τόπο όπου το νόημα της βιωμένης εμπειρίας όπως το ορίζει το οργανωμένο θέαμα αντανακλάται σε συμπίεσμένη μορφή. Με άλλα λόγια πρόκειται για ένα τόπο φαντασμαγορικό, διαχωρισμένο από τον κοινωνικό-ιστορικό χρόνο, για ένα τόπο όπου το θέαμα παρουσιάζεται άμεσα, συμπυκνωμένο και καθαρό, αυτάρκες και καθολικό, χωρίς να χρειάζεται να μεσολαβήσει και να διευθετήσει σχέσεις.³⁴⁹ Ο Debord αναφερόμενος στη νέα μορφή της θεαματικής κυριαρχίας το «ενσωματωμένο θεαματικό» κάνει λόγο για την κυκλική επιβεβαίωση του θεάματος μέσω της ανάδειξης του θεαματικού πεδίου ως του μοναδικού δημόσιου πεδίου στη σύγχρονη συνθήκη. Αναφέρει χαρακτηριστικά ότι «δεν υπάρχει πια Αγορά, ευρεία κοινότητα, ούτε έστω κοινότητες περιορισμένες στα πλαίσια ενδιάμεσων οργάνων ή αυτόνομων θεσμών, στα σαλόνια ή στα καφεενεία, στους εργαζόμενους μιας μόνο επιχείρησης. Δεν υπάρχει χώρος όπου η συζήτηση πάνω στις αλήθειες που αφορούν όσους βρίσκονται εκεί να μπορεί να απαλλαγεί μόνιμα από τη συντριπτική παρουσία του λόγου των μέσων μαζικής ενημέρωσης κι απ' τις διάφορες οργανωμένες δυνάμεις που τον αντικαθιστούν».³⁵⁰ Στην περίπτωση των malls, το εμπορευματικό θέαμα στήνει τη δική του σκηνή, το με τους δικούς του αποκλειστικά όρους «δημόσιο πεδίο» στο οποίο η οικειοθελής προσχώρηση σε αυτό θέτει εκ των πραγμάτων ως α-διανόητη κάθε σκέψη αντίστασης και κριτικής αποκωδικοποίησης του κυρίαρχου λόγου, όπως θα μπορούσε να ενεργοποιηθεί απέναντι στο πολιτικό και μεντιακό λόγο. Και για αυτό ακριβώς το λόγο δεν υπάρχει κάποια σχέση, εμπειρία που πρέπει να διαμεσολαβηθεί και να ελεγχθεί. Με άλλα λόγια, εδώ το θέαμα «παίζει στο δικό του γήπεδο και χωρίς αντίπαλο» και οι επισκέπτες προστρέχουν για να παίξουν ως πρωταγωνιστές, σαν άλλοι σταρ του παγκόσμιου στερεώματος.

Εντός αυτού του μικρόκοσμου, λοιπόν, το θέαμα παράγει σχέσεις, πρακτικές και συμπεριφορές κατ'εικόνα και καθ'ομοίωση. Εδώ οι κοινωνικές σχέσεις εξελίσσονται με την αληθοφάνεια των εικόνων της τηλεόρασης και του κινηματογράφου. Τα άτομα πρωταγωνιστούν στο θέαμα ως οι εικόνες-περσόνες που τους προτείνονται ως πρότυπα ζωής στον υπόλοιπο καθημερινό τους χρόνο. Η πιο

³⁴⁹ Γκ.Ντεμπόρ, *Σχόλια πάνω στη κοινωνία του θεάματος*, ό.π., σελ.14. Ο Ντεμπόρ στο βιβλίο του αυτό μετά από 20 χρόνια της έκδοσης της «Κοινωνίας του θεάματος» κάνει λόγο για τη σύγκλιση δυο προηγούμενων μορφών θεαματικής εξουσίας της συγκεντρωμένης και της διάχυτης σε μια νέα μορφή του «ενσωματωμένου θεαματικού». Η καθολίκευση του θεάματος ως ενσωματωμένο θεαματικό έγκειται στην ενσωμάτωση του θεάματος «στην πραγματικότητα ενόσω μάλιστα μιλούσε για αυτήν κι ότι καθώς μιλούσε για αυτήν την ανοικοδομούσε. Έτσι ώστε αυτή η πραγματικότητα να μη στέκει τώρα πια αντίκρυ του σαν κάτι ξένο.»

³⁵⁰ Γκ.Ντεμπόρ, *Σχόλια πάνω στη κοινωνία του θεάματος*, ό.π., σελ.22.

επιτυχής διαμεσολάβηση είναι αυτή που βιώνεται ως άμεση, φυσική σχέση. Και αυτού του είδους η εμπειρία είναι ίσως η πιο απτή απόδειξη της προσοικειώσης της ταυτότητας. Όσο κι αν η αληθοφάνεια του τηλεοπτικού «εδώ και τώρα» -κι αυτό το εδώ είναι το οπουδήποτε ή αλλιώς το παντού και πουθενά-, του 'live' κάνει «συμμέτοχο» τον τηλεθεατή και προωθεί με το διαμεσολαβημένο λόγο σχήματα αντίληψης, αποτίμησης και πρακτικής, το να «είσαι πρωταγωνιστής» σου δίνει την ευκαιρία και ισχυριστείς ότι «ήμουν και εγώ εκεί» χωρίς να μπορεί κανείς να προβάλει αντιρρήσεις, δυσπιστία, επιφυλακτικότητα για αυτό και ...για την ταυτότητά σου.

Ο R.Shields συνδέει τα εμπορικά περιβάλλοντα των malls με την πολιτισμική αλλαγή κατά τη δεκαετία το '50 και του '60 και κυρίως με την ανάδυση νέων χωρικών μορφών και της λεγόμενης μετανεωτερικής υποκειμενικότητας. Τα shopping malls συνδυάζουν πρακτικές που συνδέονται αφενός με το χώρο του ελεύθερου χρόνου κι αφετέρου με τους εμπορικούς χώρους, καθώς συγκεντρώνουν ένα ευρύ φάσμα αστικών δραστηριοτήτων. Η εμπειρία σε αυτούς τους χώρους δεν περιορίζεται στο αγοραστικό μέρος αλλά αφορά πρακτικές διασκέδασης, αναψυχής και «ελεγχόμενης ευχαρίστησης».³⁵¹ Ο Shields προσεγγίζει αυτά τα περιβάλλοντα ως σκηνικά, όπου ο κάθε επισκέπτης μπορεί να εκδραματίσει, να επιτελέσει το ρόλο του και να επιδείξει την κατάλληλη συμπεριφορά και να παρουσιάσει την ιδανική εμφάνισή του σχετικά με την περιστασιακή του ταύτιση. Αυτού του είδους η εμπειρία που προσφέρεται στους εμπορικούς αυτούς χώρους σχετίζεται με το «υποκείμενο της κατανάλωσης», το οποίο συνίσταται σε μια «φυλετικής» μορφής υποκειμενικότητα.³⁵²

Η αντικατάσταση της λογικής της συγκροτημένης, κεντροθετημένης ταυτότητας του νεωτερικού, μοναδιαίου υποκειμένου από μια «επιφανειακή λογική ταύτισης» σημαίνει μια αντίληψη και εμπειρία της ατομικής ταυτότητας ως κάτι βραχυπρόθεσμο, αντικαταστατό, παιγνιώδες, συνδυαστικό, συμπληρωματικό.³⁵³ Ο

³⁵¹ R.Shields, «Spaces for the subject of consumption» στο R.Shields (επιμ.) *Lifestyle shopping –the subject of consumption*, Routledge, London 1994, σελ.8.

³⁵² R.Shields, «Spaces for the subject of consumption», ό.π., σελ.15.

³⁵³ F.Jameson, *Το μεταμοντέρνο ή η πολιτισμική αλλαγή του ύστερου καπιταλισμού*, μετ.Γ.Βάρσος, Νεφέλη, Αθήνα 1999, σελ.48-52. Ο F.Jameson διερευνώντας το μεταμοντέρνο ως την πολιτισμική λογική της πολιτικής τομής στις αρχές του '60 επισήμανε τη μετατόπιση από το μοναδιαίο, κεντρομόλο υποκείμενο της αστικής νεωτερικότητας σε ένα αποκεντροποιούμενο, θρυμματισμένο υποκείμενο. Το μεταμοντέρνο σήμανε την αποκήρυξη των μοντέλων βάθους, την αποδυνάμωση της ιστορικότητας και το μαρasmus του θυμικού και την αντικατάσταση του συναισθήματος από την πληθώρα αισθημάτων ή κατά τον Lyotard «εντατικότητων». Σε μια τέτοια πολιτισμική συνθήκη η αίσθηση της ιστορικής προοπτικής, της δυνατότητας ερμηνείας, συγκρότησης νοήματος και διαμόρφωσης ατομικής και συλλογικής ταυτότητας δεν είναι εφικτή λόγω της αδυναμίας «ενοποίησης παρελθόντος, παρόντος και μέλλοντος της πρότασης και της ίδιας μας της βιογραφικής εμπειρίας ή της ψυχικής ζωής».

Shields σχολιάζει ότι «αυτές οι περσόνες μοιάζουν περισσότερο με αράχνες στο κέντρο κοινωνικών και στιλίστικων δικτύων που τα κατασκευάζουν μόνοι τους, όπου εκτείνουν το σώμα στο χώρο, παρά αυτόνομες, διαχωρισμένες και μοναδικές εγωκεντρικές ταυτότητες των αστών-ατόμων» και συνεχίζει με το ότι «οι καταναλωτικοί χώροι φιλοξενούν μοναδικές πολιτισμικές μορφές συνδυάζοντας μορφές οικονομικές και ελεύθερου χρόνου που απαιτούν νέες πρακτικές όπως φυλετικοποίηση και η καλλιέργεια της περσόνας, -ων».³⁵⁴

Η επίδειξη των παροδικών -υπό τη μορφή εξαρτημάτων- στιλίστικων ταυτίσεων και η επιβεβαίωση της κεντρικής ικανότητας να είσαι καταναλωτής - «εντός του παιχνιδιού»- συνοδεύεται και από μια πρακτική διάκριση από αυτούς, που δεν μπορούν να «ανήκουν» σε αυτή την ταυτότητα του καταναλωτή. Η διάκριση αυτή επιδιώκεται μέσα από την επιλογή χώρων και αντίστοιχων χωρικών πρακτικών και αφορά τα μεσαία στρώματα και κυρίως τα μικροαστικά, αποτελώντας μια στρατηγική διαχείρισης της ανασφάλειας και των ματαιώσεων που βιώνουν στην ενδιάμεση καταστατική τους κοινωνική θέση. Ο ανοδικός προσανατολισμός, οι απογοητεύσεις και οι φόβοι έκπτωσης είναι χαρακτηριστικά βιώματα και έγνοιες αυτών των στρωμάτων, πόσο μάλλον που στη συνθήκη του ύστερου, πολυεθνικού καπιταλισμού οι προνοιακές εγγυήσεις και «στηρίγματα» του μεταπολεμικού κενσινανού κράτους μειώνονται δραστικά. Η ρητορική περί της λεγόμενης «γενιάς των 700 ευρώ», η οποία δεν δύναται να εξαργυρώσει τα όνειρα και τις επενδύσεις του μακροχρόνιου προσοντικού τους αγώνα και η σταδιακή μισθολογική και συμβολική (με την έννοια του κύρους και της αναγνώρισης των θέσεων εργασίας) έκπτωσή της και το πλησίασμα στη θέση που κατέχουν μετανάστες κοινωνικά «ενταγμένοι» (ως ένα βαθμό και με ποικίλους τρόπους) στις χώρες του δυτικού κόσμου και στην Ελλάδα, είναι ενδεικτική των αγωνιών αυτών των κοινωνικών στρωμάτων.³⁵⁵

Η επιλογή, λοιπόν, εμπορικών περιβαλλόντων τύπου mall, τα οποία απευθύνονται στα μεσαία και μικροαστικά στρώματα συνιστά ένα ενεργητικό

³⁵⁴ R.Shields, «Spaces for the subject of consumption», όπ.π., σελ.16-7.

³⁵⁵ Ίσως δεν είναι τυχαίο ότι αυτή η πολιτική υπεράσπιση της «γενιάς των 700 ευρώ» βρίσκει εκφραστές από όλο το πολιτικό φάσμα. Ο μεσαίος χώρος είναι απολιτικός με την έννοια της απουσίας των ταξικών συγκρούσεων. Για τα μεσαία στρώματα το διακύβευμα δεν είναι ούτε η επέκταση της κυριαρχίας ούτε η ανατροπή του υπάρχοντος αλλά η βελτίωση του «επιπέδου ζωής τους» στα πλαίσια του υπάρχοντος. Η διεύρυνση αυτών των στρωμάτων και της αντίστοιχης κοινωνικής συνείδησης αντανακλάται και στην σε μεγάλο βαθμό λείανση των ταξικών και πολιτικών διαφοροποιήσεων μεταξύ των πολιτικών κομμάτων. Ο G.Agamben αναφερόμενος στη διάλυση των κοινωνικών ταυτοτήτων στα πλαίσια του σύγχρονου θεάματος κάνει λόγο για μια «παγκόσμια μικρομπουρζουαζία, στη μορφή της οποίας το θέαμα έχει παρωδιακά εφαρμόσει το μαρξιστικό σχέδιο της αταξικής κοινωνίας». Βλ. G.Agamben, *Βία και ελπίδα στο τελευταίο θέαμα*, μετ. Π.Καλαμαράς, Ελευθεριακή Κουλτούρα, Αθήνα 2009.

εγχείρημα καταναλωτικού χαρακτήρα που αποβλέπει στην ταυτοποίηση των ατόμων ως διακριτών και για αυτό ικανών να συμμετέχουν και να βιώνουν τον τροπισμό της κατανάλωσης σε ένα χώρο-τόπο όπου το οργανωμένο (καταναλωτικό και όχι μόνο) θέαμα συμπυκνώνει με «καθαρότητα» τις επιμέρους και διευρυμένες διαμεσολαβήσεις στο συνολικό πεδίο της καθημερινής εμπειρίας.

1. Σύγχρονες χωρικές μορφές της αγοράς: Από την εμπορική στοά στο 'mall'

Η αγορά είναι ο τόπος της ανταλλαγής, της δημόσιας παρουσίας, της συναλλαγής, της κοινωνικής συνεννόησης, των κοινωνικών επαφών, του ανταγωνισμού, των συνεννοήσεων, των συγκρούσεων, των επιδιώξεων, της αναμέτρησης. Η αγορά μπορεί να είναι μια πολιτική, κοινωνική δημόσια σφαίρα ή/και μια σφαίρα των οικονομικών, αγοραίων συναλλαγών.

Η επικράτηση του συστήματος της αγοράς ως μια διακριτής σφαίρας, η οποία ενσωματώνει ένα πολύ μεγάλο κομμάτι των κοινωνικών σχέσεων καθώς η εργασία, η γη και τα προϊόντα τίθενται εντός αυτής της σφαίρας της εμπορευματικής ανταλλαγής, σήμανε κατά τον K.Polanyi ένα «μεγάλο μετασχηματισμό» του κοινωνικού ιστού και των σχέσεων που τον άρθρωναν κατά τον 19^ο αιώνα.

Η S.Zukin θέτει το ζήτημα της σχέσης μεταξύ αγοράς (market) και του μέρους (place), με την έννοια της κοινότητας και των κοινωνικών σχέσεων. Η αγορά ως διαδικασία οικονομικής ανταλλαγής, ως εμπειρία της κοινότητας, ως κομμάτι των γιορτών της κοινότητας πριν την εδραίωση των καπιταλιστικών σχέσεων ήταν πλήρως ενταγμένη στο οργανικό (πολιτισμικό) σύνολο της κοινότητας. Για την Zukin η εκβιομηχάνιση της εργασίας και οι αλλαγές που επέφερε στις σχέσεις και στον τρόπο παραγωγής, με την εμπορευματοποίηση της εργασίας και την συστηματική οργάνωσή της από το κεφάλαιο, σήμανε την οργάνωση των κοινωνικών σχέσεων με τους όρους της αγοράς.³⁵⁶

Η αγορά πέρα από το πεδίο της εργασίας διευθέτησε και το πεδίο της αναπαραγωγής, της κατανάλωσης. Στη συνθήκη του ύστερου καπιταλισμού, του διεθνοποιημένου κεφαλαίου, οι δυνάμεις της αγοράς μέσω της γεωγραφικής τους κινητικότητας επενδύουν, παράγουν και μετασχηματίζουν το χώρο και την κοινωνική

³⁵⁶ S.Zukin, *Landscapes of power-from Detroit to Disney World*, University of California Press, Los Angeles 1992, σελ.5-7.

και οικονομική ζωή σε κάθε μέρος, καθώς και τα πολιτισμικά συστήματα. Αν, λοιπόν, το εμπορικό μεσαιωνικό κέντρο συνιστούσε ένα κατά κάποιο τρόπο «ολικό κοινωνικό φαινόμενο» με το οποίο αναπαράγονταν η κοινότητα κοινωνικά, πολιτισμικά, θρησκευτικά, ηθικά, οικονομικά, η επικράτηση της αγοράς (δηλαδή των σχέσεων και των δυνάμεων που έθεσε) είχε ως αποτέλεσμα μεταξύ άλλων και τη δημιουργία εμπορικών χώρων κατανάλωσης εντός των οποίων –ιδίως όσον αφορά τα εμπορευματικά περιβάλλοντα των malls- επιδιώκεται να αναπαραχθεί η κοινότητα συνολικά με τους (οικονομικούς, κοινωνικούς) όρους και τις πολιτισμικές μορφές της αγοράς. Η Zukin επισημαίνει ότι από τη στιγμή της εδραίωσης των καπιταλιστικών σχέσεων παραγωγής «η αγορά δεν υιοθετεί πια το μέρος...αντιθέτως το μέρος αρχίζει να υιοθετεί την κουλτούρα της αγοράς».³⁵⁷

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι η παραγωγή οριοθετημένων εμπορευματικών περιβαλλόντων ως υποκατάστατα κέντρων αστικής κοινωνικότητας σηματοδοτεί τη δημιουργία ενός υλικού τόπου, ο οποίος προσκαλεί να βιωθεί εντός του η κοινωνική εμπειρία, έτσι όπως έχει αυτή προσδιοριστεί από την κουλτούρα της αγοράς και από τον καταναλωτικό τροπισμό.

Η αγορά με την έννοια του εμπορικού κέντρου, που εξετάζουμε εδώ, παρουσιάζει στη σύγχρονη εποχή μια τυπολογική εξέλιξη που ξεκινάει από την εμπορική στοά, το πολυκατάστημα και καταλήγει στα διαφόρου τύπου εμπορικά περιβάλλοντα, όπως τα malls. Αυτοί οι τύποι αγοράς συνιστούν συστατικό μέρος της εκάστοτε ιστορικής, οικονομικής και κοινωνικής συνθήκης και έκφραση της δεσπόζουσας κουλτούρας.

Οι τύποι της αγοράς διαμεσολαβούνται και από άλλους παράγοντες, όπως ο τρόπος παραγωγής και διανομής, το οικονομικό σύστημα, οι κοινωνικές συνθήκες, οι πολιτικές πρακτικές και επιδιώξεις (εδραίωσης, νομιμοποίησης, συναίνεσης), η κοινωνική οργάνωση, οι κοινωνικές αντιθέσεις, αντιστάσεις, οι χωρικές συνθήκες, οι αρχιτεκτονικές τεχνικές και πολεοδομικές στρατηγικές και οι κυρίαρχες πολιτισμικές μορφές.

Με χωρικούς όρους η αγορά αποτελεί το πεδίο της συνάντησης των ατόμων, του οποίου η υλική μορφή, η χωρική διάταξη αλλά και το περιεχόμενό του δηλαδή οι κοινωνικές σχέσεις και συμπεριφορές, οι λειτουργίες και οι χρήσεις που αναπτύσσονται εντός του ή αλλιώς τον κατοικούν συνιστούν παράγωγα της κοινωνικοιστορικής συνθήκης. Με άλλα λόγια υπάρχουν τα ακόλουθα ζεύγματα: α) ο

³⁵⁷ S.Zukin, *Landscapes of power-from Detroit to Disney World*, ό.π., σελ.7.

χώρος ως παράγωγο της κοινωνικο-οικονομικής συνθήκης, β) η διαλεκτική σχέση του χώρου με την κοινωνική εμπειρία εντός αυτού (χωρικές πρακτικές, αντίληψη, συμπεριφορά, διαθέσεις) και γ) η σχέση ατομικής και συλλογικής εμπειρίας με την εκάστοτε κοινωνικο-ιστορική πραγματικότητα. Η εξέταση, λοιπόν, κάθε τύπου αγοράς μπορεί να μαρτυρήσει τις συνθήκες που παρήγαγαν αυτό το χώρο και την κοινωνική εμπειρία του ατόμου τόσο στο επίπεδο της καθημερινής (νεωτερικής και υστερονεωτερικής) ζωής όσο και στο «οριοθετημένο» χώρο της αγοράς.

1.1. Η εμπορική στοά

Η εμπορική στοά εμφανίζεται ως μια νέου τύπου αγορά στις αρχές του 19^{ου} αιώνα στο Παρίσι. Το 1800 κατασκευάζεται η Passage de Panoramas και μέχρι τα μέσα του 19^{ου} αιώνα η αρχιτεκτονική αυτή μορφή θα εξαπλωθεί ως πρότυπο αγοράς και θα γνωρίσει την περίοδο άνθισής της ως ένα σύγχρονο εμπορικό πέρασμα-κέντρο.³⁵⁸ Οι κατασκευαστικές προϋποθέσεις αυτής της αρχιτεκτονικής μορφής και της παγκόσμιας υιοθέτησής της είναι η χρήση της σιδερένιας κατασκευής και του γυαλιού. Οι οικονομικές προϋποθέσεις είναι οι δυνατότητες της βιομηχανικής μαζικής παραγωγής προϊόντων και ιδιαίτερα η ανάπτυξη της κλωστοϋφαντουργίας,³⁵⁹ καθώς και οι ανάγκες δημιουργίας μιας διευρυμένης αγοράς καταναλωτών. Αυτές οι στοές δημιουργούνται από κοινοπραξίες καταστηματάρχων που αγοράζουν ή/και ενοικιάζουν αυτούς τους χώρους και έτσι διαμορφώνουν ένα νέο τύπο αγοράς.



Η αρχιτεκτονική μορφή της εμπορικής στοάς δίνεται από έναν εικονογραφημένο οδηγό του Παρισιού του 1852, τον οποίο παραθέτει ο W.Benjamin στο έργο του *Σαρλ Μπωντλαίρ: ένας λυρικός στην ακμή του καπιταλισμού*: «Οι στοές, μια πρόσφατη εφεύρεση της βιομηχανικής πολυτέλειας είναι διάδρομοι στεγασμένοι με γυαλί, επιστρωμένοι με μάρμαρο, που περνούν μέσα από ολόκληρους όγκους σπιτιών, οι ιδιοκτήτες των οποίων ενώθηκαν ενόψει τέτοιων επιχειρήσεων. Στις δύο πλευρές αυτών των διαδρόμων, που φωτίζονται από πάνω, βρίσκονται

³⁵⁸ Στ.Σταυρίδης, *Διαφήμιση και το νόημα του χώρου*, Στάχυ, Αθήνα 1996, σελ.130, όπου αναφέρεται ότι το πρότυπο του στεγανού εμπορικού περάσματος επεκτάθηκε σε μητροπόλεις όλου του κόσμου «από τη Νάπολη, τη Μόσχα, το Λονδίνο, το Βερολίνο και τη δικιά μας Στοά του Ορφέως ως το Γιοχάνεσμπουργκ και το Μπουένος Άιρες».

³⁵⁹ W.Benjamin, «Paris: Capital of the Nineteenth century», στο Ph.Kazinitz (επιμ.) *Metropolis, centre and symbol of our times*, Macmillan, London 1995, σελ.46-7.

παραταγμένα τα πιο κομψά εμπορικά καταστήματα, έτσι ώστε μια τέτοια στοά είναι μια πόλη, ένας κόσμος σε μικρογραφία».³⁶⁰

Η εμπορική στοά είναι μια υαλοσκεπής δίοδος που συνδέει δυο αστικούς δρόμους και ταυτόχρονα αποτελεί την πρώτη απόπειρα κατασκευής ενός αστικού χώρου διευθετημένου –υλικά και συμβολικά- από την εμπορευματική καπιταλιστική κουλτούρα. Ο Benjamin αναφέρει ότι η εμπορική στοά αποτελεί μια χωρική μορφή μετασχηματισμού του δρόμου σε εσωτερικό χώρο.³⁶¹ Ο αστικός δρόμος ως ένας χώρος με πολλαπλά κοινωνικά νοήματα και χρήσεις –περιπλάνηση, αισθητική απόλαυση, πεδίο αστικής κοινωνικότητας και των κοινωνικών επαφών, πεδίο κοινωνικών συγκρούσεων, αρτηρία κυκλοφορίας και εμπορίου- εντός της εμπορικής στοάς αναπαράγεται ως ένας δρόμος εσωτερικός, άνετος, ελεγχόμενος, φωτισμένος, οικείος, ειρηνευμένος και εμπορευματικά σκηνοθετημένος. Αν και η εμπορική στοά δεν εξασφαλίζει την καθαρότητα της καταναλωτικής εμπειρίας, όπως το πέτυχαν σε μεγάλο βαθμό αργότερα τα πολυκαταστήματα, τα shopping malls και τα θεματικά πάρκα, καθώς διατηρεί και φιλοξενεί εντός της την ποικιλότητα της αστικής ζωής, εντούτοις η εμπορική στοά συνιστά την εμβρυακή μορφή του «καταναλωτικού μικρόκοσμου». Η εμπορική στοά αποτέλεσε κατά την περίοδο της ακμής της ένα καταφύγιο όπου αφενός το εμπόρευμα σκηνοθετούσε τη φαντασμαγορία του με την οποία επεδίωκε την εξοικείωση των ατόμων με την καταναλωτική κουλτούρα και αφετέρου φιλοξενούσε την κοινωνική πανσπερμία του αστικού πληθυσμού των αρχών του 19^{ου} αιώνα «από δανδήδες μέχρι κλεφτρόνια και από αστές κυρίες μέχρι πόρνες».³⁶² Επίσης, η εμπορική στοά λειτούργησε και κατά κάποιο τρόπο ως καταφύγιο καπνιστών.³⁶³ Ο Balzac χαρακτηρίζει την εμπορική στοά ως ένα «κακόφημο υπόστεγο».

³⁶⁰ W.Benjamin, *Σαρλ Μπωντλαίρ: ένας λυρικός στην ακμή του καπιταλισμού*, μετ.Γ.Γκουζούλης, επιμ. Κ.Λιβιεράτος-Λ.Αγγώστου, επίμετρο Adorno, Tiedemann, Buck-Morss, Αλεξάνδρεια, Αθήνα 2002, σελ.45.

³⁶¹ W.Benjamin, *Σαρλ Μπωντλαίρ: ένας λυρικός στην ακμή του καπιταλισμού*, όπ.π., σελ.45 και 65. Για τον Benjamin η εμπορική στοά, αυτός ο εσωτερικός δρόμος που είναι «κάτι το ενδιάμεσο μεταξύ δρόμου και εσωτερικού [interieur]» είναι το σπίτι του πλάνητα. Η εμπορική στοά παίρνει τη μορφή του εσωτερικού χώρου, του αστικού σαλονιού. «Ο δρόμος γίνεται κατοικία για τον πλάνητα, που νιώθει σαν στο σπίτι του ανάμεσα στις προσόψεις των κτιρίων, όπως ο αστός μέσα στους τέσσερις τοίχους του.»

³⁶² A. Friedberg, *Window shopping: cinema and the postmodern*, University of California Press, 1994, σελ.68.

³⁶³ W.Benjamin, *The arcades project*, Belknap Press Cambridge 1999, σελ.41. Ο Benjamin αναφέρει ότι «προφανώς οι άνθρωποι κάπνιζαν στις στοές τη στιγμή που δεν συνηθίζονταν το κάπνισμα στο δρόμο». Παραθέτει ένα απόσπασμα του Ferdinand von Gall, όπου αναφέρεται ότι : «Πρέπει να πω κάτι για τη ζωή στις στοές, αγαπημένο στέκι για περιπατητές και καπνιστές, ένα θέατρο δραστηριότητας κάθε είδους μικρών επιχειρήσεων».

Η εμπορική στοά αποτέλεσε ιστορικά ένα «πέρασμα», ένα κατώφλι μεταξύ μιας δημόσιας κοινωνικής ζωής και κουλτούρας και μιας ιδιωτικοποιημένης, εμπορευματικής «δημόσιας» εμπειρίας. Το Palais Royal ως καταφύγιο ζυμώσεων και οργάνωσης των κομμουνάριων ³⁶⁴, οι συγκρούσεις 200 εργατών με το στρατό στα οδοφράγματα μπροστά από την Passage de Saumon στις 5 Ιουνίου του 1832 –ημέρα ταφής του Λαμάρκ-³⁶⁵, οι εμπορικές στοές ως καταφύγια του πλάνητα, των μη-κανονικών, των πορνών αναδεικνύουν τη μεταβατική φύση των εμπορικών αυτών περασμάτων τόσο με την έννοια της κοινωνικής ανάμειξης της φαντασμαγορίας του εμπορεύματος με δημόσιες πράξεις και κοινωνικές φιγούρες που δεν εναρμονίζονται με τη λαμπρότητα και το εμπορευματικό φετίχ όσο και με την ιστορική έννοια καθώς η αστική στρατηγική επέμβαση του Haussmann και η εκ βάθρων αναδιάρθρωση του αστικού χώρου του Παρισιού θα σημάνει την παρακμή της εμπορικής στοάς και τον κοινωνικό έλεγχο και τον αστικό εκτοπισμό των κατώτερων κοινωνικών στρωμάτων.

Η μερικότητα αυτού του «καταναλωτικού αυτοτελή μικρόκοσμου» συνίσταται στη μεταβατικότητα αυτής της αρχιτεκτονικής εμπορικής μορφής. Με την παράδοξη φράση της «μερικότητας ενός μικρόκοσμου» -που θεωρητικά-ιδεολογικά επιδιώκει να είναι ένα όλον- εννοείται ακριβώς το ότι η εμπορική στοά ως ένας ειρηνευμένος, οικειοποιήσιμος, ελεγχόμενος δρόμος δεν μπόρεσε να αποκλείσει την αστική, δημόσια κοινωνική πραγματικότητα. Η εμπορική στοά ως πέρασμα δεν αποτέλεσε ιστορικά ένα συμπαγές πρότυπο καθαρότητας με την έννοια της αποκλειστικότητας της καταναλωτικής τάξης. Αναμφίβολα, η εμπορική στοά ενορχήστρωσε για πρώτη φορά τη δημόσια εμπειρία και τη δημόσια παρουσία ατόμων και εμπορευμάτων σε ένα φαντασμαγορικό σκηνικό, όπου η συμβολική ανταλλακτική αξία του εμπορεύματος άρχισε να διαμορφώνει την εμπειρία –οπτική, κινησιακή, συναισθηματική-, τη συνείδηση, τη φαντασία και τη μνήμη στα πλαίσια μιας αναδύομενης καταναλωτικής κουλτούρας.

Το «ξε-πέρασμα» της «μερικότητας» και της χωρικής-πολεοδομικής αποσπασματικότητας του καταναλωτικού μικρόκοσμου επέρχεται με τις πολεοδομικές παρεμβάσεις του Haussmann, με τις οποίες ο «εσωτερικός δρόμος» της εμπορικής στοάς γίνεται κατά κάποιο τρόπο πρότυπο αστικού σχεδιασμού. Μετά τα μέσα του 19^{ου} αιώνα η εμπορική στοά αντικαθίσταται από τα πολυκαταστήματα και τα μεγάλα βουλεβάρτα, γεγονός που καταδεικνύει ότι αφενός η εμπορευματική φαντασμαγορία

³⁶⁴ A.Friedberg, *Window shopping: cinema and the postmodern*, όπ.π., σελ.68.

³⁶⁵ W.Benjamin, *The arcades project*, όπ.π., σελ.47.

αναβαθμίζεται με έργα μεγαλύτερης κλίμακας και αισθητικής ενορχήστρωσης και αφετέρου ο «ειρηνευμένος-αναποδογυρισμένος αστικός δρόμος» αναπαράγεται στο δημόσιο αστικό χώρο ως τέτοιος, δηλαδή κοινωνικά ελεγχόμενος, εσωτερικός, κοινωνικά αναδιπλωμένος, εμπορικά και εμπορευματικά προσδιορισμένος. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι τα μεγάλα βουλεβάρτα αποτέλεσαν την χωροτακτική αναπαραγωγή του mall –εσωτερικού δρόμου- σε αστική κλίμακα.

Ο D.Harvey στο έργο του *Paris, Capital of modernity* διερευνά τον κοινωνικό μετασχηματισμό του Παρισιού κατά την περίοδο της Δεύτερης Αυτοκρατορίας (1848-1870) μέσα από μια ιστορική, γεωγραφική προσέγγιση και αναφέρει ότι μια διάσταση της διαδικασίας της ριζικής αναδιάρθρωσης του αστικού χώρου («Hausmannization») έχει να κάνει με μια «νέα αντίληψη εμπορικής αστικότητας», η οποία έγκειται στην «παραγωγή και την ενεργοποίηση ενός ολόκληρου οικοδομικού τετραγώνου της πόλης αφιερωμένου σε μια λειτουργία».³⁶⁶

Για τον Στ.Σταυρίδη, σε μια εποχή που ο αστικός πολιτισμός θέτει τους διαχωρισμούς ιδιωτικού και δημόσιου χώρου, η εμπορική στοά συνιστά ένα ενδιάμεσο χώρο, μια υβριδική χωρική μορφή.³⁶⁷ Η υβριδικότητα έγκειται στην αναπαραγωγή του αστικού οικιακού χώρου εντός ενός ημι-δημόσιου χώρου. Στον «εσωτερικό δρόμο» της στοάς φαίνεται να φέγγει ακόμα το ίχνος του νοήματος της δημόσιας κοινωνικής εμπειρίας, σε μια εποχή που όπως παρατηρεί ο Benjamin άρχισε να επικρατεί η αστική τάση απόσυρσης από το δημόσιο χώρο και ταυτόχρονα επένδυσης της αξίας και του νοήματος στην ιδιωτική σφαίρα της οικίας και στα αντικείμενα που την εξόπλιζαν.³⁶⁸ Επίσης, τα περάσματα αυτά είναι κατώφλια στο χρόνο, με την έννοια ότι αποτελούν χώρο-καταφύγιο ονείρων για το μέλλον.³⁶⁹ Η A.Friedberg θεωρεί την στοά ως ένα «πέρασμα στο χρόνο, ένα αρχιτεκτονικό μνημείο του περάσματος, της αποσπασματικής φύσης της νεωτερικότητας».³⁷⁰

³⁶⁶ D.Harvey, *Paris, Capital of modernity*, Routledge, New York 2006, σελ.101.

³⁶⁷ Στ.Σταυρίδης, *Από την πόλη οθόνη στην πόλη σκηνή*, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2002, σελ.344. Ο Στ.Σταυρίδης αναφέρει ότι «οι στοές αποτελούν από πολλές απόψεις υβριδικά μορφώματα χώρου. Καθώς ο χαρακτήρας τους μετεωρίζεται ανάμεσα στη δημόσια χρήση και την ιδιωτική, γεννιούνται ως ένας χώρος ενδιάμεσος, ανάμεσα στις δύο επικράτειες που ο αστικός πολιτισμός θεωρεί διαχωρισμένες. Ίσως για πρώτη φορά γνωρίσματα του εσωτερικού χώρου των αστικών κατοικιών να εισβάλλουν στο δημόσιο. Η προστατευμένη λάμψη των αστικών σαλονιών, εκθετηρίων του πλούτου που αναδεικνύει τους ιδιοκτήτες τους, έχει το αντίστοιχό της στη εξεζητημένη πολυτέλεια του εσωτερικού της στοάς. Όμως ακόμα διατηρούν και τα γνωρίσματα του δρόμου, του περάσματος.»

³⁶⁸ W.Benjamin, *Σαρλ Μπωντλαίρ, ένας λυρικός στην ακμή του καπιταλισμού*, ό.π., σελ.56.

³⁶⁹ Στ.Σταυρίδης, *Από την πόλη οθόνη στην πόλη σκηνή*, ό.π., σελ.344.

³⁷⁰ A.Friedberg, *Window shopping: cinema and the postmodern*, ό.π., σελ.49.

Ο Benjamin χαρακτήρισε τις εμπορικές στοές ως «ναούς του εμπορευματικού κεφαλαίου», όπου εδραιώνεται η λατρεία του εμπορεύματος.³⁷¹ Οι αυξημένες δυνατότητες της μηχανοκίνητης παραγωγής και το εμπόριο πολυτελών αγαθών από αποικιοκρατούμενα μέρη θέτουν το ζήτημα της αυξημένης καταναλωτικής απορρόφησης αυτής της παραγωγής, προκειμένου ο κεφαλαιακός κύκλος να συμπτυχθεί και με αυτόν τον τρόπο να κεφαλαιοποιούνται οι παραγόμενες υπεραξίες. Η μαζική καπιταλιστική παραγωγή και η διεύρυνση και διαμόρφωση μιας αγοράς καταναλωτών με νέα ήθη, κίνητρα, διαθέσεις συνιστούν τους δύο πόλους μιας σφαίρας όπου το εσωτερικό φάσμα συνιστά το περιεχόμενο –τα κοινωνικά νοήματα– της καπιταλιστικής, εμπορευματικής κουλτούρας.

Η καπιταλιστική, εμπορευματική κουλτούρα –ως ένα φάσμα αξιών, αξιολογήσεων, ηθικής, κοινωνικών νοημάτων και σημασιών, συνθηγιών, ατομικών και συλλογικών συμπεριφορών, γνωστικών και ερμηνευτικών σχημάτων, φαντασίας, αναπαραστάσεων και κοινωνικών ταυτοτήτων– είτε αναφέρεται στην εργασία είτε στην κατανάλωση διατρέχεται από μια ιδεολογική και «εργαλειακή» αρχή, νόρμα: την αφαίρεση. Με την αφαίρεση η παραγωγική εργασία πραγματοποιείται με αποτέλεσμα το υποκείμενο της εργασίας να κερματίζεται σωματικά και συνειδησιακά. Επίσης η αφαίρεση της παραγωγικής εργασίας έχει ως αποτέλεσμα την αυτονόμηση των παραγόμενων προϊόντων, τα οποία εισέρχονται στην αγορά αφενός αποκομμένα από τη ζωντανή ανθρώπινη εργασία που τα παρήγαγε και τις κοινωνικές σχέσεις που την ορίζουν κι αφετέρου απελευθερωμένα σε μεγάλο βαθμό από την αξία χρήσης τους.

Οι δυνατότητες της εμπορευματικής μαζικής παραγωγής συνεπάγονται τις ανάγκες πολιτισμικής νομιμοποίησης της εμπορευματικής κουλτούρας, δηλαδή ενός πολιτισμού όπου τα ήθη, οι συνήθειες, οι κοινωνικές σχέσεις, οι κοινωνικές αντιλήψεις, αξίες και πρακτικές θα μεσολαβούνται και θα διευθετούνται από πράγματα-εμπορεύματα, εμπορεύματα-εμπειρίες, από σημεία-εμπορεύματα και εμπορεύματα-σημεία. Αυτό σημαίνει ότι οτιδήποτε παράγεται προορίζεται για την οικονομία της αγοράς, έπειτα για κατανάλωση και μέσω της κατανάλωσης τα κοινωνικά υποκείμενα μπορούν να αυτοπροσδιορίζονται, να ταυτοποιούνται, να αυτοεπικυρώνονται και έτσι να βιώνουν εντός της καταναλωτικής κοινωνίας.

Τα είδη πολυτελείας και κυρίως τα είδη ρουχισμού και αισθητικό-λειτουργικού εξοπλισμού –π.χ.: ομπρέλες, τσάντες, καπέλα κ.λπ.– εκτίθενται σε αυτούς τους πρώτους «ναούς της κατανάλωσης». Η αισθητική επιτίδευση των εμπορευμάτων και

³⁷¹ W.Benjamin, *Σαρλ Μπωντλαίρ: ένας λυρικός στην ακμή του καπιταλισμού*, όπ.π., σελ.37.

ενορχήστρωση της έκθεσης τους στις βιτρίνες σήμαναν τον τροπισμό του εμπορεύματος.³⁷² Ο τροπισμός του εμπορεύματος συνίσταται στο ότι το παραγόμενο προϊόν εισέρχεται στην αγορά με μια ανταλλακτική αξία, δηλαδή εμφανίζεται στην αγορά, παράγεται για να πωληθεί. Σε μια οικονομία που ρυθμίζεται από την επιδίωξη του κέρδους, η μαζική παραγωγή πρέπει να συνοδεύεται από μια μαζική κατανάλωση και για να στηριχθεί και να εμπλουτίζεται αυτή η μαζικότητα της ζήτησης είναι αναγκαία η εμπέδωση της καταναλωτικής κουλτούρας και συμπεριφοράς.

Ο εμπορικές στοές αποτέλεσαν τους πρώτους οργανωμένους χώρους μύησης στην εμπορευματική κουλτούρα με τη φαντασμαγορική ενορχήστρωση της δημόσιας εμπειρίας. Το shopping ως μια δραστηριότητα που εγκιβωτίζει το χασομέρι, την αμέριμνη περιπλάνηση, το βλέμμα, τις στοχαστικές αναμετρήσεις, τη μνήμη και τη φαντασία στη φαντασμαγορία του εμπορεύματος προωθείται στις εμπορικές στοές κι αργότερα εντατικοποιείται, διευθετείται και εμπεδώνεται στα πολυκαταστήματα και στα shopping malls. Το shopping συνιστά ένα σύνολο συμπεριφορών.³⁷³

Μπορούμε, λοιπόν, να διαβάσουμε τις εμπορικές στοές ως ένα πρώτο σκηνικό που έστησε ιστορικά η καπιταλιστική εμπορευματική κουλτούρα έτσι ώστε το εμπόρευμα να επενδυθεί με τέτοιες αξίες, νοήματα και σημασίες που το καθιστούσαν μαγικό, ιδιαίτερο, ξεχωριστό, «ομιλόν». Οι εμπορικές στοές ως πολεοδομικά περάσματα αποτέλεσαν και κοινωνικο-ιστορικά περάσματα, που σήμαναν τον ιστορικό μετασχηματισμό μιας κοινωνίας που οι παραγωγοί-τεχνίτες γίνονταν εργάτες-μάζα και μαζί με την ανάγκη απόκτησης νέων ηθών και συνείδησης έπρεπε να αποδεχτούν τις νέες εργασιακές σχέσεις, να στηρίζουν τον καπιταλιστικό τρόπο παραγωγής και να αφομοιώσουν την καταναλωτική κουλτούρα. Με άλλα λόγια τα νεωτερικά κοινωνικά υποκείμενα είτε της αστικής είτε της εργατικής τάξης θα εξοικειωθούν με την εμπορευματική φαντασμαγορία, θα καταναλώνουν ο καθένας με τη αγοραστική του δύναμη και θα προσδιορίζουν συνολικά την ύπαρξη τους (σε ατομικό, διαπροσωπικό και κοινωνικό επίπεδο) με αναφορές της νεωτερικής εμπορευματικής αφήγησης —όπως αυτή προωθούνταν από έντυπες διαφημίσεις, στις

³⁷² Κ. Μωραϊτης, «Από το αστικό «πέρασμα» στον αστικό αποκλεισμό: συγκρίνοντας την εμπορική στοά με την εμπορική “νησίδα”», στο περιοδικό *Αρχιτέκτονες*, τεύχος 58, Ιούλιος/Αύγουστος 2006, σελ. 54.

³⁷³ A. Friedberg, *Window shopping: cinema and the postmodern*, ό.π., σελ. 57. Η Friedberg κάνει τη διάκριση μεταξύ ‘marketing’ και ‘shopping’. Το ‘marketing’ συνιστά μια δραστηριότητα απλής αγοράς πραγμάτων σε μια αγορά ενώ το ‘shopping’ αποτελεί μια άνετη εξέταση των εκτεθειμένων εμπορευμάτων. Το να «ψωνίζω» σημαίνει να αφιερώνομαι σε έναν τρόπο στοχασμού, σε μια δραστηριότητα που συνδυάζει ψυχαγωγία, φυσική δραστηριότητα, πείρα, γνώση και αυτό-ικανοποίηση».

εμπορικές στοές, στις παγκόσμιες εκθέσεις και τα πολυκαταστήματα, από τις δημόσιες παρουσίες, τη λογοτεχνία κ.α.

Η εμπειρία αυτή της φαντασμαγορίας που προσφέρεται στην εμπορική στοά ξεπερνά το πρότυπο της αγοράς και βρίσκει αναλογίες και ομολογίες στις Παγκόσμιες εκθέσεις, στο πανόραμα και στο διάγραμμα.

Στην εμπορική στοά, κατά τον Benjamin, αρχίζει να καθιερώνεται η λατρεία του εμπορεύματος. Στα πολυκαταστήματα και στα shopping malls το εμπόρευμα δεν κυκλοφορεί πια μόνο με την ανταλλακτική του αξία, αλλά και με μια συμβολική ανταλλακτική αξία, η οποία δεν περιορίζεται μόνο στο εμπόρευμα ως εμπόρευμα με την αίγλη και τη αύρα του, αλλά αυτή η αύρα υφάινεται με το χώρο ή αλλιώς τη συμβολική ανταλλακτική αξία στο εμπόρευμα την προσδίδει και ο χώρος, το περιβάλλον.

1.2. Το πολυκατάστημα

Αν στις αρχές του 19^{ου} αιώνα ήταν σύνηθες φαινόμενο, όπως αναφέρει ο Benjamin, να βγάξει κάποιος βόλτα στη στεγασμένη εμπορική στοά μια χελώνα³⁷⁴, από τα μέσα του 19^{ου} αιώνα ο ριζικός χωροτακτικός επανασχεδιασμός του Παρισιού από το βαρόνο Haussmann επιτάχυνε τους ρυθμούς της πόλης, των μέσων μεταφοράς και των κατοίκων της, και «αξιοποίησε» το χασομέρι και την περιπλάνηση.

Το πλεόνασμα κεφαλαίων και εργατικού δυναμικού επενδύθηκε στην πολεοδομική και αρχιτεκτονική επανασυγκρότηση του Παρισιού επιφέροντας μια σειρά κοινωνικών, οικονομικών, πολιτικών και πολιτιστικών συνεπειών.³⁷⁵ Η επένδυση πολιτικού και οικονομικού κεφαλαίου στον αστικό χώρο συνεπάγεται τον ριζικό μετασχηματισμό του προκειμένου οι κοινωνικο-πολιτικές και οικονομικές αξίες που επενδύθηκαν να παράγουν πολιτικές και χρηματικές υπεραξίες. Η καταστροφή των πυκνοκατοικημένων και δαιδαλωδών εργατικών συνοικιών, η διάνοιξη μεγάλων λεωφόρων, η κατασκευή μεγάλων βουλεβάρτων, η βελτίωση του αποχετευτικού συστήματος, η δημιουργία μεγάλων πάρκων με επαρκή φωτισμό και αστυνόμευση, η

³⁷⁴ W.Benjamin, *Σαρά Μπωντλάιρ, ένας λυρικός στην ακμή του καπιταλισμού*, ό.π., σελ.64.

³⁷⁵ D.Harvey, *Paris, Capital of modernity*, Routledge, New York 2006, σελ.111. Ο Harvey αναφέρει ότι ο Haussmann «υποστηριζόμενος από τον Αυτοκράτορα και εξοπλισμένος με τα μέσα να απορροφήσει τα αποθέματα κεφαλαίου και εργασίας σε ένα τεράστιο πρόγραμμα δημοσίων έργων, κατασκεύασε ένα συνεκτικό πλάνο για να αναδιοργανώσει το χωρικό πλαίσιο της κοινωνικής και οικονομικής ζωής στην πρωτεύουσα. Οι επενδύσεις κάλυψαν όχι μόνο ένα καινούριο δίκτυο δρόμων αλλά και υπονόμους, πάρκα, μνημεία και συμβολικούς χώρους, σχολεία, εκκλησίες, διοικητικά κτήρια, κατοικία, ξενοδοχεία, εμπορικά καταστήματα και άλλα παρόμοια.»

κατασκευή εμπορικών πολυκαταστημάτων, όλες αυτές οι επεμβάσεις στον αστικό ιστό και χώρο ευρύτερα κυοφορούσαν πολιτικές επιδιώξεις, στρατηγικές και οικονομικές-κεφαλαιακές αξίες. Οι προσδοκώμενες υπεραξίες σχετίζονται με τον αστικό εκτοπισμό των κατώτερων κοινωνικών τάξεων και τον κερματισμό των ζωντανών εργατικών γειτονιών, την αύξηση της εμπορικής κυκλοφορίας και την επίτευξη οικονομικών κλίμακας, την στρατιωτικοποίηση του αστικού χώρου –με την έννοια του πολεοδομικού μετασχηματισμού του με τους όρους που διευκόλυναν τις στρατιωτικές επιχειρήσεις αποκατάστασης της τάξης-³⁷⁶, τη δημιουργία ενός δημόσιου χώρου ασφαλούς, επιτηρούμενου, καθαρού, ελεγχόμενου και τη μερική μεταφορά αυτού του εξημερωμένου αστικού χώρου σε ένα κτηριακό όγκο εμπορευματικά προσδιορισμένο που θα υπόσχεται αφενός αύξηση των πωλήσεων και αφετέρου νομιμοποίηση και αφομοίωση νέων κοινωνικών-καταναλωτικών συμπεριφορών.

Τα πολυκαταστήματα εμφανίζονται στα μέσα του 19^{ου} αιώνα και σταδιακά αντικαθιστούν τις εμπορικές στοές ως μια νέου τύπου εμπορική αγορά. Προσφέρουν τη δυνατότητα να αποθηκεύουν μεγάλες ποσότητες προϊόντων –το πέρασμα από τα ιδιωτικά εργαστήρια μαγαζιά στα μαγαζιά νεωτερισμών- και με τη διευθέτηση του χώρου να προωθούν μαζικά παραγόμενα, τυποποιημένα προϊόντα σε μεγάλο αριθμό και ποικιλία.³⁷⁷ Αυτός ο νέος τύπος αγοράς σημαίνει αλλαγές στον τύπο προϊόντων – δηλαδή τι παράγεται, ποια προϊόντα κυκλοφορούν στην αγορά, ποια είναι η μορφή τους (π.χ.: μαζικά τυποποιημένα)- και στον ίδιο το χώρο της αγοράς καθώς και στην εμπειρία της αγοράς, δηλαδή το πώς τα άτομα κινούνται, αντιλαμβάνονται, βιώνουν συμπεριφέρονται στην αγορά και εν προκειμένω στο πολυκατάστημα.

Το πολυκατάστημα είναι ένα κτήριο-περιβάλλον συνήθως σε κεντρικές αστικές περιοχές και βρίσκεται στις τροχιές των δημόσιων μέσων μεταφοράς και των οδικών αρτηριών προκειμένου να είναι εύκολα και γρήγορα προσβάσιμο από μεγάλο αριθμό επισκεπτών-καταναλωτών. Το πολυκατάστημα μπορεί να είναι δικτυωμένο με τις αστικές κυκλοφοριακές μηχανές αλλά ταυτόχρονα δεν συνδιαλέγεται με τον αστικό δημόσιο χώρο στο επίπεδο της άμεσης χρήσης και κατοίκησής του από τα κοινωνικά υποκείμενα. Αυτό το είδος διαλόγου το ευνοούσε η κοινωνική συνθήκη, η αρχιτεκτονική και χωροθέτηση της στεγασμένης εμπορικής στοάς.

Με τον στρατηγικό αστικό επανασχεδιασμό της πόλης του Παρισιού, ο αστικός χώρος, οι χρήσεις και η κατοίκησή του εξορθολογίζονται, οργανώνονται,

³⁷⁶ D.Harvey, *Paris, Capital of modernity*, όπ.π., σελ.112-4.

³⁷⁷ A.Friedberg, *Window shopping: cinema and the postmodern*, όπ.π., σελ.77.

μηχανοποιούνται, αποκτούν άλλη χρονικότητα και τροπισμό, με λίγα λόγια εργαλειοποιούνται. Η εργαλειοποίηση του χώρου, της κίνησης σε αυτόν πραγματοποιείται και μέσα στα νέα εμπορικά κέντρα, τα πολυκαταστήματα, πράγμα που σημαίνει ότι εργαλειοποιείται και η εμπειρία των ατόμων εντός αυτών των χώρων.

Οι κυλιόμενες σκάλες, οι συγκεκριμένες από τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό διαδρομές, η σκηνοθετημένη έκθεση-επίδειξη των εμπορευμάτων «λύνει» την αμφισημία του δρόμου ως εσωτερικού όπως βιώνονταν στην εμπορική στοά, καθώς ο εσωτερικός, οικείος, εμπορευματικά εξοπλισμένος και λειτουργικός χώρος προτείνεται ως ο αστικός δρόμος. Ο δρόμος που προωθείται για να βιώνει/κατοικεί ο πολίτης αποκτά την καθαρότητα της καταναλωτικής κουλτούρας, έτσι ώστε το βλέμμα, η εμπειρία, η μνήμη και η φαντασία να περιβάλλονται και να νοηματοδοτούνται από αυτήν.

Ο Benjamin χαρακτηρίζει το πολυκατάστημα ως την τελευταία πιάτσα του πλάνητα, καθώς η περιπλάνησή του στο λαβύρινθο της πόλης μεταφερόμενη στο λαβύρινθο των εμπορευμάτων μέσα στο πολυκατάστημα εργαλειοποιείται. Μπορεί αφενός η περιπλάνηση να διατηρεί κάποια εξωτερικά γνωρίσματα, όπως ο αργός βηματισμός, διασπασμένη προσοχή αλλά αφετέρου το περιεχόμενό της μεταστοιχειώνεται, καθώς γίνεται σκοποθετικό, υπολογιστικό.³⁷⁸ Το ποιητικό, αμέριμνο πέρασμα του πλάνητα εν μέσω του πλήθους και του αστικού περιβάλλοντος δεν αρμόζει σε μια κοινωνική συνθήκη όπου και τα κοινωνικά υποκείμενα και το αστικό περιβάλλον προσαρτούν αξίες και επιδιώκουν συμβολικές, οικονομικές και πολιτικές υπεραξίες.

Το περιβάλλον και η συνθήκη του πολυκαταστήματος εισήγαγαν νέες τεχνικές λιανικής πώλησης στον ημι-δημόσιο χώρο που δημιούργησαν, προωθώντας με αυτόν τον τρόπο νέες δημόσιες συμπεριφορές, κοινωνικές φιγούρες (γυναίκες) και εδραιώνοντας την πρακτική και λογική του λεγόμενου shopping. Οι νέες τεχνικές του λιανικού εμπορίου που εφαρμόστηκαν στα πολυκαταστήματα συνίστατο στην ελεύθερη είσοδο, στις αναγραφόμενες, σταθερές και χαμηλότερες τιμές και στην προώθηση πωλήσεων, με έμφαση στη σκηνοθετική διεύθυνση των βιτρινών.

³⁷⁸ A.Friedberg, *Window shopping: cinema and the postmodern*, όπ.π., σελ.58. Η Friedberg επισημαίνει ότι «οι τρόποι της διασπασμένης προσοχής του πλάνητα και της πλανητικής έγιναν το πρότυπο του καταναλωτή, ένας κοινωνικός χαρακτήρας που δεν φοβόταν την αγορά (αγοραφοβία) και που αντιθέτως έγινε αγοροφίλικός. Το shopping πρέπει να λαμβάνει μέρος σε ένα χώρο που επιτρέπει τη σκέψη: οι στοές και τα πολυκαταστήματα που επιτρέπουν το 'κοίταγμα' ('lookimg') χωρίς την αγορά ήταν επαρκείς για αυτή την επιθυμία».

Αν ο πλάνητας «βοτανολογούσε» στην άσφαλτο και στα περάσματα την ποικιλιότητα της αστικής ζωής³⁷⁹ και γοητευόταν με τα ίχνη των διαττόντων αστέρων των γυναικείων φιγούρων μέσα στο πλήθος³⁸⁰ ή/και ιστοριών, ονείρων που φαινόταν να σβήνουν σε ένα ηλεκτροδοτούμενο πια φωτισμένο ουρανό της βιομηχανικής, καπιταλιστικής ανάπτυξης³⁸¹, ο καταναλωτής και η καταναλώτρια/πλανήτρια επιδιόταν σε μια ιδιότυπη οπτική κατανάλωση. Η ελεύθερη είσοδος στο πολυκάταστημα χωρίς την υποχρέωση της αγοράς και η βόλτα σε ένα μεγάλων διαστάσεων εμπορικό περιβάλλον γεμάτο με μια ευρεία γκάμα και ποσότητα εμπορευμάτων αφενός άνοιξαν ένα ημιδημόσιο χώρο εμπορευματικά προσδιορισμένο κυρίως στο γυναικείο πληθυσμό και αφετέρου μετασχημάτισαν την εμπειρία στο δημόσιο χώρο ανάγοντας την σε μεγάλο βαθμό στην εμπειρία ενός δημόσιου καταναλωτικού θεάματος. Η M.Crawford επισημαίνει ότι η επίκληση της θεατρικής συμπεριφοράς κατά την πρακτική του παζαρέματος αντικαταστάθηκε από τη θεατροποίηση της έκθεσης των εμπορευμάτων.³⁸²

³⁷⁹ Σ.Μπωντλαίρ, «Ο καλλιτέχνης, άνθρωπος του κόσμου, άνθρωπος του πλήθους και παιδί» στο Σ.Μπωντλαίρ, *Αποφθέγματα παρηγοριάς για τον έρωτα-Ο ζωγράφος της μοντέρνας ζωής*, μετ.Σ.Βαρβαρούσης, Ερατώ, Αθήνα 1994, σελ.62. Ο Μπωντλαίρ περιγράφει την εμπειρία του πλάνητα με αυτά τα λόγια: «Για τον τέλειο σουλατσαδόρο, για τον παθιασμένο παρατηρητή, είναι μια απέραντη απόλαυση να διαλέγει την κατοικία του μέσα στη μάζα, στο μεταβλητό, στην κίνηση, στο φευγαλέο κι στο άπειρο. Το να είσαι έξω από το σπίτι σου, κι ωστόσο να αισθάνεσαι παντού στο σπίτι σου· το να βλέπεις τον κόσμο, να είσαι στο κέντρο του κόσμου και να μένεις κρυμμένος από τον κόσμο. αυτές είναι μερικές από τις μικρότερες ηδονές αυτών των ανεξάρτητων, παθιασμένων, αμερόληπτων πνευμάτων, που η γλώσσα μόνο αδέξια μπορεί να τα ορίσει. Ο παρατηρητής είναι ένας πρίγκιπας που απολαμβάνει παντού το ινγκόνιτό του.Ο εραστής της ζωής κάνει τον κόσμο οικογένειά του, όπως ο εραστής του ωραίου φύλου συνθέτει την οικογένειά του μ' όλες τις ομορφίες που βρήκε, που θα μπορούσε να βρει και που δεν θα γινόταν να βρεθούν· όπως ο συλλέκτης πινάκων ζει σε μια μαγεμένη κοινωνία ονείρων ζωγραφισμένων στο πανί. Έτσι ο ερωτευμένος με την καθολική ζωή μπαίνει στο πλήθος σαν μέσα σε μια τεράστια δεξαμενή ηλεκτρισμού. Μπορούμε επίσης να τον παρομοιάσουμε με έναν καθρέφτη τόσο τεράστιο όσο αυτό το πλήθος· με ένα καλειδοσκόπιο προικισμένο με συνείδηση, το οποίο, σε κάθε του κίνηση, αναπαριστά την πολλαπλή ζωή και την κινούμενη χάρη όλων των στοιχείων της ζωής. Είναι ένα εγώ αχόρταγο για το μη εγώ, που, κάθε στιγμή, το αποδίδει και το εκφράζει με εικόνες πιο ζωντανές κι από την ίδια τη ζωή, την πάντα ασταθή και φευγαλέα.»

³⁸⁰ Πρόκειται για εικόνα από το πεζό ποίημα του Ch.Baudelaire «Η επιθυμία για περιγραφή». Αρχίζει το ποίημα ως εξής: «Δυστυχημένος ίσως ο άνθρωπος, ευτυχημένος όμως ο καλλιτέχνης που η επιθυμία τον συγκλονίζει! Φλέγομαι από επιθυμία να περιγράψω εκείνη, που τόσο σπάνια εμφανίστηκε μπροστά μου και που τόσο γρήγορα χάθηκε, σαν ένα ωραίο ποθητό πράγμα πίσω από τον ταξιδιώτη που τον καταπίνει η νύχτα. Πόσος καιρός πέρασε κιάλας που εξαφανίστηκε!» και τελειώνει με τα λόγια αυτά: «Υπάρχουν γυναίκες που εμπνέουν την επιθυμία να τις νικήσεις και να τις απολαύσεις· αλλά αυτή εδώ σου γεννάει τον πόθο να πεθάνεις αργά κάτω απ' το βλέμμα της.» Σ.Μπωντλαίρ, *Η μελαγχολία του Παρισιού*, μετ. σημ. Στ.Βαρβαρούσης, Ερατώ, Αθήνα 1985, σελ.146-7.

³⁸¹ W.Benjamin, *Σαρλ Μπωντλαίρ, ένας λορικός στην ακμή του καπιταλισμού*, ό.π., σελ.60. Ο Benjamin αναφέρει ότι: «Υπό τον Ναπολέοντα Γ' τα φανάρια του γκαζιού στο Παρίσι γρήγορα πολλαπλασιάστηκαν. Τούτο αύξησε την ασφάλεια μέσα στην πόλη· έκανε το πλήθος στον ανοιχτό δρόμο, ακόμη και τη νύχτα, να εξοικειωθεί με τον εαυτό του· εκτόπισε τον έναστρο ουρανό από την εικόνα της μεγάλης πόλης πιο δραστηκά απ' ό,τι έκαναν τα ψηλά της κτίρια.»

³⁸² M.Crawford, «The world in a shopping mall», στο M.Sorkin, *Variations on a theme park-the new American city and the end of public space*, Hill and Wang, New York 1992, σελ.17-8.

Οι μειωμένες τιμές των μαζικά παραγόμενων, τυποποιημένων προϊόντων σε συνδυασμό με τη διαμόρφωση μιας ευρείας μεσαίας τάξης αποτέλεσαν τις προϋποθέσεις για τη δημιουργία ενός νέου καταναλωτικού κοινού, το οποίο επισκεπτόταν τα πολυκαταστήματα χρησιμοποιώντας τα ως χώρους δημόσιας παρουσίας και άσκησης μιας νέας πρακτικής, του shopping. Αυτό το καταναλωτικό κοινό ήταν κυρίως οι γυναίκες της αστικής, μεσαίας και της μικρομεσαίας τάξης, οι οποίες αποκλεισμένες πριν από το δημόσιο αστικό χώρο, εμφανίζονται δημόσια σε έναν ιδιωτικό κοινόχρηστο περιβάλλον³⁸³, όπου αντιλαμβάνονται τον εαυτό τους ως μάζα.³⁸⁴

Η δραστηριότητα του shopping συνίσταται τόσο στην αγορά εμπορευμάτων όσο και στην οπτική κατανάλωση. Η αγορά αποτελεί μια υλική και συμβολική οικειοποίηση του εμπορεύματος. Η οπτική κατανάλωση είναι μια φαντασιακή οικειοποίηση ενός κόσμου εμπορευμάτων, συμβολισμών, εικόνων επιθυμίας. Η οπτική κατανάλωση, όπως προσφέρεται ελεύθερα στα πολυκατάστημα για πρώτη φορά, είναι μια εμπειρία φάντασμαγορικής-αισθητικής απόλαυσης και μαγέματος του βλέμματος, καθώς και υπολογισμού του κόστους και του κοινωνικού γοήτρου.

Η εμπειρία του shopping ευδοκμεί στα πολυκαταστήματα για τους λόγους που αναφέρθηκαν και τροφοδοτείται από τη συμβολική ανταλλακτική αξία των εμπορευμάτων. Η επένδυση προσωπικού νοήματος, κοινωνικού γοήτρου, αξίας, κοινωνικής-ταξικής σήμανσης στα εμπορεύματα υφαίνουν το συμβολικό φορτίο ή αλλιώς το φетиχισμό του εμπορεύματος. Αυτή η επένδυση και η αναγνώριση της συμβολικής ανταλλακτικής αξίας σήμανε και αλλαγές στη δημόσια παρουσία και κοινωνική συμπεριφορά των ατόμων στο δημόσιο χώρο κατά τον 19^ο αιώνα. Για τον

³⁸³ D.Stevenson, *Πόλεις και αστικοί πολιτισμοί*, ό.π., σελ. 110. Η Stevenson κάνει λόγο για την εμφάνιση ενός «θηλυκοποιημένου» δημόσιου χώρου κατά τον 19^ο αιώνα, όπως αυτός προέκυψε από τη δημιουργία των πολυκαταστημάτων αλλά και με την εμφάνιση νέων υπαλληλικών θέσεων που καλύπτονταν από γυναίκες (κομωτίτριες, υπάλληλοι, πωλήτριες). Η «θηλυκοποίηση» αυτή του δημόσιου χώρου συνίσταται σε μια νέου τύπου σχέση των γυναικών με το δημόσιο βίο και με την καταναλωτική δραστηριότητα. Εδώ μπορούμε να επισημάνουμε ότι η ρητορική που ερμηνεύει αυτή τη δημόσια παρουσία των γυναικών με όρους «εκδημοκρατισμού» ή/και «θηλυκοποίησης» του δημόσιου χώρου μάλλον μοιάζει πολιτικά ρηχή –καθώς ταυτίζουν την δημόσια παρουσία και πολιτική συμμετοχή στο δημόσιο χώρο με την δημόσια παρουσία σε ένα ιδιωτικό χώρο και με την ελεύθερη επιλογή του shopping- και υπόρρητα στερεοτυπικές –μιας και αναπαράγουν τον κατά φύλο διαχωρισμό μεταξύ ενός ανδροκρατούμενου, όντως υπαρκτού αναμφίβολα, πολιτικού, εργασιακού, δημόσιου χώρου και ενός θηλυκοποιημένου καταναλωτικού ημιδημόσιου χώρου, αντί να γίνεται ριζική κριτική στο φαλλοκεντρικό και εξουσιαστικό τρόπο κοινωνικής διευθέτησης σε όλα τα πεδία υποστηρίζοντας ότι ο ελεύθερος δημόσιος κοινωνικός χώρος δεν μπορεί παρά να συντίθεται από ελεύθερα, αυτόνομα κοινωνικά υποκείμενα ανεξαρτήτου φύλου και σεξουαλικών προτιμήσεων.

³⁸⁴ W.Benjamin, *The arcades project*, ό.π., σελ. 60. Ο Benjamin αναφέρει ότι «το χαρακτηριστικό του πολυκαταστήματος: οι πελάτες αντιλαμβάνονται τον εαυτό τους ως μάζα ὅ ἔρχονται αντιμέτωποι με μια ποικιλία αγαθών ὡς συλλαμβάνουν ὅλους τους ὁρόφους με μια ματιά ὅ ἡ πληρῶνουν σταθερές τιμές, μπορούν να κάνουν συναλλαγές».

R.Sennett, η μυστικοποίηση των νέων καταναλωτικών αγαθών στα πολυκαταστήματα σήμανε με τη μεσολάβηση και άλλων παραγόντων (νέα ψυχολογία, ηθολογία) τη μυστικοποίηση των δημόσιων εμφανίσεων. Ο ενδυματολογικός εξοπλισμός συνιστούσε ένα έμβλημα της προσωπικότητας, του χαρακτήρα του υποκειμενικού φορέα. Ο Sennett κάνει λόγο για ένα νέο κώδικα πίστης στο εμπόριο και στο δημόσιο χώρο, ο οποίος προκύπτει από το συνδυασμό της επένδυσης προσωπικού νοήματος στα αντικείμενα πέρα και πάνω από τη χρησιμότητά τους και της δημόσιας παθητικής παρατήρησης.³⁸⁵

Σε μια κοινωνική συνθήκη, όπου στο δημόσιο αστικό χώρο ο διάλογος αντικαθίσταται από την αναδίπλωση στην εσωτερική σιωπή και σκέψη αλλά και από ένα διάλογο με τα εμπορεύματα, η κατά Benjamin «ενσυναισθητική ταύτιση με το εμπόρευμα» φαίνεται να ενισχύεται και να ρυθμίζει και τη δημόσια κοινωνική συμπεριφορά. Η προσωπική σιωπή, η απλή θέαση των τεκταινόμενων, ο διάλογος με τα εμπορεύματα, η εσωτερική επεξεργασία συναισθημάτων και σκέψεων φαίνεται στα μέσα του 19^{ου} αιώνα να αποτελούν κυρίαρχο πρότυπο δημόσιας παρουσίας αντικαθιστώντας την ενεργή συμμετοχή, την κοινωνική αλληλενέργεια, το δημόσιο διάλογο, την κοινωνικότητα και την έντονη –κατά τον 18^ο αιώνα- δημόσια θεατρική συμπεριφορά. Σε μια σιωπηλή, αναδιπλωμένη αλλά δημόσια παρουσία το άτομο επιδιώκει να συγκροτήσει μια δημόσια εικόνα του εαυτού του καθώς γνωρίζει ότι συνάμα ως θεατής της δημόσιας ζωής είναι και αντικείμενο θέασης. Αυτό επιδιώκει με την απόκτηση του κατάλληλου –για την προβαλλόμενη εικόνα του εαυτού του- εξοπλισμού. Πρόκειται για ένα εξοπλισμό που χρησιμοποιείται όχι ως πρόσχημα θεατρικότητας, ως προσωπείο, αλλά για έναν εξοπλισμό που αποδίδει ταυτότητα.

Με τη δημόσια εμφάνισή του το άτομο επιδιώκει την προσωπική και κοινωνική του ταυτοποίηση ή αλλιώς την ψυχολογική, κοινωνική, φυλετική, ταξική του υποστασιοποίηση. Η ενσυναισθητική ταύτιση με το εμπόρευμα σημαίνει ότι το εμπόρευμα «υποκειμενικοποιείται», καθίσταται ζωντανός φορέας, εκφράζεται, συναισθάνεται και συνδιαλέγεται με το υποκείμενο-καταναλωτή υποσχόμενο ότι αν το προσαρτήσει θα μπορεί πια να μιλάει στο όνομα του κατόχου του. Σε μια εποχή, όπου κυριαρχεί ο φόβος της ακούσιας αποκάλυψης του χαρακτήρα, η αστάθεια των συναισθημάτων και η αυθορμησία θεωρείται αδυναμία αυτοελέγχου και ανωμαλία,³⁸⁶

³⁸⁵ Ρ.Σένετ, *Η τυραννία της οικειότητας*, μετ.Γ.Ν.Μερτίκας, επιμ. Γ.Λυκιαρδόπουλος, Νεφέλη, Αθήνα 1999, σελ.189.

³⁸⁶ Ρ.Σένετ, *Η τυραννία της οικειότητας*, ό.π., σελ.196-201.

ο διάλογος με το εμπόρευμα και η οικειοποίησή του —με την αγορά— προσφέρει στο κοινωνικό υποκείμενο μια ασφαλή μέθοδο κατασκευής της δημόσιας εικόνας του.



Ο πρόδρομος του κρίκετ: 'pall mall'
Πηγή:<http://en.wikipedia.org/wiki/Paille-maille>

1.3. Το 'mall'

Τα αρχιτεκτονικά πρότυπα-ρίζες των shopping malls είναι το στεγασμένο εσωτερικό των εμπορικών στοών και ο όγκος και τα επίπεδα των πολυκαταστημάτων. Ο όρος 'mall' σημαίνει εσωτερικός-στεγασμένος διάδρομος. Η λέξη ετυμολογικά προέρχεται από το 'pall mall' ένα αγγλικό παιχνίδι του 17^{ου} αιώνα που ήταν ένας συνδυασμός κρίκετ και γκολφ, και η λέξη 'mall' σήμαινε το προστατευμένο πράσινο πεδίο.³⁸⁷

Το πρώτο στεγασμένο, περιτειχισμένο mall ανοίγει το 1956 στην Edina, προάστιο της Μινεάπολις, το 'Southdale Center'.³⁸⁸ Μετά το Β' Παγκόσμιο πόλεμο, η κατασκευή shopping malls στις παρυφές ή/και εκτός πόλεων ήταν ένα επακόλουθο του φαινομένου της προαστιοποίησης. Ένα φάσμα οικονομικών, κατασκευαστικών, πολιτικών, πολιτισμικών παραγόντων οδήγησε στη δημιουργία προαστιακών οικισμών για τη μεσοαστική και ανώτερη αστική —αρχικά λευκή— τάξη. Το μεταπολεμικό φαινόμενο της προαστιοποίησης αποτελεί ένα ριζικό μετασχηματισμό του χώρου —όχι μόνο του αστικού—, του χρόνου, της εμπειρίας των ατόμων στην καθημερινή τους ζωή και στο φαντασιακό τους. Προαστιακοί οικισμοί, κατασκευή οδικών και σιδηροδρομικών αξόνων, υποδομές ηλεκτροδότησης και υδροδότησης στις νέες περιοχές, κυκλοφοριακοί κόμβοι σύνδεσης των πόλεων με τις νέες προαστιακές περιοχές και των πόλεων μεταξύ τους, το συνεχώς αυξανόμενο επίπεδο απόκτησης και χρήσης αυτοκινήτου και εμπορικά κέντρα συνιστούν χαρακτηριστικά της προαστιακής συνθήκης.³⁸⁹ Τα περιφερειακά malls κατά την περίοδο 1960-1980 στην Αμερική επεκτάθηκαν και αποτέλεσαν τα εμπορικά, ψυχαγωγικά και κοινωνικά κέντρα για τους κατοίκους των προαστιακών περιοχών. Για την M.Crawford, το εμπορευματικό περιβάλλον προσφέρει την χωρική κεντρικότητα που έλειπε από την προαστιακή

³⁸⁷ Πηγή: <http://en.wikipedia.org/wiki/Paille-maille>.

³⁸⁸ Πηγή: http://en.wikipedia.org/wiki/Southdale_Center.

³⁸⁹ Σχετικά με την περίπτωση του Λός Άντζελες και πως το πρότυπο αυτό χρησιμοποιήθηκε για τις υπολούιτες μητροπόλεις των Η.Π.Α ως μοντέλο χωρικού μετασχηματισμού μετά το Β' Παγκόσμιο πόλεμο βλ. Ν. Βλαντής—Π. Μπαλτάς, *Επόμενη στάση: Χαμένους λεωφόρους—μια περιδιάβαση στην κοσμογονία της αμερικάνικης και ευρωπαϊκής μητρόπολης*, Futura, Αθήνα 2004, σελ. 135-149.

κοινωνική συνθήκη. Ελλείπει δικτύων συγγένειας και κοινωνικότητας, το αίσθημα του ανήκειν, η προσωπική ταυτότητα, η κοινωνική θέση και οι ρόλοι αναζητούνταν να εκφραστούν με την κατανάλωση.³⁹⁰



‘Southdale Center’

Πηγή: http://en.wikipedia.org/wiki/Southdale_Center

Τα malls διαφοροποιούνται σχετικά με το μέγεθος και τη χωροθέτησή τους. Αναφορικά με το μέγεθος υπάρχουν τα περιφερειακά (‘regional malls’), τα υπερτοπικά (‘super-regional malls’), όπου οι επισκέπτες του είναι από μακρινές περιοχές και τα ‘mega-malls’ τα οποία αποτελούν διεθνείς τουριστικούς προορισμούς.³⁹¹ Η χωροθέτηση των malls μπορεί να είναι στο κέντρο μια πόλης, στην περιφέρεια της ή/και εκτός πόλης. Η διαθεσιμότητα χώρου και η εμπορική αξία της γης είναι κρίσιμοι παράγοντες που ορίζουν το μέγεθος και τη χωροθέτηση ενός mall. Είναι ενδεικτικό το ότι στην Αμερική –σε αντίθεση με την Ευρώπη- η ύπαρξη μεγάλων εκτάσεων στην ύπαιθρο και η χαμηλή εμπορική αξία της γης ευνόησε τόσο την εγκατάσταση προαστιακών οικισμών όσο και μεγαδομών, όπως τα shopping malls.

Το μέγεθος, η χωροθέτηση και οι παρεχόμενες υπηρεσίες ενός mall καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό και την ακτίνα της εμπορικής του επικράτειας. Η προοπτική της εμπορικής επιτυχίας ενός τέτοιου μεγέθους εμπορικού κέντρου αποτελεί ζήτημα έρευνας μέσα από την εξέταση μιας σειράς μεταβλητών, καθώς το μέγεθος της επένδυσης είναι αρκετά μεγάλο. Οι μεταβλητές που υπολογίζονται είναι η πληθυσμιακή σύνθεση (ηλικία, εθνική προέλευση, ποσοστό και τύπος οικογένειας), η επαγγελματική απασχόληση, η ταξική σύνθεση, τα επίπεδα εισοδήματος, η αγοραστική δύναμη, το σύστημα αξιών, το φαντασιακό των κοινωνικών υποκειμένων, οι υπάρχουσες υποδομές, οι μελλοντικές δυνατότητες ανάπτυξης, οι εμπορικές αξίες

³⁹⁰ M.Crawford, «The world in a shopping mall», όπ.π., σελ.20-1.

³⁹¹ M.Crawford, «The world in a shopping mall», όπ.π., σελ.7. Παραθέτουμε ακριβώς την κατηγοριοποίηση των malls έτσι όπως δίνονται από την Crawford: «Το μέγεθος και η κλίμακα ενός mall αντανακλά το ‘κατώφλι της ζήτησης’- ο ελάχιστος αριθμός δυνητικών επισκεπτών που ζουν στη γεωγραφική ακτίνα ενός αντικειμένου λιανικής πώλησης που θα το βοηθήσει να πουληθεί με κέρδος. Έτσι, τα κέντρα γειτονιάς εξυπηρετούν μια τοπική αγορά σε μια ακτίνα 2 μιλίων· τα κέντρα της κοινότητας έλκουν από τρία έως πέντε μίλια. Η επόμενη βαθμίδα των 2,500 regional malls (το λιγότερο δυο πολυκαταστήματα και εκατό μαγαζιά) προσελκύει πελάτες από 20 μίλια μακριά, ενώ μια ξεχωριστή ομάδα των 300 υπερτοπικών super-regional malls (το λιγότερο 5 πολυκαταστήματα και πάνω από 300 μαγαζιά) εξυπηρετούν μία πολύ μεγαλύτερη, σχεδόν διαπολιτειακή (multistate), περιοχή ακτίνας 100 μιλίων. Στην κορυφή αυτής της πυραμίδας βρίσκεται το West Edmonton megamall, ένας διεθνής καταναλωτικός προορισμός.»

της γης, η τοποθεσία, το κλίμα. Πρόκειται για ένα σύστημα δεικτών με την ορολογία «VALS» (Value and Life Styles Program).³⁹²

Η διερεύνηση και η μελέτη όλων αυτών των παραμέτρων αναλαμβάνεται από εταιρίες ανάπτυξης, των οποίων οι ομάδες συμβούλων συντίθεται από αρχιτέκτονες, πολεοδόμους, οικονομολόγους, διαφημιστές, ειδικούς στο marketing, μηχανικούς, επενδυτές, γεωγράφους. Ο V.Gruen, πρωτοπόρος αρχιτέκτονας mall επεδίωξε να διαμορφώσει ένα μοντέλο, πρότυπο-μήτρα κατασκευής εμπορικών κέντρων, προκειμένου να εξασφαλίζεται η εμπορική τους επιτυχία με το να μειώνεται όσο το δυνατόν το ποσοστό επιχειρηματικού ρίσκου.³⁹³ Η εμπορική απόδοση ανά τετραγωνικό μέτρο του shopping mall αποτελεί αφενός ένα κρίσιμο δείκτη επένδυσης και κατόπιν διαχείρισης του δομημένου εμπορικού περιβάλλοντος. Αφετέρου αναδεικνύει την εμπορευματοποίηση και την ορθολογιστική διαχείριση του χώρου τόσο του περιβάλλοντος χώρου όσο και της συγκεκριμένης εμπορικής επικράτειας του κάθε shopping mall.

Η επένδυση για την κατασκευή, οι προσδοκώμενες υπεραξίες του δομημένου εμπορικού χώρου, η μελλοντική κερδοφόρα αγοροπωλησία αποδεικνύει τον τρόπο αλλά και το βαθμό ένταξης του χώρου στην οικονομία της αγοράς, καθώς και την παγκοσμιοποιημένη μορφή της με τη συμμετοχή σε αυτή τη διαδικασία παγκόσμιων-εταρικών- δυνάμεων της αγοράς. Κοινοπραξίες και σύνθετα εταιρικά σχήματα επενδύουν στο χώρο και το λιανικό εμπόριο κατασκευάζοντας μεγαδομές τύπου shopping malls σε παγκόσμιο επίπεδο, από τη Β.Αμερική, τη Λ.Αμερική και την Ευρώπη μέχρι την Κίνα, την Ασία και την Αυστραλία.

Ο Shields σχολιάζει ότι τα malls είναι «μεταμοντέρνες καταναλωτικές τοποθεσίες που ενσωματώνονται στην κυκλοφορία αγαθών και υπηρεσιών», πράγμα που προκύπτει από την κλίμακα της επένδυσης, τις προσφερόμενες υπηρεσίες, το

³⁹² M.Crawford, «The world in a shopping mall», ό.π., σελ.9. Επίσης σε μια αναφορά με τίτλο «The future pattern of shopping» που έγινε το 1971 για την επάρκεια της αγοράς από την επιτροπή για την οικονομική ανάπτυξη και για το εμπόριο για λογαριασμό της Αγγλικής κυβέρνησης, γίνεται μια προσπάθεια οριοθέτησης των εργαλείων διερεύνησης των υπό αλλαγή καταναλωτικών προτύπων λαμβάνοντας υπόψη τα εισοδήματα, την ταξική σύνθεση του πληθυσμού, τις καταναλωτικές συμπεριφορές και τα μοντέλα ζωής, τις δυνατότητες πρόσβασης στις αγορές, τις μορφές των καταστημάτων, τις υποδομές μεταφοράς των αγαθών, την κατάσταση του λιανικού εμπορίου και του χονδρικού, το κλίμα, τις αξίες γης, την σύνθεση των χρήσεων και υπηρεσιών των εμπορικών κέντρων, το σχεδιασμό και την αισθητική των χώρων αυτών. Βλ. National Economic Development Office, *The Future of shopping pattern*, Distributive Trades EDC, London 1971. Πρόκειται για έρευνα της Επιτροπής Εθνικής Οικονομικής Ανάπτυξης της Βρετανίας για την εξέλιξη των προτύπων κατανάλωσης.

³⁹³ M.Crawford, «The world in a shopping mall», ό.π., σελ.8.

συνδυασμό των χώρων αυτών με τους άξονες μεταφοράς και τον όγκο των τακτικών πελατών.³⁹⁴Τις αποκαλεί χαρακτηριστικά «χρόνες της οικονομίας των υπηρεσιών».

Όπως η εμπορική στοά και λίγο αργότερα το πολυκατάστημα αποτέλεσαν τα πεδία κυκλοφορίας και κατανάλωσης των προϊόντων του βιομηχανικού καπιταλισμού αλλά και σύμβολα του νεωτερικού αστικού τοπίου, έτσι και τα shopping malls είναι τα τοπόσημα του μετανεωτερικού αστικού τοπίου και τα περιβάλλοντα που όχι μόνο εκτίθενται και καταναλώνονται εμπορεύματα και υπηρεσίες αλλά και οι σκηνοθετημένοι χώροι που εγγράφουν σε οριοθετημένη επικράτεια την κοινωνία της θεαματικής κατανάλωσης.

Στην περίπτωση των shopping malls αυτό που ενορχηστρώνεται, εκτίθεται και καταναλώνεται είναι η συμβολική ανταλλακτική αξία που υφαίνουν τόσο το εμπόρευμα όσο και ο χώρος. Η διαλεκτική απόδοση χαρακτηριστικών μεταξύ εμπορεύματος και χώρου συναρθρώνει μια εμπειρία του ατόμου που μεσολαβείται ριζικά όσο ποτέ άλλοτε από τη φαντασμαγορία του εμπορεύματος –χώρου.

Ο χώρος ως εμπόρευμα, το εμπόρευμα ως «κάτοικος», ως μέρος συστατικό του συγκεκριμένου εμπορικού χώρου σκηνοθετούνται, προβάλλονται και καταναλώνονται ταυτοποιώντας τους επισκέπτες-καταναλωτές-κατοίκους αυτού του χώρου. Αυτή είναι μετατόπιση στο νόημα και τη λειτουργία της συμβολικής ανταλλακτικής αξίας του εμπορεύματος που επέφερε η κατασκευή τέτοιων εμπορικών περιβαλλόντων. Με άλλα λόγια, ο χώρος ταυτοποιεί μέσω των εμπορευμάτων και μέσω της μυστικοποίησής του και τα εμπορεύματα μυστικοποιούν το χώρο.

³⁹⁴ R.Shields, «Spaces for the subject of consumption» , όπ.π., σελ.9.

Τι είναι, όμως, τα malls; Τα shopping malls είναι κλειστά, στεγασμένα, οριοθετημένα περιβάλλοντα από δύο έως τέσσερα επίπεδα. Οι διαφοροποιήσεις των σχεδιασμών, των χρήσεων, υπηρεσιών και της σκηνοθεσίας είναι ποικίλες ανά τον κόσμο και σχετίζονται μεταξύ άλλων παραγόντων με τις εμπορικές επιδιώξεις και το καταναλωτικό κοινό στο οποίο απευθύνονται. Συνήθως σε ένα mall κάποιος μπορεί να βρει καταστήματα εμπορικά, εστιατόρια,



“... We have it all: a world class hotel, the widest variety of one-of-a-kind stores, fantastic attractions, spectacular games, restaurants to suit all tastes and great entertainment. It's all under one roof, ensuring you and your family have a fun and relaxing experience. We invite you to preview our website and plan your trip for an experience of a lifetime.”

Πηγή: ιστοσελίδα του WEM

ταχυφαγεία, πολυκαταστήματα, μπουτίκ, χώρους αναψυχής –λούνα παρκ, παγοδρόμιο, τεχνητές λίμνες, παραλίες, πισίνες- καφετέριες, πολυσινεμά, μπαρς, ξενοδοχεία, αίθουσες συνεδρίων, θέατρα, τεχνητούς κήπους –τροπικά δάση-, προσομοιώσεις κεντρικών δρόμων διαφόρων αστικών κέντρων, ακόμα και προσκυνηματικούς χώρους. Αν και η έκταση μπορεί να διαφέρει όσο και οι παρεχόμενες υπηρεσίες, το mall ως πρότυπο εμπορικό περιβάλλον χαρακτηρίζεται από τη λογική της συγκέντρωσης πολλών και ποικίλων χρήσεων, απορροφώντας με αυτόν τον τρόπο λειτουργίες, δραστηριότητες και υπηρεσίες που βρίσκονται στον αστικό χώρο. Αν η εμπορική στοά επιδίωκε να είναι μια πόλη-μινιατούρα, το mall φαίνεται να αυξάνει την κλίμακα της επιδίωξης αυτής και να είναι το ίδιο μια «πόλη». Αναφέρουμε χαρακτηριστικά ότι το West Edmonton Mall έχει έκταση 5,2 εκατ. τ.μ., ίση περίπου με 100 γήπεδα ποδοσφαίρου.³⁹⁵

Η συγκέντρωση διαχωρισμένων, ζωνοποιημένων λειτουργιών και δραστηριοτήτων της αστικής νεωτερικής πόλης στο στεγασμένο περιβάλλον του mall φαίνεται να σηματοδοτεί μια μετατόπιση της αστικής εμπειρίας. Το εμπόριο, η κατανάλωση, η ψυχαγωγία, η εργασία, η δημόσια παρουσία μεταξύ άλλων «συσκευάζονται», ενορρηστρώνονται και διευθετούνται εντός ενός οριοθετημένου περιβάλλοντος και φαινομενικά σημειώνεται μια στροφή στους προνεωτερικούς χρόνους όπου οι κοινωνικές λειτουργίες και δραστηριότητες (εργασία, οικογενειακή, κοινωνική ζωή, ψυχαγωγία, κοινωνικές επαφές, εμπόριο, γιορτές) συνυπήρχαν σε

³⁹⁵ M.Crawford, «The world in a shopping mall», όπ.π., σελ.3.

μεγάλο βαθμό στο κοινωνικό χώρο και χρόνο, χωρίς να έχουν κερματιστεί σε διακριτές σφαίρες (δημόσιος και ιδιωτικός χώρος, εργασιακός χώρος και αγορά, παραγωγή και κατανάλωση κ.λπ.). Ακόμα και στη πρώιμη νεωτερικότητα, στις πόλεις οι συντεχνίες είχαν συγκροτήσει μια παραγωγική, οικονομική, εμπορική, κοινωνική, πολιτιστική οργανική ενότητα, η οποία κερματίστηκε με τις παράλληλες διαδικασίες της εκβιομηχάνισης και της διεύρυνσης της εγχρήματης οικονομίας (τραπεζικός και εμπορικός καπιταλισμός).³⁹⁶

Μια τέτοια τύπου «ενοποίηση» δραστηριοτήτων που προωθούν και οργανώνουν τα malls είναι καταναλωτικής και όχι κοινωνικής τάξης. Αυτό σημαίνει ότι οι αστικές χρήσεις και δραστηριότητες που συμπυκνώνονται κάτω από το θόλο του κόσμου του mall εξυπηρετούν την εμπορευματική στοχοθεσία της κεντρικής διαχείρισης του χώρου και εμπλουτίζουν τη φαντασμαγορία του. Μια ενοποίηση κοινωνικών λειτουργιών και δραστηριοτήτων θα σήμαινε μια διαφορετική κοινωνική οργάνωση της παραγωγής, του εμπορίου, του κοινωνικού χώρου, του δημόσιου αστικού χώρου και της καθημερινής εμπειρίας των ατόμων. Είναι ενδεικτική η σύγκριση της λεγόμενης «τσαγκαροδευτέρας» ή αλλιώς της «αγίας δευτέρας» που απολάμβαναν οι τεχνίτες ως μια ημέρα χαλαρής εργασίας και περισσότερο αφιερωμένης στους φίλους και στις παρέες τους³⁹⁷ με την εντατική εργασία στους χώρους των mall, όπου τα άτομα που εργάζονται δεν ψυχαγωγούνται αλλά δουλεύουν για να προάγουν το κλίμα της προσφοράς και να συμβάλλουν στην εμπορευματική φαντασμαγορία.

Για τον Shields τα malls αποτελούν νέες χωρικές και πολιτισμικές μορφές και συνιστούν τους τόπους της μετανεωτερικής πολιτισμικής αλλαγής. Η δημιουργία των νέων αυτών χώρων κατανάλωσης σήμαναν και μια μετατόπιση από τη «στοχευμένη συμπεριφορά» που αναπτύσσονταν στους προηγούμενους τύπους αγοράς, καθώς σε αυτά τα περιβάλλοντα των malls συνδέονται οι χρήσεις, οι πρακτικές και οι αντιλήψεις

³⁹⁶ H.Lefebvre, *Δικαίωμα στην πόλη – χώρος και πολιτική*, μετ.Π.Τουρνικιώτης-Κ.Λωράν, εισ. Στ.Σταυρίδης, Κουκίδα, Αθήνα 2007, σελ.25. Ο Lefebvre αναφέρει ότι «[η πόλη] προστατεύεται από κάθε ενδεχόμενο με τη συντεχνιακή οργάνωση, που παραλύει τις πρωτοβουλίες του τραπεζικού και εμπορικού καπιταλισμού. Η συντεχνία δεν ελέγχει μόνο ένα επάγγελμα. Κάθε συντεχνιακή οργάνωση ρυθμίζει την κατανομή των πράξεων και των δραστηριοτήτων στο χώρο (δρόμοι και συνοικίες) και στο χρόνο της πόλης (ωράρια, γιορτές). Αυτό το σύνολο τείνει να αποκρυσταλλωθεί σε μια αμετάβλητη δομή. Κατά συνέπεια, η εκβιομηχάνιση προϋποθέτει τη ρήξη αυτού του προϋπάρχοντος συστήματος πόλεων· συνεπάγεται την αποσύνθεση των κατεστημένων δομών.»

³⁹⁷ Ε.Π.Τόμσον, *Χρόνος εργασιακή πειθαρχία και βιομηχανικός καπιταλισμός*, ό.π., σελ.29-32.

του ελεύθερου χρόνου, της αναψυχής και της υλικής κατανάλωσης, της αγοράς (shopping).³⁹⁸

Η χωρική μετατόπιση της αστικής εμπειρίας –από τον αστικό δημόσιο χώρο στο ιδιωτικό κοινόχρηστο εμπορικό περιβάλλον του mall- και η συμβολική μετατόπισή της –από την ποικιλία και την αντιθετικότητα, την ιστορικότητα των αναφορών στο εμπορευματικά προσδιορισμένο συμβολικό μικροσύμπαν του mall- σημαίνει το μετασχηματισμό της εμπειρίας, μιας εμπειρίας αποστερημένης από τον κοινωνικό χώρο και χρόνο. Η εμπειρία του ελεύθερου χρόνου, της αγοράς, της αναψυχής, της δημόσιας παρουσίας εν μέσω άλλων, της κοινωνικής συνεύρεσης στο περιβάλλον του mall συνιστά μια εμπειρία ριζικά διαμεσολαβημένη από το εμπόρευμα, καθώς το εμπόρευμα μεσολαβεί σε όλες τις διαδικασίες της ταυτοποίησης, του αισθήματος του ανήκειν, της αγοράς, της οπτικής εμπειρίας, της αλληλοαναγνώρισης, της αυτό-παρουσία(ση)ς, της αισθητικής απόλαυσης, της περιπλάνησης, της αμέριμνης βόλτας, της κοινωνικής συναναστροφής. Όταν η εμπειρία μεσολαβείται από το εμπόρευμα σημαίνει ότι τα εμπορεύματα προωθούνται ως εμπειρίες και ότι η εμπειρία συσκευάζεται, σκηνοθετείται, ενορχηστρώνεται ως εμπόρευμα μέσα σε αυτό το χώρο ακόμα και αν δεν μεσολαβεί άμεσα η πράξη της χρηματικής ανταλλαγής. Αυτό σημαίνει ότι ένα παιχνίδι, μια βόλτα που μπορεί να μην εντάσσεται τυπικά στο κύκλωμα της χρηματικής ανταλλαγής αλλά να ενθαρρύνεται, να παίζεται, να νοσηματοδοτείται από αναγνωρίσιμες φιγούρες –κόμικ, σταρ, περσόνες της μόδας και του αθλητισμού κ.α- να οργανώνεται από (και γύρω από) επώνυμα προϊόντα, με αποτέλεσμα η εμπειρία να συναρθρώνεται με τον κόσμο των εμπορευμάτων. Με αυτόν τον τρόπο οι αναφορές της εμπειρίας είναι σε μεγάλο βαθμό τα βιομηχανικά προϊόντα, οι εικόνες τους και τα πολιτιστικά προϊόντα της πολιτιστικής βιομηχανίας τα οποία διαχέονται και σε άλλα επίπεδα αγοράς έτσι ώστε η παρουσία τους να αυξάνεται και να κατακτά την οπτική εμπειρία –από τον κινηματογράφο και τα κόμικς, περιοδικά, τηλεοπτικές εκπομπές μέχρι αναμνηστικά μπλουζάκια, συλλεκτικά στυλό, κούπες του καφέ κ.λπ.).³⁹⁹

Η S.Zukin αναφερόμενη στο τοπίο του Disney World σχολιάζει ότι αυτό συνδέεται με δύο κυκλώματα του πολιτισμικού κεφαλαίου. Τη χρήση του όρου «πολιτισμικό κεφάλαιο» τη διακρίνει από αυτή του συμβολικού κεφαλαίου του P.Bourdieu. Για την Zukin το πολιτισμικό κεφάλαιο, το οποίο παράγεται και

³⁹⁸ R.Shields, «Spaces for the subject of consumption», ό.π., σελ.7.

³⁹⁹ S.Zukin, «Postmodern urban landscapes: mapping culture and power» στο Sc.Lash-J.Friedman (επιμ.), *Modernity and identity*, Blackwell, Oxford 1993, σελ.237.

κυκλοφορεί σε αυτό το τοπίο, περιλαμβάνει αγαθά, υπηρεσίες, εικόνες και αξίες που διαμορφώνουν πολιτισμικές κατηγορίες. Το ένα, λοιπόν, κύκλωμα αφορά τα προϊόντα της πολιτισμικής βιομηχανίας τα οποία αναπαράγονται και αλληλοϋποστηρίζονται από τον ένα τομέα στον άλλο, δηλαδή ένα προϊόν της τηλεόρασης, του κινηματογράφου μπορεί να αναπαράγεται μέσω των περιοδικών ή των αξεσουάρ. Το άλλο κύκλωμα αφορά το δομημένο περιβάλλον, την αρχιτεκτονική, τα ξενοδοχεία, τις εκθέσεις, τα κινηματογραφικά στούντιο όταν αυτά γίνονται πολιτισμικά μνημεία.⁴⁰⁰

Ο υπερκαθορισμός αυτός της εμπειρίας από το εμπόρευμα μπορεί να ενορχηστρωθεί σε ένα περιβάλλον όπου η διαδικασία της μουσικοποίησης μονοπωλεί τις διαδικασίες, τις αναφορές, την πρακτική. Αυτό σημαίνει ότι η υλικότητα των κοινωνικών σχέσεων εξουσίας, οι παραγωγικές σχέσεις, οι συγκρουσιακές δράσεις, οι αντιφάσεις, οι κοινωνικές καταστάσεις, οι δυνητικότητες ενός άλλου τρόπου κοινωνικής οργάνωσης και δημοσίας παρουσίας και πράξης, με λίγα λόγια η ιστορική συνθήκη και κίνηση εξοστρακίζεται από τη χωρική και συμβολική συνθήκη του mall. Η σκηνοθέτηση και η προώθηση αυτής της άχρονης εμπειρίας αποτελεί κοινό γνώρισμα τόσο στις περιπτώσεις των malls, όσο και στα θεματικά πάρκα, τις περιφρουρούμενες κοινότητες, τον αστικό «εποικισμό» (gentrification), τις αναπλάσεις αστικών περιοχών μέχρι τις πρότυπες οικιστικές περιοχές τύπου EPCOT.⁴⁰¹

Η λεγόμενη διαδικασία του malling επεκτείνεται και δεν αφορά πια μόνο τα περικλειστά εμπορικά περιβάλλοντα, αλλά στα πρότυπα ενός φαντασμαγορικού, σκηνοθετημένου, ελεγχόμενου, ασφαλούς, καθαρού, εμπορευματικού χώρου κατασκευάζονται ή/και αναπλάθονται χώροι έξω από τη χωρικότητα και χρονικότητα της αστικής υστερο-νεωτερικής κοινωνικής πραγματικότητας. Οι προσομοιωμένοι πεζόδρομοι των malls στα πρότυπα των νεωτερικών αστικών κέντρων –π.χ.: Παρίσι, Λονδίνο-, εξάγονται στον αστικό δημόσιο χώρο με τέτοιο τρόπο ώστε να αναπαράγουν και να εγγράψουν χωρικά μια άχρονη, ανιστορική νοσταλγική στροφή σε μια ειρηνευμένη, σκηνοθετημένη παρελθούσα αστικότητα ή καλύτερα ένα αστικό

⁴⁰⁰ S.Zukin, «Postmodern urban landscapes: mapping culture and power», όπ.π., σελ.237.

⁴⁰¹ S.Zukin, «Postmodern urban landscapes: mapping culture and power», όπ.π., σελ.236 . Η Ε.Ρ.Ο.Τ. (Experimental Prototype Community of Tomorrow) αποτέλεσε ένα σχέδιο του W.Disney το 1958 για την κατασκευή μιας ιδανικής πόλης με την εφαρμογή των τουριστικών οραμάτων της επιστήμης και της τεχνολογίας. Αυτό το «σχέδιο πόλης» δεν υλοποιήθηκε τότε αλλά οι βασικές του αρχές και αξίες διατρέχουν τα τοπία του Disney World και τη Celebration City. Για την Zukin ο αστικός σχεδιασμός αυτού του τύπου παράγει ένα τοπίο οπτικής κατανάλωσης επενδυμένο με παιδικά όνειρα, φανταστικές ιστορίες και ιστορικές επαναφηγήσεις και ταυτόχρονα συνιστά μια ηθική τάξη. Συγκεκριμένα αναφέρει ότι «ο Disney World δημιουργεί ένα συνολικό, συνεκτικό τοπίο, ένα τοπίο που δημιουργείται για να υποκαταστήσει την κοινωνική πραγματικότητα. Ο Disney World αποσπά μια εικόνα ασφάλειας από το vernacular του κεντρικού δρόμου και το αποτυπώνει σε μια αστικοποιημένη κοινωνία, όπου το έγκλημα, τα ναρκωτικά, οι επιχειρηματικές απάτες συνιστούν έναν κύριο τρόπο ζωής.»

σκηνικό ζωής αποκαθαρμένο από τις οχληρές ιστορικές αντιθέσεις και συγκρούσεις. Επίσης το αρχιτεκτονικό, αισθητικό και εμπορευματικό πρότυπο των malls αφορά και χώρους όπως μουσεία, ξενοδοχεία, κέντρα μικρών πόλεων, γεγονός που αναδεικνύει τη διασταύρωση πολιτισμού και εμπορεύματος σε τέτοιο βαθμό που η Crawford να ισχυρίζεται ότι «ο κόσμος του shopping mall –χωρίς όρια, χωρίς να περιορίζεται από την επιταγή της κατανάλωσης- να έχει γίνει ο κόσμος». ⁴⁰²

⁴⁰² M.Crawford, «The world in a shopping mall», όπ.π., σελ.30.

ΜΕΡΟΣ Β

Κεφάλαιο 1^ο

1. Η ελληνική περίπτωση του Mall: ‘The Mall Athens’



Πηγή: www.themallathens.gr

Το πρώτο shopping mall στην Ελλάδα άνοιξε το Νοέμβριο του 2005 στην πόλη της Αθήνας, στην περιοχή του Αμαρουσίου. Η έκτασή του είναι περίπου 58.500τ.μ (GLA) διαθέσιμου ενοικιάσιμου χώρου και 90.000τ.μ υπόγειων χώρων στάθμευσης.⁴⁰³ Ο χώρος κατανέμεται κατακόρυφα σε 4 επίπεδα και διαθέτει 3 επίπεδα υπόγειου χώρου με 2.100 θέσεις στάθμευσης.

⁴⁰³ Βλ. ιστοσελίδα του ‘The Mall Athens’, <http://www.themallathens.gr>.

Το 'The Mall Athens' περιλαμβάνει πολυκαταστήματα, επώνυμες εμπορικές αλυσίδες ένδυσης (γυναικείας, ανδρικής, νεανικής και παιδικής μόδας), αλυσίδες με είδη οικιακού εξοπλισμού και διακόσμησης, μαγαζιά με αξεσουάρ, μαγαζιά με είδη καπνιστού και τύπου, βιβλιοπωλεία και μαγαζιά πολυμέσων, εστιατόρια, ζαχαροπλαστεία, ταχυφαγεία, χώρους αναψυχής (παιδότοπος, λούνα παρκ, αίθουσα μπιλιάρδου, αίθουσα bowling, αίθουσα ηλεκτρονικών παιχνιδιών), δισκοπωλείο, κοσμηματοπωλεία, καταστήματα οπτικών, 15 αίθουσες κινηματογράφου, ένα μπαρ, καφετέριες, σούπερ μάρκετ. Επίσης οι προσφερόμενες υπηρεσίες είναι: υπηρεσίες προσωπικής περιποίησης, τράπεζα, καθαριστήριο, ταχυδρομείο, φαρμακείο, φωτοτυπικό κέντρο, γραφείο πληροφοριών, μηχανήματα αυτόματης ανάληψης χρημάτων (ATM), χώρος πρώτων βοηθειών, χώρος βρεφικής φροντίδας, ιδιωτικός χώρος φύλαξης παιδιών, τουαλέτες για άτομα με ειδικές ανάγκες, τουαλέτες σε κάθε όροφο, ράμπες πρόσβασης για άτομα με ειδικές ανάγκες, ειδικοί χώροι στάθμευσης για μητέρες με παιδιά, ειδικοί χώροι στάθμευσης για άτομα με ειδικές ανάγκες.⁴⁰⁴



Πέρα από τις υπηρεσίες αναψυχής, διασκέδασης, εστίασης και αγορών (shopping) στο χώρο του 'The Mall Athens' διοργανώνονται κατά περιόδους διάφορες εκδηλώσεις, τα επονομαζόμενα 'events', που λειτουργούν ως «κράχτες» για την προσέλκυση του καταναλωτικού κοινού στον εμπορικό χώρο. Ενδεικτικά αναφέρουμε: συναυλίες, επιδείξεις μόδας (fashion show), εποχιακές-εορταστικές εκδηλώσεις (χριστουγεννιάτικες και πασχαλινές εκδηλώσεις), έκθεση μοτοσυκλετών με «παράλληλες διαδραστικές εκδηλώσεις», εκδηλώσεις εκπτώσεων, γιορτή της μητέρας, εκδηλώσεις για τα παιδιά με εγκαταστάσεις παιδότοπων, αθλητικές εκδηλώσεις, παρουσίαση κινηματογραφικών ηρώων με αφορμή νέες ταινίες (π.χ.: James Bond Exhibition, 20 Οκτωβρίου - 9 Νοεμβρίου 2008) και σκηνοθέτηση του χώρου σύμφωνα με εκδηλώσεις εκτός mall, όπως στην περίπτωση των ολυμπιακών αγώνων του Πεκίνου το καλοκαίρι του 2008.

Η γεωγραφική θέση του 'The Mall Athens' είναι στα όρια του δήμου του Αμαρουσίου. Το Μαρούσι είναι τυπικά ένας προαστιακός δήμος της πόλης της

⁴⁰⁴ Οι πληροφορίες που παρατίθενται σχετικά με τα καταστήματα και τις παρεχόμενες υπηρεσίες στο χώρο του 'The Mall Athens' αντλούνται από το διαφημιστικό φυλλάδιο του χώρου.

Αθήνας αλλά η χωροτακτική διαστολή του δομημένου περιβάλλοντος στο αττικό λεκανοπέδιο έχει θολώσει τα σαφή, διακριτά όρια πόλης και προαστίων, καθώς και των προαστιακών περιοχών μεταξύ τους. Σε πολλές περιπτώσεις οι κεντρικοί οδικοί άξονες είναι αυτοί που οριοθετούν τις προαστιακές περιοχές μεταξύ τους. Όσον αφορά το Μαρούσι και την περίπτωση του 'The Mall Athens' ο περιβάλλοντας χώρος είναι υπό συνεχή διαμόρφωση, καθώς οι χρήσεις αλλάζουν και εμπορικές και οικιστικές χρήσεις και υποδομές αναπτύσσονται.

Πιο συγκεκριμένα το 'The Mall Athens' βρίσκεται κοντά σε οδικούς (Αττική οδός, Κηφισίας, Κύμης) και σιδηροδρομικούς άξονες (προαστιακός, ΗΣΑΠ), θέση που επιτρέπει την εύκολη πρόσβαση από κάθε περιοχή της Αθήνας αλλά και από την επαρχιακή περιφέρεια της Αττικής (π.χ.: Κόρινθος) μέσω του προαστιακού τρένου αλλά και υπάρχει διασύνδεση με το διεθνή αερολιμένα του «Ελ.Βενιζέλου» και με τον κεντρικό σιδηροδρομικό «Σταθμό Λαρίσης» μέσω του μετρό. Οι περιβάλλουσες το 'The Mall Athens' περιοχές είναι το Μαρούσι (Βόρεια και Ανατολικά), το Νέο Χαλάνδρι και η Ν.Ιωνία (Νότια), το Γαλάτσι (Νοτιοδυτικά) και η κάτω Πεύκη (Βορειοδυτικά). Το 'The Mall Athens' οριοθετείται από την οδό Α.Παπανδρέου και την άμεση παράλληλο την Αττική οδό βορειοδυτικά και από τη γραμμή του ΗΣΑΠ από νοτιοδυτικά (βρίσκεται πλησίον της Κηφισίας, ένας από τους κεντρικούς οδικούς άξονες υψηλής ταχύτητας στο λεκανοπέδιο).

Ποιό είναι, όμως, το κοινωνικό και πολιτικό πλαίσιο της κατασκευής του 'The Mall Athens'; Η κατασκευή του 'The Mall Athens' ολοκληρώθηκε στη μεταολυμπιακή περίοδο. Είναι γεγονός ότι η κατασκευή αθλητικών εγκαταστάσεων και υποστηρικτικών υποδομών για τη διεξαγωγή των ολυμπιακών αγώνων στην Αθήνα το καλοκαίρι του 2004 άλλαξε το αστικό τοπίο και συνάμα σηματοδότησε την περαιτέρω μεταμόρφωσή του. Η αλλαγή του αστικού τοπίου οφείλεται σε επενδύσεις στις κατασκευές δρόμων, υποδομών, κτηρίων, στις μετακινήσεις και αλλαγές χρήσεων και στην εντεινόμενη επέκταση της πόλης στα μεσόγεια μετά την κατασκευή του διεθνή αερολιμένα, καθώς και στα σχέδια διαχείρισης, διαμόρφωσης στο μέλλον χώρων, τοποθεσιών –το θαλάσσιο μέτωπο της Αθήνας, το παλιό αεροδρόμιο στο Ελληνικό, η κατασκευή γηπέδου του Π.Α.Ο στο Βοτανικό κ.α.-. Το φάσμα, η ένταση και το βάθος του αστικού χωρικού μετασχηματισμού είναι μεγάλο και υπό «ιστορική επεξεργασία». Αυτό που μας ενδιαφέρει εδώ είναι να εστιάσουμε στην περίπτωση του 'The Mall Athens'. Ας πούμε λοιπόν, λίγα λόγια για την ιστορία κατασκευής του 'The Mall Athens'.

1.1. Η ιστορία του ‘The Mall Athens’ (ή αλλιώς πως η «κοινοπραξία» real estate- κυβερνητικής εξουσίας-κεφαλαίου παράγει χώρο)

Η ιστορία κατασκευής του πρώτου mall στην Ελλάδα είναι σίγουρα μια ιστορία άκρως ενδιαφέρουσα για δημοσιογραφική έρευνα με διαιδαλώδεις μεταβιβάσεις και αλλαγές νομικών καθεστώτων περιουσιών, αμφισβητήσιμης μεθοδολογίας εξαγορές γης, υπουργικές αποφάσεις, αναβολές «προσκλήσεων ενδιαφέροντος», διαζύγια «επιχειρηματικών συζεύξεων», έκτακτοι διαγωνισμοί και σχεδόν ταυτόχρονης τροπολογίες, δικαστικά μέτρα, αποφάσεις του ΣτΕ, προσφυγές, κοινωνικές αντιστάσεις, δικαστικές διαμάχες και ένα θανατηφόρο εργατικό ατύχημα, κοινοβουλευτικούς διαξιφισμούς και συνάμα εγκρίσεις νομοσχεδίων, δεκαπλασιασμός συντελεστών δόμησης, νομοθετική έκδοση αδειών οικοδόμησης, εγκαίνια και μια σειρά εκκρεμοτήτων σχετικά με τίτλους ιδιοκτησίας, άδειες λειτουργίες καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος, κατασκευής χώρου πρασίνου και τα λοιπά.

Λεπτομερής περιγραφή και ανάλυση αυτής της ιστορίας έχει δημοσιευτεί στον περιοδικό και ημερήσιο τύπο. Εδώ θα κάνουμε μια σύντομη χρονολογική αναφορά στην ιστορία κατασκευής του πρώτου ελληνικού mall προκειμένου να αναδείξουμε τους παράγοντες που μεσολαβούν, δρουν και τις μεθόδους τους σχετικά με την παραγωγή αστικού (εμπορικού) χώρου και τις πολιτικές διαχείρισης της αστικής γης στη σύγχρονη κοινωνικο-ιστορική συνθήκη του ύστερου καπιταλισμού.

Η ρευστοποίηση της ακίνητης περιουσίας, του χώρου –όπως σημειώνει ο H.Lefebvre- σημαίνει την ένταξη του χώρου στο κύκλωμα της οικονομίας της αγοράς.⁴⁰⁵ Με άλλα λόγια, ο χώρος υπόκειται στο νόμο της προσφοράς και της ζήτησης και εντός αυτής της σχέσης ορίζεται κάθε φορά η αξία του. Ο χώρος, λοιπόν, μπορεί να προσφέρει υπεραξίες, δηλαδή κέρδος. Η ένταση της κινητικότητας και το μέγεθος της χρηματικής οικονομίας στη σύγχρονη φάση του καπιταλιστικού συστήματος συνεπάγεται την επένδυση κεφαλαίων όχι τόσο σε παραγωγικούς τομείς –

⁴⁰⁵ H.Lefebvre, *Δικαίωμα στην πόλη: Χώρος και πολιτική*, όπ.π., σελ.39.

οι οποίοι σε μεγάλο ποσοστό έχουν μετατοπιστεί σε αγορές με φθηνό εργατικό δυναμικό, στην «καπιταλιστική περιφέρεια»- όσο σε επενδυτικά εγχειρήματα που επιτρέπουν τη σχεδόν άμεση δημιουργία υπεραξιών, όπως χρηματιστηριακές επενδύσεις –εξαγορές και πωλήσεις μετοχών-, hedge funds αλλά και real estate. Το real estate, η κτηματαγορά καθιστά το χώρο ως το κατεξοχήν εμπόρευμα, δηλαδή το προϊόν το οποίο μέσω της διαχείρισης, ανάπτυξης και εκμετάλλευσης θα αποφέρει υπεραξίες είτε μέσω μιας αγοραπωλησίας ή/και με την επένδυση του χώρου με τέτοιες λειτουργίες, που αυτές θα αποφέρουν κέρδη και για αυτό θα προσθέτουν νέες υπεραξίες για το δομημένο αυτό περιβάλλον, στο σύνολο του και για το δημόσιο χώρο και για τις λειτουργίες του. Η επένδυση κεφαλαίων στην κατασκευή εμπορικών πολυχώρων είναι μια κύρια επιχειρηματική επιλογή του διεθνοποιημένου κεφαλαίου στον ύστερο πολυεθνικό καπιταλισμό. Η περίπτωση της κατασκευής του πρώτου εν Ελλάδι mall αποτυπώνει την κεφαλαιακή και πολιτική διαχείριση και παραγωγή του αστικού χώρου.

Η ιστορία ξεκινάει κάπως έτσι:...μια φορά και τον καιρό του 2000 ο δήμος Αμαρουσίου αρχίζει την εξαγορά εκτάσεων γύρω από το Ο.Α.Κ.Α. Οι εξαγοράσιμες εκτάσεις και αυτές που ανήκαν στο δήμο μεταβιβάζονται σε μια δημοτική αναπτυξιακή εταιρεία που σχηματίζει ο δήμος («Δημοτική Επιχείρηση Αξιοποίησης Ακίνητης Περιουσίας του Δήμου Αμαρουσίου Α.Ε.»). Η επιδίωξη είναι η δημιουργία ενός «Ολυμπιακού Χωριού Τύπου» για τη διαμονή των ξένων απεσταλμένων δημοσιογράφων κατά τη διάρκεια των ολυμπιακών αγώνων. Επίσης, υπάρχει η σκέψη για τη δημιουργία ενός υπερτοπικού εμπορικού κέντρου. Ήδη οχτώ χρόνια πριν (1992) έχει αναθεωρηθεί το ρυθμιστικό Σχέδιο της Αθήνας του 1985 (Νόμος 1515/1985, ΦΕΚ 18) όπου το Μαρούσι μαζί το Μενίδι, το Χαϊδάρι και το Ελληνικό προστίθενται μαζί με την Αθήνα και τον Πειραιά που ήδη θεωρούνταν ως «κέντρα χωροταξικών ενότητων».⁴⁰⁶

Αν και στο φάκελο του Αθήνα 2004 δεν προβλέπεται η κατασκευή «Χωριού του Τύπου» το Μάρτιο του 2001 υπογράφεται μνημόνιο συνεργασίας μεταξύ του δήμου Αμαρουσίου και του Αθήνα 2004 Α.Ε., και επτά μήνες αργότερα η κοινοπραξία

⁴⁰⁶ Γ.Σαρηγιάννης, «Ο εκφυλισμός των κέντρων, της πόλης, τα malls και τα παιχνίδια των επενδυτών» στο *Αρχιτέκτονες*, τεύχος 58, Ιούλιος/Αύγουστος 2006, σελ.79. Ο Γ.Σαρηγιάννης αναφερόμενος στη αιτιολογία της πολεοδομικής χωροθέτησης του mall σχολιάζει ότι: «Το συγκρότημα αυτό απαιτεί μεγάλη προσπελασιμότητα, μεγάλο χώρο και φθηνή-ή και δωρεάν- γη. Έτσι, ήδη από το 1992 το ΥΠΕΧΩΔΕ αναθεώρησε το Ρυθμιστικό Σχέδιο Αθήνας (Νόμος 1515/1985) θεσπίζοντας εκτός από τα δύο μεγάλα κέντρα Αθήνας και Πειραιά, τέσσερα ακόμη “κέντρα χωροταξικών ενότητων” στο Μαρούσι, το Μενίδι, το Χαϊδάρι και το Ελληνικό. Κοινό χαρακτηριστικό τους η δημόσια γη ή η προσφερόμενη με ευνοϊκούς όρους.»

της δημοτικής εταιρείας real estate και της ολλανδικής MDC παρουσιάζουν το σχέδιο κατασκευής εμπορικού κέντρου.⁴⁰⁷ Την ίδια χρονιά με νόμο του ΥΠΕΧΩΔΕ (Ν.2947/2001 Θέματα Ολυμπιακής φιλοξενίας, Έργων Ολυμπιακής υποδομής και άλλες διατάξεις, ΦΕΚ 228) από 0,2 ο συντελεστής αυξάνεται σε 1, που σημαίνει ότι η χρήση γης ως αμιγούς κατοικίας αλλάζει καθώς προβλέπεται η λειτουργία «χώρου υποδοχής πολεοδομικού κέντρου».⁴⁰⁸

Η δημοτική αναπτυξιακή εταιρεία μετατρέπεται σε νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου (ΝΠΙΔ) και με αυτόν τον τρόπο καλεί σε διαγωνισμό εξαγοράς της. Το 95% των μετοχών της νέας εταιρείας περιέχονται στη Lamda Development, η οποία με τη σειρά της το μεταβιβάζει στη θυγατρική της Lamda Olympia Village.⁴⁰⁹

Με τροπολογία που προτείνεται σε νομοσχέδιο για υδατορέματα (2002) ο συντελεστής δόμησης από 1 καθορίζεται στο 2 για τα 43.000 τ.μ. του εμπορικού κέντρου (ιδιοκτησία του Ο.Ε.Κ.) και με αυτόν τον τρόπο αυξάνεται η οικοδομήσιμη έκταση από 23.000τ.μ. σε 85.000 τ.μ..⁴¹⁰ Με το νόμο 3207/2003 μειώνεται ο συντελεστής δόμησης από 2 σε 1,90, δίνεται άδεια οικοδόμησης και προσδιορίζεται η μεταολυμπιακή λειτουργία του οικοδομικού τετραγώνου.⁴¹¹ Εν τω μεταξύ από το

⁴⁰⁷ Ν.Λεοντόπουλος, «Η λέξη αυθαιρέσια γράφεται με δύο Lamda» στο *Γαλέρα*, Τεύχος 4, Ιανουάριος 2006, σελ.12.

⁴⁰⁸ ΦΕΚ 228, Τεύχος πρώτο, 9 Οκτωβρίου 2001, Άρθρο 2 –Θέματα Ολυμπιακής φιλοξενίας, Παράγραφος 1: «Για την τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 καθορίζονται οι ακόλουθες περιοχές υποδοχής εγκαταστάσεων φιλοξενίας εκπροσώπων Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Μ.Μ.Ε) (χωριά τύπου) και προσωπικού ασφαλείας...(περίπτωση) δ'.: «Εκτάσεις ιδιοκτησίας του Δήμου Αμαρουσίου, ιδιοκτησίας του Ο.Ε.Κ. και ιδιοκτησίας ιδιωτών στο Δήμο Αμαρουσίου Αττικής. Ο συντελεστής δόμησης για το σύνολο των οικοδομήσιμων χώρων των παραπάνω εκτάσεων δεν μπορεί να υπερβαίνει το 1. Το ποσοστό κοινόχρηστων και κοινωφελών χώρων πρέπει να ανέρχεται σε 40% τουλάχιστον στο σύνολο των παραπάνω εκτάσεων. Η περιοχή του Ο.Ε.Κ., μετά την τέλεση των Ολυμπιακών αγώνων, θα λειτουργήσει ως χώρος υποδοχής χρήσεων πολεοδομικού κέντρου, ενώ οι υπόλοιπες περιοχές ως χώροι αμιγούς κατοικίας.»

⁴⁰⁹ Γ.Σαρηγιάννης, «Περί του Χωριού Τύπου στο Μαρούσι», στο *Ριζοσπάστης*, 6/12/2003. Παραθέτουμε το συγκεκριμένο απόσπασμα από το άρθρο αυτό, το οποίο αναφέρεται στις αλλαγές νομικών εταιρικών μορφών και στις μεταβιβάσεις περιουσίας: «Ο Δήμος Αμαρουσίου, ιδρύει μια αμιγή Δημοτική Εταιρία Δημοσίου Δικαίου (ΝΠΙΔ), την οποία εξοπλίζει με κεφάλαια και γη που αγοράζει ή απαλλοτριώνει για κοινωφελείς σκοπούς. Στη συνέχεια, ιδρύει δεύτερη εταιρία, αυτή τη φορά όμως ΑΕ, ιδιωτικού δικαίου (ΝΠΙΔ), στην οποία μεταβιβάζει όλη την περιουσία της πρώτης. Στην τελική πλέον φάση πουλά αυτή την 'ιδιωτική' εταιρία στο μεγάλο κεφάλαιο (εν προκειμένω στην εταιρία Lamda Development του Λάτση) το 95% των μετοχών της, στο οποίο περιέχεται και η εν λόγω δημόσια περιουσία».

⁴¹⁰ Ν.Λεοντόπουλος, «Η λέξη αυθαιρέσια γράφεται με δύο Lamda» στο *Γαλέρα*, Τεύχος 4, Ιανουάριος 2006, σελ.13.

⁴¹¹ ΦΕΚ 302, Τεύχος πρώτο, 24 Δεκεμβρίου 2003, Άρθρο 6 –Θέματα Ολυμπιακής φιλοξενίας στον υπερτοπικό Ολυμπιακό πόλο του Ολυμπιακού Αθλητικού Κέντρου της Αθήνας, παράγραφος 1: «Στον υπερτοπικό πόλο του ολυμπιακού Αθλητικού Κέντρου Αθήνας (Ο.Α.Κ.Α.), όπως αυτός προβλέπεται στο Ρυθμιστικό Σχέδιο της Αθήνας...(περίπτωση α..) Εγκρίνεται ρυμοτομικό σχέδιο με τον καθορισμό οικοδομήσιμων χώρων, οδών, πεζόδρομων, κοινόχρηστων χώρου πρασίνου και τη δημιουργία δευτερευόντος δικτύου πρασίνου αποκλειστικά για πεζούς και τροποποιείται το εγκεκριμένο ρυμοτομικό σχέδιο με την κατάργηση οικοδομικών τετραγώνων, οδών, κοινόχρηστων χώρων και τη δημιουργία νέων οικοδομικών τετραγώνων και τον καθορισμό οδών, πεζόδρομων, κοινόχρηστων χώρων πρασίνου και χώρου παιδικού σταθμού-αναψυχής-αθλητισμού, όπως οι ρυθμίσεις αυτές

2002 μέχρι το Νοέμβριο του 2005 μεσολαβούν δικαστικές διαμάχες, διακοπή του έργου με ασφαλιστικά μέτρα, συνέχιση του έργου, κωλυσιεργίες παραγόντων για την εφαρμογή απόφασης (1528/2003) του ΣτΕ και ένα θανατηφόρο εργατικό ατύχημα αλβανού εργάτη στο εργοτάξιο του εμπορικού κέντρου. Μετά την τέλεση των ολυμπιακών αγώνων με το νόμο 3342/2005 (ΦΕΚ 131) ρυθμίζονται οι αδειοδοτήσεις των ολυμπιακών εγκαταστάσεων. Όσον αφορά το οικοδομικό τετράγωνο στο οποίο αρχικά προβλεπόταν να χτιστεί το «Χωριό τύπου» για τις ανάγκες των αγώνων, ρυθμίζεται η εκποίηση ακινήτων εντός αυτού του οικοδομικού τετραγώνου που ανήκουν στον Ο.Ε.Κ. στη «Δημοτική Επιχείρηση Αξιοποίησης Ακίνητης Περιουσίας του Δήμου Αμαρουσίου Α.Ε.». Οι αγώνες είχαν γίνει, το «Χωριό των Δημοσιογράφων» δεν κατασκευάστηκε και ούτε χρησιμοποιήθηκε κατά τη διάρκεια της αθλητικής διοργάνωσης, αλλά στο οικοδομικό τετράγωνο που ανήκε στον Ο.Ε.Κ. είχε ανεγερθεί το πρώτο στην Ελλάδα shopping mall.⁴¹² Και κάπως έτσι στις 25

φαίνονται στο διάγραμμα κλίμακας 1:2.000 που θεωρήθηκε από τον Προϊστάμενο του Τμήματος Τοπογραφικών Εφαρμογών του Υπουργείου Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων και του οποίου αντίτυπο σε φωτοσμίκρυνση δημοσιεύεται με το νόμο αυτόν στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. Η έγκριση του ρυμοτομικού σχεδίου επέχει θέση έγκρισης Πράξης Εφαρμογής για την παραπάνω περιοχή. Για τον σκοπό αυτόν, προτάσεις που υποβλήθηκαν δυνάμει των περιπτώσεων β' και β' της παραγράφου 2 του άρθρου του Ν.2947/2001 (ΦΕΚ 228 Α'), θεωρείται ότι επάγονται όλα τα έννομα αποτελέσματά τους και για την παρούσα ρύθμιση.

(Περίπτωση) β. Καθορίζονται οι ακόλουθοι όροι και περιορισμοί δόμησης ανά οικοδομικό τετράγωνο: β1. – Ανώτατος συντελεστής δόμησης: 1,90, - Μέγιστη δόμηση: 70.255,0 τ.μ. . -Μέγιστο ποσοστό κάλυψης: 60%, -Ύψος κτιρίων: κατά Γ.Ο.Κ. Δεν επιτρέπεται η, σύμφωνα με το άρθρο 12 παρ.6 του Γ.Ο.Κ., προσαύξηση του συντελεστή δόμησης.» Η περίπτωση β1 αναφέρεται στο οικοδομικό τετράγωνο (Ο.Τ.1) που βρίσκεται το 'The Mall Athens'. Στην περίπτωση γ. αναφέρεται ότι: «Στα οικοδομικά τετράγωνα που αναφέρονται στην προηγούμενη περίπτωση επιτρέπεται η κατασκευή μόνιμων εγκαταστάσεων για τη δημιουργία Ολυμπιακού Χωριού Φιλοξενίας Κατοίκων. Μετά την τέλεση των ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στο οικοδομικό τετράγωνο 1 [σ.σ.: το 'The Mall Athens'] επιτρέπονται οι χρήσεις που προβλέπονται στην περίπτωση ε' της παρ.2.3. του Παραρτήματος Α του άρθρου 15 του Ν.1515/1985 (ΦΕΚ 18 Α'), όπως η παράγραφος αυτή προστέθηκε με το άρθρο 1 παρ.2 του Ν.2730/1999 (ΦΕΚ 130 Α'), με εξαίρεση τις χρήσεις των περιπτώσεων 2. 12, 14, 16, 17, 18 και 19 του άρθρου 8 του από 23.2/6.3.1987 προεδρικού διατάγματος (ΦΕΚ 166 Δ'), όπως ισχύει». Όσον αφορά την περίπτωση ε' της παρ.2.3. το παραρτήματος Α του άρθρου 15 του Ν.1515/1985 δεν υπάρχει τέτοια περίπτωση. Προφανώς η αναφορά είναι για την περίπτωση δ' της παραγράφου 2.3., την οποία παραθέτουμε: «2.3. Για την ανακατανομή δομικών χρήσεων με στόχο την άνετη λειτουργία της πόλης και τη διευκόλυνση ή τον περιορισμό των μετακινήσεων από τους τόπους κατοικίας στους τόπους εργασίας, κατανάλωσης και αναψυχής λαμβάνονται τα εξής μέτρα: δ. Για την αναψυχή-ψυχαγωγία υπερτοπικής σημασίας. Δημιουργία συστήματος μεγάλων υπερτοπικών πόλων αναψυχής, αθλητισμού και πολιτιστικών λειτουργιών που εξυπηρετούν ολόκληρη την έκταση της πόλης.»

Επίσης στην περίπτωση α. της παρ.4 του ίδιου Άρθρου (Άρθρο 6) αναφέρεται ότι :»Από την έναρξη ισχύος του παρόντος καταργούνται: α. Η περίπτωση δ' της παραγράφου 1 του άρθρου 2 του Ν.2947/2001, όπως τροποποιήθηκε με τις περιπτώσεις β' και γ' της παραγράφου 2 του άρθρου 11 του Ν.3010/2002 (ΦΕΚ 91 Α').» Η περίπτωση αυτή αναφερόταν στο Ν.2947 στον καθορισμό του συντελεστή δόμησης στο Ι.

⁴¹² ΦΕΚ 131, Τεύχος πρώτο, 6 Ιουνίου 2005, Άρθρο 40 –Ρύθμιση θεμάτων ακίνητης περιουσίας Ο.Ε.Κ., παράγραφος Ι: «Επιτρέπεται στον οργανισμό εργατικής Κατοικίας (Ο.Ε.Κ.) η απευθείας εκποίηση στην εταιρία «Δημοτική Επιχείρηση Αξιοποίησης Ακίνητης Περιουσίας του Δήμου Αμαρουσίου Α.Ε.», όπως αυτή έχει μετονομασθεί έπειτα από απόφαση του Διοικητικού του Συμβουλίου, των ακινήτων κυριότητάς του τα οποία αποτελούν το κατ' άρθρο 6 παρ.1 εδ.β1 του ν.3207/2003 (ΦΕΚ 302 Α')

Νοεμβρίου του 2005 το “The Mall Athens” ανοίγει τις πόρτες του στο καταναλωτικό κοινό και με τον υπουργό ΠΕΧΩΔΕ εκ των παρευρισκομένων να κόβει την κορδέλα στην τελετή των εγκαίνιων...

Πέρα από τα κομματικά, πολιτικά, παραπολιτικά και προσωπικά συμφέροντα και επιδιώξεις που μεσολαβούν, ορίζουν τις σχέσεις και διεκπεραιώνουν τις συναλλαγές της πολιτικής με την οικονομική εξουσία, αυτό που μας ενδιαφέρει είναι να προσπαθήσουμε να δούμε την περίπτωση του ‘The Mall Athens’ στα πλαίσια του συνολικού μετασχηματισμού του αττικού τοπίου και τους τρόπους παρέμβασης της πολιτικής εξουσίας και των οικονομικών δυνάμεων της καπιταλιστικής αγοράς.

Ο ενεργός και κρίσιμος για την κατασκευή και λειτουργία του εμπορικού κέντρου ρόλος της κυβερνητικής εξουσίας εντάσσεται σε μια κεντρική στρατηγική των εθνικών κρατών στη φάση του ύστερου καπιταλισμού. Η κεντρική αυτή στρατηγική επιδιώκει την ανάδειξη αστικών κέντρων ή/και συγκεκριμένων περιοχών μιας πόλης σε εμπορικά και πολιτιστικά κέντρα στον παγκόσμιο χάρτη των τουριστικών προορισμών και των κεφαλαιακών επενδύσεων. Ο διεθνής ανταγωνισμός προσέλκυσης επενδυτικών κεφαλαίων και τουρισμού μαρτυρεί το μαζικό φαινόμενο της αποβιομηχάνισης περιοχών και το νέο διεθνή καταμερισμό της εργασίας και την άνιση κατανομή της οικονομικής ανάπτυξης.

Τα κίνητρα προσέλκυσης κεφαλαίων μπορεί να είναι από φορολογικές ελαφρύνσεις για επιχειρήσεις που θα αποφασίσουν να επενδύσουν και να δραστηριοποιηθούν σε μια περιοχή εντός της εθνικής επικράτειας, όπως και πρόβλεψη ειδικών νομικών καθεστώτων λειτουργίας, ελέγχων, τιμολογίων, οι υπάρχουσες υποδομές που ευνοούν την περαιτέρω ανάπτυξη της περιοχής και υπόσχονται υπεραξίες καθώς και η εξασφάλιση της πολιτικής σταθερότητας, κοινωνικής ειρήνης μέσω ευνοϊκών για το κεφάλαιο εργασιακών νομοθεσιών που αποδυναμώνουν τη δυναμική των εργασιακών διεκδικήσεων.

Οικοδομικό Τετράγωνο ένα (Ο.Τ.1) και έχουν ανεγερθεί επί οικοπέδου ιδιοκτησίας του, αρχικής εκτάσεως μέτρων τετραγωνικών σαράντα τριών χιλιάδων (43.000) περίπου, κατ’ εφαρμογή του άρθρου 2 του ν.2947/2001 (ΦΕΚ 228 Α’) για την κατασκευή ΧΩΡΙΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ, προκειμένου να εξυπηρετηθούν οι ανάγκες φιλοξενίας των δημοσιογράφων που θα κάλυπταν τους Ολυμπιακούς Αγώνες 2004.» Στην παράγραφο 5 του ίδιου άρθρου αναφέρεται ότι «Η παρ.3 του άρθρου 6 του ν.3207/2003 καταργείται». Αυτό σημαίνει ότι ουσιαστικά καταργείται η προϋπόθεση της δημιουργίας Χωριού τύπου για την εκποίηση της ακίνητης περιουσίας του Ο.Ε.Κ. Παραθέτουμε την παρ.3 του άρθρου 6 του ν.3207/2003: «Επιτρέπεται στον Οργανισμό Εργατικής Κατοικίας, με απόφαση του Διοικητικού του Συμβουλίου, που εγκρίνεται από τον εποπτεύοντα Υπουργό, η απευθείας εκποίηση των ακινήτων κυριότητάς του εντός του ανωτέρω Ο.Τ.1, ύστερα από εκτίμηση του Σ.Ο.Ε., σε υλοποίηση του σκοπού της από 20.11.2001 προγραμματικής συμφωνίας μεταξύ αυτού, του Δήμου Αμαρουσίου και της ‘Δημοτικής Επιχείρησης Αξιοποίησης Ακίνητης Περιουσίας του Δήμου Αμαρουσίου Α.Ε.’ για τη δημιουργία Ολυμπιακού Χωριού Τύπου.»

Όσον αφορά την περίπτωση της μητροπολιτικής Αθήνας, η προσπάθεια ανάδειξής της σε διεθνή τουριστικό, επενδυτικό προορισμό ξεκίνησε εντατικά ενόψει των ολυμπιακών αγώνων.⁴¹³ Έργα κυκλοφοριακής υποδομής μετασχημάτισαν ριζικά το αττικό τοπίο, όπως η Αττική οδός, ο περιφερειακός Υμηττού, ο οποίος συνδέει και με το άλλο μεγάλο κατασκευαστικό έργο το διεθνή αερολιμένα Ελ.Βενιζέλος στην περιοχή των Σπάτων, ολυμπιακές εγκαταστάσεις, οικιστική εξάπλωση της πόλης προς την ύπαιθρο (φαινόμενο αστικής διάχυσης), μεταφορικές υποδομές και σταθμοί-σημεία διαμετακόμισης.⁴¹⁴ Επίσης δόθηκε μεγάλη προσοχή στο επικοινωνιακό, θεαματικό μέρος αυτής της «αναπτυξιακής στρατηγικής» στο επίπεδο προσόψεων κτηρίων, μνημείων, ανάδειξης πεζοδρομίων και πλατειών.⁴¹⁵

⁴¹³ Α.Δημητρακόπουλος, «Υπερβολές και παραβολές στο αττικό τοπίο» στο Χ.Κάλμπαρη-Κ.Ντάφλος (επιμ.), *Η μετάβαση της Αθήνας*, Futura, Αθήνα 2005, σελ.202-7, όπου σχολιάζεται ότι οι ολυμπιακοί αγώνες συνιστούν ένα «όχημα για μια εξελισσόμενη στρατηγική ανάπτυξης και γενικότερης προβολής, επενδύσεων» και ότι σχετικά με τις αρχιτεκτονικές μορφές και παρεμβάσεις «πρώτιστη λειτουργία της αρχιτεκτονικής σύνθεσης στην περίπτωση των κεντρικών ολυμπιακών έργων είναι η προβολή μιας εικονογραφικής ταυτότητας, η δημιουργία συμβόλων για την πόλη και τους Αγώνες. Πρόκειται λοιπόν για αστικά μνημεία τα οποία καλούνται να αποδώσουν την ιδέα του Ολυμπισμού». Η θεαματικοποίηση και η εμπορευματοποίηση της ιδέας του ολυμπισμού κατά τον συγγραφέα τεκμηριώνεται με την επικράτηση του καταναλωτικού ολυμπιακού προτύπου, όπως αυτό εδραιώθηκε με τους ολυμπιακούς Αγώνες του Los Angeles και της Atlanta.

⁴¹⁴ Β.Λιτάρτ, «Ρήξεις και αστικά μορφώματα στο τοπίο των Μεσογείων» στο Χ.Κάλμπαρη-Κ.Ντάφλος (επιμ.), *Η μετάβαση της Αθήνας*, Futura, Αθήνα 2005, σελ.196-201.

⁴¹⁵ Με το άρθρο 7 του Ν.2947/2001 (ΦΕΚ 228) να έχει τίτλο «Αναβάθμιση της αισθητικής και της εικόνας της Αθήνας και των άλλων Ολυμπιακών πόλεων» ορίζονται οι οδικοί άξονες και περιοχές πολεοδομικών, αρχιτεκτονικών και μορφολογικών παρεμβάσεων. Παραθέτουμε ενδεικτικά την παράγραφο 2 του άρθρου 7: «Στους παραπάνω οδικούς άξονες και λοιπούς χώρους παρεμβάσεων, καθώς και στους κοινόχρηστους χώρους (ιδίως πλατείες, άλση, χώρους πρασίνου, πεζοδρόμια, νησίδες και διαβάσεις κ.λπ.) και ιδιωτικούς χώρους (πρασιές, ακάλυπτοι χώροι οικοπέδων, στοές, δώματα, όψεις κτιρίων κ.λπ.) που βρίσκονται κατά μήκος των παραπάνω αξόνων και μέχρι βάθους ενός οικοδομικού τετραγώνου σε περιοχές εντός συγκεκριμένου σχεδίου ή 200 μέτρων σε περιοχές χωρίς συγκεκριμένο ρυμοτομικό σχέδιο ή εμπίπτουν στις προαναφερόμενες περιοχές παρεμβάσεων, μ κοινές αποφάσεις των Υπουργών Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων και του αρμόδιου κατά περίπτωση Υπουργού, που εκδίδονται μετά από γνώμη του Κεντρικού Συμβουλίου Χωροταξίας, Οικισμού και Περιβάλλοντος και δημοσιεύονται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, μπορούν να επιβάλλονται ειδικοί όροι και περιορισμοί στις χρήσεις γης και στη δόμηση, τη μορφολογία και την αισθητική των κτιρίων και των ακάλυπτων χώρων, ειδικοί όροι και περιορισμοί στάθμευσης, ειδικοί όροι φωτισμού, ειδικοί τρόποι σήμανσης της κυκλοφορίας και πληροφόρησης, συμβατικής ή ηλεκτρονικής, καθώς και κάθε άλλος πολεοδομικός, αρχιτεκτονικός ή μορφολογικός όρος ή περιορισμός, που κρίνεται αναγκαίος για την αναβάθμιση της αισθητικής, της λειτουργικότητας και της εικόνας της πόλης της Αθήνας εν όψει της τέλεσης των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Με τις ίδιες αποφάσεις οριοθετούνται οι συγκεκριμένες περιοχές παρέμβασης. Οι ρυθμίσεις των παραπάνω αποφάσεων πρέπει να εναρμονίζονται με τις κατευθύνσεις των συγκεκριμένων Γενικών πολεοδομικών Σχεδίων, με τις ειδικές ρυθμίσεις που αφορούν περιοχές στις οποίες επιτρέπεται μόνο χρήση κατοικίας, καθώς και με τους όρους και περιορισμούς των συγκεκριμένων Ζωνών Οικιστικού Ελέγχου (Ζ.Ο.Ε.).» Ενδεικτική, επίσης, της προσπάθειας ρύθμισης της εικόνας της πόλης είναι και η ρύθμιση της υπαίθριας διαφήμισης. Το Άρθρο 13 αναφέρεται στα «Θέματα διαφήμισεων στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας. Η παράγραφος υπ' αριθμόν 9 που προστίθεται στο άρθρο 2 του Ν.2833/2000 αναφέρει τα εξής: «Υπαίθρια διαφήμιση συνιστά, πέραν των γενικών οριζόμενων κατά τις κείμενες διατάξεις και η προβολή, με κάθε τρόπο και μέσο, μηνυμάτων στις εσωτερικές επιφάνειες των κτιρίων οι οποίες είναι προσιτές στην κοινή θέα. Επιτρέπονται οι επαγγελματικές επιγραφές οι οποίες τοποθετούνται στις κύριες εισόδους των κτιρίων ή στις προθήκες και τις θύρες των ισόγειων καταστημάτων και γραφείων, εφόσον δηλώνουν την επωνυμία και το αντικείμενο της εντός του κτιρίου ή τμήματος αυτού ασκούμενης δραστηριότητας ή

Κεφάλαιο 2^ο

Μεθοδολογία της έρευνας

1. Στόχοι της έρευνας

Στόχοι της παρούσας έρευνας είναι η διερεύνηση της διαδικασίας της παραγωγής του συγκεκριμένου εμπορικού πολυχώρου και της ταυτότητάς του, καθώς και της ταυτότητας των επισκεπτών του. Όσον αφορά το πρώτο μέρος διερευνήθηκε η λογική που κατασκεύασε και υποστηρίζει το συγκεκριμένο εμπορικό κέντρο και οι μορφές και τα νοηματικά περιεχόμενα της εμπειρίας (του χώρου και του χρόνου) που προτείνει. Με αυτόν τον τρόπο αναζητήθηκε η όψη αυτή της ταυτότητας του χώρου όπως αυτή δομήθηκε από τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό, την αισθητική του χώρου, την κατανομή των χρήσεων μέσα στο χώρο, τη διαχείριση του χώρου και το διαφημιστικό λόγο του εμπορικού κέντρου. Προσπαθήσαμε να δούμε με ποιο τρόπο συγκροτήθηκε η υλική-χωρική και συμβολική διάσταση της δομής του 'The Mall Athens'.

Με βάση τη διαλεκτική μεθοδολογία θεωρήσαμε ότι μια δομή συνιστά μια διάταξη σχέσεων η οποία βρίσκεται υπό διαρκή διαμόρφωση. Επομένως αναζητήσαμε το πώς αυτός ο χώρος προσλαμβάνεται, αναπαρίσταται, σημασιοδοτείται και βιώνεται από τα ίδια τα άτομα που τον χρησιμοποιούν ή αλλιώς τον «κατοικούν». Με άλλα λόγια θεωρήσαμε ότι η ταυτότητα ενός χώρου συγκροτείται διαρκώς μέσα από μια αμοιβαία σχέση ανάμεσα στους προσδιορισμούς που θέτει ο ίδιος ο χώρος –

την ιδιότητα των ενοίκων και η δευτεροβάθμια Ε.Π.Α.Ε. εγκρίνει τη μορφή τους, τις διαστάσεις, το είδος των χρησιμοποιούμενων υλικών, το χρωματισμό, τη θέση, τον τρόπο στερέωσής τους και κάθε άλλη σχετική λεπτομέρεια...».

αρχιτεκτονικούς, αισθητικούς, λειτουργικούς, διαφημιστικούς- και τις σημασιοδοτήσεις και τις πρακτικές των επισκεπτών του εμπορικού πολυχώρου. Η διαλεκτική μεθοδολογία, λοιπόν, που ακολουθήσαμε συνίσταται στη διερεύνηση αφενός των προσδιορισμών που θέτει ο σχεδιασμός και η διαχείριση του χώρου και αφετέρου του τρόπου αντίληψης, σημασιοδότησης και πρακτικής των ιδίων των επισκεπτών.

Στο δεύτερο μέρος, λοιπόν, διερευνάται η ταυτότητα του χώρου και των επισκεπτών, όπως αυτές διαμορφώνονται από τις σημασιοδοτήσεις και τις πρακτικές του χώρου και του χρόνου που αντίστοιχα εκφράζουν και αναπτύσσουν οι επισκέπτες. Με άλλα λόγια διερευνήθηκαν οι ερμηνεύσεις, οι αξιολογήσεις και οι αποδόσεις των επισκεπτών για το χώρο και τους άλλους «κατοίκους» του με αναλυτικό εργαλείο την έννοια της κοινωνικής αναπαράστασης. Επίσης με την αναλυτική κατηγορία του ρόλου επιχειρήθηκε η διερεύνηση των πρακτικών των επισκεπτών εντός του χώρου. Αναζητήθηκε, λοιπόν, αν και με ποιο τρόπο οι πρακτικές των επισκεπτών συνιστούν επιτελέσεις ρόλων, οι οποίοι στοιχειοθετούν όψεις της κοινωνικής τους ταυτότητας. Επίσης διερευνήθηκαν οι μορφές και τα περιεχόμενα των σχέσεων που αναπτύσσονται εντός του χώρου τόσο μεταξύ των επισκεπτών όσο και ανάμεσα στους επισκέπτες και στο σύστημα του χώρου. Όταν λέμε σύστημα του χώρου εννοούμε το σύνολο των διευθετήσεων χωροτακτικών, λειτουργικών, κανονιστικών και συμβολικών που θέτει ο συγκεκριμένος εμπορικός μικρόκοσμος.

2. Μέθοδοι συγκέντρωσης των δεδομένων

Η συγκέντρωση του ερευνητικού υλικού έγινε με: α) ημι-δομημένες ποιοτικές συνεντεύξεις με τον αρχιτέκτονα του 'The Mall Athens' και την υπεύθυνη της μείξης των χρήσεων εντός του χώρου, β) ημι-δομημένες ποιοτικές συνεντεύξεις με επισκέπτες του εμπορικού πολυχώρου, γ) ημι-δομημένες ποιοτικές συνεντεύξεις με εργαζόμενους σε καταστήματα (βιβλιοπωλείο, εστιατόριο, κατάστημα με είδη ρουχισμού) που βρίσκονται στο εμπορικό κέντρο, δ) επιτόπια παρατήρηση. ε) ανάλυση περιεχομένου του διαφημιστικού εντύπου του εμπορικού κέντρου, στ) παρακολούθηση του διαδικτυακού ιστότοπου του εμπορικού πολυχώρου, ζ) μελέτη των ΦΕΚ, η) παρακολούθηση άρθρων ημερήσιου και περιοδικού τύπου σχετικά με το εμπορικό κέντρο και γενικότερα εμπορικούς πολυχώρους που είτε έχουν κατασκευαστεί ή πρόκειται να κατασκευαστούν.

Όσον αφορά τις συνεντεύξεις με τους επισκέπτες του 'The Mall Athens' και τους εργαζομένους σε αυτό η μέθοδος που ακολουθήσαμε ήταν η μέθοδος της χιονοστιβάδας ('snowball sample').⁴¹⁶ Η επιλογή αυτή της μεθόδου επιβλήθηκε κατά κάποιο τρόπο από το αντικείμενο της έρευνας, καθώς η συνθήκη ενός εμπορικού πολυχώρου δεν επιτρέπει τη συγκρότηση ενός σταθερού δειγματοληπτικού πλαισίου από το οποίο θα μπορούσαμε να αντλήσουμε τα υποκείμενα της έρευνας μας. Ένας χώρος ο οποίος διατρέχεται από ροές επισκεπτών μας οδήγησε στην επιλογή αυτής της μεθόδου. Η απουσία σταθερών θέσεων που καταλαμβάνουν συγκεκριμένα άτομα μας ανάγκασε σε επίπεδο μεθόδου να ακολουθήσουμε και εμείς μια κατά κάποιον τρόπο ροή ως προς τη συλλογή του ερευνητικού υλικού.

Η επιτόπια παρατήρηση διήρκησε από τον Ιούνιο του 2006 μέχρι Ιούνιο του 2009. Οι επισκέψεις στο χώρο του 'The Mall Athens' συμπεριλαμβάναν παρατήρηση του χώρου, του τρόπου κίνησης των επισκεπτών μέσα σε αυτόν, παρατήρηση και καταγραφή ποιοτικών δημογραφικών στοιχείων (ηλικία, φύλο), ενδυματολογικών χαρακτηριστικών και τρόπων συμπεριφοράς των επισκεπτών καθώς και των ατόμων που εργάζονται στο χώρο (πωλητές, γκαρσόνια, σερκιούριτι, καθαριστές, τεχνικοί). Οι περιγραφικές σημειώσεις καταγραφόταν μέσα στο εμπορικό πολυχώρο μετά από ένα πέρασμα όλων των επιπέδων του χώρου, στην αποβάθρα του σιδηρόδρομου κατά την αναμονή του τρένου για την αποχώρηση καθώς και στον προσωπικό μου χώρο μετά την επιστροφή από τον εμπορικό πολυχώρο. Το περιγραφικό αυτό υλικό αποτελούσε τη βάση των μετέπειτα θεωρητικών σημειώσεων.

Αν και η επιτόπια παρατήρηση γινόταν από τη θέση του «απλήρως παρατηρητή» η μαζικότητα των ροών των επισκεπτών, το διάχυτο κλίμα και η ατμόσφαιρα ενός μονωμένου περιβάλλοντος δίνει τη δυνατότητα στον ερευνητή όχι μόνο να παρατηρήσει αλλά και να διαισθανθεί άρρητες εκδοχές της εμπειρίας των ατόμων σε ένα καταναλωτικό μικρόκοσμο, όπως ο ενθουσιασμός, η ευθυμία, η ενόχληση, η εγρήγορση, η χαλαρότητα, η ένταση. Με άλλα λόγια η ίδια η συνθήκη αυτού του εμπορευματικού-θεαματικού πολυχώρου προσφέρει ένα προνομιακό πεδίο για τον ερευνητή προκειμένου να εισέλθει σε ένα κόσμο νοήματος και εμπειρίας μέσα από τα μάτια του επισκέπτη μέσω μιας ενσυναισθητικής παρατήρησης. Προσπάθησα, λοιπόν, να περιδιαβώ στο περιβάλλον (όταν δεν έμμαινα στη διαδικασία να παρατηρήσω επισταμένα και να καταγράψω) αυτό σαν επισκέπτης αφήνοντας στην άκρη –όσο είναι

⁴¹⁶ Ν.Κυριαζή, *Η Κοινωνιολογική έρευνα: Κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνικών*, β' έκδοση, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2000, σελ.119.

δυνατόν αυτό- τις προ-ιδεάσεις, τις αντιλήψεις, τις εννοιακές κατηγορίες, τις κριτικές θέσεις και τις σκέψεις μου σχετικά με το υπό έρευνα κοινωνικό φαινόμενο και να εισέλθω στη φαντασμαγορία αυτού του χώρου «αναβιώνοντας» αναπαραστάσεις, συναισθήματα και ερμηνείες του καταναλωτικού τροπισμού με τον οποίο –αν και μπορεί να κρατώ κριτικές αποστάσεις- αναμετρώμαστε με ποικίλους τρόπους στην καθημερινότητά μας. Αποπειράθηκα δηλαδή να εισέλθω στον μικρόκοσμο αυτό όχι μόνο χωρικά αλλά και φαντασιακά προκειμένου να προσεγγίσω όσο το δυνατόν καλύτερα τον κόσμο της εμπειρίας και του νοήματος στον οποίο εισέρχονται οι επισκέπτες.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί ότι δύο φορές προσπαθήσα να κάνω επιτόπια παρατήρηση από τη θέση του «παρατηρητή ως συμμετέχοντος», με την έννοια ότι προσέγγισα κάποιους επισκέπτες δηλώνοντας την ερευνητική μου ταυτότητα. Το εγχείρημα ήταν δύσκολο και αυτό γιατί από τη μια οι επισκέπτες είτε δεν είχαν τη διάθεση να διακόψουν την εμπειρία τους μέσα στο χώρο ή για λόγους που δεν ανέφεραν αρνήθηκαν να μου μιλήσουν και από την άλλη η παρουσία μου ως ερευνητή ή τελοσπάντων ως ατόμου που κυκλοφορεί μέσα στο χώρο και προσεγγίζει επισκέπτες με τους οποίους προσπαθεί να συνομιλήσει τράβαγε την προσοχή των σκευούριτι. Επισήμανση ή παρατήρηση δεν μου έγινε αλλά αντιλήφθηκα ότι είχα γίνει αντιληπτός και ότι υπήρχε μια διακριτική παρακολούθηση. Όσο προσπαθούσα να είμαι διακριτικός αντίστοιχα αντιλήφθηκα ότι και η παρακολούθηση από τη μεριά των σκευούριτι ήταν διακριτική, δηλαδή εξ αποστάσεως και με εναλλαγή προσώπων. Παρ' όλα αυτά κατόρθωσα να συνομιλήσω με κάποιους επισκέπτες για πολύ σύντομο χρονικό διάστημα των 5 λεπτών το πολύ με τον καθένα. Και αυτό είναι ενδεικτικό της συνθήκης του χώρου αλλά και της εμπειρίας που επιδιώκουν να έχουν τα άτομα εντός αυτού. Αυτές οι μίνι-συνεντεύξεις αφορούσαν κατά βάση τη συχνότητα και τους λόγους επίσκεψης του συγκεκριμένου εμπορικού πολυχώρου, καθώς και στοιχεία όπως η περιοχή κατοικίας, η ηλικία, η σύνθεση των παρειών που επισκέπτονται το χώρο (αριθμός ατόμων, φύλο και ηλικία) και οι δραστηριότητες που επιλέγονται από αυτούς. Τα αποτελέσματα αυτών των συνεντεύξεων χωρίς να κρίνονται αδιάφορα πάντως ήταν ανεπαρκή και επιφανειακά, με αποτέλεσμα να ενισχύσει περισσότερο την επιλογή μου να χρησιμοποιήσω ποιοτικές μεθόδους έρευνας και να επιβεβαιωθεί το γεγονός ότι η συμπλήρωση ενός ερωτηματολογίου ακόμα και από ένα μεγάλο αριθμό επισκεπτών δεν μπορεί να προσφέρει τα επαρκή δεδομένα για μια διεξοδική διερεύνηση και κατανόηση του συγκεκριμένου κοινωνικού φαινομένου.

Η μελέτη συγκεκριμένων ΦΕΚ βοήθησε στην κατανόηση της πολιτικής διάστασης της διαδικασίας της παραγωγής και μετασχηματισμού του αστικού χώρου στη σύγχρονη κοινωνική συνθήκη. Η επιλογή των ΦΕΚ έγινε βάσει των ρυθμίσεων που «επικύρωναν». Αυτές οι ρυθμίσεις αφορούν την έγκριση ρυμοτομικού σχεδίου για την περιοχή -μεταξύ άλλων- όπου βρίσκεται το εμπορικό κέντρο, τη σύσταση εταιρείας για τη διαχείριση των Ολυμπιακών εγκαταστάσεων, αδειοδοτήσεις των ολυμπιακών εγκαταστάσεων και προσδιορισμό των χρήσεων αυτών στη μετα-ολυμπιακή περίοδο καθώς και χωροτακτικές (τροποποίηση ρυμοτομικού σχεδίου – οδικοί άξονες), λειτουργικές (ηλεκτροδότηση –χώροι στάθμευσης –απαλλοτριώσεις – προσλήψεις προσωπικού), κτηριακές, αισθητικές παρεμβάσεις, ρυθμίσεις και μετασχηματισμούς κατά την περίοδο της προετοιμασίας για τους Ολυμπιακούς αγώνες της Αθήνας του 2004.

Η συγκέντρωση του έντυπου διαφημιστικού λόγου του εμπορικού κέντρου, δηλαδή του περιοδικού 'The Mall Magazine' και των διαφημιστικών φυλλαδίων του χώρου, καθώς και η παρακολούθηση του διαδικτυακού ιστότοπου, κρίθηκαν απαραίτητες προκειμένου να μελετηθεί και να αναλυθεί η ρητορική που επιδιώκει να υποστηρίξει εμπορικά αυτή την εμπορική ανάπτυξη. Πιο συγκεκριμένα επέλεξα να κάνω μια ανάλυση περιεχομένου των editorials του γενικού διευθυντή του εμπορικού κέντρου στα πρώτα 10 φύλλα του περιοδικού, τα οποία καλύπτουν την περίοδο Νοέμβριος του 2006 με Απρίλιο του 2008. Επιλέχθηκε το σώμα αυτό των 10 editorials για ποιοτική ανάλυση περιεχομένου γιατί θεώρησα ότι η θέση των άρθρων αυτών σε όλο το σώμα του περιοδικού, ο τόνος, το ύφος και το νοηματικό περιεχόμενο αυτών ήταν το πιο αντιπροσωπευτικό μέρος του έντυπου υλικού. Με άλλα λόγια θεώρησα μέσα από την ανάγνωση του διαφημιστικού εντύπου ότι οι προθέσεις του εμπορικού κέντρου διαγράφονται ανάγλυφα στη ρητορική των άρθρων του γενικού διευθυντή.

Η παρακολούθηση και η ανάγνωση του ημερήσιου και περιοδικού έντυπου και ηλεκτρονικού τύπου συνέβαλε στην ενημέρωση για επενδυτικά σχέδια και αναπτύξεις εμπορικών πολυχώρων, κέντρων, για τον ευρύτερο μετασχηματισμό του αστικού τοπίου στην Αττική και ειδικότερα για ζητήματα που αφορούν στο συγκεκριμένο εμπορικό πολυχώρο του 'The Mall Athens' –ζητήματα αδειοδοτήσεων, παραβάσεων, κινήσεων πολιτών. Επίσης η ανάγνωση άρθρων γνώμης σχετικά με το δημόσιο αστικό χώρο, τις εμπορικές αναπτύξεις και συγκεκριμένα για το υπό έρευνα εμπορικό πολυχώρο με βοήθησε να διαμορφώσω μια εικόνα για τις στάσεις (κριτικές, υποστηρικτικές, εξισορροπητικές) που διαμορφώνονται και εκφράζονται στον

ευρύτερο δημόσιο χώρο σχετικά με την κατασκευή και λειτουργία τέτοιων εμπορικών πολυχώρων.

3. Τα υποκείμενα της έρευνας

Τα υποκείμενα αυτής της έρευνας μπορούν να ταξινομηθούν σε τρεις κατηγορίες: α) σε αυτούς που σχεδίασαν και οργάνωσαν το χώρο, β) σε αυτούς που τον επισκέπτονται και γ) σε αυτούς που εργάζονται ή έχουν εργασθεί σε καταστήματα εντός του εμπορικού κέντρου. Τα ερευνητικά υποκείμενα της πρώτης κατηγορίας είναι ο αρχιτέκτονας του 'The Mall Athens' και η υπεύθυνη της μείξης των χρήσεων μέσα στον εμπορικό πολυχώρο. Ο αρχιτέκτονας του 'The Mall Athens' (Σπ.Τσαγκαράτος) έχει σχεδιάσει επίσης το εμπορικό κέντρο 'Golden Hall' στο Μαρούσι και το νυχτερινό κέντρο «Αθηνών Αρένα». Σύμφωνα με τον ίδιο σε συνέντευξη του στον τύπο σχεδιάζει ένα νέο εμπορικό κέντρο στην οδό Πειραιώς –στη θέση του παραπάνω νυχτερινού κέντρου, το οποίο θα μεταφερθεί. Επίσης είναι σχεδιαστής του νέου γηπέδου του Π.Α.Ο που πρόκειται να χτιστεί στην περιοχή του Ελαιώνα, καθώς και του εμπορικού κέντρου του Μ.Βωβού που σχεδιαζόταν να κατασκευαστεί πλησίον του ποδοσφαιρικού γηπέδου.⁴¹⁷ Ο αρχιτέκτονας έχει επίσης διατελέσει προσωπικός σύμβουλος στο Υπουργείο Χωροταξίας και περιβάλλοντος το '80 επί υπουργίας Α.Τρίτση και αργότερα σύμβουλος του Β.Κουλουμπή στο υπουργείο Δημοσίων έργων σχεδιάζοντας αστικές παρεμβάσεις και αναπλάσεις.⁴¹⁸

Η δεύτερη κατηγορία των ερευνητικών υποκειμένων είναι οι επισκέπτες του 'The Mall Athens', οι οποίοι «επιλέχθηκαν» με τη μέθοδο της χιονοστιβάδας. Αναφέρθηκε παραπάνω ο λόγος επιλογής αυτής της μεθόδου συγκέντρωσης του συνεντευξιακού υλικού. Αν και η συνθήκη της ροής των επισκεπτών δεν επιτρέπει τη διαμόρφωση ενός σταθερού δειγματοληπτικού πλαισίου, έγινε μια προσπάθεια σκιαγράφησης –μέσα στα πλαίσια των δυνατοτήτων αυτής της διατριβής- της ηλικιακής σύνθεσης του πληθυσμού των επισκεπτών του εμπορικού κέντρου. Στόχος αυτής της καταγραφής ήταν να υπάρχει μια αντιπροσώπευση των ηλικιακών κατηγοριών στο σώμα των συνεντεύξεων που θα κατέληγε να συγκροτηθεί μέσα από την επιλογή της μεθόδου της χιονοστιβάδας. Η καταγραφή της ηλικίας και του φύλου

⁴¹⁷ Μ.Τζάννε, Σπ.Τσαγκαράτος, *ο αρχιτέκτονας των μεγάλων Malls*, στο www.protothema.gr, 4 Μαΐου 2009.

⁴¹⁸ Μ.Τζάννε, Σπ.Τσαγκαράτος, *ο αρχιτέκτονας των μεγάλων Malls*, ό.π. Επίσης βλ σχετικά με τα σχέδια αστικής παρέμβασης και ανάπλασης για την περιοχή των Εξαρχείων και του Αμαρουσίου στο Σπ.Τσαγκαράτος, *Πολεοδομικά τετράδια*, Νεφέλη, Αθήνα 2001.

των επισκεπτών έγινε βάσει μιας ηλικιακής ταξινόμησης των επισκεπτών που εισέρχονταν και εξέρχονταν από την είσοδο/έξοδο του εμπορικού κέντρου. Η ηλικιακή κατηγοριοποίηση ήταν εξής: α) 0-6, β) 7-12, γ) 13-17, δ) 18-23, ε) 24-30, στ) 31-37, ζ) 38-42, η) 43-55 και θ) 56 και άνω. Το σκεπτικό της κατηγοριοποίησης αυτής είναι το εξής για κάθε κατηγορία:

α) μικρά παιδιά που συνοδεύονται από τους γονείς τους τα οποία φέρονται σε παιδικά καροτσάκια.

β) παιδιά που επίσης συνοδεύονται από του γονείς τους ή από ηλικιωμένους ανθρώπους, προφανώς γιαγιάδες και παππούδες [σ.σ.: Οι δύο αυτές εικόνες (της α και β κατηγορίας) προσομοιάζουν με τις εικόνες της οικογενειακής βόλτας σε κάποιο πάρκο, παιδική χαρά ή σε κάποια γειτονιά. Αυτές οι εικόνες συναντιούνται μέσα στον εμπορικό πολυχώρο τις Κυριακές όπου τα καταστήματα είναι κλειστά και οι οικογένειες πάνε για καφέ και για να γευματίσουν στα εστιατόρια που βρίσκονται στο περιβάλλον αυτό].

γ) Πρόκειται για παιδιά σχολικής ηλικίας τα οποία συνήθως επισκέπτονται το εμπορικό κέντρο τα απογεύματα της Παρασκευής, του Σαββάτου και της Κυριακής. Οι παρέες τους είναι ανά ζευγάρια και συνήθως ανά 3 με 5 άτομα του ίδιου φύλου ή/και μεικτές. Κυκλοφορούν στον εμπορικό πολυχώρο και συνήθως ο προορισμός τους είναι ο τρίτος όροφος όπου υπάρχουν οι επιλογές του γρήγορου φαγητού, των κινηματογραφικών αιθουσών και των χώρων διασκέδασης (λούνα παρκ, αίθουσα bowling κ.λπ.). Η σύνθεση μιας παρέας μπορεί να φτάνει και τα δέκα περίπου άτομα τις απογευματινές ώρες, καθώς η επίσκεψη στο εμπορικό κέντρο λογίζεται ως έξοδος του Σαββατοκύριακου.

δ) Πρόκειται για παιδιά που έχουν αποφοιτήσει από το σχολείο και σπουδάζουν ή/και εργάζονται. Οι κοινωνικές αναφορές, οι προσδοκίες και ο ελεύθερος χρόνος μπορεί να τους διαφοροποιεί από την προηγούμενη ηλικιακή κατηγορία σχετικά με τις μέρες επίσκεψης του εμπορικού κέντρου, τη συχνότητα και το χρόνο παραμονής σε αυτό το χώρο, τις προσδοκίες, τις αντιλήψεις και τους λόγους επίσκεψης του εμπορικού πολυχώρου.

ε) Η ηλικιακή αυτή κατηγορία συνήθως αποτελείται από άτομα τα οποία είτε συνεχίζουν τις σπουδές τους είτε εργάζονται ή αναζητούν εργασία. Η ποσότητα του διαθέσιμου ελεύθερου χρόνου μπορεί να περιορίζεται λόγω υποχρεώσεων. Επίσης διαφοροποίηση μπορεί υπάρχει στην αγοραστική δύναμη, όπως επίσης στις αναφορές

και προσδοκίες σχετικά με τον χώρο, το shopping, την κατανάλωση, και στους λόγους επίσκεψης του χώρου, επομένως και στην εμπειρία τους εντός αυτού.

στ) Τα άτομα αυτής της κατηγορίας συνήθως επισκέπτονται το χώρο ανά ζευγάρια. Συνήθως επισκέπτονται το χώρο για να συνδυάσουν αγορές με αναψυχή (καφές, γεύμα) ή μια απογευματινή βόλτα στο χώρο με την παρακολούθηση κάποιας κινηματογραφικής ταινίας. Προτιμούν τις καθημερινές και κυρίως τις απογευματινές ώρες όπου ο χώρος δεν είναι τόσο πολυσύχναστος. Η συγκέντρωση πολλών εμπορικών επιλογών συνιστά βασικό κίνητρο λόγω ποικιλίας και «εξοικονόμησης χρόνου».

ζ) Τα άτομα αυτής της κατηγορίας συνήθως επισκέπτονται το χώρο με παρέες δύο ατόμων του ίδιου φύλου ή/και ζευγάρια. Επίσης σε αυτή την ηλικιακή κατηγορία ανήκουν τα άτομα-γονείς των κατηγοριών α και β .

η) Τα άτομα αυτής της ηλικιακής κατηγορίας συνήθως εμφανίζονται σε σχήματα παρέων αποτελούμενων από δύο άτομα (ζευγάρι) ή/και από δύο ζευγάρια. Στη δεύτερη περίπτωση μπορεί να πρόκειται για γονείς που έχουν φέρει τα παιδιά τους στο εμπορικό κέντρο για να διασκεδάσουν. Η ασφάλεια ενός μονωμένου περιβάλλοντος για τα παιδιά τους, η λειτουργικότητα, η εξυπηρετικότητα της συγκέντρωσης των χρήσεων, η άνεση του πάρκινγκ που διαθέτει το εμπορικό κέντρο μπορούν να αποτελούν κίνητρα επίσκεψης του χώρου. Επίσης η εμπειρία τους από παλαιότερες μορφές εμπορικής αγοράς, κοινόχρηστων χώρων και οι μνήμες από την κατοίκηση μιας πόλης που αλλάζει με γοργούς ρυθμούς μπορεί να διαφοροποιεί την παρούσα εμπειρία ενός τέτοιου καινούριου εμπορικού περιβάλλοντος, καθώς και τον τρόπο πρόσληψης και νοηματοδότησης αυτών των χώρων αλλά και του δημόσιου αστικού χώρου.

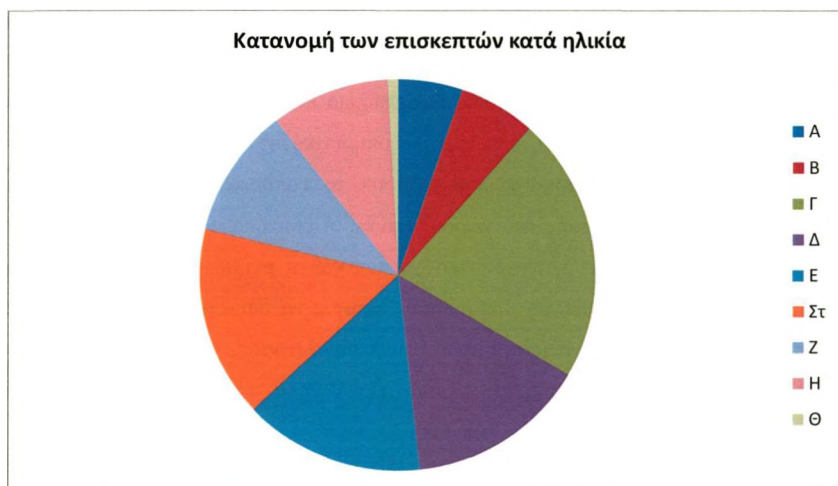
θ) Τα άτομα της κατηγορίας αυτής επισκέπτονται το χώρο ή ανά ζευγάρια ή συνοδεύοντας παιδιά μικρής ηλικίας της ηλικιακής κατηγορίας β .

Η καταγραφή των εισερχόμενων και εξερχόμενων επισκεπτών έγινε στον προαυλιακό χώρο του εμπορικού κέντρου, δηλαδή μεταξύ της κύριας εισόδου/εξόδου και της εισόδου στο προαύλιο του εμπορικού κέντρου όπως αυτή ορίζεται από έναν κόκκινο ημιδακτύλιο σωλήνα μεγάλων διαστάσεων, ο οποίος ακριβώς οριοθετεί τον προαυλιακό χώρο. Η είσοδος αυτή βρίσκεται στο τέλος της γέφυρας που συνδέει τον εμπορικό πολυχώρο και τις αποβάθρες του σιδηροδρομικού σταθμού. Η καταγραφή έγινε ημέρα Τετάρτη και διήρκεσε από τις 19:45 μέχρι τις 21:15. Η επιλογή της ώρας βασίστηκε στο σκεπτικό του συνδυασμού τόσο του πληθυσμού που πάει για ψώνια

όσο και αυτών που επισκέπτονται το χώρο κατά και μετά το κλείσιμο των μαγαζιών. Κατά το χρονικό αυτό διάστημα κατάφερα να καταγράψω 1224 άτομα. Η κατανομή των επισκεπτών στις ηλικιακές κατηγορίες και σε αυτή του φύλου είναι η εξής:

Ηλικία Φύλο	0-6	7-12	13-17	18-23	24-30	31-37	38-42	43-55	56 και άνω
Άνδρας	35	24	126	78	47	90	38	38	4
Γυναίκα	29	54	142	103	132	104	92	81	8
Σύνολο	64	78	268	181	179	194	130	119	11

Ακολουθεί ένα γράφημα με την κατανομή των ποσοστών κάθε ηλικιακής κατηγορίας επί του συνόλου του καταγραφωμένου πληθυσμού των επισκεπτών:



Από το γράφημα αυτό μπορούμε να καταλάβουμε ότι για το μεγαλύτερο ηλικιακό φάσμα τα ποσοστά δεν διαφοροποιούνται σε σημαντικό βαθμό. Αυτό που μπορούμε να πούμε είναι ότι η μεγαλύτερη επισκεψιμότητα του εμπορικού κέντρου παρουσιάζεται στην ηλικιακή κατηγορία 13-17 (21,9%) και έπειτα βάσει των ποσοστών στην κατηγορία 31-37 (15,84%) και ακολουθούν αυτές των ηλικιών 18-23 (14,78%) και 24-30 (14,62%). Δύο επισημάνσεις που κρίνεται απαραίτητο ότι πρέπει να γίνουν εδώ είναι ότι αφενός οι υποθέσεις που έγιναν για την ηλικιακή κατηγοριοποίηση βασίζονται στην επιτόπια παρατήρηση και σε κάποιες

προκαταρτικές συζητήσεις που έγιναν με άτομα που επισκέπτονται το εμπορικό κέντρο. Οι μετέπειτα ημι-δομημένες ποιοτικές συνεντεύξεις υποστηρίζουν αυτές τις υποθέσεις σε σημαντικό βαθμό. Αφετέρου η καταγραφή αυτή δεν επιδιώκει από την πλευρά αυτής της έρευνας να αποτελέσει υποστηρικτικό ερευνητικό εύρημα σε οποιοδήποτε θεωρητικό συμπέρασμα που θα ακολουθήσει και πόσο μάλλον να υπονοήσει καμία αξίωση αντιπροσωπευτικότητας και γενικής ισχύος. Ο μόνος λόγος που κατέρχομαι το ποσοτικό αυτό εργαλείο ήταν για να εξασφαλιστεί μια σχετική αντιπροσωπευτικότητα ως προς το δείγμα των συνεντευξιαζόμενων, προκειμένου να μην υπάρξει η απουσία –όσο αυτό ήταν δυνατόν- κάποια ηλικιακής κατηγορίας από το σώμα των επισκεπτών-συνεντευξιαζόμενων.

Ο αριθμός των επισκεπτών με τους οποίους έγιναν οι ημι-δομημένες ποιοτικές συνεντεύξεις ανέρχεται στους 22 (15 γυναίκες και 7 άνδρες). Οι συνεντεύξεις βασίστηκαν σε ένα προσχέδιο θεματικών ενοτήτων και κάποιων σημείων-ερωτήσεων, χωρίς όμως να περιοριστούν αυστηρά σε αυτό. Οι θεματικές ενότητες είχαν να κάνουν με το χώρο του εμπορικού κέντρου, τον ευρύτερο αστικό χώρο και την κατανάλωση. Στόχος των θεματικών αυτών ενοτήτων ήταν ο προσανατολισμός της συνέντευξης σε ζητήματα που σχετίζονται με το υπό έρευνα κοινωνικό φαινόμενο και οι ερωτήσεις λειτουργούσαν ως «ερεθίσματα» που βοηθούσαν άλλοτε τη συνέχιση της συζήτησης με τα ερευνητικά υποκείμενα και άλλοτε την επαναφορά στα επίμαχα ζητήματα στις περιπτώσεις που πλατείαν τα υποκείμενα. Ο βασικός στόχος των συνεντεύξεων ήταν να ακούσουμε τη «φωνή» των ιδίων των υποκειμένων, δηλαδή να κατανοήσουμε τον τρόπο και τους όρους με τους οποίους προσλαμβάνουν, αντιλαμβάνονται και νοηματοδοτούν την εμπειρία τους στο συγκεκριμένο εμπορικό πολυχώρο ή αλλιώς σε ένα νέου τύπου ιδιόκτητο κοινόχρηστο χώρο. Η διάρκεια των συνεντεύξεων ήταν κατά μέσο όρο μία με μιάμιση ώρα και χρησιμοποιήθηκε μαγνητόφωνο για την ηχογράφηση των επισκεπτών. Οι συνεντεύξεις έγιναν στον προσωπικό μου χώρο, σε προσωπικούς χώρους κάποιων επισκεπτών και σε ημι-δημόσιους χώρους (καφετέριες και εστιατόριο).

Οι ηλικίες των συνεντευξιαζόμενων κατανέμονται ως εξής: 1) 13-17 ετών: 4 άτομα, 2) 18-23 ετών: 5 άτομα, 3) 24-30 ετών: 8 άτομα, 4) 31-37 ετών: 2 άτομα, 5) 38-42 ετών: 1 άτομο, 6) 43-55 ετών: 2 άτομα. Οι περιοχές κατοικίας των επισκεπτών είναι οι ακόλουθες: Αγ.Παρασκευή (7 άτομα), Κάτω Πατήσια (2 άτομα), Κηφισιά (2 άτομα), Γαλάτσι (1 άτομο), Ν.Ηράκλειο (1 άτομο), Θρακομακεδόνες (1 άτομο), Παγκράτι (1 άτομο), Παράδεισος Αμαρουσίου (1 άτομο), Αττική (1 άτομο), Δροσιά (1

άτομο), Ν.Κηφισιά (1 άτομο), Ν.Σμύρνη (1 άτομο), Βριλήσσια (1 άτομο), Πατήσια (1 άτομο).

Τα 4 άτομα της πρώτης ηλικιακής κατηγορίας είναι μαθήτριες (14, 15, 16 και 17 ετών). Τα 5 άτομα της δεύτερης ηλικιακής κατηγορίας είναι 3 φοιτητές οικονομικών σχολών σε ανώτατο εκπαιδευτικό ίδρυμα (20, 22 και 23 ετών). Ένας είναι φοιτητής σε τεχνική σχολή (19 ετών) και η μια κοπέλα είναι φοιτήτρια σε σχολή κοινωνικών επιστημών σε ανώτατο εκπαιδευτικό ίδρυμα (21 ετών). Από τα 8 άτομα της τρίτης κατηγορίας μια είναι απόφοιτος τμήματος ΑΕΙ, έχει μεταπτυχιακό τίτλο θετικών επιστημών και είναι εργαζόμενη στο αντικείμενο της (26 ετών), άλλη είναι και αυτή απόφοιτος τμήματος ΑΕΙ και έχει μεταπτυχιακό τίτλο θετικών επιστημών (26 ετών), η τρίτη είναι απόφοιτος τμήματος θετικών επιστημών σε ΑΕΙ (25 ετών), η τέταρτη κοπέλα είναι απόφοιτος τμήματος ΤΕΙ και εργάζεται ως πωλήτρια (25 ετών). Άλλες δύο κοπέλες είναι απόφοιτες σχολής κοινωνικών επιστημών σε ΑΕΙ και εργάζονται σε τομέα του αντικείμενου των σπουδών τους (29 και 24 ετών). Άλλη μια κοπέλα είναι απόφοιτος τεχνικής σχολής και εργάζεται πάνω στο αντικείμενο των σπουδών της (28 ετών) και ένας επισκέπτης είναι απόφοιτος οικονομικής σχολής και μεταπτυχιακός φοιτητής σε κολλέγιο και εργάζεται σε ιδιωτικό φορέα περιβαλλοντικής διαχείρισης (26 ετών). Τα άτομα της τέταρτης κατηγορίας είναι ένας άνδρας απόφοιτος οικονομικής σχολής και εργάζεται πάνω στο αντικείμενο των σπουδών του (31 ετών) και μια γυναίκα εργαζόμενη στο χώρο της διαφήμισης (35 ετών). Το άτομο της κατηγορίας 38-42 είναι μια γυναίκα εργαζόμενη σε ασφαλιστικό φορέα (42 ετών). Τέλος τα δύο άτομα της κατηγορίας 43-55 είναι μια γυναίκα συνταξιούχος του ημι-κρατικού φορέα (48 ετών) και ένας εργαζόμενος στον τριτογενή τομέα-εμπόριο (50 ετών).

Οι εργαζόμενοι σε καταστήματα του εμπορικού κέντρου είναι τέσσερις. Ο ένας 32 ετών εργαζόταν σε βιβλιοπωλείο, η μια κοπέλα σε εστιατόριο η οποία είναι 26 ετών και παράλληλα είναι και επισκέπτρια του εμπορικού κέντρου. Επισκέπτρια του εμπορικού κέντρου είναι και μια άλλη κοπέλα 25 ετών, η οποία δούλευε στην αποθήκη ενός καταστήματος με είδη ρουχισμού. Η τέταρτη εργαζόμενη είναι φοιτήτρια σε σχολή κοινωνικών επιστημών, 21 ετών και δούλευε σε κατάστημα ένδυσης μέσα στο εμπορικό κέντρο.

4. Μέθοδος επεξεργασίας του υλικού

Η σταδιακή συγκέντρωση των δεδομένων όπως γινόταν με τη διεξαγωγή των ημι-δομημένων ποιοτικών συνεντεύξεων με τους επισκέπτες του εμπορικού κέντρου (ή/και τους εργαζόμενους) συνδιαλεγόταν με τη σταδιακή διαμόρφωση εννοιακών κατηγοριών και την ταξινόμηση δεδομένων στις ήδη συγκροτημένες ή σε νέες κατηγορίες. Επίσης διάλογος υπήρχε και μεταξύ των δεδομένων που συγκεντρώναμε από τις συνεντεύξεις και των προσανατολισμών και κάποιων ερωτήσεων κατά την πραγματοποίηση των επόμενων συνεντεύξεων. Με άλλα λόγια υπήρχε μια διαλεκτική σχέση τόσο εμπειρικού υλικού και θεωρίας όσο και εμπειρικού υλικού και εμπειρικής έρευνας. Σε αυτό το σημείο να σημειωθεί ότι για τη δεύτερη διαλεκτική σχέση υπήρχε μια δυσκολία λόγω του χρονοβόρου και απαιτητικού φορτίου της διαδικασίας της απομαγνητοφώνησης, με αποτέλεσμα σε κάποιες περιόδους οι συνεντεύξεις συνέχιζαν να πραγματοποιούνται, αλλά οι απομαγνητοφωνήσεις δεν είχαν ολοκληρωθεί. Τη δυσκολία αυτή προσπάθησα να την ξεπεράσω με το να κρατώ σημειώσεις αμέσως μετά από μια συνέντευξη σχετικά με αναθεωρήσεις και αναπροσανατολισμούς της έρευνας και του προσχεδίου των συνεντεύξεων.

Η μέθοδος επεξεργασίας του εμπειρικού υλικού ήταν η μέθοδος της «θεμελιωμένης θεωρίας» ('grounded theory'), η οποία συνίσταται σε έναν συνεχή διάλογο εμπειρικών δεδομένων που συγκεντρωνόταν από τις διάφορες «πηγές» με τη θεωρητική επεξεργασία αυτών.⁴¹⁹ Αυτό σημαίνει ότι αρχικά με βάση τα δεδομένα διαμορφώθηκαν κάποιες κατηγορίες στις οποίες ταξινομούνταν το εμπειρικό υλικό που συγκεντρωνόταν. Στη συνέχεια διαμορφώθηκαν άλλες ευρύτερες εννοιακές κατηγορίες είτε επειδή συλλέχθηκαν νέα δεδομένα, είτε συγχωνεύθηκαν ήδη διαμορφωμένες κατηγορίες ή τέλος επειδή οι αρχικές υποθέσεις της έρευνας που είχαν προσανατολιστικό χαρακτήρα πήραν «σάρκα και οστά», μορφοποιήθηκαν ή/και μετασχηματίστηκαν, με αποτέλεσμα να προκύψουν εννοιολογικές συσχετίσεις ή/και νέες εννοιακές κατηγορίες. Ο κορεσμός των εννοιακών κατηγοριών και η επανάληψη του εμπειρικού υλικού σηματοδότησε το τέλος της πραγματοποίησης άλλων συνεντεύξεων.

⁴¹⁹ Ν.Κυριαζή, *Η Κοινωνιολογική έρευνα: Κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνικών*, ό.π., σελ.270. Ο όρος της «θεμελιωμένης θεωρίας» ('grounded theory') εκφράζει ακριβώς το γεγονός ότι «η θεωρία δεν επιβάλλεται a priori στα δεδομένα –δεν είναι προκαθορισμένη και αμετάβλητη, αλλά γεννιέται από τα δεδομένα, δηλαδή αναδύεται μέσα από τα δεδομένα[...] επικεντρώνεται ακριβώς στο χτίσιμο της θεωρίας.»

Οι διαμορφωμένες εννοιακές κατηγορίες προέκυψαν, όπως αναφέρθηκε, μέσα από το διάλογο εμπειρικού υλικού και θεωρητικής επεξεργασίας. Αυτή η διαδικασία σημαίνει κατηγοριοποίηση, ερμηνεία και ανάλυση των εμπειρικών δεδομένων με βάσει θεωρητικές έννοιες και επιλογή των κατάλληλων νοηματικών περιεχομένων των εννοιών αυτών. Η επιλογή των εννοιολογικών εργαλείων και των νοηματικών τους περιεχομένων (π.χ.: η έννοια της κοινωνικής αναπαράστασης, της ταυτότητας, του στερεοτύπου, του ρόλου) βασίζεται αφενός στις νοηματοδοτήσεις των ίδιων των υποκειμένων και αφετέρου στις ανάγκες της θεωρητικής επεξεργασίας και ανάλυσης.

Η συγκρότηση θεωρητικών συμπερασμάτων, έτσι όπως έχουν προκύψει από το διάλογο εμπειρικού υλικού και θεωρητικής επεξεργασίας, απαιτεί μια αφαίρεση. Η αφαιρετική αυτή διαδικασία δεν έχει επαγωγικό χαρακτήρα και επομένως δεν αξιώνει τη διατύπωση μιας γενικής θεωρίας ή τη διατύπωση γενικών τάσεων σχετικά με το υπό έρευνα κοινωνικό φαινόμενο. Αντιθέτως η αφαίρεση αυτή στοχεύει στη διατύπωση κάποιων θεωρητικών συμπερασμάτων για τη συγκεκριμένη περίπτωση του υπό έρευνα κοινωνικού φαινομένου, έτσι ώστε τα θεωρητικά αυτά ευρήματα να ενταχθούν στη σύγχρονη κοινωνική συνθήκη και να είναι διαθέσιμα για μια συγκριτική έρευνα που μπορεί να αποδειχτούν εφαρμόσιμα σε κάποια παρόμοια κοινωνική περίπτωση. Με άλλα λόγια αυτό που είναι ενδιαφέρον δεν είναι η καθολική εφαρμογή και γενική αντιπροσωπευτικότητα των ερευνητικών συμπερασμάτων αλλά η συμβατότητα αυτών σε παρόμοιες περιπτώσεις, καθώς και η κατανόηση σε βάθος του κοινωνικού φαινομένου που ερευνήθηκε και η ένταξη του στη σύγχρονη κοινωνική, πολιτισμική συνθήκη.⁴²⁰

⁴²⁰ Ν.Κυριαζή, *Η Κοινωνιολογική έρευνα: Κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνικών*, όπ.π., σελ.281-2. Η Κυριαζή αναφέρει ότι «τα στοιχεία που διαφοροποιούν την ποιοτική από την ποσοτική έρευνα είναι ακριβώς αυτά που δεν επιτρέπουν τη γενίκευση των αποτελεσμάτων όπως αυτή ορίζεται από την οπτική του ποσοτικού μοντέλου [...] Οι απόψεις συγκλίνουν στο ότι η «κλασική έννοια της γενίκευσης θα πρέπει να αντικατασταθεί με την έννοια της συμβατότητας. Με άλλα λόγια, το ερώτημα που πρέπει να τίθεται στην ποιοτική έρευνα είναι κατά πόσο ο χώρος, η ομάδα ή το κοινωνικό φαινόμενο που ερευνήθηκε ταιριάζει με άλλους χώρους, άλλες ομάδες ή άλλα κοινωνικά φαινόμενα που ενδιαφέρουν τον ερευνητή[...] Επομένως στόχος δεν είναι η διαμόρφωση γενικών κανόνων, αλλά η διατύπωση 'υποθέσεων εργασίας' για το τι είναι πιθανό να ανακαλύψει κανείς σε χώρους παρόμοιους με εκείνον που ερευνήθηκε. Επίσης βλ. Α.Λυδάκη, *Ποιοτικές μέθοδοι της κοινωνικής έρευνας*, γ' έκδοση, Καστανιώτης, Αθήνα 2001, σελ.226. Η Λυδάκη παρατηρεί ότι «η πραγματικότητα έτσι όπως αναδύεται μέσα από τα γεγονότα αυτή καθαυτή είναι το 'αντικειμενικό' ζητούμενο και όχι μια θεωρία που θα μπορούσε να έχει γενική ισχύ [...]Το μόνο που ίσως θα μπορούσε να συζητηθεί είναι η συμβατότητα, η σύγκριση και η ανεύρεση κοινών και διάφορων στοιχείων σε άλλες ομάδες.»

5. Μεθοδολογικό πλαίσιο

Η επιλογή της μεθοδολογίας και των αντίστοιχων μεθόδων και τεχνικών συναρτάται από τις επιστημολογικές και οντολογικές παραδοχές. Επομένως, η θεωρητική προσέγγιση του κοινωνικού Είναι προσδιορίζει την επιλογή των μεθόδων και των τεχνικών έτσι ώστε να είναι δυνατή η διερεύνηση πτυχών του κοινωνικού και των εκφάνσεών του. Εκκινώντας από τις θέσεις του κοινωνικού κονστρουξιονισμού υιοθετήθηκε η διαλεκτική μεθοδολογία και επιλέχθηκαν ποιοτικές μέθοδοι κοινωνικής έρευνας και αντίστοιχες τεχνικές που αρμόζουν στις μεθόδους αυτές. Ο θεωρητικός-οντολογικός πυρήνας του κοινωνικού κονστρουξιονισμού είναι ότι η φύση και το κοινωνικό κατασκευάζονται και υπάρχουν ως κοινωνικός και ανθρώπινος κόσμος με τη διαμεσολάβηση του Λόγου. Ο Ν.Δεμερτζής ορίζει τον κοινωνικό κονστρουξιονισμό ως τη «προσέγγιση εκείνη που δέχεται ότι η σχέση ανάμεσα στο άτομο και την κοινωνία και ανάμεσα στον άνθρωπο και τη φύση είναι μια σχέση διαμεσολαβημένη από το Λόγο (discourse).» Και συνεχίζει υποστηρίζοντας ότι «δίδεται ίσο βάρος σε υποκείμενο και αντικείμενο έτσι ώστε να αποφεύγεται τόσο ο αυθαίρετος υποκειμενισμός όσο και ο ουσιολογικός αντικειμενισμός.»⁴²¹

Η αντικειμενικότητα των κοινωνικών φαινομένων, γεγονότων έγκειται στην ιστορικότητα της κατασκευής τους και όχι σε μια εξωτερικότητα δομική ανεξάρτητα από τη δράση των κοινωνικών υποκειμένων ούτε σε μια εξωτερικότητα υπερβατική (θεϊκή) ή ουσιολογική.⁴²² Αυτό σημαίνει ότι ο κοινωνικο-ιστορικός κόσμος των γεγονότων κατασκευάζεται διαρκώς μέσω των ρηματικών διαμεσολαβήσεων, δηλαδή μέσω ορισμών, νοηματοδοτήσεων, ερμηνειών, και των πρακτικών. Ο κοινωνικο-ιστορικός κόσμος είναι ένας κόσμος νοήματος και πρακτικής που κομίζει και αυτή κοινωνικό νόημα –όχι απαραίτητα με ορθολογικά προσανατολισμένο και εμπρόθετο τρόπο.

Η κατασκευή του κοινωνικού είναι «σχεσιακή» και «ιστορική». Σχεσιακή με την έννοια ότι το κοινωνικό κατασκευάζεται μέσω της γλώσσας, των λεκτικών

⁴²¹ Ν.Δεμερτζής, *Πολιτική Επικοινωνία: Διακινδύνευση, δημοσιότητα, διαδίκτυο*, όπ.π., σελ.141.

⁴²² Α.Γκράμσι, *Ιστορικός υλισμός: τετράδια της φυλακής*, μετ. Τ.Μυλωνόπουλος, Οδυσσέας, δ'έκδοση, Αθήνα 2008, σελ.187-196. Ο Γκράμσι υποστηρίζει ότι δεν μπορεί να υπάρχει «εξωιστορική και εξωνθρώπινη αντικειμενικότητα». Η θέση που πολεμά την υποκειμενικιστική, ιδεαλιστική αντίληψη της πραγματικότητας και κάνει λόγο για την ύπαρξη μιας αντικειμενικής πραγματικότητας του εξωτερικού κόσμου, κατά τον Γκράμσι, έχει θρησκευτική προέλευση. Ο μαρξιστής φιλόσοφος αναφέρει ότι «αντικειμενικό σημαίνει πάντα 'ανθρώπινα υποκειμενικό' αυτό που μπορεί να αντιστοιχεί καθαρά σε 'ιστορικά υποκειμενικό', δηλαδή αντικειμενικό θα σήμαινε 'υποκειμενικό παγκόσμιο'.[...]Γνωρίζουμε την πραγματικότητα σε σχέση μόνο με τον άνθρωπο και όπως ο άνθρωπος είναι ιστορικό γίνεσθαι, έτσι και η γνώση και η πραγματικότητα είναι γίνεσθαι, και η αντικειμενικότητα είναι γίνεσθαι.»

πρακτικών και της δράσης των ατόμων στα πλαίσια των κοινωνικών σχέσεων τους. Τα σχήματα της σκέψης, το περιεχόμενο των εννοιών και το νόημα της κοινωνικής δράσης διαμορφώνονται διαλεκτικά στα πλαίσια έκαστου ιστορικού «σύμπαντος λόγου».⁴²³ Ιστορική με την έννοια ότι το κοινωνικό κατασκευάζεται εντός των εκάστοτε ιστορικών συνθηκών, δηλαδή οι κοινωνικές σχέσεις, οι κοινωνικοί θεσμοί, τα κοινωνικά νοήματα διαμορφώνονται, δομούνται και αποδομούνται διαρκώς μέσω των κοινωνικών πρακτικών και νοηματοδοτήσεων που αναπτύσσονται κατά την ιστορική κίνηση της εκάστοτε κοινωνίας.⁴²⁴

Κατά τον Κ.Καστοριάδη είναι το μάγμα κοινωνικών φαντασιακών σημασιών εντός και διά του οποίου συγκροτείται το κοινωνικό πραγματικό σε κάθε ιστορική συνθήκη. Με άλλα λόγια, εντός αυτού του μάγματος και με αυτές τις κοινωνικές φαντασιακές σημασίες τα κοινωνικά άτομα υποκειμενικοποιούνται, κοινωνικοποιούνται, νοηματοδοτούν και θεσμίζουν την κοινωνική τους πραγματικότητα. Με τις κοινωνικές φαντασιακές σημασίες τα υποκείμενα σκέπτονται την κοινωνία τους και δρουν εντός αυτής με ποικίλους τρόπους. Για τον Καστοριάδη «η θέσμιση της κοινωνίας είναι κάθε φορά θέσμιση ενός μάγματος σημασιών» και συνεχίζει λέγοντας ότι «πραγματικότητα, γλώσσα, αξίες, ανάγκες, εργασία κάθε κοινωνίας ειδο-ποιούν κάθε φορά, με τον ιδιαίτερο τρόπο του είναι τους, την οργάνωση του κόσμου και του κοινωνικού κόσμου, σε αναφορά προς τις θεσμισμένες από τη συγκεκριμένη κοινωνία κοινωνικές φαντασιακές σημασίες.»⁴²⁵

Με τις οντολογικές αυτές παραδοχές για το κοινωνικό Είναι θεωρούμε ότι η απόκτηση της γνώσης για το υπό έρευνα κοινωνικό φαινόμενο και οι συμπερασματικές προτάσεις που θα διατυπωθούν δεν αξιολογούνται να αντανακλούν μια δεδομένη, αντικειμενική τάξη πραγμάτων ούτε να κατανοήσουν «ορθολογικώς

⁴²³ Ν.Δεμερτζής, *Κουλτούρα, νεωτερικότητα και πολιτική κουλτούρα*, Παπαζήσης, Αθήνα 1989, σελ.37. Ο Δεμερτζής ορίζει το «σύμπαν του λόγου» ως εξής: «Με 'σύμπαν' του λόγου, με τη διευρυμένη έννοια του όρου εννοούμε τους μέσα σε προσδιορισμένες ιστορικές συνθήκες διαμορφωμένους τρόπους ομιλίας και γλωσσικής έκφρασης, που επηρεάζουν σχήματα αντίληψης και γνώσης. Είναι καθορισμένα σχήματα σκέψης και γλωσσικής εκφοράς, που τροφοδοτούν και τροφοδοτούνται απ' την κοινωνική δράση.» Επίσης βλ. Ν.Δεμερτζής, *Πολιτική Επικοινωνία: Διακινδύνευση, δημοσιότητα, διαδίκτυο*, όπ.π., σελ.145. Ο Δεμερτζής αναφέρει ότι «το νόημα και ο λόγος όμως δεν είναι αντανάκλαση ενός κόσμου ριζικά ανεξάρτητου από το υποκείμενο (εμπειρισμός), αλλ' ούτε είναι και απόρροια ενδιάθετων αφηρημένων νοητικών λειτουργιών (κλασσικός ορθολογισμός). Απεναντίας, είναι αποτέλεσμα της διπλής σχέσης ανάμεσα στα άτομα, τις ομάδες και το φυσικό τους περιβάλλον.»

⁴²⁴ Κ.Καστοριάδης, *Η φαντασιακή θέσμιση της κοινωνίας*, όπ.π., σελ.515. Ο Καστοριάδης υποστηρίζει ότι «η ιστορία είναι οντολογική γένεση, όχι ως παραγωγή διαφορετικών περιπτώσεων της ουσίας κοινωνία, αλλά ως δημιουργία, μέσα σε κάθε κοινωνία και μέσω αυτής, ενός άλλου τύπου (μορφής-εικόνας-όψης-νοήματος: είδους) του είναι-κοινωνία, που είναι συγχρόνως δημιουργία νέων τύπων κοινωνικο-ιστορικών όντων (αντικειμένων, ατόμων, ιδεών, θεσμών, κ.λπ.) σε όλα τα επίπεδα και σε επίπεδα που έχουν τα ίδια τεθεί-δημιουργηθεί από την κοινωνία και τη συγκεκριμένη κοινωνία.»

⁴²⁵ Κ.Καστοριάδης, *Η φαντασιακή θέσμιση της κοινωνίας*, όπ.π., σελ.512-4.

νοηματικά προσανατολισμένες» συμπεριφορές ατομικών δρώντων. Η ανάλυση και η ερμηνεία του ερευνητικού υλικού είναι μια απόπειρα κατανόησης του υπό έρευνα κοινωνικού φαινομένου, δηλαδή των κοινωνικών πρακτικών, των τεχνουργημάτων, των αξιών, των αναπαραστάσεων, της βιωμένης εμπειρίας των υποκειμένων, ως παράγωγο του παρόντος κοινωνικο-ιστορικού κόσμου. Και όπως προαναφέρθηκε ο κοινωνικο-ιστορικός κόσμος είναι ο κόσμος του ανθρώπινου –συγκεκριμένου κάθε φορά– νοήματος και πρακτικής, θεμελιωμένος σε συγκεκριμένες ιστορικές συνθήκες και αντικειμενικοποιημένος σε συγκεκριμένες θεσμικές μορφές.

Το μεθοδολογικό πλαίσιο συμπεριλαμβάνει ένα φάσμα θεωριών, οι οποίες δεν σημαίνει ότι ταυτίζονται μεταξύ τους αλλά μάλλον προσφέρουν τέτοια εννοιολογικά εργαλεία που μπορούν ως ένα βαθμό να λειτουργήσουν συμπληρωματικά και διαλεκτικά. Τα θεωρητικά σχήματα που εντάσσονται σε αυτό το μεθοδολογικό πλαίσιο, το οποίο αφορά και την παρούσα διατριβή, είναι η συμβολική διαντίδραση, η ερμηνευτική κοινωνιολογία, η εθνομεθοδολογία, η κριτική θεωρία της Σχολής της Φραγκφούρτης, η μαρξική και μαρξιστική θεωρία, ο στρουκτουραλισμός, ο μετα-στρουκτουραλισμός και ρεύματα των Πολιτισμικών σπουδών. Η διαλεκτική μεθοδολογία και τα θεωρητικά αυτά σχήματα θα επιτρέψουν να διερευνηθούν η παραγωγή του χώρου, οι κοινωνικές αναπαραστάσεις, οι ταυτότητες, οι κοινωνικές σχέσεις, οι κοινωνικές πρακτικές ως κοινωνικο-ιστορικά προϊόντα εδραιωμένα στη σύγχρονη ιστορική συνθήκη και διαμεσολαβημένα από το λόγο και την κοινωνικά εννοηματομένη δράση.

Πιο συγκεκριμένα όσον αφορά την παρούσα διατριβή, για παράδειγμα ένας από τους στόχους όπως προαναφέρθηκε ήταν η διερεύνηση της ταυτότητας του χώρου. Αρχικά επιχειρήθηκε η προσέγγιση του χώρου ως μια δομή στην υλική-χωρική και συμβολική, αισθητική της διάσταση. Ή αλλιώς προσεγγίστηκε ο χώρος του εμπορικού κέντρου ως ένα «κείμενο» το οποίο προωθεί κοινωνικό νόημα τόσο με την αισθητική και τους συμβολισμούς του όσο και με τις πρακτικές (δραστηριότητες μέσα στο χώρο, τρόποι κίνησης, οπτικής εμπειρίας κ.λπ.). Επίσης αναλύθηκε ποιοτικά ο λόγος του αρχιτέκτονα του χώρου και της υπεύθυνης της μείξης των χρήσεων. Μια ερμηνευτική προσέγγιση των λόγων αυτών σε συνδυασμό με μια δομική ανάλυση των χωροτακτικών και συμβολικών στοιχείων του περιβάλλοντος αυτού επιτρέπει την ανάλυση της δομής του χώρου, της λογικής που τη διέπει και των νοημάτων που αρθρώνει. Όμως το σταμάτημα σε μια τέτοια ανάλυση θα την καθιστούσε μη-δυναμική και κοινωνικο-ιστορικά παγωμένη αναδεικνύοντας μια δομή σταθερή,

αναλλοίωτη, αναμφισβήτητη και απόλυτα καθορίζουσα των σχέσεων εντός αυτής. Η διαλεκτική μεθοδολογία που επιλέχθηκε λόγω των οντολογικών παραδοχών του κοινωνικού κονστρουξιονισμού συνέβαλε στην αναζήτηση μιας πιο δυναμικής, διαλεκτικής προσέγγισης του ζητήματος του χώρου. Από τη μια, λοιπόν, αναζητήθηκε ο τρόπος με τον οποίο τα υποκείμενα-επισκέπτες προσλαμβάνουν, νοηματοδοτούν, αξιολογούν και δρουν εντός αυτής της δομής και τι είδους σχέσεις αναπτύσσουν εντός της –τόσο μεταξύ τους όσο και με αυτή τη δομή. Από την άλλη τέθηκε το εμπορικό κέντρο στο σύγχρονο οικονομικό, πολιτικό, κοινωνικό και πολιτισμικό συγκείμενό του. Στόχος ήταν μια κριτική ερμηνευτική ανάλυση του χώρου ως δομής αναδεικνύοντας με αυτόν τον τρόπο τη λογική που κατασκευάζει και υποστηρίζει τέτοιου τύπου εμπορικές αναπτύξεις, τις επιδιώξεις, τις νοηματοδοτήσεις, καθώς και τους παράγοντες που συμβάλλουν στην παραγωγή αστικού εμπορικού –και όχι μόνο- χώρου στη σύγχρονη αστική συνθήκη. Επομένως η ταυτότητα του συγκεκριμένου εμπορικού πολυχώρου προκύπτει, αρθρώνεται από τους παράγοντες που κατασκεύασαν και διαχειρίζονται το χώρο, τους ανθρώπους που το σχεδίασαν και το οργάνωσαν και από τους ανθρώπους που τον επισκέπτονται.

Επίσης άλλος στόχος της έρευνας ήταν η διερεύνηση των πρακτικών που αναπτύσσουν οι επισκέπτες εντός του χώρου του εμπορικού κέντρου. Η ερμηνευτική προσέγγιση και ανάλυση του λόγου των επισκεπτών αναδεικνύει τους τρόπους με τους οποίους προσλαμβάνουν, σημασιοδοτούν και αξιολογούν την κοινωνική κατάσταση που επικρατεί στον εμπορικό χώρο, τους άλλους και τον εαυτό τους και το πώς αυτές οι ερμηνείες διαμορφώνουν τις προσδοκίες και τη συμπεριφορά τους. Επίσης η περιγραφή των πρακτικών τόσο των ίδιων όσο και των άλλων επιτρέπει τη διερεύνηση των τρόπων με τους οποίους επιτελούνται κοινωνικοί ρόλοι και διατηρείται το επικοινωνιακό πλαίσιο που τους συνέχει. Ταυτόχρονα, όμως, με το συνδυασμό της μεθόδου της επιτόπιας παρατήρησης και της ανάλυσης του λόγου των υποκειμένων διερευνήθηκε αν και σε ποιο βαθμό και με ποιο τρόπο η χωρική δομή θέτει όρους στη συμπεριφορά των επισκεπτών (βλ.Κεφ.:Χώρος και ορατότητα). Επίσης αναζητήθηκε με ποιόν τρόπο η συμβολική διάσταση της δομής του χώρου, δηλαδή η αισθητική του χώρου με τους συμβολισμούς της, ο διαφημιστικός λόγος, οι βιτρίνες, τα οργανωμένα ‘events’, προσλαμβάνονται και σημασιοδοτούνται από τους επισκέπτες και κατά πόσο και πώς μπορεί αυτοί οι πολιτισμικοί προσδιορισμοί να μεσολαβούν την αντίληψη και την πρακτική των ατόμων (π.χ.: τροφοδότηση και αναπαραγωγή του καταναλωτικού τροπισμού).

Κεφάλαιο 3^ο

Το παράδειγμα του ‘The Mall Athens’: Η ταυτότητα του χώρου

Εισαγωγή

Σε αυτό το κεφάλαιο θα επιχειρήσουμε μια κριτική ερμηνευτική ανάλυση του χώρου, δηλαδή της λογικής του χωρικού σχεδιασμού, της χωρικής διαρρύθμισης και της αισθητικής του χώρου. Επίσης θα διερευνήσουμε τις σχέσεις σύγκλισης ή/και απόκλισης μεταξύ της λογικής και των επιδιώξεων του χωρικού σχεδιασμού και της αισθητικής και της εμπειρίας του χώρου που έχουν τα άτομα-επισκέπτες. Για αυτό θα χρησιμοποιήσουμε το υλικό: α) από τις συνεντεύξεις με τον αρχιτέκτονα του εμπορικού πολυχώρου και με την υπεύθυνη της μείξης των χρήσεων, β) από την επιτόπια παρατήρηση του δομημένου χώρου και γ) από τις συνεντεύξεις με τους επισκέπτες του ‘The Mall Athens’.

Ο λόγος του αρχιτέκτονα και της υπεύθυνης της μείξης των χρήσεων θα μας βοηθήσει να αναδείξουμε τη λογική που υπάρχει πίσω από τον συγκεκριμένο χωρικό σχεδιασμό και την αισθητική του χώρου. Οι λόγοι αυτοί σε συνδυασμό με τους καρπούς της επιτόπιας παρατήρησης του δομημένου χώρου θα αναλυθούν με αυτά τα θεωρητικά, εννοιολογικά εργαλεία που θα μας επιτρέψουν να προσεγγίσουμε κριτικά τόσο το λόγο όσο και τον ίδιο το χώρο που τον αντικειμενικοποιεί.

Με την κριτική ερμηνευτική ανάλυση, όπως προαναφέρθηκε θα αναδειχθούν η λογική και οι νοηματοδοτήσεις που υποστηρίζουν το σχεδιασμό τέτοιων χώρων και οι επιδιώξεις. Οι επιδιώξεις μπορεί να είναι τεχνικού χαρακτήρα, όπως η διευθέτηση της κίνησης μέσα στο χώρο, και συμβολικού. Με την έννοια των συμβολικών

επιδιώξεων εννοούμε ότι η χωρική διαρρύθμιση (π.χ. προοπτική της συνέχειας) και η αισθητική (π.χ.: του καραβιού, του δημόσιου κοινόχρηστου χώρου) μπορούν να λειτουργήσουν ως μεταφορές εμπειριών και νοηματοδοτήσεων που αφορούν εμπειρίες (π.χ.: η εμπειρία της δημόσιας πλατείας) εκτός του συγκεκριμένου εμπορικού περιβάλλοντος. Για παράδειγμα η προοπτική της συνέχειας μπορεί να λειτουργήσει ως συμβολισμός (μεταφορά) της εμπειρίας της συνέχειας, της ροής, της δικτυακής εμπειρίας που μπορεί να έχουν τα σύγχρονα υποκείμενα στους οδικούς άξονες της μητρόπολης, στις μετακινήσεις τους εν γένει, στη διαδικτυακή και στην τηλεοπτική εμπειρία. Επίσης η αισθητική του προσομοιωμένου δημόσιου αστικού χώρου εντός ενός κοινόχρηστου καθαρού, καθολικά εμπορευματικού και ειρηνευμένου χώρου όπως ‘The Mall Athens’ μπορεί να λειτουργήσει ως συμβολισμός (μετωνυμία) ενός ιδανικού προτύπου δημόσιου αστικού χώρου.

Οι επιδιώξεις αυτές, όμως, των ανθρώπων που σχεδίασαν και κατασκεύασαν το χώρο αυτό δεν σημαίνει ότι αυτόματα μετατρέπονται και σε επιτεύξεις, αποτελέσματα. Και αυτό γιατί η πραγματοποίηση των επιδιώξεων -τεχνικών και συμβολικών- προϋποθέτει τη σύγκλιση αυτών των επιδιώξεων με τις κοινωνικές πρακτικές και τις νοηματοδοτήσεις των επισκεπτών του χώρου.

1. Τεχνικές καθοδήγησης ή αλλιώς «μαθαίνοντας να κάνεις κύκλους»

Η αρχιτεκτονική διαρρύθμιση του χώρου και η μείξη των εμπορικών και ψυχαγωγικών χρήσεων συνιστούν τεχνικές καθοδήγησης του βλέμματος και της κίνησης. Η επιτυχία ενός ‘shopping mall’ έγκειται τόσο στο τζίρο όσο και στην επισκεψιμότητα, η οποία και συνεπάγεται κέρδος από τις αγορές των επισκεπτών. Η έννοια της επισκεψιμότητας συνδέεται άμεσα με τα κέρδη του κάθε μαγαζιού και της κεντρικής ιδιοκτησίας του εμπορικού κέντρου, αλλά ενέχει και δύο διαστάσεις, μια ποσοτική και μια ποιοτική.

1.1. Η επιδίωξη της επισκεψιμότητας: η ποσοτική διάσταση

Η ποσοτική διάσταση της επισκεψιμότητας ενός χώρου συνίσταται στον αριθμητικό όγκο των ατόμων, που επισκέπτονται το χώρο σε μια διάρκεια χρόνου. Η δημιουργία ενός εμπορικού χώρου πολυσύχναστου, πέρα από την εμπορική επιτυχία μπορεί να λειτουργήσει ως ένα σημείο αναφοράς, το οποίο θα διατηρεί την επισκεψιμότητά του

σε υψηλά επίπεδα. Αυτή η επιδίωξη της «καταξίωσης» του 'The Mall Athens' ως ενός κέντρου αναφοράς στην πόλη αποτυπώνεται στο άρθρο του εμπορικού διευθυντή του 'The Mall Athens', ο οποίος αναφέρει ότι:

«η ανταπόκρισή σας ήταν και παραμένει πέρα από κάθε προσδοκία. Σας ευχαριστούμε θερμά που μετατρέψατε το The Mall Athens στο πιο hot σημείο για shopping και διασκέδαση στην Αθήνα».⁴²⁶

Μέσα από τα λόγια μιας τακτικής επισκέπτριας του εμπορικού πολυχώρου φαίνεται το 'The Mall Athens' έχει καταστεί ένα σύγχρονο τοπόσημο στο αστικό τοπίο:

«Έδωσε αξία στην περιοχή, που ήταν πιο υποβαθμισμένο εκεί η περιοχή. Όσον αφορά την πόλη δίνει και καλά ένα κύρος σαν χώρα. Έβλεπα στις αμερικάνικες ταινίες τα εμπορικά κέντρα, που στην Ελλάδα δεν είχαμε ποτέ κάτι τέτοιο, δεν είχαμε φανταστεί καν πως μπορεί να είναι. Και το 'The Mall' μας έκανε αυτή τη φαντασίωση που μπορεί να είχε ο καθένας για το εμπορικό ή ο,τιδήποτε mall ή κάτι μικρότερο ή κάτι πιο μεγάλο μας έκανε...έχει μπει στη ζωή μας, μας έδωσε τη μορφή. Πιστεύω ότι το 'The Mall' μας δίνει και αξία. Η Αθήνα που έχει το Attica το εμπορικό κέντρο, αλλά όχι αυτής της εμβέλειας του 'The Mall', και είναι και το 'The Mall'. Αν δεν έχεις πάει στο 'The Mall' μπορεί να μην έχεις δει τι σημαίνει εμπορικό. Οπότε μας δίνει αξία και στην πόλη και στη χώρα στην οποία βρίσκεται. Υπάρχουν τραγούδια στα αγγλικά που μιλάνε για εμπορικά κέντρα. Το εμπορικό κάτι το οποίο το είδα πρόπερσι με το 'The Mall'. Ότι δίνει αξία, την εντύπωση της εξέλιξης, ότι εξελισσόμαστε σαν έθνος, σαν λαός, σαν χώρα, όλο αυτό το μοντέρνο. Προχωράμε, δεν μένουμε στάσιμοι σε μικρά μαγαζιά, μαγαζάκια και σε επαρχιακές πόλεις, είναι εξέλιξη.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

Η θέση του εμπορικού κέντρου στο αστικό φαντασιακό ως σημείου αναφοράς αναδεικνύεται και εδραιώνεται στον καθημερινό λόγο με ποικίλους τρόπους. Ένας από αυτούς είναι η λειτουργία του τοπόσημου αυτού ως δείκτη προσανατολισμού στις καθημερινές βιοτροχιές των ανθρώπων στον αστικό χώρο. Είναι ενδεικτικά τα λόγια ενός επισκέπτη του 'The Mall Athens':

⁴²⁶ 'The Mall Magazine', Νοέμβριος 2006, #01.

«Μαζεύει πάρα πολύ κόσμο, εργατικό δυναμικό, σημείο αναφοράς για την πόλη γιατί πολλές φορές για να εξηγήσουμε σε κάποιον που είναι το σπίτι μας ή ένας δρόμος ή κάποια γραφεία θα πεις ‘μετά το The Mall’, ‘πριν το The Mall’ ή ‘κοντά στο The Mall’...» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 20 ετών, κάτοικος Ν.Κηφισιάς)

Το γεγονός ότι το ‘The Mall Athens’ αποτελεί ένα σημείο συνάντησης επαληθεύεται τόσο από το μεγάλο αριθμό επισκεπτών που μπορεί κανείς να διαπιστώσει εμπειρικά όσο και από τους ίδιους τους επισκέπτες. Παραθέτουμε τα λόγια των επισκεπτών σχετικά με αυτό:

«Το ξέρουν όλοι και όποτε αν είναι κάποιος μακριά είναι σίγουρο ότι θα πάει στο ‘The Mall’, όπου και αν είναι στην Αθήνα, δηλαδή το ξέρουνε όλοι. Και έχω φίλους από το χωριό, οι οποίοι μένουν στην Αθήνα και λέμε που θα συναντηθούμε στο επίκεντρο, στο ‘The Mall’ όλοι εκεί θα πάμε.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 16 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Με τα συγκεκριμένα άτομα ήτανε ‘πού θα πάμε; Πάμε ‘The Mall’’. Δηλαδή για ένα διάστημα δεν πηγαίναμε πουθενά αλλού. Πηγαίναμε ‘The Mall’ μόνο.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Είναι εξυπηρετικό, κοντά στην περιοχή που μένω τις μισές μέρες της εβδομάδας (σ.σ.: εννοεί το Χαλάνδρι, τόπος κατοικίας της κοπέλας του). Έχει πολλά μαγαζιά συγκεντρωμένα, πολλές επιλογές στα μαγαζιά και στο φαγητό, μεγάλη γκάμα προϊόντων –πέρα από τα ρούχα- και μερικά μαγαζιά υπάρχουν μόνο εκεί, και φθηνά και ακριβά. Είναι μεγάλος, τεράστιος χώρος.[...] Συναντώ γνωστούς.[...] Είναι ένα σημείο αναφοράς και συνάντησης, γιατί έχει πολλές επιλογές για καφέ και σινεμά.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 31 ετών, κάτοικος Ν.Σμύρνης)

«Πετυχαίνω γνωστούς από το σχολείο, από την παλιά γειτονιά, Θρακομακεδόνες και Ν.Ιωνία. Συναντώ συμμαθητές, γνωστούς. Και συναντάω ανθρώπους ακόμα και φίλες της μητέρας μου. Πάνε κι αυτές, πιο νωρίς βέβαια, αλλά πάνε κι αυτές. Νομίζω ότι μαζεύονται. Νομίζω

[222]

ότι η Αθήνα μαζεύεται στο 'The Mall'. Δεν έχει σημασία αν είσαι μακριά ή κοντά, μαζεύει κόσμο.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Έχω δει πάρα πολλά μικρά παιδιά που είναι η διασκέδασή τους το The Mall', να βγούνε να πάνε στο The Mall'. Θα ντυθούνε να πάνε στο The Mall' που θα βρούνε τους φίλους και θα πάνε να πιούνε μπύρες' γενικά έχω καταλάβει ότι αυτό συνηθίζεται στις μικρές ηλικίες, πάμε στο Φλόκα, να βγούμε πάμε στο 'Village'. Οπότε το The Mall' είναι ένας χώρος που μαζεύει και μικρά παιδιά, το έχω παρατηρήσει. Μικρά παιδιά τύπου 17-18, όπου εκείνοι δεν θα πάνε τόσο πολύ, ίσως και λόγω οικονομικού, να ψωνίσουνε.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 28 ετών, κάτοικος Βριλλησιών)

«Προσελκύει τα βλέμματα και είναι πολύ γνωστό, είναι γνωστό σε όλους...λόγω του όγκου του προφανώς και της καινοτομίας του. Θα είναι ένα μέρος εξόδου[...] Πιθανότατα και για αυτό το λόγο κιόλας είναι μια από τις επιλογές μας. Εάν δεν ξέρουμε τι να κάνουμε κι θέλουμε απλά να κάνουμε μια βόλτα στην Αθήνα ή στα βόρεια προάστια και να μην πάμε μακριά, πιθανότατα να περάσουμε από το 'The Mall' μπας και βρούμε κανένα γνωστό και μαζευτούμε παρέα». (επισκέπτης του 'The Mall Athens, 20 ετών, κάτοικος Ν.Κηφισιάς)

«Δείχνει ότι η προτίμηση του κόσμου είναι να πηγαίνουνε εκεί. Δηλαδή ερχότανε από το Άστρος και την Τρίπολη φίλοι και συγγενείς και λέγαν πάμε για βόλτα να δούμε το 'The Mall'. Και έτυχε να πάμε Κυριακή που ήταν τα μαγαζιά κλειστά μόνο και μόνο για να δουν το χώρο και να περπατήσουν και να χαζέψουνε. Κοίτα, όλοι ενθουσιασμένοι είναι. Δεν νομίζω να μην τους άρεσε. Δεν άκουσα και κανένα να λέει 'δεν μου άρεσε'. Το βλέπουνε, αυτό που λέω και εγώ ότι είναι όλα μαζεμένα και μπορούν να πας να τα δεις όλα μαζεμένα. Και από ό,τι φαίνεται η τάση εκεί πάει, έτσι; [...] Κοίταξε εδώ στην Ελλάδα από ό,τι έχω καταλάβει είναι ψωνισμένοι πολύ σε θέμα μόδας. Ξέρεις 'ψωνίζω, πήγα στο The Mall'. Εδώ τα δημοτικά σχολεία, τι μου λες. Ερχόταν από την επαρχία

και πήγαιναν να δουν το 'The Mall'. Να παν να δουν το 'The Mall', λες και θα βλέπανε την Ακρόπολη.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens, 50 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Ναι, πάω Κυριακή απλά γιατί είναι ένα μέρος το οποίο είναι εύκολα προσβάσιμο και είναι ωραίο σημείο συνάντησης με ανθρώπους που δεν μένουν σε μια περιοχή κοντινή. Είναι ένα σημείο συνάντησης καλό από την άποψη της πρόσβασης και βλέπεις πολλά πράγματα μαζί. Βλέπεις κόσμο από αυτήν την άποψη.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Θρακομακεδόνων)

Ο αρχιτέκτονας του 'The Mall Athens' στην ίδια λογική ισχυρίζεται ότι το 'The Mall Athens' «έχει καταφέρει να γίνει το στέκι της παρέας». Η υπεύθυνη της μείξης των χρήσεων στο χώρο αναφέρει:

«Θέλεις πολλά άτομα με πολύ μέσο όρο. Επειδή τον πολύ μέσο όρο δεν μπορείς να τον ελέγξεις, σημαίνει ότι θέλεις ούτως ή άλλως τον κόσμο, που θα γυρίζει. Αν θέλεις και ψυχολογικά δεν θέλεις ένα εμπορικό κέντρο, το οποίο μπορεί να κάνει τον τζίρο που θέλεις, αλλά που να έχει την αίσθηση του άδειου. Γιατί όταν μπεις σε ένα εμπορικό κέντρο και δεις μόνο τον εαυτό σου μέσα, ή άλλα πέντε άτομα, αρχίζεις να αναρωτιέσαι τι δεν πάει καλά[...]θέλουμε να είμαστε σε μαγαζιά και σε περιοχές που πηγαίνουνε και άλλοι. Δες τα μαγαζιά που έχουν πέραση σε επίπεδο καφέ, εστιατορίων, μπαρ. Όσο πιο δύσκολο είναι να μπεις μέσα, τόσο περισσότερο θέλεις να είσαι εκεί. Όσο πιο δύσκολα να μπεις με την έννοια του πολύ κόσμου. Το ίδιο ισχύει και εδώ. Όσο περισσότερο κόσμο έχεις, ένα σημαίνει ότι είναι πετυχημένο, δεύτερο τα μικρότερα μαγαζιά, που δεν έχουν υποχρεωτικά πολλά ονόματα, θα πάρουνε περισσότερους πελάτες γιατί θα τύχει κάποιος να περνάει απέξω και θα δει κάτι που θα του αρέσει και έχεις και την ελπίδα ότι γενικώς επειδή έχεις πολύ κόσμο αυτοί θα κάνουν μεγάλα νούμερα άρα και θα αυξήσεις το τζίρο. Είναι σαν το αυγό με την κότα, ποιός έκανε ποιά. Θέλεις και τα δύο, γιατί το ένα φέρνει το άλλο.»

Ας ακούσουμε και δύο τακτικούς επισκέπτες του εμπορικού κέντρου προς επιβεβαίωση της παραπάνω θέσης:

«Βλέπεις ότι έχει πολύ κόσμο μέσα, άρα και πρώτη φορά να πας θα πεις ότι για να έχει τόσο πολύ κόσμο είναι καλό, ξέρω εγώ, αξίζει. Οπότε όλη αυτή η μάζα, ο κόσμος, το στήσιμο, αυτές οι φωτεινές βιτρίνες, ο θόλος, σε τραβάει μέσα κατά κάποιο τρόπο[...] Βασικά πετυχαίνω γνωστούς με μια άποψη: πετυχαίνω γνωστούς, φίλους των γονιών μου, πετυχαίνω γνωστούς φίλους δικούς μου, φίλους του αδερφού μου, πιτσιρίκια, δύο τρία χρόνια μικρότερα από εμένα που τα ήξερα από το σχολείο, πετυχαίνω όλες τις ηλικίες. Θα μου πεις εμένα είναι έτσι η περιοχή μου, το 'The Mall' είναι στη Νερατζιώτισσα και εγώ μένω στο Ηράκλειο, αλλά έχει τύχει να δω και γνωστό από τη Νέα Σμύρνη. Και στα καπάκια να χαιρετίσω παιδί από τη Νέα Σμύρνη και το παλικάρι από το Ηράκλειο.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 19 ετών, κάτοικος Ν.Ηρακλείου)

«Μου αρέσει [σ.σ.: όταν έχει πολύ κόσμο], αλλά δεν μου αρέσει πάρα πολύ να είναι τελείως γεμάτο, δηλαδή να μην μπορείς να αναπνεύσεις. Μου αρέσει που αν είναι γεμάτο να κάθομαι κάπου ή να κόβω βόλτες. Αυτό που δεν αντέχω είναι να πάω για ψώνια όταν είναι γεμάτο τελείως όμως, γιατί οι ουρές στα ταμεία είναι εξωφρενικές. Καθόμαστε και να μιλάμε περιμένοντας να έρθει η ώρα για να πάμε για ταινία δεν έχω κανένα πρόβλημα να είναι γεμάτο, μου αρέσει. Μου αρέσει η πολυκοσμία, δεν μπορώ να είμαι σε ένα μέρος που είναι τελείως άδειο. Όταν ο μπαμπάς μου με πάει στο χωριό του είναι σαν να με τιμωρεί.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 15 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Ως προϋπόθεση της υψηλής (ποσοτικής) επισκεψιμότητας ενός εμπορικού κέντρου θεωρείται η παρουσία «μεγάλων κραχτών». Συνήθως τα μαγαζιά αυτά, οι λεγόμενοι «άνκορες», μαγαζιά άγκυρες καλύπτουν το 20% με 30% του συνολικού χώρου προς ενοικίαση. Στην περίπτωση του 'The Mall Athens', οι μεγάλοι κράχτες, δηλαδή μαγαζιά μεγάλης αναγνωρισιμότητας αφορούν τον εμπορικό τομέα ('Πλαίσιο', 'Zara', 'Fnac', 'Vardas', 'Marks & Spencer', 'Champion Μαρινόπουλος' κ.α.), την εστίαση ('Ruby Tuesday', 'Starbucks', 'Flocafe', 'Venue Café') και τη διασκέδαση ('Village Cinemas', 'Village Bowling & Fun'). Η υψηλή αναγνωρισιμότητα συγκεκριμένων μαγαζιών σημαίνει ελκυστικότητα και συνεπάγεται μεγάλο αριθμό επισκεπτών. Η

ελκυστικότητα των μαγαζιών κραχτών αποτυπώνεται στη φράση της υπευθύνου της μείξης των χρήσεων:

«τα μαγαζιά κράχτες είναι μαγαζιά αναγνωρίσιμης μάρκας, τα οποία ο κόσμος θα διασχίσει απόσταση για να πάει. Παραδείγματος χάριν τα ‘Zara’, ο κόσμος θα διασχίσει όλη την Αθήνα για να πάει να βρει ένα ‘Zara’».

1.2. Η επιδίωξη της επισκεψιμότητας: η ποιοτική διάσταση

Η ποσοτική διάσταση της επισκεψιμότητας συμπληρώνεται από την ποιοτική. Η ποιοτική διάσταση έγκειται στον τρόπο με τον οποίο ο επισκέπτης κινείται μέσα στο πεδίο του ‘The Mall Athens’. Η κίνηση του όγκου των επισκεπτών σε ένα εμπορικό κέντρο σαν το ‘The Mall Athens’ προκειμένου να αξιοποιηθεί πρέπει να διευθετηθεί. Ο όρος ‘mall’ σημαίνει εσωτερικός διάδρομος και το γεγονός αυτό διαφοροποιεί το ‘The Mall Athens’ από άλλα εμπορικά πολυκαταστήματα, τα οποία ουσιαστικά αποτελούν κάθετες αναπτύξεις με στενούς διαδρόμους σε κάθε επίπεδο και μεγάλες ποσότητες εμπορευμάτων.

Ο τρόπος κυκλοφορίας των ατόμων μέσα στο χώρο καθορίζει την επιτυχημένη επισκεψιμότητα ως προς την ποιοτική της διάσταση, δηλαδή την επίσκεψη σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερη επιφάνεια της ανάπτυξης. Σύμφωνα με την υπεύθυνη της μείξης των χρήσεων:

«...τότε έχεις κερδίσει ουσιαστικά κάνοντας ένα mall, όταν έχεις ‘βάλει’ το χρήστη σου να περπατήσει όσο το δυνατόν περισσότερο και να έχει δει όσο το δυνατόν περισσότερα από τα μαγαζιά, που έχεις μέσα».

Ας ακούσουμε τους επισκέπτες το πώς περιγράφουν την εμπειρία της κίνησής τους μέσα στο εμπορικό περιβάλλον:

«Όταν είμαστε 10 άτομα παρέα κάνουμε περισσότερη φασαρία, όπως καταλαβαίνεις. Αλλά όταν αρχίζουμε και περπατάμε και όπου μας βγάλει. Μπορεί να περπατάμε στον 4^ο και ξαφνικά να βρεθούμε στον 3^ο και μετά να βρεθούμε στον 1^ο και μετά να κόβουμε στο τέλος βόλτες στον 2^ο. Και πάλι να κάνουμε βλακείες. Και μετά κάπου θα σταματήσουμε να μιλάμε και να κάτσουμε.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 15 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Ξεκινάω από το υπόγειο, το -1, και παίρνω όλα τα μαγαζιά με τη σειρά, ανεβαίνοντας σιγά-σιγά και ανεβαίνω μέχρι πάνω.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησιών)

«Αν πάω με το αυτοκίνητο ξεκινάω από τον κάτω όροφο και ανεβαίνω προς τα πάνω και πηγαίνω στα μαγαζιά που ξέρω, δηλαδή που θα πάω σίγουρα και μετά χαζεύω στις βιτρίνες, αν δω κάτι που μου αρέσει μπαίνω μέσα ή αν ξέρω ότι έχει κάτι το μαγαζί μπαίνω μέσα για να ψωνίσω. Και αν πάμε με αυτοκίνητο και με αφήσει απέξω πάω προς τα πάνω και στον κάτω όροφο τελευταία. Δηλαδή όταν είναι να φύγω.

Ερώτηση: Συνήθως κυκλοφορείς στο μεγαλύτερο κομμάτι του χώρου ή πας σε συγκεκριμένα σημεία;

Απάντηση: Σε όλο πάω αλλά ξέρω ότι θα πάω στα συγκεκριμένα μαγαζιά, αλλά μπορεί να πάω και σε άλλα μαγαζιά, δηλαδή δεν έχω πει σίγουρα ότι θα πάω 100% ότι θα πάω εκεί, αλλά πάω και σε άλλα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 16 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Συγκεκριμένα θα πάω τις περισσότερες φορές στο 'Fnac', επειδή έχει βιβλία και cds. Θα πάω στα 'Village' για ταινία. Μου αρέσουν πολύ τα μαγαζιά με τα είδη σπιτιού και κεριά, τέτοια πράγματα και με ρούχα. Όχι πάντα, γιατί συνήθως έχει πάρα πολύ κόσμος, μπορεί να επιλέξω να πάω μόνο και μόνο γι' αυτό. Θα χαζέψω όμως και σε ρουχάδικα. Αλλά πιο πολύ σε αυτά μου αρέσει.

Ερώτηση: Περπατάς σε ένα μεγάλο κομμάτι, δηλαδή;

Απάντηση: Ναι, περπατάω. Θα πάω οπωσδήποτε στον 2^ο και στον 3^ο που είναι σινεμάδες, φαγάδικα και τέτοια. Θα περπατήσω ναι.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 42 ετών, κάτοικος περιοχής Πλ.Βικτωρίας)

«Κοίταξε έχω κάποιες συγκεκριμένες προτιμήσεις τις οποίες έχω διαμορφώσει με τον καιρό που πάω. Αλλά το γυρνάω πάντα όλο. Ούτως ή άλλως πρέπει να το έχουν κάνει και επίτηδες, ο τρόπος που είναι τοποθετημένες οι σκάλες σε αναγκάζει να κυκλοφορείς να διανύσεις τουλάχιστον τη μισή διάμετρο για να βρεθείς στον άλλο όροφο. Αυτό

σίγουρα το έχουν κάνει επίτηδες για να κυκλοφορείς στο χώρο γιατί δεν έχει καμία άλλη λογική.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 29 ετών, κάτοικος περιοχής Πατησίων)

«Πάω σε συγκεκριμένα σημεία όταν θέλω να αγοράσω κάτι. Όταν πάω για βόλτα ή/και σινεμά, κάνω μια βόλτα, χαζεύω τις βιτρίνες να δω τι υπάρχει, τι μπορεί να χρειαστώ στο μέλλον. Συνήθως περπατάω στον 2^ο και 3^ο όροφο.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 31 ετών, κάτοικος Ν.Σμύρνης)

«Ίσως χρειάζεται καλύτερη σήμανση, γιατί μπαίνεις, θέλεις να πας για κάποιο συγκεκριμένο και δεν έχει...έπρεπε να έχει σε περισσότερα σημεία εδώ θα βρεις αυτά τα καταστήματα. Εκεί θα βρεις τα άλλα, να μην τρέχεις γύρω-γύρω. Μου έχει τύχει κανά δύο τρεις φορές ξέρω ότι είναι στον τάδε όροφο που το κοιτάω κάτω στα κεντρικά, λες 'θα πάω από εδώ'. Κι ενώ είσαι δίπλα πας γύρω-γύρω. Εκεί έπρεπε να πει από δεξιά υπάρχουνε αυτά τα καταστήματα από αριστερά αυτά. Να υπάρχει μια...να γλυτώνεις περπάτημα, να μην κάνεις βόλτα τζάμπα. Αλλά μπορεί να το κάνουν και επίτηδες όπως το σούπερ μάρκετ σε βάζει μέσα και πρέπει να περάσεις όλο το σούπερ μάρκετ για να πας στην έξοδο και εκεί μπορεί να το κάνει επίτηδες για να γυρίσεις και να δεις και άλλα πράγματα.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 50 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Πρώτα κάνουμε μια βόλτα συνήθως και μετά πάμε σε συγκεκριμένο χώρο που θα έχω διαλέξει.

Ερώτηση: Πας σε συγκεκριμένους ορόφους ή κυκλοφορείς σε όλο το χώρο;

Απάντηση: Με το μπαίνεις είναι ο πρώτος όροφος –όχι το ισόγειο-[σ.σ.: εννοεί τον 2^ο όροφο] και μετά κάνεις τον κύκλο που είναι τα μαγαζιά. Μετά θα ανέβουμε πάνω που είναι τα εστιατόρια, οι καφετέριες και τα λουπά. Ή μπορεί κάποιες φορές να ξεκινάμε από τον κάτω όροφο να δούμε τα μαγαζιά με τα ρούχα και τα λουπά μέχρι τον τελευταίο όροφο που είναι οι καφέδες, οι σινεμάδες και τα λουπά.

Ερώτηση: Τον ξέρεις το χώρο;

Απάντηση: Ναι τον ξέρω πάνω κάτω τι έχει.

Ερώτηση: Έχεις καθόλου την αίσθηση ότι μπορεί μερικές φορές να αποπροσανατολίζεσαι μέσα στο χώρο;

Απάντηση: Ναι, μερικές φορές. Όταν πάμε στον πρώτο όροφο και μετά θα πάμε εκεί που θέλουμε. Κάποια άλλη στιγμή μπορεί να κάνουμε μια βόλτα στον κάτω όροφο και να έχουμε ξεχάσει μετά από δυο εβδομάδες, επειδή συνήθως αλλάζουν τις βιτρίνες τα μαγαζιά.» **(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 14 ετών, κάτοικος Παγκρατίου)**

«Κάνω μια βόλτα και χαζεύω βιτρίνες, άμα δω κάτι που μου αρέσει το παίρνω, αλλιώς συνεχίζω. Αν έχω ένα συγκεκριμένο πράγμα στο μυαλό μου που θέλω να αγοράσω πάω και το αγοράζω. Μετά οπωσδήποτε καφέ ή ένα ελαφρύ γεύμα και τα λοιπά και μετά άλλη μια βόλτα και μετά φεύγω. Εξαρτάται αν ψάχνω κάτι πάω σε συγκεκριμένα σημεία και ξέρω που είναι τα μαγαζιά και πάω στα αντίστοιχα μαγαζιά. Αν δεν έχω κάτι συγκεκριμένο στο μυαλό μου που θέλω να αγοράσω πάω γενικά. Κυρίως ρούχα, παπούτσια και λιγότερο ηλεκτρονικά που έχει αλλά εντάξει απλά κάνω μια βόλτα για να χαζέψω τις βιτρίνες.» **(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)**

«Συνήθως ανεβαίνω από τον 1^ο όροφο [σ.σ.: από το πάρκινγκ] όπου έχει Παπασωτηρίου, κάποια σούπερ μάρκετ και τα λοιπά και γενικά κάνω όλο το γύρο με το σκεπτικό ότι μπορεί να δω κάποια μαγαζιά που μπορεί να θέλω να πάρω κάτι και το έχω ξεχάσει. Μέχρι τώρα συνήθως αυτό κάνω. Μόνο μια φορά ήμουν με μια φίλη και ήθελε να πάρουμε κάτι συγκεκριμένο και ήξερε εκείνη και πήγαμε κατευθείαν στον 3^ο όροφο.

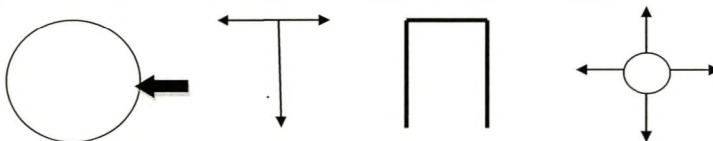
Ερώτηση: Διασχίζεις όλο το χώρο;

Απάντηση: Ναι το κάνω σε όλα τα επίπεδα, αν έχω χρόνο και τυχαίνει να φτάσω λίγο νωρίτερα, θα το κάνω με αυτό το σκεπτικό, μέχρι να έρθει η φίλη μου να πάω στον Παπασωτηρίου, να δω κανένα βιβλίο, μπορεί να χρειαστώ να πάρω κάτι. Μετά το άλλο τραγικό είναι να βρεις το φίλο σου μέσα στο 'The Mall'. Διότι λες 'ραντεβού στον πρώτο όροφο στις σκάλες'. Για ένα διάστημα νόμιζα ότι υπήρχαν σε ένα

σημείο. Νομίζω ότι υπάρχουνε δύο. Ακόμα δεν έχω καταλάβει αν υπάρχουν 2, 5 ή 82. Οπότε είσαι λίγο ‘πού είσαι;’- ‘είμαι στο Fnac’- ‘α! εγώ είμαι από την άλλη’. Και λες ‘μείνε λίγο εκεί’. Λες στον άλλο να μείνει εκεί και ο άλλος φεύγει από εκεί, γιατί θυμάται ότι μέχρι να έρθει η φίλη μου να πάω να δω το διπλανό. Οπότε αρχίζουμε τους γύρους. Και μετά στο τρίτο τηλέφωνο ‘είσαι στο Adidas; Μείνε εκεί’.»

(επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 28 ετών, κάτοικος Βριλησίων)

Η ενορχήστρωση της κίνησης επιτυγχάνεται από την αρχιτεκτονική διαρρύθμιση του χώρου και από τη μείξη των χρήσεων και συγκεκριμένα από την κατανομή των μαγαζιών-κραχτών. Αναφορικά με την αρχιτεκτονική διεύθυνση του χώρου, ο εσωτερικός διάδρομος επιλέχθηκε να είναι κυκλικός και όχι σταυρωτός, σε σχήμα **Π** ή με ένα πυρήνα και ακτινωτές προεκτάσεις (βλ. το παρακάτω σχήμα).



1.2.1. Η αρχιτεκτονική διαρρύθμιση: η επιλογή του κυκλικού σχήματος

Η επιλογή του κυκλικού σχήματος ευνοεί και πολλές φορές επιβάλλει την κίνηση των επισκεπτών σε πολύ μεγάλο μέρος του χώρου. Η διάνυση του μισού ή και ολόκληρου του κύκλου προωθείται από τις δυνατότητες πρόσβασης. Όπως φαίνεται στην κάτοψη του χώρου, οι προσβάσεις με τις κυλιόμενες σκάλες, σε κάθε επίπεδο βρίσκονται σε δύο μόνο σημεία στη μέση του κύκλου. Σε κάθε σημείο, οι κυλιόμενες σκάλες δεν είναι διπλής κατεύθυνσης, με αποτέλεσμα ή δυνατότητα αντίθετης πρόσβασης (είτε προς τα πάνω είτε προς τα κάτω) να βρίσκεται ουσιαστικά απέναντι. Αυτό συνεπάγεται την κάλυψη τουλάχιστον του μισού κύκλου, προκειμένου να αλλάξεις επίπεδο. Επίσης, η επιλογή της μιας και μοναδικής εισόδου/εξόδου προωθεί την κυκλική κίνηση των ατόμων. Μια τακτική επισκέπτρια του εμπορικού κέντρου αναφέρεται στις πρώτες φορές που είχε την εμπειρία αυτής της χωρικής διάταξης:

«Στην αρχή δεν ήξερα που ήταν ακριβώς τα μαγαζιά, τα μπέρδενα[...]Όπως μπαίνουμε έχει τις κυλιόμενες, αυτώ με μπέρδευε λίγο με τις κυλιόμενες γιατί κάποιες είναι που ανεβαίνουνε, κάποιες που κατεβαίνουνε και είναι λίγο μπέρδεμα και είναι μακριά μετά αυτές που
[230]

ανεβαίνουν και κατεβαίνουν. Μεγάλες αποστάσεις και έχει μια στροφή νομίζω κάπου, δηλαδή δεν φαίνονται τα μαγαζιά και δεν είμαι σίγουρη, δηλαδή πρέπει να τον κάνεις όλο κύκλο για να δεις που είναι το μαγαζί που θέλεις να πας.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 16 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Η σχεδιαστική επιλογή του κυκλικού σχήματος ευνοεί την επισκεψιμότητα, την κυκλοφορία σε όλο το χώρο και αποφεύγει, κατά αυτόν τον τρόπο, τη δημιουργία νεκρών σημείων και στεγανών. Η κυκλική διαδρομή είναι σε μεγάλο βαθμό προκαθορισμένη και επιβαλλόμενη, όπως διευθετείται με τις δυνατότητες πρόσβασης (είσοδος/έξοδος, σκάλες). Η επιλογή κίνησης μειώνεται αισθητά αν συγκρίνουμε το κυκλικό, κλειστό σχήμα (λόγω μιας εισόδου) με άλλα σχήματα, που αφενός έχουν περισσότερες εισόδους/εξόδους, και αφετέρου αφήνουν τα περιθώρια να μην διανύσεις μια διαδρομή, όπως για παράδειγμα στο σταυρωτό σχήμα. Ας ακούσουμε τους επισκέπτες του 'The Mall Athens':

«Πάω εκεί που έχει τα καταστήματα. Βασικά αναλόγως αν πάω να δω τους υπολογιστές κάτω που είναι στο -1 –δεν θυμάμαι τώρα- εκεί αναγκαστικά ο χώρος σε βάζει σε κυκλική τροχία. Δηλαδή και πολλές φορές για να είμαι ειλικρινής επειδή πάω με άλλα άτομα, χάνομαι. Δηλαδή χάνω την αίσθηση του χώρου. Παρόλο που δούλευα [σ.σ.: δούλευε σε εστιατόριο στον 3^ο όροφο του εμπορικού κέντρου], εντάξει ανέβαινα τη σκάλα και ανέβαινα επάνω, αλλά γενικά μπορώ να αποπροσανατολιστώ εγώ προσωπικά πάρα πολύ εύκολα. Δηλαδή να μπω από τη μια σκάλα, να ανέβω στην άλλη και μετά να πω 'από πού βγαίνω;'. Αυτό δηλαδή μου συμβαίνει σχεδόν πάντα. Αφαιρούμαι πάρα πολύ...κοίταξε όταν δούλευα ενώ πήγαινα μόνο για τη δουλειά. Ανέβαινα πάνω. Ξέρω τον πάνω όροφο στον οποίο δούλευα, τον ξέρω. Πού έχει τι. Αλλά τώρα στα καταστήματα κάτω τα ρούχα και το επίπεδο με τους υπολογιστές ίσως να ξέρω γιατί το έχω επισκεφθεί πιο πολύ. Τώρα με τα ρούχα γιατί εμένα πάνω κάτω όλα ίδια μου φαίνονται, ξέρεις οι βιτρίνες κι αυτά δεν μου μένουνε, ενώ κάτω έχει το σούπερ μάρκετ, έχει το 'Πλαίσιο', δηλαδή έχει κάποια που βγάζουν...σου κάνουν 'μπαμ' ας πούμε. Δεν μπορώ να βάλω κάποια σημάδια και πάντα σχεδόν αποπροσανατολίζομαι.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών,

κάτοικος Κ.Πατησιών και εργαζόμενη σε εστιατόριο του εμπορικού κέντρου)

«Τον τρόπο κίνησης τον έχω συνηθίσει γιατί έχω πάει τόσες πολλές φορές που πλέον το νιώθω πολύ οικείο σαν χώρο. Δηλαδή ξέρω που είναι το καθετί. Όταν θέλω κάτι ξέρω ακριβώς που να πάω, δεν ψάχνομαι ας πούμε. Θεωρώ ότι έχει μια λογική η σειρά των καταστημάτων, δηλαδή έχει κάποια βάση. Ξέρεις ότι σε εκείνη την πλευρά είναι όλα τα ρούχα ή σε εκείνη την πλευρά είναι τα παπούτσια ή τα ηλεκτρονικά είναι σε εκείνο τον όροφο. Θεωρώ ότι έχει μια λογική, αν και στην αρχή όταν πήγαινα μπερδευόμουν αρκετά. Καταρχάς μπερδευόμουν στο πάρκινγκ για να βρεις το αυτοκίνητό σου είναι ένα θεματάκι. Αλλά πλέον το έχω συνηθίσει κι αυτό και δεν με ενοχλεί πλέον και δεν το σκέφτομαι καν. Αλλά στην αρχή μέχρι να μάθεις το χώρο και να καταλάβεις από ποια σκάλα ανεβαίνεις και ποια σκάλα κατεβαίνεις ήτανε λίγο μπερδεμα, επειδή δεν ανεβοκατεβαίνουν όλες οι σκάλες σε όλους τους ορόφους, κάποιος μπορεί να μπερδευτεί και να θέλει να πάει κάτω ας πούμε και να μην βρίσκει τη σκάλα. Αλλά πλέον πάω πολύ συχνά και αυτό το έχω συνηθίσει και δεν με ενοχλεί. Δηλαδή να κάνω πέντε βήματα παραπάνω εφόσον εκεί πάω χαλαρά για ψώνια δεν με πειράζει να δω και πέντε βιτρίνες παραπάνω.

Ερώτηση: Τώρα τον ξέρεις πια το χώρο;

Απάντηση: Ναι νιώθω πολύ άνετα, δηλαδή πλέον είναι σαν τη γειτονιά μου εντός εισαγωγικών. Επειδή έχω πάει τόσες πολλές φορές ξέρω...τον έχω πολύ οικείο. Δηλαδή είναι ένας χώρος στον οποίο νιώθω πολύ άνετα, πολύ οικεία και λειτουργεί για τις συγκεκριμένες δραστηριότητες που θέλω να κάνω εκεί...για ψώνια, για καφεδάκι και για χάζεμα με εξυπηρετεί πολύ.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Κοίταξε τον πρώτο καιρό πήγαινα παντού. Μου άρεσε μια βόλτα να το δω. Κοιτούσα κάποια μαγαζιά, για παράδειγμα το Fnac, το οποίο είναι ένα καταπληκτικό μαγαζί για μένα και δεν υπάρχει αλλού. Και άλλα μαγαζιά που υπάρχουνε και είναι αλυσίδες ή franchising έχουνε δώσει

πολύ βάρος για να δώσουνε μια καλή εικόνα, επειδή περνάει πολύς κόσμος, έχουν δώσει πολύ βάρος στα καταστήματα αυτά μέσα στο ‘The Mall’ και είναι μια ωραία ατμόσφαιρα. Τον πρώτο καιρό γύρναγα πάρα πολύ. Από ένα σημείο και μετά πάω σε κάποια συγκεκριμένα που τα ξέρω.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 26 ετών, κάτοικος Θρακομακεδόνων)

«Μου αρέσει που έχει πολύ κόσμο και είναι ανοιχτός χώρος και τους βλέπω όλους, μου αρέσει. Αν και όταν πήγα πρώτη φορά δεν μου είχε αρέσει.

Ερώτηση: Για ποιο λόγο;

Απάντηση: Μου φαινόταν σαν γήπεδο, σαν αχανές πράγμα, δεν το είχα συνηθίσει. Αλλά τώρα που το έχω συνηθίσει και πηγαίνω σε συγκεκριμένα μέρη, γιατί ξέρω που θα κοιτάξω που είναι ο κόσμος. Γιατί τώρα το έχω σαν...ξέρω που είναι το καθετί και που να πάω. Τότε ήταν ένα αχανές πράγμα δεν ήξερα τίποτα.

Ερώτηση: Και πόσο καιρό σου πήρε για να το συνηθίσεις;

Απάντηση: Μου πήρε...δεν είναι τόσο με μήνα...νομίζω από την Πέμπτη φορά που πήγα το συνήθισα, γιατί αν πας πέντε φορές στο ίδιο μέρος και κάνεις το ίδιο πράγμα και πας εκεί συνήθως που πηγαίνεις μέχρι τότε και κάνεις και μικροβολτούλες και αναγνωρίζεις το μέρος. Αλλά συνήθισα στις πέντε, έξι φορές.

Ερώτηση: Τώρα που το ξέρεις έχεις καθόλου την αίσθηση του αποπροσανατολισμού;

Απάντηση: Ξέρω που είναι τα μαγαζιά, τα σουπερ μάρκετ, τα φαγάδικα εκεί που μπερδεύομαι πάντα είναι στο πάρκινγκ.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

Ο στόχος της συγκεκριμένης αρχιτεκτονικής διάταξης είναι εκπαιδευτικός. Σύμφωνα με την υπεύθυνη της μείξης των χρήσεων, το ελληνικό κοινό δεν έχει μάθει να κυκλοφορεί σε εμπορικά κέντρα, επομένως:

«θα πρέπει τον κόσμο να τον πάρεις από το χέρι και να τον οδηγήσεις διά της ‘βίας’, που σημαίνει να τον αναγκάσεις να περπατήσει και να κάνει κύκλο’ γενικότερα θέλεις να υποχρεώσεις τον κόσμο να κάνει κίνηση. Η λογική του σχεδιασμού είναι ότι γενικότερα του δημιουργείς

διαδρομές, οι οποίες δεν έχουν στεγανά, δεν έχουν νεκρά σημεία, γιατί δεν θα πάει».

Είναι χαρακτηριστικό ότι η χρήση λέξεων και εκφράσεων, όπως «υποχρεώσεις», «διά της βίας», συμπληρωνόταν στη συνέντευξη άμεσα με την επισημάνση «εντός εισαγωγικών». Αυτή η λογική της έμμεσης, «εκλεπτυσμένης» μορφής διακυβέρνησης, με την έννοια της «διευθέτησης της διαγωγής των ατόμων» κατά τον Μ. Foucault⁴²⁷, αποτυπώνεται στη χρήση λέξεων και φράσεων, που αφενός ενέχουν πειθαρχική απόχρωση και αφετέρου μετριάζονται εντός εισαγωγικών. Η ενορχήστρωση της κίνησης των ατόμων στοχεύει στην προώθηση των επιλογών στα μάτια των επισκεπτών.

Η εκπλήρωση του καθήκοντος (εκπαιδευτικού, στρατιωτικού, εργασιακού, κατασταλτικού, αναμορφωτικού) στο όνομα του οποίου ασκούσαν η πειθαρχική εξουσία αντικαθίσταται από την ποικιλία επιλογών. Από την αυθαίρετη, αποσπασματική, θεαματική αποκάλυπτη βία των προνεωτερικών χρόνων και την προγραμματισμένη συστηματοποιημένη, εντατικοποιημένη και θεσμισμένη, νομιμοποιημένη πειθαρχική εξουσία των νεωτερικών χρόνων, περνάμε σε πιο εκλεπτυσμένες και άδηλες μορφές κοινωνικής πειθαρχίας και ελέγχου.

Στη ύστερη νεωτερικότητα όπου η έννοια της «ελευθερίας επιλογών» ανάγεται σε ύψιστη κοινωνική αξία με αναφορές σε όλα τα επίπεδα της κοινωνικής πραγματικότητας (αγορά εργασίας, εκπαίδευση-προσόντισμός, κατανάλωση κ.λπ.), οι έννοιες της ηθικής, του καθήκοντος, του περιορισμού τείνουν να εξαλειφθούν τόσο από τον καθημερινό λόγο όσο και από τον πολιτικό. Από την απορρύθμιση της αγοράς εργασίας, την «απελευθέρωση» του χώρου της παιδείας από την κρατική εγγύηση μέχρι την ανάπτυξη εμπορικών κέντρων, δηλαδή οριοθετημένων, κλειστών περιβαλλόντων με ενορχηστρωμένη αρχιτεκτονική διαρρύθμιση, η ρητορεία περί επιλογής επιδιώκει να λειτουργήσει νομιμοποιητικά σε θεσμικό ή/και σε φαντασιακό επίπεδο. Η δυνατότητα της επιλογής ανάγεται σε ρυθμιστική αρχή πολιτικών αποφάσεων, πρακτικών και τεχνικών. Εδώ θα μπορούσαμε να πούμε ότι η έννοια και η εμπειρία της «ελευθερίας της επιλογής» αποτελούν ένα πεδίο νέων, έμμεσων μορφών διευθέτησης της συμπεριφοράς και της σκέψης των ατόμων.

⁴²⁷ Μ. Φουκό, «Δύο δοκίμια για το υποκείμενο και την εξουσία, στο Μ. Φουκό, *Η μικροφυσική της εξουσίας*, ό.π., σελ. 91-2.

1.2.2. Η μείξη των χρήσεων: η χωρική κατανομή των μαγαζιών και των υπηρεσιών

Με υπόβαθρο την αρχιτεκτονική διαρρύθμιση του χώρου, η μείξη των εμπορικών και ψυχαγωγικών χρήσεων συμβάλλει στην καθοδήγηση της κίνησης των ατόμων εντός του χώρου. Όσον αφορά τα μαγαζιά κράχτες ή αλλιώς άγκορες ('anchor tenants')- άγκυρες, αυτοί είναι τοποθετημένοι στις γωνίες του χώρου, όπως φαίνεται στην κάτωψη με κόκκινο χρώμα. Η λογική της κατανομής τους μέσα στο χώρο είναι η προώθηση της κίνησης των επισκεπτών από άγκορα σε άγκορα, με αποτέλεσμα να διανύεται όλη η επιφάνεια του κάθε ορόφου. Ας ακούσουμε τον ίδιο τον αρχιτέκτονα:

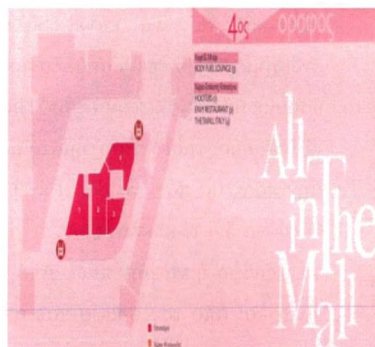
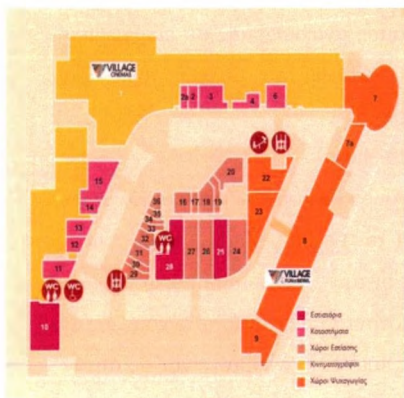
«Ουσιαστικά το εσωτερικό αν το δει κανένας σε όλα τα malls έχει τα εξής χαρακτηριστικά: έχει εκεί στις πλατείες που είναι οι χώροι κίνησης μαζεύονται αυτό που λέμε οι άγκορες, οι άγκυρες, δηλαδή τα μεγάλα μαγαζιά ('Zara', supermarket, 'Fnac') μεγάλοι οίκοι με τα πολλά τετραγωνικά και το ενδιάμεσο και το κεντρικό είναι τα μικρά μαγαζιά που σου δίνουν το retail, δηλαδή το λιανικό εμπόριο, όπως θα λέγαμε. Αυτό είναι μια λογική για να μπορεί να πηγαίνει ο επισκέπτης, γιατί τα μεγάλα μαγαζιά τραβάνε τον πολύ κόσμο να μπορεί να κάνει τον κύκλο και για αυτό έχει μια είσοδο και έξοδο αν το δεις. Μπαίνεις, κάνεις τον κύκλο, βγαίνεις, για να υπάρχει επισκεψιμότητα σε όλο το χώρο και όσο βάλεις σε γωνίες τα μαγαζιά τόσο πιο πολύ, όπως τα σινεμά στον τρίτο όροφο για να ανεβαίνει μέχρι επάνω και τα φαγητά έτσι για να ανεβαίνει μέχρι επάνω κάνοντας βόλτες τόσο πιο πολύ είναι επιτυχημένο με την έννοια ότι ο κόσμος αναγκάζεται, σε εισαγωγικά 'αναγκάζεται', να κάνει βόλτα για να δει το μαγαζί του, άρα ενδεχομένως βλέπει και άλλα πράγματα».

Ας ακούσουμε μια επισκέπτρια του 'The Mall Athens':

«Είναι δύο, τρία καταστήματα που σίγουρα θα περάσω και για βόλτα να μην πάω, θα πάω να δω τι έχει. Είναι τα 'Oisho', 'Zara', 'Sfera', γιατί θέλω να δω τι κυκλοφορεί, τι γίνεται, οι τιμές πως πάει, μπορώ να πάω να ψωνίζω ή να μην πάω. Από αυτά στάνταρ περνάω, γιατί νομίζω ότι είναι και από τον όροφο που μπαίνεις από τον σταθμό είναι σε αυτόν τον όροφο. Λες 'άρα δεν είναι να ανέβω, να κατέβω' και τέτοια περίεργα. Και νομίζω ότι οι περισσότεροι καταλήγουν εκεί πάνω που τρως. Στα 'Goody's' και κάθονται εκεί στα τραπέζια. Εκεί λίγο πολύ

νομίζω ότι όλοι εκεί καταλήγουν. Γιατί εκεί στάνταρ θα καταλήξω. Δηλαδή δεν υπάρχει πιθανότητα να κάνω βόλτα και να μην πάω να φάω ή έστω να κάτσω να πiw έναν καφέ, κάτι...» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Η υψηλή αναγνωρισιμότητα των μαγαζιών κραχτών εγγυάται την επισκεψιμότητα, γεγονός το οποίο ευνοεί και τα μικρότερα μαγαζιά, τα οποία μεσολαβούν μεταξύ των αγκυρών. Τα μαγαζιά κράχτες λειτουργούν ως όροι αναφοράς σε επίπεδο πόλης («ο κόσμος θα διασχίσει όλη την Αθήνα για να πάει να βρει ένα Zara») πόσο μάλλον στο επίπεδο ενός κλειστού και οριοθετημένου περιβάλλοντος, όπως το 'The Mall Athens', όπου οι αποστάσεις είναι σαφώς μικρότερες. Με εξασφαλισμένη, λοιπόν, την ελκυστικότητα αυτών των μαγαζιών, η συγκεκριμένη επιλογή και κατανομή τους συνιστά μια τεχνική διευθέτησης της κίνησης του βλέμματος και του σώματος.



Πηγή: Διαφημιστικό φυλλάδιο του 'The Mall Athens'

Σε αυτό το σημείο πρέπει να διευκρινίσουμε ότι δεν υπονοείται κάποια αυτοματοποιημένη κίνηση των ατόμων ή κάποιος αναπόδραστος μαγνητισμός των εμπορευμάτων στην άβουλη μάζα των καταναλωτών, αλλά μια ελκυστικότητα των εμπορευμάτων και της «ατμόσφαιρας» του χώρου. Αυτή η ελκυστικότητα των εμπορευμάτων αποτελεί συστατικό μέρος του καταναλωτικού τροπισμού, δηλαδή του τρόπου αντίληψης, των γνωστικών αποθεμάτων (βλ. συμβολικές αξίες συναρθρωμένες με εμπορεύματα), της σκέψης και της συμπεριφοράς των ατόμων.

Στο δεύτερο όροφο, ένα μαγαζί άγκορας ('Sfera') έχει τοποθετηθεί στον εσωτερικό πυρήνα του στρεβλού τραπεζιού, όπως επίσης και μαγαζιά ψηλής αναγνωρισιμότητας ('Pull and Bear', 'J.Bournazos'), προκειμένου να περάσει ο επισκέπτης μέσω των γεφυρών στο απέναντι «μπαλκόνι-διάδρομο», για να διανύσει και την εσωτερική διαδρομή. Για την στρατηγική της τοποθέτησης των ανκόρων, η υπεύθυνη της μείζης των χρήσεων του χώρου αναφέρει:

«Ποιά είναι τα βασικά σημεία που θέλεις να πάει; Βγαίνει εδώ πέρα από τη σκάλα, θες να τον υποχρεώσεις να κάνει αυτή την απόσταση· άρα τι κάνεις; Του βάζεις έναν 'anchor tenant' εδώ πέρα. Θέλεις να φτάσει εδώ, του βάζεις 'anchor tenant' εδώ. Το ίδιο και εδώ πέρα. Οπότε ουσιαστικά για να δει τους τρεις 'anchor tenants', έχει κάνει το γύρο του 'The Mall'».

Και συνεχίζει λέγοντας ότι:

«...γενικότερα σαν 'pattern' ισχύει. Το βάζω για να κάνει γύρω-γύρω τη βόλτα· βάζω κάποιους και στο εσωτερικό για να τον βάλω να περάσει απέναντι να δει. Να περάσει εδώ που έχει τις γέφυρες, ουσιαστικά απέναντι για να κάνει και την εσωτερική βόλτα. Γιατί εδώ έχει δύο διαδρομές, η μια είναι εσωτερική και μια εξωτερική».

Ένα ακόμη παράδειγμα στρατηγικής προώθησης συγκεκριμένων επιλογών αφορά τον 3^ο όροφο, όπου η επιλογή τοποθέτησης των ταχυφαγείων ('fast-food') απέναντι από τις κινηματογραφικές αίθουσες δεν ήταν τυχαία. Η υπεύθυνη της μείζης των χρήσεων αναφέρει:

«...δεν μπήκανε τυχαία. Αφού μπήκανε εδώ 'Village', μπήκανε 'food core' απέναντι, που σημαίνει βγαίνεις από τους κινηματογράφους, το βλέπεις και κάθεσαι».

Ας ακούσουμε έναν επισκέπτη:

«Μπορείς να πας σινεμά και μετά δίπλα ακριβώς να φας και ας πούμε να διαλέξεις μεταξύ πολλών επιλογών' έχει διάφορα 'fast-food', εστιατόρια ή μπορώ να πιω ποτό γιατί έχει μπαράκια. Και όλα αυτά είναι δίπλα, δηλαδή είσαι ένα βήμα από το σινεμά. Δηλαδή συνδυάζεις τα πάντα πολύ εύκολα.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

Επίσης, η τεχνική της μείξης των χρήσεων επιδιώκει να αποτυπώσει χωρικά έναν καταναλωτικό συνειρμό. Η συγκέντρωση («γκρουπάρισμα») συναφών εμπορικών χρήσεων δημιουργεί «γωνίες-μέρη» με ταυτότητα, δηλαδή «γωνία γυναικείας μόδας», ανδρικής, νεανικής, παπουτσάδικων, είδη σπιτιού. Η προσπάθεια αυτή τείνει να αναπαράγει εντός του πεδίου το φαινόμενο συγκέντρωσης συναφών εμπορικών μαγαζιών, όπως παρατηρείται σε κεντρικούς εμπορικούς δρόμους (π.χ.: στην Ερμού και σε συγκεκριμένα σημεία της πόλης). Η συγκέντρωση των συναφών χρήσεων σε ένα κλειστό περιβάλλον εξυπηρετεί αφενός τη δυνατότητα της σύγκρισης τιμών, προϊόντων ομοειδών και αφετέρου το διαφημιστικό σλόγκαν: 'All in The Mall'. Ας ακούσουμε τον εμπορικό διευθυντή του 'The Mall Athens' και στη συνέχεια τους ίδιους τους επισκέπτες:

«Το 'The Mall' ' άνοιξε τις πύλες του στο κοινό τον Νοέμβριο του 2005, φέρνοντας μαζί του μια νέα, φρέσκια αντίληψη και συνδυάζοντας αμέτρητες αγοραστικές και ψυχαγωγικές δυνατότητες σε έναν και μόνο προορισμό!». ⁴²⁸

«Επειδή έχει καταστήματα που δεν υπάρχουν αλλού και είναι όλα μαζεμένα, γιατί άμα πας Ερμού ή πας αλλού πρέπει να περπατήσεις πάνω κάτω, ο πρώτος 'Zara', ο δεύτερος, ο τρίτος. Ενώ εκεί είναι όλα μαζεμένα. Δεν σου αρέσει το ένα κοιτάς να πας στο διπλανό να δεις τι έχει. Είναι πολύ βολικό αυτό, που είναι κοντά. Μπορείς να κάνεις μια ωραία έρευνα αγοράς να δεις τι γίνεται χωρίς να ξεποδαριαστείς.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Άμα θέλω να κάνω έρευνα αγοράς μου φαίνεται πρακτικό. Γιατί έχει τρεις ορόφους και είναι μαζεμένα τα μαγαζιά και είναι νομίζω τοποθετημένα θεματικά οπότε σε βοηθάει αυτό από μόνο του. Έχει

⁴²⁸ 'The Mall Magazine', Νοέμβριος 2006, #1.

αρκετά πράγματα και σκοτώνεις ώρα. Και λόγω καλού μάρκετινγκ σου αποσπά την προσοχή της να μπει στα μαγαζιά να κάνει έρευνα αγοράς, πολύ βασικό, δηλαδή σε αυτό σε βοηθάει να συγκρίνεις τιμές 'μπαμ-μπαμ' και έχει και ποικιλία αρκετή πιστεύω.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 20 ετών, κάτοικος Παράδεισου Αμαρουσίου)

«Άμα θέλεις να κάνεις έτσι έρευνα και σε ενδιαφέρει να πάρεις επώνυμα από το να ψάχνεις στο Χαλάνδρι, στην Αγ.Παρασκευή, πας εκεί και τα βρίσκεις όλα μαζεμένα.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 50 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Για να έχω μια πιο σφαιρική αντίληψη για το τι κυκλοφορεί στην αγορά σε σύντομο χρονικό διάστημα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 48 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Πέρα από τη σύγκριση, η μείξη των χρήσεων επιδιώκει να αναπαράγει μια «συνειρμική αλυσίδα κατανάλωσης» και με αυτόν τον τρόπο να καλύψει όλες τις δυνατές καταναλωτικές ανάγκες των επισκεπτών. Η υπεύθυνη της μείξης των χρήσεων αναφέρει χαρακτηριστικά:

«Ουσιαστικά το περπατάνε και καλύπτουνε σιγά-σιγά όλες τις ανάγκες. Με μια λογική δεν μπορείς να τον βάζεις να κοιτάει ρούχα, να του ρίξεις μερικά έπιπλα, να τον βάλεις να ξανακοιτάξει ρούχα, να του ρίξεις παιχνίδια, να τον βάλεις να κοιτάξει γυαλιά, να του ρίξεις παπούτσια, να τον βάλεις να κοιτάξει παπλώματα. Γιατί; Γιατί το ένα πάει στο άλλο και στο μυαλό μας. Τι είναι; Έχω βγει να αγοράσω ρούχα' 'Α! ωραία να αγοράσω και κάποιο παπούτσι που να ταιριάζει με τα ρούχα' γιορτάζει ο φίλος μου να του πάρω αυτονουά κάτι'. Αν βάλεις το συνειρμό με τον οποίο ψωνίζουμε, αυτό το συνειρμό ουσιαστικά θέλεις να τον βάλεις στο εμπορικό κέντρο».

Ας ακούσουμε και τους επισκέπτες του εμπορικού πολυχώρου:

«Είναι κάποια μαγαζιά που είναι όλα μαζί. Δεν έχει δηλαδή τα βιβλία με τα ρούχα. Είναι κάπως σε μια τάξη ωραία. Δηλαδή άμα ψάχνεις κάτι συγκεκριμένο ξέρεις πάνω κάτω που θα πας, δηλαδή δεν θα ψάχνεις δέκα ώρες. Αυτό και ότι πάνω έχει μόνο καφετέριες και δεν χρειάζεται αν της να πας σινεμά να πηγαίνεις κάτω, καφέ να πηγαίνεις πάνω. Αυτό

να είναι διασκορπισμένα στις 3 άκρες του ορίζοντα...» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 15 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Καλύπτει κάποια πράγματα. Είναι τα μαγαζιά με τα ρούχα εδώ, είναι οι καφετέριες εκεί, για να φας ό,τι θέλεις εκεί ο σινεμάς, γενικά είναι αρκετά ικανοποιητικό γιατί είναι όλα όσα χρειάζεται για να διασκεδάσει ένας νέος δίπλα του. Είναι δίπλα, είναι όλα σχετικά κοντά. Δεν χρειάζεται να πας για καφέ και μετά να περπατήσεις πολύ μακριά για να πας για φαγητό, για μπόουλινγκ. Για αυτό το λόγο γιατί είναι όλα εκεί.»

(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 14 ετών, κάτοικος Παγκρατίου)

Ο καταναλωτικός συνειρμός ως πρότυπο κατανάλωσης στον «εν-τάξει» μικρόκοσμο του 'The Mall Athens' βρίσκει το ιδανικό πεδίο «έκφρασης». Σε ένα περιβάλλον ασφαλές, τακτοποιημένο μονωμένο και επιμελώς διαρρυθμισμένο, ευνοείται ο καταναλωτικός συνειρμός λόγω της ποικιλίας επιλογών, της επεξεργασμένης συγκέντρωσης των χρήσεων και της αποκλειστικότητας της καταναλωτικής δραστηριότητας. Η συνειρμική αλυσίδα δεν απειλείται με απόσπαση της προσοχής από ένα εξωτερικό (ως προς την κατανάλωση) ερέθισμα ή από ένα περιορισμό επιλογών, μια απογοήτευση. Αυτή η επιδίωξη αντανακλάται στο διαφημιστικό σλόγκαν του εμπορικού κέντρου «All in The Mall» ή αλλιώς «όλοι» μπορούν να καλύψουν «όλες» τις ανάγκες τους (καταναλωτικές) σε «ένα και μόνο προορισμό».

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα της λογικής της μείξης των χρήσεων είναι η επιλογή κατανομής των μαγαζιών στην είσοδο του χώρου στον 2^ο όροφο. Κατά κύριο λόγο, το κομμάτι στο οποίο έχει αρχικά πρόσβαση ένα επισκέπτης έχει διαμορφωθεί ως «γωνία γυναικείας μόδας». Στόχος αυτής της κατανομής είναι, κατά την υπεύθυνη της μείξης των χρήσεων, η κοινωνική ομάδα που παρουσιάζει πιο έντονη καταναλωτική δραστηριότητα:

«Συνήθως ποιοί ψωνίζουν στα εμπορικά κέντρα; Σε μεγάλο βαθμό ψωνίζουν οι γυναίκες. Πώς θα τους κινήσεις λοιπόν; Θα τους βάλεις στη δικιά τους μόδα μέσα».

1.3. Τεχνικές «κινητοποίησης»: Αποπροσανατολισμός και ανοδικός προσανατολισμός

Στο 2^ο όροφο, η μόνη είσοδος/έξοδος του χώρου λειτουργεί αποπροσανατολιστικά, καθώς δίνει την αίσθηση ότι εκεί βρίσκεται το ισόγειο. Ο μεγάλος συντελεστής δόμησης αλλά η σχετικά μικρή κάλυψη, οδήγησε στη δημιουργία 4 ορόφων, γεγονός το οποίο αξιολογείται ως μειονέκτημα για ένα εμπορικό κέντρο, εφόσον ιδανικός αριθμός ορόφων θεωρούνται οι δύο. Η επιλογή της κατασκευής της κεντρικής εισόδου/εξόδου στο 2^ο όροφο μετριάζει την αίσθηση της κυκλοφορίας σε 4 ορόφους, η οποία δεν είναι εγγυημένη. Στην περίπτωση του 'The Mall Athens', η είσοδος του επισκέπτη στο 2^ο όροφο σε συνδυασμό με το κίνητρο της διασκέδασης στον 3^ο και 4^ο όροφο αλλοιώνει την εντύπωση των 4 επιπέδων. Ο επισκέπτης μπορεί να κατέβει δύο επίπεδα (1^ο και ισόγειο) για να κάνει τις αγορές του και μετά να ξαναβρεθεί στην «αρχή», δηλαδή στην κύρια είσοδο του χώρου. Υποστηρίζει η υπεύθυνη της μείξης των χρήσεων ότι:

«Μπαίνεις ουσιαστικά στο +2. Αυτοί οι οποίοι έρχονται με το τρένο, πεζή ή με ταξί μπαίνουν ουσιαστικά σε αυτόν τον όροφο και τι επιλογή έχουν; Ή να κατεβούνε δύο ορόφους ή να ανεβούν ένα. Άρα δεν έχουν να πάνε 4 ορόφους. Κλέβοντας εντός εισαγωγικών. Δηλαδή ψυχολογικά έχουνε να κάνουνε μικρότερη απόσταση. Και όταν είναι εδώ κάτω θα ανεβούνε στον 4^ο που έχει φαγητό, γιατί θα φάνε, γιατί θα κάτσουνε να πιούνε έναν καφέ, γιατί θα πάνε για τη διασκέδασή τους, αλλά σε επίπεδο καταστημάτων ουσιαστικά έχουνε τους δύο ορόφους από κάτω για να ανέβουνε. Αυτοί οι οποίοι μπαίνουνε από το πάρκινγκ, έχουνε να κάνουνε 4 ορόφους, αλλά επειδή εδώ πέρα (σ.σ.: 2^{ος} όροφος) κάπου έχουνε την αίσθηση ότι ξαναβρίσκονται στο μηδέν (0), γιατί βλέπουν την έξοδο, τον κόσμο να βγαίνει, να μπαίνει, κάπως μπερδεύεις την κατάσταση».

Και ο αρχιτέκτονας του εμπορικού κέντρου αναφέρεται σε αυτό λέγοντας ότι:

«Καταρχήν δεν μπαίνεις...επειδή είναι τετράωροφο, για να μην ανεβαίνεις 4 ορόφους, μπαίνεις στο δεύτερο. Ανεβαίνεις δύο, κατεβαίνεις δύο, άρα είσαι στη μέση μπαίνοντας».

Ας ακούσουμε και μια επισκέπτρια του εμπορικού κέντρου σχετικά με την αρχική αίσθηση αποπροσανατολισμού:

«Στην αρχή αναγκαζόμουν και έκανα ...τον πλήρη κύκλο τώρα πια πάω και σε συγκεκριμένα σημεία. Τις πρώτες φορές, τώρα δεν έχω καμία αίσθηση αποπροσανατολισμού.

Ερώτηση: Τι ήταν αυτό που σε αποπροσανατόλιζε;

Απάντηση: Το ότι δεν ήταν εμφανής η ένδειξη του start. Δηλαδή το ότι από εδώ ξεκινάμε. Ουσιαστικά αυτά είναι κύκλοι σε κάθε όροφο, μέχρι να συνειδητοποιήσεις ότι αυτό είναι κύκλος δεν ήξερες αν θα έπρεπε να πας δεξιά ή αριστερά. Διαισθηση της διεύθυνσης δηλαδή.»

(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 48 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Στο μικρόκοσμο της καταναλωτικής τάξης, η κούραση, η ανία, η ενόχληση δεν έχουν θέση και οι τεχνικές είτε της αρχιτεκτονικής διαρρύθμισης είτε της μείξης των χρήσεων και της διαφήμισης επιδιώκουν να ανανεώνουν το ενδιαφέρον συνεχώς. Η ίδια επισκέπτρια αναφέρεται στη σταδιακή εξοικείωση με το περιβάλλον του εμπορικού κέντρου:

«Επίσης μου αρέσει επειδή το ένα μαγαζί είναι δίπλα στο άλλο. Τώρα πια έχω μάθει τι έχει ο κάθε όροφος κινούμαι πάρα πολύ άνετα και μπορεί να κάνω πολύ σύντομο χρονικό διάστημα για να βρω το κάθε πράγμα χωρίς να ψάχνω. Δηλαδή μπορεί να έχω στη διάθεση μου μια ώρα και να καταφέρω να βρω αυτό που ψάχνω συγκεκριμένα να το πάρω και να φύγω. Αυτό είναι αβαντάζ σε σχέση με άλλα μαγαζιά που είναι χύμα. Επίσης μου αρέσει πολύ η δυνατότητα του να πιείς καφέ...Μου αρέσει και η δυνατότητα να δω και μια ταινία.»

(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 48 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Ως τεχνική καθοδήγησης και οπτικού προσανατολισμού μπορεί να θεωρηθεί ο συνδυασμός του «κλιμακωτού φαραγγιού» με το μεγάλο ύψος του χώρου. Από το ισόγειο (0) στη μια πλευρά του χώρου αρχίζει ένα άνοιγμα των υπόλοιπων επιπέδων, έτσι ώστε να σχηματίζεται μια «ανάποδη κλιμακωτή πυραμίδα», η οποία λειτουργεί ως μια οπτική οδηγία προς τα πάνω, προς το τεχνητό θόλο. Ο αρχιτέκτονας του 'The Mall Athens' αναφέρει ότι:

«...έχει μια κλιμακωτή ανάποδη πυραμίδα, που όσο ανεβαίνεις σου ανοίγει το άνοιγμα για να μην σε πλακώνει...ένα άλλο πράγμα που είναι μοναδικό στο ελληνικό σε σχέση με τα άλλα είναι ότι εμείς στον τελευταίο όροφο δώσαμε πάρα πολύ μεγάλο ύψος με αυτό το διαφανές πολυκαρβονικό υλικό, ακριβώς για να έχει μια ανάταση, για να μην σε

πνίγει. Συνήθως τα malls δεν είναι έτσι, είναι χαμηλά. Η οροφή, η οποία είναι πάρα πολύ ψηλή, επιτρέπει για να νομίζεις ότι είναι ουρανός... να μην είναι κλειστό, αλλά θέλεις να έχεις την αίσθηση ότι είναι ανοιχτό».

Ο ανοδικός οπτικός προσανατολισμός σε συνδυασμό με την υψηλή οροφή και το κίνητρο της εστίασης και διασκέδασης προωθεί την κάλυψη από τα άτομα ενός μεγάλου μέρους ή και ολόκληρου του πεδίου. Προκειμένου να επιτευχθεί η επισκεψιμότητα, οι διάφορες τεχνικές αρχιτεκτονικής διαρρύθμισης και μείξης-κατανομής των χρήσεων δημιουργούν διαδρομές, ευνοούν πορείες, καθοδηγούν και εκπαιδεύουν, μέσω της εμπέδωσης του «σωστού-κανονικού» τρόπου κίνησης εντός του μικρόκοσμου της κατανάλωσης.

1.4. Συμπεράσματα πάνω στις «τεχνικές καθοδήγησης»

Σε αυτό το κεφάλαιο προσπαθήσαμε να διαβάσουμε την αρχιτεκτονική διαρρύθμιση του χώρου και την κατανομή των χρήσεων ως τεχνικές καθοδήγησης των επισκεπτών εντός του χώρου. Η διαχείριση της κίνησης των επισκεπτών στο χώρο βασίζεται αρχικά στην προϋπόθεση ότι ένας τέτοιος χώρος θα καταστεί πολυσύχναστος. Η προσδοκία των ανθρώπων που το σχεδίασαν, το κατασκεύασαν και αυτών που το διαχειρίζονται είναι το 'The Mall Athens' να αποτελέσει ένα εμπορικό κέντρο που θα συγκεντρώνει μεγάλο όγκο επισκεπτών και ταυτόχρονα θα αποφέρει μεγάλα κέρδη. Η επιδίωξη αυτή επιτεύχθηκε με την τοποθέτηση μαγαζιών υψηλής αναγνωρισιμότητας και προσεγγίσιμων τιμών, με τη συγκέντρωση ποικίλων δραστηριοτήτων και με την ευκολία πρόσβασης. Ο μεγάλος όγκος επισκεπτών και η ανάδειξη του 'The Mall Athens' σε σημείο αναφοράς, σε τοπόσημο στο αστικό φαντασιακό, όπως αναδύεται από το λόγο των επισκεπτών, αναδεικνύει τη σύγκλιση των επιδιώξεων της εταιρείας που κατασκεύασε και διαχειρίζεται το εμπορικό κέντρο με την προτίμηση των ατόμων για αυτό το χώρο. Οι παρομοιώσεις του εμπορικού κέντρου με «μια μικρή πόλη» και με «σπίτι» από επισκέπτες αναδεικνύει ακριβώς την εδραίωση στο φαντασιακό των ατόμων του χώρου ως ενός περιβάλλοντος που συγκεντρώνει πολλές χρήσεις, καλύπτει ανάγκες, προσφέρει πολλές επιλογές και που είναι οικειοποιήσιμος:

«...θέλει να σε κρατήσει μέσα στο στιλ ότι είναι, ρε παιδί μου, σαν μια μικρή πόλη, δηλαδή είτε είσαι στην έξω πόλη ή στο 'The Mall' είναι σαν να είσαι πάλι σε μια πόλη. Είσαι σε ένα τόσο μεγάλο μέρος, που είναι σαν ένα χωριό και τα παρομοιάζεις ότι σπιτάκια γύρω-γύρω

είναι τα μαγαζιά ή τα φαστφουντάδικα, τα σινεμά ή το ο,τιδήποτε και όλος ο κόσμος έχει σαν σκοπό είτε τα αγοράσει κάτι ή το να...πάντως να δώσει εκεί λεφτά, χωρίς να είναι αυτό μεμπτό, έτσι; Είναι προσωπική άποψη του καθενός. Οπότε είναι μια κοινωνία, πιστεύω ότι είναι σε μια πόλη άλλη μια πόλη μέσα, για αυτό το θεωρώ έτσι.

Ερώτηση: Είπες ότι το επισκέπτεσαι κάθε εβδομάδα. Τί είναι αυτό που σε τραβάει στο 'The Mall';

Απάντηση: Είναι αυτό που σου είπα για το χωριό. Μπορείς να βρεις σουβλάκι, το πιο ακριβό εστιατόριο, ένα πολύ καλό καφέ, μια πολύ καλή ταινία, ένα πολύ απλό ή ένα πολύ πλούσιο ντύσιμο, βρίσκεις τα πάντα μέσα. Όπως και να το κάνουμε είναι στόχος που είχαν βάλει και τον πετύχανε, δηλαδή ότι θα κάνουμε αυτό, ο κόσμος θα έρχεται και θα έχει ό,τι θέλει. Πραγματικά όσες φορές έχω κάτσει να το σκεφτώ και με συζητήσεις με τα παιδιά και τέτοια δεν έχω βρει κάτι που να λείπει, ποτέ. Δηλαδή ακόμα και όταν φτιάχτηκε στους ολυμπιακούς αγώνες που πήγαινε να δείξει ευρωπαίος και τέτοια...ακόμα και το σουβλάκι που είναι το πιο χαμηλό φαγητό του ελληνικού λαού μπήκε μέσα. Και μπήκε όχι σε ένα μαγαζί αλλά σε δύο, τρία. Μπήκανε μπόουλινγκ, μπήκανε μπιλιάρδα, τα μπιμπιλίκια, τα ηλεκτρονικά με τα κέρματα που υποτίθεται ότι ήταν απαγορευμένα και πουθενά δεν τα έβρισκες. Οπότε ακόμα και ένας δεκαπεντάχρονος που πέρασε το γυμνάσιο σαν έφηβος όλη την ώρα να σκορπάει κέρματα εκεί πέρα μπορεί να πάει να ξεχαστεί και πει 'ωχ, σαν παιδί πάλι'.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 19 ετών, κάτοικος Ν.Ηρακλείου)

«Μέσα στην πόλη μου φαίνεται σαν μια πιο μικρή πόλη. Πως βγαίνεις έξω να κάνεις δουλειές, να ψωνίσεις, να φας, να πας σούπερ-μάρκετ, αυτά μπορείς να κάνεις και στο 'The Mall'. Στο 'The Mall' έχει και να δουλέψεις, άμα θέλεις μπορείς. Πως θα βγω να πάω στη δουλειά μου, μετά να πάω στο σπίτι μου. Όταν θέλω να διασκεδάσω, να κάνω τα ψώνια μου, τις δουλειές μου θα πάω στην πόλη. Ε, το ίδιο μπορείς να κάνεις και στο 'The Mall'. Να πας να κάνεις τα ψώνια σου. Έχει τα πάντα σούπερ-μάρκετ, καφέδες, μπαράκια, τα πάντα. Και είναι σαν

μια μικρή πόλη μέσα στην πόλη. Και τουλάχιστον τώρα που είμαι φοιτητής και αυτό που κάνω στον ελεύθερο μου χρόνο είναι η ψυχαγωγία.[...]Και σαν αυτό να είναι μια μικρότερη πόλη στην πόλη, σαν να ζούμε εκεί στον ελεύθερο μας χρόνο.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

«Η αίσθηση που δίνει ότι σαν να είσαι σε ένα μεγάλο σπίτι. Γιατί σου παρέχει τα πάντα, δηλαδή ακόμα και αν δεν ήθελες πραγματικά να ξοδέψεις τίποτε μπορούσες να καθίσεις στους κοινόχρηστους χώρους [...]Αράζαμε με τις ώρες παίρναμε, τρώγαμε, πίναμε, κάναμε και αράζαμε [...]Γιατί μπαίνεις σε ένα χώρο ο οποίος έχει μια αίσθηση ζεστασιάς. Το 'The Mall' το προσφέρει αυτό το πράγμα[...].Χαρακτηριστικά λέγαμε κάτι και γελάγαμε με την παρέα μου. Λέγαμε 'ρε παιδιά το The Mall έχει τα πάντα'. Μπορείς να πας να ζυγιστείς –το γελοιοποιώ λίγο αλλά ισχύει-, να πας στο φαρμακείο να ζυγιστείς, να δεις τα κιλά σου για παράδειγμα. Να μπεις στο Πλαίσιο να μπεις στο internet χωρίς να πληρώσεις μία. Να καθίσεις, να αράξεις με ένα κουτάκι κόκα-κόλα 10 ώρες, να πας σινεμά. Είναι σαν σπίτι, τα έχει όλα. Οι τουαλέτες είναι πεντακάθαρες, αισθανόσουν ότι...δεν σιχαινόσουν. Αισθανόσαν ότι είναι καθαρά, κάθομαι και αράζω [...] σου δίνει μια ωραία αίσθηση ότι έρχομαι εδώ, με περιποιούνται, μπορώ να δω τα πάντα, να πάρω γεύσεις από σινεμά, από φαγητά, διαφορετικές γεύσεις, από διαφορετικό ντύσιμο, από φαρμακεία, έχει τα πάντα. Τα έχει όλα. Δηλαδή το 'The Mall' τα έχει όλα. Πραγματικά τα έχει όλα.»

(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

Η εξασφάλιση υψηλής επισκεψιμότητας θέτει άμεσα και το ζήτημα της διευθέτησης της κίνησης των επισκεπτών εντός του χώρου, προκειμένου να διασφαλίζεται η αποδοτικότερη (εμπορικά) κίνηση των ατόμων. Βασική επιδίωξη ήταν η κυκλοφορία των ατόμων σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερη έκταση του χώρου. Εδώ εφαρμόστηκαν οι τεχνικές καθοδήγησης μέσω της αρχιτεκτονικής διαρρύθμισης του χώρου και της συγκεκριμένης κατανομής των χρήσεων και των υπηρεσιών. Η επιλογή του κυκλικού σχήματος, της μιας και μοναδικής εισόδου/εξόδου, η επιλογή των σημείων και των κατευθύνσεων πρόσβασης από όροφο σε όροφο (βλ.σκάλες) και η μελετημένη

κατανομή των μαγαζιών και των υπηρεσιών συνιστούν τεχνικές, όπως είδαμε, διευθέτησης της κίνησης και του βλέμματος.

Η μεγάλη έκταση του χώρου, η μεγάλη συγκέντρωση καταστημάτων και πληροφοριών και οι δυνατότητες της κίνησης που θέτει ο χωρικός σχεδιασμός, λειτουργούν κατά ιδιάζοντα τρόπο, τόσο αποπροσανατολιστικά όσο και προσανατολιστικά. Από την περιγραφή της εμπειρίας τους οι περισσότεροι επισκέπτες φαίνεται σταδιακά να εξοικειώνονται με την έκταση του χώρου, την πληθώρα των πληροφοριών και το χωρικό σχεδιασμό.

Η αναγνώριση «μερών με ταυτότητα» και ο εντοπισμός συγκεκριμένων μαγαζιών που συγκεντρώνουν το ενδιαφέρον τους σημαίνει μια νοητή χαρτογράφηση του χώρου και τη σήμανση σημείων αναφοράς. Επίσης η εξοικείωση με το χώρο, ο οποίος σταδιακά από χαώδης για αρκετούς επισκέπτες αναγνωρίζεται ως πρακτικός, λειτουργικός, και η επιθυμία για την «ατμόσφαιρα» του χώρου (φωτεινότητα, καθαριότητα, ασφάλεια, στολισμοί, events, ευχάριστο περιβάλλον κ.λπ.) υπερτερεί πολλές φορές της κούρασης που επιφέρει η βόλτα μέσα στο χώρο. Είναι χαρακτηριστικό ότι αρκετοί επισκέπτες αναφέρονται στα «αποθέματα ενέργειας» που απαιτούνται για μια βόλτα στο 'The Mall Athens'.

Αυτό που θα μπορούσαμε να πούμε είναι ότι οι περισσότεροι επισκέπτες οικειοποιούνται το χώρο του 'The Mall Athens' με τον τρόπο τους αλλά με τους όρους που επιβάλλει η χωρική διάταξη και η κατανομή των χρήσεων. Αυτό σημαίνει ότι αφενός η χωρική δομή έχει τη δυναμική να ευνοεί ή/και να επιβάλλει διαδρομές και τρόπους κίνησης του βλέμματος και του σώματος. Αφετέρου η κίνηση των ατόμων προσδιορίζεται βάσει των δικών τους προτιμήσεων και επιλογών όταν βρίσκονται και κυκλοφορούν μέσα στο χώρο. Η επιδίωξη, λοιπόν, της εκπαίδευσης του καταναλωτικού κοινού σε ένα πρωτόγνωρο για την ελληνική εμπειρία χώρο φαίνεται να πραγματοποιείται σε τέτοιο βαθμό που όχι μόνο τα άτομα εξοικειώνονται με το χώρο, χαρτογραφούν νοητικά το χώρο και εντοπίζουν σημεία αναφοράς, προσωπικών προτιμήσεων αλλά και κυρίως ότι το απαιτητικό μέρος της βόλτας έρχεται σε δεύτερη μοίρα μπροστά στην επιθυμία της καταναλωτικής πρακτικής και εμπειρίας μέσα στο εμπορικό περιβάλλον.

Η πραγματοποίηση του εκπαιδευτικού στόχου, όπως αναδεικνύεται με τη σύγκλιση των επιδιώξεων και των χωρικών πρακτικών των ατόμων, δεν πρέπει να νοηθεί ως προϊόν εφαρμογής τεχνικών καταναγκαστικής πειθαρχίας. Στην περίπτωση αυτή δεν έχουμε να κάνουμε με μια υπακοή σε κάποια αρχή, η οποία μέσω των

χωρικών και οπτικών τεχνικών εμπεδώνει στα άτομα συγκεκριμένες πρακτικές, σκέψεις και συμπεριφορές. Το ότι υφίσταται εξαναγκασμός οπτικός και σε επίπεδο κίνησης δεν πρέπει να μας παρασύρει ώστε να κάνουμε λόγο για υλικούς, πειθαρχικούς καταναγκασμούς. Είναι προτιμότερο να εκκινήσουμε από τη θέση ότι πρόκειται για μια σχέση εξουσίας συναινετικού τύπου, όπου η αρχή που διαχειρίζεται το χώρο μέσω χωρικών και οπτικών τεχνικών έχει το πλεονέκτημα να θέτει σε μεγάλο βαθμό τους όρους της εμπειρίας μέσα στο χώρο. Και το ότι μπορεί σε μεγάλο βαθμό να ορίζει την εμπειρία των ατόμων δεν οφείλεται σε μια ισχύ, σε μια κατασταλτική δικαιοδοσία ή θεσμική κανονικότητα αλλά ακριβώς στο γεγονός ότι τα άτομα προσέρχονται εκούσια στο χώρο προκειμένου να έχουν την καταναλωτική αυτή εμπειρία, με τον τρόπο που σε μεγάλο βαθμό ρυθμίζεται από τις επιδιώξεις της αρχής που κατασκεύασε και διευθύνει το χώρο.

Ο M.Weber ορίζει την πειθαρχία ως την «πιθανότητα ένας ορισμένος αριθμός προσώπων, λόγω ασκημένης συμπεριφοράς, να επιδειξει άμεση, αυτόματη και στερεότυπη υπακοή σε μια διαταγή» και διευκρινίζει ότι «η έννοια της ‘πειθαρχίας’ περιέχει την ασκημένη συμπεριφορά σε μια δίχως κριτική και αντίσταση μαζική υποταγή».⁴²⁹ Στην περίπτωση, όμως, του ‘The Mall Athens’ δεν έχουμε να κάνουμε με συμπεριφορές υπακοής σε διαταγές. Εδώ δεν έχουμε διαταγές, κανόνες αλλά διευθετήσεις με τη μορφή της παρότρυνσης. Οι χωρικές και οπτικές τεχνικές καθοδήγησης αναδεικνύουν επιλογές και παροτρύνουν τους επισκέπτες να τις καταναλώσουν –υλικά, οπτικά, συμβολικά. Ο Z.Bauman αναφέρει ότι η κανονιστική ρύθμιση περιορίζει την ελευθερία επιλογής και κρίνεται «δυσλειτουργική για την καταναλωτική κοινωνία».⁴³⁰

Η λειτουργία των τεχνικών αυτών έγκειται στην εκγύμναση των ατόμων, ούτως ώστε να μπορούν να διαχειρίζονται τα ίδια τα άτομα μεγάλες ποσότητες πληροφοριών και να οργανώνουν την καταναλωτική τους εμπειρία σε τέτοιους χώρους. Η χωρική διάταξη και η εταιρική αρχή που διαχειρίζεται το χώρο προσπαθεί να αναδείξει την

⁴²⁹ M.Weber, *Βασικές έννοιες κοινωνιολογίας*, μετ. Μ.Κυπραίος, εισ.Μαr.Weber, Κένταυρος, Αθήνα 1997, σελ.159-60.

⁴³⁰ Z.Μάουμαν, *Η εργασία, ο καταναλωτισμός και οι νέοπωχοι*, ό.π., σελ.91. Ο Μάουμαν αναφέρει ότι «οι παραδοσιακές μέθοδοι πειθαρχικής εξάσκησης είναι φανερό ότι αντιστρατεύονται τα καθήκοντα του καταναλωτή και αποδεικνύονται καταστροφικές σε μια κοινωνία που οργανώνεται γύρω από την επιθυμία και την επιλογή[...] Ο μοναδικός σκοπός κάθε κανόνα είναι η χρήση του ανθρώπινου χαρακτηριστικού της ελεύθερης επιλογής για να περιοριστεί ή να εξαλειφθεί τελείως η ελευθερία επιλογής για να παραγκωνιστούν ή να αποκλειστούν όλες οι πιθανότητες εκτός από μια –τη μία που προωθείται από τον κανόνα[...] Από τη σκοπιά της κανονιστικής ρύθμισης, της ρύθμισης που στοχεύει στην εμφύσηση της τάξης, ο αποκλεισμός της πιο βδελυρής γι’ αυτήν επιλογής, θα ισοδυναμούσε με τη θανάτωση του καταναλωτή μέσα στο ανθρώπινο ον.»

ποικιλία των επιλογών και την εμπορευματική φαντασμαγορία μέσω των χωρικών και οπτικών τεχνικών. Το πεδίο το οποίο έρχονται να ρυθμίσουν οι τεχνικές καθοδήγησης είναι ο καταναλωτικός τροπισμός των ατόμων.

Τα υποκείμενα-επισκέπτες εισέρχονται στο χώρο οικειοθελώς προκειμένου να έχουν την καταναλωτική εμπειρία ενεργοποιώντας τα σχήματα γνώσης, αποτίμησης, αντίληψης που συνιστούν ένα μέρος του καταναλωτικού τους τροπισμού. Οι τεχνικές του χώρου επιχειρούν από τη μια να ενημερώσουν, να πληροφορήσουν και να διαμορφώσουν περαιτέρω αυτά τα σχήματα και ταυτόχρονα να οργανώσουν, να διευθετήσουν την πρακτική και τη συμπεριφορά των ατόμων. Οι οπτικές και χωρικές τεχνικές του 'The Mall Athens' επιδιώκουν να εισάγουν, διά της εκγύμνασης, τα άτομα στην καταναλωτική τάξη. Δηλαδή σε ένα πρότυπο τάξης, όπου η κατανάλωση ως εμπειρία βρίσκει την καθαρότητα, την αποκλειστικότητά της. Σε αυτή την τάξη επιχειρούν να εκπαιδεύσουν τα άτομα σε μια εμπειρία καθολικά καταναλωτική. Ο καταναλωτικός τροπισμός των υποκειμένων, ως τρόπος αντίληψης, σκέψης, αξιολόγησης και πρακτικής, βρίσκει ένα χώρο όπου διευθετείται έτσι ώστε να ενεργοποιείται σε ένα αποκλειστικά εμπορευματικό περιβάλλον ή αλλιώς να «εντοπίζεται» σε μια καταναλωτική τάξη.

Πρόκειται για μια συστηματοποίηση της καταναλωτικής εμπειρίας. Η ενορχήστρωση της εμπορευματικής φαντασμαγορίας, της «ατμόσφαιρας» και ο πολλαπλασιασμός και η συστηματοποίηση των προσφερόμενων επιλογών συνιστούν τρόπους οργάνωσης και διευθέτησης της πρακτικής και της εμπειρίας των ατόμων. Η διάθεση για πληθώρα επιλογών, για αναζήτηση όλο και μεγαλύτερων και πιο έντονων απολαύσεων μέσω της θεαματικής κατανάλωσης προϋπάρχει στο σύστημα των διαθέσεων των ατόμων, στο διαμορφωμένο 'habitus'. Οι χωρικές και οπτικές τεχνικές έρχονται να συστηματοποιήσουν αυτές τις διαθέσεις ή αλλιώς να τις «σκηνοθετήσουν», να τις οργανώσουν μέσα στο χώρο, να τις ενεργοποιήσουν, να τις εντατικοποιήσουν, να τις εντείνουν, να τις διευθετήσουν, να τις ενορχηστρώσουν.

Έχουμε να κάνουμε με μια εκγύμναση στην επιλογή. Οι τεχνικές καθοδήγησης εξασκούν τους επισκέπτες στο «καταναλωτικό επιθυμείν». Δεν περιορίζουν, δεν απαγορεύουν παρά μόνο όταν απειλείται το καταναλωτικό πρότυπο τάξης και η καταναλωτική εμπειρία. Όπως σχολιάζει ο Bauman «η εκπλήρωση του λειτουργήματος

του καταναλωτή σημαίνει μεγαλύτερο αριθμό επιλογών, ανεξάρτητα εάν αυτό συνεπάγεται και περισσότερη κατανάλωση».⁴³¹

2. Η προοπτική της συνέχειας στο ‘The Mall Athens’

Όπως αναφέρθηκε στην ενότητα *Τάξη και χώρος* η αποσύνθεση της νεωτερικής θεσμικής κεντρικότητας συνεπάγεται και μια διαφορετική κοινωνικο-χωρική τάξη, η οποία ως ένα βαθμό σημαίνει την αντικατάσταση των σημείων αναφοράς στο αστικό τοπίο και στο φαντασιακό. Οι σύγχρονες μεταπόλεις δεν αναγνωρίζονται αποκλειστικά από τα δημόσια κτήρια ή τους ναούς (σύμβολα άλλοτε της κοσμικής και θεϊκής εξουσίας), αλλά σε μεγάλο βαθμό από πάρκα διασκέδασης (Disney Land), εμπορικά κέντρα και κτήρια που έχουν την υπογραφή διάσημων αρχιτεκτόνων.⁴³² Είναι ενδεικτικό των νέων τάσεων το γεγονός ότι οι επονομαζόμενες εκπαιδευτικές εκδρομές σχολείων της ελληνικής επαρχίας στην Αθήνα συμπεριλαμβάνουν στο πρόγραμμά τους και μια στάση-επίσκεψη στο εμπορικό κέντρο του ‘The Mall Athens’.

Τα σημεία αναφοράς της μετάπολης αρθρώνονται στο χωρικό δίκτυο είτε κατά μήκος μεγάλων οδικών αξόνων, όπως οι λεωφόροι Συγγρού, Κηφισίας, Μεσογείων είτε ως κόμβοι που συνδέονται με λεωφόρους ταχείας κυκλοφορίας όπως η Αττική Οδός ή δίκτυα δημόσιων συγκοινωνιών, όπως το Μετρό και ο προαστιακός.

Αναφορικά με το ‘The Mall Athens’, η θέση του μέσα στον αστικό χώρο και η δικτύωσή του με τα οδικά και σιδηροδρομικά δίκτυα επισημαίνει το χαρακτηριστικό της ασυνέχειας του αστικού χώρου, το οποίο χαρακτηρίζει το πρότυπο της μετάπολης. Ταυτόχρονα, όμως, το ‘The Mall Athens’ «ενσαρκώνει» ένα ακόμη χαρακτηριστικό της μετάπολης, αυτό της συνεχούς ροής πληροφοριών και ατόμων, όπως αυτή επιτυγχάνεται μέσω των επικοινωνιακών οδών, που βασίζονται στις τηλεπικοινωνιακές και τις μεταφορικές τεχνολογίες.

Όπως προαναφέρθηκε, η έννοια του ‘mall’ ως ο εσωτερικός διάδρομος, η αρχιτεκτονική διαρρύθμιση του χώρου και η στρατηγική της μείξης των χρήσεων περιγράφουν και συνιστούν μια συνθήκη που ευνοεί την κίνηση, τη ροή. Το γεγονός ότι ένα από τα κριτήρια της εμπορικής επιτυχίας ενός shopping mall θεωρείται η επισκεψιμότητα σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερη επιφάνεια του πεδίου, αποδεικνύει ότι

⁴³¹ Ζ.Μπάουμαν, *Η εργασία, ο καταναλωτισμός και οι νεόπτωχοι*, όπ.π., σελ.93.

⁴³² C.D.Shearing-P.C.Stenning « ‘SAY CHEESE!’: The Disney order that is not so Mickey Mouse» στο C.D.Shearing-P.C.Stenning (επιμ.), *Private Policing*, SAGE, California 1987, σελ.323.

η ροή, η κυκλοφορία των ατόμων και η διευθέτηση αυτής αποτελούν την κύρια επιδίωξη.



Πηγή: www.themallathens.gr

Όσον αφορά την εφαρμογή της προοπτικής στο ‘The Mall Athens’, έχουμε να κάνουμε με μια προοπτική της συνέχειας, η οποία επιδιώκει να επικοινωνήσει την αίσθηση της απρόσκοπτης κίνησης, της συνεχούς ροής. Συγκεκριμένα, όταν ο επισκέπτης μπαίνει στο χώρο από τη μια και μοναδική είσοδο/έξοδο (στον 2^ο όροφο) αντικρίζει μπροστά του τα 2/4 του χώρου, δηλαδή δεξιά και αριστερά δύο διαδρόμους, που εκτείνονται στο βάθος. Σύμφωνα με τον αρχιτέκτονα:

«Ο χώρος του ‘The Mall’ στο Μαρούσι είναι 75.000 τετραγωνικά. Το θεωρήσαμε έναν εξαιρετικά μεγάλο χώρο, γι’ αυτό το σχεδιάσαμε σε ένα στρεβλό τραπέζι, που μπαίνοντας βλέπεις μόνο το ένα τέταρτο, και με φυγές στα άλλα δύο κομμάτια, δηλαδή δεν το βλέπεις ποτέ μονοκόμματο...για να μην σε πιάνει πανικός από το μέγεθος του, για να έχεις μια κλίμακα πολύ πιο μικρή από αυτή που είναι στην πραγματικότητα. Το γυρίζεις βέβαια γύρω-γύρω, αλλά ποτέ δεν το βλέπεις σε έκταση ολόκληρο. Γιατί υπάρχει το κεντρικό κομμάτι, το οποίο σου κόβει τη θέα. Άρα εσύ τι βλέπεις; Βλέπεις ένα δρόμο, γιατί αυτό βλέπεις και αν είσαι στη γωνία βλέπεις δύο δρόμους, αλλά ποτέ δεν βλέπεις τέσσερεις, άρα βλέπεις πάντα το μισό ή το ¼. Αυτό για να γίνει η κλίμακα πιο ανθρώπινη, πιο κοντά σε σένα».

Αυτή η χωρική διάταξη δημιουργεί ένα είδος οπτικής οδηγίας προς τις δύο κατευθύνσεις, τις «φυγές». Η προοπτική ως μια τεχνική διευθέτησης του οπτικού φαινομένου, στην περίπτωση του ‘The Mall Athens’ αφενός προσφέρει μια καθησυχαστική οπτική ψευδαίσθηση, καθώς η πραγματική έκταση της επιφάνειας αν παρουσιαζόταν καθολικά θα φάνταζε χαοτική, και αφετέρου «υπόσχεται» τη συνέχεια της κίνησης. Η «υπόσχεση» της συνέχειας εξασφαλίζεται με τις κυρτές γωνίες του

στρεβλού τραπεζιού. Οι αμβλείες γωνίες του εξωτερικού κομματιού δίνουν τη δυνατότητα στο μάτι να «γλιστρήσει» και να δει ένα μέρος από τον επόμενο διάδρομο. Με αυτή την έννοια έχουμε μια προοπτική της συνέχειας, όπου απουσιάζει μια κεντρική αποκλειστική αναφορά, όπως θα συνέβαινε με τη χρήση της «κεντρικής προοπτικής».

Τακτικές επισκέπτριες του 'The Mall Athens' περιγράφουν αυτή την αίσθηση της συνέχειας, της ποικιλίας επιλογών κάνοντας μια σύγκριση του εμπορικού κέντρου με την Ερμού και άλλες περιοχές της Αθήνας που φιλοξενούν χρήσεις αναψυχής και αγορών:

«Το 'The Mall' πιστεύω λόγω της δομής των καταστημάτων που έχει μέσα ο χώρος ότι σε προϋδεάζει να θέλεις να συνεχίζεις να αγοράζεις. Δηλαδή θες να μπεις και στο επόμενο μαγαζί, πρέπει να μπεις και στο 'Zara' και στα 'Massimo' δεν σου φτάνει ο χώρος, γιατί το 'The Mall' είναι μια τεράστια έκταση κάτι το οποίο η Ερμού ναι μεν είναι μεγάλη, αλλά είναι ένας δρόμος. Κι αν τελειώσεις το δρόμο και πας τέρμα, μετά τι θα κάνω; Και μόνο η ιδέα ότι είναι ένας δρόμος και ότι όλα είναι μαζεμένα πάνω σε αυτόν [...] πιστεύω ότι δεν σου δίνει την αίσθηση της ελευθερίας ότι αγοράζω ό,τι θέλω από κάποιο μαγαζί [...] Εμένα μου δίνει την αίσθηση η Ερμού ότι σε μισή ώρα την έχω γυρίσει όλη. Ότι κι αν δεν βρω κάτι εκεί πρέπει να πάω κάπου αλλού, οπότε κακή επιλογή που πήγα στην Ερμού. Αυτή την αίσθηση μου δίνει ότι είναι μόνο ένας δρόμος σε 10 λεπτά μπορεί να την έχω περάσει. Αυτό μου δίνει την αίσθηση ότι μπορεί και να μην βρω αυτό που θέλω». (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Γιατί λες αν δεις κάτι που σου αρέσει επειδή κινείται κυκλικά το ξαναβρίσκεις μπροστά σου δεν χρειάζεται για παράδειγμα όπως την Ερμού να ξαναβρεις στην αρχή της Ερμού για να το βρεις, αν έχεις βρει και θέλεις κάτι για να το ξαναδείς.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 29 ετών, κάτοικος Πατησίων)

«Επειδή έχει πάρα πολλά μαγαζιά πάντα λέω 'θα ξαναπάω γιατί δεν πρόλαβα να δω κάποια μαγαζιά'. Εμένα με εξυπηρετεί σαν καταναλώτρια, ότι δεν θα ψάξω με τις ώρες σε χώρους... δηλαδή να πάω

στην Αθήνα, στην Ερμού συγκεκριμένα και μετά να πρέπει να πάρω κάποια συγκοινωνία για να πάω να δω κάτι άλλο που έχω δει στην Κηφισιά. Τα περισσότερα μαγαζιά που ξέρω εγώ υπάρχουν όλα. Είναι μια καλή ιδέα. Έχει πολλές εναλλαγές, πώς να στο πω, πολλές δυνατότητες για να βρεις πάρα πολλά πράγματα γύρω από το ίδιο συγκεκριμένο αντικείμενο που ψάχνεις. Είναι συγκεντρωμένα. Όσο και να κουραστώ, θα κάτσω να πω έναν καφέ και θα συνεχίσω μετά, αν θέλω να κάνω ατέλειωτο 'shopping'.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 42 ετών, κάτοικος περιοχής περιοχής Αττικής)

«Έχει ωραία ατμόσφαιρα, είναι πολύ φωτεινό, ο χώρος είναι διαρρυθμισμένος αρκετά άνετα για να ικανοποιήσει τις ανάγκες των νέων πιστεύω και όλα αυτό δημιουργεί μια ωραία ατμόσφαιρα. Δεν θα βαρεθείς, δεν θα πλήξεις. Είναι πολύ μοντέρνο. Ας πούμε στο village στο Παγκράτι είναι μια χαρά για μας, αλλά είναι λίγο μικρό, δεν έχει αρκετά μαγαζιά όπως έχει αυτό, ούτε πολλές καφετέριες. Έχει δύο καφετέριες. Δεν έχει αρκετές επιλογές και αυτό σε κάνει να... επειδή ίσως μένω και εκεί το έχω συνηθίσει. Ενώ στο 'The Mall' όσες φορές και να πας, υπάρχουν πάρα πολλές καφετέριες, έτσι ώστε να μπορείς κάθε φορά να διαλέξεις να πας σε διαφορετικό μέρος. Στο Παγκράτι είναι η Υμηττού που είναι όλες οι καφετέριες και στο Θησείο που είναι σε μια γραμμή όλες οι καφετέριες. Τώρα σε σχέση με το 'The Mall' ίσως ο τρόπος που είναι οι καφετέριες δεν είναι σε ευθεία είναι κυκλικά. Είναι ίσως διαφορετικά, στη μέση που είναι οι καφετέριες δεν είναι μόνο καφετέριες υπάρχουν ενδιάμεσα και άλλα μαγαζιά σε αντίθεση με το Θησείο που είναι σε μια γραμμή μόνο καφετέριες. Και οι δύο επιλογές είναι καλές αλλά εξαρτάται και από τη διάθεση σου και από την παρέα με την οποία είσαι για να διαλέξεις ποιο από τα δύο μέρη θα πας. Δηλαδή αν πας στο 'The Mall' και πας για καφέ κάποια στιγμή θα θέλεις να κάνεις και κάτι άλλο και είναι πολύ κοντά σου. Ενώ αν πας Θησείο ή Παγκράτι είναι η ευθεία που είναι οι καφετέριες θα πας εκεί να κάτσεις με τις ώρες και κάποια στιγμή αν θέλεις να κάνει κάτι άλλο θα πρέπει να φύγεις από το συγκεκριμένο χώρο και να πας πιο μακριά σε κάποιον άλλο. Όταν είναι κυκλικά υπάρχει διάστημα μεταξύ στις καφετέριες ενώ

στην ευθεία που έχει στο Παγκράτι και στο Θησείο είναι δίπλα-δίπλα και υπάρχει συνωστισμός.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 14 ετών, κάτοικος Παγκρατίου)

Όπως είδαμε, η χρήση της κεντρικής προοπτικής (βλ.Ενότητα.: *Τάξη και χώρος*) στο αστικό τοπίο συνιστούσε έναν τρόπο χωρικής εγγραφής της ιστορικότητας της εκάστοτε κοινωνίας, είτε αυτή η εγγραφή ήταν μια αναφορά στην κοσμική εξουσία (άγαλμα ενός βασιλιά, στρατιωτικού ηγέτη σε μια πλατεία) είτε στη θεϊκή εξουσία (ένας θρησκευτικός ναός) ή στην κοινωνική δομή και τον κυρίαρχο πολιτισμό (δημόσιο κτήριο, ιστορικό μνημείο, ανάκτορα).

Ο αρχιτέκτονας του 'The Mall Athens' ονοματίζει τις 4 γωνίες του στρεβλού τραπέζιου «4 πλατείες»:

«Κάθε ένας δρόμος καταλήγει σε μια πλατεία, σε ένα άνοιγμα, που συνήθως έχει τις κυλιόμενες σκάλες ή ένα κάθετο πυρήνα επικοινωνίας, ή τελοσπάντων μια αναφορά στην πόλη, όπου από το δρόμο που πηγαίνεις σε μια πλατεία, ξαναβρίσκεις ένα δρόμο, πηγαίνεις σε μια άλλη πλατεία. Όπου οι πλατείες μπορούν ανάλογα με τις περιόδους του χρόνου (ας πούμε Χριστούγεννα) να παίρνουνε διάφορα events ή διάφορα stands, τα οποία είναι κινητά και να του δίνουν έναν χαρακτήρα, όπως θα γινόταν σε μια πλατεία όπου θα είχες κάποιον να παίζει μουσική...».

Η δημόσια πλατεία, ως ένας τόπος αναφοράς, προσορισμού και συνάντησης επιχειρείται να αναπαραχθεί εντός ενός κλειστού, τεχνητού περιβάλλοντος μέσα από μια νέα νοηματοδότηση και χρήση. Η «πλατεία» στο 'The Mall Athens' είναι ένα μέρος στο οποίο κατευθύνει τον επισκέπτη η προοπτική του κάθε διαδρόμου. Οι «πλατείες», όμως του 'The Mall Athens' είναι μέρη μετακίνησης, οιονεί κόμβοι που εξυπηρετούν τη ροή, την κυκλοφορία («συνήθως έχει κυλιόμενες σκάλες ή ένα κάθετο πυρήνα επικοινωνίας»). Η δημόσια πλατεία συνιστά τόπο φυσικής συμπαρουσίας, αναφοράς, καταφύγιο ξεκούρασης ή/και διαμονής για αστέγους και τόπο, που συνήθως φιλοξενεί μια εγγραφή/αναφορά της ιστορικότητας της κοινωνίας (π.χ.: ένα άγαλμα, μια προτομή κάποιου ιστορικού προσώπου, ένα μνημείο πεσόντων κ.λπ.).⁴³³ Η παρουσία ενός

⁴³³ Θ.Βλαστός-Δ.Μηλάκης, *Πολεοδομία VS Μεταφορές: Από την απόκλιση στη σύγκλιση*, Ευρωπαϊκή Επιτροπή Γενική Διεύθυνση Έρευνας-Οργανισμός Ρυθμιστικού Σχεδίου & Προστασίας Περιβάλλοντος Αθήνας –Ε.Μ.Π.-Σ.Α.Τ.Μ., Τομέας Γεωγραφίας & Περιφερειακού Σχεδιασμού, Αθήνα 2006, σελ.3. Οι συγγραφείς επισημαίνουν ότι «η πόλη μέσα στο χρόνο αποκτά συνείδηση του εαυτού της, αποκτά μνήμη και οι δημόσιοι χώροι της είναι οι κατ' εξοχήν χώροι της συλλογικής της μνήμης. Αυτοί, πρώτα από όλους τους άλλους, την αντιπροσωπεύουν. Σε αυτούς τους συλλογικούς χώρους παίρνει μορφή ό,τι

τέτοιου μνημείου συνιστά ένα σημείο, πολλές φορές με ιδιαίτερο συμβολισμό, με αποτέλεσμα οι συνδηλώσεις αυτού να επιδιώκουν να διαχύσουν ιστορικές ερμηνείες και αφηγήσεις, κυρίαρχες ως επί το πλείστον στο δημόσιο χώρο. Οι πλατείες, λοιπόν, φιλοξενούν κοινωνικότητα και μέσω τέτοιων αναφορών λόγο ή ακόμα και «λόγο εν δράσει»⁴³⁴, όπως ένα σύνθημα με ανταγωνιστικό προς τον κυρίαρχο λόγο περιεχόμενο.

Οι «πλατείες» του 'The Mall Athens' ως αναφορές των προοπτικών διαδρόμων συνιστούν σημεία μετακίνησης και εμπορικές, θεαματικές αναφορές με τη διεξαγωγή διαφόρων 'events', τα οποία επιδιώκουν να λειτουργήσουν ως πόλοι έλξης. Η τακτική των 'events', κατά την υπεύθυνη της μείξης των χρήσεων, μπορεί να χρησιμοποιηθεί και στις περιπτώσεις, όπου μια πλευρά ή ένα σημείο του χώρου «υποφέρει». Σύμφωνα με την υπεύθυνη της μείξης των χρήσεων στο χώρο το 'The Mall Athens' διαθέτει ένα σύστημα ανιχνευτών δαπέδου:

«οι οποίοι διακρίνουν σε ποια μαγαζιά σταματάει περισσότερο ο κόσμος, εάν περνάει από κάποιους διαδρόμους, δηλαδή μετράει τον κόσμο ανά περισχές, οπότε με αυτό το σύστημα μπορείς λίγο να δεις ποια είναι τα μέρη που συγκεντρώνεται ο κόσμος και ποια είναι τα μέρη που δεν πατάει και αυτό σου χρησιμεύει στην πορεία, γιατί π.χ. να δεις ότι αυτή η γωνία σου είναι νεκρή, θα δεις και θα αλλάξεις ή θα παλέψεις να αλλάξεις σε επίπεδο ενοικιαστή, για να δημιουργήσεις κίνηση. Γιατί δεν υποφέρει μόνο η γωνία, υποφέρει όλη η περιοχή. Ή θα κάνεις κάποια εκδήλωση για να τραβήξεις κόσμο εδώ πέρα».

Ο κινητός χαρακτήρας των διαφόρων 'stands' ανάλογα με τις εμπορικές ανάγκες παρομοιάζεται από τον αρχιτέκτονα με την παρουσία «κάποιου που παίζει μουσική σε μια πλατεία». Η παρουσία ενός πλανόδιου μουσικού ή ενός δρωμένου στο δημόσιο

πιο πλούσιο σε ευκαιρίες μπορεί να γεννηθεί από την πυκνότητα των ανθρώπων. Ωστόσο αυτοί οι συλλογικοί χώροι είναι που πρώτοι θυσιάστηκαν στο αυτοκίνητο για την κίνηση και τη στάθμευσή του.»

⁴³⁴ H.Lefebvre, *The production of space*, όπ.π., σελ. 138-9. Ο Lefebvre υποστηρίζει ότι η γλώσσα εν δράσει ('language in action') και η προφορική ομιλία είναι πιο σημαντικές και δημιουργικές από το λόγο γενικά και τη γλώσσα ως σύστημα, καθώς είναι εφευρετικές και αποθηκεύουν ζωή στα σημεία και στις έννοιες. Επίσης βλ. Ζ.Μποντριγιάρ, *Ρέκβιεμ για τα μέσα επικοινωνίας*, 2^η έκδοση, μετ. Α.Μαραγκόπουλος, Ελεύθερος Τύπος, Αθήνα, σελ.31. Ο Μποντριγιάρ θεωρεί τον άμεσο λόγο του δρόμου ως το μέσο υπονόμευσης του κυρίαρχου, διαμεσολαβημένου, μεντιακού λόγου. Συγκεκριμένα αναφέρει ότι: «Το αληθινά επαναστατικό μέσο στη διάρκεια του Μάη ήταν οι τοίχοι και η φωνή τους, οι μεταξοτυπίες ή οι χειρόγραφες αφίσες, ο δρόμος όπου ο λόγος παίρνεται και ανταλλάσσεται -όλα εκείνα που αποτελούν άμεση εγγραφή, που δίνεται και παίρνεται, που μιλιέται και παίρνει απόκριση, που κινείται στον ίδιο χρόνο και στον ίδιο χώρο, αμοιβαίο και ανταγωνιστικό. Με αυτή την έννοια, ο δρόμος είναι η εναλλακτική και υπονομευτική μορφή των μαζικών μέσων, γιατί δεν είναι σαν κι αυτά, ένα αντικειμενικοποιημένο στήριγμα μηνυμάτων δίχως απόκριση, ένα δίκτυο αναμετάδοσης εξ αποστάσεως, είναι ανοιχτός χώρος της συμβολικής ανταλλαγής του λόγου, εφήμερου, θνητού, λόγου που δεν αντανακλάται στην Πλατωνική οθόνη των μέσων».

χώρο διαφέρει ριζικά από τα ελεγχόμενα, προγραμματισμένα, εμπορικά προσανατολισμένα 'events'. Οι διαφορές έχουν να κάνουν τόσο με το περιεχόμενο των 'events' από τη μια και των δρωμένων στο δημόσιο χώρο από την άλλη όσο και με τις αναπαραστάσεις του πλανόδιου μουσικού σε σύγκριση με τα άτομα που προωθούν προϊόντα. Επίσης διαφορά εντοπίζεται στο φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον, καθώς και στην ενδεχομενικότητα του δημόσιου αστικού χώρου σχετικά με τις αντιδράσεις των ατόμων, της αστυνομίας.

Οι «πλατείες», λοιπόν, του 'The Mall Athens' συνιστούν σημεία έλξης είτε για εμπορικούς λόγους (π.χ.: το 'event' ενός μαγαζιού) είτε για μετακίνηση σε άλλο επίπεδο. Στο πεδίο του 'The Mall Athens', η εμπορική κίνηση προϋποθέτει σωματική κίνηση (επισκεψιμότητα) και η σωματική κίνηση «δελεάζεται» από τις εμπορικές, θεαματικές προσφερόμενες επιλογές. Οι αναφορές είναι σημεία έκθεσης επιλογών, όπου οι συνειρμοί που μπορούν να κινητοποιήσουν, εκτός από τη συμβολική ανταλλακτική τους αξία, περιορίζονται σε υπολογισμούς κόστους-επιθυμίας, και σε καμιά περίπτωση δεν σχετίζονται με ιστορικές και κοινωνικές συνδηλώσεις.

Η διατήρηση της καταναλωτικής επιθυμίας και περιέργειας σε εγρήγορση και η αποφυγή της ανίας επιδιώκονται με τη συνεχή εναλλαγή προσφερόμενων επιλογών, με την απρόσκοπτη κίνηση, όπου το σταμάτημα δικαιολογείται μόνο ενώπιον των βιτρινών, στα σημεία ξεκούρασης και βέβαια στον 3^ο όροφο, που προσφέρονται οι επιλογές μαζικής εστίασης και αναψυχής.

2.1. Συμπεράσματα πάνω στην προοπτική της συνέχειας

Σε αυτό το κεφάλαιο προσπαθήσαμε να δούμε το πώς το 'The Mall Athens' με τη χωροθέτησή του στον αστικό χώρο εντάσσεται στην προοπτική της συνέχειας, της ροής που χαρακτηρίζει το μοντέλο της μετάπολης καθώς και το πώς εντός του εμπορικού αυτού περιβάλλοντος αναπαράγεται η προοπτική αυτή. Η εφαρμογή της προοπτικής της συνέχειας επιτυγχάνεται με την επιλογή του αρχιτεκτονικού σχεδιασμού του χώρου. Επιδίωξη της προοπτικής της συνέχειας είναι η διευθέτηση της κυκλοφορίας των ατόμων, η συνεχής ροή των επισκεπτών σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερη έκταση του χώρου.

Επίσης η οπτική εμπειρία αυτή της συνέχειας επιδιώκει να υποστηρίξει την αίσθηση της ποικιλίας των προσφερόμενων επιλογών και θεαμάτων –'events'– εντός του χώρου. Η επιδίωξη αυτή φαίνεται να επιτυγχάνεται καθώς τα άτομα-επισκέπτες έχουν την αίσθηση της ποικιλίας των επιλογών, η οποία αντλείται τόσο από την

προοπτική του χώρου του κυκλικού σχήματος όσο βέβαια και από τη συγκέντρωση πολλών εμπορικών καταστημάτων. Η αίσθηση αυτή της συνέχειας των επιλογών ευνοείται από τη συγκεκριμένη χωρική διάταξη. Είναι ενδεικτικό το ότι δύο επισκέπτριες συγκρίνουν το 'The Mall Athens' με την Ερμού και μια με το Θησείο και το Παγκράτι. Οι δύο επισκέπτριες υποστηρίζουν ότι το 'The Mall Athens' δίνει την αίσθηση ότι κάποιος μπορεί να βρει ο,τιδήποτε και έτσι αποφεύγει το αίσθημα της απογοήτευσης, την ίδια στιγμή που σύμφωνα με τον αρχιτέκτονα του 'The Mall Athens' η έκταση της Ερμού και του εμπορικού κέντρου είναι περίπου ίση. Η κυκλική χωρική διάταξη σε αντίθεση με την ευθεία ενός δρόμου προωθεί την οπτική εμπειρία του συνεχούς. Σε αυτό το χώρο η οπτική κατανάλωση ανανεώνεται, τροφοδοτείται συνεχώς με εικόνες και εμπορευματικές αναφορές και δεν αναμετράται με την πιθανότητα ενός τέλους αυτής της εικονικής ροής.

Επίσης με βάση το λόγο του αρχιτέκτονα και την επιτόπια παρατήρηση αποπειραθήκαμε να εξετάσουμε τις νοηματοδοτήσεις και λειτουργίες μορφών χώρου και συγκεκριμένα της πλατείας εντός ενός χώρου ροής. Οι αναφορές των προοπτικών διαδρόμων του 'The Mall Athens' είναι οι κατά τον αρχιτέκτονα «πλατείες». Οι «πλατείες» αυτές, όπως είδαμε, συνιστούν σημεία μετακίνησης, πόλοι έλξης της κίνησης των επισκεπτών, σημεία έκθεσης εμπορευματικών επιλογών και φαντασμαγορίας (η περίπτωση των 'events'). Οι «πλατείες» αυτές φιλοξενούν μαγαζιά-άγκυρες ή αλλιώς μαγαζιά-μαγνήτες και κινητά 'stands'. Συνιστούν αναφορές που επιδιώκουν να κινητοποιήσουν τους επισκέπτες προς αυτό το σημείο του εμπορικού χώρου με τη φιλοδοξία να πυροδοτήσουν και την εμπορική κίνηση.

Αντιθέτως η δημόσια πλατεία στον αστικό χώρο αποτελεί μια αναφορά είτε στον κυριολεκτικά προοπτικά διευθετημένο αστικό χώρο είτε μεταφορικά ως αναφορά στην προοπτική του χρήστη της πόλης. Η δημόσια πλατεία συνιστά τόπο φυσικής συμπαρουσίας, καταφύγιο της αστικής κοινωνικότητας, της ετερότητας και συχνά της μη-κανονικότητας. Η δημόσια πλατεία φιλοξενεί αναφορές, εγγραφές ιστορικότητας είτε του κυρίαρχου λόγου (μέσω μνημείων, αγαλμάτων) είτε του «λόγου εν δράσει». Η δημόσια πλατεία στον αστικό χώρο, εφόσον δεν είναι ένας εποπτευόμενος χώρος, μπορεί να φιλοξενήσει την αστική γεγονότητα και ετερογένεια, η οποία με τη σειρά της οικειοποιείται το χώρο και τον κατεργάζεται υλικά, συμβολικά και φαντασιακά. Αντιθέτως οι «πλατείες» του 'The Mall Athens' βρίσκονται στην υπηρεσία της ροής, της εμπορευματικής και σωματικής κίνησης. Οι «πλατείες» του 'The Mall Athens' είναι αναφορές των προοπτικά διευθετημένων διαδρόμων με δύο τρόπους: με α) τα

μαγαζιά –άγκυρες ή αλλιώς μαγαζιά-μαγνήτες στα οποία το βλέμμα του επισκέπτη πέφτει και λόγω της προοπτικής της συνέχειας «γλιστράει» στη συνέχεια των καταστημάτων και με β) τα κινητά ‘stands’. Οι αναφορές αυτές προσπαθούν να αποδώσουν την αίσθηση της ποικιλίας των επιλογών, την αίσθηση της συνέχειας.

Καταλήγοντας θα μπορούσαμε να πούμε ότι αν η εμπειρία της συνέχειας που έχει ο χρήστης του διαδικτύου, ο επιβάτης του αεροπλάνου και του τρένου υψηλής ταχύτητας και ο χρήστης του Ι.Χ. έχει ως αρνητικό της την ασυνέχεια του πραγματικού χώρου που διασχίζεται ⁴³⁵, τότε η εμπειρία της συνέχειας όπως προωθείται από τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό του ‘The Mall Athens’ προσφέρεται σε ένα συνεκτικό πεδίο, όπου ο «πραγματικός χώρος» είναι «αληθινά συνεχής».⁴³⁶

3. Η αισθητική του χώρου:

3.1. Η αισθητική του κτηριακού κελύφους και οι συμβολισμοί της

Η αισθητική του ‘The Mall Athens’ θα αναγνωσθεί σε δυο επίπεδα, στο εξωτερικό και στο εσωτερικό. Αναφορικά με την εξωτερική όψη, ο επισκέπτης, ο οποίος χρησιμοποιεί τα μέσα μαζικής μεταφοράς, αρχικά περνάει από έναν τεράστιο κόκκινο βραχίονα και βρίσκεται σε ένα χώρο οιοει προαύλιο. Σε αυτό το σημείο, ο επισκέπτης μπορεί να αντικρίσει το μεγαλύτερο μέρος της εξωτερικής όψης του δομημένου κλειστού περιβάλλοντος. Ξεκινώντας από πίσω, η μορφή του κτηρίου προσομοιάζει σε ένα τεράστιο κουτί, του οποίου η μπροστινή όψη έχει τη μορφή καραβιού. Ο συμβολισμός αυτού του τεράστιου κτηριακού όγκου με τη μορφή «κουτιού» είναι ο υπερασπισμός, ασφαλής χώρος. Η κτηριακή αυτή μορφή είναι χαρακτηριστική των εμπορικών

⁴³⁵ Ν.Βλαντής-Π.Μπαλάς, *Επόμενη στάση:Χαμένες λεωφόροι-μια περιδιάβαση στην κοσμογονία της αμερικάνικης και της ευρωπαϊκής μητρόπολης*, όπ.π., σελ.231-2. Οι συγγραφείς αναφερόμενοι στην ανάπτυξη του αστικοποιημένου παγκόσμιου χωριού και στην εμπειρία των ανθρώπων στο νέο αυτό δικτυακό χώρο επισημαίνουν ότι: «οι νέες επικοινωνιακές δίοδοι μεταξύ των πόλεων που συνιστούν τη μετὰπολη ενδέχεται να είναι αεροπορικές γραμμές, κλειστοί αυτοκινητόδρομοι, γραμμές τρένων υψηλής ταχύτητας, αλλά και τηλεπικοινωνιακές λεωφόροι, δίκτυα κυψελωτής τηλεφωνίας ή διάδρομοι του Διαδικτύου. Όσον αφορά τον τρόπο λειτουργίας τους μοιάζουν με τα τούνελ του μετρό και τους αυτοκινητόδρομους. Δημιουργούν στους επιβάτες τους την ίδια άρνηση του τόπου που διασχίζουν. Προκαλούν τη συγκέντρωση δραστηριοτήτων σε συγκεκριμένα σημεία, εκεί που ξεκινούν και καταλήγουν, και το ‘φαινόμενο τούνελ’ ανάμεσά τους. Ο επιβάτης (ή ο χρήστης) αυτών των διόδων δεν θα μάθει ποτέ στη ζωή του για τα μέρη που βρίσκονται ανάμεσα στους πόλους, όπως και ο επιβάτης του μετρό ουδέποτε θα γνωρίσει την πόλη που διασχίζει υπογειώς, ή ο οδηγός στον αυτοκινητόδρομο ποτέ δεν θα δει την ύπαιθρο, αν δεν κάνει παράκαμψη από τον Interstate».

⁴³⁶ S.Zukin, «Postmodern landscapes: mapping power and culture» στο *Modernity and Identity*, όπ.π., σελ.232. Η Zukin αναφερόμενη στον Disney World επισημαίνει ότι «ως ένα τοπίο της μεταανεωτερικότητας ο Disney World ταυτόχρονα ενσωματώνει ένα σκηνικό στον ‘πραγματικό’ τουριστικό κόσμο και το διαχωρίζει από τις καθημερινές έγνοιες της εργασίας, του σπιτιού και της οικογένειας, της κυκλοφοριακής συμφόρησης, του οικιακού προϋπολογισμού.»

πολυχώρων τύπου ‘mall’ σε αρκετές περιπτώσεις. Αυτή η οχυρωτική αρχιτεκτονική εκπέμπει το συμβολισμό αυτό του προστατευμένου, ασφαλούς περιβάλλοντος.



Πηγή: www.themallathens.gr

Όπως φαίνεται και από τη φωτογραφία, η μορφή του караβιού είναι προϊόν της μεταμοντέρνας αρχιτεκτονικής τεχνοτροπίας του σπασίματος και της συγκόλλησης των μορφών (‘pastiche’). Αυτό το αρχιτεκτονικό παιχνίδι συνίσταται στο σπάσιμο της μορφής του караβιού και στο μερικό ανακάτεμα των συστατικών κομματιών του. Συγκεκριμένα, παρατηρούμε ότι ψηλά υπάρχει ένα κόκκινο σιδερένιο κομμάτι, που έχει τη μορφή ενός σκελετού караβιού, και μέσα από αυτό υψώνεται ένας λεπτός κόκκινος σωλήνας, ο οποίος λειτουργεί εικαστικά εν είδει καταρτιού. Κάτω από το «σκαρί» (και εδώ έγκειται το «παιχνίδι της μορφής») βρίσκεται ένας γυάλινος όγκος, ο οποίος έχει τη μορφή πιλοτηρίου караβιού. Επίσης, ο εξωτερικός χώρος του ‘The Mall Athens’ περικλείεται από ένα τεράστιο κόκκινο βραχίονα/ ημιδακτύλιος, ο οποίος συνιστά κομμάτι της μορφής του караβιού εν είδει κουπαστής (και εδώ συμβαίνει το σπάσιμο της κανονικής μορφής).

Η επιλογή της μορφής του караβιού αποτελεί αφενός μια συμβολική μορφή και αφετέρου μια προσωπική προτίμηση του αρχιτέκτονα, ο οποίος αναφέρει χαρακτηριστικά:

«Εκεί που έγινε το ‘The Mall’ ήταν ένας λόφος, ένας λόφος σκουπιδιών. Αλλά ήταν μια έξαρση, όχι πολύ μεγάλη, αλλά ήταν μια έξαρση στην πόλη. Σε μια έξαρση, λοιπόν, τι βάζεις; Βάζεις ένα μοναστήρι ή βάζεις ένα αντικείμενο, το οποίο σου δημιουργεί ουσιαστικά μια φαντασίωση. Ναι μοιάζει με καράβι, γιατί έχει από κάτω την Αττική οδό, που σε πηγαίνει, σε ταξιδεύει, γιατί είναι πάνω από το δομημένο κομμάτι της πόλης, και γιατί ναι μεν είναι μακριά από τη θάλασσα, αλλά επειδή είναι στο κέντρο του νέου κέντρου του λεκανοπεδίου, θεωρώ ότι πρέπει να έχει μια αναφορά στη θάλασσα και γιατί είμαι κεφαλλονίτης και μου αρέσουν τα καράβια έτσι κι αλλιώς».

Ας ακούσουμε μια επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’ για το πώς αντιλαμβάνεται τη χωροθέτηση του εμπορικού κέντρου και την εξωτερική του όψη:

«Να σου πω την αλήθεια την πρώτη εντύπωση για το ‘The Mall’ όταν για πρώτη φορά το επισκέφθηκα. Σου δημιουργεί ένα δέλεαρ. Πιστεύω ότι σε προϊδεάζει για το τι θα δεις πριν μπεις μέσα. Καταρχήν είναι το σημείο, η τοποθεσία που είναι χτισμένο το ‘The Mall’. Δηλαδή είναι κομβικό σημείο για μένα. Και χτίστηκε με σκοπό να είναι κομβικό σημείο, δεν είναι τυχαία εκεί το ‘The Mall’. Διότι από κάτω ακριβώς περνάει ο προαστιακός που συνδέεται αυτομάτως με το αεροδρόμιο, περνάει από όλες τις περιοχές Σπάτα, Κορωπί. Περνάει ο προαστιακός και περνάει και το τρένο που σημαίνει ότι καλύπτει και όλες τις υπόλοιπες περιοχές και νότια Αττική, νοτιοανατολική Αττική, όλες τις υπόλοιπες περιοχές, Γαλάτσι και τα λοιπά. Όπου σημαίνει αυτό ότι για να είναι εκεί το ‘The Mall’ σημαίνει ότι επενδύσανε πολύ στη θέση του. Κατά δεύτερον νομίζω ότι επενδύσανε στη δομή του. Στο ότι πρέπει να είναι το ‘The Mall’ ένα μεγαθήριο πριν ακόμα μπεις μέσα για να σε έχει προϊδεάσει για το τι θα δεις. Δηλαδή αν δεις πριν μπεις ακόμα στην είσοδο του ‘The Mall’ υπάρχει μια τεράστια κολόνα, ένας τεράστιος κίονας, το οποίο σου δίνει την αίσθηση ‘πω, πω! Που μπαίνω! Τι δομή, τι οικοδόμημα, τι κτήριο είναι αυτό!’. Που το δημιουργήσανε μόνο και μόνο για τις αγορές. Σου κάνει την αίσθηση ότι μπαίνω και λες ‘θα αγοράσω κάτι από το ‘The Mall’. Σου δίνει την αίσθηση της μεγαλοπρέπειας, ας πούμε [...] δηλαδή είναι αυτή η μεγαλοπρέπεια όλος αυτός ο όγκος που έχει’ σου δίνει την αίσθηση ότι κάνω κάτι μεγάλο, ότι ψωνίζω από κάτι μεγάλο. Από κάτι που άλλοι μπορεί να μην έχουν τη δυνατότητα να ψωνίσουν. Και είναι και η δομή του πιστεύω τέτοια. Έχει δηλαδή πολύ συγκεκριμένη δομή. Όλο αυτό σε προϊδεάζει σαν ναός, πως μπαίνεις σε ένα ναό και λες σε ένα αρχαίο ναό και λες ‘πω, πω τι μεγαλοπρέπεια’. Πιστεύω ότι με αυτή τη λογική χτίστηκε το ‘The Mall’, αρχικά. Μετά νομίζω έπιασε λόγω των καταστημάτων που έχει μέσα».

(επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησιών)

Σύμφωνα με τον αρχιτέκτονα παρατηρείται μια σαφής μετατόπιση εμπορικών και εργασιακών υποδομών προς τα βορειοανατολικά του νομού, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται προϋποθέσεις ανάδειξης της περιοχής του Αμαρουσίου σε νέο

μητροπολιτικό κέντρο της Αθήνας.⁴³⁷ Με την επιλογή της μορφής του караβιού επιδιώκεται η άρθρωση ενός λόγου για την πόλη, καθώς ο αρχιτέκτονας θεωρεί ότι:

«Αυτό που γέννησε την αρχιτεκτονική και την αισθητική σε ευρωπαϊκές πόλεις ήταν ο Μεσαίωνας και η πρώιμη Αναγέννηση, όπου ο δρόμος σαν κοινόχρηστος χώρος ή η πλατεία ουσιαστικά περιλάμβαναν και την όψη του κτηρίου, γιατί για μένα η όψη του κτηρίου δεν ανήκει στον ιδιοκτήτη του κτηρίου ή στον χρήστη του κτηρίου, αυτός μπαίνει από την πόρτα και μήκε μέσα, την όψη τη βλέπει αυτός που περνάει απέξω, άρα ανήκει στον κοινόχρηστο χώρο· άρα η όψη πρέπει να συνδυάζει τον κοινόχρηστο χώρο, επομένως είναι κάτι το πολύ βασικό σε αυτή τη ζωή και μετέχει στην αισθητική του ελεύθερου κοινόχρηστου χώρου».

Στην περίπτωση, όμως, του 'The Mall Athens' ο περιβάλλοντας χώρος δεν είναι ελεύθερος κοινόχρηστος χώρος. Το 'The Mall Athens' βρίσκεται εν μέσω οδικών και σιδηροδρομικών δικτύων και συνάμα το ίδιο το περιβάλλον του 'The Mall Athens' επιδιώκει να υποκαταστήσει τους ελεύθερους δημόσιους χώρους με έναν οιονεί κοινόχρηστο χώρο με τη μορφή του ιδιωτικού χώρου μαζικής χρήσης. Επομένως, ο συμβολισμός του караβιού δεν συνδιαλέγεται με τον αστικό δημόσιο χώρο του δρόμου, της πλατείας, του πεζόδρομου, αλλά μάλλον με ένα υπό διαμόρφωση αστικό τοπίο, το οποίο παίρνει τη μορφή του χώρου των δικτύων, των ροών, δηλαδή του μη-τόπου.

⁴³⁷ Σ.Τσαγκαράτος, *Πολεοδομικά τετράδια*, όπ.π., σελ.67-9.



Πηγή: Διαφημιστικό φυλλάδιο του 'The Mall Athens'

Οι δημόσιοι χώροι περιορίζονται δραστικά είτε λόγω της ευρείας επέκτασης εμπορικών χρήσεων είτε λόγω δημοσίων έργων για την εξυπηρέτηση κυκλοφοριακών δικτύων. Ο δημόσιος χώρος, ως τόπος της φυσικής συμπαρουσίας και κοινωνικής αλληλεπίδρασης αλλοιώνεται ολοένα και περισσότερο από μια σειρά κοινωνικών λόγων (από τη μεντιακή επικοινωνιακή κουλτούρα μέχρι την αναζήτηση ασφαλών περιβαλλόντων και την ένταση της ιδιωτέυσης) και μετατρέπεται σε ένα χώρο μετακίνησης.⁴³⁸

⁴³⁸ R.Sennett, *Flesh and Stone: The body and the city in western civilization*, Faber and Faber, London-Boston 1994. Ο Sennett υποστηρίζει ότι η μετατροπή του αστικού χώρου σε καθαρό μέσο μετακίνησης ευνοήθηκε από τις τεχνολογίες της κίνησης, όπως ο σιδηρόδρομος και το αυτοκίνητο, οι οποίες ικανοποιούν το αίτημα της άνεσης, ξεκούρασης, ταχύτητας και της «ελευθερίας της κίνησης». Η ταχεία διάσχιση του χώρου σημαίνει μια αποσύνδεση από το χώρο. Η άνεση θεωρούμενη ως ατομική άνεση οδήγησε σε μια απόσυρση από τον κοινωνικό περίγυρο, μια αδρανοποίηση του σώματος (π.χ.: άνετη πολυθρόνα σε ένα σπίτι ή/και η πειθαρχηση του σώματος κατά την οδήγηση) και στην αναγνώριση της σιωπηλής παρατήρησης ως «δικαίωμα». Η εκκένωση του αστικού χώρου από την πλούσια κοινωνικότητά του επιτεύχθηκε ιστορικά μέσα από ένα ευρύ πλέγμα παραγόντων (από την πολεοδομική οργάνωση, τις τεχνολογίες της κίνησης, μέχρι το «δικαίωμα της σιωπής» και τη «θεαματική»

Χαρακτηριστικά του προτύπου της μετάπολης, ως το μοντέλο πόλης χωρίς κέντρο αλλά αποτελούμενο από συνδεδεμένους μεταξύ τους κόμβους, μπορούν να αναγνωσθούν στη σχέση του 'The Mall Athens' με το περιβάλλον του, δηλαδή ως ένας κόμβος υπηρεσιών εμπορικών και ψυχαγωγικών εν μέσω δικτύων.

Η απόχρωση του ρομαντισμού που ενέχει η φαντασίωση του καραβιού («σου δημιουργεί μια φαντασίωση που σε πηγαίνει, σε ταξιδεύει») μάλλον τείνει να αισθητικοποιήσει μια γενικευμένη τάση της ύστερης νεωτερικότητας, αυτής της καθαρής φυγής. Από την εμπειρία του ηλεκτρονικού σερφαρίσματος, τα τουριστικά πακέτα εκδρομών και τις «αποδράσεις» του σαββατοκύριακου⁴³⁹ μέχρι την ολόενα και μεγαλύτερη γοητεία της ταχύτητας, είτε αυτή αφορά τις ταχύτητες στα ηλεκτρονικά δίκτυα είτε στα μέσα μετακίνησης, η τάση της φυγής φαντάζει σαν κύριο κίνητρο και επιθυμία. Συνεχής φυγή από παντού, χωρίς προορισμό, χωρίς ενδιάμεσο χώρο και χρόνο.⁴⁴⁰ Φυγή και όχι ταξίδι, που σημαίνει ότι οι ποιότητες του χώρου και του χρόνου, που μεσολαβούν μέχρι τον προορισμό, αγνοούνται και εξαλείφονται από την επιθυμία για εκμηδένιση των χωροχρονικών αποστάσεων.⁴⁴¹ Φυγή και όχι περιπλάνηση, όπως

ενορχήστρωση των δημόσιων εκδηλώσεων) του οποίου κεντρικός πυρήνας ήταν ο αστικός ατομικισμός, και οι φανταστικές του σημασίες, οι «ανάγκες» και τα αιτήματα που τον χαρακτήρισαν. Περί της «άνεσης» βλ. σελ. 338-47, περί του αστικού ατομικισμού σελ.323-4, περί της πειθαρχησης του δρόμου σελ.304-10.

⁴³⁹ G.Debord, *Η κοινωνία του θεάματος*, όπ.π., σελ.134, παρ.168. Ο Debord αναφέρει σχετικά με τον τουρισμό και την έννοια του ταξιδιού: «Η κυκλοφορία των ανθρώπων θεωρημένη ως κατανάλωση, υποπροϊόν της κυκλοφορίας των εμπορευμάτων, ο τουρισμός, ανάγεται βασικά στη διασκέδαση του να πας να δεις εκείνο που κατέστη κοινότοπο. Η οικονομική διευθέτηση του συχνάζει σε διάφορους τόπους είναι αυτή καθ αυτή η εγγύηση της ισοτιμίας τους. Ο ίδιος ο εκμοντερνισμός, που αφήρησε το χρόνο από το ταξίδι, του αφήρησε και την πραγματικότητα του χώρου.»

⁴⁴⁰ Ε.Αρανίτης, «Παράδοξη: Η ασθένεια των βημάτων», *Κυριακάτικη Ελευθεοτυπία*, 26/11/2006, σελ.31. Στο άρθρο αυτό ο Αρανίτης κάνει λόγο για το χαρακτηριστικό τύπο του βιαστικού πεζού, του οποίου η βιασύνη ερμηνεύεται ως φυγή από παντού. Η βιασύνη αυτή συνιστά παράγωγο της απουσίας νοήματος της κίνησης και έλλειψης ουσιαστικά ενός επιθυμητού σκοπού. Ο Αρανίτης αναφέρει ότι «εκεί [σ.σ.: στο κέντρο της πρωτεύουσας], σήμερα, αμέτρητα ξεχαρβαλωμένα όντα περπατούν χωρίς να περπατούν (αφού δεν πηγαίνουν πουθενά, δηλαδή πουθενά όπου θα άξιζε τον κόπο να πάνε), σαν σε καταδίωξη αν και δεν καταδιώκονται από κανέναν, δηλαδή προσφέροντας απλώς μια αναστάραση της αγχώδους κατάθλιψης στη σκηνή των μετακινήσεων. Άλλωστε, το ότι βιάζονται να φύγουν από εκεί όπου κάθε φορά βρίσκονται και όχι τόσο να φτάσουν κάπου, επιβεβαιώνεται από την έντομη σύγχυση που επικρατεί στα πεζοδρόμια, με τις βάνουσες πλαγιομετωπικές συγκρούσεις, τις τρικλοποδιές, τα σπρωξίματα και τους κωμικούς ελιγμούς των νευρικών, οι οποίοι κινούνται σαν να θέλουν να ξεφύγουν από κάποιον που τους παρακολουθεί. Ταραγμένοι, βλοσυροί, κατσούφηδες, περισπούδατοι, αγριεμένοι, ή μουλωχτοί ή υπονοβάνοντας ή χαμογελώντας χωρίς λόγο, οι πεζοί κυκλοφορούν σε πλήρη αταξία, σαν τις μάλες του μπλιάρδου μετά το εναρκτήριο κτύπημα της στέκας.»

⁴⁴¹ Π.Βιρλιό, *Αυτό που έρχεται*, μετ. Β.Τομανάς, Νησίδες, Θεσσαλονίκη 2004, σελ. 23-4. Ο Βιρλιό σχολιάζει πως η πρόοδος έμελλε να είναι η επιτάχυνση: «Η ταχύτητα είναι το γήρασμα του Κόσμου. Καθώς υποτάσσεται στον μηδενισμό του, ο κόσμος συστέλλεται, είναι έκπτωτος, χωρίς άλλα χρονικά περιθώρια με την πιο κυριολεκτική έννοια. Δε χρειάζομαστε πια υπερφυσική ικανότητα να βλέπουμε το μέλλον, μπροστά μας το φιλμ παύει να ξετυλίγεται, ο χρόνος δεν είναι πια για την ανθρωπότητα μια εφαρμόσιμη διάσταση» και συνεχίζει λέγοντας ότι (σελ.46) «οι καινούριες στρατηγικές της εικόνας έχουν φροντίσει για αυτό, αφού το ξέρουμε πώς εμφανίζονται τα πράγματα είναι για τους κοινούς θνητούς, η μικρότερη ανησυχία –μικρή σημασία έχει αν οι εμφανίσεις του κόσμου έχουν περισταθεί σε

αυτή (η περιπλάνηση ως μια καθολικά ποιητική κατάσταση) αναζητήθηκε, βιώθηκε και εκφράστηκε από τους σουρεαλιστές, από τη γενιά των μπίτνικ⁴⁴² και τους καταστασιακούς.⁴⁴³ Η περιπλάνηση συνιστά ένα ανέμελο, αυθόρμητο, απροϋπόθετο (με την έννοια της τυχαιότητας και της ανοιχτής ενδεχομενικότητας) άμεσο βίωμα με οξυμμένες αισθήσεις όπου το συνειδητό απεκδύεται το ρόλο του επιτηρητή Εγώ και σταματά να ταυτίζεται απόλυτα με το «λογικό συλλογισμό»⁴⁴⁴ και έτσι μπορεί να εμπλουτίζεται από το ασυνειδητό.⁴⁴⁵

Ένα καράβι που «έχει από κάτω την Αττική οδό, που σε πηγαίνει, σε ταξιδεύει» ταξίδι με ένα καράβι μέσω της Αττικής οδού, μιας οδικής αρτηρίας ταχείας κυκλοφορίας, καθαρής κίνησης, πεδίο μη-τόπου, ένας οδικός άξονας, ο οποίος κόβει είτε στη μέση το φυσικό περιβάλλον (π.χ.: το βουνό του Υμηττού) είτε περιοχές, λειτουργώντας σαν τάφρος, συνιστά αντίφαση. Το «σερφάρισμα» των ταχέων

φευγαλέες οπτικές ψευδαισθήσεις, φτάνει μόνο η οθόνη, μετά το παρμπρίζ, να αφαιρεί από τον καθένα το ακριβές μέτρο της μικρότητάς του».

⁴⁴² Ενδεικτικά βλ. Α.Γκίνσμπεργκ, *Ορλιαχτό*, μετ.Δ.Πουλικάκος, Ελεύθερος Τύπος, γ' έκδοση, Αθήνα 1987.

⁴⁴³ Κ.Γκρέν, «Εισαγωγή», μετ. Ν.Αλεξίου στο Γκ.Ντεμπόρ, *Τι είναι ο Λετρισμός*, μετ.Α.Ζαγκούρογο, Ελεύθερος Τύπος, Αθήνα 1995, σελ.11-2. Προσδιορίζονται από τον Κ.Γκρέν, μέλος της Καταστασιακής διεθνούς, δύο τεχνικές που ανέπτυξαν οι Λετριστές: αυτή της περιπλάνησης και της ψυχογεωγραφίας. «Η πρώτη θα μπορούσε να περιγραφεί ως ένα είδος ελεύθερου συνειρμού με όρους χωροταξικούς: η ιδέα έγκειται απλά στο να παίρνεις τους δρόμους και να βαδίζεις στα σοκάκια, μέσα από πόρτες, πάνω από τοίχους, πάνω στα δέντρα και στο φως της μέρας κ.λπ., εκείνη που θα θεωρούσε κανείς πιο ελκυστική: να περιπλανιέσαι, μόνος ή μαζί με φίλους, βαδίζοντας άνευ σχεδίου αλλά ακολουθώντας την πρόκληση της αρχιτεκτονικής που συναντάς. Η περιπλάνηση ήταν μια απόπειρα προσανατολισμού. Ελλείψει οποιονδήποτε πρακτικών θεωρήσεων, η ανεύρεση των τύπων της αρχιτεκτονικής που επιθυμούσε κάποιος ασυνείδητα[...] Η ψυχογεωγραφία ήταν η μελέτη και η συσχέτιση του υλικού που απέφερε η περιπλάνηση. Χρησιμοποιήθηκε, από τη μια μεριά για την επιδίωξη και την εξεργασία νέων συναισθηματικών χαρτών των υφιστάμενων περιοχών και από τη άλλη για την εκπόνηση σχεδίων σύνδεσης σωμάτων καταστάσεων μέσα στις ίδιες τις νέες ουτοπικές πόλεις».

⁴⁴⁴ Κ.Καστοριάδης, «Η κατάσταση του υποκειμένου σήμερα» στο Κ.Καστοριάδης, *Ο θρυμματισμένος κόσμος*, μετ. Ζ.Σαρίκας-Κ.Σπαντιδάκης, Ψυλόν, Αθήνα 1992, σελ.194. Ο Καστοριάδης αναφέρει ότι «το 'συνειδητό' ως τέτοιο μπορεί εύκολα να μερδενεί με τον απλό 'λογικό συλλογισμό', ή ακόμα με τον 'υπολογισμό', ο οποίος δεν περικλείει καθόλου το στοιχείο της ανακλαστικής στοχαστικότητας». Για τον Καστοριάδη η αυτονομία του ανθρώπου προϋποθέτει την «εγκαθίδρυση μιας άλλης σχέσης ανάμεσα στο συνειδητό και στο ασυνειδητό[...] οφείλει να περιέχει, από την πλευρά της συνειδητής αρχής, την ανακλαστική στοχαστικότητα και την ικανότητα διαβεβουλευμένης δράσης». (σελ.206).

⁴⁴⁵ R.Vaneigem, *Η επανάσταση της καθημερινής ζωής: πραγματεία σαβουάρ-βίβρ προορισμένη για τις νέες γενιές*, μετ.Σ.Βελέντζας, ΑΚΜΩΝ, 3^η έκδοση, Αθήνα, σελ. 237-8. Ο Vaneigem κάνει λόγο για την επίδραση μιας συνείδησης του άμεσα βιωμένου. Η σκέψη, η οποία επιθυμεί να αναλύσει το βίωμα ως διαχωρισμένη από αυτό και έτσι να το υποβιβάζει σε μελλοντική ανάμνηση, πρέπει να ενοωθεί με την ολότητα της βιωμένης στιγμής. Χαρακτηριστικά υποστηρίζει ότι «η ανασύσταση του ατόμου πρέπει να περάσει από την ανασύσταση του ασυνειδητού». Σχετικά βλ. Ο.Ελύτης, *Ιδιωτική οδός*, Ψυλόν, Αθήνα 1995, σελ.29. Ο Ελύτης αναφέρει: «...εξομολογούμαι ότι μπροστά σε ένα ωραίο τοπίο δεν θα μπορούσαν να γράψω τίποτε. Η φυσική ομορφιά καταπιέζει τη νοητική, που αιτείται την πλήρη απόσταση και ανάπτυξη της ως το απίθανο». Και επισημαίνει σε άλλο σημείο ότι (σελ.66-7) «δυστυχώς οι άνθρωποι αποκτούν εύκολα μεγάλη παιδεία και σε ό,τι απαιτείται μονάχα εγκέφαλος διατρέπουν. Σε ό,τι όμως απαιτείται να μετέχουν οι αισθήσεις πνύττουν. Τα αισθητηριά τους, σε κατάσταση μονίμου υποθερμίας, αδυνατούν να μετατρέψουν την πηγή του ερεθισμού σε είδωλο που να καθρεπίζεται κατ' αναλογία μέσα στο πνεύμα. Εξού και ο περίφημος διανοητισμός της εποχής μας που αποκόπτει ένα ένα όσα νήματα μας συνδέουν με την άμεση ζωή και μας καταδικάζει σε πείνα θερμής αγκαλιάς και αληθινών δακρύων».

εναλλαγών από κόμβο σε κόμβο, της μηδενικής τριβής με τις χωροχρονικές ποιότητες, της «ελευθερίας επιλογής» και της μη-δέσμευσης συγγενεύει περισσότερο με τη φαντασίωση του καραβιού που «έχει από κάτω την Αττική οδό που σε πηγαίνει, σε ταξιδεύει».

3.2. Η αισθητική του εσωτερικού χώρου και οι συμβολισμοί της

Η αισθητική του εσωτερικού χώρου του 'The Mall Athens' είναι προϊόν ενιαίου σχεδιασμού, προκειμένου να δοθεί μια ταυτότητα συνολική στο χώρο. Σύμφωνα με τον αρχιτέκτονα, η ταυτότητα του εσωτερικού είναι αυτή του δημοσίου κοινόχρηστου χώρου:

«Είναι σχεδιασμένο ενιαία για να δίνει ένα χαρακτήρα στο 'The Mall'.

Αυτό ακριβώς του κοινόχρηστου χώρου, με τις κολόνες, με τα ανοίγματα, με τα μπαλκόνια του, τη δαπεδόστρωση και τις ψευδοροφές.

Αυτά είναι στοιχεία, που είναι διακοσμητικά, τα οποία θεωρήσαμε ότι είναι σημαντικό να μπαίνεις σε ένα χώρο και να έχει μια ταυτότητα και να μην είναι ένας χώρος, που ο καθένας κάνει ό,τι θέλει. Θέλουμε να έχει χαρακτήρα το εσωτερικό το ίδιο και να μπαίνεις και να λες ότι μπαίνω σε ένα πολύ συγκεκριμένο χώρο· όχι σε μια μάζωξη μαγαζιών».

Η αισθητική ταυτότητα του χώρου ενέχει δύο διαστάσεις, η μια αναφέρεται στην υποκατάσταση του ελεύθερου κοινόχρηστου χώρου από το περιβάλλον του 'The Mall Athens' και η άλλη στη δημιουργία ενός ισορροπημένου, ευχάριστου, ήρεμου περιβάλλοντος.

Αναφορικά με την πρώτη διάσταση θα μπορούσαμε να πούμε ότι η αισθητική ταυτότητα του δημόσιου χώρου δεν εξαντλείται σε μορφικά χαρακτηριστικά (π.χ.: μπαλκόνια, κολόνες, δαπεδόστρωση κ.λπ.), αλλά συνίσταται στην ιστορικότητα που την προσδιόρισε και την προσδιορίζει, καθώς και στην αντανάκλασή της στη σύγχρονη συλλογική συνείδηση. Η εκκένωση της αισθητικής από την ιστορικότητα και την κοινωνικότητα συνεπάγεται τη θεαματικοποίηση και την κατανάλωση της ιστορίας και των αντικειμενικοποιήσεων που την ενσαρκώνουν με τη μορφή του φολκλόρ.

Η αισθητική του δημοσίου χώρου είναι έκφραση της ιστορικότητας της κάθε κοινωνίας. Ακόμα και η έλλειψη μιας αισθητικής ταυτότητας σε περιοχές με «άτακτη» πολεοδομική και αρχιτεκτονική διαμόρφωση, συνιστά έκφραση συγκεκριμένων κοινωνικών καταστάσεων, οικονομικών σχέσεων, πολιτικών διεργασιών και συσχετισμών. Το 'The Mall Athens' είναι ένα τεχνητό περιβάλλον, διαμορφωμένο

εφάπαξ, κλειστό, μονωμένο από επιρροές και «εγχαράξεις» ιστορικότητας. Αντιθέτως, τέτοια τεχνητά περιβάλλοντα επιδιώκουν να επανανοηματοδοτήσουν το δημόσιο χώρο με τις λειτουργίες, το λόγο, τις αναπαραστάσεις, τις συνθήκες που προωθούν εντός τους, καθώς και με μια προσομοιωτική αισθητική δημόσιου χώρου.

Η αισθητική της ισορροπίας και της ηρεμίας διασφαλίζεται αφενός από τον ενιαίο σχεδιασμό, αφετέρου από τον ενιαίο έλεγχο του χώρου. Η πρόσωση κάθε μαγαζιού, δηλαδή το μήκος της βιτρίνας (που ορίζεται από τις παραστάδες/χωρίσματα μεταξύ των μαγαζιών), το ξύλινο μέτωπο και ο χώρος για τη διαφημιστική πινακίδα, έχουν καθοριστεί από τον ενιαίο σχεδιασμό, έτσι ώστε να διασφαλίζεται μια ομοιομορφία στο επίπεδο της εξωτερικής όψης. Κατά τον αρχιτέκτονα, ως προς αυτό ακολουθήθηκε το ευρωπαϊκό πρότυπο των πιο πολλών 'malls', σε αντίθεση με το αμερικάνικο, όπου ο χώρος των μαγαζιών από κολόνα σε κολόνα διαμορφώνεται από τον κάθε ενοικιαστή:

«Το εσωτερικό των μαγαζιών, η αισθητική του χώρου στην πραγματικότητα δίνεται από λίγα στοιχεία, τα οποία συνήθως ανεξάρτητα του design είναι παρόμοια, δηλαδή η φάτσα του μαγαζιού. Εδώ υπάρχουν δύο θεωρίες: οι μεν αμερικάνοι που έχει τις κολόνες, γιατί κάθε ένα κάνναβο υπάρχει σε κολόνες, δηλαδή σε κανονικά διαστήματα. Στο 'The Mall Athens' είναι 8 επί 8, δηλαδή ανά 8 μέτρα στο τετράγωνο υπάρχουν 4 κολόνες. Εκεί που είναι ο διάδρομος, ο διάδρομος είναι 8 μέτρα, οι πάνω διάδρομοι ανοίγουν λίγο, αλλά ο κάτω είναι 8 μέτρα, άρα ανάμεσα σε δύο κολόνες. Εκεί που καταλήγει η κολόνα έχεις μια παραστάδα, δηλαδή έχεις ένα χώρισμα των μαγαζιών, γιατί είναι η κολόνα ακριβώς και επομένως ένα πρώτο αισθητικό στοιχείο. Όμως από κολόνα σε κολόνα οι αμερικάνοι αφήνουν συνήθως τα μαγαζιά να τα κάνει όπως θέλει ο ιδιοκτήτης/ο ενοικιαστής. Εμείς ακολουθήσαμε το ευρωπαϊκό μοντέλο των πιο πολλών malls, που ουσιαστικά του ορίσαμε πέρα από την κολόνα, το μέτωπο επάνω, το οποίο στο 'The Mall Athens' είναι αν το δεις ξύλινο. Είναι για ηχοαπορρόφηση και το χώρο που θα βάλει την πινακίδα του, ο οποίος είναι καθορισμένος. Δεν μπορεί να τη βάλει όπου θέλει και αποκεί και πέρα τη βιτρίνα την κάνει όπως θέλει. Επομένως για μας χώρος του ενοικιαστή είναι η βιτρίνα και μέσα. Όλο το άλλο είναι σχεδιασμένο ενιαία.»

Η βιτρίνα, η εσωτερική διαρρύθμιση και διακόσμηση του χώρου επαφίονται, λοιπόν, στον ενοικιαστή. Ας ακούσουμε τον ίδιο τον αρχιτέκτονα σχετικά με την αισθητική της ισορροπίας και της ηρεμίας του χώρου:

«Στο περιβάλλον αυτό ο άνθρωπος πρέπει να έχει τη δυνατότητα όχι αναγκαστικά να του αρέσει υπερβολικά μακάρι, αλλά τουλάχιστον να μην τον ενοχλεί. Να έχει μια αναφορά, ώστε να το γνωρίζει, να βρίσκει σημεία που να του είναι ευχάριστα, γενικά να είναι ένα περιβάλλον ευχάριστο σε αυτόν. Αυτό το 'The Mall' το προσφέρει. Αυτό το 'The Mall' το πετυχαίνει, γιατί έχει ενιαίο σχεδιασμό. Που αν μη τι άλλο αρέσει δεν αρέσει, τουλάχιστον προσφέρει μια ισορροπία και μια ηρεμία».

Η διατήρηση αυτής της ενιαίας εικόνας των μαγαζιών επιτυγχάνεται και με τη συνθήκη της κεντρικής ιδιοκτησίας, καθώς οι χώροι των καταστημάτων σε όλα τα shopping malls δεν πωλούνται, αλλά ενοικιάζονται. Και αυτό γιατί, σύμφωνα με την υπεύθυνη της μείζης των χρήσεων:

«Θέλεις να μπορείς να ελέγχεις όλους τους χρήστες σου, ώστε η εικόνα που θα παρουσιάζουν να είναι ταυτόσημη με την εικόνα του mall. Σημαίνει ότι εάν ένας αρχίσει να έχει βρώμικο το μαγαζί του, να είναι σπασμένα τα τζάμια του ή ο,τιδήποτε, μπορείς να τον πετάξεις έξω. Ή μπορείς να το φτιάξεις και να τον χρεώσεις. Και αν έχει υπογράψει συμβόλαιο, το οποίο λέει ότι αν δεν συμμορφωθεί, έχεις δικαίωμα να τον διώξεις. Είναι πάρα πολύ βασικό, γιατί μπορεί να χαλάσει όλη την εικόνα».

Εκτός από τη ξύλινη επένδυση σε κάποια σημεία τα τοιχώματα του χώρου είναι χρωματισμένα στους τόνους της ώχρας και του κόκκινου. Κατά τον αρχιτέκτονα:

«Τα χρώματα είναι ελαφρά είναι πάρα πολύ γήινα μεσογειακά χρώματα, τέτοια που το κάνουν ένα φιλικό περιβάλλον».

Επίσης τα γυάλινα στηθαία των διαδρόμων, η λευκή δαπεδόστρωση συνιστούν χαρακτηριστικά της μεταμοντέρνας αισθητικής, που όρισε ο M.Castells ως «κρύα ομορφιά» ('cold beauty'). Ο Castells κάνει λόγο για μια «αρχιτεκτονική της γύμνιας» ('the architecture of nudity'), η οποία είναι ουδέτερη, καθαρή, διάφανη, δεν προσποιείται να εκφράσει κάτι και το μήνυμά της είναι η σιωπή.⁴⁴⁶ Για τον Castells η «μεταμοντέρνα αρχιτεκτονική» αυτή συνιστά έκφραση της μεταμοντέρνας θέσης περί

⁴⁴⁶ M.Castells, *The rise of network society*, Blackwell Publishers, Oxford 1997, σελ.420-1.

τέλους της ιστορίας. Η διάρρηξη της σχέσης της «μεταμοντέρνας αρχιτεκτονικής» με την ιστορία και τον πολιτισμό της κάθε κοινωνίας εδράζεται στην ικανότητα των ελίτ να κατανέμουν τα συμφέροντά τους και της αισθητική τους σε όλο τον πλανήτη πέρα από τις ιδιαιτερότητες του κάθε τόπου. Επίσης η μεταμοντέρνα θέση της κατάρρευσης όλων των συστημάτων του νοήματος επιτρέπει την εκλεκτική σύνθεση στοιχείων, στιλ χωρίς κάποια νοηματική συνέπεια. Αναφέρει ο Castells ότι «επειδή δεν ανήκουμε πια σε κάποιο τόπο, σε κάποια κουλτούρα η ακραία εκδοχή του μεταμοντερνισμού επιβάλλει την κωδικοποιημένη λογική της αποδόμησης των κωδίκων οπουδήποτε κάτι χτίζεται». ⁴⁴⁷

Στην περίπτωση του 'The Mall Athens', παρατηρούμε μια πιο συνθετική αισθητική, με την έννοια ότι συνδυάζει χαρακτηριστικά της μεταμοντέρνας «αρχιτεκτονικής της γύμνιας» με αναφορές στον περιβάλλοντα χώρο (π.χ.: τα τόξα που προσομοιάζουν με αυτά του Καλατράβα στον 3^ο όροφο όπου υπάρχει οπτική επαφή με το στέγαστρο του ΟΑΚΑ και την Εσπλανάδα) ή/και στον τόπο γενικότερα (π.χ.: μεσογειακά χρώματα).

Από τη μια, η «μεταμοντέρνα αισθητική και τεχνοτροπία», όπως αποτυπώνεται με τα γυάλινα στηθαία, λευκό μάρμαρο της δαπεδόστρωσης και το σπάσιμο της μορφής του караβιού, συμπληρώνεται και από το ανιστορικό και α-κοινωνικό της συνθήκης του χώρου. Το ανιστορικό και α-κοινωνικό της συνθήκης του 'The Mall Athens' έγκειται στην απουσία κοινωνικού νοήματος και προσδιορισμών, της δυνατότητας εγγραφών μέσω των κοινωνικών πρακτικών σε ένα τεχνητό, κλειστό, μονωμένο και ιδιωτικά ελεγχόμενο περιβάλλον.

Από την άλλη, οι αναφορές στο εξωτερικό περιβάλλον (γεγονός το οποίο, κατά τον αρχιτέκτονα, αποτελεί ελληνική ιδιομορφία σε σύγκριση με τα shopping malls στο εξωτερικό) δεν ενέχουν κοινωνικό νοηματικό φορτίο. Και αυτό γιατί η φαντασίωση του караβιού, όπως είδαμε, συνιστά μια αναφορά μάλλον σε ένα χώρο ροών παρά στον ελεύθερο κοινόχρηστο χώρο, όπως ισχυρίζεται ο αρχιτέκτονας. Επίσης, η αισθητική παραπομπή των τόξων τύπου Καλατράβα στο πραγματικό έργο του ισπανού αρχιτέκτονα συνιστά μια αναφορά θεματικού τύπου και όχι κοινωνικού. Και αυτό γιατί το ΟΑΚΑ αφενός συνιστά ένα πεδίο θεάματος (αθλητικού και όχι μόνο) και αφετέρου είναι μια εγκατάσταση, η οποία καταργεί «θεαματικά» την ανθρώπινη κλίμακα. Ο αρχιτέκτονας αναφέρει για αυτή την επιλογή ότι:

⁴⁴⁷ M.Castells, *The rise of network society*, όπ.π., σελ.418-9.

«Εμείς θεωρήσαμε ότι η θέα στο ΟΑΚΑ ήταν πάρα πολύ όμορφη. Έχει και αναφορά στο ΟΑΚΑ, αν το δεις με τόξα, που είναι ακριβώς η Εσπλανάδα του Καλατράβα, δεν είναι ακριβώς το ίδιο, αλλά το ίδιο concept, ακριβώς για να έχει μια αναφορά με το κάτω».



Επίσης η προσπάθεια δημιουργίας μιας αισθητικής ταυτότητας «κοινόχρηστου χώρου» στο εσωτερικό του 'The Mall Athens' και η χρήση μεσογειακών χρωμάτων σε κάποια τοιχώματα, συμπληρώνει αυτή τη συνθετική αισθητική του πεδίου.

Αυτή η αισθητική, η οποία φαίνεται να λειτουργεί σε πρώτο επίπεδο κατά κάποιο τρόπο αποπροσανατολιστικά, καθώς δεν υπάγεται ολοκληρωτικά στην αισθητική των shopping malls ως κλειστά, μονωμένα από το κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον πεδία, ουσιαστικά ανταποκρίνεται σε δύο στόχους. Ο πρώτος στόχος έχει να κάνει με το γεγονός ότι το ελληνικό κοινό, αφενός είναι εκπαιδευμένο στην κατανάλωση, αφετέρου δεν έχει «εκπαιδευτεί» σε τέτοια περιβάλλοντα. Ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός «επικαλείται» τη δυνατότητα ορατότητας (στον 3^ο όροφο), τα μεσογειακά χρώματα, τη μορφή του караβιού, ως μια κεντρική αναπαράσταση στο συλλογικό φαντασιακό, προκειμένου να δημιουργήσει την αίσθηση ενός «ευχάριστου περιβάλλοντος».

Ο δεύτερος στόχος αναφέρεται στην απόπειρα υποκατάστασης του δημόσιου κοινόχρηστου χώρου από ιδιωτικούς χώρους μαζικής χρήσης, και συνάμα την επανανοηματοδότηση του δημόσιου χώρου. Οι αναφορές στο εξωτερικό περιβάλλον, η αισθητική του «κοινόχρηστου χώρου» (μπαλκόνια, κολόνες, δαπεδόστρωση, ψευδοροφές) αποτυπώνονται σε ένα πεδίο όπου οι κοινωνικές εκφράσεις αποκλείονται και κυριαρχεί η θεαματική καταναλωτική κουλτούρα. Η κουλτούρα ης κατανάλωσης διατρέχει και ρυθμίζει καθολικά το συγκεκριμένο πεδίο, το οποίο επιδιώκει να υποκαταστήσει τον ελεύθερο κοινόχρηστο χώρο και να λειτουργήσει ως κέντρο πόλης. Ο αρχιτέκτονας του 'The Mall Athens' υποστηρίζει ότι:

«‘Mall’ είναι ο διάδρομος, ο διάδρομος και ο σε εισαγωγικά ‘κοινόχρηστος χώρος’. Αυτό, λοιπόν, είναι ένα ‘mall’. Αμέσως-αμέσως καταλαβαίνουμε ότι έχουμε ουσιαστικά ένα ολοκληρωμένο κέντρο, σε μια πόλη θα ήταν αντίστοιχο ενός πάρα πολύ μεγάλου εμπορικού δρόμου. Το ‘mall’, ας πούμε στο Μαρούσι, είναι αντίστοιχο με την Ερμού στην έκταση, με ολόκληρη την Ερμού, όχι με ένα κομμάτι της. Δηλαδή αν πάρεις τα τετραγωνικά των μαγαζιών της Ερμού και την έκτασή τους και τη βάλουμε σε 4 ορόφους, που είναι στο ‘The Mall’, θα δεις ότι είναι το ίδιο με το ‘The Mall’. Αυτή είναι μια λογική όπου στηρίζεται όχι αναγκαστικά στο ότι είναι εντός ή εκτός μιας πόλης, αυτός είναι ένας μύθος. Στηρίζεται ότι κάνεις μια συγκέντρωση εμπορική και ψυχαγωγική. Και αυτά τα δύο πάντα πηγαίνουνε μαζί, δηλαδή δεν μπορείς να κάνεις ένα μόνο εμπορικό ‘mall’ ή ένα μόνο ψυχαγωγικό ‘mall’. Υπάρχει μια μείξη αυτών των πραγμάτων. Υπάρχει, λοιπόν, μια τέτοιου είδους συγκέντρωση, που ουσιαστικά λειτουργεί σαν να δημιουργείς ένα κέντρο πόλης, είτε μέσα στο ίδιο το κέντρο της πόλης είτε στην περιφέρεια της πόλης. Και έχει λειτουργία κέντρου πόλης, δηλαδή η έννοια του διαδρόμου του εσωτερικού ή του αίθριου ή της πλατείας ή ο,τιδήποτε άλλο είναι η έννοια του κοινόχρηστου ελεύθερου, δημόσιου χώρου ενός δρόμου σε μια πόλη».

Ο λόγος αυτής της αισθητικής νοηματοδοτεί το πρότυπο της καταναλωτικής τάξης. Η αισθητική του χώρου επιδιώκει τη δημιουργία ενός χώρου, που «τουλάχιστον να μην τον ενοχλεί» και να χαρακτηρίζεται από ισορροπία, ηρεμία. Ο αρχιτέκτονας αντιπαραβάλλει το περιβάλλον του ‘The Mall Athens’ με το αστικό τοπίο ισχυριζόμενος ότι:

«Στην Αθήνα που ο καθένας κάνει ό,τι του καπνίσει, όπως του καπνίσει, πραγματικά δεν είναι ένα ήσυχο περιβάλλον ο δρόμος στην Αθήνα, οπτικά εννοώ. Είναι ένα φλύαρο και ανήσυχο περιβάλλον... [σ.σ.: ενώ το ‘The Mall Athens’] δεν έχει εξαιρετικά kits πράγματα ή που να σε ενοχλούν και να σου τραβάνε το μάτι [...] γιατί και αυτός είναι ένας τρόπος διαφήμισης, αλλά δεν έχει τέτοια πράγματα’ είναι σεμνό σχετικά’ είναι καλά φωτισμένο και είναι έξω από τις κλιματολογικές συνθήκες και αυτό είναι που δημιουργεί ένα περιβάλλον, το οποίο γενικά είναι ευχάριστο».

Ας ακούσουμε και μια επισκέπτρια του εμπορικού κέντρου η οποία αναφέρεται στην αισθητική του χώρου:

«Μέτρια, δεν έχω παρατηρήσει πολύ. Σε γενικές γραμμές μέτρια, ούτε να είναι πολύ κιτς, ούτε να είναι πολύ ωραία να πω ‘ουάου!’.»

(επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 29 ετών, κάτοικος Πατησίων)

Η αισθητική του χώρου με την προσομοίωση μορφικών χαρακτηριστικών του δημόσιου χώρου και με την αναφορά στο εξωτερικό περιβάλλον επιδιώκει να «εμπλουτίζει» το πρότυπο της καταναλωτικής τάξης. Ο εμπλουτισμός της καταναλωτικής τάξης έγκειται στο ότι η κατανάλωση δεν είναι μια επιμέρους δραστηριότητα των ατόμων και επομένως τα πεδία της κατανάλωσης δεν φιλοξενούν περιορισμένες λειτουργίες και χρήσεις. Το πρότυπο της καταναλωτικής τάξης τείνει να υπάγει ολόένα και περισσότερες λειτουργίες, σημασίες, δραστηριότητες και εμπειρίες. Αυτό επιτυγχάνεται με: α) την έμφαση κάποιων δραστηριοτήτων και εμπειριών, β) με τον αποκλεισμό εκφράσεων, εμπειριών, αναπαραστάσεων και γ) με την επανανοηματοδότηση. Στην προκειμένη περίπτωση, το πρότυπο της καταναλωτικής τάξης, όπως αποτυπώνεται χωρικά στο ‘The Mall Athens’, επιδιώκει να υποκαταστήσει το δημόσιο χώρο και να τον σημασιοδοτήσει αποκλειστικά ως πεδίο καταναλωτικής εμπειρίας.

3.3. Συμπεράσματα πάνω στην αισθητική του ‘The Mall Athens’

Στο κεφάλαιο αυτό προσπαθήσαμε να αναγνώσουμε την αισθητική του κτηριακού κελύφους του ‘The Mall Athens’ και της αισθητικής του εσωτερικού χώρου. Μελετώντας οπτικά την αισθητική και στις δύο διαστάσεις και το λόγο του αρχιτέκτονα σχετικά με τον αισθητικό σχεδιασμό αποπειραθήκαμε να αναλύσουμε την αισθητική και τους συμβολισμούς της. Επίσης με την ανάλυση του λόγου των επισκεπτών προσπαθήσαμε να δούμε σε ποιο βαθμό και με ποιο τρόπο εκλαμβάνεται και ερμηνεύεται η αισθητική του χώρου και οι συμβολισμοί που φέρει αυτή.

Όσον αφορά τις επιδιώξεις του αρχιτεκτονικού-αισθητικού σχεδιασμού, το επικοινωνήσιμο νόημα της αισθητικής εξωτερικής όψης αναφέρεται στο «ταξίδι». Αυτό το νόημα υποστηρίζεται από το σημειακό φορέα της μορφής του καραβιού. Κατά τον αρχιτέκτονα ο συμβολισμός της εξωτερικής όψης του κτηρίου συνδιαλέγεται και συναρθρώνεται με το εξωτερικό περιβάλλον, με τον κοινόχρηστο χώρο. Ο αρχιτέκτονας συνδέει τη μορφή του καραβιού με την Αττική Οδό. Προσπαθήσαμε να ερμηνεύσουμε κριτικά αυτή την απόπειρα άρθρωσης συμβολικού λόγου

προβληματοποιώντας το αναφερόμενο του σημειακού φορέα, έτσι όπως αυτό δίνεται από το λόγο το αρχιτέκτονα. Με αυτόν τον τρόπο θεωρήσαμε ότι το αναφερόμενο δεν έχει να κάνει τόσο με την έννοια και την εμπειρία του ταξιδιού, όπως επικαλείται ο αρχιτέκτονας, όσο με την έννοια και την εμπειρία τη καθαρής φυγής. Συγκρίνοντας την εμπειρία του ταξιδιού και της περιπλάνησης με αυτή της καθαρής φυγής θεωρήσαμε ότι στην περίπτωση αυτή ο συμβολισμός του καραβιού, που συναρθρώνεται με την εμπειρία και την αναπαράσταση της Αττικής Οδού, δηλαδή ενός άξονα ταχείας κυκλοφορίας, μιας χωρικής μορφής ροής, μη-τόπου, αναφέρεται, παραπέμπει στην εμπειρία της μηδενικής τριβής με τις χωρικές και χρονικές ποιότητες, δηλαδή στην εμπειρία της καθαρής φυγής.

Για να υπάρξει, όμως, σημειακή συνάρτηση, με άλλα λόγια ενεργός συμβολισμός, κατά τον U.Eco θα πρέπει να υπάρχει ερμηνευτική αντίδραση από τον παραλήπτη, ο οποίος θα αποδώσει κάποιο νόημα στο σημείο.⁴⁴⁸ Από τις συνεντεύξεις που πήραμε από τους επισκέπτες του εμπορικού κέντρου διαπιστώσαμε ότι τουλάχιστον συνειδητά δεν ενεργοποιείται αυτός ο συμβολισμός. Μόνο σε μια περίπτωση, η οποία παρατέθηκε παραπάνω, ενεργοποιείται ο συμβολισμός του κτηριακού κελύφους σε σχέση με τη χωροθέτησή του. Χωρίς να αποκωδικοποιείται ακριβώς η μορφή του καραβιού, ο όγκος ενός εμπορικού περιβάλλοντος εν μέσω κυκλοφοριακών αξόνων που το καθιστούν ευρέως προσβάσιμο του αποδίδει μια αίσθηση μεγαλοπρέπειας («σαν αρχαίος ναός»). Είναι ενδιαφέρον να επισημάνουμε το ότι η επισκέπτρια του 'The Mall Athens' αναφερόμενη στο κόκκινο σωλήνα που λειτουργεί εν είδει καταρτιού χρησιμοποιεί τις λέξεις «κολόνα» και «κίονας».

Όσον αφορά την αισθητική του εσωτερικού χώρου επιχειρήθηκε μέσα από τον αρχιτεκτονικό και αισθητικό σχεδιασμό μια αισθητική του «κοινόχρηστου χώρου» (κατά τον αρχιτέκτονα) και η αισθητική της ισορροπίας και της ηρεμίας. Θεωρήσαμε ότι σε ένα κλειστό, μονωμένο, ιδιόκτητο, φυλασσόμενο και εφάπαξ κατασκευασμένο εμπορικό περιβάλλον η αισθητική του δημόσιου κοινόχρηστου χώρου δεν μπορεί παρά

⁴⁴⁸ U.Eco, *Θεωρία της σημειωτικής*, μετ. Ε.Καλλιφατιδή, Γνώση, Αθήνα 1989, σελ.83-4. Ο Eco ορίζει το «σημείο» ως εξής: «Το σημείο είναι πάντα στοιχείο ενός επιπέδου έκφρασης που σχετίζεται συμβατικά με ένα (ή περισσότερα) στοιχεία ενός επιπέδου περιεχομένων. Οποτεδήποτε υπάρχει ένας τέτοιος συσχετισμός και αναγνωρίζεται από μια ανθρώπινη κοινωνία, υπάρχει ένα σημείο.[...]. Η σημειακή συνάρτηση πραγματοποιείται όταν δύο συναρτησιακοί όροι (έκφραση και περιεχόμενο) εισέρχονται σε αμοιβαίο συσχετισμό. Ο ίδιος συναρτησιακός όρος μπορεί να εισέλθει σ' ένα άλλο συσχετισμό, και επομένως να καταστεί όρος διαφορετικής συνάρτησης και να δημιουργήσει μια νέα σημειακή συνάρτηση. Επομένως τα σημεία είναι προσωρινό αποτέλεσμα κωδικοποιητικών κανόνων, οι οποίοι καθετώνουν μεταβατικούς συσχετισμούς στοιχείων που το καθένα τους δικαιούται -υπό συγκεκριμένες κωδικοποιητικές συνθήκες- να εισέλθει σ' ένα άλλο συσχετισμό και επομένως να σχηματίζει ένα νέο σημείο.»

να είναι προσομοιωτικής τάξης. Και αυτό γιατί η αισθητική του αστικού δημόσιου χώρου προσδιορίζεται από την ιστορικότητα των κοινωνικών σχέσεων και πρακτικών που κατοικούν και κατεργάζονται –υλικά, συμβολικά, φαντασιακά– τον καθημερινό χώρο. Η προσομοιωτική αισθητική του κοινόχρηστου χώρου μέσω της αναπαραγωγής μορφικών χαρακτηριστικών σε συνδυασμό με μια οπτική αισθητική ισορροπίας αφενός επιδιώκει μια αισθητική ταυτότητα ενιαία και συγκεκριμένη για το χώρο. Αφετέρου κατά τη γνώμη μας αναδεικνύει και μια νέα νοηματοδότηση του δημόσιου χώρου, την εξεικόνιση της οποίας προσπαθεί να στοιχειοθετήσει η αισθητική του ‘The Mall Athens’. Με άλλα λόγια ο συμβολισμός της αισθητικής του «κοινόχρηστου χώρου» και της οπτικής ισορροπίας και ηρεμίας φαίνεται να προτείνει μια νέα αναπαράσταση του κοινόχρηστου χώρου ως ειρηνευμένου, αρμονικού, στατικού, ιστορικά παγωμένου, τελειωμένου.

Αναφορικά με τον τρόπο που προσλαμβάνουν την αισθητική του εσωτερικού χώρου και τους συμβολισμούς της τα άτομα-επισκέπτες δεν υπάρχει κάποια άμεση ρητή αποκωδικοποίηση αυτού. Αυτό που εκφράζεται από τους επισκέπτες σχετικά με την αισθητική και την εμπειρία του χώρου είναι ότι οι περισσότεροι το βρίσκουν ως ένα ευχάριστο περιβάλλον για βόλτα –και όχι μόνο αποκλειστικά για αγορές. Επίσης αρκετοί είναι αυτοί που τον θεωρούν ένα οικείο χώρο, στον οποίο νιώθουν άνετα με την προϋπόθεση ότι δεν υπάρχει συνωστισμός. Οι παραλληλισμοί του χώρου με τη γειτονιά και το σπίτι που γίνονται από δύο επισκέπτριες του εμπορικού κέντρου είναι ενδεικτικοί του γεγονότος ότι ο χώρος του ‘The Mall Athens’ προσλαμβάνεται κατά πολλούς ως ένας οικείος και ευχάριστος χώρος.

4. Η εφαρμογή της τεχνικής της μόνωσης στο ‘The Mall Athens’

Η εφαρμογή της τεχνικής της μόνωσης στοχεύει στην εξασφάλιση της καθαρότητας, δηλαδή της τάξης, της προάσπισης και της εδραίωσης ενός προτύπου τάξης (βλ. Ενότητα.: *Τάξη και χώρος*). Με μια πρώτη επιτόπια παρατήρηση στο χώρο του ‘The Mall Athens’ μπορεί κάποιος εύκολα να διαπιστώσει ότι μέσω του αρχιτεκτονικού σχεδιασμού έχει εφαρμοστεί η τεχνική της μόνωσης. Επομένως θα διερευνήσουμε τι είδους τεχνική (-ες) μόνωσης αναπτύσσονται στο συγκεκριμένο περιβάλλον καθώς και τι είδους πρότυπο καθαρότητας, τάξης διασφαλίζουν αυτές.

4.1. Ηχητική μόνωση

Η ηχητική μόνωση του περιβάλλοντος του ‘The Mall Athens’ εξασφαλίζεται με το υλικό, το οποίο μοιάζει σαν μια ξύλινη επένδυση στους τοίχους του χώρου («ξύλινο μέτωπο»). Τα ηχητικά ερεθίσματα από τον περιβάλλοντα χώρο, στην περίπτωση του ‘The Mall Athens’, είναι οι ήχοι αυτοκινήτων, που κινούνται σε μια οδική αρτηρία ταχείας κυκλοφορίας (Αττική Οδός), καθώς και οι ήχοι του προαστιακού και ηλεκτρικού σιδηροδρόμου. Η μόνωση από τους εξωτερικούς ήχους συμπληρώνεται και με την κεντρική διαχείριση του ήχου σε όλη την έκταση, ιδίως σε περιπτώσεις κάποιων εκδηλώσεων (‘events’). Σε άλλες περιπτώσεις, τα μαγαζιά βάζουν μουσική, η οποία αφορά, όμως, το δικό τους χώρο.

Η ηχητική μόνωση οριοθετεί και σφραγίζει το πεδίο, εντός του οποίου ασκείται κεντρική, συνολική και επιμέρους διευθέτηση του ήχου. Έχουμε να κάνουμε με μια συνθήκη της καθαρότητας του ήχου, με την έννοια ότι η τεχνική της ηχητικής μόνωσης αποκλείει, ακυρώνει εξωτερικά, τυχαία και απρόβλεπτα ηχητικά ερεθίσματα. Η επιμέρους (από τα μαγαζιά) και η συγκεντρωτική διαχείριση του ήχου αρθρώνει μια τάξη του ήχου.

Η ηχητική μόνωση του πεδίου θέτει μια σχέση «εκτός-εντός», με το να αποκλείει εξωτερικούς ήχους. Για παράδειγμα σε ένα δημόσιο αστικό χώρο, η συνθήκη της ηχητικής καθαρότητας, αποκλειστικότητας δεν υφίσταται, ούτε η διάκριση εξωτερικών και εσωτερικών ήχων. Σε μια πλατεία, σε ένα αστικό δρόμο μπορεί να λαμβάνει χώρα μια ή περισσότερες εκδηλώσεις (συναυλία, έκθεση, παζάρι, συγκέντρωση, παιχνίδι κ.λπ.) αλλά ταυτόχρονα ο χώρος είναι ανοιχτός σε οποιοδήποτε εκπεμπόμενο ήχο είτε από το φυσικό περιβάλλον (κεραυνός, δυνατός αέρας, γαβγίσματα σκύλων, σμάρι πουλιών) είτε από την ανθρώπινη παρέμβαση (φωνές ανθρώπων, πλανόδιοι μουσικοί, καλέσματα πλανόδιων εμπορών, ήχοι αυτοκινήτων κ.λπ.). Ο διαχωρισμός αυτός («εντός-εκτός») συμβάλλει αφενός σε μια απομόνωση του χώρου, εδώ σχετικά με τον ήχο, και αφετέρου σε μια εσωτερική αυτοτέλεια, η οποία διεκδικεί την καθολικότητα ενός μικρόκοσμου.

Η αίσθηση και η αναπαράσταση του ‘The Mall Athens’ ως μικρόκοσμου επιδιώκεται και με τη συνθήκη του ήχου, που χαρακτηρίζει το πεδίο. Η συγκεντρωτική και αποκλειστική, λόγω της μόνωσης, διαχείριση του ήχου παραπέμπει σε πειθαρχικούς μηχανισμούς και πεδία, όπου οι λόγοι και οι ήχοι διευθετούνται, επιτηρούνται, ακυρώνονται ή/και περιορίζονται όταν παραβιάζουν την τάξη του ήχου.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα συνιστά η τάξη του ήχου σε μια σχολική αίθουσα. Ο/η καθηγητής/τρια παραδίδει μάθημα, επισημαίνει, παρατηρεί, αποβάλλει, ερωτά και αναμένει τις κατάλληλες απαντήσεις, ελέγχει την ένταση του ήχου, του θορύβου και των λόγων των μαθητών, ακόμα και τη σιωπή. Αναφορικά με τη σιωπή, η πειθαρχική διάσταση της διαχείρισης της σιωπής από τον/την καθηγητή/τρια είναι αρκετά διαφωτιστική. Και αυτό γιατί ο/η καθηγητής/τρια αφενός απαιτεί την ησυχία της ομάδας των μαθητών κατά την παράδοση του μαθήματος, αφετέρου όταν θέτει ερωτήματα και ζητά απαντήσεις η σιωπή αξιολογείται αρνητικά. Η έκκληση «ησυχία παρακαλώ» και η αξιολογική παρατήρηση «δεν συμμετέχει στο μάθημα» αποκαλύπτει τη διττή αξιολόγηση της σιωπής από τον εκπαιδευτή, η οποία λειτουργεί και στις δύο περιπτώσεις ως μέσο/εργαλείο της πειθαρχικής διαπαιδαγώγησης. Αυτή η τάξη του ήχου ανατρέπεται στο σχολικό προαύλιο, όπου οι ήχοι αγνοούν τις κλίμακες της έντασης, τα επιτρεπόμενα σημεία παρέμβασης και παύσης, και απελευθερώνονται στο επίπεδο του τυχαίου, του αυθόρμητου, του απρόβλεπτου. Το άναρχο βούισμα του προαυλίου μένει εκτός όταν κλείνει η πόρτα της σχολικής αίθουσας.

4.1.1. Η τάξη του ήχου στο ‘The Mall Athens’:

Από την «προστακτική» στην «υποτακτική» έκκληση

Στο σχολείο, όπως και σε κάθε κλειστό σύστημα εκπαίδευσης, ελέγχου και πειθαρχίας, οι ρόλοι των ατόμων είναι διακριτοί, σαφώς προσδιορισμένοι, ιεραρχικά κατανεμημένοι, με αποτέλεσμα οι τεχνικές και τεχνολογίες της διακυβέρνησης να είναι συστηματοποιημένες. Ο πειθαρχικός έλεγχος, σε αυτά τα περιβάλλοντα, ασκείται κάθετα και το πρότυπο τάξης αναπαράγεται με την ισχύ ή/και το κύρος της αρχής, της αυθεντίας, που διευθύνει το εκάστοτε κλειστό μηχανισμό.

Στην περίπτωση, όμως του ‘The Mall Athens’ έχουμε να κάνουμε με ένα κλειστό αφενός περιβάλλον, λόγω της μόνωσης, αλλά ταυτόχρονα, είναι ένα πεδίο ανοιχτό στις ροές των επισκεπτών. Η κεντρική αρχή διαχείρισης του χώρου δεν διευθετεί τη συμπεριφορά των ατόμων βάσει μιας πειθαρχικής τεχνολογίας, δηλαδή με αυστηρό χρονοδιάγραμμα ασκήσεων, καθηκόντων, περιορισμό της κίνησης και άσκηση έμμεσης ή άμεσης βίας νομιμοποιημένης στο κύρος της αρχής ή/και στην αναγκαιότητα του θεσμού. Ο έλεγχος στο πεδίο του ‘The Mall Athens’ και εν προκειμένω η καθολική διαχείριση του ήχου νομιμοποιείται μέσω της σαγήνης της «ατμόσφαιρας» του χώρου. Η διευθέτηση του ήχου, εδώ, συνιστά μια επιμέρους τεχνική ύφανσης αυτής της «ατμόσφαιρας» του περιβάλλοντος. Η ηχητική τεχνική δεν

περιορίζει, δεν προδιαγράφει συμπεριφορές εντός ενός συγκεκριμένου, κλειστού πεδίου, όπως η σχολική αίθουσα ή ένα στρατόπεδο, αλλά «ενηθαρρύνει» την κίνηση των ατόμων εντός βέβαια του χώρου, «χαλαρώνει» ή/και επιδιώκει να τους κινητοποιήσει ως προς ένα ‘event’.

Κάτω από τη σαγήνη της ελευθερίας ποικίλων καταναλωτικών επιλογών, όχι μόνο αγοραστικών αλλά και θεαματικών, καθώς και ενός κλίματος γενικής ευθυμίας και τακτοποιημένου, ασφαλούς περιβάλλοντος, η ηχητική μόνωση και ο επιμέρους ή/και ο συγκεντρωτικός έλεγχος των ηχητικών σημάτων γίνονται αποδεκτά ως συνθήκη αυτού του μικρόκοσμου.

Αναφορικά με τον ήχο, ο μικρόκοσμος του ‘The Mall Athens’, όπου έγκειται στον αποκλειστικό, καθολικό έλεγχο και διαχείριση των ήχων από την κεντρική αρχή του πεδίου, μπορεί να αντιπαραβληθεί με την εμπειρία κάποιου ατόμου, που επισκέπτεται ένα εμπορικό κατάστημα. Εντός του καταστήματος παρατηρείται ο ίδιος καθολικός έλεγχος του ήχου, αλλά με την έξοδο του από αυτό το άτομο εισέρχεται πάλι στο αστικό ηχητικό σύμπαν. Εδώ η ποικιλία, η ενδεχομενικότητα, η τυχαιότητα των ήχων, θορύβων, λόγων του δημόσιου αστικού χώρου αποκλείονται με την τεχνική της ηχητικής μόνωσης του πεδίου, το οποίο με την αναπαράσταση και την «ατμόσφαιρα» ενός μικρόκοσμου αντικαθιστά την τυχαιότητα των ήχων με την προγραμματισμένη, ενορχηστρωμένη ποικιλία των ήχων.

Πέρα όμως από την τεχνική της μόνωσης και την ηχητική «ενορχήστρωση», η τάξη του ήχου εντός του περιβάλλοντος του ‘The Mall Athens’ διαμορφώνεται και από ένα τρίτο χαρακτηριστικό. Το τρίτο αυτό χαρακτηριστικό είναι το διάχυτο βουητό που δημιουργείται στις περιπτώσεις όπου συγκεντρώνεται μεγάλος αριθμός επισκεπτών στο εμπορικό κέντρο. Ας ακούσουμε μια τακτική επισκέπτρια του εμπορικού κέντρου, η οποία περιγράφει αυτό το βουητό:

«Στο ‘The Mall’ έχει περισσότερη φασαρία (σ.σ.: το συγκρίνει με την Αγ.Παρασκευή). Ας πούμε άμα θα πάω σε μια καφετέρια εδώ πέρα θα είναι πολύ ήσυχα. Θα είμαστε όλοι πολύ ‘κοιμισμένοι’, ενώ εκεί πέρα (σ.σ.: εννοεί στο ‘The Mall’) ακούς ένα ‘βου, βου’ συνέχεια στα αυτιά.

Ερώτηση: Το βρίσκεις κουραστικό αυτό;

Απάντηση: Δεν με ενοχλεί πολύ, αλλά εντάξει...

Ερώτηση: Θα προτιμούσες να είναι πιο ήσυχο ή είναι κάτι διαφορετικό;

Απάντηση: Αν έμπαινε μουσική θα κάλυπτε τη βαβούρα που μιλάνε όλοι[...] Είναι ωραίο, αλλά θα προτιμούσα να είχε και έξω μουσική, όχι μόνο μέσα στα μαγαζιά για να εμψυχώνει τον κόσμο που έρχεται. Και έχει λίγο φασαρία. Οπότε η μουσική ίσως κάλυπτε την πολλή φασαρία.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 16 ετών κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Το διάχυτο βουητό συνιστά μέρος της τάξης του ήχου και επομένως αναπόσπαστο μέρος της «ηχητικής ατμόσφαιρας» του χώρου. Και αυτό γιατί το διάχυτο βουητό προσδίδει την αίσθηση ενός πολυσύχναστου, ζωντανού περιβάλλοντος και συμβάλλει στη γενική αίσθηση της ευθυμίας που επιδιώκεται. Όπως προαναφέρθηκε η τάξη του ήχου σε ένα μονωμένο εμπορευματικό-θεαματικό περιβάλλον όπως το 'The Mall Athens' δεν είναι απαγορευτικού, περιοριστικού χαρακτήρα αλλά αντιθέτως «παροτρυντικού». Το διάχυτο βουητό είναι ένα κύριο χαρακτηριστικό της τάξης του ήχου του χώρου καθώς συνιστά μια άμεση απόκριση από τους επισκέπτες στην ενόρχηστρωμένη ηχητική διαχείριση και στη γενικότερη συνθήκη του 'fun-system'. Ας ακούσουμε μια τακτική επισκέπτρια του εμπορικού κέντρου:

«Γενικότερα μιλάνε δυνατά. Υπάρχει χαρούμενο κλίμα, υπάρχει μια χαρούμενη διάθεση και μιλάνε δυνατά. Κοίταξε επειδή ερχόντουσαν για να ψωνίσουν εκεί πέρα υπάρχει μια ευχάριστη διάθεση όπως οποιοσδήποτε πάει να ψωνίσει, έτσι. Ναι και μιλάγανε δυνατά, δεν υπάρχει ηρεμία. Υπάρχει μια εγρήγορση, αλλά χαλαρός βηματισμός. Δεν είναι αυτό που βλέπεις στο μετρό όπου τρέχουν όλοι το πρωί. Βλέπεις ένα πράγμα...πηγαίνω χαλαρά στα μαγαζιά, είμαι χαμογελαστός, ψωνίζω και μιλάω.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Όταν είμαστε 10 άτομα παρέα κάνουμε περισσότερη φασαρία, όπως καταλαβαίνεις.[...] Και πάλι να κάνουμε βλακείες. Και μετά κάπου θα σταματήσουμε, να μιλάμε και να κάτσουμε.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 15 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Το 'The Mall' δεν είναι μόνο εμπορικό κέντρο. Είναι και τόπος χαβαλέ, τόπος βαβούρας. Πιτσιρίκια, μαμάδες με το καρότσι. Είναι η βόλτα του παιδιού εκεί πέρα. Πάμε στο 'The Mall' για βόλτα, γιατί θα

πάμε να πιούμε καφέ, να πιούμε την πορτοκαλάδα μας, θα βγάλουμε το παιδί έξω να πει ένα χυμό. Δεν είναι πάω και κάνω ψώνια. Μα αυτός ήταν ο στόχος του 'The Mall' να καλύψει πάρα πολλά πράγματα, αλλιώς δεν θα είχε καφετέριες, ούτε σινεμά, ούτε εστιατόρια.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 38 ετών, κάτοικος Γαλατσίου)

Το διάχυτο βουητό είναι μια έκφραση από την πλευρά των επισκεπτών, μια έκφραση συντονισμού και συμμετοχής στο «θαυμαστό καταναλωτικό μικρόκοσμο». Είναι ένα συμπλήρωμα στις τεχνικές διαχείρισης του ήχου. Οι τεχνικές διαχείρισης του ήχου «καθαρίζουν» την ηχητική ατμόσφαιρα του χώρου και συνάμα παροτρύνουν τους επισκέπτες. Αυτοί με τη σειρά τους με το διάχυτο βουητό που παράγουν ασυνείδητα αποκρίνονται –κατά αυθόρμητο τρόπο- στη ρύθμιση αυτή. Πρόκειται για μια τάξη του ήχου που δεν έχει πειθαρχικό αλλά συναινετικό χαρακτήρα.

Ένας χώρος που επιδιώκει να καταστεί «στέκι της παρέας», πολυσύχναστο εμπορικό κέντρο και να λειτουργήσει «σαν κέντρο πόλης» και «κοινόχρηστος δημόσιος χώρος»⁴⁴⁹ χαρακτηρίζεται από μια «δεκτική», «ευέλικτη» και όχι ακυρωτική τάξη του ήχου όσον αφορά το εσωτερικό περιβάλλον του χώρου. Αντιθέτως ήχοι που παραβιάζουν την τάξη του ήχου εντός ενός τέτοιου περιβάλλοντος είναι τα αναπάντεχα, τυχαία, απρόβλεπτα ως προς το περιεχόμενο, την ένταση και τη χρονική στιγμή ηχητικά σήματα. Και αυτά είναι που ακυρώνει η τεχνική της μόνωσης και με αυτόν τον τρόπο εξασφαλίζει την καθαρότητα του ήχου εντός του χώρου. Σε αυτή τη συνθήκη της ηχητικής καθαρότητας αρθρώνεται η τάξη του ήχου που μόλις περιγράψαμε.

4.1.2. Η «φασαρία»: περίπτωση παραβίασης της ηχητικής τάξης ή χαρακτηριστικό της;

Η φασαρία που επικρατεί στον εμπορικό χώρο τις ώρες αιχμής αναφέρεται από κάποιους επισκέπτες ως ενοχλητική. Κάποιοι κάνουν λόγο γενικά για τη φασαρία που επικρατεί στο χώρο και κάποιοι άλλοι εντοπίζουν το φαινόμενο στον 3^ο όροφο όπου μαζεύεται αρκετός κόσμος, κατά πλειοψηφία άτομα του ηλικιακού φάσματος 14-25, μπροστά από τις κινηματογραφικές αίθουσες. Ας ακούσουμε κάποιους επισκέπτες:

⁴⁴⁹ Οι φράσεις εντός εισαγωγικών είναι λόγια του αρχιτέκτονα του εμπορικού κέντρου, που έχουν παραπάνω παρατεθεί.

«Επίσης αυτό που με ενοχλεί είναι ότι κάποια Σάββατα απόγευμα και το σκέφτηκα μετά και το μετάνιωσα που πήγα είναι ότι μαζεύει πολλούς εφήβους, οι οποίοι φωνάζουνε, ουρλιάζουνε εκεί έξω από τους κινηματογράφους και γίνεται πανικός και αυτό δεν μου αρέσει.»
(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Αν πας κάποιο Σάββατο ή Παρασκευή το βράδυ έχει πολύ κόσμο, άρα δεν είναι για να κάνεις βόλτα γιατί δεν το ευχαριστιέσαι κιόλας. Μετά τις 20:00 έχει κόσμο. Υποθέτω ότι ο κόσμος πηγαίνει από το απόγευμα για να ψωνίσει και μετά λέει 'κάτσε να φάω ή κάτσε αυτό ή έχει ταινία πάμε να δούμε' και έτσι μένει ο κόσμος. Έχει και πολύ μικρές ηλικίες. Βλέπεις πολλούς εφήβους 15, 16, 17 που είναι στο 'The Mall', το έχουν κάνει στέκι.

Ερώτηση: Δηλαδή βγαίνουν για βράδυ;

Απάντηση: Ναι, ναι. Είναι πάρα πολλοί, καμιά φορά νιώθω γριά, ξέρεις 'τι κάνω εγώ εδώ πέρα;'. Άσε που είναι και σπαστικό, φωνάζουνε.

Ερώτηση: Συνήθως το Σάββατο;

Απάντηση: Ναι, γιατί καθημερινές...Τετάρτη που έχω πάει δεν έχω δει κόσμο. Έχουν σχολεία, φροντιστήρια και δεν πάνε.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Θεωρούμε ότι η φασαρία δεν συνιστά παραβίαση της τάξης του ήχου που επικρατεί στον εμπορικό χώρο, αλλά συνιστά μια ερμηνεία με αρνητικό πρόσημο αυτού που περιγράψαμε παραπάνω ως «διάχυτο βουητό». Πράγματι κάποιοι επισκέπτες βρίσκουν ενοχλητική αυτή τη φασαρία αποζητώντας μια άλλη εκδοχή της τάξης του ήχου του εμπορικού κέντρου. Η άλλη εκδοχή της ηχητικής τάξης είναι η πιο ήρεμη, «ήπιων τόνων», την οποία κάποιος μπορεί να τη συναντήσει σε ώρες με όχι αυξημένη ροή επισκεπτών στο χώρο. Αυτές οι ώρες είναι συνήθως πρωινές τις καθημερινές και το Σαββατοκύριακο, όπως και μεσημεριανές ώρες τις καθημερινές πάλι. Με άλλα λόγια το περιβάλλον του 'The Mall Athens' μπορούμε να πούμε ότι εμπεριέχει και προσφέρει στους επισκέπτες του δύο εκδοχές ηχητικής τάξης. Η μια εκδοχή έχει ως τρίτο χαρακτηριστικό το «διάχυτο βουητό» και η άλλη την «ηρεμία». Η μια χαρακτηρίζεται από ένταση και η άλλη από ηπιότητα.

Ένας χώρος σαν το 'The Mall Athens', ο οποίος προσφέρει μια ευρεία γκάμα αστικών λειτουργιών εντός των ορίων του και επιδιώκει με αυτόν τον τρόπο να καταστεί ένας «αστικός μικρόκοσμος», χαρακτηρίζεται και από διαφοροποιήσεις της εμπειρίας. Το 'The Mall Athens' φιλοξενεί και την εμπειρία της έντασης αλλά και της χαλάρωσης:

«Ο χώρος μου αρέσει αν δεν έχει πολύ κόσμο. Θεωρώ ότι είναι πολύ βολικό για ψώνια και γενικώς είναι χαλαρωτικό το να βρίσκεσαι εκεί μέσα, γιατί δεν έχεις ούτε πολύ ζέστη ούτε πολύ κρύο τις ανάλογες περιόδους, δεν ξέρω εμένα μου εμπνέει και μια ηρεμία. Δηλαδή μια αίσθηση 'ο.κ.', μια χαλαρότητα γενικώς. Με χαλαρώνει.»
(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Υπάρχει βέβαια μια περίπτωση όπου η φασαρία τείνει να παραβιάσει την τάξη του ήχου, την «ατμόσφαιρα» της γενικής ευθυμίας του εμπορικού κέντρου. Η περίπτωση αυτή είναι όταν η φασαρία προκύπτει από διαπληκτισμούς μεταξύ καταναλωτών και υπαλλήλων:

«Αποφεύγω το Σάββατο και πηγαίνω τις άλλες μέρες. Και προτιμώ να πηγαίνω μεσημέρια για το λόγο που είναι ο κόσμος.[...]με κουράζει [...] με τόσο κόσμο τη βαβούρα που έχει. Και ο κόσμος έχει αλλάξει βεβαίως όσον αφορά τις αγορές του. Έχει γίνει πολύ απαιτητικός, οπότε μπορεί να περιμένεις στην ουρά μια ώρα και τελικά να μην πάρεις τίποτα από το ό,τι θες. Γιατί υπάρχει φασαρία, γίνονται τσακωμοί, δηλαδή έχω πετύχει πολλές φορές σε ουρά στο 'The Mall' και γίνονται συνέχεια καβγάδες με τους πωλητές, με τους ταμίες. Που να γίνεται συνέχεια βαβούρα που λες 'δεν αντέχω άλλο πονάει το κεφάλι μου, φεύγω'.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

Καταλήγοντας θα μπορούσαμε να πούμε ότι το τρίτο χαρακτηριστικό της τάξης του ήχου συνίσταται στη συμπεριφορά των επισκεπτών. Και στις δύο εκδοχές της ηχητικής τάξης τα άλλα δύο χαρακτηριστικά, δηλαδή της τεχνικής της ηχητικής μόνωσης και της συνολικής ή/και επιμέρους διευθέτησης του ήχου, παραμένουν σταθερά. Ο πυρήνας της τάξης του ήχου που επικρατεί σε ένα τέτοιο εμπορικό μικρόκοσμο είναι ο αποκλεισμός τυχαίων, εξωτερικών, ενδεχόμενων, απρόβλεπτων ως προς την ένταση, τη χρονική στιγμή και κυρίως το περιεχόμενο ηχητικών σημάτων.

4.1.3. Η περίπτωση της παραβίασης της τάξης του ήχου

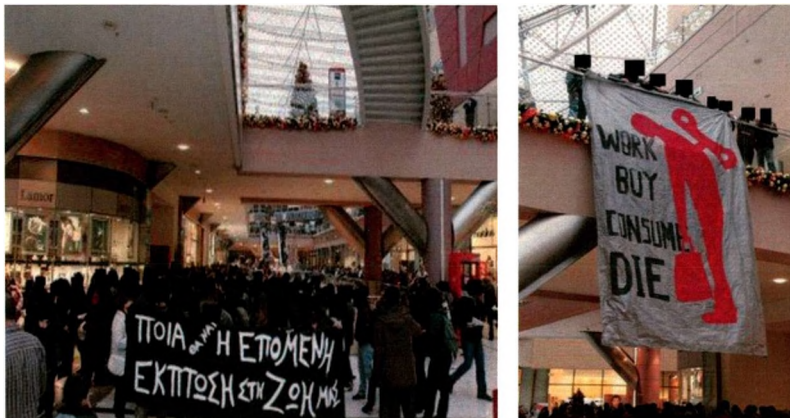
Φωνές που είναι τόσο δυνατές ώστε να γίνονται ενοχλητικές και φράσεις με περιεχόμενο αντίθετο με το νόημα της συνθήκης του εμπορευματικού μικρόκοσμου είναι αυτές που παραβιάζουν την τάξη του ήχου. Μέχρι στιγμής μια φορά εντός του ‘The Mall Athens’ έχει παραβιαστεί η τάξη του ήχου –και όχι μόνο αυτή βέβαια. Στα πλαίσια των γεγονότων του Δεκεμβρίου του 2008 με αφορμή τη δολοφονία του 15χρονου Α.Γρηγορόπουλου από πυρά αστυνομικού μια από τις δημόσιες παρεμβάσεις πραγματοποιήθηκε στο χώρο του ‘The Mall Athens’. Η ανάρτηση πανώ, το μοίρασμα προπαγανδιστικού υλικού, η πραγματοποίηση πορείας εντός του χώρου και τα συνθήματα που φωνάχτηκαν από τους διαδηλωτές αποτέλεσαν ένα συμβάν το οποίο προκάλεσε μια στιγμιαία ρήξη στη συνθήκη της καθαρότητας και στο πρότυπο της τάξης του εμπορικού κέντρου. Σχετικά με την παραβίαση της τάξης του ήχου αυτή επήλθε ακριβώς από το γεγονός ότι οι φωνές που εκδιπλώθηκαν στο χώρο ήταν από πλευράς έντασης και κυρίως περιεχομένου ρηγματικές για την ηχητική ατμόσφαιρα του χώρου. Το περιεχόμενο των συνθημάτων επικεντρώθηκε στον αντικαταναλωτισμό και για αυτό ακριβώς το λόγο παραβίασαν την τάξη του ήχου του χώρου.⁴⁵⁰ Γιατί η τάξη του ήχου είναι «δεκτική» στο βαθμό που αναγνωρίζονται οι κώδικες της επικοινωνίας που επιβάλλει ο καταναλωτικός τροπισμός. Και ο χώρος του ‘The Mall Athens’ αντικειμενικοποιεί και συμπυκνώνει αυτόν τον τροπισμό στην επικράτειά του. Με άλλα λόγια τα συνθήματα ενάντια στην καταναλωτική κουλτούρα αμφισβητούσαν την

⁴⁵⁰ Πηγή: <http://dimarxeio-antipliroforisi.blogspot.com>. Παραθέτουμε το κείμενο που μοιράστηκε στο χώρο του εμπορικού κέντρου κατά τη διάρκεια της παρέμβασης: «Καταναλώνω ελεύθερα, θλίψη και προϊόντα κουβαλώ σε σκάλες κυλιόμενες. Αυτόματο ερέθισμα, ανάγκη δανεισμού, κατάντια ζωή στα τέσσερα. Σαν μια βιτρίνα σπάσει κλαίω, μαυρίζω, θυμώνω μου κλέβουν αυτό που εγώ γουστάρω να πληρώνω. **Είμαστε όλοι ελεύθεροι...να καταναλώνουμε.** Το να ψωνίζουμε σήμερα μας φαίνεται κανονικό. Κανονικά φαντάζουν και τα εκατομμύρια φωτάκια, το χριστουγεννιάτικο τραπέζι, τα βραδινά φορέματα των ρεβεγιόν. Κανονικό είναι όμως και κάποιοι να δουλεύουν τις Κυριακές, η ανασφάλιστη εργασία, τα 700 ευρώ μισθός• κανονικό είναι να αποφασίζουν άλλοι για μας, οι κάμερες στους δρόμους και να μας πυροβολούν το Σαββατόβραδο σε έναν πεζόδρομο. Τα γεγονότα που ακολούθησαν τη δολοφονία του Αλέξη εξέφρασαν την αντίθεση της κοινωνίας ενάντια σε αυτήν ακριβώς την κανονικότητα. Η καταστολή δεν μπόρεσε να απαντήσει στην ορμή της εξέγερσης και τώρα καλείται να την καταστείλει η ίδια η ουσία του συστήματος, η κανονικότητα της παραγωγής και της κατανάλωσης. Την αμφιβολία και την άρνηση για τις δομές και τα στοιχεία του συστήματος που μας αποξενώνουν έρχεται να καταπνίξει το αδιώσιμτο ‘πνεύμα των Χριστουγέννων’. Ενάντια στη μίζερια και την υποχρεωτική ευτυχία υπάρχει ο δρόμος της συνέχισης των εξεγερτικών γεγονότων. Οι εκατοντάδες συλληφθέντες και οι δεκάδες προφυλακισμένοι μας καλούν να δείξουμε την έμπρακτη αλληλεγγύη μας, η οποία μπορεί να είναι μόνο η συνέχιση του αγώνα. Για να μην καταφέρει το shopping αυτό που δεν κατάφεραν

ΑΜΕΣΗ	ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗ	ΟΛΩΝ	ΤΩΝ	ΣΥΛΛΗΦΘΕΝΤΩΝ
ΠΑΥΣΗ	ΚΑΘΕ	ΔΙΩΞΗΣ	ΕΝΑΝΤΙΟΝ	ΤΟΥΣ

Ανοιχτή Συνέλευση κατοίκων Χαλανδρίου και γύρω περιοχών»

καθαρότητα, δηλαδή την αποκλειστικότητα των εμπορευματικών και θεαματικών αναφορών στο χώρο. Και ταυτόχρονα συγκρούσαν σε επίπεδο λόγου με τις αξίες στις οποίες θεμελιώνεται αυτό το πρότυπο της καταναλωτικής τάξης.



Φωτογραφίες από την παρέμβαση στο χώρο του 'The Mall Athens'
Πηγή: <http://dimarxeio-antipliροφοrisi.blogspot.com>

4.2. Οπτική μόνωση

Στα τρία επίπεδα του χώρου (ισόγειο-0-, πρώτος όροφος-1-, δεύτερος όροφος-2-) δεν υπάρχει οπτική επαφή με το εξωτερικό περιβάλλον, παρά μόνο στα δύο τελευταία (τρίτος -3- και τέταρτος όροφος-4-). Το γεγονός ότι υπάρχει ορατότητα προς τα έξω στα δυο τελευταία επίπεδα, κατά τον αρχιτέκτονα του 'The Mall Athens' αποτελεί ιδιαιτερότητα του εμπορικού κέντρου σε σύγκριση με τα υπόλοιπα στο εξωτερικό. Τα 'shopping malls' είναι κατασκευές τύπου «κουτιού», όπου συνήθως το εξωτερικό περιβάλλον δεν έχει καμία σύνδεση με το εσωτερικό αυτών των χώρων. Κατά τον αρχιτέκτονα του 'The Mall Athens':

«Συνήθως το 'mall' από άποψη αισθητικής έχει δύο πράγματα: το πρώτο πράγμα είναι το εξωτερικό του, που το εξωτερικό του είναι ένα κτήριο, το οποίο δεν έχει να κάνει με το εσωτερικό του, δηλαδή δεν έχει παράθυρα για να παίρνει φυσικό φωτισμό, αλλά το τι γίνεται εντός με αυτό που φαίνεται στη φάτσα μπορεί να μην παίζει κανένα απολύτως ρόλο. Άρα η φάτσα του είναι μια επιδερμίδα που καλύπτει ένα κουτί και που μπορεί να είναι απλά είτε για να –στη χειρότερη περίπτωση- απλά και μόνο για να μαζεύει τον κόσμο ή –στην καλύτερη περίπτωση- για να

προσαρμόζεται και σε ένα περιβάλλον που υπάρχει, ανάλογα με το σχεδιασμό. Αλλά είναι χαρακτηριστικό αυτό ότι είναι από τα κτήρια εκείνα, τα οποία η πρόσοψη δεν έχει να κάνει με το γύρω-γύρω, το περίβλημα δεν έχει να κάνει με τίποτα με το εσωτερικό. Άρα έχεις τη δυνατότητα να κάνεις μια εικόνα, η οποία την βλέπεις έξω και μπαίνεις μέσα και είσαι σε μια άλλη πραγματικότητα.»

Στα τρία επίπεδα (0,1,2) η συνθήκη της οπτικής μόνωσης επιτυγχάνεται με το σχεδιασμό του χώρου, ο οποίος έχει ακολουθήσει μια σειράια διάταξη των εμπορικών καταστημάτων. Ο επισκέπτης του χώρου δεν έχει οπτική πρόσβαση προς τα έξω, καθώς η διάταξη των καταστημάτων είναι συνεχής, χωρίς καμιά εσοχή, πέρασμα, κενό χώρου, το οποίο θα ήταν μια οπτική δίοδος προς τον εξωτερικό χώρο. Η διαρρύθμιση αυτή συνιστά μια τεχνική πειθάρχησης του βλέμματος. Το βλέμμα αντικρίζει δεξιά και αριστερά βιτρίνες και εμπορεύματα. Η οπτική πανδαισία των καταναλωτικών επιλογών είναι αδιάλειπτη και ενόσω ο επισκέπτης κινείται, αυτή η αναπαράσταση εξελίσσεται καρέ-καρέ ή αλλιώς βιτρίνα-βιτρίνα. Η ροή του βλέμματος του ατόμου εν κινήσει διαγράφεται πάνω στις βιτρίνες χωρίς διακοπή, χωρίς ασυνέχειες. Η οπτική εμπειρία στα τρία αυτά επίπεδα (0,1,2) προσομοιάζει με ένα αλυσιδωτό διαφημιστικό σποτ, το οποίο έχει προκύψει από μια σαφώς προσδιορισμένη διαδικασία επεξεργασίας, συρραφής και αλληλουχίας εικόνων, οι οποίες θα προβληθούν ως σύνολο χωρίς ασυνέχειες, παρεμβάσεις ή ανεξέλεγκτα ερεθίσματα.

Ακόμα και στις περιπτώσεις, που ο επισκέπτης παύει να κινείται και καθίσει σε κάποιο σημείο ξεκούρασης (καναπέδες πλαστικοί), το βλέμμα δεν αντικρίζει τίποτε άλλο παρά βιτρίνες. Χαρακτηριστικό είναι ότι στο ισόγειο και στον 1^ο όροφο, όπου ο διάδρομος και για τις δύο πλευρές των καταστημάτων είναι ενιαίος, τα σημεία ξεκούρασης είναι τοποθετημένα στη μέση του διαδρόμου και είναι διπλής όψης, με αποτέλεσμα και οι δύο πλευρές να αντικρίζουν τις απέναντι βιτρίνες. Το βλέμμα, είτε είναι το άτομο εν κινήσει είτε σταματημένο, διατρέχει, παρακολουθεί τις μονταρισμένες από την αρχιτεκτονική διαρρύθμιση εικόνες-βιτρίνες των καταστημάτων.

Η τεχνική της οπτικής μόνωσης εξασφαλίζει το πρότυπο της καταναλωτικής τάξης, δηλαδή της καθαρότητας, της αποκλειστικότητας της καταναλωτικής δραστηριότητας. Κατά τον αρχιτέκτονα του 'The Mall Athens' αυτή η αρχιτεκτονική διαρρύθμιση συνιστά:

«μια επιλογή του σχεδιασμού των malls. Όλα τα malls γίνονται με αυτόν τον τρόπο, γιατί ουσιαστικά ο μεγάλος πρωταγωνιστής είναι το να ψωνίζεις. Δεν είναι το να βλέπεις έξω. Έχεις ένα συγκεκριμένο στόχο να πουλήσουμε, να ψωνίσεις, της κατανάλωσης, δηλαδή».

Η καταναλωτική δραστηριότητα, βέβαια, δεν περιορίζεται στο λεγόμενο 'shopping', στις αγορές, αλλά αφορά μια πολύμορφη θεαματική εμπειρία, η οποία συνίσταται στην αντίληψη, πρόσληψη, οικειοποίηση θεαμάτων, εικόνων, σημείων, συμβόλων, αναπαραστάσεων, που είναι διαμεσολαβημένες, κατασκευασμένες σε τέτοια μορφή και με περιεχόμενο ούτως ώστε να αναπαράγεται το κυρίαρχο σύστημα αξιών. Με την κατανάλωση, την υιοθέτηση δηλαδή αυτού του πολιτισμικού υλικού διαμορφώνονται αντιληπτικά, γνωστικά και αξιακά σχήματα των ατόμων.

Επομένως στα shopping malls ή/και στα πάρκα ψυχαγωγίας αυτό που επιχειρείται είναι η ενορχήστρωση της εμπειρίας με τέτοιο τρόπο ώστε να υπάγεται καθολικά στο πρότυπο της καταναλωτικής τάξης. Ας ακούσουμε τον αρχιτέκτονα σχετικά με αυτό:

«Υπάρχουν malls που έχουν ζούγκλα Αμαζονίου, εκεί που τρώνε ποπ-κορν ` υπάρχουν άλλα που έχουν ισπανική παραδοσιακή πόλη. Είναι ένα σκηνικό. Η λογική τους είναι να φτιάξουν ένα τεχνητό περιβάλλον μέσα στο ίδιο το κέλυφος».

Το γεγονός ότι στην περίπτωση του 'The Mall Athens' στα δύο τελευταία επίπεδα (3,4) υπάρχει ορατότητα στο εξωτερικό περιβάλλον («αυτός είναι ένας νεωτερισμός του δικού μας mall` δεν θα βρεις στην Ευρώπη mall που να βλέπει έξω», σύμφωνα με τον αρχιτέκτονα) δεν σημαίνει ότι το πρότυπο της καταναλωτικής τάξης παραβιάζεται. Σε όλο το πεδίο του 'The Mall Athens' ο «μεγάλος πρωταγωνιστής» είναι όχι μόνο το 'shopping', αλλά η κατανάλωση με την έννοια της θεαματικής κατανάλωσης (βλ.ενότητα: *Τι είναι η θεαματική κατανάλωση*;). Στην περίπτωση του 'The Mall Athens' ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός βασίστηκε στο ότι «οι Έλληνες θέλουν να έχουν ένα συνδυασμό κλειστού-ανοιχτού χώρου».

Η τεχνική, λοιπόν, της οπτικής μόνωσης στην περίπτωση του 'The Mall Athens' λειτουργεί ίσως πιο εμφαντικά σε σύγκριση με τα shopping malls στο εξωτερικό ως τεχνική πειθάρχησης, καθώς οι αγορές ('shopping') εμφανίζονται ως ένα αυστηρά τηρούμενο τελετουργικό, του οποίου η καθαρότητα, αποκλειστικότητα πρέπει να διατηρηθεί. Το σχόλιο του αρχιτέκτονα για την ορατότητα με το εξωτερικό περιβάλλον στα δύο τελευταία επίπεδα (3,4) («πάνω εκεί που ρηλαξάreis, προφανώς

βλέπεις έξω») αναδεικνύει κατά αντιθετικό τρόπο την επιτακτικότητα, την αποκλειστικότητα, εν είδει καθήκοντος, των αγορών ('shopping') στα τρία πρώτα επίπεδα (0,1,2).

Η τεχνική της οπτικής μόνωσης συνιστά μέρος μιας στρατηγικής διαμόρφωσης και διαβάθμισης της εμπειρίας μέσα στο χώρο. Στα τρία επίπεδα (0,1,2) η καθολικότητα των εμπορευμάτων και η επιτακτικότητα του «να πουλήσουμε, να ψωνίσουμε» εξασφαλίζονται με την τεχνική της οπτικής μόνωσης. Σύμφωνα με τον αρχιτέκτονα, η πλειοψηφία των επισκεπτών του 'The Mall Athens' κυκλοφορεί στα τρία πρώτα επίπεδα και μετά καταλήγει στο 3^ο και 4^ο όροφο, όπου υπάρχουν οι χρήσεις αναψυχής:

«Είναι πιο απομονωμένο γιατί το σινεμά συνδυάζεται με τη διασκέδαση, με το φαγητό και λοιπά, άρα από τη μια πλευρά πρέπει να είναι πιο απομονωμένο για να μην ενοχλεί αυτούς που πάνε για τα εμπορικά καταστήματα. Και από την άλλη είναι ένας τόπος προορισμού. Γιατί όλοι πάνε πάνω και επομένως είτε για να πιούνε έναν καφέ είτε για να φάνε, είτε για σινεμά, αλλά περνάνε και από τα εμπορικά.»

Για την υπεύθυνη της μείξης των χρήσεων ο συνδυασμός εμπορικών χρήσεων και αναψυχής οφείλεται αφενός στην πρωτόγονη φάση ανάπτυξης των εμπορικών κέντρων στην Ελλάδα και αφετέρου στην ελληνική νοοτροπία:

«Στις ελληνικές αναπτύξεις, αυτό δεν είναι διεθνώς, δεν είναι διεθνές φαινόμενο, όπου μας αρέσει το φαγητό και η διασκέδαση πολύ, άνκορες αποτελούνε πολύ και η εστίαση με τη διασκέδαση. Και μάλιστα από τους κλασικούς άνκορες που υπάρχουνε στις περισσότερες εμπορικές αναπτύξεις στην Ελλάδα, θα δεις ότι είναι οι κινηματογράφοι multiplex. Και μέχρι τώρα συνήθως ότι έχει γίνει σε προσπάθεια εμπορικού κέντρου έχει μέσα multiplex. Αυτό είναι περισσότερο ελληνικό φαινόμενο, δεν είναι διεθνές, δηλαδή σε πιο ώριμες αγορές, πλέον ξεφεύγεις από τις λογικές πάω στο εμπορικό γιατί έχει σινεμά, και πάω στο εμπορικό γιατί είναι εμπορικό. Είναι ένα αμιγώς εμπορικό κέντρο, με εστίαση μόνο, με φαγητό. Δεν πάω να δω και σινεμά, να παίξω και μπόουλινγκ. Στην Ελλάδα που είμαστε σε πιο πρωτόγονα στάδια ανάπτυξης εμπορικών κέντρων είναι καλό να συνδυάζεται, γιατί συνήθως και σαν λαός τα συνδυάζουμε όλα. Είναι θέμα κουλτούρας και νοοτροπίας. Ισπανία, Πορτογαλία, Ισπανία είναι

πιο ώριμες αγορές σε εμπορικά κέντρα. Άρα υπάρχει σε μικρότερο βαθμό το ποσοστό της διασκέδασης μέσα. Στην Ελλάδα και στις βαλκανικές χώρες θεωρείται αδιανόητο να φτιάξεις εμπορικό κέντρο χωρίς να βάλεις μέσα μια έντονη ψυχαγωγική χρήση. Στην Αμερική σε επίπεδο malls εκτός πόλεων, εκτός οικιστικών περιοχών, βάζεις τη διασκέδαση γιατί αποτελεί destination μέρος. Πας και περνάς ουσιαστικά από τις πέντε το απόγευμα μέχρι τις δώδεκα το βράδυ, μιας και δεν έχεις τίποτα καλύτερο να κάνεις. Μιλώ στην επαρχία την αμερικάνικη. Σε επίπεδο πόλεων τα εμπορικά κέντρα πολύ σπάνια έχουν μέσα διασκέδαση. Σαν λαός, όμως, εμείς βάζουμε γενικότερα τη διασκέδαση γιατί αποτελεί ένα μεγάλο μέρος της κουλτούρας μας.»

Έτσι στα δύο τελευταία επίπεδα (3,4) αφού έχεις εκπληρώσει το καθήκον της αγοράς ή/και της επίσκεψης σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο μέρος του χώρου μπορείς να «ρηλαξάρεις» και «προφανώς» να δεις έξω:

‘«Νοοτροπία είναι και νομίζω ότι το κάνουν όλοι όταν πηγαίνουν στο ‘The Mall’. Δηλαδή είναι αδύνατον να πάει κάποιος που θέλει να πάρει κάλτσες να πάει στο μαγαζί να τις πάρει και να φύγει. Θα κάτσει σίγουρα και για βόλτα και για να φάει κάτι. Αυτό ...νέα νοοτροπία, νέα καταναλωτική συμπεριφορά. Πλέον δεν πας για να ψωνίσεις μόνο πας και για να διασκεδάσεις. Ή όταν πας για να διασκεδάσεις μπορεί και να ψωνίσεις κιόλας.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

«Κάνω μια βόλτα και χαζεύω βιτρίνες, άμα δω κάτι που μου αρέσει το παίρνω, αλλιώς συνεχίζω. Αν έχω ένα συγκεκριμένο πράγμα στο μυαλό μου που θέλω να αγοράσω πάω και το αγοράζω. Μετά οπωσδήποτε καφέ ή ένα ελαφρύ γεύμα και τα λοιπά και μετά άλλη μια βόλτα και μετά φεύγω.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Με το μπαίνεις είναι ο πρώτος όροφος –όχι το ισόγειο– και μετά κάνεις τον κύκλο που είναι τα μαγαζιά. Μετά θα ανέβουμε πάνω που είναι τα εστιατόρια, οι καφετέριες και τα λοιπά. Ή μπορεί κάποιες φορές να ξεκινάμε από τον κάτω όροφο να δούμε τα μαγαζιά με τα

ρούχα και τα λοιπά μέχρι τον τελευταίο όροφο που είναι οι καφέδες, οι σινεμάδες και τα λοιπά.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 14 ετών, κάτοικος Παγκρατίου)

Η αντίθεση μεταξύ του «συγκεκριμένου στόχου να πουλήσουμε και να ψωνίσουμε» και του «πάνω εκεί που ρηλαξάρεις» υπογραμμίζει έντονα την πειθαρχική λειτουργία της τεχνικής της οπτικής μόνωσης.⁴⁵¹ Είναι ενδιαφέρουσα η παρατήρηση ενός επισκέπτη του εμπορικού κέντρου σχετικά με τους ρυθμούς κίνησης που αναπτύσσονται εντός του χώρου. Συνδέει το ρυθμό, την ταχύτητα με τις χρήσεις του κάθε ορόφου, ως τον ακούσουμε:

«Είναι αργοί από την άποψη ότι όταν είμαστε στον όροφο που έχει τα φαγάδικα και αυτά, πιο πολύ της ψυχαγωγίας δηλαδή όχι τόσο των ψώνιων, εκεί πάει πιο αργά ο κόσμος γιατί κοιτάει τα φώτα, τα μαγαζιά, τον κόσμο' πάνε πιο αργά. Μετά στα ψώνια όταν μπουνέ και βγούνε από ένα μαγαζί θα πάνε γρήγορα για να τα δούνε όλα, να μπουνέ και στο άλλο μαγαζί πριν αποφασίσουν τι θα πάρουνε. Έχει σημασία ο όροφος πιστεύω. Γιατί όταν πας πάνω, πας για τον κόσμο πιο πολύ. Όταν πας για ψώνια θέλεις να προλάβεις σε λίγο χρόνο για να πας και πάνω, να γυρίσεις όσα πιο πολλά μαγαζιά μπορείς. Κάτω θεωρώ ότι είναι πιο γρήγορο και πάνω πιο αργό. Σαν δύο ταχύτητες.»

(επισκέπτης του 'The Mall Athens', 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

Ας ακούσουμε και μια άλλη επισκέπτρια, η οποία αναφέρεται στο κλίμα της «έντασης» που εντοπίζει στο εμπορικό αυτό περιβάλλον:

«Είναι όλα μαζί, είναι μεγάλος ο χώρος, έχεις την αίσθηση ότι είναι μεγάλος ο χώρος ότι πρέπει να τα γυρίσεις όλα και ότι πρέπει από όλα αυτά τα μαγαζιά να πάρεις κάτι. Είτε σου είναι χρήσιμο είτε σου είναι άχρηστο. Αυτό πιστεύω ότι σου δημιουργεί το 'The Mall' αυτό το κλίμα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος

Κ.Πατησίων)

4.3. Φωτεινότητα και Καθαρότητα

Στο μονωμένο περιβάλλον του 'The Mall Athens' ο φωτισμός είναι καθολικός και συνεχής. Μπορεί στα δύο τελευταία επίπεδα (3,4), στην έκταση που υπάρχει ορατότητα προς τα έξω να μπαίνει φυσικός φωτισμός, όπως και από το θόλο, που καλύπτει το

⁴⁵¹ Η υπογράμμιση δική μας.

πεδίο, όμως ο μικρόκοσμος του ‘The Mall Athens’ δεν ακολουθεί ούτε τις χρονικές (βλ.κεφ.: *Η εμπειρία του χρόνου*) ούτε τις καιρικές συνθήκες. Μια από τις ανάγκες στις οποίες απαντά η ανάπτυξη των εμπορικών κέντρων σύμφωνα με τον αρχιτέκτονα του ‘The Mall Athens’ είναι:

«γιατί έχεις ένα στεγασμένο χώρο, άρα ένα χώρο φυλασσόμενο και ένα χώρο, ο οποίος είναι προφυλασσόμενος από τις καιρικές συνθήκες, άρα ένα περιβάλλον σχετικά που δεν επηρεάζεται από τις καιρικές συνθήκες».

Η συνθήκη της μόνωσης εξασφαλίζει μια «αιώνια τεχνητή αιθρία», ένα πάγωμα των καιρικών, χρονικών εναλλαγών. Ακόμα και το ενδεχόμενο μιας ξαφνικής βροχόπτωσης, μιας αλλαγής του φωτισμού του ουράνιου στερεώματος λόγω συγκέντρωσης νεφών αποκλείεται από το συνεχώς φωτισμένο μικρόκοσμο. Το φυσικό περιβάλλον και ειδικότερα οι καιρικές συνθήκες χαρακτηρίζονται από μια ποικιλία εποχικών εκφάνσεων όσο και από μια τυχαιότητα εναλλαγών. Οι εποχικές εκφάνσεις των καιρικών συνθηκών και οι «έκτακτες», απρόβλεπτες συνδέονται άμεσα, οργανώνουν τις ενασχολήσεις, εργασίες των ανθρώπων (γεωργικές εργασίες, κτηνοτροφία, αλιεία κ.λπ.) και τις επηρεάζουν είτε βοηθητικά είτε ανασχετικά.

Πέρα, όμως, από τον αντίκτυπο των καιρικών συνθηκών στις εργασίες και στις δραστηριότητες των ανθρώπων, οι ποικίλες εκφάνσεις των καιρικών συνθηκών αντανακλώνται και στον ψυχισμό των ανθρώπων. Αυτός ο διάλογος της εσωτερικής διάθεσης, της συναισθηματικής κατάστασης του υποκειμένου με τις φυσικές καιρικές συνθήκες, στο μικρόκοσμο του ‘The Mall Athens’ διακόπτεται από το μονόλογο της «αιώνιας φωτεινότητας».

Η συνθήκη αυτή της μόνωσης και της αδιάλειπτης φωτεινότητας ευνοεί την «ατμόσφαιρα» της γενικής ευθυμίας, που επιδιώκεται να επικρατεί στο εμπορικό περιβάλλον. Η «ατμόσφαιρα» της γενικής ευθυμίας συνίσταται τόσο στον καταναγκασμό του ‘fun-system’, δηλαδή στην «προσταγή» της ευτυχίας και της συνεχούς αναζήτησης εμπειριών και απολαύσεων, όσο και στο «πάθος για το χαμόγελο», όπως αυτό εγγράφεται στη λειτουργικοποιημένη συμπεριφορά των υπαλλήλων στον τομέα των υπηρεσιών (βλ.ενότητα: *Η θεαματικοποίηση της προσκηνιακής εργασίας*).⁴⁵²

⁴⁵² Ζ.Μπωντριγιάρ, *Η καταναλωτική κοινωνία*, ό.π. Για τον «καταναγκασμό του fun system» βλ. σελ.86-7 και για το «πάθος για το χαμόγελο» βλ. σελ.197-202.

Ακυρώνεται ο,τιδήποτε μπορεί να σκιάσει κυριολεκτικά και μεταφορικά το πεδίο του μικρόκοσμου ή να διαταράξει το φωτισμένο και εύθυμο περιβάλλον και να αποδιοργανώσει την ομαλότητα της συνθήκης «πουλάμε-αγοράζεις», «προσφέρουμε-διασκεδάσεις», η οποία ουσιαστικά βασίζεται στη διατήρηση της διάθεσης των ατόμων για κατανάλωση.

Η φωτεινότητα και η καθαρότητα συνιστούν βασικές έννοιες-αξίες της διαφημιστικής προώθησης του χώρου. Τόσο στην κεντρική ιστοσελίδα του χώρου στο διαδίκτυο όσο και στο 'editorial' του εμπορικού διευθυντή στο 1^ο τεύχος του εντύπου 'The Mall Magazine' τονίζεται ότι «στόχος μας ήταν και είναι να σας προσφέρουμε ένα φωτεινό, καθαρό και ασφαλές εμπορικό κέντρο».⁴⁵³ Η διατήρηση της καθαρότητας του χώρου σε συνδυασμό με το λευκό μάρμαρο της δαπεδόστρωσης εντείνουν την οπτική αίσθηση της φωτεινότητας του χώρου. Σύμφωνα με τον αρχιτέκτονα:

«είναι καλά φωτισμένο και είναι έξω από τις κλιματολογικές συνθήκες και αυτό είναι που δημιουργεί ένα περιβάλλον, το οποίο γενικά είναι ευχάριστο».

Ας ακούσουμε και τους επισκέπτες το πώς προσλαμβάνουν αυτή τη συνθήκη της φωτεινότητας και καθαρότητας:

«Έχει φως αρκετό και δεν σου δίνει την αίσθηση ενός κλειστού πράγματος. Έχει αρκετό διάχυτο φωτισμό και αυτό είναι ωραίο και μου αρέσουν πολύ και οι στολισμοί που κάνουν κατά καιρούς. Κι αυτό είναι έξυπνο γιατί δεν βαριέσαι το χώρο.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens, 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Το 'The Mall' βασικά δημιουργήθηκε με μια ιδέα ότι θα βάλουμε μέσα πολλά χρώματα, πολλά φώτα. Και μπαίνεις στο 'The Mall' και είναι σαν να μπαίνεις σε ένα άλλο κόσμο, που δεν βλέπεις μόνο τα φώτα των φαναριών ή τα φώτα της πόλης στις κολόνες. Βλέπεις φώτα από μαγαζιά, φώτα από βιτρίνες, φώτα από φαστφουντάδικα. Μπαίνεις και είναι σαν να μπαίνεις σε μια καινούρια πόλη, η οποία είναι λαμπερή, έχει πράγματα,

⁴⁵³ Το 'The Mall Magazine' είναι ο έντυπος διάυλος του εμπορικού κέντρου. Άρχισε να κυκλοφορεί το Νοέμβριο του 2006 αρχικά στο χώρο του 'The Mall Athens' και στους σταθμούς του Μετρό. Αργότερα άρχισε να διανέμεται και με τις κυριακάτικες εκδόσεις των εφημερίδων. Στόχος του περιοδικού είναι η πληροφόρηση του κοινού για τις προσφορές, που μπορεί να βρει στο εμπορικό κέντρο (από τάσεις της μόδας, διακόσμηση, νέες ταινίες, μέρη για καφέ και φαγητό, βιβλία, gadgets). Επίσης φιλοξενεί συνεντεύξεις διαφόρων περσόνων της θεαματικής σκηνής (τραγουδιστές, τηλεπαρουσιαστές, ηθοποιούς, μοντέλα κ.λπ.) και επιχειρηματίες, που έχουν επενδύσει στο εμπορικό αυτό κέντρο.

έχει φαγητά, έχει ποτά, έχει τα πάντα.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 19 ετών, κάτοικος Ν.Ηρακλείου)

«Ότι είναι φωτεινό. Ότι είναι φωτεινό είναι πολύ σημαντικό. Και δεν είναι κλειστό πάνω τοίχος, ταβάνι κανονικό, χτισμένο. Ήτανε πολύ πολύ φωτεινό. Ο φυσικός φωτισμός που έχει το 'The Mall' πιστεύω ότι είναι πολύ τραβηχτικό, ελκυστικό να πας να κάνεις και βόλτα, να πεις καφέ' ο φυσικός φωτισμός.[...] Και γενικότερα σου δίνει την αίσθηση ότι είναι έτσι καθαρά, ότι και πολύ συχνά καθαρίζουν τις τουαλέτες και τα τραπέζια, νιώθεις πολύ ωραία, μπορείς να κάτσεις με τις ώρες.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Ο χώρος είναι καθαρός. Δεν έχω παρατηρήσει κάτι που να μου κάνει αρνητικό κλικ για την καθαριότητα. Πιστεύω ότι τα συνεργεία στο 'The Mall', οι υπάλληλοι του 'The Mall' καθαυτού του χώρου και όχι των καταστημάτων πιστεύω ότι κάνουν πολύ καλά τη δουλειά τους. Αυτή είναι μια μεγάλη υποχρέωση του 'The Mall' αλοίμονο αν έβλεπες πεταμένα χαρτιά από τυρόπιτες και χάμπουργκερ και τέτοια, θα ήταν πολύ κρίμα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 38 ετών, κάτοικος Γαλατσίου)

Η προτίμηση για φωτεινά, καθαρά περιβάλλοντα και η εξίσωση του μονωμένου, φωτισμένου πεδίου με ένα ευχάριστο χώρο μπορεί αφενός να εκφράζει τη θέση της υγιεινής στο συλλογικό φαντασιακό του δυτικού κόσμου από το 19^ο αιώνα και έπειτα, αφετέρου αποτυπώνει το αίτημα για τάξη και ασφάλεια, δηλαδή για τη συμβολική διάσταση της καθαρότητας.

Δεν είναι τυχαία η διάρθρωση των επιθέτων «φωτεινό, καθαρό και ασφαλές εμπορικό κέντρο». Ο προσδιορισμός ενός πεδίου ως φωτεινού και καθαρού, αφενός προϋποθέτει τη διάκρισή του από το αντίθετό του σκοτεινό και βρώμικο, και αφετέρου εξασφαλίζεται με τη διατήρηση της τάξης και ασφάλειας εντός του πεδίου. Όπως αναλύσαμε παραπάνω, η καθαρότητα σημαίνει κανονικότητα, τάξη, και η φωτεινότητα επιβεβαιώνει την τάξη (εν προκειμένω το πρότυπο της καταναλωτικής τάξης) ως κυρίαρχη, αληθή και διάφανη. Στη συνθήκη της μόνωσης, η φωτεινότητα (ανα-)παράγει τη συνθήκη της διαφάνειας, του καθαρού, του αδιαμφισβήτητου, του

προφανούς και της απουσίας της αμφισβήτησης, του κενού, του σκοταδιού, του μυστικού, της αμφισημίας.

4.4. Εκεί που συναντιούνται η κούραση και η επιθυμία:

4.4.1. Η «υπερπληροφόρηση του χώρου»

Όπως προαναφέρθηκε το οπτικά μονωμένο πεδίο των τριών ορόφων του εμπορικού κέντρου εξασφαλίζει την καθαρότητα της καταναλωτικής τάξης, με την έννοια της αποκλειστικότητας των οπτικών αναφορών. Η συνθήκη όμως αυτή της αποκλειστικότητας και της μεγάλης ποσότητας των εμπορευματικών και θεαματικών αναφορών (βιτρίνες, εμπορεύματα, ταμπέλες, αφίσες, πανώ) αποτελεί μια πρωτόγνωρη εμπειρία του χώρου –ακόμα και του εμπορικού- για το ελληνικό καταναλωτικό κοινό. Η αποκλειστικότητα και η ποσότητα τέτοιων πληροφοριών σε ένα μονωμένο περιβάλλον αντιμετωπίζεται από κάποιους επισκέπτες με ένα αμφίθυμο τρόπο, δηλαδή από τη μια θεωρείται κουραστική και εξαντλητική και από την άλλη επιθυμητή:

«Εξοντώνομαι, δεν ξέρω πως γίνεται. Μπορεί να μην είναι τόσες πολλές οι ώρες...είναι η υπερπροσφορά που πρέπει να έχεις συνέχεια το νου σου, εξοντώνομαι έτσι; Μπορεί σε ένα μισάωρο να έχω εξοντωθεί και σωματικά. Μάλλον είναι η υπερπροσφορά που με κουράζει, εντάξει για αυτή πηγαίνω αλλά με κουράζει παράλληλα. Υπερπροσφορά προϊόντων. Μπορεί και να είναι κάτι άλλο που δεν το ξέρω για παράδειγμα κάτι βιολογικό επειδή είναι κλειστό. Δεν ξέρω και να με κάνει να κουράζομαι σωματικά.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 29 ετών, κάτοικος Πατησίων)

«Είχα και ένα θέμα στην αρχή με το 'The Mall' με την υπερπληροφόρηση, ότι επειδή δεν είχα μάθει να βρίσκομαι σε τέτοιους χώρους, που είναι μαγαζί παρά μαγαζί και μαγαζί και ρούχα και παπούτσια. Και εντάξει εγώ είμαι και λίγο επιρρεπής σε αυτά. Για το πρώτο διάστημα λειτουργούσα αντιστρόφως ανάλογα, δηλαδή δεν ήθελα να μπω να τα πάρω όλα, με έπιανε ένα 'δεν θέλω να κοιτάω'. Δεν θέλω να κοιτάω γιατί ζαλίζομαι, ζαλίζομαι να βλέπω παντού παπούτσια, παντού τσάντες, παντού ρούχα, που κάπως είναι λίγο χάος αυτό. Με έπιανε μια φοβία σε συνδυασμό με το χώρο, τα φώτα και με τον κόσμο και με τα ρούχα αυτά, που κοιτάγα κάτω. Κοίταγα τα πλακάκια, μέχρι

να συνέλθω, ξανακοίταγα την μεθεπόμενη βιτρίνα και μετά να συνέλθω. Επειδή κατάλαβα ότι αυτό το μοτίβο ‘mall’ θα συνεχιστεί στην Ελλάδα αποφάσισα να συνέλθω, να το ξεπεράσω όσο μπορώ. Οπότε τώρα τελευταία δεν έχω τέτοιο θέμα, στην αρχή ζαλιζόμουν κανονικά, δηλαδή έπρεπε να κάτω να σταματήσω, έψαχνα στην τσάντα μου και τέτοια, ψυχωτική. Εντάξει τώρα είναι καλύτερα, έχω μάθει κάποια μαγαζιά, ξέρω που βρίσκονται. Δεν θα επιχειρήσω να μπω στα 15.000 μαγαζιά, που δεν ξέρω. Θα προτιμήσω πρώτα να πάω σε ένα ‘Fnac’ ή σε κάποια άλλα που έχω εντοπίσει, που ξέρω πως θα κινηθώ μέσα στο μαγαζί και που θα ψάξω να βρω τον τομέα με τα μαύρα ρούχα ή με τα πράσινα, για παράδειγμα στο ‘Zara’. Και αρχίζω να εξοικειώνομαι, γενικά το θέλω αυτό.» **(επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 28 ετών, κάτοικος Βριλησίων)**

«Επειδή πιστεύω έχεις ερεθίσματα συνέχεια, συνέχεια και κάπου ζαλίζεσαι. Πως είναι με την τηλεόραση, εικόνες-εικόνες και λες περνάει η ώρα χωρίς να αντιλαμβάνεσαι κάποια πράγματα, πιστεύω αυτό. Κρίνεις, συγκρίνεις τιμές εδώ, εκεί και πιστεύω παίζει πολύ αυτό ο υπερκαταναλωτισμός, δηλαδή καταλήγεις να κάνεις πράγματα που δεν θες. Μπορεί να μην θέλεις να πας για καφέ, αλλά επειδή έχεις κουραστεί από τα ψώνια λες κάτσε να πω έναν καφέ.[...] Επειδή είναι μαζεμένο και δεν αντιλαμβάνεσαι τους κύκλους που κάνεις όπως σε μια αγορά.[...] Και ίσως επειδή τα εμπορεύματα φεύγουν συχνά και βλέπεις συνέχεια διαφορετικά πράγματα οπότε λες ‘α, ευκαιρία να το πάρω’. Αυτό παίζει πολύ. Σαν ανταγωνισμός, ‘ας το πάρω τώρα γιατί δεν ξέρω αν θα υπάρχει μετά’. Έχει αρκετά πράγματα και σκοτώνεις ώρα. Και λόγω καλού μάρκετινγκ σου αποσπά την προσοχή, θες να μεις στα μαγαζιά να κάνεις έρευνα αγοράς, πολύ βασικό, δηλαδή σε αυτό σε βοηθάει να συγκρίνεις τιμές ‘μπαμ-μπαμ’ και έχει και ποικιλία αρκετή πιστεύω.» **(επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 22 ετών, κάτοικος Παράδεισος Αμαρουσίου)**

«Πιστεύω ότι σε όλους ισχύει αυτό κάπου. Παθαίνεις overdose. Δηλαδή κάπου λες ‘όχι άλλο data’. Όχι άλλες πληροφορίες, όχι άλλο

χρώμα, όχι άλλο κόσμο, όχι άλλο μπιμπιλόνι. Κάπου τα βλέπεις όλα ίδια.[...]Από κάποια στιγμή όταν μπαίνεις σε ένα μεγάλο μαγαζί και σε πιάνει μια λαχτάρα και θέλεις να τα δεις όλα. Αυτό που συνέβαινε εμένα στην αρχή. Στις αρχές βλέπεις έναν χαμό από μαγαζιά, από χρώματα, από βιτρίνες, από όλα αυτά και λες καταρχάς ‘από πού να αρχίσω;’. Πρώτον γιατί δεν ξέρεις τι περιλαμβάνει αυτό το εμπορικό κέντρο. Σιγά-σιγά με τον καιρό ξέρεις περίπου και λες ‘ο.κ., θέλω να πάρω ένα μαύρο πουλόβερ’ ωραία θα πάω εκεί πέρα’. Στην περίπτωση που θα βολτάρεις τα πράγματα είναι πιο άσχημα γιατί όταν θα μπεις σε ένα μαγαζί, αν είναι του γούστου σου το μαγαζί, εντάξει εννοείται αυτό. Όταν θα μπεις σε ένα μαγαζί για να βολτάρεις και το μαγαζί είναι τόσο μεγάλο και έχει τόσο μεγάλη ποσότητα ρούχων’ ένα μαγαζί, δύο, τρία κάπου αρχίζεις και νιώθεις μια κούραση, εκτός αν είσαι γυμνασμένη, στα τέλεια κιλά και ελαφροκόκκαλη, ας πούμε. Και δεν φοράς τακούνια και δεν έχεις φορτωθεί και άλλα πράγματα από άλλα μαγαζιά και τα λοιπά, πράγμα λίγο δύσκολο. Κουράζεσαι κάποια στιγμή σου βγαίνει φυσική κούραση. Καταλαβαίνω πως τους πιάει μια αδηφάγα όρεξη για shopping. Αυτό το καταλαβαίνω γιατί και εμένα καμιά φορά με πιάει, βέβαια σπάνια. Αλλά είσαι κομμάτια και αυτό ισχύει πιστεύω.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 38 ετών, κάτοικος Γαλατσίου)

Αυτό που μπορούμε να συμπεράνουμε είναι ότι η αποκλειστικά εμπορευματική εμπειρία που προσφέρει ο χώρος του ‘The Mall Athens’ συνιστά μια νέα εμπειρία του χώρου που συνεπάγεται και μια νέα μορφή οπτικής αντίληψης. Η υπερπληροφόρηση του χώρου επιφέρει σε κάποιους επισκέπτες σωματική και ψυχολογική κούραση, καθώς καλούνται να αναμετρηθούν με πολλές πληροφορίες σε ένα μονωμένο οπτικά περιβάλλον. Η κούραση, όμως, φαίνεται να συναντιέται με την επιθυμία για την καταναλωτική αυτή εμπειρία. Η διαδικασία της σταδιακής εξοικείωσης με τη συνθήκη αυτή της υπερπληροφόρησης είναι χαρακτηριστική της «διαπαιδαγώγησης» της συμπεριφοράς των υποκειμένων σε νέα εμπορικά περιβάλλοντα τύπου malls, που είναι πρωτόγνωρα ακόμα για την ελληνική κοινωνία. Και είναι σημαντικό να επισημάνουμε ότι η «διαπαιδαγώγηση» αυτή δεν είναι εξαναγκαστικού χαρακτήρα αλλά μάλλον

συναινετικού.⁴⁵⁴ Η συναίνεση αυτή σχετίζεται με την επιθυμία για shopping, για την θεαματική, καταναλωτική εμπειρία σε ένα τέτοιο «καθαρό» χώρο και με την επιθυμία για την κοινωνική ενσωμάτωση και έτσι την αποφυγή της περιθωριοποίησης. Είναι ενδεικτικά τα λόγια μιας επισκέπτριας:

«Το βλέπω πως πρέπει, θέλοντας και μη να το μάθω γιατί αν δεν το μάθω, θα ταλαιπωρηθώ εγώ[...]Πρέπει να το μάθουμε. Εγώ αυτό νιώθω, πρέπει να μάθουμε σε τέτοια μέρη να ζούμε κάτω από τέτοιες συνθήκες, περίπου θέλοντας και μη, γιατί αλλιώς θα μείνω στο περιθώριο. Δηλαδή, ίσως μετά από κάποια χρόνια, ίσως είναι λίγο extreme αυτό, αλλά ένας άνθρωπος που δεν έχει πάει ποτέ στο 'The Mall', δεν έχει μπει ποτέ στην Αττική Όδο και δεν έχει πάει σε όλα αυτά τα καινούρια νεοφερμένα πράγματα να θεωρείται λίγο περιθωριακός. Και άμα λέει ότι δεν πάει [σ.σ.: να θεωρείται] και αναρχικός, ότι αντιστέκεται και ίσως το σύστημα να θέλει να αποβάλλει αυτούς που αντιστέκονται σε τέτοιους είδους συνήθειες. Εγώ το επεξεργάζομαι πιστεύω ότι δεν έχω φτάσει ακόμα σε αυτό το σημείο, αλλά ίσως σε κάποια στιγμή να φτάσουμε, δηλαδή να δρομολογούνται κάποια πράγματα σιγά-σιγά αρχίζουμε και το βλέπουμε και αποκεί και πέρα, ναι μεν ο καθένας έχει τις επιλογές του άμα θα ακολουθήσει ή όχι, αλλά αν δεν ακολουθήσεις, δεν θα είναι εύκολα τα πράγματα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 28 ετών, κάτοικος Βριλησίων)

Είναι ενδιαφέρον να επισημάνουμε ότι επισκέπτες του ηλικιακού φάσματος από 14 ετών μέχρι 25 ετών –με εξαίρεση την περίπτωση του 22χρονου που παρατέθηκε παραπάνω- δεν αναφέρονται στο ζήτημα της υπερπληροφόρησης του χώρου ως προβληματικής και κουραστικής. Αντιθέτως αξιολογούν ως επιθυμητή την πληθώρα και την ποικιλία των προσφερόμενων επιλογών (εμπορευματικών και θεαματικών) μέσα στο χώρο. Ίσως αυτό σχετίζεται με το διαφορετικό τρόπο οπτικής αντίληψης και

⁴⁵⁴ Ζ.Λιποβetsκί, *Η εποχή του κενού: Δοκίμια για τον σύγχρονο ατομικισμό*, όπ.π., σελ.20-1. Ο Λιποβetsκί κάνει λόγο για την στρατηγική της γοητείας, η οποία βασίζεται στη διαδικασία προσωποποίησης. Πρόκειται για μια ευέλικτη, ανοιχτή, προσωπική διαδικασία διαμόρφωσης της προσωπικής ταυτότητας χωρίς καταναγκασμούς και κοινωνικές ή/και ηθικές επιταγές. Αναφέρει ότι «η γοητεία δεν έχει καμία σχέση με την ψευδή αναπαράσταση και την αλλοτρίωση των συνειδήσεων» είναι αυτό που ρυθμίζει τον κόσμο μας και τον αναδιαρθρώνει σύμφωνα με μια συστηματική διαδικασία προσωποποίησης που το έργο της συνίσταται ουσιαστικά στον πολλαπλασιασμό και την ποικιλία της προσφοράς, στην αντικατάσταση του ομοιόμορφου καταναγκασμού από την ελεύθερη επιλογή, της ομοιογένειας από την ποικιλία, της λιτότητας από την υλοποίηση των επιθυμιών.»

νοητικής επεξεργασίας που αναπτύσσουν τα άτομα μικρότερων ηλικιών μέσω της εξοικείωσής τους με τις νέες τεχνολογίες. Η χρήση του διαδικτύου, των κινητών τηλεφώνων διαπαιδαγωγεί τις νεαρότερες ηλικίες με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να μπορούν να προσλαμβάνουν και να χειρίζονται μεγάλες ποσότητες, ροές μηνυμάτων (εικονικών, λεκτικών, ηχητικών).

4.4.2. Ο συνωστισμός

Η πραγματοποίηση της επιδίωξης του εμπορικού κέντρου να γίνει ένας πολυσύχναστος χώρος έχει σαν συνέπεια και το φαινόμενο του συνωστισμού, το οποίο κρίνεται αρνητικά από αρκετούς επισκέπτες. Το «στριμωξίδι», ο συνωστισμός, η απογοήτευση, η δυσλειτουργία της κίνησης μέσα στο χώρο κατά τις ώρες αιχμής συνιστούν λόγους προτίμησης για κάποιους επισκέπτες ημερών και ωρών επίσκεψης του χώρου όπου δεν θα έρθουν αντιμέτωποι με το φαινόμενο του συνωστισμού. Οι ώρες αιχμής είναι τα απογεύματα της Δευτέρας και Τετάρτης, όπου το διευρυμένο ωράριο των καταστημάτων του 'The Mall Athens' σε σχέση με τις υπόλοιπες αγορές αποτελεί ένα κίνητρο επίσκεψης του χώρου για τους καταναλωτές. Επίσης ώρες αιχμής θεωρούνται τα απογεύματα της Παρασκευής, του Σαββάτου και της Κυριακής όπου κατά πλειοψηφία επισκέπτες του ηλικιακού φάσματος 14-25 –και όχι μόνο βέβαια– συχναίνουν στο χώρο για λόγους αναψυχής και εστίασης (κινηματογράφοι, εστιατόρια, καφέ, χώροι διασκέδασης-παιχνιδιού).

Αν και ο χώρος του εμπορικού κέντρου είναι μεγάλος καθώς και το πλάτος των διαδρόμων είναι αρκετά μεγάλο σε σχέση με τους εσωτερικούς διαδρόμους που έβρισκε το καταναλωτικό κοινό μέχρι τώρα σε εμπορικούς χώρους (σούπερ μάρκετ, εμπορικά κέντρα και πολυκαταστήματα) το φαινόμενο του συνωστισμού παρατηρείται και στο 'The Mall Athens' τις ώρες αιχμής. Πριν προχωρήσουμε στους επισκέπτες ας ακούσουμε τον αρχιτέκτονα να σχολιάζει το ζήτημα του σχεδιασμού των διαδρόμων:

«Ακολουθήσαμε κάποια διεθνή standards, δηλαδή πια όλοι ξέρουν ότι ένα mall, δηλαδή ο διάδρομος πρέπει να έχει μίνιμουμ και μάξιμουμ κάποιων διαστάσεων. Δηλαδή κάτω από 8 μέτρα είναι αποτυχημένος, πάνω από 15 μέτρα είναι επίσης αποτυχημένος. Ανάλογα με το μέγεθός σου έχεις κάποια standards, τα οποία είναι δοκιμασμένα από πάρα πολλά τέτοιου είδους κτήρια. Ξέρουμε, για παράδειγμα, στο άνοιγμα επάνω, στα κενά που έγιναν, τα οποία σου δίνουν τη δυνατότητα μιας κάθετης επικοινωνίας οπτικής στο 0 και 1 υπάρχουν

κάποια κενά για να μπορείς να βλέπεις επάνω ή το κλιμακωτό. Ξέρουμε ότι ο διάδρομος στο κλιμακωτό, το μπαλκόνι ας το πούμε έτσι, εμείς το έχουμε κάνει 4 μέτρα, οι προδιαγραφές είναι για 3. Εμείς δώσαμε ακόμα μεγαλύτερη έμφαση για να μπορεί να κυκλοφορήσει άνετα. Αυτά, λοιπόν, είναι κάποια μεγέθη, που υπολογίζεις τον πληθυσμό, τον θεωρητικό πληθυσμό και για λόγους πυρασφάλειας και λόγους λειτουργικούς, ξέρεις περίπου ποια είναι αυτά τα μεγέθη. Γιατί αυτά είναι υπολογισμένα και με κανόνες. Δηλαδή αν ο μη γένοιτο γίνει ένα γεγονός, είναι προγραμματισμένο πως θα φύγει ο κόσμος για να μπορεί να φύγει πάρα πολύ γρήγορα και πάρα πολύ άνετα. Οπότε είναι standards αυτά.»

Ας ακούσουμε τους επισκέπτες πως αντιλαμβάνονται και ερμηνεύουν το φαινόμενο του συνωστισμού ως κάτι ενοχλητικό και κουραστικό:

«Ενοχλητικός ο πολύς κόσμος, σπαστικό είναι. Είναι κάποιες ώρες που μαζεύεται πάρα πολύς κόσμος, κυρίως απόγευμα προς βράδυ, ο οποίος...όταν έχει πάρα πολύ κόσμο δεν μπορείς να περάσεις σε σκουντάει μονίμως κάποιος. Κάτι που δεν μου αρέσει εμένα. Ενώ είναι μεγάλος ο χώρος ορισμένες φορές θεωρώ ότι μαζεύεται δυσανάλογα πολύς κόσμος. Επίσης αυτό που με ενοχλεί είναι ότι κάποια Σάββατα απόγευμα και το σκέφτηκα μετά και το μετάνιωσα που πήγα είναι ότι μαζεύει πολλούς εφήβους, οι οποίοι φωνάζουνε, ουρλιάζουνε εκεί έξω από τους κινηματογράφους και γίνεται πανικός και αυτό δεν μου αρέσει. Αλλά αυτό δεν είναι μόνο στο 'The Mall' αλλά και στο δρόμο. Δεν μου αρέσει το στριμωξίδι βασικά.»
(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Πηγαίνω τις άλλες μέρες [σ.σ.: εννοεί ότι αποφεύγει τα σαββατοκύριακα] και προτιμώ να πηγαίνω μεσημέρια για το λόγο που είναι ο κόσμος. Γιατί δεν είναι απλά ότι δεν μου αρέσει τόσος κόσμος, με κουράζει ότι από ένα σημείο και μετά μου φαίνεται ότι όταν φεύγω από το 'The Mall' είναι σαν έχω σκάψει, ας πούμε. Σαν να έχω δουλέψει και να με έβαλες και να έσκαβα. Με τόσο κόσμο, τη βαβούρα που έχει[...] Ξέρεις κάποιος άνθρωποι τους αρέσει να

πηγαίνουν για ψώνια και να έχει πάρα πολύ κόσμο, όταν ψωνίζουν. Να πάνε να ψάχνουν. Τις προάλλες πήγα σε ένα μαγαζί, σε ένα κατάστημα...εμένα μου αρέσει να ξέρω τι είναι αυτό που θέλω να πάρω, να μπορώ να κινηθώ άνετα στο χώρο, δηλαδή να μην πέφτουν όλοι πάνω μου, να μην πέφτω εγώ σε άλλους, δηλαδή να μην γίνεται όλη αυτή η διαδικασία. Δηλαδή πέφτουν πάνω μου, πέφτω πάνω τους με νευριάζει, δεν το αντέχω και για αυτό μου αρέσει κυρίως να πηγαίνω σε μέρες που δεν έχει πολύ κόσμο. Κυρίως σε ώρες που δεν είναι ώρες αιχμής. Και για αυτό τότε επιλέγω να πηγαίνω. Για αυτό πηγαίνω τότε το έχω καθιερώσει πλέον. Αυτό με εκνευρίζει ότι είμαστε τόσο συνωστισμένοι ο ένας με τον άλλο σε ένα χώρο όλοι μαζί.» **(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)**

«Οπότε Σάββατο πρωί δεν θα πήγαινα γίνεται χαμός, εγώ προσωπικά δεν το αντέχω το χαμό με πιάνει το αγοραφοβικό μου.» **(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 28 ετών, κάτοικος Βριλησίων)**

«Κάποια μαγαζιά τα έχω σταμπάρει και δεν πάω, γιατί έχουν πολύ κόσμο. Αρχίζει να μην δουλεύει πολύ καλά ο κλιματισμός, πολλή ζέστη, σε πιάνει έτσι αποπνικτικά και βγαίνεις έξω. Δεν το ευχαριστιέσαι ούτε καν να το δεις. Ούτε το χάζι δεν ευχαριστιέσαι. Για αυτό δεν θέλω να πηγαίνω Σάββατο για τέτοια πράγματα και Παρασκευή απόγευμα. Και στα καφέ είναι ο ένας πάνω στον άλλο, αλλά έχω βρει και μερικά που δεν είναι ο ένας πάνω στον άλλο. Ίσως είναι πιο μεγάλα, τα έχουνε φτιάξει έτσι.» **(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 42 ετών, κάτοικος περιοχή Αττικής)**

Άλλοι επισκέπτες εκφράζουν μια αμφίθυμη στάση ως προς το φαινόμενο του συνωστισμού. Αφενός και αυτοί βρίσκουν ενοχλητική την παρουσία μεγάλου όγκου επισκεπτών αφετέρου το γεγονός ότι ο εμπορικός αυτός χώρος είναι πολυσύχναστος κρίνεται ως επιθυμητό. Φαίνεται μέσα από τα λόγια των επισκεπτών η «ένταση» και ο όγκος των επισκεπτών που διατρέχει αυτό το περιβάλλον να είναι ένα κίνητρο για την εμπειρία σε αυτό. Η παρατήρηση των ροών του κόσμου και η συμπαρουσία σε ένα πολυσύχναστο χώρο περιγράφουν την ιδιάζουσα κοινωνικότητα που αντιστοιχεί σε

τέτοιου τύπου εμπορικούς κοινόχρηστους χώρους (βλ.Ενότητα.: *Ο ρόλος του θεατή*). Ας ακούσουμε τους επισκέπτες να περιγράφουν την εμπειρία του πολυσύχναστου χώρου με αμφίθυμο τρόπο:

«Να δω πολύ κόσμο, να νιώσω την ένταση του κόσμου αυτό καμιά φορά ίσως. Ότι είσαι στο σπίτι για ώρες μέσα και νιώθεις την ησυχία και λες ‘θέλω να δω κόσμο, κίνηση, να ξυπνήσω’. Και πού θα πας; Στο ‘The Mall’” μια επιλογή είναι σίγουρα αυτή. Καμιά φορά όπως σου είπα με ενοχλεί, αλλά καμιά φορά το θες. Όλο και θα δεις μια κοπέλα, θα σου αρέσει, θα σχολιάσεις, θα δεις συμπεριφορές, μπορεί να σχολιάσεις, είναι...σου δίνει ερεθίσματα.» (επισκέπτης του **‘The Mall Athens’**, 22 ετών, κάτοικος Παράδεισου Αμαρουσίου)

«Μου αρέσει πολύ να πηγαίνω καθημερινές. Σάββατο σχεδόν ποτέ ή θα πάω κανένα Σάββατο πρωί μόνο για ψώνια, όχι για σινεμά και λοιπά που κάνουμε το βράδυ. Καθημερινές μου αρέσει γιατί δεν έχει πολύ κόσμο και έχει πολλά να κάνεις.[...]Μου αρέσει που έχει πολύ κόσμο και είναι ανοιχτός χώρος και τους βλέπω όλους, μου αρέσει.[...]Αυτό μου αρέσει να βλέπω κόσμο και να κάθομαι. Αυτό μου αρέσει στο ‘The Mall’, που σε ένα καφέ δεν το έχεις αυτό. Σε ένα καφέ είναι οι θαμώνες, που είναι στάνταρ. Κάθονται και τελειώνει, δεν βλέπεις κάτι. Εκεί όλο ανακυκλώνεται ο κόσμος, μου αρέσει πολύ αυτό. Να βλέπω κόσμο και να ανακυκλώνεται και να τον παρατηρώ.[...]Και νιώθω και εγώ έτσι ότι αναζωογονούμαι, ότι είδα πολύ κόσμο. Ξέφυγα κάπως μέσα από τους άλλους.» (επισκέπτης του **‘The Mall Athens’**, 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

«Γιατί άμα είναι Τετάρτη απόγευμα δεν θα έχει τόση πολλή κίνηση [σ.σ.: εννοεί στην Αγ.Παρασκευή], αλλά στο ‘The Mall’ επειδή είναι όλα τα μαγαζιά ανοιχτά γίνεται της τρελής. Δηλαδή κάποιες ώρες άμα είσαι πάνω-πάνω και κοιτάξεις κάτω δεν βλέπεις πάτωμα, βλέπεις μόνο κεφάλια. Και είναι κάπως διαφορετικά από το να είσαι και να περπατάς στην Αγ.Παρασκευή.

Ερώτηση: Αυτό εσύ πώς το βλέπεις, δηλαδή προτιμάς να βρίσκεσαι στο ‘The Mall’ από ό,τι στην Αγ.Παρασκευή;

Απάντηση: Ναι. Εντάξει, δεν μου αρέσει όταν δεν μπορείς να περπατήσεις από τον πολύ κόσμο, αλλά δεν μου αρέσει να είναι τελείως άδειο. Είναι κάπως περίεργο.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 15 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Τις πρώτες φορές είχα λίγο περιέργεια να δω τι θα δω. Βόλταρα και λίγο ρούφαγα. Έλεγα 'α!' αυτός ο όροφος έχει πιο πολύ αθλητικά, αυτός ο όροφος έχει πιο πολύ τα σούπερ μάρκετ, Παπασωτηρίου, Πλαίσιο, Κωτσόβολο, Γερμανό, τις κινητές τηλεφωνίες'. Δηλαδή κάπου γύριζα και μύριζα' η περιέργεια, έτσι δεν καταλάβαινα πάρα πολύ τον κόσμο. Πάντα παρατηρούσα να μην σκοντάψω σε κανέναν και να μην σκοτώσω κανέναν και πάντα με ενοχλούσε. Δηλαδή ακόμη και στις αρχές πάλι δεν παρατηρούσα πάρα πολύ τον κόσμο γιατί παρατηρούσα τα μαγαζιά. Κάπου ήθελα πιο πολύ ηρεμία, δεν ήθελα πολύ γιουρούσι. Τώρα πια αν θα πάω θα είναι ώρες που συνειδητά θα ξέρω ότι έχει πολύ λίγο κόσμο. Πέντε η ώρα καθημερινή, ας πούμε πέντε μέχρι έξι. Άντε μπορεί να φύγω από το γραφείο λίγο νωρίτερα ή Σάββατο πολύ πρωί.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 38 ετών, κάτοικος Γαλατιού)

Επίσης το φαινόμενο του συνωστισμού συνδέεται και με το αίσθημα της απογοήτευσης, καθώς ο μεγάλος όγκος επισκεπτών μπορεί να σημαίνει καθυστέρηση μιας δραστηριότητας (π.χ.: καφέs, φαγητό), αναβολή ή/και ματαίωση μιας αγοράς ενός επιθυμητού εμπορεύματος. Επίσης ως ενοχλητικό αναφέρεται και το φαινόμενο των «ουρών» που παρατηρείται σε κάποια καταστήματα κατά τις ώρες αιχμής:

«Για παράδειγμα όταν καθόμασταν στους κοινόχρηστους χώρους πολλές φορές, γιατί δεν βρίσκαμε τραπέζι στις καφετέριες. Και ότι μέρες που είχε πάρα πολύ κόσμο, πάρα πολύ κόσμο, δεν μπορούσαμε ούτε εκεί να κάτσουμε. Μας κούραζε –θυμάμαι χαρακτηριστικά ότι το συζητάγαμε- αυτό το οπτικό η εναλλαγή η γρήγορη, ότι ο κόσμος που περίμεναν κιόλας πάνω από το κεφάλι σου για να δουν πότε θα αδειάσει ένα κοινόχρηστο τραπεζάκι να καθίσουνε. Συνήθως στις 21:00 που κλείνουν τα καταστήματα γίνεται χαμός, δηλαδή πάνω αν πας στους κοινόχρηστους χώρους, που έχει τα φαγητά που μπορείς να πάρεις πίτσα ή κάτι άλλο και να κάτσεις σε κοινόχρηστο τραπέζι να

φας, δεν βρίσκεις να κάτσεις. Μπορεί να περιμένεις μισή ώρα και γίνεται μάχη κανονικά δεν βρίσκεις να κάτσεις και αυτό ένα διάστημα μας είχε κουράσει πάρα πολύ. Και αυτό γενικά με τον συνωστισμό έχει επιδράσει σε εμένα προσωπικά πάρα πολύ και αυτό με έχει κουράσει και για αυτό δεν πηγαίνω πλέον τόσο συχνά στο ‘The Mall’.

Ερώτηση: Τώρα πόσο συχνά πηγαίνεις;

Απάντηση: Τώρα πηγαίνω μια με δύο φορές την εβδομάδα. Πιο αντιπροσωπευτικά είναι μια φορά την εβδομάδα. Μπορεί να τύχει και να μην πάω και καθόλου λόγω υποχρεώσεων, δηλαδή άμα δεν δούλευα ή αν είχα πιο ελεύθερο χρόνο μπορεί και να πήγαινα.[...] Δεν μου αρέσει ο κόσμος, ο συνωστισμός. Ότι ποτέ δεν βρίσκεις αυτό που θες. Έχει τύχει, μου έχει τύχει αρκετές φορές να δω κάτι και να μην έχω λεφτά πάνω μου και την επόμενη μέρα να μην υπάρχει. Αυτό με κουράζει στο ‘The Mall’.[...] Με την έννοια ότι πιστεύω τα καλά κομμάτια φεύγουν πολύ γρήγορα. Επειδή πάει πάρα πολύς κόσμος, φεύγουνε πολύ γρήγορα και δεν μένει...δηλαδή δεν έχει τη δυνατότητα κάποιος που μπορεί να πηγαίνει για ψώνια μια φορά την εβδομάδα, και όχι κάθε μέρα στο ‘The Mall’ –γιατί υπάρχει κόσμος που είναι αρρωστημένος με το ‘The Mall’.[...] Με κουράζει ο κόσμος. Δεν μπορώ να ψωνίσω όταν έχει τόσο συνωστισμό.» **(επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)**

«Όταν έχει πολύ συνωστισμό δεν βρίσκεις να κάτσεις άνετα στις καφετέριες και επίσης η εξυπηρέτηση δεν είναι καλή, είναι πολύ αργή.» **(επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)**

«Έχει πολύ κόσμο και μέχρι να περάσεις αν κάποιος βιάζεται πρέπει να περάσεις ανάμεσα τους και είναι λίγο δύσκολο.

Ερώτηση: Γενικά βλέπεις ότι υπάρχει τέτοιο πρόβλημα;

Απάντηση: Υπάρχει ειδικά κάποια Σάββατα. Υπάρχει πρόβλημα να περάσω, Παρασκευή βράδυ.

Ερώτηση: Αυτό πώς το αντιμετωπίζεις; Έχεις πρόβλημα στο να κυκλοφορήσεις; Τί γίνεται ακριβώς δηλαδή στριμώχνεσαι;

Απάντηση: Ναι, στριμώχνομαι, αλλά πηγαίνω λίγο καθυστερημένα.[...]Πηγαίνει πάρα πολύς κόσμος[...]Και κάποια μαγαζιά είναι τεράστια και δεν μπορείς να τα δεις πολύ ώρα. Είναι πάρα πολύ μεγάλα κάποια και είναι πολύ δύσκολο να τα δεις. Έχει μεγάλες ουρές. Και στις καφετέριες έχει πολύ κόσμο, αλλά εντάξει. Δεν βρίσκεις ποτέ να κάτσεις.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 16 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Ειδικά σε περίοδο που έχει κόσμο έχει εμφανιστεί το φαινόμενο της τράπεζας, του ΙΚΑ. 'Μου πήρες τη σειρά μου', 'όχι εγώ ήμουν πρώτη'. Των μεγάλων ουρών του ταχυδρομείου και της εφορίας.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 38 ετών, κάτοικος Γαλατσίου)

4.4.3. Το σχήμα του «κλειστού-ανοιχτού»

Όπως προαναφέρθηκε η επιλογή του «ανοιχτού» μέρους του τρίτου ορόφου του εμπορικού κέντρου με θέα τις εγκαταστάσεις του ΟΑΚΑ και ένα μέρος του λεκανοπεδίου, όπως και το μεγάλο ύψος της οροφής που έχει τη μορφή θόλου αποτελούν ιδιαιτερότητα του πρώτου mall στην Ελλάδα. Και αυτό γιατί τα εμπορικά περιβάλλοντα τέτοιου τύπου συνήθως είναι μονωμένα σε όλη τους την έκταση. Στην περίπτωση του 'The Mall Athens' η σχεδιαστική αυτή επιλογή βασίστηκε στις συνήθειες του ελληνικού καταναλωτικού κοινού, στη μέχρι τώρα χωρική εμπειρία και στις κλιματολογικές συνθήκες της περιοχής. Ο αρχιτέκτονας του εμπορικού κέντρου αναφέρει ότι:

«Ένα άλλο πράγμα που είδαμε και είναι μοναδικό στο ελληνικό σε σχέση με τα άλλα είναι ότι εμείς στον τελευταίο όροφο δώσαμε πάρα πολύ μεγάλο ύψος με αυτό το διαφανές υλικό το πολυκαρβονικό. Ακριβώς για να έχει μια ανάταση για να μην σε πνίγει. Συνήθως τα malls δεν είναι έτσι, είναι χαμηλά. Η οροφή, η οποία είναι πάρα πολύ ψηλή, επίτηδες για να νομίζεις ότι είναι ουρανό, αλλά αυτό ήταν ένα πράγμα το οποίο συνήθως δεν το έχουνε τα malls. Αλλά το κάναμε εμείς γιατί πιστεύαμε ότι οι Έλληνες θέλουν να έχουν ένα συνδυασμό κλειστού, ανοιχτού χώρου. Ναι μεν είναι κλειστό, αλλά θέλεις να έχεις την αίσθηση ότι είναι ανοιχτό.»

Και η λεγόμενη «ταράτσα» του εμπορικού κέντρου στον τρίτο όροφο, όπου φιλοξενούνται τραπέζια των καφετεριών, λειτουργεί ως ένας «ανοιχτός» χώρος σε σχέση με τον υπόλοιπο «κλειστό χώρο». Ο κλειστός χώρος με τη μορφή που έχει σε ένα mall ήταν πρωτόγνωρος για το ελληνικό καταναλωτικό κοινό. Από τη μια είχε την εμπειρία των πολυκαταστημάτων (τύπου Μινιόν, Λαμπρόπουλος) από την άλλη το περιβάλλον του 'The Mall Athens' θέτει νέα δεδομένα στην εμπειρία του εμπορικού χώρου που έχουν οι καταναλωτές. Το γεγονός ότι ένα mall είναι ένας χώρος, ένα περιβάλλον με μεγάλο όγκο εμπορευματικών και θεαματικών αναφορών, με ροές επισκεπτών και ταυτόχρονα είναι ένας χώρος όπου συνήθως η μέση παραμονή των επισκεπτών υπολογίζεται στις 2 ώρες, τότε μπορούμε να αντιληφθούμε τη νέα εμπειρία που εισήγαγε το περιβάλλον του 'The Mall Athens'. Ο σχεδιασμός, λοιπόν, του 'The Mall Athens' προσπάθησε να δημιουργήσει μια υβριδική μορφή ανοιχτού και κλειστού χώρου με την «ορολογία», θα μπορούσαμε να πούμε, των malls. Με άλλα λόγια, όπως προκύπτει και από το λόγο του αρχιτέκτονα, επιχειρήθηκε να αντιμετωπιστεί η αρχική τουλάχιστον δυσκολία του ελληνικού κοινού να βρεθεί, να κυκλοφορήσει και να παραμείνει για αρκετή ώρα σε ένα μονωμένο εμπορικό περιβάλλον. Ας ακούσουμε τους ίδιους τους επισκέπτες πως αντιλαμβάνονται και βιώνουν αυτόν τον «υβριδισμό ανοιχτού και κλειστού»:

«Ο χώρος στην αρχή όταν πήγα τις δύο, τρεις πρώτες φορές, ήθελα να μην ξαναπάω. Γιατί ψυχοπλακώθηκα. Με το που μπήκα, είχε πρωτοανοίξει είχε πάρα πολύ κόσμο, είχε τρομερή ζέστη, ο ένας πάνω στον άλλο και μου έκανε άσχημη εντύπωση ο θόλος ότι ήμουν σε ένα κλειστό πράγμα. Το ξεπέρασα γιατί εκτός του ότι μου άρεσαν κάποια πράγματα πολύ και γλύτωσα από κίνηση, συγκοινωνία κι όλα αυτά γιατί δεν έχω μέσο, δεν έχω αυτοκίνητο. Μου άρεσε κατά διαστήματα που το στόλιζαν όταν ήταν Χριστούγεννα ή η ολυμπιάδα το είχανε στολίσει ανάλογα' είχε μασκότ, διάφορα happenings. Άρχισα να μην προσέχω ότι είναι κλειστό. Συν του ότι μετά βάλαν στα μαγαζιά τραπέζια έξω και έβλεπες κάτω τη μισή Αθήνα πανοραμικά, όμορφα. Και το ξεπέρασα. Στην αρχή δεν μου άρεσε καθόλου, νόμιζα ότι πνιγόμουν και σκεφτόμουν τι θα γίνεται όταν θα έχει πολύ κόσμο. Όταν δεν έχει πολύ κόσμο δεν το είχα αισθανθεί τόσο άσχημα, αλλά εννοείται ότι μου αρέσει καλύτερα χειμώνα. Καλοκαίρι πήγα λίγες φορές, έχει βέβαια κλιματισμό, δροσιά και πήγαινα πιο πολύ για ταινία. Ανοίξανε το χώρο

και μπορούσες να κάτσεις έξω». (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 42 ετών, κάτοικος περιοχής Αττικής)

«Δεν έχεις καθαρό αέρα να πάρεις είναι η αλλαγή παραστάσεων είναι συνεχόμενη, πολλά φώτα και κούραση σίγουρα. Θέλεις πολλή ώρα για να το γυρίσεις και από ένα σημείο και μετά δεν αντέχεις. Θέλεις να κάτσεις, να βγεις λίγο έξω. Εγώ θέλω να πάρω λίγο αέρα. Δεν έχει καθόλου φυσικό αέρα, τουλάχιστον το χειμώνα. Αυτό βέβαια είναι καλό γιατί έχει μια σταθερή θερμοκρασία και δεν έχεις καύσωνα το καλοκαίρι ούτε το χειμώνα κρύο, αλλά δεν έχεις καθαρό αέρα και από ένα σημείο εμένα με κουράζει αυτό, με κουράζει πολύ και σωματικά και ψυχολογικά. Δεν μπορώ να κάτσω πολλή ώρα.

Ερώτηση: Ψυχολογικά με ποιά έννοια το λες;

Απάντηση: Ψυχολογικά θέλω να αλλάζω παραστάσεις. Δεν μπορώ συνέχεια να είμαι εκεί μέσα. Θέλω να βγω λίγο έξω, να δω άλλα πράγματα, να βλέπω τον κόσμο λίγο, να κάτσω να ξεκουραστώ από αυτή την άποψη.

Ερώτηση: Έξω πού; Έξω από το χώρο;

Απάντηση: Στις καφετέριες έξω, να βγεις λίγο έξω να πάρεις αέρα, να ξεφύγεις λίγο από το χώρο. Σε κουράζει λίγο αυτός ο χώρος, είναι συνέχεια η αλλαγή παραστάσεων, τα φώτα, η φασαρία, όλα αυτά σε κουράζουν λίγο.

Ερώτηση: Και μετά ξαναμπαίνεις πάλι;

Απάντηση: Ναι...δεν ξέρω...δεν...δεν έχω δώσει βάση σε αυτό. Ίσως να μου συμβαίνει σε μένα αυτό ή σε λίγους. Και μένα όλο αυτό με κουράζει. Κάποιους ίσως όχι. Ναι, μετά ξαναμπαίνω.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Θρακομακεδόνων)

«Δίνει μια αίσθηση ευρυχωρίας, ότι όλα είναι μεγεθυμένα μέσα, δηλαδή μεγάλοι διάδρομοι, μεγάλες σκάλες, ότι πάνω είναι ανοιχτή η οροφή [σ.σ.: δεν αναφέρεται στο θόλο αλλά στην πλευρά του τρίτου ορόφου που έχει οπτική επαφή με το εξωτερικό περιβάλλον], αλλά το καλοκαίρι μπορεί να είναι ανοιχτή η οροφή αλλά δεν ξέρω από τι υλικά είναι κατασκευασμένη αλλά το καλοκαίρι επειδή δούλευα στον πάνω όροφο

από την πολύ ζέστη ήταν σαν θερμοκήπιο. Είχε τόση ζέστη μέσα που πραγματικά αισθανόσουν ότι είσαι κλεισμένος μέσα σε θερμοκήπιο.[...] Όταν έμπαινα εγώ στο κατάστημα που δούλευα, έλεγα ‘α! επιτέλους κλιματισμός’. Δηλαδή σου έδινε μια αίσθηση ότι θα σκάσεις, όταν βέβαια έκανε πολύ ζέστη. Αλλά μου άρεσε που βλέπεις έξω, βλέπεις ουρανό. Ότι είναι φωτεινό είναι πολύ σημαντικό.» (εργαζόμενη σε εστιατόριο του ‘The Mall Athens’, 26 ετών και επισκέπτρια του εμπορικού κέντρου)

«Είναι μεγάλο, άνετο, τα έχει όλα μαζί.[...] Όταν έχει καλό καιρό προτιμώ να κάθομαι έξω. Είναι το καλοκαίρι λίγο σπαστικό που είναι κλειστό. [...] Καλύπτει κάποια πράγματα. Είναι τα μαγαζιά με τα ρούχα εδώ, είναι οι καφετέριες εκεί, για να φας ό,τι θέλεις εκεί, ο σινεμάς, γενικά είναι αρκετά ικανοποιητικό γιατί είναι όλα όσα χρειάζεται για να διασκεδάσει ένας νέος δίπλα του. Είναι δίπλα, είναι όλα σχετικά κοντά. Δεν χρειάζεται να πας για καφέ και μετά να περπατήσεις πολύ μακριά για να πας για φαγητό, για μπόουλινγκ. Για αυτό το λόγο γιατί είναι όλα εκεί.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 14 ετών, κάτοικος Παγκρατίου)

Η αμφίθυμη στάση κάποιων επισκεπτών σχετικά με το κλειστό περιβάλλον του εμπορικού κέντρου συνίσταται αφενός στο ότι βρίσκονται για αρκετή ώρα σε ένα τέτοιο κλειστό, μονωμένο χώρο και αφενός στην θετική αξιολόγηση της σταθερής θερμοκρασίας του κλιματιζόμενου περιβάλλοντος και της συγκέντρωσης πολλών επιλογών κάτω από ένα «θόλο»:

«Το ‘The Mall’ είναι λίγο...’αναγκαίο κακό’. Δηλαδή από τη μια είναι όλα μαζί, είναι πρωτόγνωρο. Είναι εξυπηρετικό γιατί έχει πολλά μαγαζιά συγκεντρωμένα, πολλές επιλογές στα μαγαζιά και στο φαγητό, μεγάλη γκάμα προϊόντων –πέρα από τα ρούχα- και μερικά μαγαζιά υπάρχουν μόνο εκεί, και φθηνά και ακριβά. Είναι μεγάλος, τεράστιος χώρος. Αλλά χάνεις την αίσθηση ότι κάνεις βόλτα, δεν βλέπεις ουρανό, χάνεις την αίσθηση ότι είσαι έξω στα μαγαζιά, ότι είσαι κάπου μέσα. Σε κάποια συνοικία βλέπεις τον ουρανό, τα αυτοκίνητα, είσαι κάπου έξω, ενώ εκεί πας συγκεκριμένα για αυτό, για να δεις τα μαγαζιά. Έχει την αίσθηση ότι μπορείς να βολτάρεις

αλλά από την άλλη είναι κλειστός χώρος, δεν μπορείς να δεις έξω.»
(επισκέπτης του 'The Mall Athens', 31 ετών, κάτοικος Ν.Σμύρνης)

«Το ότι έχει ζέστη καμιά φορά και ότι νιώθεις ότι είναι κλειστό πολύ, δηλαδή δεν νιώθεις αυτό που νιώθεις στη φυσική αγορά, αλλά είναι ευρύχωρο πιστεύω και πρακτικό, επειδή γυρνάς-γυρνάς και είναι τοποθετημένα τα μαγαζιά ανά είδος.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 22 ετών, κάτοικος Παράδεισου Αμαρουσίου)

«Το 'The Mall' είναι κλειστό, δηλαδή όπως και να το κάνεις είναι ένας κλειστός χώρος. Έχει και μαγαζιά και άλλες δραστηριότητες, δηλαδή για καθημερινή χρήση ίσως να διευκολύνει επειδή είναι κοντά στο σπίτι μου αλλά γενικά δεν συγκρίνεται με το Θησείο [σ.σ.: εννοεί ότι το Θησείο είναι ανοιχτός χώρος για βόλτα]. [...] Το 'The Mall' έχει πάρα πολλά πράγματα. Έχει σινεμά, διαθέτει φαγητό, ποικιλία δηλαδή διαφορετικές ποικιλίες φαγητού, όχι μόνο ένα εστιατόριο. Συνδυάζει διαφορετικά πράγματα. Και αυτό νομίζω σε κάνει να θέλεις να πας στο 'The Mall'. Ότι τα συνδυάζει όλα, είναι ένας ευρύχωρος χώρος.[...] Εκεί είναι απομονωμένο το περιβάλλον σου δίνει μια άνεση, μια ευελιξία να μπαίνεις στο ένα, να βγαίνεις από το άλλο με μια ταχύτητα. Δεν σε νοιάζει, δεν έχεις το νου στο δρόμο, αν έχει άσχημο καιρό.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Την πρώτη φορά που πήγα μου φάνηκε κλειστοφοβικό, ίσως και η νοοτροπία του έλληνα. Έχουμε ένα τέτοιο θέμα, προτιμάμε τα ανοιχτά μέρη παρά τα κλειστά. Ήταν κλειστοφοβικό, που ήταν κλειστό. Δεν μου άρεσε ο σχεδιασμός, μου έκανε πολύ ψυχρό. Δεν είχε κάτι οικείο. Φυσιολογικό είναι, ένα εμπορικό δεν μπορεί να γίνει οικείο. Μου φάνηκε πολύ ψυχρό, απόμακρο, δηλαδή δεν μου έκανε αίσθηση την πρώτη φορά. Αλλά επειδή είχα ακούσει πολλά και περίμενα να δω κάτι άλλο, αλλά μετά είδα και ότι βολεύει, έχει και τα καταστήματα, έχει τα φαγητά, έχει όλα αυτά, άρα βολεύει πολύ να πηγαίνεις. Όταν άρχιζα να το συνηθίζω δεν μου έκανε πλέον αίσθηση

ο χώρος ή οτιδήποτε, γιατί πήγαινα συγκεκριμένα είτε για τα ψώνια είτε για να φάω. Δεν μου φαινόταν άσχημο.

Ερώτηση: Τώρα έχεις συνηθίσει;

Απάντηση: Τώρα μια χαρά, μου φαίνεται οικείο. [...] Το χειμώνα προτιμώ το 'The Mall' γιατί είναι κλειστά, δεν έχει βροχές ούτε κρύα και μια χαρά βλέπεις τα καταστήματα. Τώρα το καλοκαίρι είναι πιο ωραία κάπου ανοιχτά, γιατί κάνεις και τη βόλτα σου, βλέπεις λίγο κόσμο, έχει ωραίο καιρό, δεν έχεις πρόβλημα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Κεφάλαιο 4^ο

Κοινωνικές αναπαραστάσεις του χώρου: Ο Καθαρός και Βρώμικος χώρος

Εισαγωγή

Με την κριτική ερμηνευτική ανάλυση του λόγου των επισκεπτών του εμπορικού κέντρου του 'The Mall Athens' προσπαθήσαμε να δούμε το πώς προσλαμβάνουν, αξιολογούν και ερμηνεύουν τα υποκείμενα το χώρο αυτό. Με άλλα λόγια αποπειραθήκαμε να δούμε τις κοινωνικές αναπαραστάσεις των ατόμων για το χώρο του εμπορικού κέντρου και για τους «κατοίκους» αυτού, δηλαδή τους επισκέπτες. Μέσα από το λόγο των υποκειμένων επιβεβαιώθηκε μια αρχική υπόθεση που είχαμε κάνει βάσει της βιβλιογραφικής έρευνας. Η υπόθεση αυτή βασίστηκε στα πορίσματα ερευνών που έχουν γίνει στο εξωτερικό για παρόμοιους εμπορικούς χώρους και αφορά τη σχέση των εμπορικών περιβαλλόντων τύπου 'mall' και του κέντρου της πόλης. Η σχέση αυτή έχει να κάνει με τη χωροθέτηση, δηλαδή σχέση κέντρου πόλης και περιφερειακών 'malls' και με τις εμπορικές (αρνητικές) συνέπειες για την αγορά του κέντρου της πόλης με τη δημιουργία τέτοιων χώρων. Επίσης η σχέση αυτή σχετίζεται και γενικότερα με τους κοινωνικούς μετασχηματισμούς στους οποίους μπορεί να συμβάλλει και η κατασκευή τέτοιων περιβαλλόντων αναφορικά με τους καθημερινούς χώρους της αστικής εμπειρίας, τη δημόσια παρουσία(-ση), τις κοινωνικές πρακτικές, την αστική φαντασία, τις κοινωνικές αναπαραστάσεις, την αστική κουλτούρα.

Αυτό που αναδείχθηκε με την ανάλυση του λόγου των επισκεπτών είναι ότι οι κοινωνικές αναπαραστάσεις των ατόμων για τον εμπορικό χώρο του 'The Mall Athens' και για τους «κατοίκους» του βρίσκονται σε μια διπολική σχέση με τις κοινωνικές

αναπαραστάσεις για το κέντρο της πόλης και τους «κατοίκους» του. Μέσα από το λόγο των επισκεπτών αναδύονται δύο κεντρικές κατηγορίες του «καθαρού» και του «βρώμικου» βάσει των οποίων τα άτομα προσλαμβάνουν, αξιολογούν το χώρο, τους κατοίκους και τις κοινωνικές πρακτικές και συμπεριφορές που αναπτύσσονται σε αυτόν. Κάθε κατηγορία εμπεριέχει έννοιες, πληροφορίες, εικόνες, αναπαραστάσεις, αξίες, σημασίες και νοήματα. Όλο αυτό το υλικό της κάθε κατηγορίας μέσω της συμβολοποιητικής διαδικασίας αρθρώνεται και κρυσταλλώνεται σε σύμβολα του «καθαρού» και του «βρώμικου», με τα οποία τα υποκείμενα προσλαμβάνουν, αξιολογούν, ερμηνεύουν τον κοινωνικό χώρο, ανθρώπινες συμπεριφορές, κοινωνικές ομάδες και άτομα και κοινωνικές σχέσεις.

Οι συμβολισμοί του «βρώμικου» και του «καθαρού» συνίστανται στην υλική τους διάσταση και στα αντίστοιχα νοήματα που επενδύονται και συναρθρώνονται με τις υλικές, εικονικές υποστάσεις της βρωμιάς και της καθαρότητας. Τα νοήματα και οι σημασίες αφορούν το ήθος, τα κίνητρα, τη συμπεριφορά, την ηθική, την κουλτούρα. Οι συμβολισμοί του «βρώμικου» και του «καθαρού» προσδιορίζουν χώρους, αστικές περιοχές και ανθρώπους.

1. Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις του χώρου

Η νοητική χαρτογράφηση του αστικού χώρου, όπως αυτή προκύπτει από την προσωπική εμπειρία και μνήμη, από αφηγήσεις και αναπαραστάσεις που μεταβιβάζονται από σημαντικούς άλλους,⁴⁵⁵ τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, την πολιτιστική βιομηχανία, διάφορες υπηρεσίες, διαμορφώνει τον τρόπο χρήσης του

⁴⁵⁵ Π.Α.Μπέργκερ-Τ.Λούκμαν, *Η κοινωνική κατασκευή της πραγματικότητας*, ό.π., σελ.242-5. Για τους συγγραφείς οι σημαντικοί άλλοι είναι τα άτομα που αναλαμβάνουν εκ των πραγμάτων την πρωτογενή κυρίως αλλά και τη δευτερογενή κοινωνικοποίηση των ατόμων. Κατά την πρωτογενή κοινωνικοποίηση αυτοί είναι συνήθως οι γονείς, δηλαδή το άμεσο περιβάλλον του παιδιού και κατά τη δευτερογενή κοινωνικοποιητική διαδικασία μπορεί να είναι ο/η σύζυγος, οι γονείς, ο στενός φιλικός κύκλος. Κατά τη δευτερογενή διαδικασία τα ερμηνευτικά σχήματα, οι γνώσεις και τα κανονιστικά πρότυπα που δόθηκαν στο άτομο κατά την πρωτογενή κοινωνικοποίηση είναι παρόντα ως η πρώτη, «αυταπόδεικτη» πραγματικότητα της οποίας απόκτησαν αντίληψη και εντός αυτής τοποθέτησαν αρχικά τον εαυτό τους. Πιο συγκεκριμένα σχετικά με την πρωτογενή κοινωνικοποίηση οι συγγραφείς αναφέρουν ότι «κάθε άτομο γεννιέται μέσα σε κάποια αντικειμενική κοινωνική δομή, στο εσωτερικό της οποίας συναντά τους σημαντικούς άλλους που είναι επιφορτισμένοι με την κοινωνικοποίησή του. Αυτοί οι σημαντικοί άλλοι επιβάλλονται στο άτομο. Ο ορισμός τους για την κατάσταση του ατόμου θεωρούνται αξιωματικά δεδομένοι από αυτό ως αντικειμενική πραγματικότητα. Έτσι, το άτομο γεννιέται μέσα όχι μόνο σε μια αντικειμενική κοινωνική δομή αλλά και σε έναν αντικειμενικό κοινωνικό κόσμο. Οι σημαντικοί άλλοι, καθώς διαμεσολαβούν αυτόν τον κόσμο στο άτομο, ταυτόχρονα τον τροποποιούν. Επιλέγουν κάποιες πλευρές του σύμφωνα με τη δική τους θέση στην κοινωνική δομή, και βάσει της ατομικής ιδιοσυγκρασίας τους, που έχει τις ρίζες της σε ολόκληρη τη μέχρι τότε βιογραφία τους. Μέσω αυτής της διπλής διαδικασίας επιλογής, ο κοινωνικός κόσμος 'φιλτράρεται' προς το άτομο.»

αστικού χώρου, τη φαντασιακή σύλληψη του και συνολικά τη σχέση του κατοίκου με την πόλη.⁴⁵⁶

Η χαρτογράφηση αυτή δεν περιορίζεται σε μια αποτύπωση, αναπαράσταση των γεωγραφικών συντεταγμένων, των γεωφυσικών ποιοτήτων και των ονοματοθεσιών του τόπου. Ακόμα βέβαια και μια τέτοια χαρτογράφηση που μπορεί να συναντήσει κάποιος σε πίνακες στο χώρο του μετρό ή σε οδικούς χάρτες σημαίνουν μια φαντασιακή σύλληψη του αστικού χώρου και έναν αντίστοιχο τρόπο βίωσης αυτού.

Η νοητική χαρτογράφηση συνιστά προϊόν μιας σημασιολογικής διαδικασίας, όπου ο αστικός χώρος σημαδεύεται με όρια υλικά, συμβολικά, κοινωνικά. Η επένδυση αυτή του χώρου με αξιολογικές και κανονιστικές κρίσεις, νοήματα, συμβολισμούς, συναισθήματα σημαίνει μια ανασύσταση του αστικού περιβάλλοντος στο συλλογικό και ατομικό φαντασιακό. Η ανασύσταση του χώρου μέσω της νοηματικής επένδυσης καθορίζει κοινωνικές συμπεριφορές, στάσεις, πρακτικές, πολιτικές, κοινωνικές επιλογές, καθημερινές βιοτροχιές, εν ολίγοις τρόπους χρήσης και βιωματικής εμπειρίας της πόλης, αλλά και προσωπικές και συλλογικές στάσεις-τοποθετήσεις στην αστική -κοινωνική, πολιτική, οικονομική, πολιτισμική- δομή.

Οι τρόποι επιλογής χρήσης των αστικών υποδομών και του αστικού δημόσιου χώρου, τα μέσα κίνησης, η προτίμηση ή/και αποφυγή αστικών περιοχών, η διάχυση, η αφομοίωση και η αναπαραγωγή αφηγήσεων για την πόλη, η οπτική πρόσληψη του αστικού περιβάλλοντος και η αισθητική εμπειρία, η συμπεριφορά απέναντι στη γεγονότητα της καθημερινής αστικής ζωής και οι στάσεις και πρακτικές σε σχέση με τους διαφορετικούς πληθυσμούς της πόλης, όλα αυτά αποτελούν υλικές εκφράσεις της νοητικής χαρτογράφησης του αστικού χώρου. Όχι απλές αντανakλάσεις αλλά εγγραφές που διαρκώς ορίζουν και επανορίζουν τις σχέσεις με την πόλη και τη φαντασιακή σύλληψη αυτής. Μια συνεχής διαδικασία σημασιολόγησης, η οποία εμφανίζει τη διαλεκτική σχέση της νοητικής χαρτογράφησης της πόλης και της αστικής εμπειρίας, δηλαδή της αναμέτρησης του

⁴⁵⁶ D.Stevenson, *Πόλεις και αστικοί πολιτισμοί*, ό.π., σελ.95. Η Stevenson παρουσιάζοντας την πολιτισμική στροφή των δεκαετιών του 1970 και 1980 που σημειώθηκε στο πεδίο των αστικών σπουδών, συμπυκνώνει την εννοιολογική μετατόπιση που πρότεινε την ανάγνωση του χώρου, της πόλης ως κείμενο: «...οι πόλεις παίζουν κεντρικό ρόλο στην κατασκευή και στη βίωση του πολιτισμού της καθημερινής ζωής και ότι στους χώρους τους δομούνται και αποδομούνται συλλογικά ή ατομικά νοήματα και διαμορφώνονται ταυτότητες.»

ατόμου με την ιστορική κίνηση της πόλης -τους μετασχηματισμούς, τους συσχετισμούς ισχύος, τις πολιτικές πρακτικές, τις ρήξεις, τους αποκλεισμούς...

1.1. «εντός - εκτός», «εδώ – αλλού», «οικείο – ξένο»...

Ο τρόπος με τον οποίο κατοικούν οι άνθρωποι τον κόσμο διαμορφώνεται μέσα από τη διαλεκτική σχέση του φαντασιακού και του υλικού, κοινωνικού κόσμου. Οι όροι του «μέσα» και του «έξω», του «οικείου» και του «αγνώστου», του «κέντρου» και της «περιφέρειας» φαίνεται ιστορικά να αποτελούν σταθερές αντίληψης, εννόησης και νοηματοδότησης από τον άνθρωπο. Στις προνεωτερικές, αγροτικές κοινωνίες-κοινότητες οι όροι του «εντός» και εκτός» όριζαν την ανθρώπινη υπόσταση του κόσμου.⁴⁵⁷ Ότι βρισκόταν «εντός» ανήκε στην ανθρώπινη τάξη του κόσμου, καθώς η αντίληψη του κοινωνικού χώρου και των σχέσεων που τον συναποτελούσαν είχε ως πυρήνα το εγώ και τις κοινωνικές (σχέσεις) και τις υλικές (αντικείμενα) προεκτάσεις του. Πέρα από τα όρια των κλειστών, ιστορικά παγωμένων προνεωτερικών κοινωνιών, βρισκόταν ο χώρος του αγνώστου, του ανοίκειου, του τρομακτικού, του μη-κατανοητού, άρα και του φοβερού. Ο χώρος του «έξω», της άγριας φυσικής εξωτερικότητας δεν ανήκε στην ανθρώπινη τάξη, αλλά ήταν ο τόπος των δαιμόνων, των τελωνίων, των «ξωτικών». Η αντίληψη αυτή για το άγνωστο, το ατιθάσευτο «εκεί πέρα έξω» επιβίωσε και σε νεώτερους χρόνους σε αγροτικές κοινωνίες και αποτυπώνεται για παράδειγμα στο χτίσιμο εξωκκλησιών μέσα σε δάση ή σε δύσβατες περιοχές. Το ξωκλήσι ήταν ένα τόπος ειρηνευμένος, εξημερωμένος σε σχέση με το άγριο φυσικό του περίγυρο.⁴⁵⁸ Οι άνθρωποι με τους δικούς τους όρους του κατανοητού -ακόμα και του μεταφυσικού οικείου για αυτούς- προσπαθούσαν να ξορκίσουν το φόβο του «έξω».

⁴⁵⁷ Ε.Ρ.Λιτς, *Πολιτισμός και επικοινωνία: η λογική της διαπλοκής των συμβόλων*, μετ.Ε.Σουρράβα, επιμ. Θ.Παραδέλλης, Καστανιώτης, Αθήνα 1993, σελ.57-61. Ο Λιτς υποστηρίζει ότι η αντίληψη του κοινωνικού χώρου και του χρόνου από τον άνθρωπο εξαρτάται από τη χρήση των συμβόλων. Αναφέρει συγκεκριμένα ότι η «εσωτερική μας αντίληψη του κόσμου γύρω μας εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από τις λεκτικές κατηγορίες που χρησιμοποιούμε για να τον περιγράψουμε [...] Η αρχή ότι όλα τα όρια είναι τεχνητές κατατιμήσεις ενός φυσικού συνεχούς και ότι το διφορούμενο που διέπει το ίδιο το όριο αποτελεί πηγή άγχους ισχύει τόσο για το χρόνο όσο και για το χώρο.» Επίσης βλ. Z.Bauman, *Postmodern ethics*, Blackwell, Oxford 2000, σελ.151-2. Ο Bauman παραθέτει τις σχηματικές σχεσιακές αλυσίδες του Edmund Leach οι οποίες δείχνουν ότι ο κοινωνικό χώρος ως χώρος της ανθρώπινης συνύπαρξης, αλληλεπίδρασης οριζόταν με όρους απόστασης από το εγώ: «εαυτός-αδελφή-ξάδερφος-γείτονας-ξένος», «εαυτός-κατοικίδιο-ζωϊκό κεφάλαιο-παιχνίδι-άγριο ζώο», «εαυτός-σπίτι-φάρμα-χωράφι-μακριά/πέρα». Οι ξένοι, τα άγρια ζώα και το απομακρυσμένο «πέρα μακριά» αντανακλούν την απουσία κανόνων αλληλεπίδρασης.

⁴⁵⁸ Α.Λυδάκη, *Ποιοτικές μέθοδοι της κοινωνικής έρευνας*, ό.π., σελ. 182.

Στις νεωτερικές κοινωνίες, το εθνοκρατικό μόρφωμα και ο βιομηχανικός καπιταλισμός ήρθαν να αναδιαρθρώσουν ριζικά και να διευθετήσουν τις κοινωνικές σχέσεις, τις σχέσεις παραγωγής και τις αντιλήψεις του χώρου και του χρόνου με δικούς τους όρους. Τα εθνικά σύνορα εισήγαγαν μια νέα τοπολογία του «εντός» και του «εκτός», αλλά συνάμα ο όρος του «εσωτερικού εχθρού» συγκρότησε χωρικές (τόποι εξορίας, φυλακές), κοινωνικές και συμβολικές «εξωτερικότητες» απέναντι στην ενοποιημένη εθνική κοινωνία.

Η μετάβαση στη λεγόμενη ύστερη νεωτερική συνθήκη με χαρακτηριστικά της το διεθνισμό του κεφαλαίου, την αναδιάρθρωση του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής, την αλλαγή των διακρατικών ισορροπιών και του πολεμικού παραδείγματος, την τεχνολογική αναβάθμιση και την επικοινωνιακή δικτύωση του πλανήτη σηματοδότησε αυτό που αποκαλεί ο P.Virilio τη *διάκλειση* του κόσμου. Η μινιατουροποίηση του κόσμου όπως προέκυψε από τη διάλυση των χωροχρονικών αποστάσεων επέφερε μια αντιστροφή των εννοιών του εξωτερικού και του εσωτερικού ή αλλιώς το μέσα ήρθε έξω. Η ακαριασιότητα των τηλεπικοινωνιακών δικτύων, η παρακμή της γεωπολιτικής και της πολεμικής αντιπαράθεσης των εδαφικών εισβολών μεταξύ εθνών φανερώνει τη συνολοποίηση του κόσμου. Το εσωτερικό είναι συνολικό, δεν έχει τόπο, δεν έχει εδώ.

Όπως λέει χαρακτηριστικά ο Virilio, το «αλλού αρχίζει εδώ». Η μορφοκλασματικότητα ενός συνολοποιημένου κόσμου θέτει το εξωτερικό, το αλλού μέσα από εσωτερικές εκρήξεις, αποκλεισμούς, παντού.⁴⁵⁹ Εκεί που οι αναδυόμενοι εθνικισμοί μάχονται για κρατική υπόσταση, εκεί που οι πόλεις βρίσκονται «υπό πολιορκία» είτε με το βομβαρδισμό της Βαγδάτης είτε με την 11^η Σεπτεμβρίου είτε με την οχύρωση των εύπορων αστών στις περιφραγμένες συνοικίες τους, είτε με την γκετοποίηση μητροπολιτικών περιοχών όπου διαβιούν κατώτερα κοινωνικά στρώματα.⁴⁶⁰ Μια ανάγνωση του «αλλού» εντοπισμένο στο εδώ μπορεί να γίνει στη

⁴⁵⁹ P.Virilio, *Πανικόβλητη πόλη- Το αλλού αρχίζει εδώ*, μετ. Β.Τομανάς, Νησιδες, Θεσσαλονίκη 2004, σελ.82-87.

⁴⁶⁰ M.Davis, *Το Πεντάγωνο ως παγκόσμιος βαρώνος των τραγλοσυνοικιών*, Futura No10. Μάιος-Ιούνιος 2007, σελ.26-27. Ο Davis αναφέρεται στα σχέδια του αμερικάνικου πενταγώνου για την αναθεώρηση του MOUT [“Militarized Operations on Urbanized Terrain”], των «Στρατιωτικοποιημένων επιχειρήσεων σε Αστικοποιημένο έδαφος». Στόχος είναι η ανάπτυξη της πολεμικής τεχνολογίας και της στρατηγικής προκειμένου να είναι αποτελεσματική η διεξαγωγή αστικών πολέμων σε πυκνοκατοικημένες, πολυδαίδαλες, άναρχα δομημένες πόλεις του τρίτου κόσμου. Χαρακτηριστικά αναφέρει ότι «οι θεωρητικοί του πολέμου πλέον επεξεργάζονται πυρετωδώς σενάρια για τον τρόπο με τον οποίο η αναπτυσσόμενη ικανότητα για διεξαγωγή πολέμου με μέσα υψηλής τεχνολογίας μπορεί να περικλείσει, αν όχι να καταστείλει χρόνιες ‘τρομοκρατικές’ εξεγέρσεις που θα πηγάσουν από την απελπισία των υπερδικοιούμενων παραγκυπόλεων.»

μητροπολιτική εμπειρία της Αθήνας, όταν οι συνοριοφύλακες περιπολούν στο κέντρο της πόλης. Σώματα που συγκροτούνταν για τη «διαπραγμάτευση» της σχέσης του εθνικά τοπικού, εσωτερικού -«εδώ»- με το «εθνικά άλλο», εξωτερικό, με το «αλλού», τώρα μετατοπίζουν την αντιπαράθεση με το εξωτερικό στο μητροπολιτικό «εδώ».

Το εξωτερικό δεν ορίζεται πια αποκλειστικά από τις εθνοκρατικές συνοριακές γραμμές ή από τη φαντασίωση -με πραγματικές όμως συνέπειες- των δυο αντιπαρατιθέμενων ψυχροπολεμικών κόσμων. Το εξωτερικό πρέπει να το σκεφτούμε μάλλον ως μια ιδιότητα, έναν ορισμό, έναν συμβολισμό που συγκροτεί χώρους «εξωτερικούς», «διακριτούς» ακόμα και μέσα σε μια μητρόπολη. Πρόκειται για χώρους όπου το διακύβευμα είναι η χάραξη ορίων, η επιβολή του αποκλεισμού, ο ορισμός του «αλλού» στο εδώ.

Η έννοια του εξωτερικού σημασιοδοτείται ως πηγή φόβου. Ο Z.Bauman αναφέρει ότι «ο φόβος είναι το όνομα που δίνουμε στην αβεβαιότητα μας: στην άγνοια μας για την απειλή και ό,τι πρέπει να κάνουμε» για να τη σταματήσουμε ή να την περιορίσουμε.⁴⁶¹ Συνεχίζει ταυτίζοντας το «κακό» με το «φόβο» με την έννοια ότι το κακό, που μας προκαλεί το αίσθημα του φόβου, είναι το όνομα που δίνουμε σε «ό,τι αψηφά και ανατινάζει αυτήν την κατανοησιμότητα που κάνει τον κόσμο βιώσιμο».⁴⁶² Όμως, ο φόβος ως συναίσθημα και η αίσθηση της απειλής δεν έχουν να κάνουν μόνο με το βαθμό κατανόησης, αναγνώρισης. Η απειλή ως προαίσθημα δεν προκύπτει μόνο ως μια αμυντική αντίδραση του ανθρώπου μπροστά στην αβεβαιότητα, αλλά μπορεί να είναι και ένας επιθετικών διαθέσεων και προθέσεων ορισμός.

Το εξωτερικό, λοιπόν, λειτουργεί ως πηγή φόβου με τρεις όρους -σαφώς δεν είναι διακριτοί αλλά μάλλον πρέπει να γίνουν κατανοητοί ως προσχώσεις ο ένας του άλλου. Για την ανάλυση μας θα κάνουμε μια παράδοση αλλά χρήσιμη διάκριση. Οι τρεις αυτοί όροι είναι το ανοίκειο, ο ξένος και η απειλή.

1.1.1. Η «εξωτερικότητα»: το ανοίκειο, ο ξένος και η απειλή

Το εξωτερικό με την έννοια του ανοίκειου μπορεί να προκαλέσει συναισθήματα φόβου, λόγω της μη-γνωσιμότητας και του αδάμαστου χαρακτήρα του. Η έλλειψη πρότερης γνώσης συνεπάγεται αδυναμία υπολογισμού. Πέρα από το

⁴⁶¹ Z.Bauman, *Ο ρευστός φόβος*, μετ. Γ.Καράμπελας, επιμ.Κ.Σούλη, Πολύτροπον, Αθήνα 2007, σελ.10

⁴⁶² Z.Bauman, *Ο ρευστός φόβος*, ό.π., σελ.77.

μη-κατανοητό χαρακτηριστικό του, το εξωτερικό φαντάζει ως μια δύναμη αποσταθεροποιητική, διαλυτική ισχύς καθώς προκαλεί αμφιβολίες, τριγμούς στη δεδομένη, συνεκτική, αιώνια -και για αυτό μυθολογική- εννόηση του κόσμου.

Ο ξένος ως ο «αυτός από τον έξω χώρο» είναι φορέας αλλότριων ηθών. Αμφισβητεί την αντικειμενικότητα, την ορθολογικότητα της κοινωνικής τάξης πραγμάτων υπονοώντας ότι «τα πράγματα μπορεί να γίνονται και αλλιώς». Η ενναλλακτικότητα της συμπεριφοράς, της αντίληψης του ξένου τραβά το πέπλο της κανονικότητας, της φυσικότητας του κοινωνικού κόσμου και της δομικής του διάρθρωσης αποκαλύπτοντας το μυθολογικό του στοιχείο.⁴⁶³ Η σχετικοποιητική του δύναμη έγκειται και στη θέση που παίρνει ο ξένος μέσα σε ένα κοινωνικό σχηματισμό. Η κατάσταση του ως «ο μακρινός που βρίσκεται κοντά», όπως λέει ο G.Simmel⁴⁶⁴, περιγράφει την αιώρηση του ξένου πάνω και την περιπλάνησή του ανάμεσα από τους κοινωνικούς δεσμούς και ρόλους.

Το εξωτερικό μπορεί να οριστεί ως απειλή με ορισμούς επιθετικούς. Σε σχέσεις κυριαρχίας και ανισότητας αυτός που σημασιοδοτείται ως απειλή μπορεί να είναι αυτός που υφίσταται τη βία, την περιθωριοποίηση, τον αποκλεισμό. Η σημασιοδότηση ως μια ιδεολογικοπολιτική διαδικασία νομιμοποιεί κοινωνικές, πολιτικές, οικονομικές πρακτικές. Ο αποκλεισμός, ο εκτοπισμός, δηλαδή η τοποθέτηση ατόμων στον «εξωτερικό χώρο», βιώνονται με συναισθήματα φόβου, ανασφάλειας, αβεβαιότητας από τα άτομα που αντιμετωπίζουν αυτή την κοινωνική εξορία. Όμως, ο ιδεολογικός, κυρίαρχα σημασιοδοτημένος, λόγος επενδύει με απειλητικά σημεία το εξωτερικό και τους ανθρώπους που έχουν τοποθετηθεί εκεί. Ο στιγματισμός αστικών περιοχών και κοινωνικών ομάδων ως απειλητικές αποτελεί μια πρακτική κοινωνικής στόχευσης και έτσι ενσωματώνεται στο ρεπερτόριο του κοινωνικού ελέγχου. Και σε αυτό ακριβώς έγκειται η επιθετικότητα του ορισμού του εξωτερικού ως απειλή, η οποία με τη σειρά της παράγει φοβικά σύνδρομα σε αυτούς που υιοθετούν και χρησιμοποιούν αυτούς τους ορισμούς και τα νοήματα. Φόβος, λοιπόν, όχι μόνο για το μη-κατανοητό, το άγνωστο αλλά και ως εργαλείο κοινωνικής εκπειθάρχησης των φερόμενων ως απειλών, επικίνδυνων.

⁴⁶³ Ρ.Μπαρτ, *Μυθολογίες* – μάθημα, ό.π., σελ.244 Για τον Μπαρτ χαρακτηριστικό του μύθου –είτε αρχαίος ή σύγχρονος- είναι η εκκένωση του πραγματικού, της ιστορίας των κοινωνικών σχέσεων και των αντικειμένων και η σημειοδότησή τους ως δεδομένα, φυσικά. «Ο μύθος συγκροτείται από τη φθορά της ιστορικής ιδιότητας των πραγμάτων: τα πράγματα χάνουν μέσα στον μύθο την ανάμνηση της κατασκευής τους».

⁴⁶⁴ G.Simmel, *Περιπλάνηση στη νεωτερικότητα*, μετ. Γ.Σαγκριώτης-Ολ.Σταθάτου, επιμ.,πρόλ.,εισ. Σ.Γάγγας-Κ.Θ.Καλφούπουλος, επιμ. J.Habermas, Αλεξάνδρεια, Αθήνα 2004, σελ.170.

Η ιδεολογικοπολιτική διαχείριση των ολοένα και εντεινόμενων ανισοτήτων, του μεταναστευτικού ρεύματος προς τις δυτικές μητροπόλεις και της ρευστότητας των σταθερών επιβίωσης (απόσυρση του κράτους πρόνοιας, ελαστικοποίηση των εργασιακών σχέσεων, μείωση εργασιακών θέσεων κ.λπ.) όπως επιτυγχάνεται μέσα από το μεντιακό λόγο, τα κρατικά, ιδιωτικά και μικροαστικά συμφέροντα και αντανακλαστικά συμβάλει στη διαμόρφωση μιας αστικής γεωγραφίας του φόβου.

Αρκετά διαφωτιστική είναι η μελέτη του M.Davis για το Los Angeles *Πέρα από το Blade Runner, Αστικός έλεγχος - Η οικολογία του φόβου*⁴⁶⁵, όπου περιγράφεται ο τρόπος με τον οποίο ο συνδυασμός της αστικής αρχιτεκτονικής, των νέων τεχνολογιών επιτήρησης με στρατηγικές και πρακτικές αστυνόμευσης και με αστικές, ποινικές διατάξεις κερματίζουν το χώρο σε «οχυρά αφθονίας» και σε «περιοχές φόβου».

Σε αυτό το κεφάλαιο εξετάζονται και ερμηνεύονται οι κοινωνικές αναπαραστάσεις του χώρου και η συμβολική τους λειτουργία, έτσι όπως αναφέρονται και αναδύονται στο λόγο των υποκειμένων. Με τη μεσολάβηση αυτών των κοινωνικών αναπαραστάσεων και τη χρήση των συμβολισμών του «βρώμικου» και του «καθαρού» τα υποκείμενα αντιλαμβάνονται, ερμηνεύουν, νοσηματοδοτούν και αξιολογούν τον κοινωνικό χώρο.

1.2. Ο «καθαρός» χώρος του ‘The Mall Athens’

Το ‘The Mall Athens’ μπορεί να θεωρηθεί ως ένας χωρικός συμβολισμός του «καθαρού», με την έννοια ότι προσφέρει την εικόνα, την αναπαράσταση του καθαρού, του φωτεινού χώρου όπου συχνάζει «καλός κόσμος» και συνάμα εξασφαλίζει την καθαρότητα της συμπεριφοράς.

Ο συγκεκριμένος χώρος εξασφαλίζει την συνθήκη της καθαρότητας μέσω: α) της αρχιτεκτονικής του διαρρύθμισης, β) των συστημάτων ηλεκτρονικής παρακολούθησης και καταγραφής, γ) του προσωπικού ασφαλείας, δ) της

⁴⁶⁵ M.Davis, *Πέρα από το Blade Runner: Αστικός έλεγχος – Η οικολογία του φόβου*, όπ.π., σελ.44-50. Επίσης σχετικά με την στρατικοποίηση του αστικού χώρου μέσω της δημιουργίας ασφαλών κυψελών, δηλαδή ιδιωτικών ή/και ημιδημόσιων αστικών χώρων για τη μεσαία και ανώτερη τάξη και της αντίστοιχης ανάπτυξης αρχιτεκτονικών, πολεοδομικών και κατασταλτικών στρατηγικών και τεχνικών για τον έλεγχο της κυκλοφορίας και παραμονής των κατώτερων κοινωνικών στρωμάτων βλ. M.Davis, *«Fortress Los Angeles: The Militarization of urban space»*, στο Ph.Kasinitz (επιμ.), *Metropolis: centre and symbol of our times*, Macmillan, 1995, σελ.355-68.

«ατμόσφαιρας», ε) της «προγραφής» και του «παγώματος» της αυθορμησίας. Το 'The Mall Athens' ως ένας μηχανισμός διατήρησης της τάξης συντίθεται από την οχυρωματική (εξωτερική) του αρχιτεκτονική, την κυκλοτερή εσωτερική του διαρρύθμιση, η οποία αποκλείει στεγανά, νεκρά, στενά, σκοτεινά σημεία. Επίσης η παρουσία φυλάκων και το σύστημα ηλεκτρονικής παρακολούθησης και καταγραφής εξασφαλίζουν σε μεγάλο βαθμό την καθαρότητα των συμπεριφορών και των αναπαραστάσεων, με την αποτροπή εισβολής αστικών οχλήσεων, ανεπιθύμητων, «βρώμικων» αναπαραστάσεων.

Ως «ατμόσφαιρα» του χώρου θα μπορούσαμε να περιγράψουμε εκείνο το επιπολάζον φάσμα μια άρρητης, αλλά διάχυτης συναίνεσης γύρω από τις προσδοκίες, επιθυμίες των επισκεπτών και τη λογική και τις επιδιώξεις των διαχειριστών του χώρου. Μια τέτοια ατμόσφαιρα σε ένα κλειστό περιβάλλον ορίζει κατά κάποιον τρόπο το επιθυμητό και το ανεπιθύμητο, το φυσιολογικό και το μη-φυσιολογικό, το κανονικό και το μη-κανονικό, το επιτρεπτό και το μη-επιτρεπτό, το ευνόητο και το α-διανόητο. Όταν αυτή η ατμόσφαιρα της καθαρότητας, του αυτονόητου, των προθέσεων, των προσδοκιών, των συμπεριφορών, των αναπαραστάσεων κηλιδωθεί από εκφράσεις/αναπαραστάσεις του μη επιθυμητού, του ενοχλητικού, του βρώμικου τότε αναλαμβάνει το σύστημα επιτήρησης και ελέγχου του χώρου να αποκαταστήσει την απειλούμενη καθαρότητα.

Ας ακούσουμε τα ίδια τα υποκείμενα το πώς αντιλαμβάνονται το 'The Mall Athens' ως ένα περιβάλλον καθαρότητας, τάξης, ασφάλειας:

«Δεν έχω τόσο και το άγχος της κλοπής τσάντας, πορτοφολιού και τέτοια που το σκέφτομαι όταν περπατάω στο δρόμο.

Ερώτηση: Γιατί νιώθεις μια ηρεμία ως προς αυτό εκεί;

Απάντηση: Γιατί εκεί έχει σεκιούριτι και επίσης είναι μικρός ο χώρος, δηλαδή αν σου τύχει κάτι και βάλεις μια φωνή υπάρχουν άμεσα γύρω άτομα τα οποία ίσως σε βοηθήσουν. Και επιπλέον υπάρχουν και τα σεκιούριτι τα οποία περιφέρονται και ο.κ. Ενώ αν στο δρόμο σου πάρει την τσάντα και αρχίζει να τρέχει τρεχαγυρευόπουλος, δεν μπορείς να τον βρεις πουθενά. Και δεν είναι μόνο τα χρήματα, είναι και τα διάφορα χαρτιά που έχεις μαζί σου και αυτό είναι το βασικό.[...]Αν εγώ ήμουν γονιός θα προτιμούσα το παιδί μου να είναι εκεί παρά στο δρόμο. Γιατί εκεί από θέμα ασφάλειας, είναι πιο περιορισμένα, είναι ελέγξιμη η κατάσταση, δεν έχει τριγύρω να πάει

κάπου αλλού.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Το γεγονός ότι τον χώρο κάποιος τον επιβλέπει και είναι πάντα καθαρός και δεν έχει σκουπίδια και δεν μπορεί να κάνει ο καθένας ό,τι θέλει είναι πολύ στα συν. Άντε πήγαινε στην Ερμού που είναι πενταβρώμικη.[...] Έχει security μέσα, δεν φοβάσαι[...]Εμένα κάποτε η Ερμού μου άρεσε πολύ. Τώρα θεωρώ ότι είναι ένα χάλι. Δεν ξέρω, πέρασαν οι βάρβαροι. Πρώτον είναι πολύ βρώμικη, έχει πάρα πολύ κόσμο, μετά όλοι αυτοί –τόρα θα με πεις ρατσίστρια- που οι πλανόδιοι που κάτι πουλάνε ή κάτι... το βρίσκω πολύ ενοχλητικό και δεύτερο. Με ενοχλεί αυτή αρπαχτή που αισθάνομαι ότι γίνεται εκεί απέξω στην Ερμού. Ενώ κάποτε ήταν καταπληκτικά να πας που ήταν ο πεζόδρομος και το σημείο που ήταν τα Χριστούγεννα, τώρα δεν μπορείς να πας. Δεν ξέρω αγοραφοβία από τον πολύ κόσμο' και είναι τώρα κάθε καρυδιάς καρύδι, αλλοδαπός που έχει ντυθεί με ένα γαϊδουράκι, δεν ξέρω μου φαίνονται πολύ δεύτερα, δεν μπορώ να τα βλέπω. Είναι πολύ δεύτερα, δεν μπορώ να είναι στο περιβάλλον μου. Μου φαίνεται μια αρπαχτή. Ενώ τα άλλα που είναι μέσα στο 'The Mall' έχουν μια ποιότητα, έχουν επενδύσει σε χρόνο, σε χρήμα, έχουν μια ποιότητα. Ενώ εκεί είναι χάβρα ιουδαίων.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 29 ετών, κάτοικος Πατησίων)

«Στο 'The Mall' αν θέλεις να πας για βόλτα δεν θα βρεις αμάξια, δεν θα έχεις πρόβλημα στο παρκάρισμα, ίσως να νιώσεις και κάποια ασφάλεια παραπάνω. Με την έννοια ότι φυλάσσεται και είναι κλειστός χώρος, οπότε δεν θα έχεις πρόβλημα. Πιστεύω ότι κανένας δεν έχει σκεφτεί ότι ίσως δεχτεί κάποια επίθεση στο 'The Mall'. Και νομίζω ότι δεν έχει γίνει κιόλας. Από την άλλη στο δρόμο μπορείς να συναντήσεις πάρα πολύ διαφορετικούς ανθρώπους ιδιαίτερα στο κέντρο της Αθήνας. Δεν υπάρχει αστυνομία όπως θα έπρεπε να υπάρχει και πιστεύω ότι όλοι φοβούνται, επειδή γίνονται κιόλας, για κάποια κλοπή ιδιαίτερα στις μέρες μας. Οπότε και μια οικογένεια σαν να στέλνει το παιδί της στο 'The Mall' από θέμα ασφάλειας, δηλαδή

να αισθάνεται ασφάλεια. Και αυτό ίσως είναι ένας από τους λόγους που πηγαίνουν πολλά παιδιά στην ηλικία του σχολείου.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 20 ετών, κάτοικος Ν.Κηφισιάς)

«Συγκεντρώνει και μικρότερους νεολαίους, δηλαδή 15ρηδες, 14ρηδες, γιατί ίσως οι γονείς τους αφήνουν εύκολα να βρεθούν σε περιορισμένο χώρο. Πρώτον γιατί έχει ασφάλεια και δεύτερον γιατί δεν μπορούν αντικειμενικά να πάνε πολύ μακριά. Θα ανέβουν στον τρίτο όροφο θα μπουν σε ένα καφέ, θα μπουν σε ένα σινεμά, θα τελειώσει η ταινία, θα πιούν και έναν καφέ, θα πάνε να τα πάρουνε και θα γυρίσουν σπίτι τους. Είναι περιορισμένος ο χώρος και ο περιορισμένος χώρος δημιουργεί την αίσθηση της ασφάλειας στο γονιό. Με διάφορους γονείς που έχω συζητήσει έχουν αυτή την αντίληψη ότι λόγω του περιορισμένου χώρου 'ο.κ. τι θα κάνει ή του τί θα του τύχει;'» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 48 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Κοίταξε ουσιαστικά για τα παιδιά πηγαίνουμε και τα αφήνεις και λες άντε να κάνουν και αυτά τη βόλτα τους, να πάμε και εμείς να χαζέψουμε λίγο για να τα κοροϊδέψεις λίγο ότι κάνανε μια βόλτα αυτόνομη. Ε, και βλέπω πολλούς που το κάνουνε. Γονείς με παιδιά από 12, 13 μέχρι 17 που θέλεις να έχεις μια επίβλεψη. Είναι και η αίσθηση που θα έχει το παιδί ότι θα είσαι εκεί παρών και μπορεί να σκάσεις, να πέσεις απάνω του, οπότε κάπως δεν φοβάσαι μην το κλέψουνε.

Ερώτηση: Από άποψη χώρου;

Απάντηση: Ναι, έτσι ακριβώς. Εσύ δεν φοβάσαι ότι είναι σε αυτή την ηλικία να πάει κάποιος να το απαγάγει. Απλώς λες να βρίσκεται η παρουσία μου κοντά της και να φυλάγεται, να μην κάνει μαλακίες ασ πούμε [...] έχει τις καφετέριες και άμα σου πει 'είμαι στις καφετέριες', κάνεις μια βόλτα πάνω και το βρίσκεις αμέσως.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 50 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Κάτι που έχει φέρει, εγώ που δεν έχω παιδιά αλλά το έχω δει εκεί και μου το έχουν πει φίλοι που είναι γονείς και η αδερφή μου που έχει παιδιά. Μπορούνε να πηγαίνουνε παρέες παιδιών και να μην έχεις –θα μου πεις όλα είναι σχετικά- το άγχος, μηχανάκια, αυτοκίνητα, ότι το παιδί θα κάνει κάποια πράγματα έτσι...είναι πιο συγκεντρωτικός χώρος και επειδή έχει πολλά πράγματα ή πάλι οι γονείς μου έχουν πει ότι πάνε εκεί που έχει ένα λούνα παρκ, να δουν μια ταινία, που έχει ‘Goody’s’ –εγώ δεν θα πάω λόγω ηλικίας- ο γονιός το παιδί θα το πάει, θα είναι πιο ήσυχος ότι έχει πέντε πράγματα που μπορεί το παιδί να καταναλώσει ενέργεια και να είναι ένας χρόνος σχετικά άξιος λόγου. Έχει και το βιβλιοπωλείο του, έχει και την ταινία του, έχει και τη διασκέδασή του να πάει στο λούνα παρκ.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 42 ετών, κάτοικος περιοχής Αττικής)

«Το ‘The Mall’ και τα λοιπά, είναι το ‘The Mall’, δεν έχεις από έξω πράγματα, θαύματα και τα λοιπά. Είναι αυτός ο χώρος τελείωσε.

Ερώτηση: Θέλεις να μου πεις γιατί το προτιμάς αυτό;

Απάντηση: Γιατί είναι συγκεκριμένος χώρος. Είναι τα όρια του, τα ξέρεις και θα κινηθείς εδώ πέρα, τελείωσε. Ούτε θα έχεις τη κίνηση, ούτε θα έχεις...να σου πεταχτεί κάποιος να σου κάνει οτιδήποτε ή όλη αυτή βαβούρα, ξέρεις ότι πας εκεί και τελείωσε. Γιατί αν πεις ότι πας στο κέντρο ή οπουδήποτε αλλού δεν ξέρεις πως είναι τα πράγματα. Έχει κόσμο αποδώ έχει κόσμο αποκεί, σου πετάγονται αμάξια, είσαι λίγο στο άγχος που να πάω τι να κάνω. Θέλεις να κάτσεις σε μια καφετέρια και περνάει ο κόσμος πέρα δώθε πάνω κάτω... ξέρω εγώ... είναι λίγο πιο...

Ερώτηση: Αυτό που λες να σου πεταχτεί κάποιος...

Απάντηση: Ναι, με αγχώνει πολύ. Εκεί που περπατάς έρχεται ο ένας να σου πουλήσει χαρτομάντιλα, να σου πουλήσει αρώματα, να σου πουλήσει ημερολόγια γιατί πάει πενθήμερη και είναι 40 χρονών μουλάρι’ ξέρεις ‘έλα κοπελιά δώσε μου κάτι γιατί είναι ναρκομανής και είμαι στην απεξάρτηση και δεν έχω να φάω’ ή στα τρένα καλά στα τρένα πες χαλάλι, αλλά στους δρόμους που έρχονται διάφοροι γύφτοι που έρχονται από δω και εκεί, και κάνουν και

ράνουν, πέρα από το ότι είναι εκνευριστικό, αρχίζεις και φοβάσαι γιατί κοπέλα είμαι, άμα είμαι και μόνη μου δεν ξέρεις τι γίνεται ποτέ. Είναι λίγο διαφορετικά τα πράγματα.[...]Νιώθω περισσότερη ασφάλεια. Και στην τελική ό,τι και να γίνει είναι συγκεκριμένος χώρος, έχουν σεκιούριτι, έχουν ανθρώπους, έχουν κάμερες, δεν θα...δεν υπάρχει πρόβλημα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Όταν ζεις μέσα στο χώρο και τον βιώνεις, μέσα στο 'The Mall' βασικό είναι ότι υπάρχουνε φύλακες, τους βλέπεις. Υπάρχουνε σε διάφορα σημεία, ας πούμε στους κοινόχρηστους χώρους και κάτω στην είσοδο υπάρχουν πάντα 24 ώρες το 24ωρο φύλακες. Έχει τύχει να φύγω από το 'The Mall' 3 ώρα τη νύχτα και να υπάρχει φύλακας. Πραγματικά οι άνθρωποι...έχει τύχει κάποια παιδιά να φωνάζουν τους λένε 'ε, παιδιά ήρεμα'. Αυτό είναι πολύ βασικό γιατί σου δίνει την αίσθηση ότι...κοίταξε ο χώρος έχει κάμερες και στους μεγάλους τους κεντρικούς διαδρόμους αλλά και στις τουαλέτες όταν μπαίνεις έχει κάμερες. Δηλαδή δύσκολα μπορεί να γίνει κάτι. Είναι ελεγχόμενος ο χώρος. Με τον φύλακα αισθάνεσαι πιο ωραία, λες 'είμαι ασφαλής εδώ δεν θα γίνει κάτι. Ούτε ναρκομανής θα μπει ούτε τίποτα'.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Υπάρχει και το άλλο θέμα ότι υπάρχουνε κάμερες στο 'The Mall'. Δεν ξέρω αν το ανέφερα αυτό. Σου δίνουν την αίσθηση της ασφάλειας αυτό γιατί ξέρεις ότι αυτομάτως όλα παρακολουθούνται. Και υπάρχει σύστημα καταγραφής στις κάμερες. Ό,τι και να γίνει αυτό καταγράφεται οπότε αυτομάτως ό,τι και να πάθω, ό,τι κι να γίνει θα το δούνε ότι συνέβη αυτό σε εσένα. Οπότε είσαι πιο ελεύθερος για να κινηθείς μόνος σου μέσα στο 'The Mall'. Κάτι που δεν θα έκανες στην πλατεία της ομόνοιας 3:00 το βράδυ.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

Όπως αναφέρθηκε, η καθαρότητα, η τάξη της συμπεριφοράς εντός του χώρου επιτυγχάνεται με την «προγραφή» και το «πάγωμα» της αυθορμησίας. Αναφορικά με την «προγραφή» της αυθόρμητης συμπεριφοράς μια επισκέπτρια αναφέρει:

«Τα παιδιά που κάνουν skate και bmx, δεν μπορούν να κάνουνε ή δεν μπορείς να κάτσεις μέσα στη μέση του ‘The Mall’ και να αρχίσεις να τραγουδάς. Θα σε περάσουν για παλαβή. Ενώ στην πλατεία μπορείς να κάνεις ό,τι τρέλλα θες. Και να μην ενοχλείς και τους γύρω σου. Μπορείς να κάνεις skate, bmx να τρέξεις, να παίζεις...ξέρω εγώ, ο,τιδήποτε, να ουρλιάξεις. Είναι άλλο να είσαι σε εξωτερικό χώρο και να τραγουδάς και να κάνεις βλακείες κι άλλο να είσαι στο ‘The Mall’. Ας πούμε έχει security και κάποιος μπορεί να φοβάται. Σου λέει πάω στη Κηφισιά και αρχίζω και τραγουδώ στη μέση του δρόμου, δεν θα μου πει κανένας τίποτα ή κάθομαι στη βροχή και αρχίζω και βγαίνω με μια φίλη μου ή κάνω θεατράκι μέσα στη μέση της Κηφισιάς, δεν’ θα μου πει κανένας τίποτε. Ενώ εκεί πέρα μπορεί να κοιτάνε όλοι...ούτε να χορέψω μπορώ μέσα στη μέση και να φωνάξω δεν πρόκειται να με ακούσουνε...μπορεί αν τραγουδάει κανένας μπορεί να έρθει ο security και να τον περάσει για τρελό και να τον πάει...ξέρω εγώ...» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 16 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Η «προγραφή» της αυθορμησίας σε αυτό το χώρο φαντάζει μέσα από τα λόγια της 16χρονης κοπέλας ως μια προϋπόθεση πρόσβασης και παρουσίας στο ‘The Mall Athens’. Ένα αυτοσχέδιο, στιγμαίο, πλεονάζον, δηλαδή πέρα από «ό,τι υπάρχει», συμβάν⁴⁶⁶ μπορεί να θεωρηθεί ως ανάχωμα στις ροές των ατόμων/επισκεπτών στους διαδρόμους ή/και εισβολή ενός απρογραμματίστου, τυχαίου, άτακτου γεγονότος σε ένα περιβάλλον όπου το έξω τείνει να φιλτράρεται και να αναπαρίσταται ως ένα καθολικό εσωτερικό όλο εν-τάξει. Το συμβάν, κατά τον Α.Badiou, συνιστά τη διαδικασία αυτή που επιφέρει μια ρήξη στο ήδη υπάρχον, παροντοποιώντας και εγγράφοντας μια αλήθεια, δηλαδή έναν νέο τρόπο ύπαρξης. Το συμβάν είναι εφήμερο, εξαφανίζεται μόλις εμφανίζεται, αλλά αποτυπώνει στη συνείδηση το ίχνος του ως μια αλήθεια που μπορεί να λειτουργήσει ως προσανατολισμός, ως τροπισμός

⁴⁶⁶ Α.Badiou, *Η ηθική: δοκίμιο για τη συνείδηση του κακού*, μετ.Β.Σκολιδής-Κ.Μπόμπας, Scripta, Αθήνα 1988, σελ. 50-51.

της σκέψης και της δράσης για ένα άλλο τρόπο ύπαρξης για τον άνθρωπο σε επίπεδο, πολιτικό, καλλιτεχνικό, ερωτικό. Σε μια συνθήκη καθαρότητας και καταναλωτικής τάξης τα ίχνη πρέπει να εξαφανίζονται είτε για αισθητικούς λόγους (τα ίχνη υλικής βρωμιάς) είτε για λόγους τάξης. Το ίχνος του διαφορετικού, του αυθόρμητου, του άλλου από αυτό που προβλέπεται και προσφέρεται φαντάζει επικίνδυνο καθώς φέρνει το σπέρμα μιας μη προδιαγεγραμμένης κοινωνικότητας.

Όταν λέμε «πάγωμα» εννοούμε τη διαδικασία σταματήματος, ανασχεσης, παγώματος της διαστολής της αυθόρμητης κοινωνικότητας. Αυτή η διαδικασία επιτελείται από το προσωπικό επιτήρησης και ασφαλείας του χώρου με επισημάνσεις, παρατηρήσεις ή/και με εκτοπισμό από το χώρο. Παραθέτουμε παρακάτω περιστατικά στα οποία ήταν παρόντα τα συνεντευξαζόμενα υποκείμενα:

«Μου έχει τύχει να είμαι μπροστά στο εξής περιστατικό: μια ομάδα παιδιών γυμνασίου περίπου κάνανε φασαρία, πειράζανε κοπέλες, φωνάζανε και λοιπά, τους εντόπισε ένας αστυνομικός, σεκιούριτι εν πάση περίπτωση, και μετά από λογομαχία τους έβγαλε έξω από το 'The Mall'.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 21 ετών, κάτοικος Κηφισιάς)

«Που σημαίνει ότι στους γονείς θα δημιουργήσει την αίσθηση της ασφάλειας, ότι το 'The Mall' έχει φύλακες, λειτουργεί με φύλακες. Οπότε αυτομάτως εντάζει υπάρχει μια ασφάλεια, δεν είναι όλα μπειτέ σκύλοι, αλέστε, όλα ξέμπαρκα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Εκεί μπορούν να σε βγάλουν έξω άμα θέλουν, ενώ στην Κηφισιά, στο Μαρούσι άμα είσαι στο δρόμο νιώθεις άνετα, κάνεις ό,τι θες, δεν μπορεί να σου πει κανείς κάτι. Εκεί ελέγχεσαι από τη στιγμή που θα μπεις μέσα και έχουν δικαίωμα να σε βγάλουν έξω οι σεκιούριτι. Αυτό δεν είναι ό,τι δεν μου αρέσει ή ότι είχα ανάγκη να κάνω κάποιο πράγμα για να με βγάλουνε, αλλά δεν είναι το ίδιο ελεύθερα όσο αν ήσουν έξω.

Ερώτηση: Έχεις δει κάποιο περιστατικό ή έχει συμβεί σε κάποιον γνωστό σου;

Απάντηση: Δεν ήταν γνωστοί μου αλλά είχα δει κάτι κοπέλες που ήταν ‘εμο’, καθόντουσαν κάτω και έτρωγαν, τους έδιωξαν από το ‘The Mall’ οι σεκιουριτάδες’ ή κάποιες κοπέλες μου είχαν πει ότι μια φίλη μου είχε πετάξει ποπ-κόν και την έβγαλαν από την αίθουσα. Όχι ότι το θεωρώ κακό που την έβγαλαν, δηλαδή άμα ενοχλούσε τους άλλους εντάξει λογικό μου φαίνεται.

Ερώτηση: Κι αυτές οι κοπέλες που τρώγανε κάθονταν κάτω στο πάτωμα;

Απάντηση: Ναι, στο πάτωμα. Ναι, έτσι σαν στιλ είχαν βάλει τις τσάντες και καθόντουσαν. Και στο τρένο κάθονται μερικές φορές δεν...παιδιά κυρίως.

Ερώτηση: Και τις έβγαλαν έξω;

Απάντηση: Ναι εντάξει...απ’ ό,τι κατάλαβα τους είχαν κάνει πρώτα σύσταση αλλά αυτές δεν σηκώθηκαν και για αυτό τις έβγαλαν έξω.»

(επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

Το τυχαίο, το απρόβλεπτο στοιχείο της αυθόρμητης συμπεριφοράς φαντάζει ως ανεξήγητο σε ένα χώρο που καλύπτει μια ευρεία γκάμα καταναλωτικών, εμπορικών και ψυχαγωγικών υπηρεσιών. Μια τέτοια ενέργεια θέτει κατά κάποιον τρόπο σε αμφιβολία την «πληθωρικότητα» και την εικόνα «αυτάρκειας» αυτού του μικρόκοσμου. Το απρόβλεπτο της αυθορμησίας είναι και «βρώμικο», μπορεί να παραβιάσει τα ατύπως συμφωνημένα όρια και αποστάσεις μεταξύ των ατόμων, τα οποία εισέρχονται σε αυτό το χώρο αναγνωρίζοντας αμοιβαία το δικαίωμα της ατομικής σιωπής και ησυχίας, την σωματική ακεραιότητα και το δικαίωμα της απόλαυσης απαλλαγμένης από κάθε είδους οχλήσεις.

Μπορούμε μέσα από τα λόγια της 16χρονης κοπέλας να δούμε ότι στο συλλογικό φαντασιακό, ανεξάρτητα από την αξιολογική κρίση του καθενός, ο δημόσιος χώρος -η πλατεία, ο δρόμος- είναι ο χώρος του αυθόρμητου, του τυχαίου, του απρόβλεπτου, του μη-σκηνοθετημένου, του συμβάντος. Σε αντίθεση με ένα κλειστό, μονωμένο περιβάλλον όπως το ‘The Mall Athens’ όπου εκεί «μπορεί να με κοιτάνε όλοι», «να ενοχληθούν οι γύρω», «να έρθει ο security και να τον περάσει για τρελό και να τον πάρει και να τον πάει...».

Εδώ όμως ταυτόχρονα, μπορούμε να επισημάνουμε ίσως μια μεταστροφή στο συλλογικό φαντασιακό ως προς ένα επιθυμείν για καθαρούς -ακόμα και δημόσιους χώρους-, εν-τάξει, αστυνομευμένους και απαλλαγμένους από οχλήσεις και δυνάμει

κινδύνους. Αυτή η αναπαραστατική καθολικότητα αποτυπώνεται στο φανταστικό των ατόμων όσον αφορά τους ιδανικούς για αυτά δημόσιους χώρους, οι οποίοι διακρίνονται για την ασφάλεια, τη φωτεινότητα, την αστυνόμευση. Αστική ανάπτυξη και θεματικοί-εμπορικοί πολυχώροι συνδέονται και μάλλον αντανακλούν μια ποιότητα της επιθυμίας των ατόμων για ασφαλή περιβάλλοντα. Ο δημόσιος χώρος ως χώρος ελεύθερου παιχνιδιού, αυθόρμητου, ως ο χώρος του τυχαίου, του ενδεχόμενου, του καταφυγίου της μη κανονικότητας, ως ο χώρος πολιτικής σύγκρουσης και ανταγωνισμού φαίνεται να μην είναι επιθυμητός και να επανοηματοδοτείται ως ένας εφησυχασμένος χώρος ασφάλειας, προβλεψιμότητας, θεαματικής κατανάλωσης. Ενδεικτικό αυτής της επιθυμίας είναι το προαστιακό πρότυπο το οποίο επικαλούνται τα υποκείμενα ως ιδανικό μοντέλο της πόλης στην οποία θα ήθελαν να ζουν. Παραθέτουμε κάποια σχετικά αποσπάσματα από τις συνεντεύξεις με τους επισκέπτες του εμπορικού κέντρου:

«Πιστεύω ότι το κράτος φταίει γιατί υπάρχει υποβάθμιση επειδή δεν υπάρχει αστυνόμευση, καθαρά αυτό και μόνο. Αλλά και μόνο κανονικά δεν θα έπρεπε το κέντρο της Αθήνας λόγω ότι η Αθήνα είναι μια πόλη που όπως και να το σκεφτείς θεωρείται με αρχαιολογικούς χώρους, θεωρείται ότι δεν είναι υποβαθμισμένη, να υπάρχει στο κέντρο της Αθήνας τέτοια υποβάθμιση αυτό. Αυτό είναι ανεπίτρεπτο για μένα. Δηλαδή πρέπει να υπάρχει αστυνόμευση. Και να υπάρχει καλή αστυνόμευση πρωί, μεσημέρι, βράδυ. Να μην υπάρχουνε κενές ώρες που να μπορεί ο καθένας να κάνει ό,τι θέλει. Μια ιδανική εικόνα της πόλης λόγω και του ότι είμαι τρελά οικολόγος, μου αρέσει πολύ να ασχολούμαι με όλα αυτά θα ήθελα να έχει πάρα πολύ πράσινο, πάρα πολύ πράσινο, πάρα πολλές πλατείες για τα παιδάκια να παίζουνε, να υπάρχει αστυνόμευση στις πλατείες. Να υπάρχει αστυνόμευση και θέλω να έχει πάρα πολύ πράσινο, που συνεπάγεται πολλές πλατείες και όλα αυτά που ανέφερα.»
(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Ερώτηση: Άρα, λοιπόν, για την ιδανική σου πόλη, είπαμε καθαριότητα...

Απάντηση: Καθαριότητα...

Ερώτηση: Πάρκινγκ...

Απάντηση: Και μια σχετική ασφάλεια. Ας υπάρχει μια σχετική αστυνόμευση, δηλαδή να υπάρχουν κάποιοι, που και μόνο και μόνο εμένα να τον βλέπω, θα κουλάρω. Δεν λέω να έχουν τα πολυβόλα, ας πούμε, ούτε να...» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 28 ετών, κάτοικος Βριλησίων)

«Μάλλον αν αρχίζω να σου λέω για την ιδανική πόλη θα άρχιζα να σου λέω να μην έχει αυτά κι αυτά. Καταρχάς να είναι πιο ανοιχτά. Ειδικά στην Αθήνα που είναι άθλια, στενοί οι δρόμοι, στενά σοκάκια, τα αμάξια. Είναι όλα περιορισμένα. Πιο φαρδιά, πιο πλατιά, περισσότερο πράσινο, λιγότερα αυτοκίνητα, λιγότερο καυσαέριο. Βασικά θα προτιμούσα ένα σπίτι στην εξοχή. Είναι και πιο οικεία τα πράγματα, δηλαδή ο ένας ξέρει τον άλλο και έτσι είναι πιο ήρεμα, οι ρυθμοί είναι διαφορετικοί [...]Μια ιδανική πόλη...να μην βλέπουμε αυτές τι εικόνες που κάποιοι είναι άστεγοι, ναρκομανείς και κάνουν και αυτά...Όχι να τους εξαφανίσουμε, αλλά να φροντίσουν να βρουν ένα μέρος να τους απεξαρτοποιήσουνε, να τους βοηθήσουνε.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Στην Ελλάδα ένας ανοιχτός χώρος δεν έχει τη μέριμνα για να μην φοβάται κάποιος να πάει πρώτον για τη ζωή του και να είναι και καθαρά. Εκεί πάνε μόνο οι αλλοδαποί για να γλυτώσουνε λεφτά, που μένουν στο διαμέρισμα δέκα για να πάρουνε αμάξι. Θεωρώ ότι μόνο οι αλλοδαποί πηγαίνουν εκεί. Δεν νομίζω ότι συχνάζουν οι έλληνες στα πάρκα. Τώρα πού να πας στο Πεδίον του Άρεως; Τολμάς να μπεις μέσα, χωρίς πλάκα τώρα, χωρίς να φοβάσαι; [...]Θέλω οι δρόμοι να είναι μεγάλοι, να μην έχει κίνηση, να είναι άνετα και τα πεζοδρόμια να είναι άνετα. Να έχει μέριμνα για τους χώρους στάθμευσης και για τις συγκοινωνίες. Να είναι καθαρή η πόλη.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 29 ετών, κάτοικος Πατησίων)

«Μια ωραία εικόνα θα ήταν να γύρναγαν παντού οι τροχονόμοι και να μην υπήρχε φανάρι. Να υπήρχε από την αστυνομία όχι σε στιλ χούντας, αλλά να υπήρχε περισσότερη κάλυψη των πολιτών και να υπήρχανε διάφορες συγκοινωνίες που να βολεύουνε όλους τους ανθρώπους.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 19 ετών, κάτοικος Ν.Ηρακλείου)

«Θα ήθελα σε κάθε δρόμο να υπάρχει τουλάχιστον ένα αστυνομικό όχημα, θέλω να νιώθω ασφάλεια. Δεν νιώθω ασφάλεια. Δεν θέλω τις κάμερες, θέλω τον αστυνομικό. Μιλούσα με τη γιαγιά μου και μου είπε ότι πιο παλιά ένιωθε ασφάλεια. Έβγαινε από το σπίτι και ένιωθε ασφαλή. Υπήρχε ο αστυφύλακας της γειτονιάς τον οποίο τον γνώριζαν, έπιαναν κουβέντα με αυτόν. Υπήρχε σε οποιοδήποτε πρόβλημα κι αν παρουσιαζότανε θα σπεύδανε σε αυτόν. Δεν υπήρχε καμία αδιαφορία από την αστυνομία. Η αστυνομία λειτουργούσε πάρα πολύ καλά. Όταν μιλάω για την ηλικία ας πούμε όταν ήταν μεσήλικας η γιαγιά μου δηλαδή πριν 30, 40 χρόνια η Ελλάδα ήταν πιο φτωχή χώρα, δηλαδή η εγκληματικότητα θα μπορούσε να ήταν και μεγαλύτερη εκείνη την περίοδο. Παρόλα αυτά οι άνθρωποι δεν φοβόντουσαν. Αυτό είναι πολύ σημαντικό, πρέπει να το λάβουμε υπόψη μας. Αστυνομία, αστυνομία λοιπόν, η οποία θα κάνει τη δουλειά της, θα βοηθάει τον πολίτη πρώτα από όλα, να υπάρχει συζήτηση με τους αστυνομικούς.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 20 ετών, κάτοικος Ν.Κηφισιάς)

«Η ιδανική πόλη θα ήταν με πράσινο, πολλές πλατείες πλατείες όμως που να εκπέμπουν ασφάλεια έτσι αυτό κύρια.

Ερώτηση: Θέλεις να μου πεις λίγο πάνω σε αυτό;

Απάντηση: Πώς θα μπορούσε να γίνει αυτό; Εγώ πιστεύω ότι έχει να κάνει με τον τρόπο που είναι χτισμένη μια πλατεία· δηλαδή ας πούμε στην πλατεία που υπάρχει στο Κεφαλάρι δεν βρίσκεις εκείέρα και δεν πιστεύω ότι...δηλαδή μια πλατεία που έχει μια εκκλησία γύρω δεν θα δεις εύκολα ναρκομανείς έτσι πιστεύω όπως είναι η μια πλατεία που είναι απομονωμένη. Αυτό πιστεύω, ότι η

εκκλησία που υπάρχει σε μια πλατεία βοηθάει στο γύρω χώρο. Μια πλατεία που είναι καθαρή, που είναι σε μια τάξη που υπάρχει κάποιος που τη φροντίζει από το δήμο για παράδειγμα ότι δίνει μια άλλη αίσθηση.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

1.2.1. Χτίζοντας σχέσεις εμπιστοσύνης: Η συνθήκη του χώρου, ο διαφημιστικός λόγος και οι επισκέπτες

Από την ανάλυση του λόγου των υποκειμένων και ειδικότερα της θεματικής της (αν)ασφάλειας αναδεικνύεται μια διαδικασία χτισίματος σχέσεων εμπιστοσύνης των ατόμων/επισκεπτών με έναν «χώρο ασφάλειας», με έναν χώρο «καθαρό» όπου μπορούν να βιώνουν μια εμπειρία ασφάλειας.

Η σχέση αυτή εμπιστοσύνης των ατόμων προς το χώρο και το σύστημα που το διαχειρίζεται και τον παράγει ως «χώρο ασφαλείας» βασίζεται αφενός στις προδιαγραφές του χώρου -όπως είδαμε- και αφετέρου στις προθέσεις αυτών που τον διαχειρίζονται.

Το 'The Mall Athens' μπορεί να προσεγγισθεί ως ένα συνολικό σύστημα παραγωγής ασφαλείας, με την έννοια τόσο της παραγωγής ενός περιβάλλοντος ασφαλείας όσο και της διάχυσης ενός λόγου περί ασφαλείας. Οι προθέσεις, λοιπόν, αυτού του συστήματος αποτυπώνονται στην ομαλή, ασφαλή λειτουργία του χώρου, όπως αυτή επιτυγχάνεται από το προσωπικό ασφαλείας, τα ηλεκτρονικά συστήματα επιτήρησης, την οχυρωματική (εξωτερική) και κυκλοτερή (εσωτερική) του διαρρύθμιση και στο διαφημιστικό λόγο του χώρου.

Ο διαφημιστικός λόγος του 'The Mall Athens' αρθρώνεται κατά περιόδους μέσω του διαδικτυακού του τόπου, καταχωρίσεων σε εφημερίδες, τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σποτ και του εντύπου 'The Mall Magazine'. Το 'The Mall Magazine' μοιραζόταν αρχικά τόσο στον ίδιο το χώρο όσο και στους σταθμούς του υπόγειου μητροπολιτικού σιδηρόδρομου. Στη συνέχεια και αφού άλλαξαν οι διαστάσεις του, προκειμένου να είναι πιο εύχρηστο και βολικό, κυκλοφόρησε ως ένθετο σε κυριακάτικα έντυπα μεγάλης κυκλοφορίας.

Μέσα από μια ανάλυση περιεχομένου των 10 τευχών του 'The Mall Magazine', όπου βασιστήκαμε στο υλικό των editorials του γενικού διευθυντή του εμπορικού κέντρου ως ενδεικτικά των προθέσεων, του προφίλ και των σχέσεων του

χώρου με το καταναλωτικό κοινό, διαπιστώσαμε ότι αποπειράται το χτίσιμο σχέσεων εμπιστοσύνης με το κοινό. Ο κεντρικός άξονας των προθέσεων του 'The Mall Athens' συνίσταται στη φράση: «φωτεινό, καθαρό και ασφαλές εμπορικό κέντρο».

Στο πρώτο τεύχος ο διευθυντής του εμπορικού κέντρου ξεκινώντας με την προσφώνηση «Αγαπητοί αναγνώστες,...» διατυπώνει στη συνέχεια τις προθέσεις του χώρου. Όσον αφορά το θέμα της ασφάλειας, που εξετάζουμε εδώ, εκφράζεται ρητά ο στόχος: «Στόχος μας ήταν και είναι να σας προσφέρουμε ένα φωτεινό, καθαρό και ασφαλές εμπορικό κέντρο».⁴⁶⁷ Και συνεχίζει: «Το 'The Mall Magazine', το περιοδικό που κρατάτε στα χέρια σας, φιλοδοξεί να οικοδομήσει μια προσωπική σχέση επικοινωνίας μαζί σας, να σας ενημερώσει για όλα όσα συμβαίνουν στο 'The Mall' και να σας ανταποδώσει το ενδιαφέρον και την αγάπη που του έχετε δείξει».

Στο τρίτο τεύχος επαναλαμβάνεται η πρόθεση: «Στόχος μας ήταν και είναι να σας προσφέρουμε ένα ασφαλές, καθαρό και ευχάριστο εμπορικό κέντρο, διοργανώνοντας παράλληλα πρωτότυπες εκδηλώσεις, happenings, διαγωνισμούς, παρουσιάσεις, προσφορές».

Η διαμόρφωση μιας «προσωπικής σχέσης επικοινωνίας» με το κοινό μέσω ενός περιοδικού έντυπου διαύλου μπορεί αφενός να αποσκοπεί στην ενημέρωση-διάχυση πληροφοριών γύρω από 'events', εκδηλώσεις, τις τάσεις, τη μόδα, στην καθιέρωση του 'The Mall Athens' στο αστικό φαντασιακό ως «το πιο πολυσύχναστο στέκι της Αθήνας»⁴⁶⁸ και «το μεγαλύτερο εμπορικό και ψυχαγωγικό κέντρο της χώρας»⁴⁶⁹. Αφετέρου επιδιώκει την οικοδόμηση μια σχέσης εμπιστοσύνης σχετικά με το περιβάλλον αυτό. Η σχέση αυτή εμπιστοσύνης δεν βασίζεται τόσο στην αξιοπιστία, την εγκυρότητα, την επάρκεια της ενημέρωσης που παρέχει το έντυπο αυτό, αλλά στο ότι ο λόγος αυτός αποτυπώνεται χωρικά. Η αξιοπιστία, η φερεγγυότητα του 'The Mall Athens' έγκειται στο γεγονός ότι η ποικιλία επιλογών, οι προσφερόμενες υπηρεσίες διασκέδασης και αγορών υποστασιοποιούνται κατά κάποιον τρόπο σε ένα περιβάλλον συγκεκριμένο, σταθερό, εν-τάξει.

Η πρόθεση του χώρου, όπως αποτυπώνεται στο διαφημιστικό λόγο, δεν είναι απλά και μόνο μια πλούσια πληροφόρηση αλλά το ότι όλες αυτές οι ευκαιρίες απόλαυσης, εμπειρίας παίρνουν σάρκα και οστά σε ένα χώρο ασφαλές και καθαρό. Η διασφάλιση ενός χώρου ασφαλείας είναι η προϋπόθεση για τη σχέση εμπιστοσύνης

⁴⁶⁷ Η χρήση αορίστου και ενεστώτα δείχνει την ισχύ της δέσμευσης.

⁴⁶⁸ 'The Mall Magazine', Δεκέμβριος 2007-Ιανουάριος 2008, #08.

⁴⁶⁹ 'The Mall Magazine', Νοέμβριος 2006, #01.

μεταξύ του χώρου αυτού και των επισκεπτών του. Η πρόθεση του 'The Mall Athens' για ένα «ευχάριστο», «φωτεινό», «ασφαλές», «καθαρό» περιβάλλον είναι ο κορμός πάνω στον οποίο αρθρώνονται, διακλαδώνονται οι υπόλοιπες προθέσεις.

Ο διαφημιστικός λόγος επιδιώκει να νομιμοποιήσει τον εμπορικό πολυχώρο στο φαντασιακό ως έναν χώρο ασφαλούς εμπειρίας και με αυτή την έννοια παράγει, διαμορφώνει αυτό το μικρόκοσμο της καταναλωτικής τάξης. Ταυτόχρονα η ομαλή λειτουργία του χώρου δικαιώνει την πρόθεση αυτή, την επιβεβαιώνει και κατά αυτόν τον τρόπο αποδεικνύεται η φερεγγυότητα και η αξιοπιστία του συνολικού συστήματος του χώρου ως προς την ικανότητα του να παρέχει ένα περιβάλλον ασφαλείας.

Η σχέση, λοιπόν, εμπιστοσύνης μεταξύ των ατόμων/επισκεπτών και ενός συστήματος εντοπισμένου στο χώρο βασίζεται στην αξιοπιστία του συστήματος να προσφέρει ένα ασφαλές περιβάλλον.

Ο A.Giddens στο βιβλίο του *Οι συνέπειες της νεωτερικότητας* διακρίνει δυο τύπους μηχανισμών χωροχρονικής αποστασιοποίησης, τους συμβολικούς δείκτες (π.χ.: χρήμα) και τα ειδικευμένα συστήματα. Με τον όρο ειδικευμένα συστήματα αναφέρεται στα τεχνικά επιτεύγματα και σε επαγγελματικές ειδικότητες που οργανώνουν σφαίρες του υλικού και κοινωνικού περιβάλλοντος της νεωτερικής εποχής και τα οποία βασίζονται στις σχέσεις εμπιστοσύνης που αναπτύσσουν με τα κοινωνικά άτομα.⁴⁷⁰ Οι μηχανισμοί αυτοί, κατά τον A.Giddens, αποσυνδέουν τις κοινωνικές σχέσεις από το άμεσο υλικό και κοινωνικό τους περιβάλλον και καταφέρνουν να τις επανασυνδέουν σε απροσδιόριστα, παγκόσμιας πολλές φορές εμβέλειας, χωροχρονικά πλαίσια.

Λαμβάνοντας υπόψη την ανάλυση αυτή, θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι στην περίπτωση που εξετάζουμε έχουμε να κάνουμε με ένα ειδικευμένο χωρικό σύστημα, με την έννοια του εντοπισμένου συστήματος. Αυτό που αποσυνδέεται εδώ είναι οι κοινωνικές σχέσεις από το κοινωνικό, αστικό, ιστορικό τους περιβάλλον και επανατοποθετούνται και με αυτόν τον τρόπο επανασηματοδοτούνται εντός ενός οιονεί κοινόχρηστου χώρου ή αλλιώς ενός ιδιωτικού χώρου μαζικής χρήσης.

Για τον Giddens η εμπιστοσύνη λειτουργεί σε ένα περιβάλλον άγνοιας και διακινδύνευσης, όπου τα άτομα αναγνωρίζοντας κάθε φορά την ορθότητα των αρχών οργάνωσης και λειτουργίας και την αποτελεσματικότητα, φερεγγυότητα των

⁴⁷⁰ A.Giddens, *Οι συνέπειες της νεωτερικότητας*, ό.π., σελ. 105-111.

ειδικευμένων συστημάτων αναπτύσσουν σχέσεις εμπιστοσύνης με αυτά.⁴⁷¹ Η αξιοπιστία των συστημάτων τροφοδοτεί την πεποίθηση ότι θα αποφευχθούν δυσάρεστες, ανεπιθύμητες, βλαβερές συνέπειες και έτσι (ανα-)παράγεται μια αίσθηση ασφάλειας.

Ως διακινδύνευση ορίζεται ο υπολογισμός των πιθανοτήτων ενεργοποίησης κάποιων παραγόντων, διαδικασιών, οι οποίες πιθανόν να επιφέρουν ανεπιθύμητες συνέπειες. Η διακινδύνευση, λοιπόν, συνίσταται σε ένα υποκειμενικό ενέργημα, σε μια απόφαση να σημασιοδοτηθεί μια κατάσταση, κάποιοι παράγοντες, κάποια δεδομένα ως επίφοβα, ως δυνάμει επικίνδυνα στο μέλλον. Στη σχετική περί διακινδύνευσης φιλολογία μια σημαντική διάσταση απόψεων αναπτύσσεται γύρω από το κατά πόσο υπάρχουν αντικειμενικοί κίνδυνοι, απειλές ή αν αυτό που εκλαμβάνεται ως απειλητικό δεν είναι παρά ρηματικά διαμεσολαβημένες, πολιτισμικό-ιστορικές κατασκευές. Ομολογουμένως, όταν το ζήτημα της διακινδύνευσης εξετάζεται στη βάση της σχέσης ατόμου-κοινωνίας-φύσης, λόγω της υλικής εξωτερικότητας του φυσικού περιβάλλοντος, η ουσιοκρατική φύση του κινδύνου φαίνεται να κερδίζει έδαφος απέναντι σε έναν ακραίο μεταμοντέρνο κονστрукτιβισμό, ο οποίος θεωρεί ότι οι κίνδυνοι δεν υπάρχουν παρά μόνο ως διακινδυνεύσεις, δηλαδή ρηματικές κατασκευές.⁴⁷² Στην περίπτωση, όμως, που εξετάζουμε, όπως φάνηκε και από την ανάλυση του λόγου των υποκειμένων δεν έχουμε να κάνουμε με φόβους που σχετίζονται με ακραία φυσικά φαινόμενα ή ανεξέλεγκτες παρενέργειες της τεχνικοεπιστημονικής παρέμβασης και μετασχηματισμού της φύσης, αλλά με κοινωνικές καταστάσεις, συσχετισμούς, κοινωνικές αναπαραστάσεις και βιοχώρους.

Θα διερευνήσουμε παρακάτω το εξής: το 'The Mall Athens' ποιους κινδύνους εξουδετερώνει και ποιους φόβους αποφορτίζει προσφέροντας έτσι έναν χώρο ασφαλείας και τη βάση για τη σχέση εμπιστοσύνης με το καταναλωτικό κοινό; Ή ποιο είναι το περιβάλλον της διακινδύνευσης και οι κίνδυνοι που το «διαμορφώνουν» ως τέτοιο και οι οποίοι απενεργοποιούνται σε ένα περιβάλλον ασφαλείας (βλ.Ενότητα: *Μια ερμηνευτική ανάλυση των «φόβων»*);

⁴⁷¹ A.Giddens, *Οι συνέπειες της νεωτερικότητας*, ό.π., σελ.105-111. Για τον Giddens «οι σχέσεις εμπιστοσύνης είναι σημαντικές στην εκτεταμένη χωροχρονική αποστασιοποίηση που συνδέεται με τη νεωτερικότητα. Η εμπιστοσύνη σε συστήματα παίρνει τη μορφή απρόσωπων δεσμεύσεων, και σε αυτές η πίστη εξαρτάται από τη λειτουργικότητα της γνώσης για την οποία ο μη ειδικός δεν γνωρίζει τίποτα.»

⁴⁷² Ν.Δεμερτζής, *Πολιτική επικοινωνία, Διακινδύνευση, δημοσιότητα, διαδίκτυο*, ό.π., σελ. 329-337, όπου παρουσιάζεται το φάσμα των θεωρητικών και επιστημολογικών απόψεων (ρεαλιστική υλιστική προσέγγιση, πολιτισμολογική ή μετριοπαθής κονστрукτιβιστική, μεταμοντέρνα ή ακραία κονστрукτιβιστική προσέγγιση) σχετικά με την προσέγγιση της έννοιας της διακινδύνευσης.

Η σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ των ατόμων και του ειδικευμένου εντοπισμένου συστήματος έγκειται στην αξιοπιστία του συστήματος ως προς την ικανότητα του να αποκλείει και να εξουδετερώνει αυτούς τους «κινδύνους» και συνεπώς να αποφορτίζει τους φόβους. Παρόλα αυτά ένας χώρος ασφάλειας, όπως έχουμε αναφέρει, δεν μπορεί να είναι απόλυτα στεγανοποιημένος, όταν μάλιστα αυτός επιδιώκει να καταστεί πόλος έλξης μαζικών ροών επισκεπτών. Ανεξάρτητα από την πιθανότητα να παρεισφρήσουν κίνδυνοι, απειλές σε ένα τέτοιο χώρο, τα ίδια τα υποκείμενα βιώνουν μια αίσθηση ασφάλειας με μια συνάμα διακινδύνευση.

Η φύση όμως της διακινδύνευσης είναι καρκινώδης, δηλαδή ανεξέλεγκτα μεταστατική και διεισδυτική. Ακόμα και σε περιβάλλοντα προστατευμένα, κλειστά, οριοθετημένα, το πρότυπο της καθαρότητας διαστίζεται όχι τόσο από στίγματα ανεπιθύμητων συμπεριφορών και αναπαραστάσεων όσο από μια αντίληψη σε εγρήγορση και επαγρύπνηση. Επιφυλάξεις και ανησυχίες εκφράζονται από τα υποκείμενα και για το χώρο του 'The Mall Athens'. Τα ακόλουθα αποσπάσματα αποτυπώνουν χαρακτηριστικά αυτή την ανησυχαστικότητα των ατόμων για το βαθμό καθαρότητας του συγκεκριμένου χώρου:

«Αυτό που λένε ότι φέρνω το παιδί μου γιατί ο χώρος είναι ασφαλής, εγώ πιστεύω και μόνο ότι υπάρχει τόσο πολύς κόσμος και μπορείς πολύ εύκολα να χαθείς και να χάσεις το παιδί σου, έχουν γίνει τέτοια περιστατικά...Και επίσης στο 'The Mall' υπάρχει μια κοπέλα θυμάμαι η οποία είναι κωφάλαλη έχει χαρτάκι με τα σήματα της νοηματικής, τα μοιράζει. Την έχω πετύχει μην σου πω κάθε βράδυ που καθόμασταν ερχόταν κάθε βράδυ. Έρχεται τα αφήνει περιμένει να της δώσεις κάτι και φεύγει. Παίζουν και τέτοια άτομα στο 'The Mall'.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Έχει τύχει να κάθω στο 'The Mall', όχι απλά όταν έχω βάρδια 12:00 και 1:00, να είμαι στο 'The Mall' και να πίνω καφέ με την αδερφή μου ή με καμία φίλη μου και να έρχονται να μου λένε 'μου δίνεις 50 λεπτά;'. Κάτι το οποίο το βλέπω και στο δρόμο. Κάτι το οποίο ακόμα και στο δρόμο που δεν φυλάσσεται, το βλέπεις. Στο 'The Mall' που φυλάσσεται γιατί να το δεις. Κατάλαβες, κανονικά δεν θα έπρεπε να υπάρχουν καν τέτοιες εικόνες μέσα στο 'The

Mall'. Απλά και μόνο για να έχεις την αίσθηση της ασφάλειας. Πραγματικά δεν υπάρχει απόλυτη ασφάλεια, αλλά να έχεις την αίσθηση ότι είσαι λίγο πιο ασφαλής, πιο καλυμμένος αν συμβεί κάτι...και μου έχει τύχει πολλές φορές να ζητιανεύουν. Να έρχεται μια κοπέλα από πάνω και να μοιράζει χαρτάκια της νοηματικής και να της αφήσουμε κάποια ψιλά. Καλά αυτό δεν κάτι κακό βέβαια αλλά το κάνει για χαρτζιλίκι, για λόγους ανάγκης που κάποιος μπορεί να έχει. Απλά θα μπορούσαν να μην υπάρχουν καν μέσα στο 'The Mall'. Θα μπορούσαν να υπάρχουν οπουδήποτε αλλού, αλλά όχι μέσα στο 'The Mall'.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων και εργαζόμενη σε κατάστημα ένδυσης στον εμπορικό πολυχώρο)

«Να ξέρεις ότι και στα μεγάλα εμπορικά κέντρα τις ώρες μεγάλης κυκλοφορίας ανθρώπων, τις ώρες αιχμής υπάρχει πάντα ένας κίνδυνος και για κλοπές, παρότι υπάρχουν φύλακες, αλλά δεν νιώθω τώρα εγώ ότι ο χοντρούλης με το σιρίτι θα κυνηγήσει τον ευκίνητο ναρκομανή. Υπάρχει πάντα αυτό. Σε μέρη που μαζεύεται πάρα πολύς κόσμος υπάρχει πάντα αυτή η πιθανότητα... Όταν μπήκα στις γιορτές, ναι το είχα πάρα πολύ έννοια. Το είχα στο μυαλό μου συνέχεια. Και έλεγα θα μπω, θα πάρω και θα φύγω. Αυτό. Με τη διαφορά ότι είχα παρκάρει απέξω, γιατί είχα πάει μια ώρα καλή και βρήκα να παρκάρω. Είναι η δεύτερη φορά που παρκάρω απέξω, από όλες τις φορές που έχω πάει. Δεν παρκάρω έξω. Έτυχε επειδή πήγα νωρίς. Μετά όμως που άρχισε να μπαίνει ο κόσμος λόγω του κόσμου και σκεφτόμουν ότι κουβαλάω πράγματα, την τσάντα μου δεν ξέρω αν την έχω κουμπώσει καλά, έπρεπε να την φέρω μπροστά κ.λπ. Γιατί βλέπεις και φάτσες που δεν σου αρέσουν...δεν είναι όλοι χαρούμενα προσωπάκια που πάνε να ψωνίσουνε. Βλέπεις και άτομα τα οποία λες τι κάνει αυτός εδώ πέρα...φάτσες πιο περιθωριακές. Πιο καταπονημένες. Πιο dark. Πιο σκοτεινές....παρατήρησα την ημέρα των Χριστουγέννων άτομα που νιώθω ότι υπάρχουνε εκεί μόνο για να κόψουν κίνηση και κάτι να κάνουν. Άσχετα αν δεν θα κάνουν τίποτα...είναι αφελής κανείς αν

θεωρεί ότι το 'The Mall' δεν έχει εγκληματικότητα μέσα τις ώρες μεγάλης αιχμής. Και πρέπει να είσαι πολύ αφελής. Δεν είπα να φοβάσαι και όλη την ώρα γενικά να έχεις το νου σου. Είναι καλό να έχεις το νου σου. Ο φόβος φυλάει τα έρμα, όπως λένε. Είναι πολύ σημαντικό.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 38 ετών, κάτοικος Γαλατσίου)

Η ανησυχαστικότητα, όμως, αυτή δεν αμφισβητεί τόσο το πρότυπο της καθαρότητας και τη λειτουργία του συστήματος που προσπαθεί να το υπερασπισθεί, αλλά μάλλον αποτυπώνει την ένταση της επιθυμίας για όσο το δυνατόν πιο καθαρά περιβάλλοντα. Τα υποκείμενα φαίνεται να αναγνωρίζουν ότι ένας χώρος, ο οποίος είναι ανοιχτός σε μαζικές ροές ατόμων και επιδιώκει να καταστεί κοινόχρηστος χώρος, όσο και τεχνολογικά εξοπλισμένος να είναι δεν μπορεί να είναι απόλυτα στεγανοποιημένος και καθαρός σύμφωνα με τους κυρίαρχους ορισμούς. Παρά την οχυρωματική του αρχιτεκτονική, τα συστήματα ηλεκτρονικής παρακολούθησης και καταγραφής, τις περιπολίες, τις εποπτεύσεις, τις επισημάνσεις και τους εκτοπισμούς, το 'The Mall Athens' δεν μπορεί να λειτουργήσει ως ένα απόλυτα καθαρμένο, αποστειρωμένο δοχείο-σκεύη κοινωνικότητας. Μάλλον πρέπει να το σκεφτούμε ως ένα πλέγμα που από τα μικρά του ανοίγματα μπορούν να γλιστρήσουν αστικές «οχλήσεις». Η συνθήκη, όμως, της καθαρότητας της συμπεριφοράς και της αποκλειστικότητας της καταναλωτικής τάξης εξουδετερώνει τις πιθανές ανασφάλειες και ανακύπτουσες φοβίες:

«Όταν κυκλοφορώ στην Έρμου έχω το νου μου μήπως με κλέψουνε, μήπως κάποιος περάσει από δίπλα μου με πειράξει και λοιπά. Στο 'The Mall' δεν τον έχω αυτό το φόβο. Δεν ξέρω ενώ ουσιαστικά είναι το ίδιο πράγμα, κυκλοφορείς, επειδή υπάρχουν εκεί σεκιούριτι είναι συγκεκριμένος ο χώρος νιώθεις ότι έχεις μια άλφα ασφάλεια, αλλά ουσιαστικά είναι τόσο μεγάλος ο χώρος και τόσο ο κόσμος που μπαίνει σε αυτό κάθε είδους που είναι τελικά το ίδιο επικίνδυνο με το να βρίσκεσαι στο δρόμο. Απλά εγώ αισθάνομαι μια άλφα ασφάλεια εκεί μέσα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 21 ετών, κάτοικος Κηφισιάς)

«Στην ομόνοια κινδυνεύει η ζωή μου. Στο 'The Mall' δεν κινδυνεύει η ζωή μου. Στη Ομόνοια κάποιες ώρες και μετά νιώθω ότι κινδυνεύει η

ζωή μου. Αν π.χ. τύχει αντισταθώ να δώσω τη τσάντα μου. Στο ‘The Mall’ αν βάλω μια φωνή θα φύγει ο άνθρωπος. Νομίζω θα του την πέσουνε δεν νομίζω ότι θα τον αφήσουν να φύγει. Εκεί παίζει μόνο αετονύχης, δεν παίζει άλλο πράγμα. Εκεί πρέπει να είσαι μεγάλη γάτα. Μόνο μεγάλη γάτα. Δεν είναι τα λεφτά σου ή τη ζωή σου. ‘Δώσε μου τα λεφτά, ληστεία α ου ου’. Δεν θα πάνε να κλέψουνε μαγαζί στο ‘The Mall’. Δεν θα πάνε να κλέψουνε το ταμείο ενός μαγαζιού» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 38 ετών, κάτοικος Γαλατσίου)

«Στην είσοδο υπάρχει σκεκιουριτάς. Δηλαδή από τη φύλαξη του ‘The Mall’ υπάρχει ένα άτομο στην είσοδο. Τώρα στην περίπτωση που είσαι πάνω και κάθεσαι, ας πούμε έχει τύχει να υπάρχουνε και άτομα που κοιμούνται με σάκους και να περιμένουν να περάσει το πρώτο τρένο για το αεροδρόμιο για να μπει και να κάθεται στο διπλανό τραπέζι και να ακούω να τους λέει ‘παρακαλώ, τι περιμένετε, τι κάνετε εδώ;’. Δηλαδή μόνο και μόνο για να το επιβεβαιώσει, ας πούμε. Και ζητά και τα στοιχεία τους πολλές φορές. Αν δει ο σκεκιουριτάς αν η φάτσα σου είναι ύποπτη, ότι σε έχει ξαναδεί να κάνεις αυτό το πράγμα του δυο φορές μπορεί να σου πάρει τις ταυτότητες αν κάποια στιγμή αν σε ξαναπετύχει.»

(επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

Η φωτεινότητα, η διαφάνεια και η μόνωση του χώρου προσφέρει έναν υψηλό βαθμό ασφάλειας, καθώς απενεργοποιούνται οι αστικές οχλήσεις που μπορεί να γλιστρήσουν απαρατήρητες ή/και συγκαλυμμένες. Οι συγγραφείς της έρευνας με τίτλο *Shopping, place and identity* που έγινε για τη διερεύνηση της σχέσης κατανάλωσης και ταυτότητας μέσα από μια εμπειρική μελέτη δύο εμπορικών κέντρων του βόρειου Λονδίνου (‘Brent Cross’ και ‘Wood Green’) παρατηρούν τα εξής: «Με τον έλεγχο της μείξης των εμπορικών χρήσεων και της προσβασιμότητας (αν χρειαστεί και με βίαιους εκτοπισμούς και αποκλεισμούς), οι διαχειριστές αυτών των χώρων μπορούν να μειώνουν τις διακινδυνεύσεις των μη αναμενόμενων συναντήσεων με ανθρώπους, που μπορεί να θεωρηθούν απειλητικοί, ενώ προωθούν ενεργά τις αρετές της ‘οικειότητας’. Αυτές οι στρατηγικές μπορούν να ενταχθούν σε μια διαδικασία ‘εξημέρωσης’, προκειμένου να γίνει το shopping πιο ασφαλές για την

πλειοψηφία των καταναλωτών της μεσαίας τάξης με κόστος τον κοινωνικό και χωρικό αποκλεισμό των άλλων (κυρίως νέων, φυλετικά προσδιορισμένων ανδρών της εργατικής τάξης)».⁴⁷³

Σε μια επιτόπια παρατήρηση στο χώρο, σε μια συζήτηση που είχαμε με έναν 17χρονο επισκέπτη του 'The Mall Athens' υποστήριξε την ανάγκη αστυνόμευσης του χώρου γιατί «δεν μπορεί να κάνει κάποιος κάτι κακό και να φύγει». Επίσης, υποστήριξε ότι «ο πρεζάκιας μπορεί να είναι εδώ, αλλά δεν θα σε ενοχλήσει».

Θα αναφέρουμε ένα ακόμη περιστατικό από άλλη επιτόπια παρατήρηση μας στο 'The Mall Athens' για να δούμε το πώς ένας χώρος επιδιώκει αφενός να καταστεί κοινόχρηστος χώρος και πόλος έλξης μαζικών ροών σε ένα μητροπολιτικό πεδίο και αφετέρου να φιλτράρει τις ροές από τις οχλήσεις που μπορεί να κομίζουν προκειμένου να διασφαλίζεται εντός του χώρου η καθαρότητα της συμπεριφοράς και των αναπαράστασεων.

1.2.2. Μια μικρή ιστορία

Είμαι Τετάρτη απόγευμα γύρω στις 19:30. Κάθομαι σε ένα από τα κοινόχρηστα τραπεζάκια στον 3^ο όροφο του 'The Mall Athens' πίνοντας έναν καφέ και κάνοντας ένα τσιγάρο - μόνο σε εκείνο το επίπεδο του χώρου επιτρέπεται το κάπνισμα. Ο καφές προσφέρεται σε ένα χάρτινο ποτηράκι και το τασάκι είναι από σκληρό ασημόχαρτο. Όλα αυτά σε ένα λευκό πλαστικό τραπεζάκι, το οποίο ήταν φορτωμένο με τα αποφάγια/ ίχνη των προηγούμενων και καθαρίστηκε αμέσως από το προσωπικό της καθαριότητας, μόλις που έκατσα. Οι καρέκλες από πλέξι γκλάς. Όλα ελαφρά, διάφανα, καθαρά. Μετά από μια βόλτα-παρατήρηση σε όλα τα υπόλοιπα επίπεδα του χώρου κάθομαι τώρα και παρατηρώ τους ανθρώπους με τις σακούλες στα χέρια να σταματούν για να πιούν και να φάνε κάτι. Μια ανάπαυλα στην καταναλωτική τους περιπλάνηση. Οι άνθρωποι που εργάζονται στην καθαριότητα του χώρου, οι περισσότεροι προχωρημένης ηλικίας και κάποιοι ασιατικής καταγωγής, βρίσκονται σε μια κατάσταση εγρήγορσης και έντασης. Η εξαφάνιση των ιχνών που αφήνουν πίσω τους οι επισκέπτες απαιτεί τη σχεδόν άμεση επέμβαση τους. Ξεχωρίζουν από τους

⁴⁷³ D.Miller-P.Jackson-N.Thrift-B.Holbrook-M.Rowlands, *Shopping, place and identity*, Routledge, London 1998, σελ.105.

υπόλοιπους όχι μόνο από την διακριτική ενδυμασία εργασίας αλλά και από την αποτυπωμένη στα πρόσωπα τους διάθεση. Παρατηρώ και κρατάω σημειώσεις. Αναλογίζομαι την ελαφρότητα των πραγμάτων και της ατμόσφαιρας και αισθάνομαι ότι το μολύβι μπορεί να είναι πιο βαρύ από το άδειο χάρτινο ποτηράκι και η στάχτη από το τασάκι. Σε κάποια στιγμή βλέπω έναν άνδρα γύρω στα 50, φτενός με ένα σακάκι σκούρο μπλε και ίδιο χρώμα παντελόνι και με μια τσάντα μαύρη χειρός να γλιστράει ανάμεσα από τα τραπέζια. Ένας διακριτικός ψαράς μέσα στο ‘The Mall Athens’. Γλιστρώντας μεταξύ των ανθρώπων πετούσε φαινομενικά ατάραχος και διακριτικός και με φευγαλέες ματιές το δόλωμα του: «τρίδυμο λαϊκό». Προς στιγμήν ξαφνιάζομαι και αναρωτιέμαι «λαχειοπώλης στο ‘The Mall Athens’;». Σηκώνομαι και με μια απόσταση τον ακολουθώ. Τον βλέπω να συνεχίζει τη ψαριά του κινούμενος μεταξύ των τραπεζιών. Σε ένα τραπέζι κοντοστέκεται για λιγότερο από μισό λεπτό, κάνει μια γρήγορη συναλλαγή και φεύγει. Μετά από λίγο τον πλησιάζω και πιάνουμε κουβέντα. Μαθαίνω ότι πουλάει λαχεία, αλλά έχει προβλήματα με τους ανθρώπους του χώρου. Δυο φορές ήδη τον έχουν εντοπίσει και του ορμήνευσαν ότι απαγορεύεται αυτό που κάνει και ότι αν τον ξαναπιάνουν θα έχει μπλεξίματα. Εκείνες τις φορές κρατούσε τα λαχεία στα χέρια του. Τώρα την πραγματεία του την έχει καλά κρυμμένη και σιγοψιθυρίζοντας πια «την φωνάζει». Είναι γενικά διστακτικός και λιγομίλητος. Λέει ότι στην ηλικία του δεν θέλει μπλεξίματα. Τον ρωτώ πως τον αντιμετωπίζει ο κόσμος και απαντά πως εδώ δεν αγοράζουν πολλοί λαχεία, είναι νέοι οι περισσότεροι και ασχολούνται με άλλα πράγματα. Με χαιρέτησε, πήρε την κυλιόμενη σκάλα και έφυγε...

τέλος...

Συμπεραίνεται, λοιπόν, ότι οι προδιαγραφές του χώρου εντείνουν το αίσθημα ασφαλείας και έτσι ο βαθμός διακινδύνευσης που εκλαμβάνεται και βιώνεται από τους επισκέπτες του χώρου είναι χαμηλής έντασης.

Κλείνοντας μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι η οχυρωτική αρχιτεκτονική διαρρύθμιση του χώρου συμπληρώνεται από την αντίστοιχη αντίληψη των ατόμων για το χώρο, καθώς και οι δικές τους εξεικονίσεις, αναπαραστάσεις για την καθαρότητα του χώρου και τις ενδεχόμενες απειλές που μπορεί να παρεισφρήσουν συμπίπτουν με τις προθέσεις και τους στόχους ενός χωρικού συστήματος παραγωγής μιας συνθήκης ασφάλειας. Φαίνεται, λοιπόν, το περιβάλλον αυτό ασφαλείας να προσφέρει την ιδανική συνθήκη ανάπτυξης μιας «οχυρωτικής» ατομικότητας σε ένα πεδίο παγωμένης, ελεγχόμενης κοινωνικής συνάφειας.

1.3. Ο «βρώμικος» χώρος: Το «στενό», το «καζάνι», η «σφηκοφωλιά» και άλλες ιστορίες φόβου...

Στην προσπάθεια μας να αναδείξουμε τις αναπαραστάσεις των ατόμων που επισκέπτονται το ‘The Mall Athens’ για τον ίδιο το χώρο αλλά και για το ευρύτερο αστικό περιβάλλον της Αθήνας, διαπιστώσαμε μια νοητική χαρτογράφηση του αστικού φόβου, δηλαδή αστικών περιοχών που είναι σημασιοδοτημένες ως επίφοβες, επικίνδυνες, ανεπιθύμητες: Πλατεία Βικτωρίας, Πλατεία Βάθης, Κυψέλη, Εξάρχεια, Πλατεία Καραϊσκάκη, Πλατεία Αμερικής, Πλατεία Κουμουνδούρου, Πλατεία Ομονοίας, Αθηνάς, «όλα τα στενάκια κάτω από την Ομόνοια». Παραθέτουμε στη συνέχεια κάποια ενδεικτικά αποσπάσματα που σημαδεύουν την οικολογία του φόβου:

«Σε μια πλατεία βρώμικη...δεν θα πάει κάποιος για παράδειγμα στην πλατεία στα Εξάρχεια να αράξει ένας νορμάλ άνθρωπος, θα πάει εκεί ο ναρκομανής στάνταρ.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Πολλή κίνηση, πολλές φωνές...και με ενοχλεί και το θέμα...πώς να στο πω...όλων αυτών των ξένων που έχουν έρθει, Ινδοί, οι Πακιστανοί, οι Αλβανοί, πλέον οι περισσότεροι μένουν στο κέντρο. Στην κυψέλη, δεν βρίσκεις εύκολα έλληνα πια. Ιδίως σε κάποια μέρη που πάω, που μένουν κάποιοι φίλοι γίνεται χαμός. Φοβάμαι να κυκλοφορήσω έτσι, δεν νιώθω άνετα...γιατί νιώθω ότι

κυκλοφορούν πολλοί περίεργοι, πολλοί ξένοι. Επειδή το κέντρο νιώθω ότι ίσως κυκλοφορούν πολλοί ναρκομανείς, περιθωριακοί. Μαζεύονται εκεί στα στέκια από Ομόνοια μέχρι Γκάζι, πιστεύω ότι θα υπάρχουνε και Εξάρχεια. Πιστεύω ότι αν υπάρχει εγκληματικότητα θα υπάρχει πιο πολύ στο κέντρο. Σίγουρα μπορεί να συμβεί το πιο κουλό, το μέγιστο έγκλημα στην Εκάλη, δεν λέω, αλλά εκεί είναι όλοι μαζεμένοι, είναι λίγο Κυψέλη όλο το κέντρο. Δηλαδή, το θέμα με τους ξένους με φοβίζει αρκετά, που έχουν έρθει, οι μετανάστες, πρόσφυγες και οτιδήποτε. Δεν, δεν...είμαι λίγο πιο των προαστίων σε αυτό. Δεν μπορώ να σου πω αν είμαι χαρούμενη ή όχι. Άμα ήθελα να μάθω να ζω με αυτό. Να ζω στο κέντρο και να μην με επηρεάζουν οι πακιστανοί, οι πορείες και οι ναρκομανείς, κάποιον τύπο που θα μου ζητήσει λεφτά ή ...φοβάμαι μην μου τη πέσει κανένας να με κλέψει...νιώθω ότι εκεί είναι λίγο το καζάνι...είναι μαζεμένο σε κάποια σημεία με κακή ροή, κακό vibe από ανθρώπους που είναι ταλαιπωρημένοι, δυστυχισμένοι, που μπορεί να βγουν εκτός εαυτού για κάποιους λόγους.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 28 ετών, κάτοικος Βριλησίων)

«Το μόνο που γνωρίζω είναι ότι στην πλατεία Ομονοίας το βράδυ καλό είναι να μην περνάς γιατί υπάρχουνε πάρα πολλοί ναρκομανείς. Βέβαια αν τύχει να βρεθώ στην Πλατεία Ομονοίας το βράδυ σαφώς και θα περάσω. Κοίτα αν είναι να με κλέψουνε, μπορεί να με κλέψουνε και έξω από το σπίτι μου αλλά εντάξει είμαστε μεγάλα παιδιά πιστεύω ότι έχουμε κρίση. Αν είναι να γίνει θα γίνει. Οι πιθανότητες όντως είναι αυξημένες, αλλά από την άλλη δεν πρέπει να το βλέπουμε έτσι ότι υπάρχουνε υποβαθμισμένες περιοχές, υπάρχουνε περιοχές καλές...όχι.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 20 ετών, κάτοικος Ν.Κηφισιάς)

«Τα Εξάρχεια τα αποφεύγω λόγω κόσμου και εγκληματικότητας που υπάρχει το βράδυ Δεν μου αρέσουν κάτι στενάκια, στέκια αν θέλεις, Αλβανών, Πακιστανών ό,τι εθνικοτήτων μπορείς να φανταστείς... είναι κάποιοι δρόμοι.. χαμηλά στη Θεμιστοκλέους, όλα τα στενάκια πίσω από

την Αθηνάς αλλά και στην Αθηνάς, κάποια στενάκια των Εξαρχείων.»
(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 21 ετών, κάτοικος Κηφισιάς)

«Δηλαδή άμα βγαίνεις από κάποιες ώρες και μετά, που είναι διάφοροι κει πέρα αλλοδαποί, ναρκομανείς έτσι αλλιώς, λίγο το έχω...δεν ξέρω οι γονείς μου το έχουν περάσει αυτό. Δεν ξέρω από πού ακριβώς πηγάζει. Το έχω για λίγο πιο επικίνδυνο...Ότι το κέντρο είναι επικίνδυνο. Όχι ότι θα με φάνε ζωντανή, αλλά συγκριτικά με το να είσαι εδώ πέρα (σ.σ.: Αγ. Παρασκευή). Είναι διαφορετικά. Δεν το έχω συνηθίσει κιόλας. Αν το είχα γυρίσει λιγάκι και είχα εξοικειωθεί, να ήταν διαφορετικά τα πράγματα, αλλά δεν είμαι και εξοικειωμένη. Ξέρω συγκεκριμένα σημεία και πάω εκεί και τελειώσε. Και δεν είναι να χαθώ κιόλας να μην βγω ποτέ εκεί και να μπερδευτώ. Είναι κι αυτό το πράγμα. Είναι μια αβεβαιότητα, έχω το κέντρο ότι είναι πιο επικίνδυνο το μέρος, η πόλη από αλλού. Νομίζω ότι αν το δεις λογικά είναι εξίσου επικίνδυνο με άλλα μέρη. Ναι, η ανασφάλεια βγαίνει από εκεί. Ότι είναι πιο επικίνδυνο και ότι δεν ξέρω τόσο καλά το κέντρο. Και σίγουρα αυτό σου προκαλεί ανασφάλεια, γιατί αν ξέρεις ένα μέρος λες ό,τι και να γίνει το ξέρω δεν με νοιάζει. Γιατί άμα δεν το ξέρεις λες μμ...το σκέφτεσαι λιγάκι.

Ερώτηση: Έχει να κάνει με το άγνωστο;

Απάντηση: Ναι και βέβαια και με τους ανθρώπους, που κυκλοφορούνε. Βλέπεις διάφορους τρελούς εκεί [...] Όσο να είναι δεν σου προκαλεί και ασφάλεια αυτό το αίσθημα της ασφάλειας. Στην πλατεία Ομόνοιας μαζεύονται όλοι αυτοί πέρα δώθε, τριγύρω και τα λοιπά, και τους βλέπεις που κοιτάνε, κοιτάνε αλλιώς' οτιδήποτε....είναι λίγο πιο...δεν ξέρω με κάνει και νιώθω ανασφάλεια μεγάλη.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«...ότι τους αφήνουμε πολύ ελεύθερα πεδία, δηλαδή στην Αθήνα αν υπήρχε καλύτερη αστυνόμευση στο κέντρο δεν θα υπήρχε αυτή η διαδικασία ότι ανταλλάσσουν ναρκωτικά. Δηλαδή είναι γκέτο στην Αθήνα, στην Ομόνοια, το θεωρώ γκέτο. Είναι γκέτο μόνο αλλοδαπών. Ότι αν πας 12:00 στην ομόνοια δεν πρόκειται να

γλιτώσεις από εκεί θα σε σκοτώσουνε, θα σε σφάξουνε ο,τιδήποτε. Ή θα δεις εμπόρους ναρκωτικών ή τα πάντα. Και απλώς πιστεύω ότι μας κάνουν και κακό. Όπως σου ανέφερα πριν για την Ομόνοια. Έρχεται κάποιος ο οποίος δεν είναι από την Αθήνα είναι από κάποια επαρχιακή πόλη του δημιουργεί μια απέχθεια όλο αυτό. Δηλαδή όλο αυτό ότι είμαστε κουλτούρες διαφορετικών πληθυσμών Αλβανούς, Πακιστανούς, Κούρδους δεν σου δημιουργεί μια αίσθηση ασφάλειας. Δηλαδή αν γίνει ένας πόλεμος, κάτι θα επιζηήσουμε σαν έθνος; Δηλαδή θα τα καταφέρουμε.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Το κέντρο το βράδυ φοβάμαι. Εντάξει στο Σύνταγμα δεν θα φοβηθώ τόσο αλλά στην Ομόνοια δεν θα πάω. Φοβάμαι. Γιατί είναι και κοντά στη δουλειά και βλέπω κάποια πράγματα που δεν μου αρέσουνε. Εδώ να φανταστείς ότι συνήθως παίρνω το τρένο από τη Βικτώρια, δεν πηγαίνω Ομόνοια, αλλά χτες που είχα μια δουλειά και έπρεπε να πάρω το μετρό είδα και ναρκωτικά, είδα και πιάτσα μες στο μεσημέρι. Δεν είναι και ό,τι καλύτερο. Δεν θα περάσω από εκεί όταν δεν έχω λόγο. Ούτε θα το κάνω με ευχαρίστηση να πάρω το μετρό από την Ομόνοια. Θα το κάνω το μεσημέρι τρέχοντας, περνώντας θα το πάρω και θα φύγω, θα πάρω από κάτω τον ηλεκτρικό και θα φύγω. Ε, δεν μου λέει τίποτα. Δεν το κάνω και καθόλου, θα το πάρω από το μαγαζί στη γειτονιά μου. Αλλά κάποτε δεν υπήρχε αυτό. Δεν ήταν έτσι χάλια τα πράγματα. Αυτή την περιοχή την αποφεύγω[...]. Στην Ερμού δεν εννοώ ότι έχει κίνηση από αυτοκίνητα αλλά και μόνο που από τριγύρω ακούς συνέχεια αυτοκίνητα και τη βουή αυτή από τον κόσμο δεν είναι και ό,τι καλύτερο. Και επίσης και στην Ερμού έχω φοβηθεί γιατί κλέβουνε πάρα πολύ. Κλέβουνε πάρα πολύ και δεν το καταλαβαίνεις γιατί είσαι παστωμένος. Κοιτάς πώς να περάσεις από τον άλλο και δε μιλάμε για 'αγκαλιές' και τέτοια πράγματα, είναι τραγική η κατάσταση.

Ερώτηση: Σου έχει τύχει προσωπικά;

Απάντηση: Με έχουν κλέψει δύο φορές όχι στην Ερμού, σε λεωφορεία. [...]Όποτε κατεβαίνω στο κέντρο για αγορές, δώρα και

τέτοια πάντα το μετανιώνω από το χαμό, την κίνηση και το φόβο, συνέχεια να έχω τη τσάντα μπροστά μου, να μην έχω το κινητό κάπου που ενώ κοιτάω μια βιτρίνα μπορεί να μου πάρουν το κινητό. Αυτά μου έχουν μείνει, γιατί έχουν γίνει και κατά κόρον.» (επισκέπτρια του **'The Mall Athens'**, 42 ετών, κάτοικος περιοχής Αττικής)

«Τώρα αν περπατάς στην Ομόνοια θα τα έχεις όλα τα μάτια γύρω γύρω ανοιχτά. Αν βολτάρεις στην Ομόνοια, τώρα που είναι απόγευμα αλλά είναι βράδυ θα είσαι alert...Στη ομόνοια κάποιες ώρες και μετά νιώθω ότι κινδυνεύει η ζωή μου. Αν π.χ. τύχει και αντισταθώ να δώσω τη τσάντα μου[...]Όταν νυχτώσει ξεχνάς πλατεία Αμερικής, πλατεία Βικτωρίας. Τα ξεχνάς αυτά τα μέρη. Είναι πλέον μυστήρια. Δηλαδή θα έχεις εκατό μάτια πάνω σου. Και έτσι και είσαι ντυμένος λίγο έτσι πιο διαφορετικά[...]Άλλα μέρη που δεν συμπαθώ στο κέντρο...είναι κάτι στενά εκεί κοντά στο εθνικό θέατρο, στην ΑΓ. Κωνσταντίνου εκεί πέρα μέσα. Γιατί στα μέρη εκείνα κυκλοφορούν κυρίως άνδρες αλλοδαποί διαφόρων εθνικοτήτων νομίζω είναι κινέζικα τέτοια εκεί πέρα, είναι και κάτι Πακιστανοί και κάτι τέτοια. Δηλαδή και μέρα μεσημέρι να πας έχει ένα κόσμο στο δρόμο έτσι, δεν ξέρω. Έναν κόσμο στα στενά γυροφέρνει εκεί πέρα, μια κίνηση. Δεν είναι ήρεμα στενά. Υπάρχει μια βαβούρα εκεί πέρα. Είναι όλοι στους δρόμους, είναι μια βαβούρα, μιλάνε αυτό παζαρεύουνε, δεν ξέρω τι είναι εκεί πέρα. Ειδικά το στενό αυτό που στρίβεις από ΑΓ. Κωνσταντίνου για να πας Πειραιώς...που είναι κάτι εκεί πέρα δεν ξέρω τι είναι πολλά μαγαζιά ξένων, αλλοδαπών δηλαδή τις ώρες που έχει φως και μπορώ να ξεχωρίσω μερικά πράγματα, ναι θα πάω. Μόνη μου...θα πάω, αλλά δεν θα νιώθω τελείως άνετα. Τέτοια ώρα με τίποτα. Και δεν θα ήθελα να περπατάω σε αυτά τα μέρη. Νιώθω πιο ευάλωτη. Η πλατεία Βάθης, βράδυ, δεν θα πάω. Επίσης ποια είναι αυτή η πλατεία που ξεκινάει η Μάρνης και η Αχχιλέως...είναι μια πλατεία πολύ μεγάλη, που ξαναπαίρνεις την Λένορμαν μετά. Αυτή η πλατεία έχει κι ένα θέατρο μεγάλο εκεί πέρα.» (επισκέπτρια του **'The Mall Athens'**, 38 ετών, κάτοικος Γαλατσίου)

«Κοίτα όσον αφορά την Αθήνα είναι συνδεδεμένα (σ.σ.: έχει αναφερθεί σε εμπόριο ναρκωτικών, όπλων, σε πορνεία και στην ύπαρξη μεταναστών) μόνο με την Αθήνα ως κέντρο· ως κέντρο άντε να φτάσουμε μέχρι σύνορα με Αττική εκεί. Εντάξει τώρα σίγουρα υπάρχουν τοξικομανείς στο Ηράκλειο και στο Μαρούσι, όπως και Αλβανοί και Ρουμάνοι, τα πάντα, τα πάντα. Αλλά είναι σαν όλοι αυτοί να είναι σφήκες και το κέντρο της Ομόνοιας να είναι η σφηκοφωλιά. Έτσι το βλέπω εγώ, δηλαδή το κέντρο είναι η περιοχή που έχω εγώ πιο πολύ στο μυαλό μου. Όπως κι αν μιλήσεις με κάποιον μεγαλύτερο στην ηλικία μου και του πεις τη λέξη ‘τοξικομανείς’ και του πεις ‘πες μου μια περιοχή’, θα σου πει σίγουρα ‘Ομόνοια’. Η πρώτη περιοχή που θα πουν όλοι είναι η Ομόνοια.

Ερώτηση: Υπάρχουν μέρη που μπορεί να τα θεωρείς κατά μια έννοια επίφοβα μέσα στην πόλη;

Απάντηση: Εντάξει επικίνδυνα είναι και τα Εξάρχεια αλλά άμα θέλεις μπορείς να προφυλαχθείς, αλλά δυστυχώς πρέπει να είσαι πολύ δυνατός χαρακτήρας και έτσι όπως έχουμε καταντήσει πλέον δυνατοί χαρακτήρες δεν υπάρχουνε πολλοί στην Αθήνα τουλάχιστον. Οι περισσότεροι είναι ‘εντάξει μωρέ, μια φορά, τι θα γίνει’. Και έτσι χάνεται το θέμα. Αλλά εντάξει Εξάρχεια, Κολωνός, όλα αυτά τα σκοτεινά που λένε μέρη, ξέρω εγώ, είναι περίεργα, πολύ επικίνδυνα. Αλλά και πάλι χωρίς να θέλω να πω ότι σε μέρη φωτεινά όπως στην Κηφισιά δεν μπορείς να βρεις πολύ χειρότερα πράγματα.»
(επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 19 ετών, κάτοικος Ν.Ηρακλείου)

Τα στενά σηματοδοτούνται ως επικίνδυνα, επίφοβα μέρη. Το στενό, ο μικρός δρόμος σε αντίστιξη με το μεγάλο, ανοιχτό χώρο ή/και τον αστικό δρόμο φαντάζει λιγότερο εύτακτος, ασφαλής, διαφανής και λειτουργικός:

«Γενικά αυτή η κλεισούρα, δηλαδή περπατάς στις πολυκατοικίες, στενάκια, όλα αυτά είναι στριμωγμένα. Στριμωγμένες οι πολυκατοικίες, στριμωγμένα τα αμάξια στο πεζοδρόμιο, όλα είναι έτσι, δεν ξέρω...είναι σχεδόν κλειστοφοβικά.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Το στενό μπορεί να αποτελέσει έναν αστικό χώρο ο οποίος μπορεί να βιωθεί και να τον διαβείς ως περιπατητής και όχι τόσο ως επιβάτης, με την έννοια ότι το ενέργημα του περπατήματος ευνοείται εκεί και ότι ακόμα και εποχούμενος κάποιος ο ρυθμός διέλευσης του χώρου είναι πολύ αργός. Οι συγγραφείς της έρευνας *Πολεοδομία VS Μεταφορές: Από την απόκλιση στη σύγκλιση* αναφέρονται στην ανθρώπινη κλίμακα της εμπειρίας του περπατήματος μέσα στην πόλη υποστηρίζοντας ότι «το περπάτημα είναι η μετακίνηση εκείνη που δεν βάζει εμπόδια στον μετακινούμενο. Η επαφή του με τις λεπτομέρειες του αστικού χώρου και με τους υπόλοιπους χρήστες του δρόμου είναι άμεση. Με το περπάτημα δεν παραδίδεται σε ένα σύστημα μεταφορών που έχει τη δική του λογική, πολλές φορές αντίπαλη των ποιοτήτων της πόλης, σου ανήκουν όλες οι πρωτοβουλίες, όλες οι επιλογές. Με το περπάτημα είσαι ελεύθερος και η σχέση σου με το δημόσιο χώρο δεν διέπεται από κάποια εμπορική συναλλαγή (αγορά οχήματος/ εισιτηρίου, πληρωμή βενζίνης, διοδίων ή φόρων) και δεν προϋποθέτει ειδικές άδειες κυκλοφορίας και διπλώματα οδήγησης».⁴⁷⁴

Το στενό ευνοεί το διάλογο του ατόμου με το αστικό του περιβάλλον, τόσο το δομημένο όσο και με το κοινωνικό. Συνήθως, στα στενά της πόλης αναπτύσσονται και επιβιώνουν εμπορικές λειτουργίες, όπως παλιά κουρεία, υπαίθριες αγορές, μικρά μαγαζιά με μπαχαρικά, αλλαντικά, τυροκομικά προϊόντα, μαγαζιά μεταναστών. Σε αντίθεση με τις εμπορικές υποδομές στους κεντρικούς αστικούς δρόμους, όπου το θέαμα της βιτρίνας, η εσωτερική διάταξη των μαγαζιών και η πολιτική εξυπηρέτησης συνθέτουν μια τάξη όπου ο διάλογος του ατόμου με το χώρο εντάσσεται στη σφαίρα του εμπορευματικού θεάματος. Το παζάρεμα, τα πειράγματα, οι εντάσεις, η οικειότητα ακόμα και μεταξύ αγνώστων, οι πιο χαλαροί ρυθμοί βίωσης του χώρου (ρυθμοί οπτικής και κινητικής εμπειρίας), οι πτυχώσεις των εισόδων των κτηρίων, απόκρυφα από την κοινή θέα, ημιφωτεινά σημεία, ακόμα και οι ξαφνικές αλλαγές ύψους του εδάφους -για παράδειγμα όταν τα σκαλιά ενός κτηρίου καλύπτουν το πεζοδρόμιο- που μπορούν να προσδώσουν μια παιγνιώδη και χορογραφική διάσταση στο περπάτημα ή να αποτελέσουν σημείο στάσης⁴⁷⁵ αντιδιαστέλλονται με τον ακριβή ορισμό των τιμών, την τυπικότητα των

⁴⁷⁴ Θ.Βλαστός-Δ.Μηλάκης, *Πολεοδομία VS Μεταφορές: Από την απόκλιση στη σύγκλιση*, ό.π., σελ.8.

⁴⁷⁵ Στ.Σταυρίδης, *Από τη πόλη οθόνη στην πόλη σκηνή*, ό.π., σελ.334-7. Ο Σταυρίδης επεξεργαζόμενος την εμπειρία των κατοφλίων στο αστικό τοπίο αναφέρεται σε περιπτώσεις όπου «ο δρόμος γίνεται το κατώφλι ανάμεσα στο ιδιωτικό και δημόσιο, κατώφλι που διασχίζει και ενώνει». Επίσης αναφέρει το

συνομιλιών, την επεξεργασμένη οικειότητα και τον ψυχαναγκασμό του εργαλειακού χαμόγελου και της ευγένειας, τη γρήγορη κατανάλωση του χώρου μέσα από μια ανάπτυξη συνήθως γρήγορων ρυθμών, τη σαφήνεια, τη φωτεινότητα των χώρων εξωτερικών (προσόψεις, βιτρίνες) και εσωτερικών των καταστημάτων.

Στα εμπορικά κέντρα και στους μεγάλους αστικούς εμπορικούς δρόμους ενορχηστρώνεται με τέτοιο τρόπο ο χώρος μέσα από τη διάταξη των αντικειμένων, των λειτουργιών, των ατόμων (πωλητές/τριες, πελάτες, προσωπικό ασφαλείας) εντός του, έτσι ώστε να διασφαλίζεται μια συνθήκη διαφάνειας. Όλα υπάγονται στο καθεστώς του ορατού: τα εμπορεύματα, οι πωλητές/τριες (διακριτική ενδυμασία, τρόπος εξυπηρέτησης), οι πελάτες ως αυτοκινούμενα σημεία επίδειξης, πώλησης του εαυτού αλλά και υπό επιτήρηση για ενδεχόμενη παρεκκλίνουσα συμπεριφορά (π.χ. κλοπή) και τέλος ορατό, διακριτό το προσωπικό ασφαλείας και τα συστήματα ηλεκτρονικής παρακολούθησης του χώρου.

Το στενό είναι ο χώρος του ημίφωτος, του σκοτεινού, του απρόβλεπτου –ως προς το χώρο και τη γεγονότα του- του απόκρυφου, του μυστικού. Το στενό είναι ο χώρος που μπορεί και αντιστέκεται και διαφεύγει ως ένα βαθμό από το πανοπτικό βλέμμα, είτε της θεσμικής εξουσίας είτε της ατομικής συνείδησης. Το πανοπτικό βλέμμα είναι το βλέμμα του Υπερεγώ στο κοινωνικό και προσωπικό χώρο. Το βλέμμα που περιφρουρεί, διασφαλίζει και επιθυμεί την καθαρότητα, την ευταξία, τη συμμόρφωση, την κανονικότητα. Αρνείται τη σύγχυση, το μυστικό, τη σύγκρουση και τη διαφωνία.

Οι πολεοδομικές παρεμβάσεις και η αναδιάρθρωση του παρισινού αστικού χώρου στα μισά του 19^{ου} αιώνα από τον Haussmann στόχευαν σε έναν καθαρό του χώρου από την πολεοδομική αναρχία και σύγχυση των μικρών καμπύλων δρόμων και των πυκνοκατοικημένων κατοικιών της εργατικής τάξης. Η χάραξη ευθειών, πλατειών οδών που διέσχιζαν τον συγκεχυμένο αστικό ιστό αποτελούσε εργαλείο κοινωνικού αστικού ελέγχου, καθώς επέτρεπε τη γρήγορη επέμβαση των στρατιωτικών δυνάμεων σε περίπτωση εξεγέρσεων και δυσκόλευε την ανέγερση οδοφραγμάτων, που την ευνοούσαν οι μικροί σε πλάτος δρόμοι. Επίσης, οι ευθείες αυτές λεωφόροι λειτουργούσαν και ως μέσα πολιτικού ελέγχου και κοινωνικού

παράδειγμα του παζαριού όπου δημιουργείται ένας μεταβατικός τόπος, καθώς τα πεζοδρόμια μετατρέπονται προσωρινά σε κατάστημα.

διαχωρισμού μεταξύ διαφορετικών κοινωνικοοικονομικών περιοχών.⁴⁷⁶ Η κατασκευή του αποχετευτικού συστήματος της πόλης, η δημιουργία μεγάλων βουλεβάρτων καλά φωτισμένων και αστυνόμευμένων φιλοξενούσαν εμπορικές λειτουργίες και διαβάτες, συμπληρώνοντας την αναδόμηση του αστικού χώρου και θέτοντας έτσι την αστική εμπειρία σε νέα χωρικά και κοινωνικά πλαίσια.

Όπως φαίνεται από το λόγο των υποκειμένων το στενό και κάποιες αστικές περιοχές που τους αποδίδονται τα γνωρίσματα του στενού σημασιοδοτούνται ως επικίνδυνα, επίφοβα μέρη. Η επένδυση αυτή προκύπτει από μια διαλεκτική απόδοση χαρακτηριστικών, έτσι ώστε ο χώρος να προσδιορίζει τα άτομα, τις κοινωνικές ομάδες που τον κατοικούν και αυτές να χαρακτηρίζουν το χώρο. Η διαλεκτική αυτή απόδοση αποτυπώνεται γλαφυρά στη φράση: «Δεν μου αρέσουν κάτι στενάκια, στέκια αν θέλεις, Αλβανών, Πακιστανών ό,τι εθνικοτήτων μπορείς να φανταστείς» και αλλού: «...που αναγκάστηκα να περάσω όλα αυτά τα στενά που βρίσκονται πίσω από την Αθηνά, πραγματικά νόμιζα ότι ζω στο εξωτερικό. Είναι στέκια μειονοτήτων εκεί πέρα και απλά θέλω να το αποφεύγω. Από θέμα φόβου, καθαρά».

Ο συμβολισμός του «καζανιού» που χρησιμοποιείται από ένα άτομο (και της «σφηκοφωλιάς» από άλλο) για να περιγράψει το κέντρο της πόλης σημαίνει κοινωνικά, πολιτισμικά νοήματα και αναπαραστάσεις του χώρου και ατόμων/ομάδων. Το κλειστό, το ασφυκτικό, το αποπνικτικό, το έτοιμο να ξεχειλίσει, είναι αποδόσεις στον αστικό χώρο και στην κοινωνική κατάσταση που τον χαρακτηρίζει με ανθρώπους που βρίσκονται εν βρασμό -ή αλλιώς «μετανάστες», «ναρκομανείς», «περιθωριακοί», «διάφοροι τρελοί», «περίεργου», «άνθρωποι που είναι ταλαιπωρημένοι, δυστυχισμένοι, που μπορεί να βγουν εκτός εαυτού για κάποιους λόγους».

Σε αυτό το χώρο, σε αυτό το «καζάνι με κακή ροή, κακό νίβε» όσοι τον κατοικούν είναι αναμμένοι, εν βρασμό ή αλλιώς κουζουλοί.⁴⁷⁷ Κάνουν «κρα κρα», είναι «αναξιοπρεπείς», είναι «θρασείες», «πρόστυχο», «σου κάνουν νεύματα πονηρού περιεχομένου», «παίρνει το δικαίωμα ο καθένας από μόνος του να σε αρπάξει από το χέρι», «έρχονται σου μιλάνε, σε προσεγγίζουν με πρόστυχο τρόπο», «σε κοιτάνε έτσι ή

⁴⁷⁶ Ρ.Σένετ, *Οι χρήσεις της αταξίας-προσωπική ταυτότητα και ζωή της πόλης*, μετ., επιμ. Γ.Καραπαπάς, Τροπή, Αθήνα 2004, σελ.108-110.

⁴⁷⁷ Η.Πετρόπουλος, *Ο κουραδοκόφτης*, Νεφέλη, Αθήνα 2002, σελ.37. Ο Πετρόπουλος αναφερόμενος στη σιτίτικη αδελφότητα των κιζίλ μπάσηδων παραθέτει την ετοιμολογία της τουρκικής λέξης kizil, η οποία σημαίνει τριχιά από κατσικότριχες. Η ίδια λέξη ως επίθετο έχει τις σημασίες: κόκκινος, κατακόκκινος, πυρώμενος, κορώμενος και μεταφορικά κομμουνιστής, σκαρλατίνα. Ο Η.Πετρόπουλος υποθέτει ότι η λέξη κουζουλός (μουρλός, τρελός) προήλθε από το kizil με την έννοια του ζαναμμένου.

αλλιώς», «μπορεί να σε σφάζουνε», «κινδυνεύει η ζωή μου». Σε αυτό το «καζάνι» ή σε αυτό το κέντρο -που «είναι λίγο Κυψέλη όλο το κέντρο»- κοχλάζουν «κίνδυνοι» και μυρίζει φόβος. Το καζάνι και όσοι κοχλάζουν εκεί μέσα συνιστούν αναπαραστάσεις χώρου και συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων. Ο συμβολισμός του καζανιού ως ο τόπος τιμωρίας των κολασμένων της επίγειας ζωής, των χαμένων της θεϊκής ανταμοιβής, των έκπτωτων από το ουράνιο βασίλειο φαίνεται να αναπαρίσταται στον αστικό χώρο. Φαντάζει επίφοβος, επικίνδυνος ο βρασμός όταν γίνεται μπροστά στα μάτια μας.

2. Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις των «κατοίκων» του χώρου:

2.1. Ο συμβολισμός του «βρώμικου»

Ο συμβολισμός του «βρώμικου» συγκροτείται από τις αναπαραστάσεις, εικόνες του εξαθλιωμένου, του κοινωνικά φτωχού, του περιθωριοποιημένου, του τοξικομανή, του ψυχικά παρεκκλίνοντα, του μετανάστη:

«Δεν μου αρέσει να βλέπω...εντάξει δεν είμαι ρατσίστρια αλλά δεν μου αρέσει η εικόνα...δεν μου αρέσει οι αλλοδαποί που βλέπω. Μου δημιουργεί έλλειψη ασφάλειας. Γενικότερα από αυτά που ακούμε και γίνονται και από την συμπεριφορά που βλέπεις στους δρόμους και...ας πούμε δεν μου αρέσει που βλέπω ναρκομανείς δηλαδή γενικότερα υπάρχει πολύ βρώμια στο κέντρο της Αθήνας. Πολύ βρώμια, βρώμια και μεταφορική και κυριολεκτική. Φοβάσαι να κυκλοφορήσεις. Φοβάσαι να κυκλοφορήσεις πραγματικά. Είτε είναι μέρα είτε είναι νύχτα.[...] Με μεταφορική έννοια στον κόσμο δηλαδή ο τρόπος που θα σε κοιτάζουν, ο κόσμος που βλέπεις στο δρόμο. Αισθητική βρώμια. Βλέπεις ανθρώπους βρώμικους, να μυρίζουνε, να φοράνε ρούχα απαράδεκτα. Υπάρχει φτώχεια στο κέντρο της Αθήνας. Και πνευματική και...[...] Γενικότερα είναι φτωχό το κέντρο της Αθήνας.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Με ενοχλούνε πολύ, όχι εντελώς ρατσιστικά, ο τόσο ξένος πληθυσμός της πόλης. Δηλαδή σίγουρα δεν είναι όλοι κακοί, αλλά ακόμα πιο σίγουρα δε είναι οι περισσότεροι καλοί. Δηλαδή για μένα είτε ρουμάνος είναι, είτε μαύρος, είτε άσπρος ή Αλβανός, οι περισσότεροι που έχουν έρθει εδώ μπορεί να ήρθαν για να δουλέψουνε αλλά δουλεύουνε ή ζούνε μέσα από λαμογιές, ό,τι μπορείς να φανταστείς, ναρκωτικά, εμπόριο λευκής σαρκός, εμπόριο όπλων, τα πάντα, τα πάντα. Και όταν τους βλέπεις αν έχεις όλα αυτά στο μυαλό σου, γιατί εγώ τα έχω προσωπικά, σε προβληματίζει ότι είσαι είκοσι χρονών, σε μια δεκαετία θα έχεις οικογένεια και ότι σε μια εικοσαετία θα κατεβαίνει το παιδί σου στο κέντρο κι ακόμα πόσο χειρότερα θα γίνουν τα πράγματα. Επίσης οι τοξικομανείς, εντάξει τα παλικάρια μπορεί να τη βρίσκουν έτσι ή μπορεί να φτάσαν όντως σε ένα σημείο που να σαλτάρανε και να ξεδίνουν έτσι δεν υπολογίζουν τίποτα για αυτή. Δηλαδή δεν υπολογίζουν το αν ο άλλος είναι κουρασμένος ή αν ο άλλος είναι ξενυχτισμένος από διασκέδαση...τίποτα, τίποτα. Κοιτάνε μόνο και μόνο να βρουν ένα τρόπο να πάρουνε τη δόση τους, γιατί πλέον δεν την παίρνουν για να νιώσουν ευχάριστα, για να δουν διάφορα, την παίρνουν πλέον για να μην πονάνε και τέτοια πράγματα. Και χωρίς να το θέλουμε θεωρώ ότι είναι πολύ εγωιστές σαν άτομα. Αυτά τα δύο νομίζω είναι τα χειρότερα. Τώρα η Αθήνα και η κάθε Αθήνα, κάθε Θεσσαλονίκη για τις γυναίκες χαμηλών ηθών —δεν μπορούμε να το αποκλείσουμε— είναι κάτι το συνηθισμένο. Είναι...δεν είναι πρόβλημα βασικά, δηλαδή κάποτε σε έρευνες είχανε πει ότι αποτελούν λειτουργημα, οπότε το αφήνουμε λίγο στην άκρη.

Ερώτηση: Αυτό με ποια έννοια το λες;

Απάντηση: Ως πρόβλημα, είναι σίγουρα γιατί υπάρχουνε πολλές ασθένειες, πάρα πολλές ασθένειες. Αλλά είναι κοινώς αποδεκτές, έστω κι υποσυνείδητα από το 70% του πληθυσμού της Αθήνας. Τώρα στην Αθήνα ζω, είπα και στη Θεσσαλονίκη και οπουδήποτε. Δηλαδή δεν υπάρχει περίπτωση να πας, δηλαδή εγώ έχω παιδιά στη σχολή μου από την Κρήτη που λένε ότι ακόμα και στην Κρήτη έχουμε πολλούς οίκους ανοχής. Οπότε έχει γίνει κάτι το πολύ

συνηθισμένο και μεταξύ σοβαρού και αστείου δεν αυξάνεται κιόλας γιατί πλέον μια τέτοια κοπέλα μπορείς να τη βρεις σε ένα κλαμπ και χωρίς να δώσεις και χρήματα, ενώ οι τοξικομανείς και ο ξένος πληθυσμός αυξάνεται ραγδαία, ραγδαία.» (επισκέπτης του **'The Mall Athens'**, 19 ετών, κάτοικος Ν.Ηρακλείου)

«Το κέντρο της Αθήνας έχει λογιών-λογιών εθνικότητες, το αποφεύγω στο **'The Mall'** αυτό και επίσης, σίγουρα το κέντρο της Αθήνας είναι πιο βρώμικο από το **'The Mall'**. Δηλαδή υπάρχουν γειτονιές που είναι πολύ βρώμικες, που με στεναχωρεί και που τις βλέπω και ότι μπορεί να περπατήσω εγώ σε αυτές τις γειτονιές.» (επισκέπτρια του **'The Mall Athens'**, 21 ετών, κάτοικος Κηφισιάς)

«Η εξωτερική εμφάνιση, το ντύσιμο, πως είναι, γιατί φαίνεται από τα ρούχα του άλλου τι παίζει. Τι άνθρωπος είναι. Άμα ο άλλος είναι φτωχός ή πρεζάκι ή οτιδήποτε το βλέπεις, φαίνεται.. γιατί μπορεί να δεις τον άλλο από τα ρούχα του, όχι ότι πρέπει να είναι καλά ντυμένος, αλλά άμα είναι σκισμένα, είναι αλλιώς, κάτι δεν είναι σωστό.» (επισκέπτρια του **'The Mall Athens'**, 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Γενικώς, να ξέρεις όπου υπάρχει φτώχεια, υπάρχει πάντα η διάθεση κάποιος να κάνει κάτι εις βάρος σε άλλον. Πάντα. Ειδικά αν αυτός ο άλλος περπατάει μόνος του και κρατάει μια ωραία τσάντα και γενικώς φαίνεται ότι έχει το εισόδημα του και είναι οικονομικά σχετικά καλά και ότι είναι καθαρός, με όλη την έννοια του καθαρού. Είναι αλλιώς να πάω εγώ και αλλιώς να πάει μια κοπέλα με μισοξεβαμμένο μαλλί πλατινέ, πολύ βαμμένη με ένα ψιλοξεβαμμένο κόκκινο νύχι τακουνάρα, με ένα ντεκολτέ μέχρι τον αφαλό...είναι διαφορετικά. Ίσως εκείνη τη σεβαστούν πιο πολύ από εμένα. Εγώ είμαι πιο ξένη, κατάλαβες.» (επισκέπτρια του **'The Mall Athens'**, 38 ετών, κάτοικος Γαλατσίου)

Τα σημαινόμενα του συμβολισμού του «βρώμικου» είναι η ηθική ανεπάρκεια, η παρέκκλιση, η εγκληματικότητα, η επικινδυνότητα, το μη-ελεγχόμενο, το απρόβλεπτο, το τυχαίο, το μη-κανονικό, το μη-δυτικό άρα και ανορθολογικό, το

βίαιο. Επίσης η σύγχυση, η ασάφεια των προθέσεων, τα υστερόβουλα κίνητρα, η παραβίαση των ορίων συναρθρώνονται μέσω της κοινωνικής απόδοσης με τις αναπαραστάσεις των φορέων του «βρώμικου». Οι προθέσεις, τα κίνητρα, το ήθος, οι συνήθειες, οι πρακτικές αυτές συνιστούν συνιστώσες μιας «βρώμικης συμπεριφοράς». Στη συνέχεια παραθέτουμε αποσπάσματα από το λόγο των υποκειμένων που αναπαριστούν τη «βρώμικη συμπεριφορά»:

««Φοβάμαι...Βασικά έχει τύχει κάποιες φορές κάποια παιδιά να κάνουν κάποιες πλάκες μεταξύ τους και να μην καταλαβαίνουν ότι ας πούμε ποια είναι τα όρια τους. Δηλαδή τα χωρικά τους όρια, δηλαδή ότι μπορεί εσένα αν σε σκουνητήξουνε για παράδειγμα μπορεί εσένα να σε πειράξει.[...] Μου έχει τύχει να μου κάνουν νεύματα πονηρού περιεχομένου ναι μου έχει τύχει αρκετές φορές. Και πρόσφατα. Δηλαδή μπορεί να τύχει να σου βγάλουν τη γλώσσα, δηλαδή μην μπαίνω σε...γίνονται χοντρά σκηνικά στο κέντρο της Αθήνας. Γίνονται πρόστυχοι απέναντι σου χωρίς εσύ να δίνεις...δηλαδή πως κοιτάς έναν περαστικό και ο άλλος να σου βγάζει επιτόπου τη γλώσσα ή να σου κάνει ματιά ή να σου μιλάει, να σου λέει ξέρεις...να προσπαθεί δηλαδή να σε προσεγγίσει, αλλά με πρόστυχο τρόπο χωρίς εσύ να έχεις δώσει δικαίωμα ή να εκπέμπεις κάτι τέτοιο. Δηλαδή υπάρχει μια θρασύτητα από το μέρος τους πιστεύω.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Πρώτα- πρώτα είμαι μια γυναίκα και με πολλούς άνδρες και ξένους και όπως ξέρεις οι λαοί της ανατολής τις γυναίκες των δυτικών χωρών τις κοιτάνε λίγο περίεργα. Δεν είναι συνηθισμένοι, ας πούμε. Το να πάω λουπόν εγώ με όλο αυτό το προφίλ που έχω, που ναι μεν δεν είμαι λεπτεπίλεπτη και εύκολο θύμα αλλά από την άλλη όμως όταν πάω μόνη μου είναι σαν να λέω 'παιδιά για ελάτε', προκαλώ λίγο. Δεν θέλω γενικά να προκαλώ την τύχη μου. Μπορεί να μην γίνει τίποτα, μπορεί όμως να γίνουν και διάφορα πράγματα. Και ποιος ο λόγος να μπω σε αυτή τη διαδικασία. Συν ότι εγώ έχω πάντα τσάντα. Η τσάντα είναι σαν να βλέπεις γεμάτη να περπατάει σε εκείνα τα μέρη.[...]έχουν άλλες νοστροπίες, άλλα πράγματα. Δηλαδή ακόμα και να μου την πέσουνε ή να

μου πούνε ‘έλα μαρό μου...’, εμένα με ενοχλεί. Θέλω το όριο μου. Δεν θέλω να παρεμβαίνεις πιο πολύ. Και ακόμα το αξιοπρεπές, που σε εκείνες τις περιοχές δεν υπάρχει αξιοπρεπές δεν ξέρουνε, δεν έχουν τρόπους για να σε...νομίζω ότι αν είναι να σου την πέσουν θα σου την πέσουν χοντρά δεν θα στη πέσουνε... ‘και τι όμορφη που είσαι και αν θέλεις να πάμε το βράδυ και εεε’ έτσι όπως γίνεται αυτό το πράγμα, πιστεύω ότι κάτι θα παραβεί τα όρια μου. Εκεί αυτό νιώθω.[...]Με ενοχλεί πάρα πολύ το ‘θα σου πλύνω το τζάμι’ (σ.σ: αλλάζει τη φωνή της προσποιούμενη την σπαστή προφορά των αλλοδαπών) ‘όχι, δεν θέλω’, ‘έλα, έλα θα στο πλύνω το τζάμι’, ‘δεν θέλω χριστιανέ μου’, ‘όχι θα σου το πλύνω’. ‘Άντε πλύνε το να δούμε τι θα καταφέρεις, άντε μπράβο’. Γιατί καμιά μέρα θα βγάλω τη ζώνη και θα κατέβω έξω και θα τον βουτήξω και δεν ξέρω τι θα κάνω τον άνθρωπο. Που είναι φτωχός, που πεινάει αλλά εγώ τι φταίω. Έχω σκορπίσει ήδη πόσα ψιλά σε διάφορους, χαρτομαντάληδες, δεν ξέρω αυτό. [...] Ενώ συμπαθώ το μετρό, δεν συμπαθώ των ΗΣΑΠ. Η διαφορά είναι η εξής. Στο ΜΕΤΡΟ έχει μια...οι σταθμοί τους έχουν έναν πολιτισμό, ενώ του ΗΣΑΠ...γενικά δεν συμπαθώ να είμαι σε χώρους στριμωγμένη, κουτουπωμένη, με πολλούς ανθρώπους. Δεν το συμπαθώ πολύ αυτό.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 38 ετών, κάτοικος Γαλατσίου)

«Ομόνοια που γίνεται πανικός και βράδυ ειδικά, δεν είναι και η πιο καλόφημη περιοχή. Εξάρχεια πάω πιο άνετα ας πούμε. Και πάλι δεν πηγαίνω τόσο συχνά αλλά αν είμαστε παρέα δεν με χαλάει. Ναρκομανείς, όλος αυτός ο πανικός που γίνεται. Στο τρένο...να σου πω κάτι εγώ βλέπω τεράστια διαφορά μεταξύ Μετρό και τρένου. Στο τρένο μου σπάνε τα νεύρα, μπαίνω μέσα πήχτρα, πάλι κόσμος που έρχεται και λες...εντάξει από τη μια λυπάσαι για παράδειγμα κάποιος ναρκομανής εντάξει είναι ένα πρόβλημα και πρέπει να λυθεί αλλά ώρες-ώρες λες θέλω να πάω στη δουλειά και δεν μπορώ να έρχεται ο καθένας να ζητιανεύει. Στο Μετρό δεν το βλέπεις αυτό, βλέπεις κόσμο να πηγαίνει στη δουλειά του ή τουλάχιστον δεν το βλέπεις σε τέτοιο βαθμό.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 22 ετών, κάτοικος Παράδεισου Αμαρουσίου)

«Το γεγονός ότι βγαίνω έξω ρε παιδί μου και πάω να κάτσω σε μια καφετέρια και δεν θα μου συμβεί στο διπλανό τραπέζι να είναι μια παρέα Αλβανών που θα κοιτάει είτε να κλέψουνε είτε να σχολιάσουνε, είτε να κοροϊδέσουνε κάτι που θα με ενοχλήσει εμένα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 21 ετών, κάτοικος Κηφισιάς)

«Κοίτα ό,τι δεν ξέρουμε, όσο να 'ναι το φοβόμαστε. Όταν βλέπεις τον άλλο ότι έχει πρόβλημα ή οτιδήποτε, αλλά δεν ξέρεις κι εσύ πως θα αντιδράσει. Δεν ξέρεις τι μπορεί να έχει στο κεφάλι του ή τι μπορεί να γίνει. Νομίζω ότι για αυτό το θεωρώ επικίνδυνο. Και επίσης έχουμε μαζέψει τόσους αλλοδαπούς και τους βλέπεις που κάνουνε παρέα και κάνουνε πηγαδάκια και δεν ξέρεις ποτέ τι γίνεται. Και ακούς τόσα πολλά που κλέβουνε, που ληστεύουνε, που χτυπάνε ή που ο,τιδήποτε μπορεί να κάνουνε...στις ειδήσεις ή μεταξύ που κυκλοφορεί από τον έναν στον άλλο...που όσο να ναι μου έχει μείνει αυτό το επικίνδυνο. Βλέπεις διάφορους τρελούς εκεί που δεν ξέρω εγώ τι. Ήταν μια κυρία που περπάταγε και έκανε 'κρα-κρα', έκραζε. Εντάξει εκεί γελάς αλλά δεν ξέρεις. Όσο να είναι δεν σου προκαλεί και ασφάλεια αυτό' το αίσθημα της ασφάλειας. Στην πλατεία Ομόνοιας μαζεύονται όλοι αυτοί πέρα δώθε, τριγύρω και τα λοιπά, και τους βλέπεις που κοιτάνε, κοιτάνε αλλιώς...μου βγάζουνε κάτι...νομίζω ότι δεν είναι τόσο πλέον η εμφάνιση ή αν ο άλλος είναι λίγο τρελός ή δεν είναι' είναι τι νιώθω εγώ, τι μου βγάζουνε εμένα αυτοί. Όταν βλέπω ότι ο άλλος κοιτάει κάτι να κάνει, κοιτάει να σου μιλήσει άσχημα ή να σε πλησιάσει με τρόπο που δεν σου φαίνεται φυσιολογικός, λίγο έτσι πιο ύπουλα ή οτιδήποτε. Αυτό σίγουρα μου προκαλεί ανασφάλεια.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Η «βρώμικη συμπεριφορά» προκαλεί συναισθήματα αποστροφής, ανασφάλειας και φόβου. Η αοριστία, η ασάφεια των εκτιμήσεων για απειλητικά, εν δυνάμει επικίνδυνα άτομα, καταστάσεις, γεγονότα και χώρους, οι υπολογισμοί και οι πιθανολογήσεις ενός επιπολάζοντος, διάχυτου κινδύνου σηματοδοτούν έναν

τροπισμό της διακινδύνευσης, ο οποίος τροφοδοτείται και αναπαράγει ταυτόχρονα φοβίες και στερεοτυπικές κατασκευές.

Όπως είδαμε από την ανάλυση του λόγου των υποκειμένων, φορείς του κινδύνου θεωρούνται οι κοινωνικά, εθνικά, πολιτισμικά άλλοι, διαφορετικοί, δηλαδή ψυχικά παρεκκλίνοντες, μετανάστες, τσιγγάνοι, κοινωνικά περιθωριοποιημένα άτομα, τοξικομανείς. Οι κοινωνικές αυτές αναπαραστάσεις επενδυμένες με την έννοια της επικινδυνότητας -λόγω της ηθικής τους ανεπάρκειας, της μη-κανονικότητας της κατάστασης και της συμπεριφοράς τους, των παραβατικών προθέσεων και των κακόβουλων κινήτρων τους- καθίστανται στερεότυπα του επικίνδυνου. Η αφαιρετική, ρευστή, αφηρημένη και συγκεχυμένη φύση της επικινδυνότητας προσφέρεται για την στερεοτυπική και στερεοτυπούσα αντίληψη ατόμων, κοινωνικών καταστάσεων και σχέσεων.

Μέσα από το λόγο των υποκειμένων αναφαίνεται μια στερεοτυπική αντίληψη η οποία βασίζεται στη φυσιολογική αξιολόγηση των ατόμων. Κατά τον R.Sennett, μια σειρά παραγόντων από τον εμπειρικό θετικισμό, τη φρενολογία, την απομάγευση του κόσμου μέχρι τον βιομηχανικό καπιταλισμό σήμανε μετασχηματισμούς στη σχέση της προσωπικότητας και του δημοσίου και ιδιωτικού χώρου. Ο Sennett ισχυρίζεται ότι τον 19^ο αιώνα σημειώνεται η διείσδυση της προσωπικότητας ως κοινωνικής κατηγορίας στο δημόσιο χώρο.⁴⁷⁸ Η πίστη στην εμμένεια του νοήματος του κόσμου υπαγορεύεται από την έκπτωση του θεικού στοιχείου ως ρυθμιστικού στον ανθρώπινο κόσμο και την θετικιστική αντίληψη που εντόπιζε το νόημα στο άμεσα αισθητηριακά δοσμένο και στο συγκεκριμένο. Επομένως οποιαδήποτε χειρονομία, συμπεριφορά λόγω του απτού της χαρακτήρα, της δημόσιας παρουσίας της, του άμεσα δηλαδή αντιληπτού εκλαμβάνονταν ως έκφραση κάποιου εμμενούς νοήματος.

Ο φετιχισμός του εμπορεύματος μυστικοποίησε την -ενδυματολογική και όχι μόνο- εμφάνιση των ανθρώπων, καθιστώντας την ως δείκτη της προσωπικότητας, της συμπεριφοράς, του προσωπικού γούστου και της κοινωνικής τάξης. Παράλληλα, η νέα ψυχολογική αντίληψη έκανε λόγο για την ακούσια αποκάλυψη της προσωπικότητας μέσω της συμπεριφοράς, η οποία υπέρβαινε τον αυτοέλεγχο της ατομικής συνείδησης. Όλο αυτό το πλέγμα παραγόντων συνέβαλε στην ανάδυση μιας αντίληψης που έδινε βάρος στις εμφανίσεις των ατόμων. Η διερεύνηση της

⁴⁷⁸ Ρ.Σένετ, *Η τυραννία της οικειότητας: Δημόσιος και ιδιωτικός χώρος στο δυτικό πολιτισμό*, ό.π., σελ. 196-201.

προσωπικότητας του ατόμου με την αναζήτηση ενδείξεων, λεπτομερειών στην εμφάνιση και τη δημόσια συμπεριφορά είχε ως συνέπειες την αγκύλωση της κοινωνικότητας, την ενίσχυση της παρατηρησιακής παθητικότητας, την ενίσχυση της θεαματικότητας των εμπορευμάτων και θα προσθέταμε την στερεοτυπική αντίληψη και αξιολόγηση των ατόμων.

Η φυσιογνωμική αξιολόγηση των κοινωνικών ατόμων συνεπάγεται στερεοτυπία, καθώς παραγνωρίζεται η άμεση πραγματικότητα, ιστορική ιδιαιτερότητα και μοναδικότητα του κάθε ατόμου και των κοινωνικών σχέσεων χάριν διακριτικών, ταυτοποιητικών σημείων. Η αξιολόγηση βάσει των εμφανίσεων ευνοεί την κατηγοριοποίηση των ατόμων σε τύπους κοινωνικής συμπεριφοράς και τάξης, με άμεση συνέπεια και την αντίστοιχη υιοθέτηση στάσης απέναντι σε αυτούς. Το πάγωμα της κοινωνικότητας, δηλαδή της αδιαμεσολάβητης κοινωνικής αλληλόδρασης και του ενδιαφέροντος και της εμπλοκής με τα κοινωνικά άτομα στις συνθήκες του κοινωνικού πραγματικού ευνοεί τη στερεοτυπία. Αυτό που μπορούμε να παρατηρήσουμε είναι ότι τόσο στην περίπτωση της φυσιογνωμικής, ηθολογικής αξιολόγησης του 19^{ου} αιώνα όσο και στην κοινωνία του σύγχρονου θεάματος, οι εμφανίσεις, οι εικόνες διαμεσολαβούν ως κριτήρια αξιολόγησης και κοινωνικής συμπεριφοράς.

Με βάση αυτό το συλλογισμό μπορούμε μέσα από το λόγο των υποκειμένων να δούμε πως διασταυρώνονται οι φυσιογνωμικές αξιολογήσεις ατόμων σε περιστάσεις άμεσης επαφής και οι διαμεσολαβημένες μεντιακές εξεικονίσεις.

Ενδεικτικό της φυσιογνωμικής, στερεοτυπικής αντίληψης είναι το γεγονός ότι η αξιολόγηση των υποκειμένων για ανεπιθύμητες, επίφοβες κοινωνικές καταστάσεις, χώρους και ανθρώπους τοποθετείται σε επίπεδο των εμφανειών. Πιο συγκεκριμένα:

«Δεν μου αρέσει η φτώχεια, δεν μου αρέσει να βλέπω φτωχούς ανθρώπους στο δρόμο να ζητιανεύουνε... δεν μου αρέσει οι αλλοδαποί που βλέπω. Μου δημιουργεί έλλειψη ασφάλειας. Γενικότερα από αυτά που ακούμε και γίνονται και από την συμπεριφορά που βλέπεις στους δρόμους και...ας πούμε δεν μου αρέσει που βλέπω ναρκομανείς δηλαδή γενικότερα υπάρχει πολύ βρώμια στο κέντρο της Αθήνας. Πολύ βρώμια, βρώμια και μεταφορική και κυριολεκτική...Μεταφορική έννοια στον κόσμο δηλαδή ο τρόπος που θα σε κοιτάζουν, ο κόσμος που βλέπεις στο

δρόμο. Αισθητική βρώμια. Βλέπεις ανθρώπους βρώμικους, να μυρίζουνε, να φοράνε ρούχα απαράδεκτα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Δηλαδή υπάρχουν γειτονιές που είναι πολύ βρώμικες, που με στεναχωρεί και που τις βλέπω και ότι μπορεί να περπατήσω εγώ σε αυτές τις γειτονιές». (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 21 ετών, κάτοικος Κηφισιάς)

Είναι αρκετά χαρακτηριστική της στερεοτυπικής αντίληψης που βασίζεται στη φυσιολογική αντίληψη η προσπάθεια μιας 25χρονης κοπέλας να τεκμηριώσει την πηγή της ανησυχίας, του φόβου στην αναπαράσταση του επικίνδυνου. Αρχικά ισχυρίζεται ότι:

«Όταν βλέπεις τον άλλο ότι έχει πρόβλημα ή οτιδήποτε, αλλά δεν ξέρεις και εσύ πως θα αντιδράσει. Δεν ξέρεις τι μπορεί να έχει στο κεφάλι του ή τι μπορεί να γίνει. Νομίζω ότι για αυτό το θεωρώ επικίνδυνο. Και επίσης έχουμε μαζέψει τόσους αλλοδαπούς και τους βλέπεις που κάνουνε παρέα και κάνουνε πηγαδάκια και δεν ξέρεις ποτέ τι γίνεται.

Ερώτηση: Σε φοβίζει η εικόνα του αλλοδαπού;

Απάντηση: Δεν ξέρω αν είναι του αλλοδαπού. Ίσως λέμε του αλλοδαπού επειδή είναι συγκεκριμένη, αλλά νομίζω ότι γενικά είναι του ανθρώπου που θα δω. Δεν ξέρω τώρα αν είναι Έλληνας ή αλλοδαπός...

Ερώτηση: Ποιά χαρακτηριστικά έχει αυτός ο τύπος που σου προκαλεί ένα φόβο;

Απάντηση: Η εξωτερική εμφάνιση, το ντύσιμο, πώς είναι, γιατί φαίνεται από τα ρούχα του άλλου τι παίζει `τι άνθρωπος είναι. Άμα ο άλλος είναι φτωχός ή...ξέρω εγώ...πρεζάκι ή ο,τιδήποτε το βλέπεις, φαίνεται.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος

Αγ.Παρασκευής)

Η εμφάνιση, το ντύσιμο, η αναπαράσταση του μετανάστη, του περιθωριοποιημένου, του ψυχικά παρεκκλίνοντα σημασιοδοτείται ως επίφοβη. Στη συνέχεια εκφράζεται μια μετατόπιση στο ύφος:

«Κάποιοι που βλέπεις ότι έχει ένα περίεργο ύφος, σε κοιτάνε λίγο περίεργα, σε κοιτάνε κάπως. Δεν νομίζω ότι είναι τόσο ο αλλοδαπός, ο Αλβανός ή έτσι ή αλλιώς. Είναι η εικόνα του ανθρώπου που βλέπεις ότι είναι κάπως, ρε παιδί μου, ότι είναι άνθρωπος της πιάτσας με την άσχημη, όμως, έννοια... Βέβαια, σίγουρα είναι και το ύφος. Και νομίζω ίσως αυτό είναι που με επηρεάζει περισσότερο, γιατί μπορεί να δεις και κάποιον που μπορεί να είναι άστεγος ή να μην έχει τίποτα, να μην μου προκαλέσει φόβο. Νομίζω ίσως είναι και το πρόσωπο, ο χαρακτήρας του πως φαίνεται, η προσωπικότητα του τι μου βγάζει ότι είναι αυτό που φοβάμαι στο τέλος. Γιατί μπορεί να δεις κάποιον με τα ρούχα του, όχι ότι πρέπει να είναι καλά ντυμένος, αλλά άμα είναι σκισμένα, είναι αλλιώς, εντάξει κάτι δεν είναι σωστό. Νομίζω ότι στο βάθος βάθος στην ουσία είναι ο χαρακτήρας. Δηλαδή τι σου βγάζει, γιατί τον βλέπεις τον άλλο. Ίσως σε κοιτάζει περίεργα, ίσως να σου πει κάτι κακόγουστο ή κάτι άσχημο να σε προσβάλλει στην ουσία...νομίζω ότι δεν είναι τόσο πλέον η εμφάνιση ή αν ο άλλος είναι λίγο τρελός ή δεν είναι είναι τι νιώθω εγώ, τι μου βγάζουνε εμένα αυτοί. Τι παίρνω από αυτούς. Δηλαδή όταν βλέπω ότι ο άλλος κοιτάει κάτι να κάνει, κοιτάει να σου μιλήσει άσχημα ή να σε πλησιάσει με τρόπο που δεν σου φαίνεται φυσιολογικός, λίγο έτσι πιο ύπουλα ή οτιδήποτε. Αυτό σίγουρα μου προκαλεί ανασφάλεια.» **(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)**

Ενώ αρχικά, λοιπόν, η πηγή της ανησυχίας, του επίφοβου εντοπίζεται στην εξωτερική εμφάνιση που παρεκκλίνει από τα κυρίαρχα πρότυπα κανονικότητας -της ενδυμασίας και της καταστατικής θέσης του άλλου-, μετέπειτα εκφράζεται μια μετατόπιση στο ύφος και τέλος στον χαρακτήρα του άλλου, όπως τον προσλαμβάνει η κοπέλα. Παρά τις αξιολογικές μετατοπίσεις, οι οποίες υποδηλώνουν και μια προσπάθεια απενεχοποίησης από την συναίσθηση του ατόμου ότι ο λόγος της μπορεί να έχει ρατσιστική απόχρωση, η στερεοτυπική αντίληψη είναι βαθιά φυσιολογιστική. Από την εξωτερική εμφάνιση μέχρι το ύφος και το «τι νιώθω, τι μου βγάζουνε εμένα αυτοί», η εμφάνεια του άλλου προσλαμβάνεται ως δείκτης του χαρακτήρα, των ηθικών προδιαθέσεων, της επικίνδυνης, επίφοβης κοινωνικής συμπεριφοράς.

Η στερεοτυπική αντίληψη επιδιώκει να αποκτήσει πυρήνα και βάθος («στο βάθος βάθος στην ουσία είναι ο χαρακτήρας») αποποιούμενη φαινομενικά τα απλουστευτικά, γενικευτικά αντανakλαστικά της και επικαλούμενη την έννοια της προσωπικότητας και του χαρακτήρα. Η έννοια, όμως, του χαρακτήρα του ατόμου με αυτό τον τρόπο χάνει το υπαρξιακό του βάθος και την πολυπλοκότητα του και αίρεται στο επίπεδο της επιφάνειας. Η ιδιαιτερότητα του ατόμου ταυτίζεται με την persona, τη μάσκα του κοινωνικού ρόλου που αποδίδεται από την κοινωνική διευθέτηση.⁴⁷⁹ Στη συγκεκριμένη περίπτωση η καταστατική θέση και ο ρόλος του μετανάστη, του περιθωριοποιημένου, του τοξικομανή, του ψυχικά παρεκκλίνοντος είναι σημασιοδοτημένοι μέσα από το θεσμικό λόγο⁴⁸⁰ και τις καθημερινές αφηγήσεις, οι οποίες συντηρούν πολλές φορές τη θέση και το ρόλο τους μέσα στον κοινωνικό σχηματισμό και την ιεραρχία. Σε αυτές λοιπόν τις περιπτώσεις, η μάσκα του κοινωνικού ρόλου που αποδίδεται σε κοινωνικά ανίσχυρους ταυτίζεται με την προσωπική τους ποιότητα και μοναδικότητα.

Η αναγωγή του χαρακτήρα στο επίπεδο του ύφους, της στιγμιαίας εντύπωσης, η οποία σε μεγάλο βαθμό γίνεται από προκατειλημμένη οπτική αφενός σηματοδοτεί την αποφυγή κοινωνικής εμπλοκής με τον άλλο και αφετέρου τείνει να νομιμοποιήσει τη στερεοτυπική αντίληψη με κριτήρια «ουσίας». Παρατηρείται μια φυσική, άμεση σύνδεση των συγκεκριμένων αναπαραστάσεων/εικόνων ατόμων με καταστάσεις, ενέργειες ανεπιθύμητες, επίφοβες, επικίνδυνες, παραβατικές, εγκληματικές. Φαίνεται, όπως λέει ο R.Barthes, για την ισχύ της μυθικής εικόνας, το σημαίνουν να συνεπάγεται μέσω της απλής διαπίστωσης, και όχι της εξήγησης, το σημαινόμνο. Βλέπουμε η έννοια της «βρωμιάς» να εκφράζεται και να εκλογικεύεται ως δεδομένη και φυσική μέσα από αυτές τις σημειοδοτήσεις, που

⁴⁷⁹ Ινστιτούτο Κοινωνικών Ερευνών της Φραγκφούρτης. *Κοινωνιολογία-εισαγωγικά δοκίμια*, όπ.π., σελ.58. Αναφέρεται ότι ο όρος της persona αφορούσε τις μάσκες του αρχαίου θεάτρου και στο επίπεδο του κοινωνικού πραγματικού σήμαινε τη χαρακτηρηολογική μάσκα του καθενός ως φορέα κάποιου κοινωνικά δοσμένου ρόλου. Οι Αντόρνο και Χορκχάιμερ επικαλούνται την έννοια αυτή της persona, προκειμένου να υποστηρίξουν ότι ο άνθρωπος ως πρόσωπο δεν είναι μια φυσική, εξωκοινωνική, δι'εαυτή υπάρχουσα οντότητα αλλά μια οντότητα θεμελιακά κοινωνική. Εδώ, όταν επικαλούμαστε την ιδιαιτερότητα του κοινωνικού ατόμου αναφερόμαστε στη μοναδικότητα του ατόμου ως προϊόντος της κοινωνικοποίησης αλλά και ως ανθρώπινου υποκειμένου με την εγγενή φανταστική και αναστοχαστική του ικανότητα. Σχετικά με το ζήτημα των κοινωνικών καθορισμών και του βαθμού της αυτονομίας του ανθρώπου βλ. Κ.Λελεδάκης, «Το υποκείμενο και τα όρια της αυτονομίας», στο επιμ..εισ. Θ.Λίμποβας, Β.Ρωμανός *Το υποκείμενο στην ύστερη νεωτερικότητα*, Νήσος, Αθήνα 2002, σελ.77-90 και Κ.Καστοριάδης, «Η κατάσταση του υποκειμένου σήμερα», στο Κ.Καστοριάδης, *Ο θρυμματισμένος κόσμος*, μετ. Ζ.Σαρίκας-Κ.Σπαντιδάκης, Ψυλόν, Αθήνα 1992, σελ.171-213.

⁴⁸⁰ Ο θεσμικός λόγος σε αυτή την περίπτωση μπορεί να είναι ο λόγος του θεσμού της αστυνομίας, του υπουργείου δικαιοσύνης, της εγκληματολογίας, της νομικής επιστήμης, της ψυχιατρικής, της κοινωνιολογίας, της κοινωνικής ψυχολογίας, των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

συνδέουν εικόνες συγκεκριμένων ατόμων με ηθικές αξίες, συμπεριφορές, προδιαθέσεις και ενέργειες. Με μπαρτιανούς όρους, η έννοια του «βρώμικου» έχει εγκλιματιστεί μέσω αυτών των σημειοδοτήσεων, δηλαδή αποδίδεται σε άτομα και καταστάσεις με φυσικό, αυταπόδεικτο, καθολικό τρόπο.⁴⁸¹

Το στερεότυπο, λοιπόν συνιστά μια ερμηνευτική δομή που προεξοφλεί οποιαδήποτε λογική, κριτική, ιστορική δικαιολόγηση. Το στερεότυπο αποκρύπτει την ιστορικότητα των κοινωνικών σχέσεων και το γεγονός ότι συνιστά προϊόν ιδεολογικής σημασιοδότησης. Με αυτόν τον τρόπο η αναζήτηση των σχέσεων ανισότητας, ιεραρχίας παραγκωνίζεται, καθώς οι συμπεριφορές και οι καταστάσεις μπορούν να προσλαμβάνονται και να ερμηνεύονται με ταυτολογικά σχήματα. Για παράδειγμα «Αλβανός είναι, έτσι θα συμπεριφερθεί» ή για να παραθέσουμε παραδείγματα από τα συνεντευξιαζόμενα υποκείμενα: «Όπου υπάρχει φτώχεια, υπάρχει πάντα η διάθεση κάποιος να κάνει κάτι εις βάρος σε άλλον», «οι λαοί της ανατολής τις γυναίκες των δυτικών χωρών τις κοιτάνε λίγο περιέργω», «η εξωτερική εμφάνιση, το ντύσιμο, πως είναι, γιατί φαίνεται από τα ρούχα του άλλου τι παίζει. Τι άνθρωπος είναι», «θα είναι μια παρέα αλβανών που θα κοιτάει είτε να κλέψουνε είτε να σχολιάσουν, είτε να κοροϊδέψουνε».

Το στερεότυπο προσφέρει ένα είδος εφησυχασμού, καθώς εδραιώνει μια σχέση σαφήνειας, διαύγειας μεταξύ οπτικών ερεθισμάτων -εν προκειμένω των αναπαραστάσεων- με την αναμενόμενη -«βρώμικη»- συμπεριφορά.

Η στερεοτυπική αντίληψη, όπως προαναφέραμε, συγκροτείται και με τη μεντιακή κατασκευή και διάχυση κοινωνικών αναπαραστάσεων του επικίνδυνου,⁴⁸² καθώς και από διαμεσολαβημένες εξεικονίσεις από τους σημαντικούς άλλους:

«...Και ακούς τόσα πολλά που κλέβουνε, που ληστεύουνε, που χτυπάνε ή που ο,τιδήποτε μπορεί να κάνουνε...στις ειδήσεις ή

⁴⁸¹ Ρ.Μπαρτ, *Μυθολογίες-μάθημα*, ό.π., σελ.227-9.

⁴⁸² Α.Γ.Μοσχολούλου, *Η εγκληματικότητα των μεταναστών-απεικόνιση του φαινομένου στον απογευματινό τύπο 1990-1999*, Α.Ν. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή 2005, σελ.399-416. Η ποσοτική και ποιοτική ανάλυση των δημοσιευμάτων δύο απογευματινών εφημερίδων αναδεικνύει μεταξύ άλλων και τον τρόπο προβολής και συγκρότησης μέσω των δημοσιευμάτων των αναπαραστάσεων του μετανάστη και του μετανάστη δράστη. Ενδιαφέρον πόρισμα της έρευνας είναι ότι η συμπεριφορά του μετανάστη περιγράφεται και χαρακτηρίζεται με τέτοιες λέξεις και εκφράσεις με αποτέλεσμα να αποδίδονται συγκεκριμένα αρνητικά χαρακτηριστικά σε συγκεκριμένες κοινωνικές και εθνικές ομάδες. Ενδεικτικό αυτής της στερεοτυπικής αναπαράστασης του μετανάστη είναι το γεγονός ότι οι ημεδαποί δράστες δεν περιγράφονται με αντίστοιχες εκφράσεις. Αναφέρουμε τα γνωρίσματα του χαρακτήρα και της συμπεριφοράς που αποδίδονται μέσω των δημοσιευμάτων στο μετανάστη δράστη: α) «αδίστακτοι», ιδιαίτερα σκληροί, επιδεικνύουν συμπεριφορά ζώων, β) ανάλγητοι, γ) έλλειψη ηθικής, αχαριστία, ύπουλη συμπεριφορά, δ) οργανωμένη εγκληματική δραστηριότητα, ε) η εγκληματική συμπεριφορά ως σταθερή εκδήλωση του χαρακτήρα.

μεταξύ που κυκλοφορεί από τον έναν στον άλλο...που όσο να 'ναι μου έχει μείνει αυτό το επικίνδυνο.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Επειδή στο παρελθόν έχουν συμβεί κάποιες κλοπές που προέρχονταν από -πώς να τους πω;- μειονότητες; Και μου έχει δημιουργηθεί αυτός ο φόβος, αυτή η ανησυχία.

Ερώτηση: Προσωπικά σου έχουν τύχει;

Απάντηση: προσωπικά και στην οικογένεια και έχω ακούσει από φίλους.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 21 ετών, κάτοικος Κηφισιάς)

«Το βράδυ στην Αθήνα με φοβίζει. Μπορεί να είναι και από γονείς, τώρα αυτό και αυτοί δεν έχουν μάθει και θα μου πούνε πας τώρα στην Αθήνα, στα Εξάρχεια που....εντάξει δεν είναι οι άνθρωποι παρανοϊκοί, αλλά τελοσπάντων ό,τι ακούμε λένε σε κάποιες φάσεις.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 28 ετών, κάτοικος Βριλησίων)

«Γενικώς φοβάμαι αρκετά σκοτεινά δρομάκια και μη-πολυσύχναστους δρόμους στην Αθήνα το βράδυ για λόγους εγκληματικότητας. Μπορεί να έρθει κάποιος και να σε βιάσει. Δεν είναι τα χρήματα, είναι το ψυχολογικό. Ο φόβος ότι μπορεί να σου τύχει κάτι τέτοιο, χωρίς να το έχω ζήσει. Από τα διάφορα που ακούμε γύρω γύρω και από το πώς αυτά μεταδίδονται μέσω τηλεόρασης [...] Ομόνοια και Φυλής είναι οι κακόφημες περιοχές που ξέρω και είναι αυτές που έχει τύχει που έχω πάει [...]Σαν εικόνα που είναι σκοτεινό και ανεξέλεγκτο.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«...να υπάρχει αστυνόμευση στις πλατείες, να μην γίνονται αυτά που βλέπουμε κατά διαστήματα απαγωγές, εμπόριο οργάνων και τα λοιπά, να υπάρχει αστυνόμευση...» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

Η γνώση γύρω από το έγκλημα και ο φόβος θυματοποίησης αποτελούν στο μεγαλύτερο βαθμό παράγωγα του μεντιακού λόγου, άλλων φορέων κοινωνικοποίησης (οικογένεια, φιλικό περιβάλλον, σχολείο) και κοινωνικού ελέγχου (αστυνομία, δικαστήρια).⁴⁸³ Οι διαμεσολαβημένες εντυπώσεις, απόψεις, αναπαραστάσεις που διαχέονται κυρίως από τα Μ.Μ.Ε συγκροτούν σε μεγάλο βαθμό τη γνώση του ατόμου για την κοινωνική πραγματικότητα. Ο όγκος των πληροφοριών, η επιδίωξη αναπαράστασης και ερμηνείας του συνόλου του κοινωνικού από το μεντιακό λόγο, η αληθοφάνεια του «ζωντανού γεγονότος» ('live')⁴⁸⁴, η φαινομενικότητα της εγκυρότητας του θεσμικού -κρατικού, επιχειρηματικού- λόγου που προβάλλεται από τα μέσα,⁴⁸⁵ οι τεχνικές της σκηνοθεσίας και της δραματουργικής επένδυσης των μεντιακών αφηγήσεων σκιαγραφούν τη δυναμική των μέσων να διαμορφώνουν σύνολα νοημάτων με τα οποία τα άτομα προσλαμβάνουν, αξιολογούν και ερμηνεύουν το κοινωνικό.⁴⁸⁶

Τα Μ.Μ.Ε με την παραγωγή συνόλων νοημάτων μπορούν να δημιουργούν συλλογικά διαμεσολαβημένα βιώματα αλλά και τρόπους κοινωνικής εμπειρίας.⁴⁸⁷ Η τηλεθέαση συνιστά μια εξ αποστάσεως σχέση με την κοινωνική πραγματικότητα και ταυτόχρονα προτείνει ερμηνευτικές δομές για τις κοινωνικές σχέσεις και γεγονότα της καθημερινής ζωής. Είτε η εικονική εμπειρία στα σκηνοθετημένα από τα μέντια κοινωνικά περιβάλλοντα ή/και οι προτεινόμενες ιδεολογικές κατασκευές μέσω των οποίων τα υποκείμενα ταυτοποιούνται και

⁴⁸³ Ε.Λαμπροπούλου, *Η κατασκευή της κοινωνικής πραγματικότητας και τα ΜΜΕ: Η περίπτωση της βίας και της εγκληματικότητας*, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 1997, σελ.82-83.

⁴⁸⁴ Σχετικά με την αληθοφάνεια των «ζωντανών γεγονότων» είναι ενδιαφέρον το βιβλίο του Ι.Ραμονέ, *Η τυραννία των Μ.Μ.Ε.*, μετ. Φ.Μουρκούση, επιμ. Β.Καίσαρη, Πόλις, Αθήνα 1999 όπου παραθέτει ιστορικά γεγονότα και πως αυτά αναπαραστάθηκαν ή/και σκηνοθετήθηκαν εξολοκλήρου από τα μέντια.

⁴⁸⁵ J.B.Thompson, *Νεωτερικότητα και μέσα επικοινωνίας*, όπ.π., σελ.230-1. Ο Thompson αναφέρεται στη διαχείριση της ορατότητας της εξουσίας, όπως αυτή οργανώνεται από τα Μ.Μ.Ε. Συγκεκριμένα λέει: «η διαχείριση της ορατότητας από τα ΜΜΕ δεν είναι μια δραστηριότητα που επιδιώκεται μόνο στις πολιτικά τεταμένες περιόδους προεκλογικών εκστρατειών. Είναι επίσης ένα κομμάτι της καθημερινής διακυβέρνησης».

⁴⁸⁶ Ενδεικτικό της δυναμικής των μέσων μαζικής ενημέρωσης να διαμορφώνουν στάσεις είναι η περίπτωση της κοινότητας Παλαιό Κεραμίδι του νόμου Πιερίας, όπου το 1998 αποφασίστηκε από το κοινοτικό συμβούλιο η απαγόρευση της συνάθροισης και της κυκλοφορίας των αλβανών μεταναστών μετά τη δύση του ηλίου. Η δημοσιογραφική έρευνα της εκπομπής «*Ρεπορτάζ χωρίς σύνορα*» μετά από ένα χρόνο στην περιοχή αποκάλυψε ότι οι κάτοικοι της κοινότητας δεν είχαν αντιμετωπίσει ποτέ κάποια εγκληματική πράξη από τους μετανάστες.

⁴⁸⁷ Α. D'elia, «Η παρέκκλιση του ξένου μετανάστη στα μέσα ενημέρωσης: αποτελέσματα έρευνας στο Σαλέντο», στο Α.Κουκουτσάκη (εισ.-επιμ), *Εικόνες εγκλήματος*, προλ. U.Gatti, Πλέθρον, Αθήνα 1999, σελ.149.

δρουν μέσα στο κοινωνικό πραγματικό εμφανίζουν τη δυναμική των μέσων να διαμεσολαβούν την κοινωνική εμπειρία και τις κοινωνικές σχέσεις.⁴⁸⁸

Η έλλειψη άμεσης εμπειρίας και ανάπτυξης αντίστοιχων δεξιοτήτων από τα άτομα λόγω απουσίας τριβής με κοινωνικές καταστάσεις, χώρους, κοινωνικές ομάδες και άτομα αλλά και κριτικής απόστασης από το μεντιακό και κυρίαρχο λόγο ευνοεί τη στερεοτυπική αντίληψη, η οποία ενισχύεται από το λόγο των Μ.Μ.Ε και των σημαντικών άλλων. Η στοχοποίηση ατόμων/ομάδων μέσω της σηματοδότησης με όρους επικινδυνότητας συνιστά σημαντικό εργαλείο κοινωνικού ελέγχου, καθώς η διαμεσολαβημένα αποκτημένη γνώση και η στερεοτυπική αντίληψη νομιμοποιεί τις πρακτικές κοινωνικού ελέγχου, επιτήρησης, καταστολής από τους επίσημους φορείς (αστυνομία, δικαστήρια, εισαγγελείς, σύστημα εγκλεισμού) και λειτουργεί σταθεροποιητικά για τον κοινωνικό σχηματισμό μέσω της συναίνεσης και του κοινωνικού κομφორμισμού.

Ο κοινωνικός κομφორμισμός έγκειται στην αναπαραγωγή από τα υποκείμενα αυτών των αξιολογήσεων, των κοινωνικών κανόνων, της ηθικής που υπαγορεύουν οι κυρίαρχες νοηματοδοτήσεις και θεσμικές πρακτικές. Ο κομφორμισμός αναπαράγεται με τη χαρτογράφηση του αστικού φόβου, την αποφυγή αστικών περιοχών, την επιφυλακτική και αρτηριοσκληρωτική κοινωνική αλληλεπίδραση, τις φοβίες και τα στερεότυπα για τους «κοινωνικά επικινδυνους», τους «κοινωνικά από κάτω» και για οποιονδήποτε τύπο παρεκκλίνουσας συμπεριφοράς ή κουλτούρας.

Μια ποιοτική παρατήρηση μπορεί να γίνει σε σχέση με το βαθμό του φόβου της θυματοποίησης μεταξύ των δύο φύλων. Οι γυναίκες είναι εκείνες οι οποίες αναφέρουν ρητά και με μεγαλύτερη ένταση το φόβο τους ως προς τις «επικινδυνες» κοινωνικές ομάδες και τις περιοχές που «κατοικούν» αυτές. Οι άντρες αναφέρονται και αυτοί, όπως είδαμε, στις «επίφοβες» περιοχές και τις

⁴⁸⁸ Όταν κάνουμε λόγο για διαμεσολάβηση έχουμε υπόψη ότι και η αλληλόδραση έστω και δύο ατόμων είναι διαμεσολαβημένη από λόγους άλλων, από χειρονομίες και εκφράσεις με νοήματα κοινωνικά αντικειμενοποιημένα, πολιτισμικά εδραιωμένα. Η μεντιακή διαμεσολάβηση, όμως, είναι άλλης τάξης, πιο αφαιρετική με την έννοια ότι οι κοινωνικές αντικειμενοποιήσεις, δηλαδή οι ορισμοί και οι κοινωνικοί καθορισμοί αποκτούν ένα πολύ μεγαλύτερο βαθμό εξωτερικότητας, αντικειμενικότητας και καθολικότητας ως προς τη συνείδηση του ατόμου και της κοινωνίας. Μια αδιαμεσολάβητη κοινωνική αλληλεπίδραση σημαίνει άρνηση του δικαιώματος των μέντων να μιλούν για το κοινωνικό και στο όνομά του. Σημαίνει δυνατότητα των ατόμων σε συλλογικό και ατομικό επίπεδο να προβληματιστούν συνεχώς τις κοινωνικές σηματοδοτήσεις και τις θεσμικές τους εκφράσεις. Σημαίνει να θεσμίζουν την κοινωνική τους πραγματικότητα, δηλαδή τους θεσμούς και τις κοινωνικές σχέσεις, σε συνθήκες αυτονομίας. Σημαίνει ότι η θέσπιση του κοινωνικού είναι μια ιστορική υπόθεση δημιουργίας που αφορά όλα τα κοινωνικά άτομα και όχι θεσμών που ενώ είναι ιστορικά προϊόντα αποκρύπτουν την ισχύ τους και μιλούν με όρους ανιστορικούς, φυσικούς, καθολικούς.

κοινωνικές ομάδες αλλά με μια αποστασιοποίηση στο λόγο τους. Δεν αφήνουν να φανεί κάποιος προσωπικός φόβος σε πρώτο επίπεδο του λόγου τους. Είναι χαρακτηριστικές οι εκφράσεις δύο αγοριών που παρατέθηκαν παραπάνω: «Το μόνο που γνωρίζω είναι ότι στην πλατεία Ομονοίας το βράδυ καλό είναι να μην περνάς γιατί υπάρχουνε πάρα πολλοί ναρκομανείς. Βέβαια αν τύχει να βρεθώ στην Πλατεία Ομονοίας το βράδυ σαφώς και θα περάσω. Κοίτα αν είναι να με κλέψουνε, μπορεί να με κλέψουνε και έξω από το σπίτι μου αλλά εντάξει είμαστε μεγάλα παιδιά, πιστεύω ότι έχουμε κρίση» και «Εντάξει επικίνδυνα είναι και τα Εξάρχεια αλλά άμα θέλεις μπορείς να προφυλαχθείς, αλλά δυστυχώς πρέπει να είσαι πολύ δυνατός χαρακτήρας και έτσι όπως έχουμε καταντήσει πλέον δυνατοί χαρακτήρες δεν υπάρχουνε πολλοί στην Αθήνα τουλάχιστον». Από ό,τι φαίνεται αποφεύγουν οι άνδρες να χρησιμοποιήσουν τη λέξη του φόβου, αντιθέτως κάνουν διαπιστώσεις για την επικινδυνότητα περιοχών και κοινωνικών ομάδων και εκφράζουν τη δυσφορία, την ενόχλησή τους και την ανησυχία τους, για παράδειγμα όπως αναφέρει κάποιος συνεντευξιαζόμενος, για τη μελλοντική κατάσταση που μπορεί να συναντήσουν τα παιδιά του. Προφανώς η έκφραση του φόβου δεν επιτρέπεται από άνδρες. Το στερεότυπο της αρρενωπότητας που θέλει τους άνδρες δυναμικούς, αποφασιστικούς, αυτεξούσιους, ισχυρούς, θαρραλέους μεσολαβεί τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται και προσδιορίζουν τα αρσενικά υποκείμενα τον εαυτό τους. Ο φόβος, η ευαισθησία, η ευθραυστότητα, η ανάγκη προστασίας αποτελούν χαρακτηριστικά γνωρίσματα της στερεοτυπικής θηλυκότητας.

2.1.1. Μια παρέκβαση για την έννοια της «επικινδυνότητας»

Η έννοια της επικινδυνότητας αποτελεί ένα εύχρηστο εργαλείο άσκησης και νομιμοποίησης του κοινωνικού ελέγχου λόγω της ρευστής και ασαφούς φύσης της. Η εικονολογική, ρευστή φύση του όρου αλλά και η ικανότητά της να προκαλεί έντονες θυμικές αντιδράσεις, όπως ηθικό πανικό, την καθιστούν ως ένα βασικό εργαλείο κοινωνικής πειθάρχησης και κοινωνικού ελέγχου –επίσημου και ανεπίσημου. Στον ταραχώδη 19^ο αιώνα των ριζικών μετασχηματισμών στις σχέσεις ιδιοκτησίας, παραγωγής και εργασίας και στο επίπεδο της καθημερινής ζωής⁴⁸⁹ ο όρος της επικινδυνότητας χρησιμοποιήθηκε για τον έλεγχο, την πειθάρχηση και την

⁴⁸⁹ E.Burns, *Ευρωπαϊκή ιστορία-εισαγωγή στην ιστορία και τον πολιτισμό της νεότερης Ευρώπης*, τόμος δεύτερος, μετ.Τ.Δαρβέρης, επιμ.Ε.Σκοπετιά, Παρατηρητής, Θεσσαλονίκη, σελ.45-63.

καταστολή της βιομηχανικής εργατικής τάξης και όσων παρέκκλιναν από το πρότυπο του εργατικού, πειθήνιου, υπάκουου υποκειμένου.

Ο όρος των «επικίνδυνων τάξεων» χρησιμοποιήθηκε ακριβώς για να στοχοποιήσει πληθυσμούς, να νομιμοποιήσει τεχνικές εγκλεισμού, σωφρονισμού και τιμωρίας (φυλακές-αναμορφωτήρια-άσυλα κ.λπ.) και να υποκειμενικοποιήσει μέσω της ρητορικής της ηθικής της εργασίας. Η συγκρότηση υποκειμένων σήμαινε την παραγωγή της ταυτότητας του υπάκουου, παραγωγικού, έντιμου ατόμου και την αποδοχή της εξουσίας του βιομηχανικού κεφαλαίου και της κρατικής διευθέτησης. Ταυτόχρονα η έννοια της επικινδυνότητας στιγμάτιζε και όριζε αυτούς που δεν είχαν προσχωρήσει ομαλά σε αυτή την εκδοχή της νεωτερικής υποκειμενικής ταυτότητας. Εκείνη την ιστορική περίοδο ως επικίνδυνη συμπεριφορά θεωρούνταν η φτώχεια, η αεργία, η επαιτεία και η αλητεία. Η διάκριση που εισήγαγε ο νόμος του 1834 περί φτωχών μεταξύ φτωχών ανίκανων για εργασία και φτώχειας που οφειλόταν στην ανεπάρκεια των μέσων επιβίωσης καθιέρωσε σε ποινικό και φαντασιακό επίπεδο ως εγκληματική τάση την «άρνηση για εργασία».⁴⁹⁰

Ο όρος χρησιμοποιήθηκε από τη θετικιστική εγκληματολογία του 19^{ου} αιώνα και σήμαινε τον υπολογισμό της πιθανής βλάβης που μπορεί να επιφέρει ένα άτομο στο κοινωνικό σύνολο. Ο R.Garofalo, ένας εκ των ιδρυτών της Ιταλικής θετικής σχολής, θεωρητικοποίησε την έννοια της επικινδυνότητας ως κριτήριο επιμέτρησης της ποινής. Η έννοια αυτή συνίστατο στην εγκληματική ικανότητα που μπορούσε να επιφέρει το άτομο και στο νόμο της προσαρμογής, δηλαδή στην δυνατότητα του ατόμου να προσαρμοστεί στο κοινωνικό σύνολο. Η μετατόπιση από την αρχή της υπαιτιότητας και του σκοπού της ποινής ως ανταπόδοσης του κακού, όπως πρότεινε η κλασσική σχολή του ποινικού δικαίου, σήμανε μια στροφή του ενδιαφέροντος από την πράξη στον ίδιο τον «εγκληματία» και στην πρόληψη του εγκλήματος και στη βελτίωση του παραβάτη μέσα από την εξέταση των βιολογικών, ψυχικών και κοινωνικών παραγόντων της εγκληματικής συμπεριφοράς.⁴⁹¹

Η έννοια, λοιπόν, της επικινδυνότητας αφορούσε το φορτίο κινδύνου που έφεραν άτομα και ομάδες/ τάξεις για το κοινωνικό σύνολο και την καθεστηκυία τάξη. Ιστορικά, η έννοια αυτή αποσύρθηκε για κάποιο διάστημα από το εγκληματολογικό λεξιλόγιο και το θεσμικό ποινικό λόγο καθώς άρχισε να

⁴⁹⁰ Χ.Ταταρίδου, « 'Επικίνδυνες τάξεις' και κοινωνικός αποκλεισμός », ό.π., σελ.375-6.

⁴⁹¹ Α.Γιωτοπούλου-Μαραγκοπούλου, *Εγχειρίδιο εγκληματολογίας*, Μέρος Α', Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα 1984, σελ. 96-98.

συνδέεται η έννοια της παραβατικότητας με τις κοινωνικές συνθήκες. Η ευθύνη των κοινωνικών συνθηκών και των επίσημων φορέων για την πρόληψη και αντιμετώπιση της εγκληματικότητας εκφράστηκε στα πλαίσια του επανορθωτικού ποινικού μοντέλου και του κράτους πρόνοιας.

Από το 1970, το εγκληματολογικό παράδειγμα αρχίζει σταδιακά να αλλάζει και σημειώθηκε μια μετατόπιση στη λεγόμενη προληπτική, διαχειριστική εγκληματολογία και «εκτιμητική» ποινολογία.⁴⁹² Σε αυτά τα πλαίσια η έννοια της επικινδυνότητας έρχεται ξανά στο προσκήνιο και αναζητούνται όχι πια οι κοινωνικές αιτίες του εγκλήματος αλλά το τελικό αποτέλεσμα της παραβατικότητας. Η «εκδικητική» στροφή εστιάζει στους τρόπους διαχείρισης του εγκλήματος με όρους επιστροφής του μεγέθους του κακού στον «εγκληματία».⁴⁹³ Επίσης, η στρατηγική της πρόληψης καταξιώνει την έννοια της επικινδυνότητας και κατά αυτόν τον τρόπο στοχοποιεί συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες (με κριτήρια εθνικής προέλευσης, κοινωνικής συμπεριφοράς, πολιτισμικών χαρακτηριστικών) που ορίζονται ως επικίνδυνες με όρους ενδεχομενικότητας. Η ποινικοποίηση ολοένα και περισσότερων συμπεριφορών, η διόγκωση του έγκλειστου πληθυσμού -κυρίως κατώτερων κοινωνικών στρωμάτων-, η αντικατάσταση του κράτους πρόνοιας από το ποινικό κράτος σηματοδοτούν μια νέα στρατηγική ποινικής διαχείρισης της φτώχειας, την απαξίωση συγκεκριμένων ομάδων που εννοιολογούνται με τον όρο της «επικίνδυνης υπόταξης» και την εντατικοποίηση του κοινωνικού ελέγχου.⁴⁹⁴

Η επικινδυνότητα επανέρχεται στο δημόσιο λόγο για να μιλήσει τη γλώσσα της ηθικής, άρα και του κακού, του «βρώμικου». Η ηθική τάξη κηρύσσεται υπό πολιορκία. Ο παραβάτης, ο διαφορετικός ορίζεται ως εχθρός της ηθικής και κοινωνικής τάξης είτε επειδή την έχει προσβάλει είτε κομίζει την απειλή να την

⁴⁹² Γ.Π.Νικολόπουλος, *Κράτος, ποινική εξουσία και ευρωπαϊκή ολοκλήρωση: Μια εγκληματολογική προσέγγιση*, Κριτική, Αθήνα 2002, σελ.54-55. Αναφέρεται ότι παρατηρείται μια μετατόπιση από το θετικιστικό τρίπτυχο μεταχείρισης του παραβάτη («διάγνωση-πρόγνωση-θεραπεία») στην προληπτική διαχείριση των συλλογικών κινδύνων για την κοινωνική τάξη και στην ελαχιστοποίηση των συνεπειών.

⁴⁹³ D.Melossi, «Η κοινωνική θεωρία και οι μεταβαλλόμενες αναπαραστάσεις του εγκληματία», στο Α.Κουκουτσάκη (εισ.-επιμ.), *Εικόνες εγκλήματος*, όπ.π., σελ.41-45.

⁴⁹⁴ L.Wacquant, *Οι φυλακές της μιζέριας*, όπ.π., σελ.37. Ο Wacquant αναφερόμενος στο δόγμα της «μηδενικής ανοχής» ως εργαλείο νομιμοποίησης της αστυνομικής και δικαστικής διαχείρισης της φτώχειας επισημαίνει ότι «μαζί με αυτή διαδόθηκε και η στρατιωτική ρητορική του 'πολέμου' ενάντια στο έγκλημα και της 'ανάκτησης' του δημόσιου χώρου, ρητορική που εξομοιώνει τους (πραγματικούς ή φανταστικούς) παραβάτες -αστέγους, ζητιάνους και άλλους περιθωριακούς- με τους ξένους επιδρομείς -πράγμα που διευκολύνει τον, πάντοτε καρποφόρο εκλογικά, συνδυασμό με το ζήτημα της μετανάστευσης.»

προσβάλλει και για αυτό σημασιοδοτείται ως επικίνδυνος. Ο επικίνδυνος ορίζεται ως ηθικά ανεπαρκής, κακός, μη-κανονικός, μη-φυσιολογικός. Είναι αυτός που απειλεί την κοινωνική τάξη, την κανονικότητα των καθημερινών κοινωνικών σχέσεων και διευθετήσεων και την ηθική που συνέχει τον εκάστοτε κοινωνικό σχηματισμό. Ο επικίνδυνος τίθεται απέναντι από το κοινωνικό σύνολο και έτσι ευνοείται η παραγνώριση των κοινωνικών σχέσεων και συνθηκών. Ο επικίνδυνος δεν σέβεται τα ήθη, τους κανόνες και τις αξίες της κοινωνίας και το γεγονός ότι βρίσκεται εντός της κοινωνίας επιτείνει την ηθική απειλή που φέρει. Σε αυτές τις συνθήκες και με αυτούς τους ορισμούς ο ηθικός πανικός βρίσκει πρόσφορο έδαφος και λειαιίνει τις αντιστάσεις στην επίταση του κοινωνικού και ποινικού έλεγχου και της καταστολής.

2.1.2. Μια ερμηνευτική ανάλυση των «φόβων»

Μπορεί αφενός μια φαινομενολογική προσέγγιση της εμπειρίας των υποκειμένων με βάση την ανάλυση του λόγου τους να μας οδηγήσει να διαπιστώσουμε αστικούς φόβους και τους αντίστοιχους κινδύνους που τους τροφοδοτούν. Αφετέρου, μια κριτική ερμηνευτική ανάλυση θα μας βοηθήσει να αντιμετωπίσουμε αυτούς τους φόβους και τους κινδύνους ως προϊόντα ρηματικής διαμεσολάβησης, δηλαδή ως απότοκα σημασιοδοτήσεων εντός ενός πολιτισμικού και ιστορικού πλαισίου. Θα προσπαθήσουμε, λοιπόν, να σταθούμε κριτικά και με αυτόν τον τρόπο να προβληματοποιήσουμε, να απονομιμοποιήσουμε μια φαινομενικότητα του φόβου και της επικινδυνότητας, η οποία στις μέρες μας τρέφεται από μεντιακές δόσεις ηθικού πανικού και στοχοποιεί άτομα, χώρους και κοινωνικές ομάδες.

Οι φόβοι των υποκειμένων μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε 4 τύπους κινδύνου: κίνδυνος για 1) την σωματική ακεραιότητα, 2) την ατομική περιουσία, 3) την προσωπική ακεραιότητα-ταυτότητα, 4) το δικαίωμα απόσυρσης, της δημόσιας αδιαφορίας. Πριν προχωρήσουμε, πρέπει να επισημάνουμε ότι οι κίνδυνοι αυτοί πολλές φορές αλληλεπικαλύπτονται, για παράδειγμα όταν ο συνωστισμός θεωρείται ανεπιθύμητη κατάσταση εκφράζοντας ταυτόχρονα το φόβο της σωματικής επαφής, που μπορεί να νοηθεί ως μορφή σεξουαλικής παρενόχλησης, και το φόβο της κλοπής.

Ο φόβος για την σωματική ακεραιότητα αρθρώνεται σε μια κλίμακα, που ξεκινάει από την απλή σωματική επαφή, το στρίμωγμα, το άγγιγμα και φτάνει μέχρι το βιασμό, τη δολοφονική επίθεση:

«Δεν μου αρέσει το στριμωξίδι και στα μέσα μαζικής μεταφοράς. Θέλω ο κόσμος γύρω μου να κυκλοφορεί σε μια λογική ακτίνα, να μην σε σκουντάει για να περάσει, να περνάει δίπλα σου χαλαρά. Να υπάρχει μια διασπορά των ανθρώπων στο χώρο. Να μην είναι όλοι στο σημείο που είσαι και εσύ. Αυτό με ενοχλεί, δεν με ενοχλεί να υπάρχουν άλλοι γύρω γύρω. Αυτό είναι ωραίο και είναι πολύ ωραίο και όταν βγεις έξω θέλεις να δεις ανθρώπους γύρω γύρω αλλά όχι να είναι ο ένας κολλητά με τον άλλο. Αυτό συμβαίνει και στο ‘The Mall’ και στο Γκάτζι, στο Θησείο.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Το απλό άγγιγμα μπορεί εύκολα να αναδείξει ζητήματα παραβίασης του δικαιώματος της ελεύθερης διάθεσης του σώματος. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα που ακολουθεί:

«Θυμάμαι μια φορά στο κέντρο ήμουν με μια φίλη μου και εκεί που περπατάγαμε στο δρόμο και πηγαίναμε σε ένα μαγαζί, ήταν ένας που, ενώ περναγάμε, κάτι μου λέει ‘εγώ δεν του δίνω σημασία, αλλά πριν περάσω με πιάνει από το χέρι και με κρατάει. Όχι βίαια να με πονέσει, αλλά με σταμάτησε’ γυρνάω και τον κοιτάω και κάτι μου λέει ‘ποιο είναι το όνομα σου;’...δεν θυμάμαι τι, και με πήρε η φίλη μου και με τράβηξε και φύγαμε. Από τότε μου έχει μείνει ότι δηλαδή υπήρχουνε τέτοιοι άνθρωποι που από το πουθενά που θα παίρνουν μόνονι τους το δικαίωμα να σε αρπάζουνε. Και λες εντάξει έχει κόσμος και τα λοιπά, αλλά δεν ενδιαφέρεται και κανένας.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Από το απόσπασμα αυτό μπορούμε να διακρίνουμε αφενός τη ρευστότητα του φόβου, ο οποίος μπορεί να αναβαθμίζεται με σχετική ευκολία, και αφετέρου τη δυνατότητα του φόβου να εμμένει ακόμα και όταν η αιτία που μπορεί να τον προκάλεσε στο παρελθόν να εκλείπει από το παρόν. Πρόκειται για τον δευτερογενή, παράγωγο φόβο, ένα ίζημα μιας παρελθούσας εμπειρίας αντιμετώπισης του

κινδύνου.⁴⁹⁵ Ο παράγωγος φόβος διαμορφώνοντας την αντίληψη του ατόμου για τον κόσμο επηρεάζει την στάση και τη συμπεριφορά του, με αποτέλεσμα το άτομο να γίνεται φοβικό, δηλαδή να βιώνει τον κόσμο σαν να αντιμετωπίζει συνεχώς μια απειλή. Με αυτόν τον τρόπο ο φόβος ανασυσταίνεται συνεχώς στην αντίληψη και τη συνείδηση του ατόμου και προβάλλεται ως φασματικός και διαχέεται στον κοινωνικό χώρο.

Ο φόβος λοιπόν ως μια συνεχής κατάσταση επιβεβαιώνεται καθώς λειτουργεί ως αυτοεκπληρούμενη προφητεία και έτσι αυτοτροφοδοτείται, καθώς δεν σπάει αυτή η συνέχεια, η αλυσίδα του φόβου που διαποτίζει την αντίληψη, τη συνείδηση, τα συναισθήματα και τη συμπεριφορά. Τα άτομα αναπαράγουν εντός τους το αίσθημα της ανασφάλειας και της ευπάθειας και δεν αναπτύσσουν δεξιότητες τέτοιες ώστε να αντιμετωπίσουν κάποιον ενδεχόμενο κίνδυνο που μπορεί όντως να κληθούν να αντιμετωπίσουν κάποια στιγμή. Αντιθέτως αναπαράγουν τη φοβική εμπειρία και πολλές φορές φαίνεται να καταλήγουν να επιζητούν την ασφάλεια, τους χώρους και τις καταστάσεις που δύνανται να την προσφέρουν.

Ο φόβος της επαφής, σύμφωνα με τον E.Canetti, υπαγορεύει τις αποστάσεις που δημιουργεί ο άνθρωπος γύρω του.⁴⁹⁶ Οποιοδήποτε τυχαίο, ξαφνικό, μη προβλέψιμο άγγιγμα και ιδίως όταν αυτό προέρχεται από κάποιον ξένο εκλαμβάνεται ως επίφοβο, απειλητικό.

Η οριοθέτηση του ατόμου με σωματικούς αλλά και με συμβολικούς όρους, με την έννοια του ορισμού των επιτρεπτών χειρονομιών, λεκτικών και οπτικών σημάτων που μπορούν να γίνουν δεκτά από το ίδιο το άτομο, μπορεί να γίνει ακραία εντατική και τότε έχουμε να κάνουμε με μια αναδίπλωση του ατόμου στη δική του επικράτεια. Σε αυτή την κατάσταση έκτακτης ανάγκης μπορεί η οποιαδήποτε επαφή που δεν είναι προβλέψιμη, αναμενόμενη, οικεία να εκλαμβάνεται ως επικίνδυνη. Για τον Canetti, η λέξη «επιτίθεμαι» ενέχει δυο σημασίες, της άκακης επαφής και της επικίνδυνης εφόρμησης και η δεύτερη πάντα «αντηχεί μαζί με την πρώτη».⁴⁹⁷

Τα όρια του ατόμου και τα κριτήρια της περιχαράκωσης αυτής και της αξιολόγησης του κοινωνικού περιγύρου διαχειρίζονται και διευθετούν τις επαφές με τους άλλους. Το άγγιγμα ενός οικείου προσώπου, όπου η στάση, τα συναισθήματα

⁴⁹⁵ Z.Bauman, *Ρευστός φόβος*, ό.π., Αθήνα 2007, σελ.11-12.

⁴⁹⁶ Ε.Κανέτι, *Μάζα και εξουσία*, μετ.Α.Βερυκοκάκη-Άρτεμη, Ηριδανός, Αθήνα 1971, σελ.11.

⁴⁹⁷ Ε.Κανέτι, *Μάζα και εξουσία*, ό.π., σελ.11.

και οι προθέσεις του είναι γνωστές και προβλέψιμες για το άτομο, συνήθως δεν εκλαμβάνεται ως απειλητικό. Στην περίπτωση, όμως, του αναπάντεχου, απρόβλεπτου αγγίγματος και της επαφής από έναν ξένο η ατομική επικράτεια τίθεται υπό συναγερμό. Η περιχαράκωση αυτή του ατόμου, όπως εκφράζεται και από κάποια άτομα, φανερώνει μια αναδίπλωση του ατόμου και μια περιορισμένη διάθεση ανοίγματος με όρους οικειότητας, ασφάλειας και προβλεψιμότητας.

Το ανεπιφύλακτο άνοιγμα στον άλλο, στον πειραματισμό της επαφής και στη στιγμιαία αιώρηση μέχρι να διασαφηνιστούν οι προθέσεις δεν αποτελούν προκλήσεις κοινωνικότητας μεταξύ των ατόμων. Ο φόβος της επαφής φαίνεται να οριοθετεί και κάποιες φορές να επιτείνεται σε τέτοιο βαθμό που να δίνει τον τόνο της μάχης στις προσωπικές σωματικές επάλξεις. Το οχυρωματικό σώμα φαίνεται να είναι πιο επιθυμητό από ένα πορώδες σώμα στα ρεύματα μιας κοινωνικότητας εν είδει ενός παιχνιδιού ασάφειας, ανοικτότητας.

Ο φόβος για την ατομική περιουσία αναφέρεται σε περιπτώσεις μεγάλου συνωστισμού όπου ευνοείται, κατά τα υποκείμενα, η λαθροχειρία και σε περιστάσεις κλοπής με όρους «τα λεφτά ή τη ζωή σου».

Σύμφωνα με τα υποκείμενα, η προσωπική τους ακεραιότητα, η οποία ορίζεται από την κοινωνική, εθνική και φυλετική τους ταυτότητα, θεωρείται ότι απειλείται από περιπαικτικά σχόλια, λεκτικά πειράγματα και προσβολές, αλλόγλωσσες απευθύνσεις, χειρονομίες «πονηρού περιεχομένου», καθώς και από την απουσία ταυτοποιητικών όρων αναφοράς σε έναν χώρο.

Οι απευθύνσεις από αλλοδαπούς σημασιοδοτούνται ως αναξιοπρεπείς, προσβλητικές, θρασείες καθώς οι φορείς έκφρασης θεωρούνται ότι εμφορούνται από άλλες, μη δυτικές, ανατολίτικες νοοτροπίες για τις γυναίκες. Παραθέτουμε πάλι ένα χαρακτηριστικό απόσπασμα:

«Πρώτα πρώτα είμαι μια γυναίκα και με πολλούς άνδρες και ξένους και όπως ξέρεις οι λαοί της ανατολής τις γυναίκες των δυτικών χωρών τις κοιτάνε λίγο περίεργα. Δεν είναι συνηθισμένοι, ας πούμε...Δεν ξέρω...έχουν άλλες νοοτροπίες, άλλα πράγματα. Δηλαδή ακόμα και να μου την πέσουνε ή να μου πούνε 'έλα μαρό μου...', εμένα με ενοχλεί. Θέλω το όριο μου. Δεν θέλω να παρεμβαίνεις πιο πολύ. Και ακόμα το αξιοπρεπές, που σε εκείνες τις περιοχές δεν υπάρχει αξιοπρεπές δεν ξέρουνε, δεν έχουν τρόπους για να σε...νομίζω ότι αν είναι να σου την πέσουν θα

σου την πέσουν χοντρά δεν θα στη πέσουνε... ‘και τι όμορφη που είσαι και αν θέλεις να πάμε το βράδυ και εεε’ έτσι όπως γίνεται αυτό το πράγμα, πιστεύω ότι κάτι θα παραβεί τα όρια μου. Εκεί αυτό νιώθω.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 38 ετών, κάτοικος Γαλατσίου)

Επίσης, η αλλόγλωσση απεύθυνση σημασιοδοτείται ως επίφοβη περίπτωση λόγω του μη επικοινωνισίμου χαρακτήρα της. Είναι χαρακτηριστική η ακραίας έντασης ευκολία αναβάθμισης του γλωσσικά μη κατανοητού μιας τέτοιας συγκυρίας σε πρόσφορο έδαφος για σωματική παρενόχληση:

«Συν ότι με ενοχλεί ότι δεν καταλαβαίνω τη γλώσσα τους. Δεν μπορώ να επικοινωνήσω λεκτικά να αποφύγω κάτι, άρα τί; Σώμα. Σώμα ίσον δεν ξέρω. Δεν το έχω κάνει ποτέ’ δηλαδή μπορεί να καταλάβουν από τα μάτια ότι ενοχλούμαι ότι δεν θέλω να με ενοχλείς αλλά εγώ θα μιλάω ελληνικά και αυτοί θα μιλάνε πακιστανικά. Γιούχου δηλαδή. Ή κινέζικα, ξανά γιούχου. Χειρότερο τα κινέζικα από λουάχατα λουάχατα στο τσεν τσεν τσου, δεν έχει καμία σχέση. Άρα έχω ένα εμπόδιο, δεν μπορώ να επικοινωνήσω λεκτικά.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 38 ετών, κάτοικος Γαλατσίου)

Για τον Canetti, μια ολότελα ξένη γλώσσα είναι μια ακουστική μάσκα που κρύβει ένα μυστικό και έτσι εκλαμβάνεται ως επικίνδυνη, απειλητική. Η ερμηνεία της μας την καθιστά οικεία.⁴⁹⁸ Από το λόγο της κοπέλας μπορούμε να παρατηρήσουμε μια μηδενική ανοχή σε ο,τιδήποτε μυστικό, ανοίκειο, καθώς εκλαμβάνεται ως επίφοβο.

Η παρατήρηση μιας κοπέλας ότι νεύματα και χειρονομίες «πονηρού περιεχομένου» μπορεί να δεις ίσως και από έλληνες, αλλά τότε θα πρόκειται για «χαβαλέ», ενώ όταν επιτελούνται από μετανάστες κρίνονται για την θρασύτητα τους, αποτυπώνει τη στερεοτυπική αξιολόγηση συμπεριφορών και προθέσεων. Παραθέτουμε ολόκληρο το απόσπασμα, αν και το μεγαλύτερο μέρος του έχει προηγηθεί, προκειμένου να γίνει σαφής η διάκριση:

«Μου έχει τύχει να μου κάνουν νεύματα πονηρού περιεχομένου* και μου έχει τύχει αρκετές φορές. Και πρόσφατα. Δηλαδή μπορεί να τύχει να σου βγάλουν τη γλώσσα, δηλαδή μην μπαίνω σε... γίνονται

⁴⁹⁸ Ε.Κανέτι, *Μάζα και εξουσία*, ό.π., σελ.397.

χοντρά σκηνικά στο κέντρο της Αθήνας. Γίνονται πρόστυχοι απέναντι σου χωρίς εσύ να δίνεις...δηλαδή πως κοιτάς έναν περαστικό και ο άλλος να σου βγάζει επιτόπου τη γλώσσα ή να σου κάνει ματιά ή να σου μιλάει, να σου λέει ξέρεις...να προσπαθεί δηλαδή να σε προσεγγίσει, αλλά με πρόστυχο τρόπο χωρίς εσύ να έχεις δώσει δικαίωμα ή να εκπέμψεις κάτι τέτοιο. Δηλαδή υπάρχει μια θρασύτητα από το μέρος τους πιστεύω. Δηλαδή από Έλληνα αυτό δεν θα το δεις. Μπορεί για χαβαλέ αλλά σε τέτοιο βαθμό που να σου βγάζει το πρόστυχο, δεν θα το δεις...» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

Η απουσία ταυτοποιητικών -εθνικών, κοινωνικών, ταξικών- όρων αναφοράς σε έναν χώρο τον καθιστά περιβάλλον διακινδύνευσης, όπου η προσωπική ακεραιότητα μοιάζει να βρίσκεται εν μέσω τρικυμίας. Και αυτό γιατί τα υποκείμενα εκλαμβάνουν την παρουσία τους ως «ξένη», ως «μειονότητα». Οι όροι του «εμείς» κι «άλλου», του «οικείου», του «δικού μας» και του «ξένου», της «κυρίαρχης ομάδας» και της «μειονότητας» φαίνεται να είναι σταθερές εννοιακές κατηγορίες αντίληψης και αξιολόγησης επιφορτισμένες με όλη τους την εξουσιαστική, κυριαρχική τους ενέργεια. Η έκπτωση στην αδύναμη θέση της εξουσιαστικής διπολικότητας επιτείνει την αίσθηση τρωτότητας και αδυναμίας. Η εθνική ταυτότητα, η ταξική θέση, η κοινωνική καθαρότητα δείχνουν να απειλούνται όταν δεν είναι παρόντες όροι εθνικής, ταξικής και κοινωνικής ταυτοποίησης, δηλαδή όμοιοι:

«Απλά φοβάμαι επειδή μου έχει τύχει να έρθω από Μάρνη, να περπατήσω από Μάρνη μέχρι Μοναστηράκι, που αναγκάστηκα να περάσω όλα αυτά τα στενά που βρίσκονται πίσω από την Αθηνάς, πραγματικά νόμιζα ότι ζω στο εξωτερικό. Δηλαδή ήμουν η μόνη Ελληνίδα στο πουθενά, έτυχε να κουβαλάω πράγματα αξίας στην τσάντα μου και φοβήθηκα πάρα πολύ μήπως γίνει κάτι, γιατί ακούω ότι γίνονται διάφορα στις συγκεκριμένες γειτονιές. Πραγματικά αισθάνθηκα πάρα πολύ άσχημα που διέσχισα αυτό με τα πόδια. Φοβόμουνα πραγματικά, ήμουν με το κινητό στο χέρι και ανά πάσα στιγμή κάτι θα γίνει και θα καλούσα βοήθεια. Δεν ξέρω ίσως εγώ, με έχουν γαλουχήσει έτσι και τα βλέπω τόσο ανησυχητικά τα πράγματα. Ένωσα πολύ άσχημα που δεν είχα έναν Έλληνα να δω, ρε παιδί μου. Είναι στέκια μειονοτήτων εκεί πέρα και απλά θέλω να

το αποφεύγω. Από θέμα φόβου, καθαρά [...] Και όταν περπατώ σε έναν δρόμο, είμαι η μόνη Ελληνίδα και περπατάω και κοιτάνε και σχολιάζουνε, με πειράζουνε, μου μιλάνε στα ξένα και με κοροϊδεύουνε, επειδή ακριβώς δεν μπορώ να αντιδράσω και να κάνω κάτι και εκμεταλλεύονται το γεγονός ότι εκείνη τη στιγμή εγώ είμαι η μειονότητα και όχι αυτοί μου τη δίνει. Οπότε το μόνο που μπορώ να κάνω είναι να αποφεύγω αυτές τις περιοχές.»

(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 21 ετών, κάτοικος Κηφισιάς)

Φαίνεται η απουσία ταυτοποιητικών όρων αναφοράς να εκλαμβάνεται ως απειλή για την κοινωνική ταυτότητα. Σε αυτές τις περιπτώσεις ενεργοποιούνται μηχανισμοί άμυνας, οι οποίοι υπερασπίζονται την προσωπική αίσθηση της αξίας του ανήκειν στη συγκεκριμένη κοινωνική ομάδα, τάξη. Στρατηγικές άμυνας απέναντι στην απειλή είναι η άρνηση, η θετική κοινωνική διαφοροποίηση, η ναρκισσιστική τάση.⁴⁹⁹

Η διατήρηση της προσωπικής ακεραιότητας, όπως αυτή στοιχειοθετείται από το αίσθημα του ανήκειν σε μια θετικά αξιολογημένη κοινωνική ομάδα, βασίζεται στην στρατηγική της άρνησης. Η άρνηση των ιδιαιτεροτήτων των άλλων ως μοναδικών και ανεπανάληπτων ατόμων και ως φορέων μιας διαφορετικής κουλτούρας συμβάλλει στην στερεοτυπική αξιολόγηση αυτών με αρνητικούς όρους ή και με την κοινωνική και ηθική αδιαφορία προς την κοινωνική τους παρουσία και κατάσταση. Επίσης η άρνηση εμπλοκής, αλληλεπίδρασης και η αποφυγή ακόμα και της οπτικής επαφής με συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες εκφράζεται με την επιλογή χώρων «καθαρών» από αστικές οχλήσεις και κοινωνικές αναπαραστάσεις ανεπιθύμητες, βρώμικες.

Η θετική κοινωνική διαφοροποίηση είναι χαρακτηριστική στα λόγια μιας κοπέλας η οποία αξιολογεί την προσέγγιση, το φλερτ ως «χοντρό σκηνικό» και επίφοβο όταν γίνεται από μετανάστες αλλά ως «χαβαλέ» όταν γίνεται από κάποιον έλληνα. Επίσης η θετική κοινωνική διαφοροποίηση και η ναρκισσιστική τάση αποτυπώνεται στη απόδοση της αναξιοπρέπειας ως διακριτικό γνώρισμα ανθρώπων που διαβιούν σε υποβαθμισμένες και επικίνδυνες, σύμφωνα με κάποια υποκείμενα, αστικές περιοχές. Ο χαρακτηρισμός του «καλού κόσμου» συμπυκνώνει σαφώς τη

⁴⁹⁹ Θ.Δραγώνα, «Όταν η εθνική ταυτότητα απειλείται-ψυχολογικές στρατηγικές αντιμετώπισης», στο Α.Φραγκουδάκη-Θ.Δραγώνα (επιμ.), 'Τι ειν' η πατρίδα μας;': εθνοκεντρισμός στην εκπαίδευση, Αλεξάνδρεια, Αθήνα 1997, σελ. 80-94.

στρατηγική της θετικής κοινωνικής διαφοροποίησης και της ναρκισσιστικής τάσης. Η αίσθηση του ανήκειν σε μια θετικά αξιολογημένη κοινωνική τάξη, όπως εκφράζεται και βιώνεται με την επιλογή συγκεκριμένων χώρων που συχνάζει «καλός κόσμος», συνιστά μια στρατηγική άμυνας απέναντι σε μια απειλή που ενδεχομένως υπενθυμίζει την κοινωνική αβεβαιότητα και το μελλοντικό κίνδυνο έκπτωσης από το τωρινό κοινωνικοοικονομικό status ή της απώλειας κάποιων προνομίων.

Η συγκρότηση της κοινωνικής ταυτότητας πάνω στο διπολικό άξονα του «εμείς» και οι «άλλοι», του «εθνικού εαυτού» και του «εθνικά άλλου» σημαίνει μια διαδικασία υποκειμενικοποίησης -ατομικής και συλλογικής- με όρους ταύτισης. Η ηθική, αξιακή, κανονιστική και η βιολογική (περίπτωση του γενετικού ρατσισμού) διάσταση ορίζεται με όρους του ταυτού, του ίδιου, του ομοίου, του δικού μας. Ό,τι ταυτίζεται με αυτό που είναι ηθικά, αξιακά, κανονιστικά, βιολογικά ίδιο γίνεται σεβαστό, αποδεκτό.

Ως προς αυτό είναι ενδεικτική η ηθική που επικαλείται η φιλελεύθερη, δυτική οικουμενική ρητορική των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και της πολιτισμικής πολυφωνίας καθώς γίνεται σεβαστός ο άλλος από τη στιγμή που σέβεται ό,τι εμείς αναγνωρίζουμε ως αξιοσέβαστο, ηθικό, κανονικό, δημοκρατικό. Η ταυτότητα εκκινεί και μιλάει από θέση ισχύος. Η ρητορική περί «εξαγωγής της δημοκρατίας», φιλελευθεροποίησης εγχώριων αγορών και πολιτικών συστημάτων στα πρότυπα της δύσης, οι από τα πάνω κυβερνητικές αποφάσεις ενάντια σε διαφορετικές πολιτισμικές επιλογές, πρακτικές ανθρώπων (περίπτωση της μαντίλας στη Γαλλία) αντανακλούν το πώς η ταυτότητα μπορεί να λειτουργεί ταυτόχρονα ως ένα κλειστό, αδιαπραγμάτευτο και συνάμα επιθετικό και αφομοιωτικό σχήμα.

Η σχέση, λοιπόν, με τον άλλο προσδιορίζεται ορίζεται από τη γνωστική διάσταση της ταυτότητας και χαράζει έτσι τα όρια του κανονικού, του άξιου, του σωστού. Η ηθική σχέση του εαυτού με τον άλλο προϋποθέτει την αφομοίωση, δηλαδή την εξουδετέρωση της ετερότητας από τον άλλο, την προσχώρηση του στις γνωστικές φόρμουλες του δικού μας, του ίδιου. Ο Α.Βadiou αναφέρει χαρακτηριστικά ότι «ο σεβασμός των διαφορών δεν εφαρμόζεται παρά στο βαθμό που οι διαφορές είναι λογικά ομοιογενείς προς αυτή την ταυτότητα (η οποία

εντέλει δεν είναι παρά η ταυτότητα της πλούσιας, μα εμφανώς λυκοφωτικής, «Δύσης»)).⁵⁰⁰

Η ηθική της οχυρωτικής ταυτότητας έρχεται σε αντίθεση με την ηθική, ως τρόπο σκέψης και στάση που προτείνει ο E.Levinas. Για τον Levinas, η ηθική είναι η εμπειρία του ανοίγματος στον άλλο. Είναι η ευθύνη ως υπευθυνότητα για τον άλλο, η ευθύνη που συγκροτεί τον άνθρωπο ως υποκείμενο, με την έννοια του «υπόκειμαι» στον άλλο. Αυτό δεν σημαίνει σχέση υποταγής, αλλά υπευθυνότητας καθώς λέει χαρακτηριστικά ότι «η υποκειμενικότητα δεν είναι ένα δι'εαυτόν, αλλά εξυπαρχής είναι ένα-για-τον-άλλον».⁵⁰¹ Το πρόσωπο του άλλου μας καλεί και μας διεγείρει την ηθική μας ευαισθησία. Εκκινούμε όχι από θέση ισχύος, ταυτότητας κλειστής και με απαιτήσεις καθολικής, οικουμενικής αναγνώρισης. Εκκινούμε προς τον άλλο και μόνο από την παρουσία του ως ανθρώπινου όντος.

Το δικαίωμα της απόσυρσης εν μέσω άλλων, κατά τον Sennett, εμφανίσθηκε κατά τον 19^ο αιώνα όταν οι νεωτερικές συνθήκες της αστικής πυκνότητας και της δημόσιας συμπαρουσίας μεταξύ αγνώστων σε μέσα μαζικής μεταφοράς, στους δρόμους και σε σημεία κοινωνικής συνάφειας προκάλεσαν μετασχηματισμούς στις κοινωνικές σχέσεις και στον κυρίαρχο ανθρωπολογικό τύπο.⁵⁰² Το δικαίωμα της απόσυρσης συνίσταται στην παρουσία σε χώρους με μαζική προσέλευση κόσμου, στην απόσυρση, μη -εμπλοκή με τα πρόσωπα και τα τεκταινόμενα στον κοινωνικό περιβάλλον και ταυτόχρονα στο δικαίωμα της παρατήρησης. Ο φόβος, λοιπόν, της παραβίασης του δικαιώματος αυτού σχετίζεται με τις τρεις αυτές συνιστώσες.

Η συμπαρουσία του ατόμου με άλλους αγνώστους, όπως βιώνεται στα ανώνυμα αστικά περιβάλλοντα, φαίνεται να μετασχηματίζεται σε συμπαρουσία με αγνώστους αλλά ομοίους. Η στροφή προς την αναζήτηση της ανασύστασης μιας ιδανικής *gemeinschaft*,⁵⁰³ κοινότητας ομοίων, οικείων, όπως παρατηρείται σε

⁵⁰⁰ A.Badiou, *Η ηθική: δοκίμιο για τη συνείδηση του κακού*, όπ.π., σελ.33-34.

⁵⁰¹ Ε.Λέβινας, *Ηθική και άπειρο*, μετ. Κ.Παπαγιώργης, Ίνδικτος, Αθήνα 2007, σελ.63-64.

⁵⁰² R.Sennett, *Flesh and stone, the body and the city in western civilization*, όπ.π., σελ.343. Ο Sennett αναφέρει ότι «τα βαγόνια των τρένων γέμισαν με κλειστά σαν πακέτα σώματα, που διάβαζαν ή κοιτούσαν σιωπηλά προς τα έξω από το παράθυρο σηματοδοτώντας μια μεγάλη αλλαγή που συνέβη τον 19^ο αιώνα. Η σιωπή χρησιμοποιούνταν ως μια προστασία της ατομικής ιδιωτικότητας.»

⁵⁰³ Η έννοια της *gemeinschaft* αναφέρεται στη «φυσική κοινότητα» της αμοιβαίας κατανόησης και αλληλοϋποστήριξης των ατόμων, στην εναρμόνιση των συμφερόντων, στην οικειότητα και τη διαφάνεια των ατόμων, των κινήτρων και των επιθυμιών τους, στη θαλπωρή των σχέσεων και αντιπαραβάλλεται με την έννοια της *gessellschaft*, τη νεωτερική φιλελεύθερη κοινωνία της αγοράς, των κοινωνικών σχηματισμών μεγάλης κλίμακας και γραφειοκρατικής οργάνωσης, των απρόσωπων σχέσεων και των ιδιοτελών συμφερόντων των ατόμων -νοούμενων από τη φιλελεύθερη θεωρία ως

παγκόσμιο επίπεδο και αποτυπώνεται σε συντηρητικά εγχειρήματα τύπου gated communities ή «εξευγενισμού» αστικών περιοχών,⁵⁰⁴ σηματοδοτεί μια μετατόπιση σε χώρους καθαρούς από επικίνδυνους άλλους, σε ασφαλή περιβάλλοντα.⁵⁰⁵ Στην περίπτωση, που εξετάζουμε εδώ, αυτή η στροφή εκφράζεται με την επιθυμία για έναν χώρο -όπως το 'The Mall Athens'- όπου σχεδόν αποκλείεται η παρουσία κοινωνικά, εθνικά, ταξικά διαφορετικών.

Το δικαίωμα της μη εμπλοκής και της παρατήρησης απειλείται όταν εκκλησίες βλέμματος επιδιώκουν, αιτούνται συνάφειας και με αυτόν τον τρόπο η διακριτική παρατήρηση των άλλων απαντάται όχι από το ίδιο διακριτικό φευγαλέο κοίταγμα αλλά από ένα επίμονο, διεισδυτικό βλέμμα που περιεργάζεται, καλεί, εκλιπαρεί, αναζητά, διψά, διεισδύει, τότε εκλαμβάνεται ως επίφοβο.⁵⁰⁶ Εδώ έγκειται και το δικαίωμα της δημόσιας αδιαφορίας.

Ίσως ακούγεται παράδοξη η έννοια της αδιαφορίας, δηλαδή της επιθυμίας του ατόμου να μην γίνεται αντικείμενο παρατήρησης, προσοχής, αν λάβουμε υπόψη την ταυτόχρονη επιθυμία για κοινωνική αναγνώριση και διάκριση, σεξουαλική επιβεβαίωση, όπως επιδιώκεται μέσω της επένδυσης της συμβολικής ανταλλακτικής αξίας των εμπορευμάτων στη δημόσια παρουσία των ατόμων. Και ειδικότερα σε έναν

μεγιστικών όντων. Βλ. σχετικά I.M.Young, «City life and difference», στο Ph.Kasinitz (επιμ.) *Metropolis: centre and symbol of our times*, Macmillan, 1995, σελ.250-269. Επίσης μια κριτική προσέγγιση των προϋποθέσεων και των νοημάτων του φιλοσοφικού ρεύματος του κοινοτισμού γίνεται από τον Z.Bauman στο έργο του *Η μετανεωτερικότητα και τα δεινά της*, μετ.-προλ. Γ.-Ι.Μπαμπασάκης, επιμ.Γ.Λυκιαρδόπουλος, Ψυχογιός, Αθήνα 2002, στο κεφάλαιο με τίτλο «Περί κοινοτισμού και ελευθερίας ή πώς να τετραγωνίσουμε τον κύκλο», σελ.341-362.

⁵⁰⁴ D.Stevenson, *Πόλεις και αστικοί πολιτισμοί*, όπ.π., σελ.133. Ο αγγλικός όρος τους «εξευγενισμού» είναι «gentrification». Πρόκειται για μια παγκόσμια τάση αστικής ανάπτυξης από τη δεκαετία του 1960, η οποία στοχεύει στην ανάπλαση υποβαθμισμένων περιοχών και στην εκδίωξη των χαμηλών κοινωνικών στρωμάτων που διαβίωσαν μέχρι τότε εκεί από την μεσαία και ανώτερη αστική τάξη. Θα μπορούσαμε να αποκαλέσουμε αυτή την τάση ως «αστικό εμποικισμό».

⁵⁰⁵ Ι.Τσίγκανου, «Οι εγκληματολογικές όψεις του κοινωνικού αποκλεισμού», στο Ι.Τσίγκανου (επιμ.) *Τετράδια εγκληματολογίας-Οι εγκληματολογικές όψεις του κοινωνικού αποκλεισμού*, όπ.π., σελ.77-78. Αναφέρεται ότι στον τομέα της πρόληψης του εγκλήματος και της παραβατικότητας διασταυρώνονται ο κρατικός και ο ιδιωτικός φορέας. Τα τοπικά συμβούλια επιτήρησης σε επίπεδο γειτονιάς και τα ηλεκτρονικά παρατηρητήρια της ανθρώπινης δραστηριότητας αναδεικνύουν την έννοια της επικινδυνολογίας σε αναφορική και οργανωτική αρχή στρατηγικών, τακτικών κοινωνικού ελέγχου και αντίληψης των κοινωνικών σχέσεων. «Το κοινωνικό σώμα στρωματοποιείται ανά ασφαλή ή επικίνδυνη περιοχή και αφετέρου διασπάται περισσότερο στη βάση της εκδήλωσης υγιούς κοινωνικής συμπεριφοράς με αυτοματοποιημένα και ηλεκτρονικά ελεγχόμενα μέσα και κριτήρια».

⁵⁰⁶ P.Bouvier, *Κοινωνιο-ανθρωπολογία*, μετ.Ξ.Τσελέντη, Μεταίχμιο, Αθήνα 2001, σελ. 110-111. Ο Bouvier σχολιάζει την περίπτωση της απαιτείας στα μέσα μαζικής μεταφοράς, η οποία έχει αποκτήσει μια τελετουργική μορφή. Η μορφή αυτή της απαιτείας ουσιαστικά συμβάλλει στην σταθεροποίηση της δυσάρεσκειας. Ο τρόπος της απαιτείας (χειρονομίες, λόγος, τόνος της απεύθυνσης) αποφεύγει να είναι πιεστικός και γίνεται λίγο απόμακρος, έτσι ώστε αφενός για τους κοινωνικά ενταγμένους οι υπενθυμίσεις του κοινωνικού αποκλεισμού να μην είναι έντονες και να αντιμετωπίζονται με αποστροφή του βλέμματος. Αφετέρου όσον αφορά τους απαιτές αυτούς ο τρόπος κάνει υποφερτή την πιθανή αδιαφορία των άλλων.

χώρο όπως το 'The Mall Athens' το οποίο χαρακτηρίζεται από μια κοπέλα ως θεατρική σκηνή («Εκεί είναι παντού κίνηση παντού φώτα, είσαι παντού πρωταγωνιστής, και πρέπει να παίζεις καλά την παράσταση, γιατί αλλιώς θα γίνεις ρόμπα»). Οι ρόλοι, οι χαρακτήρες και τα διακριτικά τους σύμβολα μπορεί να διαφέρουν αλλά το έργο φαντάζει να είναι ένα: «ο καλός κόσμος». Η έκφραση της καταστατικής θέσης, του ανήκειν στον «καλό κόσμο» επιδιώκεται μέσα από την υιοθέτηση βιομηχανικά παραγόμενων στιλ και προτύπων.⁵⁰⁷ Αλλά το δικαίωμα της δημόσιας αδιαφορίας σχετίζεται με τη διατήρηση των αποστάσεων, όπως αυτές συντηρούνται με το παρατηρησιακό αλλά διακριτικό κοίταγμα. Το δικαίωμα αυτό οχυρώνεται απέναντι σε επίμονα, ανιχνευτικά, διειδυτικά βλέμματα, τα οποία μπορεί να θέσουν αίτημα κοινωνική εμπλοκής και συνάφειας.

«Δηλαδή έχει τύχει να δω άτομα τα οποία κάθονται στο απέναντι τραπέζι και να κοιτάζουν. Και να τα βλέπεις κάθε βράδυ τα έβλεπα συστηματικά και μάλιστα επειδή και εμείς πηγαίναμε συστηματικά σε βάζαν στο μάτι δηλαδή κοιτάζανε. Δηλαδή σε καρφώνανε, σε κάθε σου κουβέντα σε κοίταζαν έτσι...ψάχναν κάτι. Δηλαδή το έβλεπες στο βλέμμα τους σαν να σου λέγανε 'ψάχνω κάτι' και σε φτάναν σε σημείο να φοβάσαι. Αφού σε κάποια φάση σηκωθήκαμε και φύγαμε.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

Αναλύοντας τους φόβους που αναδύονται από το λόγο των υποκειμένων μπορούμε να κάνουμε λόγο για έναν τύπο «οχυρωτικής ατομικότητας». Η οχυρωτική της ιδιότητα έγκειται στην περιμετρικά κόκκινη ζώνη ουδετερότητας, η οποία θέτει εκτός, δεν επιτρέπει, δεν επιθυμεί τυχαία, αναπάντεχα αγγίγματα και σωματική επαφή (σκουντήματα, πιάσιμο χεριού κ.λπ.) και χειρονομίες -με την ευρύτερη έννοια- επίμονες, διειδυτικές, κλητικές κοινωνικής συνάφειας και καταθέσεις-απευθύνσεις ερωτικού ενδιαφέροντος, πόσο μάλλον όταν όλα αυτά επιτελούνται από κοινωνικά ανεπιθύμητους/επικίνδυνους.

⁵⁰⁷ Ζ.Μπωντριγιάρ, *Η καταναλωτική κοινωνία*, ό.π., σελ. 97-102. Ο Μπωντριγιάρ κάνει λόγο για μια κοινωνική λογική της διαφοροποίησης, η οποία τρέφεται από τη λατρεία της διαφοράς. Μετά την απώλεια των πραγματικών διαφορών που καθιστούσαν μοναδικά και αντιφατικά τα ανθρώπινα όντα, κατά τον Μπωντριγιάρ, η διάκριση μεταξύ των ατόμων αναζητείται σε βιομηχανικά παραγόμενα αντικείμενα. Η διαφοροποίηση σημαίνει προσχώρηση σε πρότυπα και τα αντικείμενα είναι ιεραρχημένα ως σημεία και διαφορές, δηλαδή λειτουργούν συμβολικά ως διακριτικά της κοινωνικής τάξης και της ταξικής απόστασης μεταξύ των ατόμων.

Το «οχυρωτικό άτομο» προσπίζεται την κοινωνική του θέση -πραγματική ή/και φαντασική-, την εθνική του ταυτότητα, το σώμα του, το δικαίωμα της δημόσιας αδιαφορίας, μη-εμπλοκής, την ατομική του περιουσία. Η «οχυρωτική ατομικότητα» δεν μπορεί και από ό,τι φαίνεται δεν επιθυμεί να αλληλεπιδράσει και να παίξει το παιχνίδι της κοινωνικότητας, καθώς προσδιορίζεται και οριοθετείται από σκοπούς, συμφέροντα, προσωπικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά. Για τον G.Simmel, η κοινωνικότητα είναι ένα παιχνίδι της καθαρής σύνδεσης, της αλληλόδρασης, χωρίς προϋποθέσεις και σκοπούς άλλους πέρα από αυτή καθεαυτή τη ζωντανή συνάφεια. «Πλούτη, κοινωνική θέση, γνώση και φήμη, χαρακτήρας, προσωπικές αξίες και χαρίσματα δεν έχουν θέση σε αυτό το παιχνίδι της συναναστροφής».⁵⁰⁸ Η κοινωνικότητα είναι ένα παιχνίδι καθαρό από κοινωνικούς και προσωπικούς καθορισμούς.

Ο D.Riesman κάνει λόγο για έλλειμμα κοινωνικότητας στις σύγχρονες κοινωνίες. Ισχυρίζεται ότι η κοινωνικότητα, ή αλλιώς όπως την αποκαλεί «η αγορά φιλίας», περιορίζεται από οικονομικούς, πολιτικούς, ταξικούς, κοινωνικούς και πολιτισμικούς δασμούς, με αποτέλεσμα να προκύπτουν «κοινωνικότητες σε πακέτο». Οι κοινωνικότητες αυτές αποτελούν σφαίρες κοινωνικής συνάφειας μεταξύ -ταξικά, κοινωνικά, πολιτισμικά- ομοίων. Ο περιορισμός αυτός της κοινωνικής αλληλεπίδρασης στο κύκλο των ομοίων αποτελεί συστατικό στοιχείο του εκκοινωνισμού του ετεροστρεφούς ανθρωπολογικού τύπου, καθώς οι άλλοι - όμοιοι θεωρούνται ως πηγή προσανατολισμού και κοινωνικής έγκρισης.⁵⁰⁹

Είναι ενδιαφέρον να αναφέρουμε ότι αυτή η «οχυρωτική κοινωνικότητα» παρατηρείται και μέσα στον εμπορικό πολυχώρο. Ας ακούσουμε τι παρατηρεί μια μεσήλικας επισκέπτρια του εμπορικού κέντρου σχετικά με την «οχύρωση» των ατόμων και των παρεών τους εντός του χώρου αυτού:

«Η κάθε παρέα επικοινωνεί μόνο με τα μέλη της κάθε παρέας από τα οποία απαρτίζεται. Δεν επικοινωνούν με άλλες παρέες, δεν διογκώνονται οι παρέες από ό,τι βλέπω. Είναι σε σαφώς περιχαρακωμένα πλαίσια όλα αυτά και ο καθένας λίγο ως πολύ δηλώνει απλά την παρουσία του. Δεν έχω παρατηρήσει να αναμειγνύονται οι παρέες. Έχω παρατηρήσει να συναντιούνται και να γίνονται προσπάθειες 'α, γεια σου' επειδή σε συνάντησα εκεί, αλλά

⁵⁰⁸ G.Simmel, *On individuality and social forms*, Chicago University Press, 1971, σελ.130.

⁵⁰⁹ Ντ.Ρήσμαν, *Το μοναχικό πλήθος*, μετ.Β.Τομανάς, Νησίδες, Σκόπελος 2001, σελ. 266-275.

όχι να διευρύνεται η παρέα. Σε συνάντησα, είπαμε ένα 'γεια', φύγαμε. Εγώ με την παρέα μου, εσύ με τη δικιά σου. Σαν να υψώνονταν τείχη. Παλιότερα τα πράγματα αυτά ήταν πιο χαμηλά και τα όρια από ανύπαρκτα έως δυσδιάκριτα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 48 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Όλοι οι επισκέπτες με τους οποίους κάναμε τις συνεντεύξεις παραδέχονται ότι δεν εμπλέκονται με άλλους αγνώστους ακόμα και στο χώρο του 'The Mall Athens'. Ομολογούν ότι ο καθένας επικεντρώνεται στον κύκλο της δικιάς του παρέας και η εμπλοκή με τους άλλους, όταν γίνεται, περιορίζεται στην ανταλλαγή πληροφοριών.

«Να συναντήσω γνωστούς συμβαίνει συνέχεια, συμβαίνει πολλές φορές. Να πιάσω κουβέντα, ναι' χωρίς βέβαια τίποτα παραπάνω. Να μιλήσεις με κάποιον, γιατί μέσα στα μαγαζιά υπάρχει πολύς κόσμος γενικά, να μιλήσεις, μιλάς με άλλους. Χωρίς βέβαια να υπάρχει περαιτέρω σχέση. Να ρωτήσεις κάτι, να σου απαντήσει, να ψάξεις κάτι, να ρωτήσει το μαγαζί που είναι και να πιάσεις κουβέντα ή διάφορα τέτοια. Πληροφορίες για να πιάσεις κουβέντα.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Θρακομακεδόνων)

«Ερώτηση: Έχει τύχει να γνωριστείς με άτομα τα οποία δεν τα γνώριζες;

Απάντηση: Όχι, δεν το έχω κάνει αυτό. Μπορεί να πιάσω κουβέντα την ώρα που θα βγάλω εισιτήριο για το σινεμά μήπως κάποιος έχει δει την ταινία ή να πιάσω κουβέντα όταν ήμουν ακόμα πιο πιτσιρικάς όταν άνοιξε το 'The Mall' και να ρωτήσω αντί –γιατί δεν μου αρέσει να κάθομαι να ψάχνω, και όταν είναι να αγοράσω κάτι να το αγοράζω- και να του πω το τάδε μαγαζί ξέρεις που είναι. Να μην κάνω όλο τον κύκλο. Η μόνη κουβέντα ήταν αυτή, ποτέ δεν είχα κάτσει να γνωρίσω άτομα.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 19 ετών, κάτοικος Ν.Ηρακλείου)

«Κοίτα νομίζω ότι το 'The Mall' δεν σου δίνει τη δυνατότητα να γνωρίσεις άτομα. Γενικά δηλαδή επειδή συνήθως πάνε όλοι παρέα, με μεγάλες παρέες, όλοι επικεντρώνονται στην παρέα τους. Δεν κοιτάνε στα διπλανά τραπέζια, εκτός αν δεις κάποιον γνωστό σου από παλιά,

όπως σου είπα και πριν με εκείνο το συμμαθητή μου από το γυμνάσιο, λύκειο. Αυτό μόνο κι αν τύχει και δεις κάποιον γνωστό σου. Αλλά γενικά νομίζω ότι το κλίμα δεν ευνοεί να κάνεις καινούριες γνωριμίες στο ‘The Mall’ και να μείνεις φίλος και να μην έχεις απλά μια επαφή ‘γειά σου, τι κάνεις; Πως πάει η δουλειά;’ και αυτά. Μόνο και μόνο για το λόγο ότι πάνε παρέες και είναι μεγάλες παρέες, κυρίως μόνο και μόνο για αυτό δεν έχουν και το χρόνο να ασχοληθούν με το ποιος κάθεται δίπλα, να τους πιάσουνε κουβέντα, να ανοιχτούνε παραπάνω. Είναι επικεντρωμένοι στην παρέα τους κυρίως.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Σε κουράζει τόσο πολύ όλος ο κόσμος που βλέπεις όπου κάποια στιγμή θέλεις να βλέπεις μόνο οικεία πρόσωπα δηλαδή τους φίλους σου και να είσαι μόνο με αυτούς. Τώρα που το σκέφτομαι ίσως και να σε κλείνει, να σε κάνει λίγο πιο ακοινώνητο. Απλά σε κουράζει στην όψη πολύ και ίσως να σε αγχώνει. Ίσως επειδή δεν το έχεις συνηθίσει. Έχεις συνηθίσει στην οικογένεια σου, στο σπίτι σου να μπαίνεις με περιορισμένα άτομα μέσα. Όταν βγαίνεις για μια βόλτα εντάξει ας εξαιρέσουμε το κέντρο της Αθήνας όπου ειδικότερα στις ώρες αιχμής θα δεις πάρα πολύ κόσμο αλλά όταν βγαίνεις μια βόλτα με τους φίλους σου δεν θα δεις τον ίδιο κόσμο που θα δεις στο ‘The Mall’. Στο ‘The Mall’ βλέπεις πολλαπλάσιο πληθυσμό.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 20 ετών, κάτοικος Ν.Κηφισιάς)

2.2. Ο συμβολισμός του «καθαρού»

Στον αντίποδα του κοινωνικά φτωχού, του τοξικομανή, του εθνικά, πολιτισμικά και κοινωνικά διαφορετικού, ο οποίος αναπαρίσταται ως φορέας του «βρώμικου», του μη-κανονικού, του επικίνδυνου, βρίσκεται ο αποκαλούμενος «καλός κόσμος». Ο «καλός κόσμος», ο οποίος συχνάζει σε χώρους όπως το ‘The Mall Athens’, ορίζεται από τα υποκείμενα εμφανισιακά και συμπεριφορικά. Ο αισθητικά ωραίος κόσμος είναι ο ευπρεπώς ντυμένος, ο καθαρός και όχι ο βρώμικος, ο ατημέλητος, ο παραμελημένος. Η παρουσία «καλού κόσμου» αποτελεί προϋπόθεση και κίνητρο για την επιλογή χώρων. Πιο συγκεκριμένα:

«Ίσως ακουστεί λίγο ρατσιστικό απλά επειδή είναι Μαρούσι έχει ωραίο κόσμο, δηλαδή δεν θα πάει στο ‘The Mall’ ή μάλλον σπάνια θα δεις κάποιον Αλβανό, κάποιον μαύρο, δηλαδή δεν υπάρχουν μειονότητες. Δεν είναι εύκολο να συναντήσεις μέσα στο ‘The Mall’ μειονότητες. Δεν το κάνουμε επειδή είναι βορείων προαστίων και καλά καμία σχέση. Απλά δεν θα δεις κόσμο που συναντάς αν πας να πεις καφέ στην ομόνοια...Ίσως διαφέρει λίγο ο κόσμος που συναντάω γιατί και στο Θησείο θα δω και μια ομάδα...μαύρων; Οτιδήποτε εν πάση περίπτωση. Στο ‘The Mall’ δεν θα το δω αυτό.»
(επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 21 ετών, κάτοικος Κηφισιάς)

«Μάλλον όπως και για το ‘The Mall’ είναι ο κόσμος που κυκλοφορεί είναι κυριλέ. Είναι πιο προσεγμένοι οι άνθρωποι, πιο καθαροί. Δεν με αφορά ακριβώς αν φοράνε Dolce Cabana, αλλά είναι και η βρωμιά, να μην είναι το χύμα, το ό,τι να ‘ναι, δεν μπορώ. Παλιά πήγαινα στο Village στο Μαρούσι, θεωρώ ότι και εκεί είχε κυριλέ κόσμο. Τώρα πάμε στο ‘Ster’ στο Ίλιον [σ.σ.: πρόκειται για τον πολυκινηματογράφο ‘Ster Cinemas’ που υπάρχει στον εμπορικό πολυχώρο ‘Escape Center’]. Έχει σινεμά, δύο τρία μαγαζάκια που ψωνίζεις, έχει ένα από τα μεγάλα δισκοπωλεία, δεν θυμάμαι αν είναι το Metropolis ή το Virgin και μεγάλες καφετέριες και Jumpo. Εκεί θεωρώ πολύ ‘δεύτερο’ τον κόσμο σε σύγκριση με το Village στο Μαρούσι που πηγαίναμε[...] ‘δεύτερο’ δηλαδή ότι δεν είναι καθαρά, δεν είναι κυριλέ, δεν είναι προσεγμένα, ότι δεν έχει γίνει ιδιαίτερη μελέτη πάνω στο θέμα [...] Πολύ λαϊκό, δεν μπορώ. Δεν μπορώ να είναι λαϊκοί οι άνθρωποι. Δεν έχει να κάνει με τη μόρφωση ή αν έχουν τελειώσει πανεπιστήμιο...τους βγαίνει από μέσα. Δεν έχουν παιδεία σαν άνθρωποι, κοινωνική μόρφωση. Δεν λέω να έχεις τελειώσει το λύκειο. Δηλαδή θα προσέξεις το παιδάκι σου να μην ενοχλεί τον κόσμο, τη συμπεριφορά σου, πως μιλάς...δεν μπορώ. Ας πούμε εγώ δεν είμαι ο κλασικός ο έλληνας δεν θα πετάξω κάτω τη γόπα, δεν θα περάσω το κόκκινο. Θεωρώ ότι υπάρχουν αυτοί οι κανόνες. Θα προσπαθήσω να είναι καθαρά, θα προσπαθήσω να μην δημιουργήσω το χάος στην κίνηση. Προσπαθώ όλο αυτό που ζούμε

να λειτουργεί κάπως [...]Μου αρέσει να έχουν τρόπους οι άνθρωποι δεν μπορώ ούτε αγενείς να είναι ούτε να μιλάνε ελληνικά της κακιάς ώρας, εντάξει ούτε εγώ μιλάω τέλεια αλλά τουλάχιστον προσπαθώ.»
(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 29 ετών, κάτοικος Πατησίων)

«Ότι είμαι σε ένα χώρο, αισθάνομαι μια προστασία, ότι ο χώρος αυτός μαζεύει ωραίο κόσμο και μου αρέσει αυτό που βλέπω. Νομίζω ότι παίζει το 'The Mall' πάρα πολύ με το φαίνεσθαι. Δηλαδή βλέπεις κάτι ωραίο και σε τραβάει γιατί πραγματικά και ο κόσμος που μαζεύει είναι πάρα πολύ ωραίος. Όχι τόσο από θέμα...από θέμα αισθητικής, ντυσίματος...τέτοιο εννοώ...καλός κόσμος ο ωραία ντυμένος, περιποιημένος, καθαρός, όχι κανένας ρακένδυτος.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Και η ποιότητα του κόσμου είναι καλύτερη, δηλαδή δεν θα συναντήσεις εκεί μέσα κακά στοιχεία...για παράδειγμα ναρκωτικά ή χασίς. Απ' ό,τι ξέρω εκεί μέσα και να θέλεις να το κάνεις δεν μπορείς. Ενώ αν εκθέτεις έναν έφηβο και του λες 'ναι πήγαινε πιες καφέ με τους φίλους στην Αγ.Παρασκευή' ξέρεις ότι είναι στο δρόμο και μπορεί ο οποιοσδήποτε να περάσει από δίπλα του και να κάνει ο,τιδήποτε. Στο 'The Mall' δεν νομίζω ότι γίνεται με τέτοια συχνότητα και υπάρχουν τόσες πιθανότητες. Είναι και θέμα πιθανοτήτων. Ο κόσμος που μαζεύει το 'The Mall'...οι περισσότεροι μένουν στις ίδιες συνθήκες διαβίωσης. Είναι άνθρωποι που ζουν στο Μαρούσι, στο Χαλάνδρι, στην Αγ.Παρασκευή, στο Χολαργό, δηλαδή πάνω κάτω, έχουν το ίδιο επίπεδο διαβίωσης. Όπως το αντιλαμβάνομαι είναι χοντρικά και της ίδιας περίπου οικονομικής κατάστασης και αυτό προέρχεται και από τα προϊόντα που παρέχει το 'The Mall'. Δηλαδή αν κάποιος δεν μπορεί να πληρώσει 5 ευρώ τον καφέ, δεν θα πάει να πιεί καφέ στο 'The Mall'. Ή αν κάποιος δεν αγοράζει από τις μάρκες που έχει, δεν θα πάει εκεί. Το καταναλωτικό του πλαίσιο δηλαδή τα προϊόντα που πουλάει έχουν πάνω κάτω συγκεκριμένες στιγμές. Αν θέλεις να πάρεις φθηνά

ρούχα, το πρώτο πράγμα που θα σου έρθει στο μυαλό δεν θα είναι το 'The Mall'. Αντίθετα αν θέλεις να αγοράσεις ένα καλό ρούχο θα σου έρθει το 'The Mall', σε εμένα τουλάχιστον.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευή)

«Πιστεύω ότι μαζεύει καλό κόσμο από την άποψη ότι δεν πάει κάποιος απλά και μόνο για να πιει καφέ ή να κάνει φασαρία ή ο,τιδήποτε έχω δει να πηγαίνει κάποιος να πίνει καφέ και να κάνει τσαμπουκά στο γκαρσόνι. Πάει κάποιος στο 'The Mall' που όντως θέλει να περάσει την ώρα του να δει δυο ανθρώπους καλοντυμένους, να μην δεις αυτό το χάλι που βλέπεις κάτω στην Ομόνοια να περνάει που είναι ο άλλος που τρομάζεις μην βγάλει κανένα μαχαίρι και σε σφάξει και ότι υπάρχει μια τύπου ασφάλεια και υπάρχει ένας πιο εκλεπτυσμένος κόσμος.»

(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

Η αναπαράσταση του «καλού κόσμου», του «εμφανίσιμου» κόσμου είναι σημασιοδοτημένη και από μια καθαρότητα της συμπεριφοράς, με την έννοια της διατήρησης των οριοθετήσεων, που θέτει ο ίδιος ο χώρος, και των χωρικών, σωματικών και οπτικών μεταξύ των ατόμων.

Η καθαρότητα της συμπεριφοράς σημαίνει σαφήνεια των προθέσεων, σταθερότητα, προβλεψιμότητα των ενεργειών και πράξεων, αν όχι εκπλήρωση τουλάχιστον μη διάψευση των προσδοκιών και διατήρηση των ορίων και των αποστάσεων -σωματικών, χωρικών, οπτικών. Η καθαρότητα αυτή προσφέρει αισθητική απόλαυση και ένα αίσθημα ασφάλειας στα άτομα. Αντιθέτως, συμπεριφορές που μπορεί να παραβιάζουν τα όρια, να προβληματοποιούν και να θέτουν ερωτηματικά στη νομιμότητα των προσδοκιών και να κομίζουν κάτι το αδιευκρίνιστο, το τυχαίο, το παράταιρο εκλαμβάνονται ως απειλητικές με μια αξιολογική κλιμάκωση από την όχληση μέχρι το επικίνδυνο. Καθαρότητα, σαφήνεια, προβλεψιμότητα ίσον ασφάλεια και βρωμιά, αοριστία, προβλεψιμότητα ίσον ανασφάλεια.

Κεφάλαιο 5°

Στη σκηνή του ‘The Mall Athens’

Εισαγωγή

Το ‘The Mall Athens’ είναι ένας θεαματικός χώρος όπου ανάγεται σε μεγάλο βαθμό η εμπειρία των ατόμων, δηλαδή η παρουσία, η συμπεριφορά και η δραστηριότητά τους σε μια εικόνα, σε μια αναπαράσταση μέσω της οποίας τα άτομα ταυτοποιούνται. Ένας ιδιωτικός χώρος μαζικής χρήσης όπως το ‘The Mall Athens’ μπορεί να οριστεί ως ένας «θεαματικός χώρος», καθώς επιφέρει μια σύγκλιση της «θεαματικής σκηνής» και του «δημόσιου χώρου». Όταν λέμε «θεαματική σκηνή» εννοούμε το σύνολο του μεντιακού θεάματος το οποίο προβάλλει εικόνες-σημεία, αναπαραστάσεις συμπεριφορών, ρόλων. Αυτό το σύνολο εικόνων-σημείων εμφανίζεται και ταυτοποιεί χώρους, όπως για παράδειγμα το ‘The Mall Athens’.

Αυτό, όμως, που συνιστά το ‘The Mall Athens’ ως έναν θεαματικό χώρο δεν είναι απλά η παρουσία εικόνων σημείων ως συμβολικά-δομικά χαρακτηριστικά αυτού του χώρου αλλά και το γεγονός ότι οι θεαματικοποιημένες συμπεριφορές, στάσεις και οι ρόλοι που προβάλλονται από τα μέντια εντοπίζονται στο συγκεκριμένο χώρο με την ενσάρκωση τους από τους επισκέπτες του χώρου. Με άλλα λόγια αυτό που καθιστά το ‘The Mall Athens’ θεαματικό χώρο είναι ότι ως ένας ημι-δημόσιος χώρος –ιδιωτικός χώρος μαζικής χρήσης- προσδιορίζεται από τους ίδιους τους ρόλους που ενσαρκώνουν οι επισκέπτες. Ρόλους που προσπαθούν όχι να τους παίξουν, να

τους παραστήσουν αλλά να ταυτιστούν με αυτούς και να τους αναπαραστήσουν και έτσι να ταυτοποιηθούν. Το ‘The Mall Athens’ προωθείται, σκηνοθετείται αλλά και γίνεται αντιληπτός αντίστοιχα και βιώνεται από τους επισκέπτες ως ένας χώρος προσκηνιακός στην καθολικότητα του.

1. Ο χώρος ως προσκήνιο

«Παντού φώτα, παντού κόσμος...τύποι εμφανίσιμοι, παντού είσαι πρωταγωνιστής και πόσοι άλλοι` δεν υπάρχουν κομπάρσοι εκεί, και δεν μπορείς να φύγεις από το stage` είναι παντού stage εκεί. Δεν έχει παρασκήνιο.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’)

Το προσκήνιο είναι ο τόπος του ηθοποιού εν δράσει. Είναι ο τόπος που επιτελούνται οι ρόλοι. Όταν έχουμε να κάνουμε με έναν τόπο προσκήνιο αυτό σημαίνει ότι υπάρχει και ένα άλλος χώρος που τον προϋποθέτει λειτουργικά και τελετουργικά το παρασκήνιο.

Η χάραξη ορίων, ο καθορισμός του χώρου με τους όρους του προσκηνίου και του παρασκηνίου σημαίνει προσδιορισμό του τρόπου συμπεριφοράς, των ρόλων, των εκφράσεων, της γλώσσας που αρμόζει στον κάθε διακριτό χώρο. Εν προκειμένω, το ‘The Mall Athens’ προωθείται, σκηνοθετείται αλλά και γίνεται αντιληπτός αντίστοιχα και βιώνεται από τους επισκέπτες ως ένας χώρος προσκηνιακός στην καθολικότητα του.

Η προώθηση ενός οριοθετημένου, μονωμένου περιβάλλοντος ως προσκηνιακού χώρου στο σύνολο του επιτυγχάνεται με τη στρατηγική της μυστικοποίησης. Η διαδικασία της μυστικοποίησης συνίσταται στην απόδοση κάποιων «μυστικών», μαγικών ιδιοτήτων σε ένα αντικείμενο («φετιχισμός του εμπορεύματος») και στην απόκρυψη του συνόλου των κοινωνικών προεκτάσεων μιας εργασίας, ενός αντικειμένου, ενός τύπου κοινωνικής οργάνωσης. Η μυστικοποίηση συγκροτεί μύθους και αποτελεί προϋπόθεση και αποτέλεσμα της -κατά μαρξικούς όρους- αλλοτριωμένης συνείδησης.

1.1. Περί μυστικοποίησης

Η μυστικοποίηση, κατά τον H.Lefebvre, είναι το στάδιο του αναποδογυρίσματος του κόσμου, έτσι όπως δίνεται μέσα από τη σχέση της αναπαράστασης και της πραγματικότητας.⁵¹⁰ Οι αναπαραστάσεις ως αντεστραμμένες εικόνες της πραγματικότητας παρουσιάζονται ως αντανakλάσεις της πραγματικής αλήθειας. Θα προσεγγίσουμε τη μυστικοποίηση ως μια διαδικασία, η οποία παράγει «φαινόμενα» και μέσω της άρθρωσης αυτών οργανώνει τη φαινομενικότητα που διατρέχει την καθημερινή ζωή και την κοινωνική οργάνωση.⁵¹¹

Η μυστικοποιητική διαδικασία -όπως επιτελείται από ιδεολογίες, εικόνες, θεάματα, σώματα επιστημονικής γνώσης- επιδιώκει να καθρεφτίζει την κοινωνική πραγματικότητα, το υλικό υπόστρωμα της και να τη διαθλά με τέτοιο τρόπο ώστε τα «φαινόμενα» που δίδει για την αντίληψη και τη συνείδηση του ατόμου να συνιστούν αφηρημένες, καλά όμως επεξεργασμένες αναπαραστάσεις του κοινωνικού κόσμου.

Η μυστικοποίηση συνίσταται σε δυο βασικές λειτουργίες, την αποσύνδεση και την επένδυση. Η λειτουργία της αποσύνδεσης σχετίζεται με την αποκοπή των αντικειμένων-προϊόντων, σχέσεων, θέσεων και ρόλων από την κοινωνική ολότητα. Πρόκειται για μια εξάλειψη των κοινωνικοοικονομικών και ιστορικών προεκτάσεων και καθορισμών είτε όταν πρόκειται για εμπορεύματα, για σχέσεις παραγωγής ή για πολιτικά πρόσωπα.⁵¹²

⁵¹⁰ Α.Λεφέβρ, *Μηδενισμός και αμφισβήτηση*, μετ.Λ.Τρουλινού, επιμ. Π.Βουτσινά, Ύψιλον, Αθήνα 1990, σελ.81. Επίσης βλ. H.Lefebvre, *Critique of everyday life*: Volume 1, Verso London-New York, 1991, σελ.167-8.

⁵¹¹ R.Vaneigem, *Η επανάσταση της καθημερινής ζωής*, όπ.π., σελ.149-159. Ο Vaneigem αναφέρει χαρακτηριστικά ότι: «...σαν οργανωμένο σύστημα η φαινομενικότητα είναι γιγάντιος ταξινομητής όπου τα γεγονότα τεμαχίζονται, απομονώνονται, πατεντάρονται και ταχτοποιούνται...Η εικόνα, η φωτογραφία, το ύφος, δομημένα και συντονισμένα με συνδυαστικές τεχνικές, συνιστούν ένα είδος αυτόματου διανομέα έτοιμων εξηγήσεων και κοκκινοσιμενών αισθημάτων.» Κι αλλού: «Η οργάνωση της φαινομενικότητας είναι σύστημα προστασίας των γεγονότων' racket. Τα αναπαριστά στην έμμεση πραγματικότητα για να μην μπορεί να τα παρουσιάζει η άμεση πραγματικότητα. Μύθος είναι η οργάνωση της φαινομενικότητας στην ενωτική εξουσία. Θέμα η οργάνωση της φαινομενικότητας στην τμηματική εξουσία.»

⁵¹² Ενδεικτική περίπτωση αυτής της μυστικοποίησης είναι οι ιστορικές προσεγγίσεις που διαβάζουν και αναλύουν την ιστορία όχι ως μια κίνηση των κοινωνικών θεσμών, των κοινωνικών δυνάμεων, συγκρούσεων και μετασχηματισμών που επιφέρουν, των οικονομικών ανταγωνισμών και των αλλαγών των παραδειγμάτων, αλλά ως προϊόν της δημόσιας παρουσίας μιας πολιτικής προσωπικότητας. Αυτές οι αυτοβιογραφικού τύπου εξηγήσεις αποκρύπτουν ακριβώς την ιστορική κίνηση της κοινωνίας ως ολότητας μέσα στο χώρο και το χρόνο. Σχετικά με τη διαμάχη μεταξύ των θεωριών που εκλαμβάνουν

Η λειτουργία της επένδυσης συνίσταται στην αναγωγή, αρχικά, των εμπορευμάτων, των κοινωνικοοικονομικών σχέσεων σε εικόνες και μετέπειτα στη συμβολική τους επένδυση. Η επένδυση αυτή φетиχοποιεί το εμπόρευμα και τις σχέσεις καθώς τους αποδίδει μυστηριακές ιδιότητες, οι οποίες σαγηνεύουν ή και λύνουν τους ιστορικούς, υλικούς δεσμούς τους με την κοινωνική πραγματικότητα και έτσι τους επιτρέπουν να αιωρούνται στο θεαματικό κενό.⁵¹³

Η μυστικοποίηση, λοιπόν, πρόκειται για μια διαδικασία επανομηματοδότησης, η οποία στοχεύει στο άδειασμα του νοήματος της κοινωνικής πραγματικότητας και στην αναπλήρωση αυτού του κενού με σύνολα πληροφοριών-σημασιών οι οποίες στερεοποιούνται, επενδύονται σε εικόνες, οι οποίες με τη σειρά τους επιδιώκουν να «αντανακλούν», να «μιλούν» την κοινωνική πραγματικότητα καθολικά και αποκλειστικά. Η διαδικασία, βέβαια, της επανομηματοδότησης δεν είναι μόνο μια διανοητική διαδικασία αλλά και υλική, πρακτική με την έννοια ότι η μυστικοποίηση των προϊόντων της ανθρώπινης εργασίας, δηλαδή η ανάδειξη τους σε πράγματα με μαγικές ιδιότητες και αποσυνδεδεμένα από την ανθρώπινη δραστηριότητα και τις σχέσεις παραγωγής που τη διέπουν δεν προκύπτει μόνο από τη συμβολική επένδυση μέσω εικόνων και λόγων αλλά και από την κυριαρχία της ανταλλακτικής αξίας εις βάρος της αξίας χρήσης. Τα προϊόντα της ανθρώπινης εργασίας μυστικοποιούνται τόσο με την μετατροπή τους σε εμπορεύματα μέσα στην εμπορευματική οικονομία όσο και με την απόδοση μυστηριακών ιδιοτήτων. Ανταλλακτική και συμβολική ανταλλακτική αξία συμβαδίζουν.

Η αντίληψη των προϊόντων ως εμπορεύματα, δηλαδή «πράγματα-φαντάσματα» που κυκλοφορούν στην αγορά με τις μαγικές τους ιδιότητες και μια αξία καθοριζόμενη από «φυσικούς», ακατανόητους νόμους της οικονομίας⁵¹⁴ της εργατικής δύναμης του ατόμου ως εμπόρευμα προς πώληση της εργασίας ως μιας αντικειμενοποιημένης, ορθολογικά υπολογισμένης και τμηματικά οργανωμένης δραστηριότητας όπου οι ποιότητες (επιθυμίες, προσωπικές κλίσεις, ιδιοσυγκρασία ψυχολογική διάθεση) του κάθε εργαζομένου απωθούνται του τελικού προϊόντος ως

την ηγεσία ως επιφανόμενο κοινωνικών και ιστορικών διαδικασιών και των βιογραφικών ερμηνειών αυτών βλ. Murray Edelman, *Η κατασκευή του πολιτικού θέματος*, μετ. Α. Κόρκα, προλ.-επιμ. Ν. Δεμερτζής, Παπαζήσης, Αθήνα 1999, σελ. 91-99.

⁵¹³ Μια εικονική μεταφορά αυτής της δυναμικής της φетиχοποίησης μας δίνεται από μια διαφήμιση όπου μια γυναίκα παρουσιάζεται περιχαρής να περπατά τόσο ανάλαφρα, σχεδόν να πετάει, να μην πατάει στο έδαφος, μιας και έχει χρησιμοποιήσει το «κατάλληλο» απορρυπαντικό ρούχων για τα ρούχα της οικογένειας.

κάτι ανεξάρτητου από την προσωπική εργασία του κάθε εργαζόμενου και του χρήματος ως της γενικής ισοδυναμίας που καταργεί κάθε ποιοτική διαφορά⁵¹⁴ η συνείδηση αυτή λοιπόν σε μια συνθήκη όπου η ικανοποίηση των βιοτικών, κοινωνικών, πνευματικών αναγκών εμπορευματοποιείται, σηματοδοτεί το φαινόμενο της πραγμοποίησης.

Ο Marx ορίζει το κεφάλαιο «ως μια κοινωνική σχέση μεταξύ των ανθρώπων, η οποία μεσολαβείται από πράγματα». Ο Debord κρατώντας τη δομή αυτής της φράσης ορίζει «το θέαμα ως μια κοινωνική σχέση μεταξύ των ανθρώπων, η οποία μεσολαβείται από εικόνες». Η καπιταλιστική συνθήκη με την σταδιακή αύξηση των μέσων μαζικής ενημέρωσης από τον 19^ο αιώνα και μετά και την επακόλουθη εκθετική αύξηση της παραγωγής και διάχυσης εικόνων πήρε τη μορφή του σύγχρονου θεάματος. Τα εμπορεύματα ως «πράγματα-φαντάσματα» ενίσχυσαν τη συμβολική τους αρματουσία μέσω της εικόνας, του λόγου και της διαφημιστικής σκηνοθεσίας και με τη διεύρυνση της εμβέλειας των μέσων -τόσο με γεωγραφικούς όρους όσο και κοινωνικούς- απόκτησαν και τη δυνατότητα διείσδυσης στην κοινωνική ζωή (συλλογική και διαπροσωπική) αλλά και οργάνωσης αυτής.

Η επένδυση των εμπορευμάτων με συμβολική ανταλλακτική αξία σήμαινε αφενός μια δυναμική τακτική «κοινωνικοποίησης» των προϊόντων - ως απαραίτητων για την προσωπική ταυτότητα και την κοινωνική αναγνώριση του ατόμου- και αφετέρου μια θεαματικοποίηση πολλών εκφάνσεων της κοινωνικής ζωής. Το εμπόρευμα μπορεί να αφηγείται ιστορίες, να μιλάει για τις ανθρώπινες σχέσεις, για τη φιλία, τον έρωτα, τη σεξουαλικότητα, την εμπιστοσύνη. Οι αναπαραστάσεις, οι εικόνες των εμπορευμάτων, των κοινωνικών σχέσεων, των κοινωνικών ομάδων, των πολιτικών προσώπων, της κάθε θέσης στην κοινωνική ιεραρχική δομή -π.χ.: η εικόνα του επιχειρηματία, του/της συζύγου, του πατέρα, της μητέρας, του θρησκευτικού ηγέτη, του εκπαιδευτή, ειδήμονα, του επιστήμονα- μεσολαβούν και ρυθμίζουν ως εικόνες-πρότυπα τη γνωστική, πρακτική, ηθική, συναισθηματική, συμβολική και υλική πλευρά των κοινωνικών σχέσεων των ανθρώπων.

Πραγμοποίηση και θεαματικοποίηση, ανταλλακτική και συμβολική ανταλλακτική αξία συνιστούν συνέπειες της διαδικασίας της μυστικοποίησης. Κοινό

⁵¹⁴ Η επιχειρηματολογία αυτή βασίζεται στην ανάπτυξη από τον Γκ.Λούκατς της έννοιας της πραγμοποίησης στο έργο του *Ιστορία και ταξική συνείδηση*, μετ.Γ.Παπαδάκης, Οδυσσέας, Αθήνα 2001, σελ. 175-215.

χαρακτηριστικό των πραγμάτων και των εικόνων είναι η αποσύνδεση τους από την κοινωνία ως όλο αλλά και συνάμα η δυνατότητα τους να την επανανοηματοδοτούν, να την ορίζουν και να την οργανώνουν στο σύνολο της μέσα ακριβώς από τις λειτουργίες της απόκρυψης και επένδυσης. Ο Lefebvre ακολουθεί τον Marx στον ορισμό της αλλοτρίωσης ως «το μπλοκάρισμα των δυνατοτήτων»⁵¹⁵, δηλαδή ως την κατάσταση της συνειδητής στην οποία παραμένουν στο σκοτάδι όχι μόνο οι κοινωνικές λειτουργίες και σχέσεις που παράγουν και αναπαράγουν την ανισότητα και την εκμετάλλευση αλλά και οι δυνατότητες χειραφέτησης, δημιουργικότητας και κοινωνικής θέσμησης.

Μπορούμε να δώσουμε ένα παράδειγμα συμβολικής επένδυσης ενός προϊόντος, συγκεκριμένα του αυτοκινήτου, το οποίο φетиχοποιείται μέσω του διαφημιστικού λόγου. Το αυτοκίνητο ως ένα προϊόν ανθρώπινης εργασίας μέσα από το λόγο και τη σκηνοθεσία της διαφήμισης αποσυνδέεται από τις προεκτάσεις των κοινωνικών σχέσεων παραγωγής, από τη σχέση του με την πολεοδομική οργάνωση των πόλεων και την οργάνωση, το σχεδιασμό, τους μετασχηματισμούς στο επίπεδο του χώρου, από τις αλλαγές στην αντίληψη και την εμπειρία του χώρου και του χρόνου από τον σύγχρονο άνθρωπο, τις περιβαλλοντολογικές επιπτώσεις, τους κύκλους εργασίας της παγκοσμιοποιημένης αγοράς των αυτοκινητοβιομηχανιών και όχι μόνο, την εκμετάλλευση των πλουτοπαραγωγικών πηγών, τις επιχειρηματικές πολιτικές κερδοφορίας των εταιριών εκμετάλλευσης του μαύρου χρυσού (και του γκρίζου - φυσικό αέριο-), το καναλιζάρισμα των επιθυμιών του ανθρώπου σε εμπορευματικούς ατραπούς και άλλα. Η απόσπαση του αυτοκινήτου από όλες αυτές τις προεκτάσεις του λειτουργεί ως προϋπόθεση για την αναγωγή του σε μια αναπαράσταση, η οποία αρθρώνεται σε σύνολα σημείων, εικόνων τα οποία μπορούν να μιλούν για την κοινωνικοοικονομική κατάσταση, την αρρενωπότητα ή και τη θηλυκότητα, το δυναμισμό, την ευγένεια, το γούστο, το στιλ, ακόμα και για την «επαναστατικότητα».⁵¹⁶ Είναι αρκετά διαφωτιστικά αυτής της διαδικασίας

⁵¹⁵ Α.Λεφέβρ, *Μηδενισμός και αμφισβήτηση*, όπ.π., σελ.86.

⁵¹⁶ Ε.Μορέν, *Κοινωνιολογία*, μετ. Δ.Δημουλάς, Εκδόσεις Εικοστού Πρώτου, Αθήνα 1998, σελ. 340-9. Ο Μορέν υποστηρίζει ότι το αυτοκίνητο αποτελεί για τον σύγχρονο άνθρωπο όχι μόνο μια υλική επένδυση, αλλά μάλλον ψυχολογική. Η αίσθηση της ελευθερίας, της φυγής, του ελέγχου του χρόνου και του χώρου, της κυριαρχίας επί μιας υπάκουης μηχανής με ισχυρή κινητική ενέργεια, της προστασίας και της σιγουριάς (που προσομοιάζει με την αίσθηση που προσφέρει το σπίτι) και μιας οιονεί ερωτικής σχέσης με το αυτοκίνητο που του δίνει τη δυνατότητα να επιβεβαιώσει το ρόλο του κυρίαρχου και του κατακτητή, όλα αυτά συνιστούν αντισταθμίσματα σε «διάφορα συναισθήματα κατωτερότητας και ευνοούν μια σειρά από εκτονώσεις». Επίσης βλ. Ε.Αρανίτσης, «Παράδοξα: Αυτήν ξέρω αυτήν εμπιστεύομαι», *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 7/1/2007, σελ.31. Ο Αρανίτσης κάνει λόγο για μια

συμβολικής επένδυσης τα λόγια μιας κοπέλας, καθώς αξιολογεί διαφήμιση μιας γνωστής αυτοκινητοβιομηχανίας:

«Αλλά έχω δει πολύ έξυπνες διαφημίσεις και μπορώ να σου πω μια η οποία μου έκανε τρομερή εντύπωση με το τελευταίο μοντέλο της Peugeot το 207 ή το 307. Που είναι το Peugeot που περνάει μέσα από τη θάλασσα. Και εκείνη την ώρα για να δείξει την ισχύ του αυτοκινήτου δείχνει το κύμα να μεταμορφώνεται σε ένα λιοντάρι. Δηλαδή εγώ το βρίσκω πάρα πολύ έξυπνο μάρκετινγκ. Επιδρά στην ψυχολογία σου, δηλαδή και καλά παίρνεις αυτό το αυτοκίνητο εσύ αυτομάτως από εκεί που μπορεί να είσαι ένας άνθρωπος, ένας κοινός θνητός μπορείς και μόνο με αυτό το αυτοκίνητο να μεταμορφωθείς σε ιππότη της ασφάλτου ή σε άγριο ζώο. Μπορείς να γίνεις ό,τι θέλεις. Δηλαδή εγώ κοιτάω τις διαφημίσεις μόνο που βασίζονται σε έξυπνο μάρκετινγκ και μόνο. Και εκεί μπορεί να με επηρεάσουν κιόλας είτε θετικά ή αρνητικά. Αλλά κυρίως αν έχουν έξυπνα σποτάκια, έξυπνο μάρκετινγκ έχουν πιάσει το θέμα καλά και είναι ένα έξυπνο θέμα σου δίνουν την αίσθηση ότι το θέλω αυτό. Μου αρέσει η διαφήμιση του και το θέλω. Αυτή η διαφήμιση με το Peugeot θα ήταν από τις μάρκες που δεν θα αγόραζα ποτέ σαν αυτοκίνητο και όμως με έχει επηρεάσει να το αγοράσω. Με έχει επηρεάσει μόνο η διαφήμιση του...Σου δείχνει κάτι το οποίο δεν είναι κοινότυπο. Σου δείχνει πράγματα τα οποία μπορούν να σε βοηθήσουν να φύγει η φαντασία σου. Δηλαδή να προχωρήσεις...» μια διαφήμιση της Mitsubishi πριν 3,4 χρόνια που μου έχει μείνει ακόμα. Όπου δείχνει ένα αυτοκίνητο να περνάει μια γέφυρα η οποία είναι σηκωμένη και με το που περνάει το Mitsubishi ανοίγει το δρόμο. Δηλαδή σου βγάζει την αίσθηση ότι όπου και να πας, ό,τι και να θέλεις να κάνεις στη ζωή σου αυτό το αμάξι «σε πάει». Έχει την αίσθηση της

«εμπύκνωση» των αντικειμένων μέσω του διαφημιστικού λόγου, δηλαδή για την αντιμετώπιση των αντικειμένων σαν ανθρώπινα όντα, τα οποία αναπτύσσουν σκέψεις, συναισθήματα και προσωπικές σχέσεις με τους καταναλωτές. Συγκεκριμένα με το αυτοκίνητο, σχολιάζει ότι «στο να χαρακτηρίσεις το αυτοκίνητο 'αντικείμενο' αντηχεί ήδη μια νότα ιεροσιλίας», όταν το αυτοκίνητο και άλλα αντικείμενα «παρεμβάλλονται στην οικογενειακή αρμονία εμπνέοντας διαλόγους ερωτικών τριγώνων.»

σιγουριάς. Κάτι το οποίο μόνο οι διαφημίσεις το δείχνουν.»

(επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

Και ένα ακόμη παράδειγμα ενός άλλου συνεντευξιαζόμενου που μιλάει για τη δυναμική της διαφήμισης:

«Θα δω ένα προϊόν στο ράφι το οποίο θα είναι διαφήμιση, το οποίο έχει διαφήμιση, έχω δει τη διαφήμιση στην τηλεόραση, είτε σε περιοδικό ή στο δρόμο και μου έχει κάνει εντύπωση, είτε από το μήνυμα περνάει από μέσα ή απέξω, όπως το βλέπει ο καθένας, θα το θυμηθώ το προϊόν και πολλές φορές μπορεί και να με ωθήσει να το ψωνίσω επειδή έχει καλύτερο όνομα, επειδή η διαφήμιση έχει δημιουργήσει ένα image, ένα όνομα το οποίο είναι πιο δυνατό από κάποια άλλα λόγω διαφήμισης.» **(επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 26 ετών, κάτοικος Θρακομακεδόνων)**

Η στρατηγική λοιπόν της μυστικοποίησης εφαρμόζεται μέσω δυο λειτουργιών, τακτικών της απόκρυψης και της επένδυσης. Στην περίπτωση του ‘The Mall Athens’ η στρατηγική αυτή αφενός συνίσταται στην απόκρυψη της τραχύτητας της εργασίας που λαμβάνει χώρα στο παρασκήνιο και αφετέρου στη θεαματικοποίηση της τριτογενούς εργασίας στον προσκηνιακό χώρο.

1.1.1. Απόκρυψη του «παρασκηνίου»

Η απόκρυψη του παρασκηνίου στην περίπτωση ενός εμπορικού πολυχώρου όπως το ‘The Mall Athens’ δεν έχει να κάνει τόσο με μια έννοια ιδιωτικότητας, απόσυρσης από την κοινή θέα, όπως απαντάται στον παρασκηνιακό χώρο της κρεβατοκάμαρας ενός δυτικού αστικού σπιτιού. Επίσης δεν πρόκειται για έναν χώρο προετοιμασίας, χαλάρωσης, παροδικής αναστολής του ρόλου, απόκρυψης λανθασμένων χειρισμών και διατήρησης της αξιοπιστίας του προσκηνιακού χώρου, όπως αντίστοιχα μπορεί να λειτουργούν τα καμαρίνια ενός θεάτρου, ιδιαίτερα γραφεία οργανισμών και χώροι σε ένα νοσοκομείο. Η κάλυψη του παρασκηνίου σε ένα εμπορικό, θεαματικό χώρο σχετίζεται μάλλον με μια στρατηγική μυστικοποίησης του εμπορεύματος και της θεαματικής συνθήκης.

Αυτή η στρατηγική μυστικοποίησης στοχεύει στην ανάδειξη ενός χώρου στο σύνολο του ως χώρου αναψυχής, κατανάλωσης, αφθονίας, θεάματος. Πρόκειται για τη σκηνοθεσία ενός χώρου αφεγιάδιστου, ο οποίος προσφέρει ποικιλία προϊόντων και

ευκαιριών διασκέδασης. Η οποιαδήποτε πρακτική, νύξη εργασίας προπαρασκευαστικής όπως παραλαβή προϊόντων, κατηγοριοποίηση, αναγραφή τιμών, τακτοποίηση μέχρι την τελική παρουσίαση των εμπορευμάτων στις θέσεις προβολής (βιτρίνες, ράφια) επιδιώκεται να αποκρύπτεται και να «λαμβάνει χώρο» στο παρασκήνιο.

Όπου μπορεί να παρουσιάζεται η προπαρασκευαστική εργασία, όπως τις περιπτώσεις των σουβλατζιδίκων στον τρίτο όροφο, αυτή σκηνοθετείται έτσι ώστε να εμφανίζεται ως ρόλος σε ένα θέαμα που επιδιώκει να πείσει για την αυθεντικότητα και την ποιότητα του. Το ψήσιμο, το τύλιγμα, η προπαρασκευή ενός σουβλακιού φαίνεται μέσα από τη σκηνοθεσία του χώρου, της ενδυμασίας των εργαζομένων, τη διαμεσολάβηση του προσωπικού εξυπηρέτησης μεταξύ του χώρου προπαρασκευής και του πελάτη, το σύστημα εξαερισμού που απορροφά τις μυρωδιές και το φωτισμό να παρουσιάζεται ως μια τελετουργία που προσφέρεται για θέαμα παρά ως εργασία...

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα μιας κοπέλας που δούλευε στην αποθήκη ενός γνωστού μαγαζιού ένδυσης. Οι προτροπές της διεύθυνσης του μαγαζιού προς τους εργαζομένους στόχευαν στην απόκρυψη της παρουσίας τους αλλά και στο σφράγισμα των παρασκηνίων για τους πελάτες:

«Αν επισκεφθείς το κατάστημα θα δεις μια κεντρική είσοδο που μπαίνεις που είναι μια καγκελόπορτα, ένα κάγκελο το οποίο ανεβοκατεβαίνει και όπως μπαίνεις στο κατάστημα δεξιά τέρμα κάτω στο αριστερό σου χέρι βρίσκεις μια πόρτα. Αυτή η πόρτα είναι το διαχωριστικό, θα μπορούσε κάποιος να πει, μεταξύ της αποθήκης και του κεντρικού μέρους του καταστήματος. Και αυτή η πόρτα είναι πάντα κλειστή, μας έλεγαν πάντα να είναι κλειστή ήταν η πολιτική του καταστήματος να είναι πάντα κλειστή. Και πολλές φορές έχει τύχει και εγώ να την αφήσω ανοιχτή σαν νέα στο κατάστημα στην παραλαβή και να μου γίνει και παρατήρηση για αυτό.» (εργαζόμενη στο 'The Mall Athens' στην αποθήκη καταστήματος ένδυσης, 25 ετών)

Ο καταμερισμός της εργασίας θέτει σαφείς διαχωρισμούς μεταξύ των ρόλων του προσκηνίου και του παρασκηνίου. Τα άτομα του παρασκηνίου δεν επιτρέπεται να αναλάβουν ρόλο προσκηνίου και όταν βρεθούν στο προσκήνιο πρέπει να περνούν απαρατήρητοι. Ας ακούσουμε την ίδια την κοπέλα, εργαζόμενη του παρασκηνίου:

«Οι βασικές οδηγίες ήταν ότι εμείς σαν άτομα της παραλαβής καλό θα ήταν να μην είχαμε επαφή με το κατάστημα εν ώρα λειτουργίας του καταστήματος. Δηλαδή αν τύχαινε και είχαμε παραλαβή που ήταν η κύρια δουλειά μας βραδινή βάρδια, δηλαδή 12:00 με 8:00 ή 12:00 με 9:00 ή 11:00 με 7:00, 10:00 με 6:00, ανάλογα πότε ερχόταν η παραλαβή καθοριζόταν και οι ώρες, δεν ήταν στάνταρ το ωράριο. Απλά μας είχαν πει ότι θα ήταν καλό να μην ερχόμαστε σε επαφή με το κατάστημα σαν παραλαβή για να μην υπάρχει σύγχυση στο κατάστημα· δηλαδή μπορεί να μην ξέραμε που έχουν τοποθετήσει οι πωλήτριες τα ρούχα και να υπάρχει σύγχυση στον κόσμο και να δημιουργείται φασαρία στο κατάστημα. Οπότε καλύτερα θα ήταν να μην είχαμε επαφή με το κατάστημα...εν ώρα λειτουργίας, όμως, κανονικά απαγορευόταν. Έχω τύχει περιστατικό που να κάνουν παρατήρηση σε παιδί που εν ώρα λειτουργίας πήγε να βγει για διάλειμμα και επειδή είχε κόσμο στο κατάστημα να περάσει λίγο η ώρα και είχε τύχει να γίνει και σκηνικό. Όχι κανένα τρελό αλλά έχει τύχει να δω και σκηνικό.

Ερώτηση: Τί έκανε; Έμεινε μέσα στο κατάστημα;

Απάντηση: Ουσιαστικά ναι. Κανονικά τις ώρες του διαλείμματος, όταν το κατάστημα είναι εν ώρα λειτουργίας κανονικά πρέπει να βγαίνουν από την κύρια είσοδο που μπαίνουν και οι πελάτες και οι πωλητές του καταστήματος· να ανεβαίνουμε πάνω στο 'The Mall' στα τραπέζια, στα παγκάκια, στους κοινόχρηστους χώρους, να πιούμε κανέναν καφέ και να κάνουμε ένα πεντάλεπτο, δεκάλεπτο διάλειμμα. Έχει τύχει ένα παιδί να μείνει λίγο παραπάνω μέσα στο κατάστημα και έγινε αυτό το σκηνικό που η υπεύθυνη του είπε ότι θα ήταν καλό να μην είμαστε εν ώρα λειτουργίας του καταστήματος εκεί και να φεύγουμε και να περνάμε σαν απαρατήρητοι, σαν να μην υπάρχουμε.» (εργαζόμενη στο 'The Mall Athens' στην αποθήκη καταστήματος ένδυσης, 25 ετών)

Επίσης η τραχύτητα της εργασίας στο παρασκήνιο δεν μεταμφιέζεται αλλά παραμένει αφανής:

«...ήταν 3:00, μπορεί να ερχόταν η υπεύθυνη και αν μας έβλεπε να καθόμαστε πάνω σε μια κούτα και παρόλο που δουλεύαμε αλλά

είχαμε κουραστεί -είναι φυσιολογικό σε κάποια στιγμή να μην αντέξεις μετά από μια ώρα, να θέλεις σαν άνθρωπος να κάτσεις λίγο, να ξεκουραστείς. Κάτι το οποίο δεν υπήρχε, κανονικά απαγορευόταν, δηλαδή έπρεπε να είσαι μονίμως όρθιος, δηλαδή να είσαι μονίμως εν κινήσει και σε εγρήγορση, δηλαδή απαγορευόταν κανονικά να κάτσεις. Αν τύχαινε να βρει και εμένα να κάτσω κάποια στιγμή λόγω του ότι ήμουν άρρωστη ή ο,τιδήποτε έχει γίνει παρατήρηση στο 'The Mall'. Στο 'The Mall' όταν πήγα τα πράγματα ήταν πιο ζόρικά εκεί...όλα πιο πιεστικά. Ο χρόνος, τα ωράρια, ότι είχες 5 λεπτά διάλειμμα και ήσουν μέσα στο άγχος και μην πας στα 6 και δεν μπεις στα 5 λεπτά.

Ερώτηση: Για το ένα λεπτό;

Απάντηση: Για το ένα λεπτό. Μου έχει τύχει να αργήσω λόγω ότι καθυστέρησα ας πούμε στις κυλιόμενες δεν μπορούσα να περάσω και έχει τύχει να αργήσω και να μου την πούνε. Όχι μόνο σε μένα αλλά και σε άλλα παιδιά είχε γίνει αυτό...Εμείς και λόγω της πίεσης και του μεγάλου όγκου δουλειάς που είχαμε να βγάλουμε -γιατί τύχαινε πολλές φορές να μας φέρνουν 200 κούτες και στο γυναικείο που ήμουν εγώ να πρέπει να βγουν 150 κούτες- όπου σημαίνει σε μια...αν τα βάλεις κάτω και υπολογίσεις το χρόνο είναι πολύ μεγάλη η πίεση που δουλεύουν κάποια άτομα, 5 άτομα, που κάνουνε 150 κούτες. Δηλαδή είναι πολύ και πρέπει να γίνουν πάρα πολύ γρήγορα όλα. Εκεί αν είχαμε πολύ μεγάλο όγκο δουλειάς περνούσε πάρα πολύ γρήγορα η ώρα. Δηλαδή το καταλαβαίναμε και από την άποψη του άγχους...» (εργαζόμενη στο 'The Mall Athens' στην αποθήκη καταστήματος ένδυσης, 25 ετών)

Ο όγκος της εργασίας και η συστηματοποίησή της θέτει τα άτομα σε καθεστώς απομόνωσης και εξατομίκευσης σε σημείο που η εργασία της παραλαβής στις αποθήκες του καταστήματος ένδυσης να προσομοιάζει με τη βιομηχανική αλυσίδα παραγωγής:

«Στην αποθήκη μέσα λόγω του ότι είχε πάρα πολύ δουλειά ο καθένας ήταν αφοσιωμένος και έδινε όλο του τον εαυτό, όλο του το είναι για να βγάλει τη δουλειά σωστά. Ακόμα και πτώμα να ήσουν που λέει ο λόγος, δηλαδή πολύ σπάνια θα έπρεπε να ασχοληθείς με τον άλλο. Μπορεί να είχε τύχει να έρθει μια κοπέλα να λέει 'δεν μπορώ με πονάει το χέρι μου' και να μην μπορώ να ασχοληθώ μαζί της. Που σε

άλλη περίπτωση θα μπορούσα να πω 'να πάω να σου φέρω λίγο νερό, κάτι'. Έχει τύχει να παίξει τραυματισμός όπου εκεί αναγκαστικά πρέπει να τον βοηθήσεις τον άλλο, δεν μπορείς να τον αφήσεις τον άλλον ας πούμε έκοβε το χέρι του με το...ας πούμε εγώ με τον συναγερμό το οποίο είναι μια εγκοπή η οποία μπαίνει η μια στην άλλη είναι ένα καρφί, αν κοπεί ο άνθρωπος θα τον βοηθήσεις. Εντάξει δεν ήταν έτσι πολύ...τα πράγματα στο 'The Mall'. Δηλαδή ο καθένας τη δουλειά του. Να κοιτάει τη δουλειά του. Κοίταξε εγώ όταν έβγαινα διάλειμμα και ξαναγύρινα στην αποθήκη ήταν πολύ μεγάλου όγκου, ήταν πολύ μεγάλη σχετικά με άλλα καταστήματα με το Κολωνάκι που είχα δει εγώ. Η αποθήκη ήταν τεράστια του Zara στο 'The Mall', λόγω του μεγάλου όγκου και υπήρχε όγκος ραφιών, κρεμάστρες, ρούχα και τέτοια συν του ότι κοιτάς πάνω και βλέπεις μόνο ρούχα, κρεμάστρες και ράφια, σε πιάνει λίγο, ρε παιδί μου, 'που είμαι τώρα;', 'γιατί είμαι εγώ εδώ;'. Σου έβγαινε ένα άγχος ότι πρέπει να τελειώσω για να φύγω. Δεν θέλω να κάτσω άλλο εδώ μέσα, θέλω να φύγω. Είχες την αίσθηση, σε επηρέαζε αρνητικά ο χώρος. Ήταν μικρός σε σχέση με τον όγκο των ρούχων, του εμπορεύματος και ήμασταν και πολλά άτομα, ήταν ο ένας πάνω στον άλλο και όλο αυτό, το ύψος των ραφιών, όλος ο όγκος των ρούχων.[...] Όταν ξεκινάγαμε να κάνουμε κουβέντα με ένα φίλο μου που δούλευε μαζί και καθόμασταν δίπλα-δίπλα και ενώ εγώ να είμαι αφοσιωμένη στη δουλειά μου, να κοιτάω, να τα βάλω σωστά γιατί και οι συναγερμοί έπρεπε να μπαίνουν σε συγκεκριμένα σημεία πάνω στα ρούχα. Ήταν κάποια αντικλεπτικά αντικείμενα που τα περνάνε μόνο και μόνο στα ρούχα για αντικλεπτική προστασία ουσιαστικά. Για να μην το παίρνουν και τους συναγερμούς τους τοποθετούσαμε εμείς στα ρούχα και έπρεπε να μπαίνουν σε συγκεκριμένα σημεία. Που αυτό σημαίνει ότι εσύ αν βάλεις το συναγερμό σε κάποιο σημείο του ρούχου αφηρημένη πάνω στη κουβέντα και το τρυπήσεις πάνω σε μια ραφή θα το πάρει ο πελάτης και θα το δει, μπορεί να το γυρίσει πίσω. Που σημαίνει ότι αυτό θα καταγραφεί. Θα σου κάνουν παρατήρηση και σε εσένα αν ξέρουν ότι το έκανες εσύ, το οποίο είναι λίγο δύσκολο αυτό ή γενικά στην παραλαβή. Θα σου πουν 'κάνε τη δουλειά σου σωστά και μην αποσκοπείς στο να κάνεις κουβέντα ή ο,τιδήποτε άλλο'. Επειδή

γενικότερα μου αρέσει η κουβέντα και όταν δουλεύω να είμαι μόνο εκεί, να έχω μια επικοινωνία με τον άλλο, όχι να αποσπώμαι από τη δουλειά μου, αλλά να έχω μια επικοινωνία για να περνάει η ώρα, γιατί όπως είπα και πριν δεν πέρναγε εύκολα η ώρα, ήταν βασανιστήριο μετά από ένα σημείο. Κατά τις 5:00, 6:00 λέγαμε ‘δεν περνάει, δεν αντέχω άλλο’. Ήταν ένα παιδί δίπλα μου, μιλούσαμε, είχαμε πάει κουβέντα μεταφυσική, οτιδήποτε μόνο κι μόνο για να έχουμε κάτι να λέμε. Και έχει τύχει ενώ κάνω τη δουλειά μου, να έρχεται η υπεύθυνη την ώρα που μιλούσα και να μου κάνει παρατήρηση ‘Γ. μην μιλάς’, ‘Γ. ακούγεται’ και κάτι τέτοια. Εντάξει όχι με άσχημο τρόπο να με προσβάλλει, αλλά μου το είπε. Εντάξει ό,τι και να ήταν μου το είπε. Με τον καλό ή με τον άλλο τρόπο μου το είπε. Ότι απλά και μόνο τη δουλειά σου και μην σε ακούσει κάποιος άλλος γιατί μπορεί να σου κάνει χειρότερη παρατήρηση, ακόμα και να σε απολύσει.[...] Υπήρχε έντολη τα κινητά όχι να είναι κλειστά, απλά να μην μιλάμε στα κινητά. Δηλαδή αν εγώ είμαι στην παραλαβή και ανοίγω κούτες, βάζω συναγερμούς και χτυπήσει το κινητό μου για οποιοδήποτε λόγο δεν χρησιμοποιώ το κινητό μου εκείνη τη στιγμή. Γιατί αν μπει η υπεύθυνη αυτομάτως μπορεί και να με απολύσει.

Ερώτηση: Υπήρχε δηλαδή και λόγος απόλυσης αν σε έπιανε να μιλάς;

Απάντηση: Κοίτα αν σε έπιανε μια, δύο να το κάνεις σίγουρα θα το έλεγε στην υπεύθυνη του καταστήματος και σίγουρα θα γινόταν παρατήρηση. Αν μετά την παρατήρηση δεν συμμορφωνόσουν, ενδεχομένως να ήταν και λόγος απόλυσης αυτός.» (εργαζόμενη στο ‘The

Mall Athens’ στην αποθήκη καταστήματος ένδυσης, 25 ετών)

Στη συνθήκη αυτή της εντατικοποιημένης εργασίας οι εργαζόμενοι εφευρίσκουν τρόπους για να αμβλύνουν την τραχύτητα της εργασίας, η οποία έγκειται στον όγκο της εργασίας, στη συστηματική και εξατομικευτική, προσωπική εργασία του κάθε εργαζομένου και στην επιτήρηση από τους ανωτέρους. Οι τρόποι αυτοί, όπως κωδικοποιημένα βλήματα, συνθηματικά βηξίματα, είναι τρόποι για να «κλέψουν ανάσες» από έναν εντατικοποιημένο εργασιακό χρόνο:

«Είχαμε βρει τρόπους, δηλαδή να κοιταζόμαστε, να ψιλοκρύβομαι, να βλέπει κάποιος να ξεροβήχει όταν βλέπει την υπεύθυνη να μπαίνει και ενώ εγώ είμαι κάτω και μιλάω με μια κοπέλα.»

(εργαζόμενη στο 'The Mall Athens' στην αποθήκη καταστήματος ένδυσης,
25 ετών)

1.1.2. Θεαματικοποίηση της προσκηνιακής εργασίας

Θεαματικοποίηση της εργασίας σημαίνει ότι η εργασία και ο επιτελεστής της ανάγονται στο επίπεδο της εικόνας, της αναπαράστασης. Η αναπαράσταση αυτή μεσολαβεί και διαμορφώνει τις σχέσεις αφενός του ατόμου με την ίδια του την εργασία και αφετέρου του εργαζόμενου –πωλητή εν προκειμένω- με το κοινό-πελάτη του.

Στη φορντική συνθήκη το φαινόμενο της πραγματοποίησης της ανθρώπινης εργασίας εκφράζεται με την ορθολογικά, τμηματικά οργανωμένη, μονότονη, κερματισμένη σε υπολογισμένες χρονικά και τεχνικά κινήσεις βιομηχανική εργασία. Η αλλοτριωμένη συνείδηση του εργαζομένου σχετιζόταν με την αντίληψη της εργασίας του ως μια δραστηριότητα, μια ενέργεια που βρισκόταν πέρα από τον έλεγχο του. Η μετάβαση από τον εργάτη-τεχνίτη στον ανειδίκευτο εργάτη-μάζα σήμανε τόσο αλλαγή των συσχετισμών του ταξικού ανταγωνισμού όσο και αλλοίωση-μετασχηματισμό της συνείδησης της ανθρώπινης εργασίας από τους ίδιους τους εργάτες.⁵¹⁷ Το κεντρικό διακύβευμα ήταν η κατοχή της γνώσης της κάθε τέχνης-εργασίας. Η απόσπαση της γνώσης του τεχνίτη από τον κεφαλαίουχο-εργοδότη σήμαινε και απώλεια του ελέγχου των μεθόδων, των τρόπων και των ρυθμών, χρόνων της εργασίας από τον εργάτη-τεχνίτη, ο οποίος ως κάτοχος της γνώσης είχε τη συνολική εποπτεία και οργάνωση της εργασίας του. Η απόκτηση της γνώσης από τα αφεντικά αποτέλεσε την ιστορική προϋπόθεση για την απώλεια των μεθόδων και των χρόνων –που επέφερε ο τείλορισμός με την ανάλυση των απαραίτητων κινήσεων και του χρόνου της εργασίας- και την αποειδίκευση και εντατικοποίηση της εργασίας, όπως κατέστη δυνατή σε μεγάλη κλίμακα με τη φορντικής αλυσίδα παραγωγής.⁵¹⁸

Ο εργάτης στη θέση του στην αλυσίδα συναρμολόγησης, ακινητοποιημένος, χωρίς γνώση, χωρίς συνολική αντίληψη της παραγωγικής εργασίας και των τελικών αποτελεσμάτων επιδίδεται σε επαναλαμβανόμενες, απλές κινήσεις σε ρυθμούς

⁵¹⁷ Μπ.Κοριά, *Ο εργάτης και το χρονόμετρο*, ό.π., σελ.16-20.

⁵¹⁸ Μπ.Κοριά, *Ο εργάτης και το χρονόμετρο*, ό.π., σελ. 73.

εξωτερικά ελεγχόμενους. Κατά τον B.Coriat ο ρυθμός της φορντικής αλυσίδας «κοινωνικοποιείται» με την ενσωμάτωσή του στον ίδιο τον εργάτη.⁵¹⁹ Ο ρυθμός της αλυσίδας παραγωγής ενσωματώνεται στον εργάτη, τον διατρέχει και τον συντονίζει με το γενικότερο ρυθμό της παραγωγής. Ο εργάτης συνιστά ένα λειτουργικό μέρος, εργαλείο της συνολικής εργοστασιακής μηχανής, το οποίο ενεργοποιείται από τη γενική, αφηρημένη ροή-ενέργεια που διατρέχει όλο το παραγωγικό σύστημα σε ρυθμούς εντατικούς. Το σώμα ως εργαλείο, ως εξάρτημα μηχανής είναι παράγωγο σωματικού ντρεσαρίσματος. Στον τριτογενή τομέα και σε μεγάλο τμήμα της μεταφορτικής βιομηχανικής παραγωγής το ντρεσάρισμα γίνεται ψυχοδιανοητικό. Στη φορντική συνθήκη της εργοστασιακής παραγωγής η ανθρώπινη εργασία εξαντικειμενικεύεται ως μηχανή, στη μεταφορτική συνθήκη η ανθρώπινη παρουσία, η διάνοια και ο ψυχισμός του ανθρώπου θεαματικοποιούνται, ανάγονται σε εικόνα που προσφέρεται για να καταναλωθεί.

Ο P.Virno κάνει λόγο για έναν υβριδισμό των τριών παραδοσιακά διακριτών σφαιρών της ανθρώπινης εμπειρίας της εργασίας, της Διάνοιας και της Δράσης. Υποστηρίζει ότι η διάνοια ως η γενική ανθρώπινη ικανότητα της σκέψης από μοναχική, ιδιωτική δραστηριότητα γίνεται κοινό, δημόσιο αγαθό στο χώρο όμως της μισθωτής εργασίας. Η γενική διάνοια και η ανθρώπινη ικανότητα της *parole*, της προφορικής ομιλίας συνιστούν παραγωγικούς πόρους στη μεταφορτική συνθήκη όχι μόνο για την πολιτιστική βιομηχανία αλλά και για την αυτοματοποιημένη εργοστασιακή παραγωγή. Χαρακτηριστικά της δημόσιας δράσης, της πολιτικής πράξης όπως η ομιλία, η «έκθεση στα μάτια των άλλων», η επικοινωνία, η αντιμετώπιση της πρόκλησης, της συγκυρίας, του απρόβλεπτου, η ανάληψη πρωτοβουλιών, η διανοητική δραστηριότητα χωρίς έργο από πέρα από αυτή καθεαυτή τη δραστηριότητα εισάγονται πια στην εργασία ως παραγωγικές δυνάμεις.⁵²⁰

Για τον Virno το γεγονός ότι η ανθρώπινη ικανότητα της επικοινωνίας, της γνωστικής εκμάθησης και της σκέψης απαιτούνται ως εργασιακά χαρίσματα, προσόντα συμβάλλει στην προώθηση μορφών δουλοπρεπής εργασίας, με την έννοια ότι η χρήση και η εκδίπλωση των ικανοτήτων της σκέψης και της γλώσσας, της επικοινωνίας αξιολογούνται εντός ιεραρχικών εργασιακών σχέσεων και σύμφωνα

⁵¹⁹ Μπ.Κοριά, *Ο εργάτης και το χρονόμετρο*, όπ.π., σελ.75.

⁵²⁰ P.Virno, *Γραμματική του πλήθους: Για μια ανάλυση των σύγχρονων μορφών ζωής*, όπ.π., σελ.49-51.

με τους σκοπούς της κάθε επιχείρησης.⁵²¹ Η ικανότητα, λοιπόν, της ανθρώπινης επικοινωνίας εμπορευματοποιείται, θεαματικοποιείται όχι μόνο στο πλαίσιο της πολιτιστικής βιομηχανίας αλλά και σε ένα μεγάλο κομμάτι εργασιακών καθηκόντων.

Ο πωλητής είναι επιφορτισμένος με το να προσφέρει υπηρεσίες, δηλαδή να προσφέρει, να προωθεί την ποικιλία επιλογών, να διευκολύνει την κατανάλωση και ταυτόχρονα να συντηρεί τη φετιχοποίηση του εμπορεύματος και του χώρου. Οι απαιτήσεις της εξυπηρέτησης όπως το λειτουργικό χαμόγελο, η εργαλειακή και καταναγκαστική ευγένεια, η υπομονή, η διακριτικότητα επιδιώκουν να καταστήσουν την οποιαδήποτε εμφανή εργασία ως μέρος, ως ρόλο του συνολικού θεάματος που παράγει και προσφέρει ο χώρος. Ας ακούσουμε μια κοπέλα που δούλεψε σε ένα εστιατόριο στο 'The Mall Athens':

«Ειδικότερα έπρεπε να είσαι ευγενικός, χαμογελαστός, αυτό μας είχανε πει και ακόμα και σε περιπτώσεις που κάποιοι πελάτες πιθανά να είχανε κάποιο πρόβλημα, κάποιο παράπονο πάντα έπρεπε εμείς να εξυπηρετήσουμε με χαμόγελο, αυτό ήταν το πολύ βασικό, έπρεπε να είσαι πάντα χαμογελαστός και να προσπαθείς όσο το δυνατόν καλύτερα να εξυπηρετείς τον κόσμο που έρχεται...ακόμα και σε κάποιες φάσεις που ο πελάτης μπορεί να είχε άδικο, και τύχαινε κάποιοι να είναι πολύ παράξενοι, δηλαδή ο κόσμος που ερχότανε επειδή είναι ακριβό μέρος για να φάει κάποιος ήταν λίγο ιδιαίτερος, η πλειοψηφία του έτσι...δεν ήταν όπως πας σε μια ταβέρνα, ήταν λίγο το φαστφουντάδικο το χλιδάτο, το αμερικάνικο αυτό το στυλ και επειδή υπήρχανε κάποιοι ιδιόμορφοι και συχνόι πελάτες έπρεπε και εσύ να μην...δηλαδή 'ναι, ναι, ό,τι πείτε' σε τέτοια φάση, αυτό...Δηλαδή έπρεπε να είμαστε ευγενικοί, αυτό και προσεκτικοί στην συμπεριφορά μας.» (εργαζόμενη στο 'The Mall Athens' σε εστιατόριο, 26 ετών)

Είναι ενδιαφέρουσα η σύγκριση που κάνει μια κοπέλα μεταξύ «προσκηνίου» και «παρασκηνίου» στο μαγαζί ένδυσης στο οποίο εργαζόταν. Το φορτίο της εργασίας και ο αριθμός των εργαζομένων πολλές φορές συνεπαγόταν την

⁵²¹ P.Vitro, *Γραμματική του πλήθους: Για μια ανάλυση των σύγχρονων μορφών ζωής*, ό.π., σελ.84-85.

εναλλαγή ρόλων, με αποτέλεσμα η κοπέλα να έχει την εμπειρία και των δύο χώρων:

«Δούλευα στο ‘Zara’ στο ‘The Mall’ είχα προσληφθεί ως πωλήτρια και γενικότερα η ιδεολογία εκεί πέρα είναι και κατά την πρόσληψη δηλαδή μας είχανε πει ότι θα είστε περιποιημένες, βαμμένες κ.λπ. Όσο ήμασταν μέσα στο κατάστημα και δουλεύαμε μέσα στο κατάστημα έπρεπε να είμαστε σε αυτό το image, σε αυτή την εικόνα αλλά όσο είσαι στην αποθήκη και βάζεις τα εμπορεύματα και τις παραλαβές και όλα αυτά δεν είχες την ανάγκη να είμαστε έτσι ντυμένοι ή βαμμένες καλά, γιατί δεν μπορείς μέσα γιατί ήταν πιο ζόρικα τα πράγματα. Όταν ήταν να βγούμε έξω για διάλλειμα ή να πούμε κάτι σε μια κοπέλα καθόμασταν να φτιάξουμε λίγο το μαλλί έτσι για να μην δώσουμε την άσχημη εικόνα.» (εργαζόμενη στο ‘The Mall Athens’ σε κατάσταση ένδυσης, 20 ετών)

Οι απαιτήσεις της εξυπηρέτησης και της επικοινωνίας με τους πελάτες καθιστούν πιο κουραστική τη δουλειά στον προσκεννητικό χώρο από ψυχολογικής άποψης σε σύγκριση με την εργασία στον παρασκεννητικό χώρο όπου υπερτερεί η σωματική κόπωση:

«Όταν είσαι έξω έχουμε να βγάζουμε αυτή την εικόνα, είναι κουραστικό αλλά έχει σχέση με το τι κόσμο έχει μέσα στο μαγαζί. Δηλαδή αν ο πελάτης σου έρθει πρόσχαρος θα είσαι και εσύ έτσι, αν σου έρθει μουρτζούφλης εσύ πρέπει να είσαι πρόσχαρος πάλι. Είχαμε αυτό το θέμα. Ήταν κουραστικό αυτό το πέρα δώθε στην αποθήκη, φέρνω πράγματα απέξω μέσα γιατί χρειάζεται έξω στο μαγαζί. Όταν δούλευα στην αποθήκη είναι πιο χαλαρά, δηλαδή δεν έχεις κάποιο άγχος να εξυπηρετήσεις κόσμο και τα λουπά, αλλά είναι πιο κουραστικό γιατί ανεβοκατέβα στις σκάλες, πάρε τα ρούχα από εδώ και πήγαινε τα εκεί, διπλωσέ τα, βάλτα στις κρεμάστρες, έχει μια άλλη διαδικασία μέσα, αυτή είναι η διαφορά του. Απλά μέσα είναι πιο χαλαρά, δεν έχει το άγχος τρέχα γέμισε το πόστο σου, ότι έχεις ένα χώρο και πρέπει να τον έχεις γεμάτο, το πήγαινε έλα στην αποθήκη, οπότε έχεις και αυτή την ευθύνη. Είναι λίγο πιο χαλαρά γιατί έχεις συγκεκριμένα πράγματα να κάνεις.» (εργαζόμενη στο ‘The Mall Athens’ σε κατάσταση ένδυσης, 20 ετών)

Η μυστικοποίηση της εξαρτημένης εργασιακής σχέσης, της σωματικής κούρασης, της δυσaréσκειας, της εντατικής και επίπονης εργασίας και των απαιτήσεων για μεγαλύτερη αποδοτικότητα επιτυγχάνεται με τη σκηνοθέτηση της τριτογενούς εργασίας -υπηρεσίες- ως ρόλος προσφοράς, ευχάριστης δραστηριότητας, ως ρόλος καταφατικός, λειτουργικός και αναπόσπαστος από το συνολικό θέαμα που προσφέρεται για το καταναλωτικό κοινό.

Η έκφραση παραπόνων για την «ποιότητα της εξυπηρέτησης» σε κάποια μαγαζιά του 'The Mall Athens' σε συνδυασμό με τις προσδοκίες εξυπηρέτησης των επισκεπτών αναδεικνύουν την επιθυμία τους να βιώνουν τη θεαματική αυτή εμπειρία και την απαίτηση τους να παίζονται σε αυτό το έργο σωστά οι ρόλοι:

«...όσον αφορά το 'The Mall' σου δίνει την αίσθηση πάνω στα εστιατόρια, στις καφετέριες, δεν σε βλέπουν σαν πελάτη, λόγω του ότι υπάρχει πάρα πολύς κόσμος και σε βλέπουν σαν ευρώ. Γιατί δεν κοιτάνε αν εσύ θες...για παράδειγμα του λες 'θέλω ένα φραπέ γλυκό με γάλα'. Μπορεί να βάλει μόνο καφέ και ζάχαρη. Συγγνώμη κύριε '3,5 ευρώ'. Αντί να σε ικανοποιήσει σαν πελάτη για να πας, το κάνει μόνο για τα ευρώ, το κάνει μόνο για τα ευρώ. Αυτή την αίσθηση μου δίνει τουλάχιστον. Κάτι το οποίο δεν συμβαίνει με τα καταστήματα με τα ρούχα, οικιακές συσκευές και τα λοιπά. Κάτω είναι πιο εξυπηρετικοί. Πάνω στις καφετέριες σε βλέπουν μόνο σαν ευρώ.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Εκεί οι πωλήτριες είναι αυτό, να ταχτοποιούν τα ρούχα που ξεχνάει η πελάτισσα στους πάγκους, να δίνει πληροφορίες του τύπου πόσο κάνει, κάνει τόσο, υπάρχουν τα νούμερα σας βεβαίως, πάρτε να δοκιμάσετε και τα λοιπά. Σπάνια έχω μπει, όχι σπάνια καθόλου ποτέ' ποτέ δεν μου έχει τύχει να...αυτό που μου συμβαίνει στο Κολωνάκι σε κάποια μαγαζιά που πηγαίνω. Έρχεται σου μιλάει, μιλάτε. Είναι μια αξιοπρεπέστατη παρουσία εκεί πέρα η πωλήτρια' δεν είναι το κοριτσάκι που βαριέται να σπουδάσει ή δεν ξέρει τι θέλει ακόμα και έχει πάει και έχει γίνει πωλήτρια και δεν ξέρει καλά καλά να μιλήσει. Αυτό για μένα είναι κακή ποιότητα και κακό σέρβις. Ενώ καλό σέρβις είναι ότι βλέπεις του άλλου μια διάθεση να σε

εξυπηρετήσει. Καταρχάς στο βλέμμα του το βλέπεις αυτό. Ακόμα κι αν δεν είναι χαμογελαστός. Έχει μια διάθεση να σε εξυπηρετήσει, να σου πει τι είναι αυτό που διάλεξες, τι είναι αυτό που θέλεις να πάρεις και στην τελική να σου πει 'ξέρεις κάτι για αυτό που θέλεις να πάρεις δεν είναι το κατάλληλο που διάλεξες σου προτείνω αυτό καλύτερα'...» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 38 ετών, κάτοικος Γαλατσίου)

«Γενικά δεν είμαι πολύ απαιτητική, δηλαδή προτιμώ να μην έχω έναν υπάλληλο πάνω από το κεφάλι μου 'τι θέλεις,, πώς να σε βοηθήσω; Τι να σου φέρω;' και λοιπά. Σίγουρα όταν χρειαστώ κάτι θα το ζητήσω και θα ήθελα να αντικρίσω ευγένεια, σεβασμό, και...διάθεση γιατί ουσιαστικά αυτή είναι η δουλειά σου. Εσύ την έχεις επιλέξει, δεν σε υποχρέωσε κανείς να την κάνεις που σημαίνει ότι αν μη τι άλλο σε έναν πελάτη φέρσου σωστά. Δεν πιστεύω ότι ο πελάτης έχει πάντα δίκιο. Υπάρχουν πολλοί ιδιότροποι άνθρωποι, δεν μπορούν να έχουν πάντα δίκιο σε ό,τι ζητάνε.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 21 ετών, κάτοικος Κηφισιάς)

«Θέλω να είναι ευγενικός, χαμογελαστός αν είναι εύκολο αυτό και να με εξυπηρετήσει όπως θέλω εγώ. Στα ρούχα και στο ντύσιμο, να έχει όρεξη να με εξυπηρετήσει και αν με κερδίσει μπορεί να ψωνίσω και περισσότερα πράγματα. Αν είναι κάποιος ο οποίος δεν είναι πολύ ευχάριστος θα σηκωθώ και θα φύγω, δεν θα ψωνίσω. Αν όμως με κερδίσει με τον τρόπο του και καταλάβει τι θέλω, θα με κάνει να ψωνίσω και αρκετά πράγματα. Αν μου δείξει προθυμία ότι θέλει να με βοηθήσει, αν είναι χαμογελαστός και ευχάριστος τύπος θα με κερδίσει. Αν καταλάβει τι ακριβώς θέλω, αν μπει λίγο στο στιλ μου θα με κερδίσει, θα ψωνίσω. Είναι βασικό. Πιστεύω ότι τα μαγαζιά στηρίζονται πολύ στους πωλητές. Ο κόσμος πιο πολύ το βλέπει αυτό, θα δει αν ο πωλητής ή η πωλήτρια είναι ευχάριστοι. Τουλάχιστον έτσι ξέρω από τον κύκλο μου.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 31 ετών, κάτοικος Ν.Σμύρνης)

«Ταχύτητα, ποιότητα, τιμές προσιτές. Ο πωλητής να είναι ευγενικός, όχι δουλοπρεπής, γρήγορος και να έχει το νου του στη δουλειά του. Και αν με εξυπηρετήσει θα του αφήσω μπουρμπουάρ, αν όχι δεν θα αφήσω τίποτα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 29 ετών, κάτοικος Πατησίων)

«Αν πάω σε ένα μαγαζί για να φάω ή σε ένα μαγαζί για ποτό θα ήθελα να είναι πολύ ευγενικός ο σερβιτόρος να με βοηθήσει αν έχω κάποιο πρόβλημα, να μου δώσει εναλλακτικές λύσεις για το τι θα παραγγείλω. Το περιβάλλον να είναι ζεστό, να έχει ωραία ατμόσφαιρα.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 20 ετών, κάτοικος Ν.Κηφισιάς)

«Θέλω το κλίμα να είναι ευχάριστο. Να ξέρεις ότι ο άλλος είναι εκεί για να σε εξυπηρετήσει αν θέλεις, αλλά και να μην είναι από πάνω σου όλη την ώρα, υπερβολικά φορτικός. Και να μπω και να δω αυτό, την ευγένεια, όχι την προσποιητή. Μπαίνεις σε πολλά καταστήματα και σου λέει ο άλλος 'γεια' και βλέπεις ότι ούτε όρεξη έχουν να σου μιλήσουν ούτε να σε κοιτάζουν ούτε να σε βοηθήσουν. Να βλέπεις ότι ο άλλος έχει τη θέληση, να θέλει να σε βοηθήσει, να έχει την όρεξη και την καλή διάθεση να βοηθήσει. Αυτό με εκνευρίζει που είναι κάποιοι που δεν θέλουν να βοηθήσουν, έχουν τα νεύρα τους, δεν έχουν όρεξη είναι κουρασμένοι[...]Βλέπεις ότι δεν έχουν τη θέληση να βοηθήσουν και αυτό με εκνευρίζει πολύ. Εντάξει δεν περίμενα να χοροπηδάς με ένα πόδι αλλά αυτή είναι η δουλειά σου. Να σε ρωτήσω και να μου απαντήσεις αυτό, όχι να με ξεφορτωθείς. Να είναι ευχάριστο το κλίμα, να νιώθεις οικεία με τον άλλο. Να σου λένε 'γεια τι κάνεις;'. Εμένα μου αρέσει αυτό. Δηλαδή να μην σου πει 'α! ναι σου πάει πολύ', ενώ δεν σου πηγαίνει καθόλου. 'Εμένα εκείνο μου αρέσει, εκείνο δεν μου αρέσει' ή να σου λέει πιο ζεστά 'γεια σας, τι θέλετε; Α! θέλετε αυτό, ναι μάλιστα'. 'Εμένα μου αρέσει και αυτό ή να σου δείξω και αυτό'. Θέλω να νιώθω λίγο περισσότερο οικεία, ειδικά σε ρούχα και τέτοια θέλεις, να έχεις και μια σχέση με τον άλλο γιατί δεν θέλεις ο άλλος να σου λέει ψέματα και να μην σου πάει και να είναι απαίσιο για να το πουλήσει μόνο και μόνο. Να νιώθεις

οικεία, να έχει ο άλλος την ικανότητα να σου δημιουργεί αμέσως μια οικεία αίσθηση ότι τον ξέρεις, ότι είσαι άνετος.» (επισκέπτρια του **‘The Mall Athens’**, 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Αρκετοί επισκέπτες, όπως είδαμε, κάνουν λόγο για την απουσία της προσωπικής επικοινωνίας του καταναλωτή με τον/ην πωλήτη/τρια και τον/ην σερβιτόρο/α στο εμπορικό χώρο του **‘The Mall Athens’**:

«Ως προς την εξυπηρέτηση άλλες φορές είμαι ευχαριστημένη και άλλες όχι. Σίγουρα αν είμαι σε μια αγορά, στη γειτονιά μου που δεν είναι καμιά μεγάλη αγορά, αλλά είναι και ο πωλητής που θα τον ξαναδείς, μπορεί και να τον γνωρίσεις, έχεις ξαναπάει, είσαι πελάτης του, στο **‘The Mall’** χάνεται αυτό. Εκτός από μια κοπέλα που με είχε εξυπηρετήσει πολύ καλά σε ένα κατάστημα με αρώματα, οι άλλες κοπέλες με συγχωρείς, με γράφανε. Δεν μου δίνανε σημασία. Ή σε ένα μαγαζί που θα ήταν δύο υπάλληλοι και μέσα θα ήταν 100 άτομα εννοείται δεν θα με εξυπηρετούσανε. Στο **‘Zara’** στο **‘The Mall’** δεν με έχουν εξυπηρετήσει ποτέ. Πας μόνος σου και ψάχνεις. Κάτι που σε όποιο **‘Zara’** και αν έχω πάει στην Αθήνα δεν το έχω δει. Πάντα κάποιος θα με βοηθήσει. Εκεί ποτέ. Και είναι κάποια μαγαζιά στο **‘The Mall’** που τα έχω σταμπάρει που δεν μπαίνω ποτέ.» (επισκέπτρια του **‘The Mall Athens’**, 42 ετών, κάτοικος περιοχής Αττικής)

Η μαζική ροή επισκεπτών στο χώρο αυτό και στα καταστήματά του καθιστά σχεδόν αδύνατη την προσωπική εξυπηρέτηση. Οι απαιτήσεις, όμως, των πελατών συνεπάγονται μια αναπροσαρμογή της πολιτικής των καταστημάτων, η οποία με τη σειρά της θέτει εργασιακούς στόχους για τους εργαζομένους. Ας ακούσουμε μια εργαζόμενη ως πωλήτρια σε κατάστημα ένδυσης στο εμπορικό κέντρο:

«Από τότε που το **‘Zara’** μπήκε στο εμπορικό επειδή υπάρχουν πάρα πολλοί πελάτες οι οποίοι ζητάνε την εξυπηρέτηση έχουν αρχίσει και εκπαιδεύουν το προσωπικό τους και στην εξυπηρέτηση. Εκεί που ήταν απλώς το ότι είσαι σε ένα χώρο, αυτό το χώρο πρέπει να τον έχεις γεμάτο, διπλωμένα, να πηγαίνεις να παίρνεις τα ρούχα από το δοκιμαστήριο αυτό κι αν ο πελάτης θέλει κάτι που δεν υπάρχει να πηγαίνεις στην αποθήκη να το φέρνεις έξω. Στο **Golden Hall** είναι πιο έντονο. Μας λένε ότι θέλουμε οι πελάτες να αρχίσουν να σας

μαθαίνουνε, δηλαδή να τον προσελκύεται εσείς τον πελάτη, δηλαδή να τον παίρνετε εσείς τον πελάτη. Κάτι που είναι δύσκολο γιατί στο ‘The Mall’ το Σάββατο έχει τόσο κόσμο που δεν μπορείς να περάσεις, έτσι αν εγώ πρέπει 100 πελάτες να τους εξυπηρετήσω ταυτοχρόνως πρακτικά δεν γίνεται. Αλλά προσπαθούν να το κάνουν αυτό το πράγμα όσο περισσότερο μπορούν.» (εργαζόμενη σε κατάσταση ένδυσης στο ‘The Mall Athens’, 20 ετών)

Η ίδια εργαζόμενη συνεχίζει συγκρίνοντας τη συνθήκη του εμπορικού κέντρου με ένα κατάστημα που διατηρεί ο πατέρας της σε τοπική αγορά και αναφέρεται στη διαφοροποίηση του τρόπου εξυπηρέτησης:

«Είναι πιο κουραστικό στο ‘Zara’ γιατί δεν μπορείς να σταματήσεις καθόλου να ξεκουραστείς εκτός από το διάλειμα που είναι πέντε με δέκα λεπτά και όλη την άλλη μέρα είσαι συνέχεια όρθιος, πέρα δώθε. Ενώ σε ένα άλλο μαγαζί έχεις το χρόνο σου, εξυπηρετείς τον πελάτη θα φύγει, θα κάτσει. Θα έρθει άλλος, δηλαδή έχεις το χρόνο σου. Στο εμπορικό υπάρχει εικονική επαφή με το πελάτη. Οι πελάτες ζητούν την άμεση επαφή, επικοινωνία και για αυτό παρατηρείται μια τάση προς αυτή την τάση.» (εργαζόμενη σε κατάσταση ένδυσης στο ‘The Mall Athens’, 19 ετών)

Η επιθυμία για αυτή την προσκηνιακή, θεαματική εμπειρία διαμεσολαβεί τη σχέση της συνείδησης με την ανθρώπινη εργασία και με τα αντικείμενα. Η παραγνώριση της εξαρτημένης φύσης της μισθωτής εργασίας και της αναγκαιότητας της επιβίωσης, όπως αποτυπώνεται στη φράση «γιατί ουσιαστικά αυτή είναι η δουλειά σου. Εσύ την έχεις επιλέξει, δεν σε υποχρέωσε κανείς να την κάνεις που σημαίνει ότι αν μη τι άλλο σε έναν πελάτη φέρσου σωστά» αντανakλά τη φιλελεύθερη αντίληψη του «ελεύθερου εργαζομένου», ο οποίος διαθέτει την εργατική του δύναμη ως εμπόρευμα συνάπτοντας ένα συμβόλαιο εργασίας με τον εργοδότη. Η ελευθερία επιλογής ως πεμπτουσία της φιλελεύθερης αντίληψης είτε αναφέρεται στη θέση εργασίας είτε στα εμπορεύματα συνιστά τον πυρήνα της καταναλωτικής συνείδησης. Η επιθυμία για εξυπηρετικότητα, γνώση, κατάρτιση, ευγένεια, είναι επιθυμία για τη διασφάλιση των κατάλληλων προϋποθέσεων για την άσκηση του «δικαιώματος» και της προσωπικής ικανότητας του καθενός να επιλέγει ελεύθερα.

Ο τριτογενής τομέας των υπηρεσιών προωθείται και γίνεται αντιληπτός από τα υποκείμενα ως μήτρα προσφοράς. Προσφορά ποικιλίας, αφθονίας επιλογών, όπου

το ζήτημα είναι να ασκηθεί όσο πιο επιδέξια η δυνατότητα επιλογής και να συλλεχθούν όσο το δυνατόν περισσότερες εντυπώσεις, απολαύσεις ή/και αγορές-εμπορεύματα. Σε ένα χώρο όπως το 'The Mall Athens' η ποικιλία επιλογών και ο δεξιολογικός συνδυασμός τους είναι το κύριο ζήτημα. «Περισσότερες από **200 διαφορετικές επιλογές** σε αγορές, διασκέδαση και φαγητό. Το ερώτημα είναι **πόσες μπορείτε να συνδυάσετε εσείς!**».⁵²²

Το 'The Mall Athens' παρουσιάζεται ως ένα τόπος-μήτρα αμέτρητων επιλογών που προσφέρονται. Όταν η συνείδηση γίνεται ηδονοθηρική, κυνηγώντας εικόνες-σημεία, σημεία-εμπορεύματα ασκεί την ελευθερία της να διαβαίνει μεταξύ ποικιλίας επιλογών.⁵²³ Αυτό είναι η καταναλωτική συνείδηση, η συνείδηση της ελευθερίας να καταναλώνεις είτε αντικείμενα-σημεία, εικόνες-σημεία, είτε σχέσεις αχρηστεύοντας, δηλαδή μη συνειδητοποιώντας το παραγωγικό υπόβαθρο, την ποσότητα κοινωνικής και παραγωγικής εργασίας που ενυπάρχουν σε αυτά που καταναλώνει. Έτσι οι υπηρεσίες τείνουν να προωθούνται και να γίνονται αντιληπτές ως ευχάριστη προσφορά, ως ευκαιρία άσκησης του δικαιώματος της ελεύθερης επιλογής χωρίς να γίνεται συνειδητή και να αποκρύπτεται η εργασία – οι σχέσεις και οι δυνάμεις που τις παράγουν, τις «προσφέρουν».

Θεαματικοποίηση, λοιπόν, της εργασίας, επέρχεται με την αναγωγή της εργασίας και της εκφραστικότητας του εργαζομένου σε μια αναπαράσταση της υποκειμενικότητάς του. Αυτό, λοιπόν, επιτυγχάνεται με το πάγωμα της ανθρώπινης ικανότητας της επικοινωνίας, της «κοινωνικότητας» και των θυμικών αντιδράσεων. Το λειτουργικό χαμόγελο, η υπομονή, ο καταναγκασμός της ευγένειας, η προθυμία, η εξυπηρετικότητα, η διανοητική και συναισθηματική ετοιμότητα αντικειμενικοποιούνται ως σημεία της εικόνας του πωλητή.

⁵²² Το μότο αυτό της πρό(σ)κλησης αναγράφεται στο διαφημιστικό φυλλάδιο του χώρου. Το μέγεθος και η ένταση της γραμματοσειράς ακολουθεί αυτή του φυλλαδίου.

⁵²³ Ζ.Μπάουμαν, *Η εργασία, ο καταναλωτισμός και οι νεόπτωχοι*, όπ.π., σελ.95. Ο Μπάουμαν αναφέρει ότι ο βαθμός της άσκησης του «δικαιώματος» της ελεύθερης επιλογής αποτελεί κριτήριο κοινωνικής διαστρωμάτωσης στην καταναλωτική κοινωνία. Συγκεκριμένα λέει: «Όσο αυξάνεται ο βαθμός ελευθερίας επιλογών και πάνω από όλα, ο αριθμός των ευκαιριών που έχει κανείς για να ασκεί ελεύθερα την επιλογή του, τόσο ψηλότερα είναι τοποθετημένος στην κοινωνική ιεραρχία, τόσο περισσότερο μπορεί να υπολογίζει σε ακόμα μεγαλύτερο δημόσιο σεβασμό και σε αύξηση της αυτοεκτίμησής του και τόσο πλησιάζει εγγύτερα προς το ιδεώδες.» Επίσης στο έργο Ζ.Bauman, *Η μετανεωτερικότητα και τα δεινά της*, όπ.π., σελ.328 αναφέρεται: «Οι μετανεωτερικοί άνθρωποι είτε από δική τους προτίμηση είτε από ανάγκη, είναι αυτοί που επιλέγουν. Και η τέχνη της επιλογής συνίσταται κυρίως στην αποφυγή ενός κινδύνου: του κινδύνου να χάσεις μια ευκαιρία...στη μετανεωτερική, καταναλωτικού προσανατολισμού κοινωνία, τα άτομα διαμορφώνονται κοινωνικά για να παίξουν το ρόλο του ηδονοσυλλέκτη ή αισθησιοθήρα...»

Με αυτό τον τρόπο ο πλούτος, η αβεβαιότητα, η αστάθεια, η μη προβλεψιμότητα του ανθρώπινου ψυχισμού καθώς και οι συνέπειες αυτής της κοινωνικής συνθήκης στον ψυχισμό του ανθρώπου απωθούνται προκειμένου να διατηρηθεί η σαφήνεια, η θεαματική στιλπνότητα της αναπαράστασης του πρόθυμου, ευχάριστου, εξυπηρετικού, χαμογελαστού, ευγενικού πωλητή/τριας.

Αυτή η απαίτηση για προσωπική εμπλοκή στην εκτέλεση του εργασιακού ρόλου και στην εκπλήρωση των καθηκόντων τείνει να διεισδύσει βαθιά στον ψυχισμό των εργαζομένων, με αποτέλεσμα η δυνατότητα αποστασιοποίησης από το ρόλο να αμβλύνεται. Είναι ενδεικτικό αυτού το γεγονός ότι ακόμα και άτομα που έχουν την εργασιακή εμπειρία του προσκηνίου ή/και του παρασκηνίου όταν βρίσκονται στο προσκήνιο ως πελάτες ζητούν την προσκηνιακή εμπειρία που τους προφέρεται:

«Θέλω να έχω εξυπηρέτηση όχι απόλυτα γρήγορη, σε ένα λεπτό αφού το παραγγείλω να μου έρθει, να είναι άμεση όμως. Δηλαδή να μην παραγγείλω στις 22:00 και να μου έρθει το φαγητό μου στις 22:30. Επειδή δουλεύω σερβιτόρος, θέλω να έχω από τον σερβιτόρο Χ ένα πρόσωπο γελαστό και ένα πρόσωπο που ό,τι και να του ζητήσω θα προσπαθήσει –δεν θα πρέπει-, θα προσπαθήσει να μου το φέρει. Όσον αφορά εκείνον, τον σερβιτόρο δηλαδή είμαι υποχρεωμένος –για μένα έτσι όπως νιώθω εγώ- ότι έχει ο λογαριασμός μου είναι 18 ευρώ, πρέπει να του αφήσω τουλάχιστον 20. Γιατί για να έχω εγώ απαιτήσεις από αυτούς στο χώρο τους πρέπει και εγώ να τους ανταμείψω.»
(επισκέπτης του 'The Mall Athens', 19 ετών, κάτοικος Ν.Ηρακλείου)

«Γιατί πιστεύω πολύ βασικό για να κάτσεις σε ένα χώρο με τις ώρες είναι και η αίσθηση της καθαριότητας που υπάρχει στο χώρο αυτό. Δεν θα πας να κάτσεις σε έναν χώρο που δεν σε περιποιούνται, δεν σου μαζεύουν, σου αδειάζουν το τασάκι. Πιστεύω ότι αυτή η πολιτική είναι και στις καφετέριες να σου αδειάζουν το τασάκι για να νιώσεις πιο ωραία για παράδειγμα. Και πραγματικά οι άνθρωποι που δουλεύουν εκεί στους κοινόχρηστους χώρους και μαζεύουνε τους δίσκους, βλέπεις ότι είναι πάρα πολύ ευγενικοί, κάνουν πάρα πολύ καλά τη δουλειά τους και –εντάξει κάνουν κάτι πάρα πολύ κουραστικό και είναι πολύ δύσκολη δουλειά αυτή- και συνέχεια βλέπεις ότι και ένα

ποτηράκι πλαστικό να έχει αφήσει κάποιος ή ένα σακουλάκι έρχονται αμέσως το μαζεύουνε, το πετάνε. Πρέπει να είναι πολιτική σίγουρα στο 'The Mall' αυτό το πράγμα. Δηλαδή αυτό μπορείς να το δεις οπουδήποτε αλλού, δηλαδή να μείνει ένα τασάκι ή ένα σκουπιδάκι σε οποιοδήποτε μέρος μπορεί να έχω δει, στο 'The Mall' δεν το έχω δει. Δηλαδή αμέσως τα καθαρίζουνε όλα για να κάτσει προφανώς και ο κόσμος και να υπάρχει μια ανακύκλωση και γενικότερα σου δίνει μια ωραία αίσθηση ότι έρχομαι εδώ, με περιποιούνται.[...] Ως πελάτισσα είμαι πολύ απαιτητική. Πρώτον θέλω ο πωλητής να μου δώσει σημασία, να είναι ευγενικός απέναντί μου, να δείχνει ότι θέλει να με εξυπηρετήσει. Στο 'The Mall' για παράδειγμα δεν εξυπηρετούν, δηλαδή μπαίνεις μέσα και δεν σου δίνουν σημασία, είναι απρόσωπο το 'The Mall'.[...] Αλλά γενικά είμαι απαιτητική, θέλω ο πωλητής –γιατί πιστεύω αυτή είναι η δουλειά του- να σου δώσει την ανάλογη σημασία και να σε εξυπηρετήσει. Και να είναι με το χαμόγελο στα χείλη, δηλαδή αυτή είναι η δουλειά του.» (εργαζόμενη σε εστιατόριο του 'The Mall Athens', 26 ετών και επισκέπτρια του εμπορικού κέντρου)

«Απλά θέλω ο άλλος να είναι όσο το δυνατόν πιο ευγενικός μαζί μου. Δηλαδή τουλάχιστον να μπορεί να σταθεί αξιοπρεπώς στη θέση που βρίσκεται. Δεν απαιτώ από κάποιον να μου στρώνει χαλί στο σκαλί σε ένα μαγαζί που θα πω έναν καφέ ή να ψωνίσω ρούχα. Απλά απαιτώ – απαιτώ;- θα το ήθελα, δεν γίνεται πάντα και αν εκνευριστώ το απαιτώ κιόλας με τον τρόπο μου να υπάρχει μια σωστή αντιμετώπιση απέναντι στον πελάτη. Όχι να σε ρωτάω αν υπάρχει αυτό μπλουζάκι σε ένα μεγαλύτερο ή μικρότερο νούμερο και να μου το πετάς στα μούτρα. Θέλω μια αντιμετώπιση που αρμόζει στη δουλειά σου. Σαν πωλήτρια, σαν σερβιτόρος αυτό που έχεις θέλω να μου το παρέχεις. Ασχέτως αν σκέφτονται διάφορα άλλα πράγματα ή αν από μέσα τους με βρίζουν, αλλά θέλω να μου δείχνεις ότι θέλεις να με εξυπηρετήσεις. Να θες, ότι δεν το κάνεις με το ζόρι. [...]Θέλω να φανεί ότι μπορείς αυτή τη δουλειά να την υποστηρίξεις. Δηλαδή να κάνει τη δουλειά σωστά, δηλαδή ούτε να μου πει 'α, δεν υπάρχει' ή να υπάρχει και να μου πει τελικά δεν υπάρχει. Θέλω τη δουλειά που κάνει να την κάνει σωστά.

Όπως και από εμένα όταν ήμουν υπάλληλος μου ζητούσαν να την κάνω σωστά και με ό,τι κόστος μπορεί να συνεπάγεται αυτό, θέλω και οι άλλοι να κάνουν τη δουλειά τους σωστά απέναντί μου.» (εργαζόμενη στην αποθήκη καταστήματος με είδη ένδυσης στο 'The Mall Athens' και επισκέπτρια του εμπορικού κέντρου, 25 ετών)

2. Οι ρόλοι στη σκηνή του 'The Mall Athens'

Τέσσερις κατηγορίες ρόλων μπορούμε να διακρίνουμε στη σκηνή του 'The Mall Athens', τους πωλητές, τους επιτηρητές (security), τους παρατηρητές/ θεατές και τους «ηθοποιούς»/ παρατηρούμενους. Οι δύο τελευταίοι ρόλοι ενσαρκώνονται από την κατηγορία των πελατών, επισκεπτών του χώρου και αυτούς θα εξετάσουμε παρακάτω.

2.1. Ο ρόλος του «θεατή»

Ο ρόλος του θεατή μπορεί να παρουσιάζει ένα ευρύ ρεπερτόριο τρόπων συμπεριφοράς το οποίο προσδιορίζεται κάθε φορά από τα πολιτισμικά συμφραζόμενα, τις χωρικές και κοινωνικές συνθήκες, την αντίληψη περί εκφραστικότητας και ηθοποιίας. Ενδεικτική είναι η μετατόπιση από το ρόλο του ενεργού θεατή κατά τον 18^ο αιώνα στη θεατρική συνθήκη στο σιωπηρό θεατή των μέσων του 19^{ου} αιώνα, όπως παρατήρησε και ανέλυσε ο R.Sennett στο έργο του *Η τυραννία της οικειότητας*. Ο ένθερμος, εκφραστικός, παρεμβατικός -πολλές φορές με το «μπιζάρισμα» και το «ξεκαθάρισμα» του ηθοποιού- θεατής του 18^{ου} αιώνα ήταν ταυτόχρονα και ο ίδιος δημόσιος ηθοποιός στην καθημερινή ζωή του αστυακού δημόσιου χώρου. Ενώ ο σιωπηρός θεατής του 19^{ου} αιώνα επιζητούσε την εκφραστικότητα από τους ηθοποιούς στην εκδραμάτιση των ρόλων, αυτή την εκφραστικότητα από την οποία είχε παραιτηθεί ο ίδιος και έτσι είχε εκκενωθεί ο εννοηματομένος δημόσιος χώρος.⁵²⁴ Ο κάτοικος της πόλης του 19^{ου} αιώνα είχε μετατραπεί σε ένα παρατηρητή, θεατή της πυκνότητας των γεγονότων και των αναπαραστάσεων του δημόσιου χώρου. Αποσυρμένος στην ιδιωτικότητά του, προφυλαγμένος στην προσωπική του σιωπή και στις σκέψεις του παρακολουθούσε ως «ντεντέκτιβ» το θέαμα της αστικής ζωής προσπαθώντας να αποκωδικοποιήσει τα νοήματα των εμφανειών των άλλων ανθρώπων.

⁵²⁴ Ρ.Σένετ, *Η τυραννία της οικειότητας: Δημόσιος και ιδιωτικός χώρος στο δυτικό πολιτισμό*, όπ.π., σελ.226-9.

Η παρατήρηση στο δημόσιο χώρο του 18^{ου} αιώνα ήταν μια στιγμιαία πράξη κατανόησης του άλλου ως ξένου στο αστικό περιβάλλον. Η θεατρικότητα της ζωής του δρόμου πρόσφερε ένα κοινό υπόβαθρο σημείων αλληλενέργειας και εκφραστικής, συμβολικής αλληλεπίδρασης. Η αντικατάσταση του δημόσιου ηθοποιού, όπως παρατήρησε ο Sennett, από τον θεατή προέκυψε από τη σύζευξη μιας νέας ψυχολογίας και του βιομηχανικού καπιταλισμού.⁵²⁵ Το ενδιαφέρον της παρατήρησης εστιαζόταν στην αναζήτηση των λεπτομερειών του ντυσίματος, των εκφράσεων του προσώπου, των ακάλυπτων μερών του σώματος, της συμπεριφοράς προκειμένου να αποδοθούν χαρακτηρισμοί, ιδιότητες, ταυτότητες ταξικής θέσης, κοινωνικής κατάστασης και σεξουαλικής συμπεριφοράς και ηθών.

Ο τύπος του πλάνητα, ο οποίος περιπλανάται στις εμπορικές στοές και στον αστικό χώρο κατά τον 19^ο αιώνα και ταυτόχρονα παρατηρεί και παρατηρείται, διατηρεί ένα ενδιαφέρον για τη δημόσια κουλτούρα της πόλης και για τις κοινωνικές συνθήκες, τους τύπους και τις σχέσεις των ανθρώπων που την κατοικούν. Για τον Ch.Baudelaire το πλήθος και η μοναξιά είναι όροι ταυτόσημοι και εναλλάξιμοι. Το να είσαι εν μέσω του πλήθους σου δίνει τη δυνατότητα μιας παλινδρομικής κίνησης μεταξύ της αποστασιοποίησης, της σιωπηλής παρατήρησης των άλλων που σε περιβάλλουν και ταυτόχρονα της εμ-πάθειας για αυτούς. Η «άγία εκπόρνευση της ψυχής», όπως λέει χαρακτηριστικά ο Baudelaire στο πεζό του ποίημα «Τα πλήθη», η δυνατότητα της ενσυναίσθησης με άλλα λόγια επιτρέπει στον «μοναχικό και σκεπτικό περιπατητή...[να] υιοθετεί σαν δικά του όλα τα επαγγέλματα, όλες τις χαρές και όλες τις δυστυχίες που του προσφέρει η περίπτωση».⁵²⁶

Ο Baudelaire προέταξε τον τύπο του πλάνητα ως μια μορφή ποιητικής, εννοιακής ύπαρξης μέσα στον αστικό χώρο της μεγαλούπολης του 19^{ου} αιώνα. Μέσω της αλληγορίας συσχετίζει το λυρικό με το καθημερινό στοιχείο αναζητώντας αφενός στο κοινότυπο, καθημερινό συμβάν την ποιητική του διάσταση κι αφετέρου αποδομεί τη φαντασμαγορία του εμπορευματικού φετιχισμού.⁵²⁷

⁵²⁵ Ρ.Σένετ, *Η τυραννία της οικειότητας: Δημόσιος και ιδιωτικός χώρος στο δυτικό πολιτισμό*, όπ.π., σελ.250-1.

⁵²⁶ Σ.Μπωντλαίρ, *Η μελαγχολία του Παρισιού*, όπ.π., σελ. 45-47.

⁵²⁷ W.Benjamin, *Σαρλ Μπωντλαίρ –ένας λυρικός στην ακμή του καπιταλισμού*, όπ.π., σελ.118 και Ρ.Τίντεμαν, «Μπωντλαίρ, μάρτυς κατά της αστικής τάξης», στο W.Benjamin, *Σαρλ Μπωντλαίρ –ένας λυρικός στην ακμή του καπιταλισμού*, όπ.π., σελ. 284. Ο Ρ.Τίντεμαν αναφέρει συγκεκριμένα: «Εκείνη η επίφαση που υπάρχει στον εμπορευματικό χαρακτήρα των πραγμάτων, στην παραπλανητική λάμψη της

Ο G.Simmel στην προσπάθεια του να αναγνώσει τη νεωτερική συνθήκη και τη μητροπολιτική ζωή χρησιμοποίησε μια τυπολογική στάση για να περιγράψει τον ψυχικό βίο του κατοίκου της πόλης και την κοινωνική του συμπεριφορά εντός του αστικού χώρου της μεγαλούπολης. Η ψυχική αυτή στάση που χρησιμοποίησε ο Simmel ως εννοιολογικό εργαλείο είναι η στάση του *blasé*.

Η στάση του *blasé*, κατά τον Simmel, συνιστά ένα μηχανισμό άμυνας για τη διατήρηση της ψυχικής ενότητας του ατόμου απέναντι στην πληθώρα των ερεθισμάτων του αστικού χώρου.⁵²⁸ Μπορούμε να αποδώσουμε και ένα άλλο περιεχόμενο στην στάση του *blasé*, καθώς αυτή η στάση αποστασιοποίησης ή/και αδιαφορίας μπορεί να αποτελεί και έκφραση κοινωνικής ανωτερότητας, υποτίμησης, περιφρόνησης του άλλου. Η στάση του *blasé* και με τα δυο αυτά περιεχόμενα όταν υιοθετείται από το υποκείμενο εντός του μητροπολιτικού χώρου συνιστά μια επιλογή κατά τη συνάντηση, την αναμέτρηση του βλέμματος και της παρουσίας του με το γίνεσθαι της αστικής κοινωνικής ζωής. Το υποκείμενο όταν βρίσκεται, περιδιαβαίνει, χρησιμοποιεί τον αστικό χώρο παρατηρεί λιγότερο ή περισσότερο. Παρατηρεί ακόμα και αυτό που αρνείται να του δώσει προσοχή. Αναμετράται με αυτό στο βαθμό που το αρνείται, με την έννοια ότι μπορεί να το κοιτάξει φευγαλέα, στιγμιαία ή ακόμα και επιτηδευμένα απρόσεκτα προκειμένου είτε να εκδηλώσει την αδιαφορία του ως προς τους άλλους είτε να προστατεύσει τον εαυτό του από μια κουραστική, επίπονη, μάταιη -λόγω έλλειψης νοήματος, αξίας- ή και ενοχική ψυχοδιανοητική εμπλοκή με αυτό που αντιμετωπίζει στον οπτικό του ορίζοντα.

Το γίνεσθαι της αστικής κοινωνικής ζωής συνίσταται τόσο στην κίνηση, ροή, τις δράσεις και αντιδράσεις όσο και στο στατικό, χτισμένο αστικό περιβάλλον. Ακόμα και το δομημένο περιβάλλον διέπεται από την ιστορική κίνηση της καθημερινής ζωής της κοινωνίας, καθώς εντός αυτού εκτυλίσσονται οι ζωές των ανθρώπων, οι δημόσιες και ιδιωτικές υποθέσεις, οι εμπορικές και οικονομικές συναλλαγές, οι γραφειοκρατικές διευθετήσεις, οι πολιτικές αποφάσεις και διαβουλεύσεις, οι κοινωνικές δράσεις, οι διαδικασίες εκπαίδευσης, κοινωνικοποίησης, οι πρακτικές και πολιτικές επιτήρησης, κράτησης και εγκλεισμού. Δημόσιοι, ιδιωτικοί, ημι-δημόσιοι, κρατικοί χώροι λειτουργούν

οποίας ήταν τόσο δεκτικός ο Μπωντλαίρ, διαλύεται συγχρόνως από την αλληγορική ματιά και γίνεται τρόπος τινά αντανάκλαση του φετιχιστικού χαρακτήρα του εμπορευματοικού κόσμου».

⁵²⁸ G.Simmel, *Πόλη και ψυχή*, μετ. Γ.Λυκιαρδόπουλος, εισ. G.Lukacs, Έρασμος, Αθήνα 1993, σελ.19.

και υπάρχουν ως τέτοιοι λόγω της ιστορικής κίνησης της καθημερινότητας, η οποία τους αναπαράγει, τους επιβεβαιώνει, τους μετασχηματίζει, τους ανατρέπει, τους ρηγματώνει.

Με αυτό το γίνεσθαι της μητροπολιτικής ζωής αναμετράται ο χρήστης της πόλης, επιλέγει δράσεις, υιοθετεί στάσεις απέναντι σε αυτό ως μέρος αυτού του γίνεσθαι με ποικίλα κάθε φορά κριτήρια -ψυχικά, ηθικά, πολιτικά, οικονομικά, κοινωνικά, εργασιακά, αισθητικά. Σε ένα μονωμένο, αποκλειστικά εμπορικό πολυχώρο όπως το 'The Mall Athens' το μεγαλύτερο κομμάτι της ιστορικής κίνησης της καθημερινής ζωής μένει απέξω. Το κομμάτι που διατηρείται από το γίνεσθαι της αστικής ζωής είναι το εμπορικό, το οποίο μέσα από την αποκλειστικότητά του και τη θεαματική του σκηνοθεσία, καθιστά το χώρο ως ένα μικρόκοσμο προσφερόμενων υπηρεσιών αναψυχής, εστίασης και αγορών, προεικονίζοντας με αυτό τον τρόπο έναν ιδανικό, αυτάρκη αστικό μικρόκοσμο της «ξέγνοιαστης θεαματικής κατανάλωσης».

Εντός του 'The Mall Athens' το βλέμμα δεν αναμετράται με την ποικιλία των κοινωνικών δράσεων, καταστάσεων και συμπεριφορών του αστικού χώρου, δεν συναντά άτομα, ομάδες διαφορετικών εθνικών, πολιτισμικών προελεύσεων και κυρίως κοινωνικών τάξεων, δεν σκοντάφτει στα νήματα του πολύπλοκου δικτύου της καθημερινής κοινωνικής ζωής και στις βιοτροχιές που διαγράφουν καθημερινά οι χρήστες της πόλης. Το βλέμμα σε αυτό τον χώρο αντικρίζει προ(σ)κλήσεις θεαματικές (διαφημίσεις, κινηματογραφικά θεάματα, events, προωθήσεις προϊόντων) και εμπορευματικές (κάθε τύπου εμπορεύματα που συγκροτούν τον κόσμο της εκάστοτε βιτρίνας) καθώς και άλλους-ομοίους. Αυτά τα αντικείμενα παρατήρησης, τα οποία αποτελούν συστατικά, συγκροτησιακά στοιχεία της συνθήκης ενός κοινωνικού χώρου και της ανθρώπινης εμπειρίας σε αυτόν, μετασχηματίζουν και τον τρόπο παρατήρησης και αισθητηριακής πρόσληψης.

Στην περίπτωση ενός ιδιωτικού χώρου μαζικής χρήσης όπως το 'The Mall Athens' θα μπορούσαμε να κάνουμε λόγο για τέσσερις συνιστώσες της παρατηρησιακής εμπειρίας, την παθητικότητα, την «αδιαφορία», την ταυτοποίηση και τη «φυσιογνωμική».

2.1.1. Παθητική παρατήρηση

Η παθητικότητα της παρατηρησιακής εμπειρίας στο 'The Mall Athens' συνίσταται στο ότι η παρατήρηση εν μέσω άλλων δεν αποτελεί ένα πέρασμα, ένα κατώφλι στο παιχνίδι της κοινωνικότητας, όπως θα ήταν η αναγνώριση στον άλλο κοινά συμμεριζόμενων συμβολικών σημείων ως βάση αμοιβαίας και αυθόρμητης αλληλεπίδρασης. Επίσης η παθητική παρατήρηση δεν είναι μια ποιητική, ενσυναισθητική παρατήρηση που θα λειτουργούσε ως μια είσοδος, ένα νήμα πρόσβασης στην κατανόηση του άλλου και του περιβάλλοντα κοινωνικού κόσμου.

Η καθαρή παρατήρηση δεν μπορεί να είναι εμπαιχτική. Η εστίαση, η προσοχή, η διανοητική και ηθική ευαισθησία, η αναστοχαστικότητα πιθανοτήτων και ενδεχομένων, ο διάλογος με την αμφισημία των εκφράσεων, η ακροβατική προβολή εμπειρικού και γνωστικού υλικού από το προσωπικό απόθεμα στη μοναδική, ιστορική παρουσία του άλλου και των άλλων, όλα αυτά αποτελούν στοιχεία μιας παρατήρησης εμπαιχτικής. Η καθαρή από κοινωνικό, ηθικό, προσωπικό ενδιαφέρον παρατήρηση σε χώρους αστικής συγκέντρωσης συμβαδίζει με την καθαρότητα της συνθήκης του χώρου, η οποία εξασφαλίζεται με τον αποκλεισμό των αστικών οχλήσεων. Σε μια συνθήκη κοινωνικοοικονομικά και συμπεριφορικά «ομοίων», στη συνθήκη του «καλού κόσμου» η συνεχής ροή και η ανακύκλωση των ροών των ατόμων μοιάζει να δίνει τον παλμό μιας ιδιάζουσας ζωτικότητας σε ένα χώρο όπου τα ρεύματα των ανθρώπων που τον διαπερνούν μοιάζουν υποτονικά. Υποτονικά με την έννοια της κοινωνικής ομοιομορφίας, της συμπεριφορικής τυποποίησης, της αγκυλωμένης κοινωνικότητας, της περιορισμένης και προδιαγεγραμμένης κοινωνικής δραστηριότητας. Η συνεχής ροή τονώνει το ίδιο, το οικείο σε σημείο να «νιώθω και εγώ έτσι ότι αναζωογονούμαι, ότι είδα πολύ κόσμο. Ξέφυγα κάπως μέσα από τους άλλους».

Ο τρίτος όροφος του 'The Mall Athens' όπου βρίσκονται οι χώροι εστίασης και αναψυχής είναι ένας χώρος αλληλοπαρατήρησης ή αλλιώς θέασης των ροών των ατόμων:

«Εκεί που είναι τα τραπεζάκια που τρως είναι εκεί ακριβώς και η είσοδος του σινεμά, είναι η είσοδος της σκάλας για να ανέβεις αυτό τον όροφο και είναι και δύο εισοδοί επειδή είναι κυκλικός ο όροφος είναι η μια είσοδος για να μπεις στον κύκλο γύρω- γύρω και η έξοδος που βγαίνεις. Δηλαδή σε εκείνο το σημείο έχει πέντε έξι εισόδους και

είναι και οι είσοδοι από όλα τα μαγαζιά. Και των KFC, Goody's από εκεί μπαίνεις για να παραγγείλεις. Είναι πάρα πολλοί είσοδοι και με αυτό αυτόματα ανακυκλώνεται ο κόσμος, δηλαδή μπαίνει, βγαίνει, πάει από το ένα σημείο στο άλλο. Και εγώ κάθομαι, όχι ότι θέλω να δω μια κοπέλα ή ένα αγόρι, κάθομαι και βλέπω τον κόσμο που μπαίνει και βγαίνει. Αυτό μου αρέσει να βλέπω κόσμο και να κάθομαι. Αυτό μου αρέσει στο 'The Mall', που σε ένα καφέ δεν το έχεις αυτό. Σε ένα καφέ είναι οι θαμώνες που είναι στάνταρ. Κάθονται και τελειώνει, δεν βλέπεις κάτι. Εκεί όλο ανακυκλώνεται ο κόσμος μου αρέσει πολύ αυτό. Να βλέπω κόσμο και να ανακυκλώνεται και να τον παρατηρώ. Όχι, δεν πάω για να δω κάτι συγκεκριμένο, πάω και μου αρέσει που βλέπω νέα άτομα. Και νιώθω και εγώ έτσι ότι αναζωογονούμαι, ότι είδα πολύ κόσμο. Ξέφυγα κάπως μέσα από τους άλλους. Αυτό μάλλον.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

Η καθαρή παρατήρηση των ροών των ατόμων και το πάγωμα της επικοινωνίας μεταξύ οικειών στο πλαίσιο μιας παρέας με την απόσπαση του ενδιαφέροντος από την κίνηση, ροή των άλλων σημαίνουν την παθητικότητα της παρατηρησιακής εμπειρίας σε αυτό τον χώρο:

«Όταν έχει πάρα πολύ κόσμο σου τραβάει το βλέμμα κυρίως αυτό που κινείται δηλαδή ο κόσμος που περνάει... Αλλά κυρίως την ώρα που μιλάς δεν μπορείς να κρατήσεις μια κουβέντα...δεν σκέφτομαι τίποτε άλλο γιατί σου τραβάει την προσοχή αυτό που κινείται. Ο πολύς κόσμος που θες δεν θες να ρίξεις το βάρος στην κουβέντα, να έχεις έναν υγιή διάλογο δεν μπορείς γιατί σου τραβάει τη ματιά ο κόσμος.[...]Περνάει πάρα πολύς κόσμος και εσύ αυτομάτως αποπροσανατολίζεσαι από την κουβέντα και εστιάζεις στον κόσμο, προσέχεις, είσαι μόνο παρατηρητής, δεν μιλάς.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Αν πηγαίναμε σε μια καφετέρια που θα πήγαινα για τον άλλο, για να κοιταχτούμε και να μιλήσουμε δεν θα με ένοιαζε το γύρω-γύρω αλλά όταν θέλω το γύρω-γύρω πηγαίνω στο 'The Mall' να δω κόσμο. Ανακυκλώνεται ο κόσμος και περνάει πολύς κόσμος. Εκεί δεν μπορείς να

συζητήσεις. Δεν θα πας να συζητήσεις ποτέ κάτι. Δεν θα σε αφήσουν οι συνθήκες, όλα τρέχουν γύρω σου. Δηλαδή γύρω σου κάτι γίνεται πάντα. Όλο νέοι άνθρωποι κάτι θα κάνουν μεταξύ τους θα σε αποπροσανατολίζει. Δεν θα πας εκεί για να συγκεντρωθείς και να πεις αυτά που θέλεις. Θα πας για το γύρω.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

Η παρατηρησιακή αυτή εμπειρία ομοιάζει με την κινηματογραφική συνθήκη. Οι μηχανές πρόδρομοι του κινηματογράφου το πανόραμα και το διόραμα στα τέλη του 18^{ου} κι αρχές του 19^{ου} αιώνα αντίστοιχα σήμαναν μια νέα μορφή της κοινωνικής εμπειρίας, η οποία χαρακτηριζόταν από την υπεροχή του βλέμματος και την εμπορευματοποίηση του. Αυτές οι μηχανές οικοδομήματα όπως και αργότερα ο κινηματογράφος εισήγαγαν μια εμπειρία σωματικής καθήλωσης και οπτικής κινητικότητας.⁵²⁹ Το βλέμμα ενός ακινητοποιημένου στο χώρο σώματος μέσω προσφερόμενων με ταχεία εναλλαγή εικόνων υπερέβαινε τα στενά όρια της χωροχρονικής περίστασης.

Αυτή η εικονική εμπειρία της σωματικής ακινησίας και της απεριόριστης οπτικής κινητικότητας είχε ως επακόλουθο το μετασχηματισμό της εμπειρίας του ατόμου με το κοινωνικό του περιβάλλον, την ιστορία, τη μνήμη και τη φαντασία του. Τα δεδομένα της αισθητηριακής πρόσληψης δεν βρισκόταν στο άμεσο υλικό, κοινωνικό χώρο των ανθρώπων και οι εντυπώσεις δεν αποτελούσαν πια συμβάντα στα οποία εισέρχονταν -εκούσια και ακούσια- τα άτομα με το σύνολο της ύπαρξης τους -σωματική, οπτική, ψυχοδιανοητική κίνηση του ατόμου μέσα στο χώρο και το χρόνο του. Το σώμα ήταν αδρανοποιημένο και το βλέμμα σαγηνευμένο, κατευθυνόμενο, τροφοδοτούμενο από δοσμένες εικόνες. Τα όνειρα, το ταξίδι της φαντασίας δεν ήταν τόσο υπόθεση μιας εσωτερικής φαντασιακής, παραστασιακής κίνησης του ψυχισμού του ατόμου αλλά μάλλον μια εμπορευματικά δοσμένη, καλά αρθρωμένη ιστορία με μια συνέχεια, μια πλοκή, με σταθερά σημεία αναφοράς και ερμηνείες.

Αυτή η εμπειρία της σωματικής αδράνειας και της εικονικής κινητικότητας ουσιαστικά σημαίνει την αντικατάσταση της αναζήτησης, του πειραματισμού, της περιπλάνησης, της άμεσης εμπλοκής με τον αστικό χώρο και τα ποικίλα περιεχόμενα του με μια οπτική εμπειρία μέσω επεξεργασμένων, «εξωτικών» μα ήδη οικείων

⁵²⁹ Α. Friedberg, *Window shopping –cinema and the postmodern*, όπ.π., σελ.23.

εικόνων. Η διαμεσολαβημένη από τις εικόνες, αναπαραστάσεις, αφηγήσεις εμπειρία που εισήγαγαν ο κινηματογράφος και οι προκάτοχοι του επεκτάθηκε και σε άλλες εμπειρίες όπως ο τουρισμός και η βόλτα στα shopping malls.⁵³⁰ Η μαζική παραγωγή τυποποιημένων προϊόντων, η εμπορευματοποίηση ολόένα και περισσότερων περιοχών του κοινωνικού -σχέσεις, ιδέες, συναισθήματα, επιθυμίες- και του γεωγραφικού χώρου -τουρισμός- σε συνδυασμό με τις νέες τεχνικές εικονοποιείας (τυπογραφικές, ηλεκτρονικές) μετασχημάτισαν την αισθητηριακή πρόσληψη («εργαλειοποίηση του βλέμματος», αλλαγή του τρόπου αντίληψης του χρόνου και των χωρικών αποστάσεων), την εμπειρία και την υποκειμενικότητα του νεωτερικού ανθρώπου.

Η ψευδαίσθηση, λοιπόν, της φυγής, της κινητικότητας πέρα από τα όρια της χωροχρονικής συγκυρίας, όπως προσφερόταν από τις μηχανές εικονικής προβολής φαίνεται να προσφέρεται και στην παρατηρησιακή εμπειρία στο περιβάλλον του 'The Mall Athens'. Η παρατήρηση των ροών των ατόμων ευνοεί μια ψευδαίσθηση της συνέχειας, μιας αδιάλειπτης κίνησης, ροής. Σε ένα χώρο περιορισμένων κοινωνικών χρήσεων, η συνεχής ροή τονώνει το ενδιαφέρον του χώρου. Η ανακύκλωση που αποτελεί αντικείμενο παρατήρησης από τα άτομα και αντιμετωπίζεται ως ένα επιθυμητό και «αναζωογονητικό» θέαμα αφενός αντανακλά την επιθυμία για το καινούριο -που πάντα όμως είναι το ίδιο- κι αφετέρου δίνει την αίσθηση ότι «κάτι συμβαίνει» σε έναν χώρο περιορισμένης κοινωνικής δραστηριότητας και ποικιλίας επαφών. Ας ακούσουμε και δύο επισκέπτες του εμπορικού κέντρου:

«Το 'The Mall' το βλέπω πιο χρηστικά δηλαδή να πω καφέ και να το συνδυάσω με κάτι άλλο, και να δω πολύ κόσμο, να νιώσω την ένταση του κόσμου αυτό καμιά φορά ίσως. Ότι είσαι στο σπίτι για ώρες μέσα και νιώθεις την ησυχία και λες 'θέλω να δω κόσμο, κίνηση, να ξυπνήσω'. Και που θα πας; Στο 'The Mall', μια επιλογή είναι σίγουρα αυτή. Καμιά φορά όπως σου είπα με ενοχλεί, αλλά καμιά φορά το θες. Όλο και θα δεις μια κοπέλα, θα σου αρέσει, θα σχολιάσεις, θα δεις συμπεριφορές, μπορεί να σχολιάσεις, είναι...σου δίνει ερεθίσματα. Και νιώθεις μια επαφή που μπορεί να μην είναι προσωπική αλλά έστω και το κοίταγμα, είναι μια στιγμιαία επαφή, που το νιώθεις και στα μέσα μαζικής. Θα δεις τύπους ανθρώπων, θα σκεφτείς κάποια

⁵³⁰ A. Friedberg, *Window shopping –cinema and the postmodern*, όπ.π, σελ. 58-59 και 120-1.

πράγματα για τη ζωή, πάλι μπορείς να δεις μια κοπέλα, δεν είναι φλερτ ακριβώς, αλλά ξέρεις δεν θα τη ξαναδείς, αλλά σου αρέσει να βλέπεις κάτι ωραίο. Είναι όπως πας σε ένα πολυσύχναστο δρόμο, όπως η Ερμού και στο 'The Mall', σαν περαντζάδα.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 22 ετών, κάτοικος Παράδεισου Αμαρουσίου)

«Ο χώρος του εμπορικού αν το δεις είναι ψυχρός, λίγο αποστειωμένος, ο φωτισμός, ουδέτερα χρώματα, τα πάντα καθαρά, είναι ζωντανός λόγω του κόσμου.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

2.1.2. Παρατηρησιακή «α-διαφορία»

Ο G.Simmel κάνει λόγο για την ιδιότητα του ανθρώπου να διακρίνει διαφορές στις εντυπώσεις που προσλαμβάνει, δηλαδή «να διεγείρεται από τη διαφορά μεταξύ μιας στιγμιαίας εντύπωσης και μιας εντύπωσης που προηγήθηκε».⁵³¹ Η επιφυλακτική στάση του κατοίκου της μεγαλούπολης κατά τον Simmel συνιστά μια προσπάθεια ελέγχου, μετριασμού της έντονης νευρικής διέγερσης έναντι των πολλών και ταχύτατα μεταβαλλόμενων ερεθισμάτων. Η αδιαφορία, η έλλειψη ενδιαφέροντος για τα πράγματα και τους ανθρώπους προστατεύει το άτομο από το συναισθηματικό και νοητικό του σκόρπισμα. Με λίγα λόγια λειτουργεί ως ανάχωμα στη συνεχή, πυκνή ροή ερεθισμάτων που «πολιορκούν» τα αισθητήρια όργανα του ατόμου.

Αν χρησιμοποιήσουμε την τυπολογική αυτή ψυχική στάση της αδιαφορίας στο περιβάλλον του 'The Mall Athens' μπορούμε μόλις και να διακρίνουμε δυο αλληλεπικαλυπτόμενες διαστάσεις. Η μία σχετίζεται με την έλλειψη ενδιαφέροντος για το διαφορετικό και η άλλη με το ενδιαφέρον για το μη-διάφορο, δηλαδή για το όμοιο.

Η αδιαφορία με την έννοια της απουσίας του ενδιαφέροντος εστίασης του βλέμματος στο διαφορετικό εκφράζεται με την επιθυμία να βρίσκονται τα άτομα σε αυτό το μονωμένο χώρο, όπου οι κοινωνικά διαφορετικοί είναι απέξω. Ο αποκλεισμός των αστικών οχλήσεων από το συγκεκριμένο περιβάλλον υποστηρίζει

⁵³¹ G.Simmel, *Πόλη και ψυχή*, όπ.π., σελ. 14.

την τάση αυτή της παρατηρησιακής αδιαφορίας. Ο οπτικός ορίζοντας εντός αυτού του περιβάλλοντος είναι καθαρός από το διαφορετικό:

«Έχει ωραίο κόσμο, δηλαδή δεν θα πάει στο ‘The Mall’ ή μάλλον σπάνια θα δεις κάποιον Αλβανό, κάποιον μαύρο, δηλαδή δεν υπάρχουν μειονότητες. Δεν είναι εύκολο να συναντήσεις μέσα στο ‘The Mall’ μειονότητες. Δεν το κάνουμε επειδή είναι βορείων προαστίων και καλά, καμία σχέση. Απλά δεν θα δεις κόσμο που συναντάς αν πας να πεις καφέ στην Ομόνοια.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 21 ετών, κάτοικος Κηφισιάς)

Η έλλειψη αυτή ενδιαφέροντος για το διαφορετικό σημαίνει και ενδιαφέρον για το όμοιο. Οι άνθρωποι -ο καθένας ίσως με τις δικές του παραλλαγές-, τα εμπορεύματα και τα θεάματα προσφέρουν εντός του χώρου αυτού το θέαμα του ομοίου, του οικείου. Η ομοιότητα τους έγκειται στο ότι υπάγονται στον ίδιο κώδικα της θεαματικής κατανάλωσης με την έννοια ότι οι άνθρωποι, τα εμπορεύματα και τα θεάματα καταναλώνονται ως σημεία -στερημένα από τις κοινωνικές τους προεκτάσεις και τα ποιοτικά τους περιεχόμενα. Τα σημεία αυτά είτε σχετίζονται με ανθρώπινες αναπαραστάσεις είτε με τα εμπορεύματα-εικόνες συναρθρώνονται με τέτοιο τρόπο ώστε να συγκροτούν αφενός την αναπαράσταση του «καλού κόσμου» και αφετέρου να διαμορφώνουν την φαντασμαγορική ατμόσφαιρα.

2.1.3. Ταυτοποιητική παρατήρηση

Μέσα σε αυτή τη συνθήκη της ομοιότητας των ανθρώπων, των εμπορευμάτων που καταναλώνονται ως σημεία μιας φαντασμαγορίας, μπορεί το άτομο και ταυτοποιείται. Από τη μια ταυτοποιείται με τους άλλους ομοίους ως ένα μέρος του «καλού κόσμου», των καταναλωτών, των «εντός του παιχνιδιού» ατόμων⁵³²:

«Σου δίνει αυτή την αίσθηση γιατί τα έχει όλα μαζεμένα και επειδή γενικότερα φαίνονται όλα ωραία μέσα στο ‘The Mall’, ότι έχει ωραίο κόσμο, δεν θα δεις κάποιο αλλοδαπό, σου δίνει μια αίσθηση ότι

⁵³² Z.Bauman, *Η μετανεωτερικότητα και τα δεινά της*, ό.π., σελ.88-90. Ο Bauman κάνει λόγο για τους ελαττωματικούς και επαρκείς καταναλωτές και για τους τρόπους αντιμετώπισης των πρώτων ως αυτών που μένουν εκτός του παιχνιδιού και αποτελούν τους «εσωτερικούς δαίμονες» της καταναλωτικής κοινωνίας. Για τον Bauman η γκετοποίηση και η ενοχοποίηση είναι τρόποι εξορκισμού και αναφέρει ότι: «το ενοχοποιημένο περιθώριο χρησιμεύει ως υπόνομος στον οποίο καταλήγουν προς ανακούφιση μας οι αναπόφευκτες, αλλά και αποπνικτικές και δηλητηριώδεις αναθυμιάσεις της καταναλωτικής σαγήνης, ούτως ώστε αυτοί που παραμένουν στο παιχνίδι του καταναλωτισμού να μη χρειάζεται να ανησυχούν για την κατάσταση της δικής τους υγείας.»

είσαι σε ένα ωραίο περιβάλλον. Σε ένα καθαρό περιβάλλον, αισθάνομαι ωραία, αισθάνομαι προστατευμένος.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Παρατηρώ βιτρίνες, πως τα έχουν τοποθετήσει, προσφορές και τι κόσμος κυκλοφορεί και πως αντιδρά. Στιλ που ψωνίζουν, ποιος κόσμος μπαίνει στα μαγαζιά τα αντίστοιχα, που κάθεσαι. Για παράδειγμα Κυριακή που είχα πάει έβλεπα τι στιλ μητέρες κάθονται για να πιούν καφέ ή φέρνουν τα παιδιά τους. Το έβλεπα αυτό ή ποιος κάθεσαι στην τάδε καφετέρια ή τι στιλ μπαίνει σε αυτό το μαγαζί.

Ερώτηση: Τί έχεις παρατηρήσει; Έχεις βγάλει κάποια συμπεράσματα;

Απάντηση: Πιστεύω ότι ένα μεγάλο μέρος, να βάλω και τον εαυτό μου, είμαστε 'fashion victims', έτσι, που πάμε στο 'The Mall'. Και έτσι το lifestyle τους είναι το να ψωνίσω όσο πιο πολλά μπορώ και αυτό με γεμίζει, κάρτες πιστωτικές όλο αυτό. Πιστεύω ότι είναι άνθρωποι που τους ευχαριστούν τα ψώνια και το θεωρούν κάτι πολύ σημαντικό στη ζωή τους. Αυτό που έχω παρατηρήσει είναι οι μικρές ηλικίες που πάνε για λόγους μόδας και μεταξύ τους ο ένας στον άλλο λέει πάμε mall, πάμε mall, σαν μόδα. Και τις γυναίκες παρατηρώ ή και ζευγάρια που είναι λίγο πιο ματσό, ξέρεις στιλάκι τσαντούλα, γυαλί.

Ερώτηση: Τί παρατηρείς;

Απάντηση: Ίσως είναι λίγο στιλ πασαρέλας, πάνε για να...το πώς πάνε σε ένα κλάμπ που θα ντυθούνε τέλεια, θα βαφτούνε τέλεια για να ψωνίσουνε και για να φύγουνε με πολλές τσάντες. Εγώ βλέπω να φεύγουν πολλές τσάντες. Είναι επίδειξη, λίγο show-off. Από κουβέντες που ακούω ξέρεις 'ψώνισα αυτό, το άλλο'. Είναι καταναλωτικά όντα, ας πούμε[...] Απλά επειδή έχει ένα σήμα, είναι οργανωμένο και έχει μια πολιτική ελκύει τον κόσμο πιο πολύ. Ή βλέπεις διάσημους και λέει 'α!, είδα τον τάδε στο The Mall', οπότε σου λέει μπορεί να ψωνίζει ο τάδε αποκεί. Κάπως έτσι μπορεί να το σκέφτεται ο κόσμος, εμένα δεν με απασχολεί.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 22 ετών, κάτοικος Παράδεισου Αμαρουσίου)

Οι επισκέπτες του χώρου παρατηρούν την ενδυματολογική εμφάνιση του άλλου ακόμα και τις σακούλες που κρατούν οι άλλοι επισκέπτες:

«Κοιτάω τον κόσμο που περνάει...κάθομαι και κοιτάω συνήθως τι φοράει ο καθένας.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 15 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Συνήθως παρατηρώ τα άτομα που έχουν ψωνίσει και κοιτάω τις σακούλες και τις μάρκες που έχουν ψωνίσει, τότε είναι που τους παρατηρώ.

Ερώτηση: Και εκεί τί παρατηρείς;

Απάντηση: Βάσει αυτού μπορώ να δω το στιλ κάποιου συγκεκριμένου ατόμου που κρατάει τη σακούλα, ίσως και την οικονομική κατάσταση του.

Ερώτηση: Και τί είναι αυτό που σε τραβάει ώστε να παρατηρήσεις αυτό το πράγμα;

Απάντηση: Αυτό δεν το έχω ψάξει να σου πω την αλήθεια. Δεν ξέρω ίσως επειδή ο συγκεκριμένος χώρος έχει αυτά τα μαγαζιά μπορώ να παρατηρήσω σε ποια σημεία πηγαίνουνε, ψωνίζουνε.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 14 ετών, κάτοικος Παγκρατίου)

Ο άλλος εκλαμβάνεται, παρατηρείται και ως μια κινούμενη διαφήμιση ρούχων και αξεσουάρ, η οποία μπορεί να λειτουργήσει ως υπενθύμιση ή και να παράγει παρόμοιους συνειρμούς με την περίπτωση του κοιτάγματος μιας βιτρίνας:

«Μπορεί να δω κάποιον, που μπορεί να έχει από μια τσάντα, γυαλιά, μέχρι να δω τη τσάντα του Παπασωτηρίου και να πω 'να θυμήθηκα ότι θέλω να πάω εκεί' ή ξέρω εγώ του Γερμανού και 'θυμήθηκα ότι θέλω να πάω να πληρώσω το κινητό μου'. Οπότε παίζει αυτό στάνταρ, να δω κάποιον που έχει πάρει από κάπου κάτι και να και εγώ ήθελα να πάω εκεί και το ξέχασα. Γιατί εκεί γενικά ξεχνάς πολλά. Αυτό βεβαίως δεν συμβαίνει μόνο στο 'The Mall', συνήθως όταν θα πας για ψώνια, μπορεί να πάρεις το ένα συνήθως πας για να πάρεις κάτι, και τελικά παίρνεις τρία διαφορετικά πράγματα από αυτό που σκόπευες να πάρεις. Αν δηλαδή σε πιάσει ο υπερκαταναλωτισμός σου εκεί και αντέξεις το όλο κλίμα, πιστεύω ότι μπορείς να καταστραφείς. Οικονομικά. Γιατί έχει και πολλά μέρη που μπορείς να τραβήξεις λεφτά με κάρτα, εντάξει

εννοείται αυτό. Οπότε μπορεί...ενώ δεν σκόπευα ή το είχα ξεχάσει να πάω σε ένα μαγαζί που μου θύμιζε ότι πρέπει να πάω.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 28 ετών, κάτοικος Βριλησσιών)

Στο 'The Mall Athens' το άτομο ταυτοποιείται κοιτώντας τόσο τους άλλους όσο και τις βιτρίνες. Ο άλλος ως καθρέφτης, ο άλλος ως βιτρίνα, ο εαυτός ως οθόνη προβολής της προσωπικής εικόνας, όλοι αυτοί οι τόποι κατασκευής ταυτότητας του ατόμου – καθρέφτης, βιτρίνα και οθόνη- υπάρχουν στο χώρο αυτό και μετατοπίζουν το ενδιαφέρον της αλληλόδρασης στην αλληλοαναγνώριση, στην παθητική αμοιβαία ταυτοποίηση εξ αντανακλάσεως. Οι P.-L.Berger και T.Luckmann υποστηρίζουν ότι η νοηματοδότηση της κοινωνικής πραγματικότητας και η ταυτότητα του ατόμου επικυρώνονται και έτσι συντηρούνται μέσα από την καθημερινή αλληλόδραση των ατόμων.⁵³³ Κάνουν τη διάκριση μεταξύ των σημαντικών άλλων, οι οποίοι έχουν κρίσιμο ρόλο ως προς αυτή τη διαδικασία της συντήρησης της συγκεκριμένα εννοηματομένης κοινωνικής πραγματικότητας, και των λιγότερο σημαντικών άλλων. Τους τελευταίους τους αναπαριστούν ως «χορό».⁵³⁴ Στη «θεαματική σκηνή» του 'The Mall Athens' οι άλλοι-όμοιοι θα μπορούσαμε να πούμε ότι λειτουργούν ως ο «χορός», ο οποίος υποστηρίζει και επιβεβαιώνει τη νοηματοδότηση της συγκεκριμένης κοινωνικής περίπτωσης και της κοινωνικής ταυτότητας του «καλού κόσμου», του «εντός του παιχνιδιού» ατόμου. Η διαλεκτική αυτή σχέση του έκαστου ατόμου με τους άλλους-ομοίους αναπαράγει την κοινωνική συνθήκη του χώρου και την ταυτότητα των επισκεπτών-«κατοίκων» του. Από την άλλη πιστοποιείται ως ένα άτομο που σαγηνεύεται από μια τέτοια ατμόσφαιρα:

«...το ότι με χαλαρώνει να βλέπω βιτρίνες, μου αρέσει πάω να δω τις βιτρίνες, πίνω και ένα καφεδάκι με τη φίλη μου και γυρνάω, χωρίς να

⁵³³ Π.Α.Μπέργκερ-Τ.Λούκμαν, *Η κοινωνική κατασκευή της πραγματικότητας*, όπ.π., σελ.273. Οι συγγραφείς αναφέρουν ότι «η πραγματικότητα της καθημερινής ζωής συντηρείται ενσάρκωμένη σε ρουτίνες, γεγονός που αποτελεί την ουσία της θεσμοποίησης. Πέρα από αυτό, ωστόσο, η πραγματικότητα της καθημερινής ζωής επανεπιβεβαιώνεται διαρκώς στην αλληλόδραση του ατόμου με άλλους. Όπως ακριβώς η πραγματικότητα εσωτερικεύεται αρχικά μέσω μιας κοινωνικής διαδικασίας, έτσι και συντηρείται στη συνείδηση μέσω κοινωνικών διαδικασιών.»

⁵³⁴ Π.Α.Μπέργκερ-Τ.Λούκμαν, *Η κοινωνική κατασκευή της πραγματικότητας*, όπ.π.,275-77. Για τους συγγραφείς «οι σημαντικοί άλλοι καταλαμβάνουν κεντρική θέση στην οικονομία της συντήρησης της πραγματικότητας. Έχουν ιδιαίτερα ουσιαστικό ρόλο στη διαρκή επικύρωση εκείνου του κρίσιμου στοιχείου της πραγματικότητας που αποκαλούμε ταυτότητα.[...]οι σημαντικοί άλλοι στη ζωή του ατόμου είναι οι κύριοι δρώντες για τη συντήρηση της υποκειμενικής του πραγματικότητας. Οι λιγότερο σημαντικοί άλλοι λειτουργούν σαν ένα είδος χορού.[...]Η σχέση ανάμεσα στους σημαντικούς άλλους και το 'χορό' κατά τη συντήρηση της πραγματικότητας είναι μια σχέση διαλεκτική' δηλαδή αλληλεπιδρούν μεταξύ τους όπως και με την υποκειμενική πραγματικότητα στην επικύρωση της οποίας συμβάλλουν.»

είναι απαραίτητο ότι θα ψωνίσω κάτι...» (επισκέπτρια του **'The Mall Athens'**, 26 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Μπορεί να μου δημιουργεί την ψευδαίσθηση ότι εγώ είμαι μέρος του κόσμου αυτού και τα λοιπά. Ότι όλο αυτό το κλίμα μου δημιουργεί την ψευδαίσθηση ότι εγώ είμαι μέρος αυτού του κλίματος και εγώ δεν είμαι σαν το γύφτο που θέλει να γλιτώσει το ένα ευρώ. Πολύ πιθανό.» (επισκέπτρια του **'The Mall Athens'**, 29 ετών, κάτοικος Πατησίων)

«Μου αρέσει η ατμόσφαιρα επειδή υπάρχει νέος κόσμος, μαγαζιά, είναι η χαρά της ζωής, η χαρά των ψώνιων βασικά...μου αρέσει έχει ζωηρά χρώματα σου φτιάχνει τη διάθεση. Σίγουρα σε προσελκύει. Έχει και μουσική. Συχνά έχουν και διάφορες εκθέσεις και δεν αντιλαμβάνεσαι πολύ γρήγορα τι είναι η κάθε έκθεση, οπότε σου προκαλεί το ενδιαφέρον να το ψάξεις περισσότερο. Δεν ξέρω αυτό πόσο έχει να κάνει με το χώρο, αλλά έχει διάφορα που σου τραβάνε την προσοχή και σε κάνουν να μένεις εκεί πέρα. Δηλαδή δεν είναι απλά ένα γκριζό ή μουντό χρώμα. Προφανώς το ξέρουν και το έχουν βάψει έτσι αλλά σου φτιάχνει τη διάθεση.» (επισκέπτρια του **'The Mall Athens'**, 17 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Όπως η Κηφισιά, το Κολωνάκι θεωρείται αγορά πιο prestige από άλλες φαντάζομαι ένας κλειστός χώρος επειδή σου προσφέρει κάποια προνόμια ιδίως αν έχεις κάρτες και λοιπά, είναι πιο ισχυρό. Σου χτυπάει μέσα στο μυαλό, ξέρεις **'The Mall'**. Μου προσφέρει άνεση, πάρκινγκ, ψωνίζω ρούχα, ψωνίζω γρήγορα, πολύ σημαντικό και φεύγω. Ενώ στην αγορά μπορεί να μην είναι όλα μαζεμένα, να πας από εδώ, να πας αποκει ή να έχει ένα μαγαζί καλό και τα άλλα έτσι και έτσι.» (επισκέπτης του **'The Mall Athens'**, 22 ετών, κάτοικος Παράδεισου Αμαρουσίου)

Το άνοιγμα στα μέσα του 19^{ου} αιώνα των εμπορικών πολυκαταστημάτων σηματοδότησε τον αργό θάνατο του πλάνητα, καθώς το εν κινήσει βλέμμα του δεν κεντριζόταν πια από την πυκνότητα, ποικιλομορφία του αστικού χώρου και από το τυχαίο, το απρόβλεπτο, το ίχνος αυτού που χάνεται, ούτε επιδίδονταν σε ονειροπόληση, αλλά απορροφούνταν αποκλειστικά από τις εικόνες των

εμπορευμάτων. Ο W.Benjamin παρατηρεί ότι το εμπορικό κέντρο αποτέλεσε την τελευταία πιάτσα του πλάνητα. Η εμπορική στοά ήταν το νεωτερικό πρωτοποριακό αρχιτεκτονικό πέρασμα που κάτω από το γυάλινο θόλο του φιλοξενούσε και από τις δυο πλευρές εμπορικά καταστήματα. Η έκθεση αντικειμένων πολυτελείας και η συγκέντρωση μιας ποικίλης σύνθεσης πλήθους καθιστούσε τον άξονα αυτόν που συνέδεε δυο κεντρικούς δρόμους σε ένα αστικό εσωτερικό δρόμο. Η εμφάνιση των εμπορικών πολυκαταστημάτων αντέστρεψε τη σχέση αυτή με τη μεσολάβηση της κυριαρχία του εμπορεύματος στην ανάδειξη του εσωτερικού αυτού σε δρόμο.⁵³⁵

Το βλέμμα του παρατηρητή κεντρίζεται από τα εμπορεύματα και προβάλλει σε αυτά μια άλλου είδους αξία από αυτή της χρήσης την ανταλλακτική και τη συμβολική ανταλλακτική αξία. Ο Benjamin έκανε λόγο για την «ενσυναίσθηση του εμπορεύματος» αποδίδοντας μια μεταφυσικού τύπου ικανότητα στα εμπορεύματα να αντανakλούν τις επιθυμίες των πελατών.⁵³⁶ Τα εμπορεύματα αποκτούν χάρη, μεθυστικές ιδιότητες καθώς το πλήθος τα περιτριγυρίζει, τα περιεργάζεται. Τα ίδια τα εμπορεύματα «εμψυχώνονται» και αποκτούν το χάρισμα να συναισθάνονται τους πελάτες.

Ο C.Campbell υποστηρίζει ότι κύριο χαρακτηριστικό της καταναλωτικής διαδικασίας είναι η φανταστική αναζήτηση της απόλαυσης. Κάνει λόγο για ένα φανταστικό ηδονισμό ('imaginative hedonism'), ο οποίος συνίσταται στην προβολή πιθανών έντονων απολαύσεων σε νέα αντικείμενα και εμπειρίες. Κατά τον Campbell η φανταστική αυτή αναζήτηση της απόλαυσης βασίζεται σε πρότερες βιωμένες εμπειρίες, οι οποίες προσφέρουν την απτή εμπειρία της ικανοποίησης. Βάσει λοιπόν αυτής της εμπειρίας οι καταναλωτές αναζητούν νέες απολαύσεις. Τα ερεθίσματα αυτής της ονειροπόλησης ('day-dreaming') μπορούν να εντοπιστούν είτε στις εικόνες των αντικειμένων ή/και στις φανταστικές εικόνες που σχηματίζει το άτομο. Το κρίσιμο στοιχείο της κατανάλωσης, υπό αυτή την οπτική, είναι η φανταστική αναζήτηση νέων απολαύσεων, με αποτέλεσμα και η ίδια αυτή η ψευδαισθησιακή διαδικασία να είναι απολαυστική.⁵³⁷

⁵³⁵ W.Benjamin, *Σαρλ Μπωντλαίρ –ένας λυρικός στην ακμή του καπιταλισμού*, όπ.π., σελ.65.

⁵³⁶ W.Benjamin, *Σαρλ Μπωντλαίρ –ένας λυρικός στην ακμή του καπιταλισμού*, όπ.π., σελ.65-67. Ο Benjamin διακρίνει μια ομοιότητα της κατάστασης του εμπορεύματος με τον πλάνητα. Για τον περιπλανώμενο το πλήθος που τον περιτριγυρίζει λειτουργεί σαν ναρκωτικό για αυτόν. Το πλήθος έχει μεθυστικές ιδιότητες, οι οποίες βυθίζουν τον πλάνητα σε μια κατάσταση ευδαιμονίας μέσω αυτής της κατάστασης της μέθης ο περιπλανώμενος μπορεί να συναισθάνεται τον άλλον άγνωστο.

⁵³⁷ C.Campbell, «The sociology of consumption», όπ.π., σελ.118-9.

Είτε προβολή είτε ενσυναίσθηση από την πλευρά του εμπορεύματος και οι δύο έννοιες μας βοηθούν να κατανοήσουμε αυτή τη σχέση αντικαθρεφτίσματος μεταξύ παρατηρητή και εμπορεύματος, σχέση η οποία διατρήχει και ρυθμίζει την εμπειρία στην κοινωνία του θεάματος και η οποία αποτυπώνεται στην πλήρη καθαρότητα της στους εμπορικούς πολυχώρους.

Η σχέση αυτή του αντικαθρεφτίσματος δεν συνεπάγεται μόνο τόνωση του λιανικού εμπορίου αλλά και μια νομιμοποίηση ευρύτερη του καταναλωτικού τροπισμού. Η ραχοκοκαλιά του καταναλωτικού τροπισμού θα μπορούσε να οριστεί ως η επένδυση της ενέργειας των επιθυμιών του ατόμου σε εμπορεύματα ή προσφερόμενες υπηρεσίες και θεάματα. Ο καταναλωτικός τροπισμός αντιστοιχεί στην ταυτότητα του καταναλωτή ή αλλιώς ως καταναλωτής πιστοποιείται αυτός που επιθυμεί με αυτόν τον τρόπο. Καταναλωτής, ο οποίος φέρει την ταυτότητα του, δηλαδή την κάρτα εισόδου σε αυτό τον κόσμο του θεάματος, είναι αυτός που διατηρεί αυτή τη σχέση του αντικαθρεφτίσματος.

Η συνήθεια του window shopping είναι ενδεικτική αυτής της σχέσης και της ταυτόχρονης διαδικασίας ταυτοποίησης. Ας ακούσουμε μια επισκέπτρια του εμπορικού κέντρου πως διακρίνει τη διαδικασία της αγοράς από την εμπειρία του 'window shopping':

«Το shopping είναι κάτι καθαρά λειτουργικό. Το window shopping είναι μια ψυχολογική διαδικασία. Όταν δεν είσαι στα καλά σου το να περπατάς μέσα σε χρώματα, να βλέπεις νέους ανθρώπους το πώς συμπεριφέρονται, το πώς κινούνται, το πώς συναναστρέφονται. Να έχεις γρήγορα πολλές εναλλαγές αν θέλεις λειτουργεί και λίγο ως να έχω μια άλλη παράσταση. Πας εκεί και λειτουργείς υποσυνείδητα και κάπως έτσι. Τώρα αν είσαι καλύτερα ή χειρότερα μετά αυτό εξαρτάται. Έτσι λειτουργεί ένα 'mall', βλέπεις πολλές εικόνες. Αυτό δεν σημαίνει ότι και καταναλώνεις. Μπορεί και ναι και όχι.» (επισκέπτρια του **'The Mall Athens'**, 48 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Άλλοι δύο επισκέπτες αναφέρονται στη διαλεκτική αυτή σχέση του καταναλωτή με τη βιτρίνα και το εμπόρευμα:

«Με το window shopping ξεφεύγει το μάτι μου, δηλαδή μου αρέσει να βλέπω ωραία πράγματα, έτσι όμορφα πράγματα. Πηγαίναμε παλιά εγώ και κάποιες φίλες μου μέναμε Σεπόλια, ανεβαίναμε την Αγ.Μελετίου και πηγαίναμε στη Φωκίωνος και πίναμε καφέ. Λοιπόν, ιεροτελεστία

να δούμε τις βιτρίνες, δεν ψωνίζαμε μικρές ήμασταν, σχολείο πηγαίναμε. Κυριακή απόγευμα ή μετά το σχολείο ανεβαίναμε την Αγ.Μελετίου για να δούμε τα μαγαζιά. Μου αρέσει να βλέπω ωραία πράγματα, έτσι με ηρεμεί, με κάνει να ξεφεύγω από αυτό ότι πρέπει να κάνω αυτό, πρέπει να κάνω το άλλο.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 42 ετών, κάτοικος περιοχής Αττικής)

«Κοίτα είτε είσαι πιο χαλαρός τύπος στο ντύσιμο είτε πιο σικάτος, είτε ο πιο φτωχός ή ο πιο πλούσιος άμα δεις ένα μπλουζάκι που σου αρέσει έστω και την τιμή να δεις και πεις ότι δεν μπορώ να το πάρω, θα το κοιτάξεις, θα πεις ‘μακάρι να το είχα’. Αυτό το ότι...βασικά για τις βιτρίνες ο σκοπός είναι αυτός να σε ωθήσουν να μπεις μέσα και να αγοράσεις. Τώρα αν αγοράζω ή όχι είναι άλλου παπά ευαγγέλιο. Απλά αυτό, μου αρέσει να κοιτάω πράγματα καινούρια είτε θα το κάνω είτε όχι.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 19 ετών, κάτοικος Ν.Ηρακλείου)

Με την κατανάλωση εικόνων-εμπορευμάτων το άτομο ταυτοποιείται ως καταναλωτής, με άλλα λόγια επιβεβαιώνει ότι η ποιότητα, η ταυτότητα επιθυμιών του είναι καταναλωτικές είτε άμεσα είτε έμμεσα –δηλαδή με την έννοια ότι για παράδειγμα ο σεξουαλικός πόθος για ένα άτομο μπορεί σε ένα βαθμό να μεσολαβείται και να ορίζεται από το κατά πόσο το αντικείμενο του πόθου προσαρμόζεται σε πρότυπα ομορφιάς και συμβολικού εξοπλισμού. Εδώ έχουμε να κάνουμε με ένα κλειστό σχήμα παρατήρησης που επιδιώκει το ίδιο, το ταυτοποιητικό, το συνεχές και όχι το τυχαίο, το απρόβλεπτο, το αινιγματικό, το ανοίκειο, το ίχνος, το αμφίσημο, το υπολειμματικό, τη νύξη.

2.1.4. «Φυσιογνωμική» παρατήρηση

Σε έναν χώρο μαζικής χρήσης, όπου τον χρησιμοποιούν ροές ατόμων η κοινωνική συμπαρουσία αγνώστων μεταξύ των ατόμων δεν βασίζεται στην επάρκεια πληροφοριών, η οποία θα συνέβαλε στη διαμόρφωση στάσεων, στον προσδιορισμό των προσδοκιών και στην υιοθέτηση αντίστοιχης με την κατάσταση συμπεριφοράς. Η απουσία μια τέτοιας πληροφόρησης, σύμφωνα με τον E.Goffman, αντιμετωπίζεται με την ανάκληση στερεοτύπων, την άντληση στοιχείων από την εμφάνιση και συμπεριφορά των ατόμων και από την εικασία του τι είδους άτομα μπορεί να

βρίσκονται σε ένα συγκεκριμένο κοινωνικό περιβάλλον.⁵³⁸ Η επιστράτευση, λοιπόν, της στερεοτυπικής γνώσης για κατηγορίες ατόμων και της στερεοτυπικής αντίληψης και αξιολόγησης των εμφανειών-αναπαραστάσεων των ατόμων φαίνεται να προσφέρει έναν ασφαλή οδηγό πλεύσης σε κοινωνικές καταστάσεις μεταξύ αγνώστων και με αυτόν τον τρόπο εκφορτίζεται μια ποσότητα άγχους, αμφιβολίας και αβεβαιότητας. Το απόθεμα στερεοτυπικής γνώσης και ο μηχανισμός της στερεοτυπικής αντίληψης επιτρέπει την υιοθέτηση αμυντικών σχημάτων κοινωνικής συμπεριφοράς. Ο επιθετικός προσδιορισμός του «αμυντικού» προκύπτει από το ότι κατά αυτόν τον τρόπο καθορίζονται εκ των προτέρων οι αναμονές και ενεργοποιούνται άμεσα με τη φυσική συμπαρουσία των άλλων οι «δέουσες» στάσεις και συμπεριφορές, προκειμένου να αποτραπεί η οποιαδήποτε αιώρηση του εαυτού μπροστά σε μια συνάντηση με το ανοίκειο, το τυχαίο, το απρόβλεπτο, το αμφίσημο.

Σε έναν χώρο όπως το 'The Mall Athens' όπου τα άτομα που το επισκέπτονται συνευρίσκονται με άλλους αγνώστους, η έλλειψη επαρκούς πληροφόρησης για αυτά τα άτομα αναπληρώνεται με μια κεντρική υπόθεση και μια πρακτική παρατήρησης. Η κεντρική υπόθεση που φαίνεται να είναι κοινά αποδεκτή και με αυτό τον τρόπο λειτουργεί ως ένας κοινός παρανομαστής αμοιβαίας εξ αποστάσεως εμπιστοσύνης είναι ότι τα άτομα που συχνάζουν σε αυτό το χώρο ανήκουν στο λεγόμενο «καλό κόσμο». Η αναπαράσταση του ευπρεπώς ντυμένου, του αισθητικά ωραίου, του «αξιοπρεπούς» συνιστά την κεντρική φιγούρα του κόσμου μέσα στο χώρο:

«Πιστεύω ότι μαζεύει καλό κόσμο από την άποψη ότι δεν πάει κάποιος απλά και μόνο για να πει καφέ ή να κάνει φασαρία ή ο,τιδήποτε έχω δει να πηγαίνει κάποιος να πίνει καφέ και να κάνει τσαμπουκά στο γκαρσόνι. Πάει κάποιος στο 'The Mall' που όντως θέλει να περάσει την ώρα του, να δει δυο ανθρώπους καλοντυμένους, να μην δεις αυτό το χάλι που βλέπεις κάτω στην Ομόνοια.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

Η πρακτική της παρατήρησης συνίσταται στην επιβεβαίωση της παρουσίας αυτής της αναπαράστασης εντός του χώρου. Το παρατηρησιακό ενδιαφέρον για «ωραίους

⁵³⁸ E.Goffman, *Η παρουσίαση του εαυτού στην καθημερινή ζωή*, μετ.Μ.Γκόφρα, επιμ.Κ.Λιβιεράτος, εισ. Δ.Μακρυγιάννη, Αλεξάνδρεια, Αθήνα 2006, σελ.57.

ανθρώπους», «τύπους εμφανίσιμους», «καλοντυμένους» λειτουργεί επιβεβαιωτικά και αγκυλωτικά για τη συνθήκη του χώρου. Η παρουσία της αναπαράστασης του «καλού κόσμου» -την οποία επιδιώκει ο καθένας να εκδραματίσει ως προσωπικό του ρόλο στη σκηνή του 'The Mall Athens'- όπως αυτή διαμορφώνεται με την εξωτερική εμφάνιση και τη συμπεριφορά προσφέρει τις προϋποθέσεις για τον προσδιορισμό των αναμονών, την υιοθέτηση της στάσης και συμπεριφοράς.

Παράλληλα με αυτή την ταυτοποιητική, επιβεβαιωτική τάση παρατήρησης βρίσκεται και η παρατήρηση της συμπεριφοράς, της γλώσσας του σώματος των άλλων προκειμένου να «εντοπιστούν» παρεκτροπές:

«Και τη συμπεριφορά γιατί έχει τύχει να δω γνωστό μου να γυρίσω να κοιτάξω πως συμπεριφέρονται έτσι αυτοί και έχει τύχει να είναι γνωστοί μου. Με την αρνητική έννοια. Αλλά και πως ντύνονται και αν είναι όμορφοι. Και τα παιδιά και από τι απαρτίζονται οι παρέες, τι άτομα. Έχω δει κινέζες μέσα, βγάζανε φωτογραφία μου έκανε εντύπωση η συμπεριφορά τους.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Παρατηρούσα το ντύσιμο και παρατηρούσα καμιά φορά όταν κάποιοι μιλούσαν πάρα πολύ δυνατά ή κάποιοι που μπορεί να τσακωνόντουσαν έμενε στο βλέμμα μου απλά δηλαδή όχι από θέμα κουτσομπολιού, απλά σου τραβούσαν την προσοχή όταν πέρναγαν από δίπλα σου ή μπορεί και να καθόντουσαν και δίπλα σου ή να μαλώνανε πολύ δυνατά, δηλαδή να τους ακούς και να έμενε το βλέμμα σου και έλεγες 'τι λένε τώρα αυτοί; Πάνε καλά;'

Ερώτηση: Αυτό σου τράβαγε τη προσοχή με ποιά λογική ότι δεν γινόταν συχνά...;

Απάντηση: Ότι γινόταν έντονα, δεν νομίζω ότι γινόταν συχνά αλλά γινόταν...εντάξει δηλαδή ότι απλά γινόταν σου τραβούσε την προσοχή. Νομίζω σε οποιοδήποτε χώρο αν κάποιος δίπλα σου φωνάζει ή πει κάτι παράξενο ή μιλήσει λίγο άσχημα θα σου τραβήξει την προσοχή θες δεν θες, θα σου τραβήξει την προσοχή.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Μπορεί να κάτσω και να παρατηρώ για πολύ ώρα τον κόσμο, που σημαίνει ότι θα δω τη γλώσσα του σώματος, δηλαδή κινήσεις, βλέμματα. Με ενδιαφέρουν πάρα πολύ οι άνθρωποι, το πώς κινούνται μέσα στο χώρο, το πώς προσεγγίζει ο ένας τον άλλο, το πώς φέρεται ο ένας στον άλλο. Αυτό με απασχολούν πάρα πολύ οι ανθρώπινες σχέσεις όχι συγκεκριμένα επειδή βρίσκομαι στο 'The Mall', αλλά επειδή έχει τύχει...» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 21 ετών, κάτοικος Κηφισιάς)

Σε ένα χώρο μαζικής χρήσης όπως το 'The Mall Athens' φαίνεται να υιοθετείται από τα άτομα μια τακτική παρατήρησης η οποία θα μπορούσε να χαρακτηριστεί φυσιολογική, καθώς αναζητά αυτά τα στοιχεία της εμφάνειας που επιβεβαιώνουν στερεοτυπικές κατασκευές. Πρόκειται για μια παρατήρηση που βασίζεται σε ένα απόθεμα στερεοτυπικών πληροφοριών και κατηγοριών και χρησιμοποιεί φυσιολογικά κριτήρια, μέσω των οποίων τα δεδομένα της παρατήρησης ταξινομούνται και κατηγοριοποιούνται αναλόγως. Το ενδιαφέρον της παρατήρησης της ενδυμασίας, της συμπεριφοράς, του ύφους των άλλων σε ένα κοινόχρηστο χώρο αναδεικνύει τη φυσιολογική αντίληψη ως τρόπο παρουσίας σε ένα χώρο μαζικής χρήσης και με έλλειψη επαρκών πληροφοριών. Η φυσιολογική αντίληψη σήμανε την αποπολιτικοποίηση του κοινωνικού δημόσιου χώρου και συνέβαλε στη θεαματικοποίηση της ανθρώπινης παρουσίας στο δημόσιο κοινωνικό χώρο. Θεαματικοποίηση της ανθρώπινης παρουσίας συνίσταται στο ότι η δημόσια παρουσία του ατόμου δεν κρίνεται σύμφωνα με την κοινωνική και πολιτική δράση αλλά το ενδιαφέρον για τον άλλο εντοπίζεται στα εξωτερικά χαρακτηριστικά, σημεία τα οποία εκλαμβάνονται ως ενδείξεις, σύμβολα του εσώτερου εαυτού.

Ο δημόσιος κοινωνικός χώρος είναι ο χώρος όπου συνεντρίζονται μεταξύ τους οι πολλοί ως άλλοι, ως ξένοι μεταξύ τους και ταυτόχρονα είναι ο χώρος της πολιτικής απόφασης. Η πρόκληση του πολιτικού χαρακτήρα του δημόσιου χώρου είναι ακριβώς το γεγονός της έλλειψης επαρκούς πληροφόρησης και το κρίσιμο της στιγμής της απόφασης που πρέπει να παρθεί αλλά και των ευθυνών που μέλλει να επωμισθούν.⁵³⁹

⁵³⁹ H.Lefebvre, *Critique of everyday life: Volume 1*, ό.π., σελ.17-18. Ο Lefebvre πραγματευόμενος το ζήτημα της απόφασης αντιπαράθετε τους θεατρικούς κόσμους του Μπρεχτ και του Πιραντέλλο, αναφέροντας για τον δεύτερο ότι δεν εμπεριέχει «τη δράση, το γεγονός, την απόφαση, το τελικό αποτέλεσμα και την ανάγκη για τελική κατάληξη». Για τον Lefebvre «το να παίζουμε σημαίνει να μετασχηματίζουμε την οπτική μας σε απόφαση αντιμετωπίζοντας την πρόκληση και την καθοριστικότητα σε μια κατάσταση έλλειψης επαρκούς πληροφόρησης για το παιχνίδι του αντιπάλου μας...Όταν δεν παίζουμε (με άλλα λόγια όταν ζούμε στα σοβαρά) και τότε πρέπει να αποφασίσουμε

Αντιθέτως σε ένα εμπορικό πολυχώρο δεν τίθεται ζήτημα της απόφασης παρά μόνο με τη μορφή της ατομικής καταναλωτικής επιλογής οπότε η δημόσια παρουσία εν μέσω άλλων αγνώστων δεν συνιστά πρόκληση αλληλεπίδρασης, λήψης αποφάσεων, κοινής δράσης και μοίρασμα ευθυνών. Η υπέρβαση της έλλειψης επαρκούς πληροφόρησης στο δημόσιο πολιτικό χώρο γίνεται με την από κοινού ανάληψη αποφάσεων και δράσης, ενώ σε ένα ιδιωτικό εμπορικό χώρο μαζικής χρήσης η έλλειψη αυτή αντιμετωπίζεται με μια στρατηγική φυσιολογικής παρατήρησης η οποία αφενός αναπαράγει τη στερεοτυπική αντίληψη και αφετέρου τροφοδοτεί μια δημόσια κουλτούρα της περιέργειας και της αναδίπλωσης σε ταυτοτικά σχήματα.

Η υπόθεση της παρουσίας του «καλού κόσμου» δημιουργεί το αίσθημα της οικειότητας και η παρατήρηση των σημείων της εμφάνισης και της συμπεριφοράς ταυτοποιούν τα άτομα ως «καταναλωτές» και ως μέλη του «καλού κόσμου» και έτσι καθυστερεί. Από την άλλη η εγγύηση για τον εντοπισμό πιθανών συμπεριφορών που «παρεκτρέπονται» αναδεικνύει τα εξής: α) την περιέργεια η οποία πάντα έχει το κίνητρο να ανιχνεύσει, να πληροφορηθεί για το ασυνήθιστο, το παράξενο, το περίεργο, το σκανδαλώδες, β) την ένταση της επιθυμίας για μια ειρηνευμένη συνύπαρξη μεταξύ αγνώστων ομοίων του «καλού κόσμου» και γ) την ανησυχία που προκαλεί η έλλειψη πληροφόρησης που αν και αντιμετωπίζεται με τη φυσιολογική παρατήρηση και την κεντρική υπόθεση για τον τύπο των ατόμων που κυκλοφορούν στο χώρο, τα αντανακλαστικά της δεν ναρκώνονται πλήρως.

Εξετάζοντας την παρατηρησιακή εμπειρία στο 'The Mall Athens' με βάση την ανάλυση του λόγου των υποκειμένων, την επιτόπια παρατήρηση του χώρου και της συμπεριφοράς και μια ιστορική αναδρομή των ρόλων του θεατή στην αστική συνθήκη και τις τυπολογίες του ενεργού, σιωπηρού θεατή, του πλάνητα και του blasé προσπαθήσαμε να περιγράψουμε, να αναλύσουμε και να ερμηνεύσουμε το ρόλο του θεατή στο 'The Mall Athens'.

Η εργαλειοποίηση και η εμπορευματοποίηση του βλέμματος, η παθητικότητα της παρατήρησης και η αντικατάσταση ενός ενορατικού και ενεργητικού, διεισδυτικού βλέμματος από αυτή, η αδιαφορία για το διαφορετικό, η αναζήτηση του ομοίου, του οικείου και του στερεότυπου συνθέτουν μια παρατηρησιακή εμπειρία κλειστού αυτοαναφορικού σχήματος. Έχουμε, μάλλον, να κάνουμε με μια παρατηρησιακή εμπειρία που εστιάζει στο όμοιο, το ταυτοτικό, στο συνεχώς ίδιο, στο επαναληπτικό.

αντιμετωπίζοντας την απουσία επαρκούς πληροφόρησης, αντιμετωπίζοντας την πρόκληση και την καθοριστικότητα και με αυτόν τον τρόπο να παίζουμε με την βαθύτερη έννοια της λέξης.»

Αυτή η εμπειρία φαίνεται να σημαίνει ένα μετασχηματισμό της παρατηρησιακής εμπειρίας στην πόλη σε μια εμπειρία που αναζητά την ασφάλεια. Αυτή η ασφάλεια προσφέρεται με: α) τον αποκλεισμό της γεγονότα της αστικής ζωής, β) την επιλογή συνεύρεσης με ομοίους-άλλους, γ) την παρατήρηση της συνέχειας, δ) την αποτροπή του σοκ και ε) την αναζήτηση του οικείου και του προβλέψιμου.

Την πολλαπλότητα και την πυκνότητα των ερεθισμάτων (ατόμων, αντικειμένων, γεγονότων, κοινωνικών επαφών) της ζωής στη μεγαλούπολη οι κάτοικοι της την αντιμετώπιζαν με μια στάση επιφυλακτικότητας, δυσπιστίας ως προς το νόημα των ατόμων και των κοινωνικών επαφών. Όπως παρατήρησε ο G.Simmel, η αδιαφορία ως η εσωτερική όψη αυτής της στάσης της επιφυλακτικότητας δεν ήταν απόλυτη καθώς θα ήταν αδύνατον να μην υπάρχουν εντυπώσεις που να ελκύουν το ενδιαφέρον. Εξίσου αδύνατη για τον Simmel είναι και η «άνευ διακρίσεως αμοιβαία υπαινικτικότητα» μεταξύ των ατόμων και θεωρεί ότι η πυκνότητα του κοινωνικού πεδίου της νεωτερικής πόλης διευθετείται εσωτερικά από το άτομο με μια «ιεραρχία συμπαθειών, αδιαφοριών και αντιπαθειών που έχουν προσκαιρότερο ή μονιμότερο χαρακτήρα».⁵⁴⁰

Στην περίπτωση του 'The Mall Athens' τα άτομα δεν καλούνται να διαπραγματευτούν με την ποικιλία των ατόμων και κοινωνικών επαφών της αστικής συνθήκης ούτε να διευθετήσουν εντός τους το απόθεμα και την ενέργεια των συναισθημάτων τους. Στο 'The Mall Athens' το αίσθημα της ασφάλειας προκύπτει από τον αποκλεισμό της γεγονότα της αστικής ζωής και από την επιλογή συνεύρεσης εν μέσω ομοίων σε μονωμένα περιβάλλοντα. Το γεγονός αυτό βέβαια αναδεικνύει και μια άλλου τύπου μετατόπιση ως προς την επιζήτηση της ασφάλειας, καθώς στη σύγχρονη συνθήκη δεν φαντάζει τόσο ως κίνδυνος η εσωτερική κατάρρευση από την νευρική υπερδιέγερση ενώπιον πολλαπλότητας και ποσότητας ερεθισμάτων⁵⁴¹, αλλά μάλλον η «μόλυνση» του οπτικού ορίζοντα και ο συγχρωτισμός με διαφορετικούς, «βρώμικους», «επικίνδυνους».

Επίσης η παρατήρηση της συνέχειας όπως αυτή δίνεται από τη συνεχή, κυκλική διάταξη των βιτρινών των καταστημάτων, από τη συνεχή ροή, ανακύκλωση των ατόμων και από τη συνέχεια του όμοιου των αναπαραστάσεων των ατόμων, λειτουργεί καθυστερητικά. Ο εφησυχασμός έγκειται ακριβώς από τη διαπίστωση μέσω της

⁵⁴⁰ G.Simmel, *Πόλη και ψυχή*, όπ.π., σελ.21-22.

⁵⁴¹ Τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας και ψυχαγωγίας επιφέρουν συνεχείς αλλαγές στην αισθητηριακή πρόσληψη του ατόμου εξοικειώνοντάς το με τη διαχείριση πολλών και σε μικρό χρόνο πληροφοριών, δεδομένων, εικόνων.

παρατήρησης ότι η συνέχεια είναι μια σταθερά που διατρέχει τη συνθήκη του χώρου. Ο χώρος είναι προβλέψιμος ως προς τη γεγονότητά του, τις αναπαραστάσεις και τις λειτουργίες του, και αυτή του η προβλεψιμότητα, η κανονικότητα, η συνέχεια είναι που επιβεβαιώνει, διασφαλίζει την αποτροπή οποιασδήποτε εισβολής εντυπώσεων με τη μορφή του σοκ.

Εντυπώσεις που μπορούν να λειτουργήσουν σαν αιφνίδιες αποκαλύψεις νέων σημασιών δεν βρίσκουν το γόνιμο έδαφος ή μάλλον καλύτερα τις ρωγμές από όπου θα εισβάλλουν στον οπτικό ορίζοντα και θα ανατρέψουν τις κυρίαρχες σημασιολογικές συμβάσεις και παραδοχές. Η αποσταθεροποίηση των καθιερωμένων, κοινωνικά παγωμένων (σημασιακών) συναρθρώσεων εικόνων, λέξεων και σημασιών ως υπερρεαλιστική χειρονομία είναι δυνατή στο μητροπολιτικό πεδίο, καθώς η φύση της αστικής εμπειρίας της περιπλάνησης μπορεί να είναι αποσπασματική, αποδιάρθρωτική.⁵⁴² Το σοκ είναι η στιγμιαία εντύπωση, το ψυχοδιανοητικό «ταρακούνημα», η αναστάτωση η οποία μπορεί να οδηγήσει το άτομο σε κριτικό αναστοχασμό, αναθεώρηση, σε μια επιστροφή στο παρελθόν, όχι όμως με την έννοια της νοσταλγίας αλλά με την πρόθεση να προβληθεί το παρελθόν στο παρόν και στο μέλλον προκειμένου να διανυγαστούν οι δυνατότητες που αποκρύφτηκαν από το παρελθόν.⁵⁴³ Αυτό το κοινωνικοπολιτικό, ιστορικό και αισθητικό εγχείρημα στο οποίο επιδόθηκε ο W.Benjamin με την αναζήτηση των ιχνών-θραυσμάτων ένα περιβάλλον

⁵⁴² Δ.Καρύδας-Στ.Σταυρίδης, «Εικόνες-οδοδείκτες της Ιστορίας» ως επίμετρο στο W.Benjamin, *Μονόδρομος*, μετ.Ν.Ανδρικοπούλου, επιμ.Γ.Σαγκριώτης, Άγρια, Αθήνα 2004,σελ.156-7. Οι συγγραφείς αναφέρουν: «Η αναπάντευχη συνύπαρξη, αυτή που κυνήγησαν με πάθος οι υπερρεαλιστές για να χειρονομήσουν εναντίον της σταθερής απόδοσης σημασιών, είναι ταυτόχρονα καταστατική συνθήκη της ίδιας της εμπειρίας της πόλης. Εικόνες, ήχοι, μυρωδιές, η υφή των χώρων, εντυπώσεις που εισβάλλουν από παντού, όχι σαν ερεθίσματα αλλά σαν αιφνίδιες αποκαλύψεις νέων σημασιών. συγκροτούν ακαριαία ένα τοπίο». Για τους συγγραφείς το εγχείρημα του W.Benjamin συνίσταται στο συνδυασμό του υπερρεαλιστικού εγχειρήματος και της αλληγορικής γραφής (σελ.163): «Αν από το υπερρεαλιστικό εγχείρημα ο Μπένγιαμιν κράτησε την αποκαλυπτική δύναμη των εικόνων που αναβλύζει τη στιγμή των αιφνιδίων και αναπάντεχων εμπειριών, από την αλληγορική γραφή άντλησε τη δύναμη των αποκαλυπτικών συσχετίσεων που μπορούν να μετατρέψουν τις εικόνες σε δείκτες.»

⁵⁴³ Μ.Λεβύ, *Το άστρο του πρωινού: υπερρεαλισμός και μαρξισμός*, μετ.Θ.Παπαδόπουλος, επιμ.-προλ.Γ.-Ι.Μπαμπασάκης, Ερατώ, Αθήνα 2004, σελ.98-9. Ο Λεβύ αναφερόμενος στη σχέση του W.Benjamin με το κίνημα του υπερρεαλισμού ισχυρίζεται ότι ο Benjamin αναζητούσε την «κοσμική έκλαμψη», τη μέθη, τη μαγική σχέση με τον κόσμο, η οποία μπορεί να φέρει στο φως τις απωθημένες δυνατότητες του παρελθόντος, και φορέας αυτού του εγχειρήματος ήταν και ο υπερρεαλισμός. Ο Λεβύ υποστηρίζει ότι: «Πρόκειται για ένα διάβημα που διαπερνά πολλά έργα του Benjamin: η επαναστατική ουτοπία περνά από την επανανακάλυψη μιας εμπειρίας αρχαίας, αρχαϊκής, προϊστορικής: η μητριαρχία (Bachofen), ο πρωτόγονος κομμουνισμός, η χωρίς τάξεις και χωρίς κράτος κοινότητα, η αρχική αρμονία με τη φύση, ο χαμένος παράδεισος από τον οποίον μας απομακρύνει η καταιγίδα της 'πρόοδου', η 'πρότερη ζωή', όπου η λατρευτή άνοιξη δεν είχε ακόμη χάσει το άρωμα της (Baudelaire). Σε όλες αυτές τις περιπτώσεις, ο Benjamin δεν εκθειάζει μια επιστροφή στο παρελθόν αλλά –σύμφωνα με μια διαλεκτική χαρακτηριστική στον επαναστατικό ρομαντισμό- μια στροφή από το παρελθόν προς το νέο μέλλον, ενσωματώνοντας όλες τις κατακτήσεις της νεωτερικότητας από το 1789 και μετά.»

σαν το 'The Mall Athens' το καθιστά αδύνατο, ενώ το αστικό περιβάλλον το κυοφορεί ως εγγενή δυνατότητα αρκεί το βλέμμα του περιηγητή.

Αυτή η εμπειρία της συνέχειας είναι εμπειρία της ανακύκλωσης, της συνέχειας του ίδιου, δηλαδή της επανάληψης. Η επανάληψη καθησυχάζει, προσφέρει συναίσθημα ασφάλειας απέναντι στο φόβο της συνεχούς μεταβολής. Πρόκειται για την ασφάλεια που κατορθώνει να εξασφαλίζει ένα κλειστό, απαράλλακτο αφηγηματικό σχήμα.

Η (παρατηρησιακή) εμπειρία στο 'The Mall Athens' φαίνεται να είναι μια εμπειρία επανάληψης του ίδιου που εφησυχάζει από την αβεβαιότητα, την αστάθεια. Η ταχύτητα και η συνεχής ροή εικόνων (όταν το άτομο κινείται) και των ατόμων (όταν το άτομο παρατηρεί) δίνει τον τόνο της αφήγησης, διασώζει την επανάληψη από την στατικότητα και την κούραση. Η επανάληψη της οπτικής εμπειρίας ανανεώνεται με την ανακύκλωση του κόσμου. Μπορούμε να διαβάσουμε το 'The Mall Athens' ως μια μήτρα αφήγησης, που μέσα στα άλλα αναπαράγει σαν σύνολο μηχανών-κτηρίου-εμπορευμάτων-ανθρώπων το παραμύθι της συνέχειας. Ένα παραμύθι όμως χωρίς τέλος, χωρίς σιωπή. Ένα παραμύθι που επαναλαμβάνεται συνέχεια λέγοντας για τη συνεχή ανακύκλωση του ίδιου.

Το παραμύθι της συνέχειας είναι το παραμύθι του ανικανοποίητου του καταναλωτή. Το ανικανοποίητο των επιθυμιών του δεν έχει να κάνει με ανατροφοδοτούμενες επιθυμίες αλλά με την συνεχή επιταγή να γευτεί ακόμα περισσότερα. Κι όλα βρίσκονται εκεί έτοιμα για αυτόν, προκαθορισμένες παραλλαγές «νέων» προϊόντων-εμπειριών. Το παραμύθι της συνέχειας δεν τελειώνει, δεν λείει ποτέ «κι αυτοί έζησαν καλά και εμείς καλύτερα» αλλά: «Περισσότερες από **200 διαφορετικές επιλογές** σε αγορές, διασκέδαση και φαγητό Το ερώτημα είναι **πόσες μπορείτε να συνδυάσετε εσείς!**».

Αυτή η επιθυμία για το συνεχές, το προβλέψιμο, το επαναληπτικό ίσως σημαίνει μια συντηρητική αναδίπλωση και μια επιστροφή σε λιγότερα ώριμα στάδια της κοινωνικότητας των ανθρώπων. Η επιζήτηση ασφαλών, μονωμένων, προβλέψιμων, καθαρών εμπορικών χώρων για δημόσια συνεύρεση αναδεικνύει έναν περιορισμό της διάθεσης ανοίγματος, πειραματισμού με το άγνωστο, το ανοίκειο, το έτερο και πόσο μάλλον για προβληματοποίηση, αποσταθεροποίηση και κριτική των συμβατικών παραδοχών, των κυρίαρχων αφηγήσεων και λόγων.

Αυτή η εμπειρία της «α-διαφορίας» φαίνεται να προσφέρεται από έναν χώρο κοινωνικά μονωμένο, κοινωνικά καθαρό και καθολικά εμπορευματοικό-θεαματικό. Μπορούμε να διαβάσουμε το χώρο αυτό ως μια μήτρα που ευνοεί αυτή

τη στάση της αδιαφορίας, καθώς αποκλείει το διαφορετικό και συνάμα προσφέρει εντυπώσεις του όμοιου, του ταυτοποιητικού, του προβλέψιμου, του κανονικού, του ομαλού. Ένας τέτοιος χώρος στεγανός, μονωμένος, καθαρός, θεαματικός, εμπορευματικός αποτρέπει σχεδόν καθολικά την ύπαρξη τέτοιων εντυπώσεων που μπορούν να λειτουργήσουν με τη μορφή του σοκ. Η έλλειψη της αίσθησης του σοκ σημαίνει την αίσθηση που παρέχει αυτή η μήτρα-χώρος, την αίσθηση της συνέχειας, της κανονικότητας, της ομαλότητας, του οικείου, του όμοιου. Ακόμα και μια αλλαγή που μπορεί να παρουσιαστεί στο χώρο είναι «εξημερωμένη» και όχι «σοκαριστική», καθώς αυτή η αλλαγή βρίσκεται υπό τον κώδικα του θαύματος. Δηλαδή πρόκειται για μια αλλαγή εμπορευματικού χαρακτήρα με συγκεκριμένους σκοπούς, με τον ίδιο εμπορευματικό θεαματικό λόγο, ο οποίος υπακούει σε αυτόν τον κώδικα της θεαματικής κατανάλωσης.

2.2. Ο ρόλος του «ηθοποιού»

Ο ηθοποιός επιτελεί κάθε φορά έναν ρόλο. Ο ρόλος είτε ως θεατρικός είτε ως κοινωνικός ρόλος συνίσταται σε ένα φάσμα διαθέσιμων χειρονομιών, κινήσεων, στάσεων του σώματος, εκφράσεων, τρόπων εκφοράς (τόνος της φωνής, αποχρώσεις, παύσεις, συλλαβισμοί) και ενδυματολογικού εξοπλισμού.

Ο ρόλος είναι μια δομή, της οποίας το περιεχόμενο ορίζεται από καθήκοντα, υποχρεώσεις, δικαιώματα, συγκεκριμένες αρμοδιότητες, κινήσεις και πράξεις. Τα όρια του διασφαλίζονται με κυρώσεις κοινωνικού (αποδοκιμασίες, απόρριψη, δυσaráσκεια, κατακραυγή, υποτίμηση), διοικητικού και ποινικού χαρακτήρα. Οι ρόλοι είναι μονάδες κοινωνικοποιητικής παραγωγής, καθώς εντός και δι'εαυτών τα άτομα εκπαιδεύονται κοινωνικά, δηλαδή αποκτούν γνώσεις, προσδιορίζονται οι επιθυμίες τους, οριοθετείται κι οροθετείται η συμπεριφορά τους. Οι ρόλοι είναι αγωγοί της κοινωνικής και ηθικής εκμάθησης, διάπλασης των ατόμων, με τον τρόπο που επιτρέπει κάθε φορά το υπάρχον κοινωνικό σύστημα να νομιμοποιείται στις συνειδήσεις των ατόμων και να αναπαράγεται μέσω των επιτελέσεων των ρόλων.⁵⁴⁴

⁵⁴⁴ Ντ.Ρήσμαν, *Το μοναχικό πλήθος*, ό.π., σελ.11. Ο Ρήσμαν αναφερόμενος στη σύνδεση του χαρακτήρα και της κοινωνίας παραθέτει τον Έριχ Φρομ: «Για να λειτουργεί καλά η οποιωδήποτε κοινωνία, τα μέλη της πρέπει να αποκτήσουν εκείνον τον χαρακτήρα που τα κάνει να θέλουν να ενεργούν με τον τρόπο που οφείλουν να ενεργούν ως μέλη της κοινωνίας ή μιας επιμέρους τάξης της κοινωνίας. Οφείλουν να επιθυμούν ό,τι αντικειμενικά τους είναι απαραίτητο να επιθυμούν. Η εξωτερική

Ο E.Goffman διακρίνει τη θέση (status) από το ρόλο. «Το στάτους είναι μια θέση σε ένα σύστημα ή πλέγμα θέσεων και συνδέεται με τις άλλες θέσεις μιας μονάδας κοινωνικής οργάνωσης με αμοιβαίους δεσμούς, με δικαιώματα και καθήκοντα που δεσμεύουν τους κατόχους τους».⁵⁴⁵ Ο ρόλος για τον Goffman είναι η δραστηριότητα του κατόχου μιας θέσης, όταν αυτή αναπτύσσεται απολύτως σύμφωνα με τις κανονιστικές απαιτήσεις της θέσης. Ο άκαμπος ορισμός αυτός του ρόλου οδηγεί τον Goffman να επισημάνει ότι η ερμηνεία, η επιτέλεση του ρόλου διαφοροποιείται από τον ίδιο το ρόλο. Επίσης κάνει λόγο για τη απόσταση από το ρόλο, αλλά καθώς το ενδιαφέρον του εστιάζεται στη διατήρηση του «κυρίαρχου ορισμού της περιστασης», δηλαδή της επικοινωνιακής σχέσης μεταξύ των ατόμων και της λειτουργίας σε ένα «εντοπισμένο σύστημα δραστηριότητας» δεν προσεγγίζει την αποκλίνουσα ερμηνεία του ρόλου ή και την αποστασιοποίηση από το ρόλο ως μεθόδους κριτικής στάσης και υπονόμευσης του κοινωνικού ρόλου.⁵⁴⁶

Η απόσταση από το ρόλο προσεγγίζεται από τη σκοπιά των ελιγμών και των παρεκκλίσεων που επιτρέπει ένα εντοπισμένο σύστημα δραστηριότητας στο βαθμό που δεν απειλείται ο κυρίαρχος ορισμός αυτής της περιστασης.⁵⁴⁷ Η απόσταση από το ρόλο για το Goffman αφορά συνήθως το βαθμό εναγκαλισμού ενός ρόλου, με την έννοια της ταύτισης με την εικόνα του εν ρόλω εαυτού.⁵⁴⁸ Η απόσταση από το ρόλο συνιστά ένα ζήτημα διαπραγμάτευσης του ατόμου με την εικόνα του εαυτού που απαιτεί ο ρόλος και όχι απόπειρα απονομιμοποίησης του κοινωνικού (νοηματικού) περιεχομένου και της δομής του συγκεκριμένου ρόλου.

βία αντικαθίσταται από τον εσωτερικό καταναγκασμό και από το συγκεκριμένο είδος ανθρώπινης ενέργειας που διοχετεύεται στα χαρακτηριστικά χαρακτηριστικά».

⁵⁴⁵ E.Goffman, *Συναντήσεις*, μετ.-εισ. Δ.Μακρυγιάννη, Αλεξάνδρεια, Αθήνα 1996, σελ.171.

⁵⁴⁶ Β.Καραποστόλης, *Στις ρίζες της κοινωνικής εμπειρίας*: Κείμενα κοινωνικής φιλοσοφίας, Γνώση, Αθήνα 1987, σελ.54. Ο Καραποστόλης υποστηρίζει ότι «η αλληλόδραση ενέχει αντιθέσεις, συνιστά δυναμικό φαινόμενο» και ότι «η κριτική σκέψη οφείλει να διασώσει την αλληλόδραση από τους εναρμονιστικούς, σε ένα βαθμό, εναγκαλισμούς της συμβολικής αλληλόδρασης και της εθνομεθοδολογίας αλλά και από την περιφρόνηση των διαφορών γενικών θεωριών, κατά τις οποίες συνήθως οι συγκρούσεις μέσα στην κοινωνική ζωή δεν αφορούν σε άτομα και ανθρώπινες ομάδες, παρά σε σκιάς –σκιάς που, παρόλα αυτά, εκπλήσσουν με τα υλικά αποτελέσματα της κίνησής τους.»

⁵⁴⁷ E.Goffman, *Συναντήσεις*, όπ.π., σελ. 240.

⁵⁴⁸ E.Goffman, *Συναντήσεις* όπ.π., σελ.203. Ο Goffman ορίζει ως εναγκαλισμό ενός ρόλου τον εναγκαλισμό του ατόμου από το ρόλο. Συγκεκριμένα αναφέρει: «Εναγκαλισμός ενός ρόλου σημαίνει ότι το άτομο εξαφανίζεται εντελώς μέσα στο εν δυνάμει εαυτό που διατίθεται στην περίπτωση, ότι γίνεται εξολοκλήρου αντιληπτό σύμφωνα με την εικόνα του και ότι επιβεβαιώνει εκφραστικά την αποδοχή του. Εναγκαλισμός ενός ρόλου σημαίνει εναγκαλισμό από αυτόν.»

Ο ρόλος είναι ένα σχήμα επικοινωνίας, καθώς μέσω της επιτέλεσής του ο «ηθοποιός» ενδύεται και προβάλλει μια εικόνα του εαυτού του προς τους άλλους και αποκτά μια αναγνωρίσιμη ταυτότητα. Το ζήτημα της σχέσης του εαυτού και του παράγωγου από το ρόλο εαυτού είναι θεμελιώδες τόσο για το θεατρικό όσο και για τον κοινωνικό κόσμο. Το γεγονός ότι ο ρόλος συνιστά έναν τρόπο διευθέτησης, οργάνωσης και νοηματοδότησης των κοινωνικών σχέσεων είναι που καθιστά στενή τη σχέση της θεατρικής σκηνης και της δημόσιας ζωής. Η παρουσία του εαυτού και η συμπεριφορά του εντός του δικτύου των κοινωνικών σχέσεων αποτελεί ένα ηθικό, πολιτικό και κοινωνικό ζήτημα. Είναι ενδεικτικό της σπουδαιότητας της συνάφειας θεάτρου και δημόσιας ζωής το ενδιαφέρον των γάλλων διαφωτιστών για το θέατρο, την ηθοποιία, την εκφραστικότητα, καθώς θεωρούσαν το θέατρο ως τη μήτρα διαμόρφωσης και διάχυσης νέων ηθικών αξιών για μια κοινωνία υπό διαμόρφωση. Η σύγκρουση και τελικά η ρήξη μεταξύ των Rousseau και Diderot σχετιζόταν με το ζήτημα της αυθεντικότητας, της αλήθειας και της προσποίησης αναφορικά με την ηθοποιία.

Για τον Rousseau η θεατρική προσποίηση, δηλαδή η διατήρηση της απόστασης του εαυτού από τον εαυτό ρόλο, συνιστά μια συμπεριφορά εξαπάτησης και ένα κακό, επικίνδυνο για τα δημόσια ήθη παράδειγμα. Στην επιστολή του προς τον d'Alembert αναφέρει χαρακτηριστικά: «Τι είναι η τέχνη του ηθοποιού; Η τέχνη του να προσποιείσαι, να ντύνεσαι έναν χαρακτήρα διαφορετικό από το δικό σου, να παθιάζεσαι διατηρώντας την ψυχραιμία σου, να ξεστομίζεις φυσικότητα κάτι άλλο από αυτό που σκέφτεσαι, λες και το σκέφτεσαι αληθινά, να λησμονείς τελικά τη θέση σου προκειμένου να καταλάβεις τη θέση του άλλου» και πιο κάτω καθιστά σαφείς τους ηθικούς και κοινωνικούς όρους της θέσης του: «Ξέρω ότι ο ηθοποιός δεν επιζητεί να τον εκλάβουν για το πρόσωπο που υποδύεται, ούτε να πιστέψουν ότι διακατέχεται από τα πάθη που μιμείται...δεν τον κατηγορώ, λοιπόν, ότι είναι ο ίδιος απατεώνας, αλλά ότι καλλιεργεί την ικανότητα εξαπατήσεως του ανθρώπου χάριν όλων των άλλων επαγγελμάτων· ότι επιδίδεται σε συνήθειες, οι οποίες, όντως αθώες μόνο στο θέατρο, οπουδήποτε αλλού αποβαίνουν φθοροποιές».⁵⁴⁹

⁵⁴⁹ Β.Παπαβασιλείου, «Από το 'παράδοξο' του ηθοποιού στο παράδοξο της ιστορίας», στο Ντιντερό, *Το παράδοξο με τον ηθοποιό*, μετ. Αιμ. Βεζής, προλ. Β.Παπαβασιλείου, Πόλις, Αθήνα 2007, σελ.9-10.

Η θεατρική προσποίηση ως υπόδειγμα δημόσιας συμπεριφοράς είναι ο κίνδυνος που διαβλέπει ο Rousseau, καθώς το ελεύθεριο παιχνίδι με τους ρόλους και η ενασχόληση με τη δημόσια παρουσίαση του εαυτού απειλεί την προτεσταντική ηθική της προσηλωμένης και ενάρετης εργασιακής και οικογενειακής ζωής.⁵⁵⁰ Η καλβινιστική ηθική της εγκράτειας, της εργατικότητας, της διαρκούς αυτοεξέτασης της εγκόσμιας διαγωγής του ατόμου και της προσήλωσης στα κοινοτικά και οικογενειακά καθήκοντα συγκροτούσε ένα πλέγμα κοινωνικών ρόλων και συνάμα αυτή την ηθική και θεϊκή νομιμοποίησή τους με άτεγκτο τρόπο. Το παιχνίδι των μεταμφιέσεων, η απόλαυση και η ηδονή που προσφέρει η προσποίηση, η δοκιμασία διαφορετικών ρόλων και η αποσταθεροποίηση μέσω του γέλιου της άκαμπτης σοβαρότητας των κοινωνικών διευθετήσεων και ρόλων εκλαμβάνονταν ως ηθικά και κοινωνικά φθοροποιές δυνάμεις ενός αυστηρά καθορισμένου και πιστά αναπαραγόμενου σύμπαντος.

Στον αντίποδα ο Diderot με το κείμενο του *Το παράδοξο με τον ηθοποιό* τάχθηκε υπέρ της θεατρικής προσποίησης όχι με όρους ηθικούς, κοινωνικούς αλλά με αισθητικούς. Το παράδοξο ήταν μια απάντηση στο κείμενο του Remond de Sainte-Albine το *Le Comedien* όπου υποστηριζόταν ότι η εκφραστική δυναμικότητα και η πειθώ του ηθοποιού σχετιζόταν με την συναισθηματική ευφυΐα, την ευαισθησία του ηθοποιού. Ο Diderot υποστήριξε αντιθέτως τη συναισθηματική αποστασιοποίηση του ηθοποιού από το ρόλο που εκδραμάτιζε. «Τα δάκρυα του ηθοποιού κατεβαίνουν από το μυαλό του», λέει, ενώ «τα δάκρυα του ευαίσθητου ανθρώπου ανεβαίνουν από την καρδιά του».⁵⁵¹

Ο Diderot θεωρούσε ότι η απόδοση ενός πάθους από τον ηθοποιό δεν προϋποθέτει την ευαισθησία του αλλά αντιθέτως την επισταμένη μελέτη, την κρίση, την ευφυΐα και τη συστηματική επεξεργασία των σημείων ενός ρόλου. Ο ηθοποιός πρέπει να διαθέτει τη διανοητική οξύτητα, τη φαντασία και τη μνήμη, προκειμένου να διαμορφώσει ένα ιδεατό πρότυπο, ένα φάντασμα του χαρακτήρα που πρότεινε ο συγγραφέας.⁵⁵² Για τον Diderot αυτό το πρότυπο δεν θα είχε κάποια αντιστοιχία με πραγματικούς ανθρώπινους χαρακτήρες αλλά θα ήταν μια φόρμα, ένας αφηρημένος τύπος ο οποίος όμως θα ήταν με σχολαστική συνέπεια

⁵⁵⁰ Ρ.Σένετ, *Η τυραννία της οικειότητας*,: Δημόσιος και ιδιωτικός χώρος στο δυτικό πολιτισμό, ό.π., σελ.152-160.

⁵⁵¹ Ντιντερό, *Το παράδοξο με τον ηθοποιό*, ό.π., σελ.41.

⁵⁵² Ντιντερό, *Το παράδοξο με τον ηθοποιό*, ό.π., σελ.33-34.

αρθρωμένος σε συγκεκριμένες κινήσεις, χειρονομίες, στάσεις του σώματος, εκφράσεις, τονισμούς και χρωματισμούς της εκφοράς, έτσι ώστε να αποδίδεται επαναλαμβανόμενα και με σταθερότητα η ουσία των παθών και των συναισθημάτων του ήρωα του συγγραφέα.⁵⁵³ Ο Diderot επισήμανε την ανάγκη αποστασιοποίησης του ηθοποιού από την ευαισθησία του προκειμένου να προκαλέσει την συναισθηματική αντίδραση του κοινού του.

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι αν υπήρχε ζήτημα αυθεντικότητας, «αλήθειας» για τον Diderot αυτό δεν αφορούσε την συναισθηματική ταύτιση του ηθοποιού με το ρόλο ή αλλιώς την ειλικρινή του εκφραστικότητα. Η αυθεντικότητα, η αλήθεια του ηθοποιού αφορούσε την ικανότητά του να προκαλεί τις θυμικές αντιδράσεις του κοινού. Η «αυθεντικότητά» του κρίνεται ως προς τα αληθινά αποτελέσματα συναισθηματικής υψής και έντασης που επιφέρει στο κοινό.

Η αποστασιοποίηση του ηθοποιού από το ρόλο του, όπως πρότεινε ο Diderot, συνιστούσε προϋπόθεση για να εξασφαλιστεί η ταύτιση του θεατή με τον εαυτό-ρόλο και τα πάθη που παριστάνει ο ηθοποιός. Όπως επισημαίνει ο Στ.Σταυρίδης, ο B.Brecht προώθησε αυτή την αποστασιοποίηση ζητώντας αφενός από τον ίδιο τον ηθοποιό να κάνει ορατή την αποστασιοποίηση από το ρόλο του και αφετέρου να την καταστήσει δυνατή για τον θεατή.⁵⁵⁴

Ο Brecht πρότεινε την αποστασιοποίηση του ηθοποιού όχι όμως με τον τρόπο που την πρότεινε ο Diderot. Ο Diderot αφενός υποστήριζε την αποστασιοποίηση του εαυτού από τον εαυτό-ρόλο αλλά ζητούσε την ευφυή ταύτιση του ηθοποιού με ένα πρότυπο-ρόλο ή αλλιώς με το φάντασμα ως γενικό τύπο που συμπύκνωνε –μέσα από μια αφαίρεση- τα χαρακτηριστικά σημεία ανθρώπινων χαρακτήρων που υπάγονταν σε αυτό τον αφηρημένο, γενικό τύπο.

Ο Brecht επιζητούσε μια διπλή αποστασιοποίηση από τον ηθοποιό. Υποστήριζε τη θεατρική αποστασιοποίηση και ταυτόχρονα έθετε την αποστασιοποίηση του ηθοποιού από το ρόλο του την ίδια στιγμή που τον

⁵⁵³ Ντιντερό, *Το παράδοξο με τον ηθοποιό*, όπ.π., σελ. 70. Ερωτώμενος ο Diderot από τον φανταστικό του συνομιλητή «Ποιά είναι για σας η διαφορά ανάμεσα σε έναν ταρτούφο και στον Ταρτούφο;» απαντά: «Ο υπάλληλος Μπιγιάρ είναι ταρτούφος, ο αββάς Γκριζέλ είναι ταρτούφος αλλά δεν είναι ο Ταρτούφος. Ο χρηματιστής Τουανάρ ήταν φιλάργυρος, αλλά δεν ήταν ο Φιλάργυρος. Ο Φιλάργυρος και ο Ταρτούφος δημιουργήθηκαν απ' όλους τος Τουανάρ και όλους τους Γκριζέλ του κόσμου. Έχουν τα πιο γενικά και πιο έκδηλα χαρακτηριστικά τους και δεν είναι η ακριβής προσωπογραφία κανενός. Έτσι κανένας δεν αναγνωρίζει σε αυτούς τον εαυτό του.»

⁵⁵⁴ Στ.Σταυρίδης, *Από την πόλη οθόνη στην πόλη σκηνή*, όπ.π., σελ.186.

υποδούταν, δηλαδή τον «παρίστανε». Η θεατρική αυτή αποστασιοποίηση ήταν μια χειρονομία κριτικής αποσταθεροποίησης, απονομιμοποίησης του ρόλου και της κοινωνικής ταυτότητας που πρόβαλε αυτός.

Το νέο επικό ύφος, η ραψωδιακότητα του έργου που πρότεινε ο Brecht κερματίζει τη συνέχεια της αφήγησης σε αυτόνομα δρώμενα με αυτοτελές νοηματικό φορτίο το καθένα.⁵⁵⁵ Η αποσπασματικότητα αυτή, η ασυνέχεια στη ροή μιας προσδιορισμένης, προβλεπόμενης, δομημένης αφήγησης στοχεύει στην αποστασιοποίηση του θεατή, στην αναστολή της ταύτισής του με χαρακτήρες και ρόλους και κατά αυτόν τον τρόπο στην κριτική συνειδητοποίηση ρόλων, λόγων και ιστοριών.

Στο πεδίο του κοινωνικού, της δημόσιας σφαίρας, η στρατηγική και οι τακτικές της αποστασιοποίησης από τον κοινωνικό ρόλο μπορούν να λειτουργήσουν κριτικά προβληματοποιώντας τη νομιμότητα και σχετικοποιώντας τη «φυσικότητα» των κοινωνικών ιεραρχήσεων, θεσμών και ρόλων. Η αποστασιοποίηση του εαυτού από τον εαυτό-ως-ρόλο δίνει τη δυνατότητα κριτικής επίγνωσης των κοινωνικών ρόλων ως δομών και διεργασιών υποκειμενικοποίησης, που προσδίδουν καθορισμένες, ελεγχόμενες ταυτότητες.

Επίσης, η αποστασιοποιητική στάση μεταξύ εαυτού και κοινωνικού ρόλου συνιστά έναν ανταγωνιστικό τρόπο δημόσιας παρουσίας και δράσης ως προς τις ηθικές απαιτήσεις της ειλικρίνειας, της αυθεντικότητας και της οικειότητας. Για τον Sennett η οικειότητα και το αίτημα της ειλικρίνους, ενδόμυχης δημόσιας έκφρασης αγκυλώνουν την εκφραστικότητα και τη δράση στο δημόσιο χώρο. Αυτή η μετατόπιση του ενδιαφέροντος από το περιεχόμενο των κοινωνικών αλληλεπιδράσεων και των συνενυρέσεων μεταξύ ξένων στο

⁵⁵⁵ Στ.Σταυρίδης, *Από την πόλη οθόνι στην πόλη σκηνή*, ό.π., σελ.188-9. Αναφέρεται ότι η αντίθεση μεταξύ του νέου επικού ύφους που πρόωθησε ο Μπρεχτ και του κλασσικού έπους συνίσταται στη ρήξη της αφηγηματικής συνέχειας και στην αποτροπή της ταύτισης του θεατή με το διδακτικό χαρακτήρα των ηρώων και των πράξεών τους. «Στο επίπεδο του μύθου η αποστασιοποίηση συνίσταται ακριβώς στην εκμετάλλευση της δύναμης που έχει η αναστολή της αφηγηματικής συνέχειας για να οικοδομηθεί η δυναμική αντίρρηση του θεατή, η αναίρεση του οικείου χαρακτήρα των γεγονότων, η υπονόμηση της ταύτισης, της συμμετοχής. Η διακοπή παρέχει το πεδίο μιας δυναμικής κριτικής απόστασης.» Επίσης βλ. H.Lefebvre, *Critique of everyday life: Volume 1*, ό.π., σελ.20-1. Για τον Lefebvre «το επικό θέατρο του Μπρεχτ απορρίπτει την κλασσική διαφάνεια (όπως αυτή συμβαίνει, μια απατηλή διαφάνεια η οποία αρχικά αφορά τις συγκρούσεις και προβλλόμενα προβλήματα και έπειτα καταλήγει σε ένα λογικό ξεδίπλωμα των πράξεων και των γεγονότων)...Αυτός ξεκινάει από μια διαφωνία, μια απόκλιση, μια διαστρέβλωση. Το έργο ή η σκηνή θέτει ένα πρόβλημα που δεν έχει επιλυθεί εκ των προτέρων και έτσι είναι ενοχλητικό, προκλητικό...Αντιθέτως από το να κάνει το θεατή συμμετοχο σε μια δράση ή [ταυτιζόμενο] με καθορισμένους 'χαρακτήρες', η δράση της σκηνής τον απελευθερώνει.»

μητροπολιτικό πεδίο στο ενδιαφέρον για την έκφραση των προσωπικών ενδόμυχων συναισθημάτων και προθέσεων σήμανε μια αναδίπλωση της κοινωνικότητας κατά τον 19^ο αιώνα.⁵⁵⁶ Η αναζήτηση των εκφράσεων και της ειλικρίνειας των προθέσεων και του λόγου στο πεδίο της κοινωνικής αλληλεπίδρασης και της κοινωνικής δράσης επιφέρει την ψυχολογιοποίηση, την προσωποποίηση και την αποπολιτικοποίηση της δημόσιας δράσης, καθώς εισάγουν την προσωπικότητα στο δημόσιο χώρο ως κεντρική κατηγορία και αναφορά.⁵⁵⁷

Το αίτημα της προσωπικής, ειλικρινούς δημόσιας έκφρασης των ατόμων από τη μια υπερτονίζει τη σημαντικότητα της εκδίπλωσης της αυθεντικής ιδιαιτερότητας, ατομικότητας του ανθρώπου και από την άλλη παραγνώνει ότι το κάθε άτομο βρίσκεται, κοινωνικοποιείται, επικοινωνεί εντός ενός δικτύου κοινωνικών σχέσεων και ιεραρχήσεων, το οποίο οριοθετεί και οροθετεί. Τα καθήκοντα, δικαιώματα, υποχρεώσεις, κανόνες αρθρώνονται σε κοινωνικούς ρόλους και εξοπλίζουν την εκάστοτε κοινωνική θέσμιση. Η άρνηση της προσποίησης, της αποστασιοποίησης σημαίνει την επιτακτικότητα ταύτισης με τον κοινωνικό ρόλο και την παρουσίαση του εαυτού ως κοινωνικά ταυτοποιημένου. Η σύγκλιση αυτή εαυτού και κοινωνικού ρόλου παράγει κοινωνική ταυτότητα, η οποία μπορεί πια και πρέπει να εκδηλώνεται «με ειλικρίνεια» δημοσίως. Υπό αυτές τις συνθήκες ό,τι εκφράζεται δημόσια αξιολογείται με κριτήρια αυθεντικότητας και ειλικρίνειας. Έτσι οι πολιτικές διακηρύξεις, αποφάσεις και πρακτικές μιας κυβέρνησης, για παράδειγμα, αντιμετωπίζονται με κριτήρια ηθικότητας, χαρισματικότητας, αγαθών προθέσεων και ικανότητας διαχείρισης. Ακόμα και η κρίση κάποιου πολιτικού προσώπου ως «ικανού να διοικεί» παραμένει σε ένα επίπεδο επιφάνειας, εικόνας, η οποία ως άδεια έκφραση επιβεβαιώνει την ταυτότητά του ως ενός

⁵⁵⁶ Ρ.Σένετ, *Η τυραννία της οικειότητας: Δημόσιος και ιδιωτικός χώρος στο δυτικό πολιτισμό*, ό.π., σελ.332. Ο Σένετ αναφέρει ότι «το δημόσιο εκκενώθηκε έτσι από τους ανθρώπους που ήθελαν να εκφραστούν στο χώρο του, αφού οι όροι έκφρασης μετατοπίστηκαν από την παρουσίαση ενός προσώπου στην αποκάλυψη της προσωπικότητας, του προσώπου με βάση το προσωπείο που φοράει κανείς μέσα στον κόσμο».

⁵⁵⁷ Ρ.Σένετ, *Η τυραννία της οικειότητας: Δημόσιος και ιδιωτικός χώρος στο δυτικό πολιτισμό*, ό.π., σελ.43. Ο Σένετ παρατηρεί ότι οι ψυχολογικές εξεικονίσεις δεν περιορίστηκαν στα εμπορεύματα αλλά αποίκισαν και νοηματοδότησαν και την πολιτική, δημόσια δράση. Ισχυρίζεται ότι κατά τον 19^ο αιώνα «ό,τι καταλάβαιναν οι άνθρωποι όταν παρακολουθούσαν κάποιον να ενεργεί δημοσίως ήσαν οι προθέσεις του, ο χαρακτήρας του κι επομένως η αλήθεια των λεγομένων του έμοιαζε να εξαρτάται από το ποίον του προσώπου του...το σύστημα δημόσιας έκφρασης κατέληξε σε προσωπική αναπαράσταση».

πολιτικού με πυγμή και οργανωτικότητα. Το περιεχόμενο και οι συνέπειες της διακυβέρνησής του παραγνωρίζονται μπροστά στην επικύρωση της ικανότητάς του να ανταποκρίνεται με επιτυχία στις κανονιστικές επιταγές του ρόλου του.

Η προσωπική ταύτιση με ένα ρόλο παράγει ταυτότητα, η οποία αναπαράγεται, διατηρείται, επιβεβαιώνεται κάθε φορά που το άτομο παρουσιάζεται ως εαυτός-ρόλος. Κάθε φορά που υπογραμμίζει, εμφανίζει, αναδεικνύει τα σημεία αυτά της εικόνας, της αναπαράστασης ταυτοποιείται ως κάτοχος αυτού του ρόλου. Ο ρόλος δεν είναι απλά μια διεκπεραιωτική επιτέλεση του ρόλου ή μια ανάδειξη συμπεριφορικών, εμφανισιακών σημείων τα οποία συγκροτούν την ταυτότητα του ρόλου αυτού. Η ταύτιση με το ρόλο σημαίνει ότι οι εικόνες του εαυτού που δημόσια προβάλλει το άτομο και τον ταυτοποιούν μεσολαβούν ριζικά και διαμορφώνουν την προσωπικότητά του. Η εκδραμάτιση ενός κοινωνικού ρόλου δεν συνίσταται μόνο στην ανάδειξη, αναπαράσταση των συμπεριφορών-σημείων, αντικειμένων-σημείων που επιβεβαιώνουν ένα ρόλο αλλά ως σημεία τέτοια καθοριστικά και ίδια του ρόλου διατρέχουν και ρυθμίζουν την υποκειμενικότητα.

Ο Σταυρίδης κάνει λόγο για τη μιμητική αναζήτηση εικόνων προτύπων, θεωρώντας τη μίμηση ως την απόλυτη εξομίωση με πρότυπα εικόνας που προσφέρει μια ασφαλή αναγνώριση ταυτότητας και για τη θεατρικότητα –τη θεατρική αποστασιοποίηση– η οποία προσφέρει τη δυνατότητα κριτικής συνειδητοποίησης των κοινωνικών ρόλων, των περιεχομένων τους και των θεσμίσεων που τους νομιμοποιούν. Αναλύοντας την έννοια της θεατρικότητας υποστηρίζει ότι η θεατρική προσποίηση μπορεί να εκβάλλει στη δημόσια σκηνή είτε ως μια θεατρικότητα της κυριαρχίας μέσα από την οργάνωση δημόσιων θεαμάτων που επιβεβαιώνουν την ισχύ και νομιμοποιούν την πολιτική εξουσία ως αιώνια, αχρονική, «φυσική» είτε ως μια θεατρικότητα των καταπιεζόμενων που σχετικοποιεί και απονομιμοποιεί την ιεραρχικά δοσμένη κοινωνική δομή μέσα από εκδηλώσεις καρναβαλικού χαρακτήρα ή και παρωδιακής παντομίμας.⁵⁵⁸

⁵⁵⁸ Στ.Σταυρίδης, *Από την πόλη θόνη στην πόλη σκηνή*, ό.π., σελ.228-230. Για τον Σταυρίδη «η θεατρικότητα προσφέρει εικόνες του εαυτού οικοδομημένες πάνω σε ήδη υπάρχουσες ταυτότητες, μπορεί να μεταμφιέζει, να παριστάνει ή να αποκαλύπτει, παρωδώντας τις, σχέσεις δύναμης. Με θεατρικό τρόπο ενδέχεται οι ισχυροί να εκφράζουν την εξουσία τους και οι αδύναμοι να την αμφισβητούν. Με θεατρικό τρόπο συγκρούσεις κοινωνικές παίρνουν κάποτε συμβολικό χαρακτήρα, καθώς μετατρέπονται σε αναμετρήσεις συμβολικής βίας, οι οποίες όμως έχουν συχνά χειροπιαστά υλικά αποτελέσματα, επηρεάζοντας συσχετισμούς και ισορροπίες.»

Στην περίπτωση του 'The Mall Athens' παρατηρείται αυτή η διαλεκτική σχέση θεατρικότητας και δημόσιας σκηνής υπό τους όρους της κυρίαρχης νοσηματοδότησης, η οποία ακόμα και στις περιπτώσεις που η θεατρικότητα των κυρίαρχων εμφανίζεται στο δημόσιο χώρο τον μεταστοιχειώνει με την αποίκιση του θεάματός της και το πάγωμα της κοινωνικής δράσης.⁵⁵⁹

Ένας ιδιωτικός χώρος μαζικής χρήσης όπως το 'The Mall Athens' μπορεί να οριστεί ως ένας «θεαματικός χώρος», καθώς επιφέρει μια σύγκλιση της «θεαματικής σκηνής» και του «δημόσιου χώρου». Όπως προαναφέρθηκε με τη «θεαματική σκηνή» εννοούμε το σύνολο του μεντιακού θεάματος –τηλεόραση, κινηματογράφος, έντυπες, ηλεκτρονικές διαφημίσεις κ.λπ.- το οποίο προβάλλει εικόνες-σημεία, αναπαραστάσεις συμπεριφορών, ρόλων. Το θέαμα ως το φάσμα των εικόνων που διαχέονται στο κοινωνικό πεδίο και αποικεί τη μνήμη, τη φαντασία και τη συνείδηση των ατόμων και μεσολαβεί τη συμπεριφορά, τη δράση και τις κοινωνικές σχέσεις. Αυτό το σύνολο εικόνων-σημείων –δηλαδή εικόνων που αποκόπονται από την κοινωνικο-ιστορική συνθήκη στην οποία κυκλοφορούν και ακριβώς λόγω αυτής της αποσύνδεσης αποπειράονται να επανοηματοδοτήσουν την κοινωνική πραγματικότητα με αυτοτελή επεισόδια ή αλλιώς με μύθους- εμφανίζεται και ταυτοποιεί χώρους, όπως για παράδειγμα το 'The Mall Athens'.

Τα άτομα μαθαίνουν, πληροφορούνται συνεχώς, εκπαιδεύονται, αναμετρώνται με την ικανότητα της προσχώρησής τους σε ρόλους στο πεδίο του θεάματος και ενσαρκώνοντας αυτούς τους ρόλους τους παρουσιάζουν στον ημι-δημόσιο θεαματικό χώρο δοκιμάζοντας το βαθμό ταύτισης που έχουν κατορθώσει.

Το θέαμα, ως ένα φάσμα εικόνων- σημείων πλανάται πάνω από την γήινη σφαίρα, γεμίζει την ιδιωτικότητα του σπιτιού, σημαδεύει τον οπτικό ορίζοντα στο δημόσιο χώρο, τρυπώνει από το πουθενά. Αυτό το θέαμα άυλο,

⁵⁵⁹ R.Sennett, *Flesh and stone, the body and the city in western civilization*, ό.π., σελ.304-310. Ο Sennett περιγράφει το πώς μετά το δεύτερο χρόνο της γαλλικής επανάστασης επιχειρήθηκε η πειθάρχηση της αυθορμησίας του δρόμου. Η οργάνωση σε μεγάλο βαθμό λεπτομέρειας των δημόσιων εκδηλώσεων προς τιμή των γεγονότων της επανάστασης αντικατέστησε την αυθόρμητη θεατρικότητα και το παιχνίδι των ρόλων και εμφανίσεων στον αστικό δημόσιο χώρο. Αναφέρει χαρακτηριστικά ότι «τα διαδοχικά επαναστατικά καθεστώτα αναζήτησαν να δημιουργήσουν επίσημες γιορτές όπου σχεδίαζόταν το κατάλληλο ντύσιμο, η χειρονομία και η συμπεριφορά του πλήθους των πολιτών, ενεργοποιώντας αφηρημένες ιδέες στο ανθρώπινο σώμα».

αιωρούμενο, ανάλαφρο σαν αέριο, σαν ατμόσφαιρα, ανέστιο πατάει στη γη στήνοντας τις σύγχρονες θεατρικές-θεαματικές του σκηνές.

Στη σκηνή του 'The Mall Athens' ο καθένας είναι ταυτόχρονα ηθοποιός και θεατής. Ποιος είναι ο ρόλος του ηθοποιού στο χώρο αυτό, ποια εκφραστικά μέσα χρησιμοποιεί και τι προσπαθεί να επικοινωνήσει;

2.2.1. Ο ρόλος του «καταναλωτή»

Ο ρόλος του ηθοποιού, του επισκέπτη δηλαδή αυτού του θεαματικού χώρου, είναι ο ρόλος του καταναλωτή. Το γεγονός ότι η κατανάλωση ανάγεται σε περιεχόμενο ρόλου διακρίνει την κατανάλωση από τη χρήση αγαθών και από την κατανάλωση με την έννοια της υλικής αχρήστευσης για λόγους ανάγκης, επιβίωσης. Ο καταναλωτής ως κοινωνικός ρόλος συνιστά, όπως προαναφέρθηκε, μια δομή με περιεχόμενο και έναν πυρήνα. Ο πυρήνας του καταναλωτικού ρόλου είναι η προσωπική ικανότητα σαγήνευσης από τη γοητεία του εμπορεύματος. Η διαλογική σχέση με το εμπόρευμα ως μια «έμπυση» εικόνα-ύλη είναι ο κορμός πάνω στον οποίο μπορούν να διακλαδώνονται, να αρθρώνονται τα ποικίλα περιεχόμενα -καθήκοντα, υποχρεώσεις, κινήσεις, χειρονομίες, επιθυμίες- του ρόλου αυτού.

Ο κοινωνικός ρόλος του καταναλωτή είναι ένας ρόλος που παράγει ταυτότητα, η οποία είναι αναγνωρίσιμη και κατάλληλη για όλες τις περιστάσεις. Μια ταυτότητα που κερδίζεται στον ελεύθερο χρόνο είναι μια ταυτότητα που χαρακτηρίζει τον εσώτερο εαυτό και τις επιθυμίες του. Πέρα από τη σφαίρα του εργασιακού, εκπαιδευτικού, οικογενειακού καθήκοντος, ο καταναλωτικός ρόλος φαντάζει ως ένας ρόλος ελεύθερα επιλεγμένος από το άτομο και ταυτόχρονα κινείται στα όρια του ρόλου. Και αυτό γιατί η θεαματική ρητορική περί ελευθερίας επιλογών και η εμπορευματική αφθονία καθιστά την καταναλωτική δραστηριότητα ως μια διαδικασία «αυτόνομη» και κατευθυνόμενη από βαθύτερες επιθυμίες, παρορμήσεις και ελευθερία επιλογής του ατόμου.

Ο ρόλος ως μια δομή αρθρωμένη σε δεσμούς καθηκόντων, υποχρεώσεων και δικαιωμάτων φαίνεται να μην μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως πραγματολογικό και εννοιολογικό σχήμα για την προσέγγιση και ανάλυση του ρόλου του καταναλωτή. Όμως, ο κοινωνικός ρόλος του καταναλωτή είναι σαφώς ρόλος, ο οποίος είναι και θεμελιώδης για την αναπαραγωγή και την ανακύκλωση του

οικονομικού κεφαλαίου. Οι ποσότητες ροών πληροφοριών, εικόνων, που διαχέονται σε πλανητική κλίμακα από τις κάθε είδους διαφημίσεις, προωθήσεις –έντυπες, ηλεκτρονικές, ηχητικές-, η έκταση ενδιαφέροντος που καταλαμβάνουν οι έγνοιες και οι διαπροσωπικές συζητήσεις για αγορές, οι ελπίδες και η αίσθηση της πρόκλησης μιας αγοράς, οι ματαιώσεις σχετικά με μια λανθασμένη ή απραγματοποίητη, αναβληθείσα αγορά, ο ψυχαναγκασμός του ‘in’, του ‘trendy’, οι διαφημιζόμενες νόρμες και προδιαγραφές της ομορφιάς και ο τζίρος των ιδρυμάτων περιποίησης, των γυμναστηρίων και της βιομηχανίας καλλυντικών, το λεγόμενο shopping therapy όλα αυτά συγκροτούν δέσμες πληροφοριών, επιταγών-προκλήσεων, συμβουλών,⁵⁶⁰ πρακτικών, προσωπικών σκέψεων και συναισθημάτων, οι οποίες αλυσώνονται και συγκροτούν τη δομή του κοινωνικού ρόλου του καταναλωτή. Ας ακούσουμε επισκέπτες του εμπορικού κέντρου, οι οποίοι χαρακτηρίζουν τη διαδικασία του shopping ως διαδικασία αυτοπροσδιορισμού:

«Με το shopping κάνεις έναν αυτοπροσδιορισμό, δηλαδή τη μια σεζόν μπορεί να ντυθώ λίγο έτσι, την άλλη λίγο αλλιώς ανάλογα με τη φάση που είμαι. Μια περίοδος ήταν πιο χύμα, μετά την είδα λίγο πιο κυρτέ. Ανάλογα προσδιορίζει τη φάση που είσαι ο τρόπος που ντύνεσαι.

Ερώτηση: Για σένα ισχύει το shopping therapy;

Απάντηση: Ναι πάρα πολύ. Έχεις την ψευδαίσθηση ότι έχεις κάνει μια επιτυχία όταν πάρεις κάτι ωραίο. Αισθάνομαι πολύ ωραία. Αν είμαι στεναχωρημένη, πάω να ψωνίσω και αισθάνομαι πολύ ωραία, άμα καταναλώσω. Αν πάρω ένα ωραίο αντικείμενο, αισθάνομαι ωραία. Αν πάρω κάτι ωραίο, αισθάνομαι ωραία, για την επιλογή μου, που το ανακάλυψα. Γιατί όταν φοράς κάτι καινούριο είναι αλλιώς, δεν είναι σαν κάτι που φοράς για τρία χρόνια. Δεν αισθάνεσαι το ίδιο, ότι φοράω κάτι διαφορετικό. Για αυτό τα βαριέμαι πολύ εύκολα. Γιατί

⁵⁶⁰ Z.Bauman, *Postmodern ethics*, όπ.π., σελ.128. Ο Bauman αναφέρει ότι η κατάσταση της ετερονομίας «είναι πιο δύσκολα αναγνωρίσιμη όταν η συμβουλή που αγοράζεται από τον πελάτη προσφέρεται από ειδικούς που δεν έχουν την ισχύ του εξαναγκασμού ή διαφημιζόμενη ελευθερία επιλογής ...αποκρύπτει με επιτυχία το γεγονός ότι η συμβουλή είναι προϊόν του προσδιορισμού της κατάστασης του πελάτη από κάποιον άλλον...και των κριτηρίων διάκρισης του σωστού από το λάθος, του κανονικού από το μη κανονικό.»

άμα κάτι το δω, το ξαναδώ, τέλος.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 29 ετών, κάτοικος Πατησίων)

«Κάνω αυτό τον τρόπο ζωής στον οποίο βλέπω ότι καταναλώνω γιατί έτσι διασκεδάζω. Ξέρω ότι δεν μπορώ να διασκεδάζω όπως πριν, να πηγαίνω εκδρομές, να ξυπνάω το πρωί και να πηγαίνω βόλτες, όπως έκανα όταν ήμουν φοιτητής. Έχεις ένα αποθηκευμένο το οποίο το βγάζεις μέσω της διασκέδασης. Το οποίο τώρα είναι κάποια πράγματα που τα αγοράζεις επειδή σου αρέσει η φίρμα, αργότερα είναι ένα καλύτερο αυτοκίνητο, ένα καλύτερο σπίτι και πάει λέγοντας. Και παρόλο που εγώ το βιώνω αυτό, γιατί θεωρώ ότι το μεταπτυχιακό ανοίγει τους ορίζοντές μου και βλέπω κάποια πράγματα παραπάνω από ό,τι έβλεπα πριν. Παρόλες τις σπουδές μου στο μάρκετινγκ, παρόλα αυτά δεν μπορώ να ξεφύγω από αυτόν τον τρόπο ζωής. Δηλαδή πόσο μάλλον ένας μέσος καταναλωτής, ο οποίος, όχι συνειδητά, διασκεδάζει με το να καταναλώνει. Δηλαδή πολλές φορές παίρνεις περισσότερα από ό,τι χρειάζεσαι επειδή σου αρέσει η διαδικασία. Σου αρέσει να το δείχνεις, να το φοράς και να λες ότι πήγα και έκανα αυτό. Σου αρέσει αυτή η διαδικασία και η καταξίωση μέσω της διαδικασίας αυτής. Ουσιαστικά δεν σου προσφέρει τίποτα παραπάνω, δεν σου προσφέρει κάτι άλλο, δεν σου προσφέρει μια λύση σε ένα πρόβλημα. Απλά μου αρέσει αυτή η διαδικασία.

Ερώτηση: Θέλεις να μου πεις κάτι πάνω σε αυτή την εμπειρία της κατανάλωσης ως διασκέδαση;

Απάντηση: Ναι. Για έναν άνθρωπο ο οποίος εργάζεται πολλές ώρες, εγώ είμαι στο πανεπιστήμιο, διαβάζω, κάποιος άλλος δουλεύει πολλές ώρες, πολλές φορές και δύο δουλειές και είναι τόσο κουρασμένος που δεν μπορεί να διασκεδάσει ή να κάνει κάτι άλλο. Η καταξίωση του είναι να οδηγήει καλό αυτοκίνητο, να ντύνεται καλά και να ανεβαίνει, να έχει ένα κοινωνικό status, το οποίο θα του προσφέρουν τα πράγματα τα οποία παράγει. Δηλαδή πως θα ξεχωρίσω εγώ από τον άλλο που δεν παράγει αυτά που παράγω εγώ, δεν κερδίζει αυτά που κερδίζω εγώ, το οποίο δεν είναι απαραίτητα ότι το κάνω γιατί θέλω να ξεχωρίσω από τον άλλο, το κάνω γιατί αυτό μου αρέσει. Δηλαδή δεν

μπορώ να διασκεδάσω αλλιώς και βγάζω τα αποθνήσκοντά μου.»
(επισκέπτης του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος
Θρακομακεδόνων)

«Σου δίνει μια χαρά το shopping. Είναι το καινούριο πράγμα, σε όλους αρέσει το καινούριο πράγμα, κακά τα ψέματα[...]. Με ανανεώνει το καινούριο. Με ιντριγκάρει, γιατί το διαμορφώνω το καινούριο στα δικά μου μέτρα, δηλαδή με καινούρια μπλούζα που θα πάω μπορεί για κάποιους να είναι λίγο κάπως ή να είναι πολύ συντηρητική, θέλω να τη διαμορφώσω στο δικό μου στιλ, να πάρει το δικό μου vibe. Να τη συνδυάσω με κάτι που θα είναι δημιουργικό. Εντάξει έχω πολύ μέσα μου τη δημιουργία, για αυτό ζω ουσιαστικά, αυτό με βοηθά να εκφράζομαι, οπότε πια τα ψώνια και τα ρούχα μου τα βάζω σε ένα τέτοιο πλαίσιο, να δημιουργώ ακόμα και μέσα από τα ψώνια. Και το καινούριο είναι κάτι που με ανανεώνει, είναι κάτι που μου αρέσει να με κοιτάω και να βλέπω αυτό το καινούριο που έχω βάλει. Να δω τι βγάζει, πως φαίνομαι με αυτό, αν μου πάει. Εντάξει το πήρα νιώθω ότι μου πάει, αλλά τι πλασάρει, τι στιλ βγάζω προς τα έξω, πως θα το συνδυάσω για να το βάλω μια πολύ απλή μέρα, μια πιο καλή βραδιά. Είναι ένα εσωτερικό ψάξιμο, λίγο με μαθαίνω και μέσα από τα ψώνια [...] Μπορεί να μου πουν κάτι εξίσου καλό για ένα πολύ απλό ρούχο, επειδή το φοράω έτσι, το προωθώ, το διαφημίζω με το στιλ μου, με αυτό που εκπέμπω εγώ, δηλαδή σε συνδυασμό δείχνει ιδιαίτερο αυτό που θέλω να καλλιεργήσω. Το από μέσα προς τα έξω και όχι το από έξω προς τα μέσα και πιστεύω ότι το βρήκα σχετικά εύκολα, δεν ζορίστηκα. Δεν μου λείπουν τα ψώνια, άμα τύχει και πάω κάπου στο 'The Mall', στο Χαλάνδρι, οπουδήποτε και βρίσκομαι σε αγορά, δεν υπάρχει περίπτωση να μην ψωνίσω κάτι. Αυτό δεν παίζει. Θα ψωνίσω έτσι κάτι να πω ότι πήρα κάτι.»
(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 28 ετών, κάτοικος Βριλησίων)

«Ερώτηση: Με αυτά που ψωνίζεις επιδιώκεις να διαμορφώνεις ένα δικό σου στιλ ή και να τα εναλλάσσεις;

Απάντηση: Ναι το κάνω γιατί είναι και παρέες που έχω γιατί μπορεί να έχω μια παρέα που είναι πιο χύμα και μου αρέσει ή άλλες φορές να νιώθω ότι θέλω να είμαι πιο κυριλέ όταν βγαίνω, δηλαδή να βάλω κάτι πιο επίσημο γιατί μου αρέσει να το βλέπω στους άλλους. Οπότε μπορείς να με δεις ένα βράδυ με πουκάμισο, σακάκι και το άλλο πρωί με ένα παντελόνι χωρίς ζώνη να μου πέφτει χαμηλά, με ένα κοντομάνικο και σαγιονάρες. Αλλά αυτά είναι ανάλογα με τη διάθεση μου, δηλαδή αν έχω όρεξη να ντυθώ πιο κυριλέ ντύνομαι, θα βάλω και πουκάμισο. Αν έχω όρεξη να είμαι εντελώς χύμα...δεν είναι κάτι που το σχεδιάζω.

Ερώτηση: Για σένα τα ψώνια είναι μια «χρηστική» διαδικασία ή είναι κάτι παραπάνω;

Απάντηση: Όχι, είναι κάτι παραπάνω. Γιατί αυτό που φοράς πρέπει να σου δώσει άνεση και αυτοπεποίθηση, άμα σου αρέσει. Δεν είναι ότι ντρέπεσαι να είσαι γυμνός και βάζεις ένα ρούχο. Αλλά ένα ρούχο μπορεί να σε κάνει να νιώσεις ωραίος και γιατί...εντάξει αυτό είναι λάθος αλλά έτσι γίνεται, γιατί στα αγόρια μπορεί στα κορίτσια να τους αρέσει να κοιτάνε κάποια συγκεκριμένα πράγματα πάνω σου. Οπότε και εσύ να θέλεις να ντυθείς έτσι, να φερθείς έτσι για να αρέσεις στα κορίτσια. Δηλαδή αυτό γίνεται στα πλαίσια του να είσαι αποδεκτός από άτομα που θες. Είναι σαν να πάει κάποιος που ακούει μέταλ, που φοράει μεταλλάδικα, σε ένα γάμο...σε ένα σύνολο που σε ενδιαφέρει που πρέπει να είσαι κάπως συμβαδίζεις, συμβιβάζεσαι. Δεν λέω να βάλεις κάτι μόνο και μόνο για τους άλλους, θα σου αρέσει και εσένα, αλλά εμένα μου αρέσουν οι κοπέλες που ντύνονται πιο κυριλέ, μου αρέσει, οπότε και εγώ ντύνομαι έτσι όταν βγαίνω με κοπέλες και μου αρέσει. Δεν το κάνω μόνο για αυτές, μου αρέσει και εμένα να είμαι έτσι, και μου αρέσει να τους αρέσω. Μου αρέσει όπως μου αρέσουν και αυτές. Είναι κάπως περίεργο. Δηλαδή εμένα μου αρέσει μια κοπέλα αν φοράει φόρεμα το βράδυ. Εγώ θα ένιωθα άβολα αν σκάσω με μια σαγιονάρα όπως θα έσκαγα με ένα φύλο μου 11 το πρωί για να πάμε να παίξουμε μπάλα. Εντάξει πιστεύω όλοι το κάνουμε αυτό, προσαρμόζεσαι στην κατάσταση.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

Άλλες επισκέπτριες αναφέρονται στη συναισθηματική διάσταση των αγορών, στο λεγόμενο shopping therapy:

«Το shopping therapy πιστεύω ότι ισχύει. Βέβαια μπορεί αυτή η ‘θεραπεία’ να επιδράει πάνω σου για μικρό διάστημα, δηλαδή να είσαι χαρούμενος όταν ψωνίσεις και για μια μέρα μετά να λες ‘αχ τι ωραία πράγματα πήρα’, αλλά πιστεύω ότι λειτουργεί πάρα πολύ θετικά αυτό στον άνθρωπο. Πιστεύω ότι καλύπτει κάποια κενά, τα οποία δημιουργεί ο τρόπος που ζούμε. Πιστεύω ότι έχουμε πολλά πράγματα που μας αγχώνουνε στον τρόπο ζωής μας η δουλειά, η κίνηση που χάνουμε τόσο χρόνο στους δρόμους. Όλα αυτά θέλεις κάπου να ξεσπάσεις. Και ένας άνθρωπος που έχει χρήματα ο καλύτερος τρόπος για να ξεσπάσει είναι να ψωνίσει[...]Δηλαδή δεν παίρνω μόνο πράγματα ‘α! μου σκίστηκε το παπούτσι’, θα πάρω δύο ζευγάρια παπούτσια, αλλά μπορεί να πάρω και το άλλο...αυτό το πράγμα. Όποτε παίρνω κάτι καινούριο ή κάποια ρούχα καινούρια τα κρεμάω στην ντουλάπα μου και τα κοιτάω και λέω ‘τι ωραία ρούχα πήρα σήμερα’. Αυτό νομίζω τα λέει όλα.»
(επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Ψωνίζω αρκετά συχνά. Γενικώς δύο φορές το μήνα ψωνίζω. Είναι διαδικασία που μου αρέσει. Κάποιες φορές ψωνίζω κάτι που μου αρέσει και όχι γιατί το χρειάζομαι. Όλα αυτά βέβαια έχουν σχέση με την οικονομική δυνατότητα που έχω τη δεδομένη στιγμή[...] όταν είμαι πολύ χαρούμενη ή όταν δεν είμαι πολύ καλά και η κατάσταση δεν είναι απελπιστική αλλά διορθώνεται, ψωνίζω[...] Δεν αγοράζω απαραίτητα. Το χάξεμα με τη φίλη μου μου φτιάχνει το κέφι[...]Σαν να εξαγοράζω το συναισθηματικό κενό με αυτό που θα αγοράσω. Μου αρέσει η διαδικασία, μπαίνει το μυαλό σου στη διαδικασία να σκεφτεί κάτι άλλο, αλλά ξέρω ότι είναι πολύ προσωρινό και δεν λύνει το πρόβλημα.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 14 ετών, κάτοικος Παγκρατίου)

«Ανεβαίνει η διάθεση μου. Παίρνω κάτι καινούριο και χαίρομαι για αυτό ή μπορεί να θέλω πάρα πολύ καιρό να το αγοράσω και να μην έχω προλάβει ακόμα ή να μην έχω λεφτά να το αγοράσω και να μην μου δίνουν οι γονείς μου και χαίρομαι πάρα πολύ ...ή που το βρήκα.»
(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 16 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Κοίτα σε εμένα τουλάχιστον είναι ανάλογα με τη ψυχολογία μου. Δηλαδή μου έχει τύχει πάρα πολλές φορές να πάω για ψώνια και να θέλω να πάρω κάτι το οποίο δεν το χρειάζομαι και λόγω ότι θες το μυαλό μου είναι αλλού, η ψυχολογία μου δεν είναι η καλύτερη.[...]Επιδρά στην ψυχολογία μου για καμιά δύο ώρες. Άντε το πολύ για την επόμενη μέρα. Δεν νομίζω ότι επιδρά στην ψυχολογία σου 'α! ψώνισα, κατανάλωσα', ότι αυτό με επηρεάζει θετικά. Μπορεί να πας στο 'The Mall' ή σε κάποιο άλλο μαγαζί και να πάρεις κάτι και να δεις την επόμενη μέρα και να πεις 'μα δεν πήρα τίποτα χρήσιμο'. Δηλαδή ήταν άσκοπος χρόνος, άσκοπα χρήματα και έκανα κατάχρηση, ψώνισα μόνο για να ψωνίσω κάτι. Έκανα ψώνια μόνο για το κέφι μου. Δεν θεωρώ ότι είμαι καταναλωτική, αγοράζω πλέον με πολύ μέτρο. Με επηρεάζει πολύ στιγμιαία, δηλαδή να βγω στο μαγαζί και να πω 'κοίτα μια ωραία μπλούζα που μου αρέσει'. Την επόμενη μέρα όμως δεν θα πω 'κοίτα τι πήρα' και να το διαφημίσω. Απλά θα πω έκανα μια αγορά, μια μπλούζα για παράδειγμα. Απλά νομίζω είναι μόνο στιγμιαίο αυτή η αίσθηση, αυτή η ευφορία ότι πήρες κάτι που σου αρέσει. Για άλλους μπορεί να κρατήσει ένα μήνα, μπορεί η ψυχολογία τους να είναι τόσο υπέρ, 'αγόρασα, μου αρέσουν όλα τα θέλω όλα', μπορεί να κρατήσει παραπάνω. Εμένα κρατάει το πολύ μια, δύο ώρες μετά την αγορά που θα κάνω.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ. Πατησίων)

«Μου δίνει την αίσθηση ότι έχω κάνει κάτι για τον εαυτό μου. Ότι το έχω ψάξει και παίρνω κάτι για μένα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 42 ετών, κάτοικος Αττικής)

«Το τελευταίο διάστημα, το τελευταίο εξάμηνο έχω κόψει τα πολλά ψώνια, γιατί έχω τα πλάνα του σπιτιού που θα νοικιάσω και θα μείνω μόνη μου και κρατάω κάποια χρήματα για ενοίκια, για διάφορα.[...]Οπότε παλιότερα, πριν το εξάμηνο, είχε γίνει πλέον ανάγκη για μένα, επειδή καταπιεζόμουν στη δουλειά είχα μαζεμένη ενέργεια και την ξεσπούσα στα ψώνια, ήταν shopping therapy για μένα.[...]Και τώρα εκτονώνομαι με τα ψώνια, μου αρέσουν τα ψώνια. Μου αρέσει. Έχει να κάνει λίγο και με το επάγγελμα μου, το να βρεις κάτι που σου ταιριάζει σε ένα χαμό από πράγματα, χρώματα, σχέδια, κάτι που αυτό θα σου διψάσει το στίλ, που θέλεις να έχεις τη συγκεκριμένη περίοδο της ζωής σου. Ξαφνικά αμφιβάλλεις και θέλω να είμαι πιο θηλυκή για παράδειγμα. Και είναι λίγο έτσι σαν παιχνίδι και αυτό.[...] Και μετά εντάξει όταν παίρνεις ένα καινούριο πράγμα χαίρεσαι, θέλεις να το βάλεις αμέσως. Μου αρέσει να είμαι περιποιημένη για αυτό ήθελα να προσέχω τη λεπτομέρεια, να παίρνω το τάδε τσαντάκι και το τάδε παπούτσι το περίεργο, μου αρέσει. Ήταν και στη ψυχολογία μου αυτό καλό.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 28 ετών, κάτοικος Βριλησίων)

Ο καταναλωτής, λοιπόν, στο 'The Mall Athens' επιτελεί το ρόλο του με τους ακόλουθους τρόπους. Τροφοδοτείται με πληροφορίες, εικόνες, προκλήσεις-προσφορές, προωθήσεις-συμβουλές (βιτρίνες, διαφημιστικά ταμπλό και πανό, παρουσίες των άλλων) και ενεργοποιεί στη μνήμη του πληροφορίες που έχει συλλέξει ως απόθεμα οργανωμένων ή και σκόρπιων πληροφοριών, εικόνων-σημείων. Επιδίδεται σε αγορές ή απλά σε εικονικές αγορές –window shopping-ενεργοποιώντας το καταναλωτικό του βλέμμα, αναπτύσσοντας τη διαλεκτική σχέση βλέμματος-εμπορεύματος και επιβεβαιώνοντας την υφή των επιθυμιών του και την ισχύ του δικαιώματος του να βρίσκεται σε ένα μέρος –κόσμο (μικρόκοσμο) της εμπορευματικής αφθονίας και της ελεύθερης επιλογής.

Το επικοινωνήσιμο μέρος του ρόλου του καταναλωτή είναι η επίδειξη της επιτυχημένης άσκησης των καθηκόντων του ρόλου αυτού. Σε ένα χώρο μαζικής χρήσης η έκφραση του ηθοποιού ως καταναλωτή είναι η εμφάνιση του. Τα εκφραστικά μέσα, λοιπόν, του ηθοποιού στο 'The Mall Athens' είναι εικονικά ή αλλιώς ενδυματολογικά κυρίως.

Η εκφραστικότητα του ηθοποιού στη σύγχρονη αυτή θεαματική σκηνή δεν συνίσταται σε συμβολικές χειρονομίες, σε εκφράσεις, καθώς η ηθοποιία αυτή δεν αποσκοπεί στην αλληλεπίδραση, στην επικοινωνία αλλά στην ταυτοποίηση του κάθε ηθοποιού ως με επιτυχία ενσαρκωτή του ρόλου του καταναλωτή. Η αλύσωση, ο διάλογος των χειρονομιών, των σωματικών και λεκτικών εκφράσεων αντικαθίσταται από ένα μονόλογο της ταυτότητας του καθενός. Έχουμε να κάνουμε με μια ηθοποιία της πληροφόρησης, της εικόνας. Ο καθένας εκφράζεται μέσω της προσεγμένης του εξωτερικής εμφάνισης και μέσω αυτού του συμβολικού εξοπλισμού αναπαριστά το ρόλο του «καταναλωτή», αναδεικνύοντας μέσω αυτής της αναπαράστασης τον εαυτό του ως επιδέξιο καταναλωτή. Ας ακούσουμε τα ίδια τα υποκείμενα πώς αντιλαμβάνονται τη σπουδαιότητα της εμφανίσιμης παρουσίας στο χώρο αυτό:

«Για παράδειγμα θα πήγαινα με μια φόρμα για καφέ στο Παγκράτι δεν θα είχα κανένα πρόβλημα. Ενώ στο ‘The Mall’ δεν θα μπορούσα να το κάνω αυτό. Δεν ξέρω έτσι μου βγαίνει.

Ερώτηση: Δηλαδή στο ‘The Mall’ θα προσέξεις την εμφάνισή;

Απάντηση: Ναι.

Ερώτηση: Κάτι το οποίο δεν θα προσέξεις στο Παγκράτι;

Απάντηση: Ναι.

Ερώτηση: Γενικά αυτό το προσέχεις όταν πας στο ‘The Mall’;

Απάντηση: Όχι απαραίτητα, αλλά δεν θα πήγαινα με μια φόρμα όπως θα πήγαινα στο Παγκράτι. Αν με έπαιρνε μια φίλη μου την ώρα που είμαι έξω και...πάμε για καφέ, δεν θα είχα...να πάμε για καφέ στο Παγκράτι. Ενώ αν μου έλεγε πάμε εκεί θα της έλεγα περίμενε να πάω σπίτι να αλλάξω.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 14 ετών, κάτοικος Παγκρατίου)

«Το ‘The Mall’ για μένα είναι ένα μέρος έξοδος οπότε όπως και να έχει θα ντυθώ καλά. Εντάξει όχι με πουκάμισο, αλλά θα προσέξω την εμφάνιση μου. Από την άλλη είναι ότι όπως και να είναι θα συναντήσεις πάρα πολύ κόσμο οπότε σε εισαγωγικά δεν σε παίρνει να είσαι πολύ ατημέλητος. Ίσως βρεις και γνωστούς. Εντάξει αυτό είναι θέμα του κάθε ανθρώπου ξεχωριστά πως αισθάνεται καλά. Καταλήγω στο συμπέρασμα ότι θα φορέσω κάποια ρούχα τα οποία θα με κάνουν

να αισθάνομαι καλά. » (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 20 ετών, κάτοικος Ν.Κηφισιάς)

«Είναι και κάτι άλλο ότι στο 'The Mall' δεν θα πάω ποτέ λέτσος. Δεν θέλω να πάω απεριποίητη εμφανισιακά δηλαδή. Δεν θέλω να πάω με μια φόρμα, γιατί από το να...επειδή παίζει να πετύχεις γνωστό σου, επειδή είναι σε μια περιοχή όπου θα πάνε κάποιοι γνωστοί μου σίγουρα, βλέπεις πολλές κοπελίτσες καλά φτιαγμένες εκεί στις πασαρέλες εκεί στο γύρω-γύρω, κάπου δεν θέλεις να περάσει να σε κοιτάξει ο άλλος, είναι δικό μου θέμα αλλά είναι κάτι που θέλω να το προσέχω. Μου αρέσει να πηγαίνω εκεί και να είμαι εμφανίσιμη, δεν λέω να βάλω τα καλά μου και τα τακούνια μου, αλλά θέλω να νιώθω ότι είμαι εντάξει εμφανισιακά.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 28 ετών, κάτοικος Βριλησίων)

«Θεωρώ ότι τα παιδιά της ηλικίας της Ε. (σ.σ.: αναφέρεται στη 17χρονη κόρη της) δεν πάνε για τα καταστήματα. Τα καταστήματα έρχονται σε δεύτερη μοίρα. Πιστεύω ότι πηγαίνουν για να δείξουν ότι ακολουθούν τη μόδα ότι 'πήγα και εγώ στο The Mall'· 'Είμαι και εγώ εδώ' και για να πιούν τον καφέ τους, να δουν το σινεμά τους και επειδή είναι εύκολα προσβάσιμο. Θα μου πεις ότι γιατί δεν πηγαίνουν στη γειτονιά τους. Πηγαίνουν και στη γειτονιά τους. Αλλά πηγαίνοντας στο 'The Mall' είναι ένας χώρος modάτος, ένας χώρος καινούριος στην Ελλάδα, και είναι ένα σημείο στο οποίο μπορούν εύκολα να πουν ότι 'είμαι και εγώ εδώ'. Να τους δουν ότι είναι εκεί διάφοροι χωρίς να έχουν δώσει ραντεβού με αυτούς.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 48 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Ναι γιατί βλέπω αρκετούς γνωστούς, γνωστές και πάω για να δω κοπέλες ωραίες και επειδή μπορεί να με δουν κιάλας πάντα προσέχω. Ενώ αν πάω σε μια καφετέρια με ένα φίλο μου δίπλα δεν προσέχω τόσο γιατί πολύ δύσκολα να πετύχω. Δεν έχουμε κάποιο στέκι και πολύ πιο δύσκολα να πετύχω κάποιον γνωστό.

Εξάλλου υπάρχουν τόσες καφετέριες που πλέον...σε αντίθεση με το 'The Mall', το 'The Mall' είναι ένα στο είδος του. Οπότε πετυχαίνεις πολλούς γνωστούς εκεί. Καφετέριες υπάρχουν χίλιες. Πέντε στην Κηφισιά, πέντε στο Μαρούσι, σε πολύ διπλανά πράγματα, πέντε στη Νέα Ερυθραία, πέντε στη Δροσιά, οπότε είναι πολύ δύσκολο να πετύχεις όχι πολλούς έστω και ένα γνωστό σου. Ενώ στο 'The Mall' επειδή είναι πολύ πιθανό να πετύχεις κάποιον προσέχεις πως ντύνεσαι.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

Αυτό που προσπαθεί να εκφράσει, να επικοινωνήσει ο ηθοποιός ως καταναλωτής είναι αφενός η επιδεξιότητά του να επιτελεί καθημερινά το ρόλο του και αφετέρου το ότι η επιτυχία του αυτή που αποτυπώνεται στην εμφάνισή του τον ταυτοποιεί ως καταναλωτή και ως δικαιούχο της εισόδου και παραμονής στον χώρο του «καλού κόσμου». Η ταύτιση του με προσφερόμενα πρότυπα συμπεριφοράς, κινήσεων, εμφανίσεων εκφράζεται, επιδεικνύεται με τη δημόσια παρουσία του ατόμου. Αυτή η εκφρασμένη δημόσια ταύτισή του αποδίδει την ταυτότητα του κατοίκου του «καλού κόσμου».

Επίσης αυτό που ταυτοποιεί τον ηθοποιό ως καταναλωτή, ως τέτοιο που έχει την κάρτα εισόδου σε αυτό το μικρόκοσμο είναι η συνθήκη της συμπαρουσίας με άλλους ομοίους ηθοποιούς-καταναλωτές. Η σχέση του αντικαθρεφτίσματος του ατόμου με το εμπόρευμα αναδιπλασιάζεται με το καθρέφτισμα του ενός στην παρουσία του άλλου. Ο ένας ως φορέας ταυτοποιητικών σημείων για τον εαυτό του λειτουργεί συνάμα ως καθρέφτης για το θεατή-ηθοποιό άλλο στον οποίο αναγνωρίζει την κατάσταση του συνανήκιν σε αυτό το μικρόκοσμο.

Το γεγονός ότι τα άτομα μέσα στο 'The Mall Athens' είναι ταυτόχρονα ηθοποιοί και θεατές ομοιάζει με τη συνθήκη συμπαρουσίας στο δημόσιο χώρο. Όταν όμως, ο δημόσιος χώρος είναι εννοηματοωμένος ως χώρος κοινωνικής αλληλεπίδρασης, κοινωνικού και διαπροσωπικού πειραματισμού, συνάντησης με το έτερο, κοινωνικής δράσης, πολιτικής πράξης και συνεχούς ανοίγματος, διερεύνησης και κριτικού αναστοχασμού των ορίων, όρων, περιεχομένων του κοινωνικού τότε οι συμβάσεις του ηθοποιού και του θεατή συνιστούν ρευστά, εναλλασσόμενα, διαπερατά, αλληλεπικαλυπτόμενα σχήματα κοινωνικής αλληλόδρασης αλλά και κριτικής διαπραγμάτευσης των καθιερωμένων

κοινωνικών ρόλων σε ένα χώρο κριτικής και πρακτικής ενεργητικότητας και όχι παθητικής θέασης και ταυτοποιητικής αναπαράστασης κοινωνικών ρόλων.

Στη συνθήκη του 'The Mall Athens' «όλοι είναι πρωταγωνιστές», όλοι είναι ηθοποιοί που επιδεικνύουν την ταυτότητά τους και μέσω αυτής της αλληλοαναγνώρισης, αλληλοταυτοποίησης ως άλλοι, όμοιοι, οικείοι, επαρκείς καταναλωτές εξασφαλίζεται ο ειρηνευμένος, ασφαλής τόπος του «καλού κόσμου». Οι προκλήσεις, οι στιγμιαίες αιωρήσεις, το άγνωστο, η αμηχανία του απρόβλεπτου, η ανάδυση της ετερότητας, η διακύβευση, το πλούσιο και αβέβαιο ως προς τα αποτελέσματά του συμβολικό παιχνίδι μεταξύ αγνώστων, οι εντάσεις, οι συγκρούσεις, το κρίσιμο, το αναπόφευκτο της απόφασης, όλα αυτά τα στοιχεία της συνθήκης του δημόσιου εννοηματομένου χώρου εκλείπουν και δεν μπορούν να ευδοκιμήσουν σε περιβάλλοντα όπου επιζητείται από τα ίδια τα άτομα που τα χρησιμοποιούν η ασφάλεια και η απόλαυση της ταυτότητας του κυρίαρχα αναγνωρισμένου, του όμοιου.

2.3. Η βόλτα ως αναπαράσταση της περιπλάνησης

Κατά τον E.Goffman μια παράσταση, δηλαδή η εκδραμάτιση ενός ρόλου από τον ερμηνευτή, μπορεί να καταστήσει μια δραστηριότητα σε αναπαράσταση αυτής της δραστηριότητας. Και αυτό γιατί η επιτέλεση του ρόλου απαιτεί από τον ερμηνευτή την εξιδανίκευση, υπογράμμιση κάποιων σημείων και την απόκρυψη άλλων και την αποφυγή συμπεριφορών και εκφράσεων που μπορεί να αλλοιώσουν την εκφραστική συνοχή του ρόλου.⁵⁶¹

Με άλλα λόγια η πραγμάτωση ενός ρόλου σημαίνει τη θεαματικοποίηση μιας δραστηριότητας, με την έννοια της αντικειμενοποίησης μιας πράξης ως μιας σκηνοθετημένης στις λεπτομέρειες, στις χειρονομίες της πράξης, η οποία προσφέρεται ως θέαμα, ως υλικό θέασης, πρόσληψης, ως εντύπωση στους άλλους. Η ίδια δραστηριότητα δεν βιώνεται τόσο από το άτομο αλλά μάλλον εκτελείται ως ρόλος, ως καθήκον, το οποίο αναπαριστώμενο σε συγκεκριμένες νόρμες συμπεριφοράς, συναισθηματικές εκφράσεις και γλωσσικά σημεία αφαιρείται από την ίδια την πράξη ως βιωματική εμπειρία και ανάγεται σε μια εικόνα, σε ένα οργανωμένο σύνολο εντυπώσεων. Αυτή η εικόνα, η αναπαράσταση της δραστηριότητας μεσολαβεί τη σχέση του ερμηνευτή με το

⁵⁶¹ E.Goffman, *Η παρουσίαση του εαυτού στην καθημερινή ζωή*, όπ.π., σελ.120.

κοινό του και με αυτόν τον τρόπο ο ερμηνευτής μπορεί και ταυτοποιείται, εκλαμβάνεται από τους άλλους όχι ως ερμηνευτής, ως «ηθοποιός» αλλά ως ο χαρακτήρας που ενσαρκώνει.

Ο Goffman κάνει λόγο για τον εαυτό-ως-χαρακτήρα, δηλαδή για την ταύτιση του εαυτού του ερμηνευτή με τον χαρακτήρα που υποδύεται αλλά επισημαίνει την ίδια στιγμή ότι αυτός ο εαυτός που αποδίδεται στον χαρακτήρα είναι προϊόν της δραματικής σκηνής και όχι το αίτιό της.⁵⁶² Ο Goffman προβαίνει αφενός στη διαπίστωση της ταύτισης του ατόμου με το ρόλο του, αφετέρου διατηρεί ως προϋπόθεση τη διάκριση μεταξύ ανθρώπινου εαυτού, ο οποίος διακρίνεται από την ψυχική του ενέργεια και τις μεταπτώσεις της διάθεσής του, και τον κοινωνικοποιημένο χαρακτήρα του ρόλου. Στη κοινωνία, όμως, του θεάματος όπου οι εικόνες διαμεσολαβούν όχι μόνο τις κοινωνικές σχέσεις αλλά και την αυτοαντίληψη των υποκειμένων, τη συνειδήσή τους, ο εαυτός-ως-χαρακτήρας μπορεί να είναι το αίτιο μιας σκηνής, με την έννοια της επιθυμίας του ατόμου να αναπαράγει ενσυνείδητα μια σκηνή προκειμένου να ταυτοποιηθεί ως «καταναλωτής». Το παίξιμο ενός ρόλου δεν παύει να είναι μια εμπειρία καθοριστική για το ίδιο το άτομο.⁵⁶³ Η αφομοίωση εικόνων –που αρμόζουν και στοιχειοθετούν το ρόλο- η εκμάθηση συμπεριφορών, στάσεων του σώματος, η επένδυση στην εξωτερική εμφάνιση, η υιοθέτηση του απαιτούμενου λεξιλογίου, η επεξεργασία και η άρθρωση συναισθημάτων και επιθυμιών, όλα αυτά συνιστούν μια διαδικασία όχι απλά προσοντοποίησης για τη διεκπεραίωση ενός ρόλου αλλά και μια εκγύμναση, μια συνολική κοινωνική ορθοπεδική της χαρακτηροδομής και διευθέτηση των ενορμήσεων του ατόμου. Η διαδικασία της ταυτοποίησης σημαίνει υποκειμενικοποίηση, δηλαδή προσαρμογή, σωματικό και ψυχοδιανοητικό ντρεσάρισμα σε ένα τρόπο ζωής.

Στη συνθήκη του 'The Mall Athens' μια δραστηριότητα, μια εμπειρία που αντικειμενικοποιείται, δηλαδή αφαιρείται στο επίπεδο της εικόνας είναι η βόλτα. Αυτό που αφαιρείται από τη βόλτα είναι το βίωμα της περιπλάνησης.⁵⁶⁴ Η βόλτα ως περιπλάνηση στον αστικό χώρο συνιστά ένα βίωμα τόσο αισθητικό

⁵⁶² E.Goffman, *Η παρουσίαση του εαυτού στην καθημερινή ζωή*, ό.π., σελ.310.

⁵⁶³ R.Vaneigem, *Η επανάσταση της καθημερινής ζωής*, ό.π., σελ.162.

⁵⁶⁴ Βλ σχετικά με την έννοια και την εμπειρία της περιπλάνησης Στ.Σταυρίδης, *Διαφήμιση και το νόημα του χώρου*, ό.π., σελ.183-193. Παραθέτουμε μια πυκνή περιγραφή της περιπλάνησης (σελ.183): «Η περιπλάνηση σαν να συναρμολογεί από τις εικόνες της πόλης ιστορίες που η καθημερινή κίνηση συντρίβει. Ο χρόνος της, ο ρυθμός της, της επιτρέπει να βρει στο χώρο το ρυθμό και το χρόνο μιας αφήγησης, ενός ολόκληρου κόσμου αφηγήσεων που διασταυρώνονται σε μια λαβυρινθώδη πλέξη».

όσο και κοινωνικοπολιτικό. Ο πλάνης Ch.Baudelaire, οι περιπέτειες, οι βιωματικές ποιητικές περιπλανήσεις των υπερρεαλιστών, της γενιάς των μιπ και οι αστικές περιπλανήσεις των καταστασιακών ανέδειξαν τη βόλτα ως μια περιπλάνηση, μια μετάβαση σε διαφορετικές αστικές ζώνες και συναισθηματικές ατμόσφαιρες. Η περιπλάνηση προτάθηκε και βιώθηκε ως μια εμπειρία αισθητικής απόλαυσης, ως μέσο μελέτης των συναισθηματικών επιδράσεων του αστικού περιβάλλοντος στον άνθρωπο (ψυχογεωγραφία) και ως πεδίο, εργαλείο κοινωνικής και πολιτικής κριτικής (κριτική της αρχιτεκτονικής, της πολεοδομίας, του φετιχισμού του εμπορεύματος, του κοινωνικού αποκλεισμού, της κρατικής εξουσίας, του βιομηχανικού καπιταλισμού, των κοινωνικών ανισοτήτων).⁵⁶⁵ Η βόλτα ως περιπλάνηση συνιστά ένα βίωμα, ένα πρόταγμα, ένα πρότυπο αστικής εμπειρίας και κατανόησης του αστικού περιβάλλοντος και της καθημερινής ζωής στο σύγχρονο κόσμο.

Η βόλτα ανάγεται σε αναπαράσταση αρχικά από το γεγονός ότι η βόλτα στο καθαρό περιβάλλον του 'The Mall Athens' απομονώνεται από το αστικό περιβάλλον. Η υλική κοινωνική πραγματικότητα του αστικού χώρου μένει απέξω από το 'The Mall Athens'. Η βόλτα, λοιπόν, δεν αποτελεί ένα διάλογο με την αστική κοινωνική συνθήκη –η οποία εμπεριέχει από την αρχιτεκτονική, την πολεοδομία του δομημένου υλικού περιβάλλοντος μέχρι τις κοινωνικές σχέσεις– αλλά ανάγεται σε μια αναπαράσταση της δραστηριότητας του περπατήματος εν μέσω εμπορευμάτων, εικόνων και παρατηρησιακών βλεμμάτων.

Η βόλτα γίνεται αναπαράσταση του βαδίζει με την έννοια ότι σκηνοθετείται συνειδητά και ασυνειδητά από τα άτομα και προτείνεται ως ένα θέαμα το οποίο πιστοποιεί το άτομο ως «καταναλωτή». Το άτομο που βρίσκεται και κυκλοφορεί στο 'The Mall Athens' ερμηνεύει το ρόλο του καταναλωτή, ταυτοποιείται ως τέτοιος με τη μεσολάβηση της εικόνας/αναπαράστασης που συγκροτεί ο/η ίδιος-α. Η επένδυση στο συμβολικό του εξοπλισμό, όπως η

⁵⁶⁵ G.Debord, «Εισαγωγή σε μια κριτική της αστικής γεωγραφίας», στο *Το αισθητικό και το πολιτικό-Ανθολογία κειμένων από την Cobra στην Καταστασιακή Διεθνή*, μετ.Π.Τσαχαγιάς-Ν.Β.Αλεξίου Ελευθέρος τύπος, Αθήνα 1996, σελ.58. Ο G.Debord αναφέρει σχετικά με τον όρο της ψυχογεωγραφίας: «Η ψυχογεωγραφία θα μπορούσε να αναλάβει τη μελέτη της επενέργειας των συγκεκριμένων νόμων και αποτελεσμάτων του γεωγραφικού περιβάλλοντος, διευθετημένου συνειδητά ή όχι, πάνω στη συναισθηματική συμπεριφορά των ανθρώπων». Και σε άλλο σημείο της Ανθολογίας (σελ.95) δίνεται από την καταστασιακή διεθνή ο ορισμός της «περιπλάνησης» ως εξής: «Περιπλάνηση: πειραματικός τρόπος συμπεριφοράς που συνδέεται με τις συνθήκες της αστακής κοινωνίας - τεχνική του βιαστικού περάσματος μέσα από ποικίλες ατμόσφαιρες. Λέγεται επίσης, ειδικότερα, για να προσδιορίσει τη διάρκεια μιας συνεχούς άσκησης αυτής της εμπειρίας.»

προσεγμένη εξωτερική εμφάνιση, το κουβάλημα σακουλών που λειτουργούν ως σημεία-ενδείξεις του στιλ και η υιοθέτηση προτύπων αρμόζουσας, ευπρεπούς συμπεριφοράς (διατήρηση των αποστάσεων, συγκράτηση της αυθορμησίας) ανάγουν τη βόλτα εντός του χώρου ως ένα δρώμενο μέσα από το οποίο το άτομο ταυτοποιείται ως μέρος του «καλού κόσμου». Το άτομο που βαδίζει μέσα στο χώρο ανάγει τη βόλτα σε μια πρακτική προβολής της εικόνας του ως καταναλωτή. Η παρουσία αναγόμενη στα σημεία της ένδυσης, της συμπεριφοράς, καθίσταται εικόνα, αναπαράσταση μέσω της οποίας το άτομο (αυτό)αναγνωρίζεται, πιστοποιείται ως μέρος αυτού του μικρόκοσμου.

2.4. Μια «ελιτίστικη» κριτική της «μαζοποίησης»

Κάποιοι επισκέπτες του εμπορικού κέντρου αναφέρονται στο φαινόμενο της μαζοποίησης και της τυποποίησης που προωθεί η συνθήκη του χώρου του ‘The Mall’. Παραθέτουμε χαρακτηριστικά αποσπάσματα:

«Τα events που κάνουνε που και που, ειδικά κάποια μαγαζιά ‘Fnac’ ας πούμε, τα atmospherics τα Χριστούγεννα...μπορεί όμως και να είναι αρνητικό αυτό για μένα προσωπικά. Ξέρεις τα λαγουνδάκια και τέτοια. Για τους γονείς και τα παιδιά μπορεί να είναι καλό αυτό αλλά για μένα καμιά φορά ίσως να είναι αρνητικό. Δηλαδή ψωνίστε ψωνίστε, αμερικανιά, υπερκαταναλωτισμός. Και με απωθεί καμιά φορά. Μαζοποίηση. Το ‘The Mall’ μου βγάζει πια κάτι ξένο. Δεν θα είναι η πρώτη μου προτίμηση, ενώ παλιά ήτανε. Πάω και δεν νιώθω άνετα. Παλιά ένιωθα ότι είναι καινούριο, να δω τι μαγαζιά υπάρχουνε, να ψωνίσω εδώ, εκεί. Τώρα θα πάω να ψωνίσω σε συγκεκριμένα μαγαζιά για συγκεκριμένο λόγο. Πριν χάξευα, έχανα πιο πολλή ώρα. Αυτό το απρόσωπο, ελάτε όλοι και ψωνίστε στο ‘The Mall’, η μάζα. Δεν μπορώ αυτή τη μαζοποίηση.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 22 ετών, κάτοικος Παράδεισου Αμαρουσίου)

«Μπαρ του ίδιου βεληνεκούς... σαν να σε αναγκάζουν να κινηθείς στα πλαίσιά τους, δηλαδή δεν υπάρχει κάτι ξεχωριστό, όλοι ίδιοι. Μπορούμε να το δούμε και στο δρόμο, αλλά πιο πολύ εκεί. Και τα παιδιά ντύνονται με τον ίδιο ακριβώς τρόπο. Βοηθάει και το ‘The Mall’ γιατί πολύ απλά στο ‘The Mall’ πάει πάρα πολύς κόσμος,

πηγαίνουνε πάρα πολλά παιδιά Παρασκευή, Σάββατο, Κυριακή και ο ένας επηρεάζει τον άλλο. Βοηθάει το 'The Mall' στην παγκοσμιοποίηση και στην κακή έννοια της παγκοσμιοποίησης, στην τυποποίηση δηλαδή. [...] Τυποποιημένο εντελώς, τίποτα ιδιαίτερο, ξεχωριστό. Επίτηδες έχει γίνει αυτό το πράγμα για να...σαν να αλλοιώνει την προσωπικότητα των ανθρώπων. Θέλει επίτηδες όλοι οι άνθρωποι να κυμαίνονται στο ίδιο μήκος κύματος. Δεν έχει κάτι να σου προσφέρει. Δηλαδή πας σε ένα νησί βλέπεις τα σοκάκια, το μαγαζάκι το γραφικό το μικρούλι...» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 20 ετών, κάτοικος Ν.Κηφισιάς)

«Είναι φτιαγμένο για μάζες.[...]Για ρούχα, παπούτσια, δώρα για φίλους δεν θα πάω στο 'The Mall'. Θέλω να ψαχτώ, δηλαδή θέλω να περπατήσω σε μια γειτονιά που ξέρω ότι έχει μαγαζιά για παράδειγμα η Περικλέους κάτω στο Σύνταγμα ή δρομάκια πλησίον της Ερμού, Κολωνάκι.[...]Τα περισσότερα μαγαζιά στο 'The Mall' είναι κρεμάστρες, κρεμάστρες, κρεμάστρες μέχρι το βάθος, μία στο βάθος εκεί πέρα μιλάει στο τηλέφωνο ή μιλάει με τη φίλη της. Μπαίνεις λοιπόν εσύ μέσα και λίγο χάνεσαι. [...] Σπάνια έχω μπει, όχι σπάνια, καθόλου ποτέ. Ποτέ δεν μου έχει τύχει στο 'The Mall' αυτό που μου συμβαίνει στο Κολωνάκι σε κάποια μαγαζιά που πηγαίνω. Έρχεται σου μιλάει, μιλάτε. Είναι μια αξιοπρεπέστατη παρουσία εκεί η πωλήτρια.[...] Και ο κόσμος που θα πάει στο 'The Mall' είναι κόσμος που θα πάει γενικά στα 'Village' για να δει έργο ή θα πάει...είναι κόσμος που την Κυριακή παίρνει την οικογένεια και πάνε σε μια οικογενειακή ταβέρνα στην Πάρνηθα. Τρώνε κοψιδάκια ή κόσμος που μένει βόρεια προάστια και ο μπαμπάς έχει Cherokee και η μαμά οδηγεί ένα Golf. Θα δεις και αυτή τη γκάμα ανθρώπων εκεί πέρα. Αλλά δεν θα δεις ανθρώπους που μένουν Εξάρχεια, που μένουν συνειδητά Εξάρχεια ή που μένουν συνειδητά στο Γκάζι ή μένουν στην Πλάκα.[...] Γενικά πιστεύω ότι ο κόσμος που πάει στο 'The Mall' είναι γενικά σε ένα μεγάλο ποσοστό ο κόσμος που βλέπει τηλεόραση, που διαβάζει περιοδικά μαζικά, που πάει σε κέντρα που έχουν μαζική προσέλευση κόσμου τη νύχτα, mainstream bars ή μεγάλες πίστες ή

ο,τιδήποτε αφορά το μαζικό καταναλωτισμό. [...] Μόλις άκουσα ότι άνοιξε το ‘The Mall’ είπα ‘Α! άντε γίναμε Αμερική’.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 38 ετών, κάτοικος Γαλατσίου)

«Βιομηχανοποιημένο είναι το κλίμα εκεί. Δηλαδή το φτιάξανε για να ψωνίζεις και είμαι σε μια ηλικία που μπορώ να το καταλάβω αυτό. Βιομηχανοποιημένο, είναι το fast-food των ψώνων, του καταναλωτισμού. Είναι fast-food όλο αυτό σαν concept, απλά εγώ δεν μπορώ να το κάνω fast, το κάνω slow.[...] Ίσως το ‘The Mall’ να είναι για παιδιά 15-17 χρονών, ίσως αυτά τα παιδιά να προετοιμάζει για κάτι, δηλαδή ίσως να τα εκπαιδεύει για κάτι. Το ότι παντού υπάρχει κάτι που να λέει ‘ψώνισε, ψώνισε, πήγαινε σε μέρη που είναι όλα μαζί’. Δεν θα πας να βρεις το συγκεκριμένο μπαράκι που είναι στο Λαγονήσι, σε μια παραλία. Θ πας εκεί που είναι όλα. Θα κάνεις και το ένα και το άλλο. Ίσως να θέλουν ενδόμυχα να σε πάρει λίγο η μπάλα να αγοράσεις ουσιαστικά πράγματα.[...] Παρατηρώντας το ‘The Mall’ είναι κάτι καινούριο, ένα μοτίβο που μπαίνει στην Ελλάδα, κάτι παρόμοιο είναι και η Αττική Οδός. Και η Αττική Οδός σε σχέση με το ‘The Mall’ είναι ένα one way street[...]όλα οδηγούν προς ένα συγκεκριμένο σημείο, στόχο, σκοπό, ο,τιδήποτε.[...]Προσπαθούνε να μαζέψουν το κοπάδι προς ένα συγκεκριμένο σημείο για να φτάσει κάπου. Δεν μπορώ να σου πω που μπορεί να φτάσουμε, αλλά σίγουρα κάτι μας καλλιεργείται σιγά σιγά. Προσπαθούν να μας εκπαιδεύσουν κάπως.[...]Οπότε η νέα γενιά είναι που ταιριάζει σε όλο αυτό το σκεπτικό το one way street, που η νέα γενιά μαθαίνει να πηγαίνει προς εκείνη την κατεύθυνση, γιατί αυτή βλέπει από μικρή. Οπότε σου λέει ‘που θα πάω; Εκεί θα πάω τώρα’, ‘που θα πάω να ψωνίσω; Στο The Mall θα πάω’. ‘Θα τρέχω τώρα στο μαγαζάκι, που δεν ξέρουν και που δεν θα έχουν. Όχι θέλω το τάδε και θα πάω στο ‘The Mall’ που το ξέρουνε.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 28 ετών, κάτοικος Βριλησίων)

Η κριτική αυτή στη μαζοποίηση εκκινεί από μια ελιτίστικη θέση, η οποία δεν βλέπει στη συνθήκη αυτή της μαζοποίησης και της τυποποίησης την απουσία της ιδιαιτερότητας, της αστικής ετερογένειας, των κοινωνικών αντιθέσεων, της ιστορικής

γεγονότητας. Η κριτική αυτή στον κομπορμισμό έχει ως αφετηρία την αναζήτηση διακριτικών, ταυτοποιητικών κοινωνικών χώρων και εμπειριών. Είναι χαρακτηριστικό ότι ο πρώτος επισκέπτης με την έννοια της μαζοποίησης αναφέρεται στην σταδιακή απόλεια της αποκλειστικότητας του εμπορικού χώρου. Λέει χαρακτηριστικά:

«Πως πας σε ένα μαγαζί και λες είναι μάρκα, νομίζω ότι το ‘The Mall’ είναι σαν brand από μόνο του, μια ισχύ. Το Golden Hall ακόμα περισσότερο πιστεύω είναι πιο exclusive, σε κάνει να νιώθεις πιο ισχυρός. Το ‘The Mall’ έχει γίνει λίγο mainstream.[...] Έγινε πολύ κέντρο το ‘The Mall’. Επειδή πάει πολύ κόσμος και έχεις το άγχος ‘θα το βρω τώρα’ ή πας και τα βλέπεις ανακατεμένα τα μαγαζιά. [...] Εντάξει είναι και λίγο ψωνίστικο αλλά μαζεύεται κόσμος ό,τι να είναι και με τσάντιζε λίγο αυτό. Όχι ότι έχω ψώνιο αλλά μερικές φορές λες πάω κάπου και θέλω να είναι έτσι.[...] Τώρα πάει κόσμος όλων των κατηγοριών, παλιότερα έβλεπες και διάσημους και τέτοια. Τώρα βλέπεις από όλα τα είδη. Το Σάββατο βλέπεις πιο προσεγμένο κόσμο.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 22 ετών, κάτοικος Παράδεισου Αμαρουσίου)

Απέναντι στη μαζοποίηση και την τυποποίηση του χώρου και των αναφορών του εμπορικού κέντρου τίθενται η γραφικότητα του νησιού, του κέντρου της πόλης και μια στιλίστικου-εναλλακτικού τύπου φυσιογνωμία κάποιων περιοχών, όπως το Γκάζι, η Πλάκα και τα Εξάρχεια:

«Το ‘The Mall’ νιώθω ότι δεν είναι κοντά στα ελληνικά πρότυπα γενικώς. Αυτό το πατρίδα που θα νιώσεις στο Μοναστηράκι, Ερμού και τέτοια. Είναι λίγο πιο αμερικανιά. Το ‘The Mall’ είναι λίγο βιομηχανοποιημένα τα πάντα σε αυτό. Εντάξει δεν είμαι αρνητική, είναι λίγο πιο αποστερωμένο το ‘The Mall’, εξυπηρετεί κάποιους σκοπούς. Θα πας να βρεις αυτό, αλλά είναι λίγο ρομποτάκι, πας του-του, βήμα πρώτο, μπρος πίσω, μπαίνεις βγαίνεις, ενώ τα άλλα έχουν πιο πολύ ψυχή, πιο πολύ συναίσθημα, έχεις πιο πολλά ερεθίσματα της πατρίδας από τη λατέρνα, το λαχειοπώλη. Στο ‘The Mall’ τι να σκάσει λατέρνα, άμα σκάσει θα είναι για κάποιο event. Είναι λίγο πιο trendy το ‘The Mall’.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 28 ετών, κάτοικος Βριλησίων)

«Το ‘The Mall’ σου καλύπτει τις ανάγκες να περάσω τη μέρα μου όλη, να ψωνίσω, να κάνω μια βόλτα που σίγουρα θα κάνω βόλτα για να δω βιτρίνες και κόσμο και όχι για να δω την Αθήνα, μια άλλη ομορφιά, μια άλλη γραφικότητα. Δεν θα δω τοπία, θα δω μόνο βιτρίνες.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 26 ετών, κάτοικος Θρακομακεδόνων)

Πρέπει να σημειώσουμε ότι η περίπτωση των Εξαρχείων διαφοροποιείται από αυτές της Πλάκας και του Γκαζιού, καθώς παρά τις σταδιακές στο χρόνο αλλαγές που παρατηρούνται στη σύνθεση των κατοίκων και στις χρήσεις της περιοχής των Εξαρχείων, η περιοχή αυτή διατηρεί ακόμα έντονα τον πολιτικό και κοινωνικό-συγκρουσιακό χαρακτήρα της.

Το περιεχόμενο και η ελιτίστικη υφή αυτής της κριτικής αναδεικνύεται και από το ότι οι επισκέπτες που την ασκούν σημασιοδοτούν ταυτόχρονα το κέντρο της πόλης ως επίφοβο. Επίσης αντιλαμβάνονται την ενδεχομενικότητα και την πυκνότητα των αναπαραστάσεων και των γεγονότων που χαρακτηρίζουν ένα αστικό κέντρο με όρους επικινδυνότητας, ανασφάλειας, έντασης του άγχους. Με άλλα λόγια η αστική ετερογένεια, οι κοινωνικές συγκρούσεις και ανισότητες, εν ολίγοις η ιστορική κίνηση όπως αυτή εκδιπλώνεται και εγγράφεται στον αστικό χώρο του μητροπολιτικού κέντρου δεν ανάγεται σε εργαλείο κριτικής της συνθήκης της μαζοποίησης του εμπορικού πολυχώρου. Είναι ενδεικτικό ότι από όλους τους επισκέπτες με τους οποίους συζητήσαμε μόνο δύο νεαροί επισκέπτες έθεσαν το ζήτημα του περιορισμού της αστικής κοινωνικής αντίληψης και συνείδησης που μπορεί να συνεπάγεται η εμπειρία τέτοιων μονωμένων, εμπορικών περιβαλλόντων:

«Στο κέντρο μπορείς να δεις πολλούς διαφορετικούς ανθρώπους, μετανάστες, πολλά στιλ ατόμων, να δεις διάφορα δρώμενα στο δρόμο, να δεις πως κινείται η καθημερινή ζωή της πόλης.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 24 ετών, κάτοικος Κηφισιάς)

«Στο ‘The Mall’ είναι σαν να ζεις εκεί, εξυπηρετείς τις κοινωνικές σου ανάγκες μέσα σε αυτά τα στενά πλαίσια. Δεν είναι κοινωνία, δεν τη ζεις ευρύτερα να πας και στο Κουκάκι, στην Πλάκα, στα Εξάρχεια, να δεις διαφορετικότητα, όπως είναι πραγματικά, αλλά πας στο ‘The Mall’ βλέπεις το ίδιο στιλ παιδιών και αυτό.

Ερώτηση: Τί θεωρείς ότι αφήνει έξω το ‘The Mall’;

Απάντηση: Είναι ο ίδιος ο κόσμος, το ίδιο το περιβάλλον το εξωτερικό. Οι συνθήκες μένουν σταθερές, οπότε και η συμπεριφορά σου είναι παρόμοια, δηλαδή δεν σε αφήνει να κινηθείς αλλιώς και επειδή είναι το ίδιο περιβάλλον και στο φυσικό...στο κάθε τοπικό περιβάλλον προσαρμόζεσαι και με τους ανθρώπους και με τη συμπεριφορά. Στο 'The Mall' είναι προδιαγεγραμμένη η συμπεριφορά σου και τι θα κάνεις και που θα πας. Αυτό εννοώ κλειστά όρια της κοινωνικής συμπεριφοράς. Θα πας στο 'The Mall' να ψωνίσεις, να φας, να πιείς και να δεις σινεμά. Ένας συνδυασμός ή και των τεσσάρων ή κάποιων από αυτά τα τέσσερα στοιχεία. Είναι σίγουρο ότι θα μπεις, να κάνεις μόνο αυτό και θα φύγεις. Είναι σίγουρο που θα πας βόλτα, έχεις τους τρεις ορόφους επιλογή, που θα κάνεις δύο κύκλους. Εντάξει κάποιος μπορεί να κάνει ένα, δύο, τρεις ή και κανένα αλλά αυτές είναι οι δυνατότητες που είναι προδιαγεγραμμένες. Και μπορείς να κάνεις μόνο αυτό απλά το συνδυάζεις εναλλακτικά. Άρα δεν είναι πλήρης η ελευθερία από την άποψη ότι ενώ φαίνεται να έχει τόσες πολλές επιλογές μαζί συγκεντρωμένες τελικά είναι πολύ συγκεκριμένες οι επιλογές σου. Δεν είναι τόσες πολλές όσες φαίνονται.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

3. Χώρος και ορατότητα

Οι κοινωνικές σχέσεις και η εμπειρία παράγουν χώρο μέσα από διαδικασίες νοηματοδότησης και υλικού μετασχηματισμού. Οι κοινωνικές σχέσεις εκτυλίσσονται εντός του κοινωνικού χώρου που θεσμίζει η εκάστοτε ιστορική κοινωνία. Η ορατότητα ως μια βασική διάσταση της συνθήκης του κοινωνικού χώρου διαμορφώνει σε μεγάλο βαθμό την εμπειρία των ατόμων εντός του κοινωνικού χώρου (και χρόνου).

Η ορατότητα είναι αυτή η ιδιότητα που καθιστά πρόσωπα, αντικείμενα, γεγονότα, χώρους εμφανή ως δεδομένα αισθητηριακής πρόσληψης, ορατά και με την ευρύτερη έννοια γνωστά. Η υφή αυτής της ιδιότητας καθορίζεται κάθε φορά από την κοινωνική συνθήκη στην οποία ενεργοποιείται και από τον τρόπο διαχείρισής της. Θα εξετάσουμε το πώς σε διαφορετικές κοινωνικές συνθήκες και κοινωνικούς χώρους

μπορεί να εφαρμόζονται διαφορετικές μορφές ορατότητας και τις συνέπειες αυτών στις κοινωνικές σχέσεις και την εμπειρία των υποκειμένων.

Ο J.B.Thompson συγκροτεί ένα αναλυτικό πλαίσιο για τις μορφές κοινωνικής αλληλόδρασης και διαμορφώνει μια τυπολογία τριών ειδών αλληλόδρασης, την «πρόσωπο-με-πρόσωπο αλληλόδραση», τη «διαμεσολαβημένη αλληλόδραση» και τη «διαμεσολαβημένη οιονεί αλληλόδραση».⁵⁶⁶

Η συνθήκη της «πρόσωπο-με-πρόσωπο αλληλόδρασης» εντοπίζεται σε ένα συγκεκριμένο τόπο, όπου τα κοινωνικά άτομα βιώνουν την καθημερινή τους ζωή και τις επαφές τους με τους άλλους σε ένα πλαίσιο συμπαρουσίας. Ο άλλος είναι άμεσα ορατός, απτός και η αλληλεπίδραση μαζί του συνίσταται στην ομιλία, στο δημόσιο διάλογο και στην ανταλλαγή συμβολικών λεκτικών και μη στοιχείων εντός αυτής της συνθήκης της άμεσης, ορατής συμπαρουσίας τους.⁵⁶⁷

Η διαμεσολαβημένη αλληλόδραση όπως αυτή πραγματοποιείται με την αλληλογραφία και τις τηλεφωνικές συνομιλίες αποσύνδεσε την επικοινωνία μεταξύ των ατόμων από τα φυσικά χωροχρονικά πλαίσια επιφέροντας και αλλαγές στον τρόπο αλληλόδρασης καθώς και στο συμβολικό υλικό της επικοινωνιακής ανταλλαγής. Η «διαμεσολαβημένη οιονεί αλληλόδραση» αφορά τις κοινωνικές σχέσεις έτσι όπως διαμορφώθηκαν από τα νέα μέσα μαζικής επικοινωνίας.

Η ανάπτυξη των μέσων επικοινωνίας (ραδιόφωνο, βιβλία, εφημερίδες, τηλεόραση) επέφεραν την αποσύνδεση της αλληλόδρασης και της επικοινωνίας από τα χωροχρονικά πλαίσια, καθώς οι άνθρωποι είχαν πια πρόσβαση σε γεγονότα και πληροφορίες από απομακρυσμένους από αυτούς τόπους και συνάμα οι αναφορές τους δεν περιοριζόταν στο συμβολικό υλικό που χρησιμοποιούνταν στις πρόσωπο με πρόσωπο επαφές και στη γενομένη των άμεσα αντιληπτών χωροχρονικών τους πλαισίων. Με τα νέα μέσα οι άνθρωποι αποκτούσαν οπτική και ηχητική πρόσβαση σε συμβολικά περιεχόμενα και περιβάλλοντα απομακρυσμένα από αυτούς. Ο Thompson κάνει λόγο για τη διαδικασία της «χωροχρονικής διαπόλωσης» που ενεργοποίησε η τηλεοπτικά διαμεσολαβημένη αλληλόδραση. Η «χωροχρονική διαπόλωση» συνίσταται στη διαπραγμάτευση από τη μεριά του δέκτη των διαφορετικών χωροχρονικών πλαισίων, δηλαδή των πόλων-πλαισίων της παραγωγής των πληροφοριών και εικόνων,

⁵⁶⁶ J.B.Thompson, *Νεωτερικότητα και μέσα επικοινωνίας*, ό.π., σελ.145-154.

⁵⁶⁷ J.B.Thompson, *Νεωτερικότητα και μέσα επικοινωνίας*, ό.π., σελ.145-6.

του ίδιου του τηλεοπτικού μηνύματος και των χωροχρονικών συντεταγμένων του δέκτη.⁵⁶⁸

Η ορατότητα των άλλων, των γεγονότων, των κοινωνικών επαφών διευρύνθηκε καθιστώντας με τα νέα μέσα επικοινωνίας ορατά, γνωστά διαφορετικά χωροχρονικά πλαίσια και τα συμβολικά τους περιεχόμενα. Η διαχείριση της ορατότητας από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας μετασχημάτισε τη δομή της δημοσιότητας και με αυτόν τον τρόπο την εμπειρία του κοινωνικού για τα άτομα.⁵⁶⁹ Η μονόδρομη διαχείριση της ορατότητας από τα μέντια ήρθε να εδραιώσει μια μορφή διαμεσολαβημένης εμπειρίας των ατόμων με τον κοινωνικό κόσμο όχι μόνο απομακρυσμένων χωρικά και χρονικά πλαισίων αναφοράς αλλά και των φυσικά άμεσων πλαισίων της καθημερινής τους ζωής.

Οι μετασχηματισμοί αυτοί της κοινωνικής αλληλόδρασης δεν επήλθαν με ένα αιτιώδη, προφανή και ντετερμινιστικό τρόπο από την ανάπτυξη των μέσων επικοινωνίας. Με άλλα λόγια ο κοινωνικός χώρος της διαμεσολαβημένης δημοσιότητας και εμπειρίας δεν συνιστά ιστορικό παράγωγο μιας επικοινωνιακής τεχνολογίας, αλλά ένα σύνθετο ιστορικό αποτέλεσμα των κοινωνικών πρακτικών, επιλογών πολιτικής δράσης, οικονομικών επιδιώξεων, πολιτισμικών νοηματοδοτήσεων, προσανατολισμών στην ανάπτυξη της τεχνολογίας και στη συγκεκριμένη –κοινωνικά σημασιοδοτημένη και νομιμοποιημένη- χρήση αυτής.

Η ανάλυση του J.Habermas για την αλλαγή δομής της δημοσιότητας της αστικής σφαίρας κατά τον 18^ο και 19^ο αιώνα όπως εγγράφηκε στον κύριο τότε θεσμό της τον Τύπο αναδεικνύει ακριβώς τη σύνθεση αυτή των πολιτικών και πολιτειακών αλλαγών (εδραίωση του αστικού κράτους δικαίου), των οικονομικών και πολιτικών επιδιώξεων (ο τύπος ως εμπορική επιχείρηση και μέσο κομματικής και πολιτικής προπαγάνδας), των τεχνολογικών αλλαγών (εισαγωγή πιεστηρίων με δυνατότητες μαζικής παραγωγής, τηλεγράφοι, τηλέφωνο, ραδιοφωνία) και κοινωνικοπολιτικών νοηματοδοτήσεων (άδειασμα των πυρήνων της αστικής δημοσιότητας και αναζήτηση πρόσβασης σε πολιτικά αξιώματα και στα Μ.Μ.Ε για την προώθηση πολιτικών και οικονομικών συμφερόντων).⁵⁷⁰

⁵⁶⁸ J.B.Thompson, *Νεωτερικότητα και μέσα επικοινωνίας*, όπ.π, σελ.163.

⁵⁶⁹ J.B.Thompson, *Νεωτερικότητα και μέσα επικοινωνίας*, όπ.π., σελ.210-224 κεφ.: «Κοινό δίχως χώρο: η ανάδυση της διαμεσολαβημένης δημοσιότητας».

⁵⁷⁰ J.Habermas, *Αλλαγή δομής της δημοσιότητας*, μετ.Λ.Αναγνώστου, Νήσος, Αθήνα 1997, σελ.266-270. Σταχυολογούμε ενδεικτικές φράσεις του Habermas: «Ο διαλογιζόμενος Τύπος αρχίζει να απαλλάσσεται από την πίεση του φρονήματος μόνο με την εγκαθίδρυση του αστικού κράτους δικαίου και τη νομιμοποίηση της πολιτικά λειτουργούσας δημοσιότητας» τώρα μπορεί να εγκαταλείψει τις

Το αναγνωστικό κοινό βρίσκει τις αναφορές του όχι πια στην άμεση αλληλόδραση σε ένα χώρο συμπαρουσίας αλλά σε προϊόντα τα οποία παράγονται πέρα και πάνω από το δημόσιο κοινωνικό του χώρο και τα οποία οικειοποιείται ως ένα σύνολο διαχωρισμένων και κοινωνικά απομακρυσμένων ατόμων. Το τηλεοπτικό κοινό αναδεικνύει λόγω της φύσης του μέσου ακόμα περισσότερο τη μονόδρομη, εξατομικευτική και διαμεσολαβημένη μορφή της σύγχρονης δημοσιότητας. Η ιδιωτική και μονόδρομη οικειοποίηση των πληροφοριών από το αναγνωστικό και τηλεοπτικό κοινό είναι δυνατόν να σχετικοποιηθεί ή και να αναιρεθεί όταν τα κοινωνικά άτομα μπορούν να συμπαρευρεθούν στο δημόσιο κοινωνικό χώρο και να αναστοχαστούν, να διαπραγματευτούν συλλογικά τα συμβολικά περιεχόμενα που διαχέονται από τα μέσα επικοινωνίας. Σε αυτή τη συνθήκη της άμεσης συμπαρουσίας και του κριτικού προβληματισμού γύρω από τις αναφορές των μέσων επιτυγχάνεται μια αλλαγή της δομής της δημοσιότητας, καθώς η μονόδρομη, διαμεσολαβημένη μορφή επικοινωνίας μεταστοιχειώνονται σε μια άμεση και αμοιβαία μορφή επικοινωνίας και κοινωνικής αλληλόδρασης η οποία μπορεί η ίδια από δέκτης-θεατής λόγου και εικόνας να γίνει παραγωγός και με αυτόν τον τρόπο ενεργός παράγοντας κοινωνικής δράσης.⁵⁷¹

Η μονοδρομικότητα σε αντίθεση με την αμοιβαιότητα είναι ένας τρόπος διαχείρισης της ορατότητας, της γνώσης και συγκρότησης της φαινομενικότητας από τη μεριά της εξουσίας. Η μονοδρομικότητα ακόμα και όταν μπορεί να γίνει αμφίδρομη και όχι αμοιβαία θέτει το άτομο ως αντικείμενο παρατήρησης, επιτήρησης. Το πανοπτικό μοντέλο της ορατότητας ασκείται μέσω ενός πανταχού παρόντος βλέμματος το οποίο στοχεύει, επισημαίνει, καταγράφει, επιτηρεί το υποκείμενο. Η εσωτερίκευση του άγρυπνου βλέμματος του φύλακα αναδεικνύει την ισχύ ενός βλέμματος που παρατηρεί, επιτηρεί και ρυθμίζει το αντικείμενό του, δηλαδή το άτομο. Αυτός που

επάλξεις της πολεμικής και αποβλέπει πλέον στους στόχους μιας εμπορικής επιχείρησης... Η μεγέθυνση και η τελειοποίηση του τεχνικού και του οργανωτικού μηχανισμού απαιτούσαν πλέον τη διεύρυνση της κεφαλαιϊκής βάσης, την ανάληψη μεγαλύτερων επιχειρηματικών κινδύνων και κατά ανάγκη τη διαμόρφωση μιας επιχειρηματικής πολιτικής σύμφωνα με τους κανόνες της οικονομικής των επιχειρήσεων... ο Τύπος, μέχρι τώρα θεσμός των ιδιωτών ως κοινού, γίνεται θεσμός ορισμένων μελών του κοινού ως ιδιωτών, δηλαδή πύλη εισβολής προνομοιακών ιδιωτικών συμφερόντων στη δημοσιότητα... Η τεχνική εξέλιξη στις τηλεπικοινωνίες (μετά τον τηλεγράφο και το τηλέφωνο ο ασύρματος τηλεγράφος, η ασύρματη τηλεφωνία και η ραδιοφωνία) επέτρεπε ή και επιτάχυνε την οργανωτική ενοποίηση και τις οικονομικές δικτυώσεις του Τύπου.»

⁵⁷¹ J. Baudrillard, *Ρέκβιεμ για τα μέσα επικοινωνίας*, όπ.π., σελ.22. Ο Baudrillard κάνει λόγο για την «αφαίρεση» που επιβάλλει ο μεντιακός λόγος ισχυριζόμενος ότι : «Τα μέσα επικοινωνίας είναι εκείνο που απαγορεύει για πάντα την απόκριση, εκείνο που κάνει αδύνατη κάθε διαδικασία ανταλλαγής (εκτός με τις μορφές προσποίησης της απόκρισης, που είναι όλες τους ενσωματωμένες μέσα στη διαδικασία με μετάδοση- πράγμα που δεν αλλάζει το παραμικρό στη μονομέρεια της επικοινωνίας). Εδώ βρίσκεται η αληθινή 'αφαίρεση' των μέσων. Και είναι πάνω σε τούτη ακριβώς την αφαίρεση που βασίζεται ολόκληρο το σύστημα του κοινωνικού ελέγχου και της εξουσίας.»

βρίσκεται υπό επιτήρηση ή αλλιώς αυτός που είναι ορατός είναι ο αδύναμος πόλος μιας ασύμμετρης εξουσιαστικής σχέσης.⁵⁷² Αυτός που παρατηρεί κατέχει το δικαίωμα, το προνόμιο να βλέπει το ορατό αντικείμενο, να συλλέγει πληροφορίες και να εφαρμόζει τη γνώση του πάνω σε αυτό το σώμα το οποίο καλείται να εναρμονιστεί με τις απαιτήσεις, τις εντολές, τις συμβουλές και τις νόρμες. Η μονόδρομη ορατότητα επιτρέπει την απόκτηση γνώσης και την εφαρμογή της με προσανατολισμό την παραγωγή πειθαρχίας.

Ακόμα και στην περίπτωση του μοντέλου του Συνοπτικού όπου φαινομενικά η ισχύς παρατήρησης, κύρωσης, αξιολόγησης παραδίδεται στο υποκείμενο-θεατή, οι πολλοί ως τηλεοπτικό κοινό ως σύνολο εξατομικευμένων, διαχωρισμένων ατόμων θεατών φαίνεται να παρατηρούν τον εαυτό τους στην οργανωμένη από το θέαμα φαινομενικότητα του σύγχρονου κόσμου.⁵⁷³

Για παράδειγμα στο θέαμα της εξουσίας όπως δινόταν κατά τις δημόσιες τελετές επιβεβαίωσης της βασιλικής ισχύος, -παρελάσεις, ταφές ανωτέρων, δημόσιες εκτελέσεις, εκφωνήσεις διαταγμάτων- οι υπήκοοι παρακολουθώντας το θέαμα αυτό επικύρωναν κατά κάποιο τρόπο την κοινωνική ιεραρχική δόμηση έτσι όπως αποτυπωνόταν και σε αυτό το «σκηνοθετημένο γεγονός».⁵⁷⁴ Η θέαση των ισχυρών λίγων από τους πολλούς υπηκόους νομιμοποιούσε στα μάτια και τη συνείδηση των από κάτω τη θεϊκή και ανώτερη προέλευση της βασιλικής εξουσίας και την δική τους υπήκοη καταστατική θέση. Με λίγα λόγια σε αυτό το θέαμα της εξουσίας, οι πολλοί υπήκοοι θεατές τοποθετούσαν τον εαυτό τους εντός της φαινομενικότητας που προωθούσε και σκηνοθετούσε η βασιλική εξουσία.

3.1. Εφαρμογή του πανοπτικού μοντέλου στο 'The Mall Athens'

Στην περίπτωση του 'The Mall Athens' έχουμε αφενός την εφαρμογή του πανοπτικού μοντέλου μέσω του ηλεκτρονικού συστήματος παρατήρησης και του προσωπικού ασφαλείας. Η οικονομία και η αποτελεσματικότητα του πανοπτικού μοντέλου έγκειται στην εσωτερίκευση του επιτηρητικού βλέμματος. Η κυκλοτερή αρχιτεκτονική διαρρύθμιση του χώρου, η σάρωση του χώρου στην καθολικότητά του από το

⁵⁷² Z.Bauman, *Freedom*, Open University Press, 1988, σελ.14-5.

⁵⁷³ Ν.Δεμερτζής, *Πολιτική επικοινωνία- διακινδύνευση, δημοσιότητα, διαδίκτυο*, ό.π., σελ.257. Ο Δεμερτζής βασίζεται στο έργο του Z.Bauman, *In search of politics*, παραθέτει τον ορισμό του Συνοπτικού ως το μοντέλο ορατότητας όπου «οι πολλοί (πολίτες-καταναλωτές) παρακολουθούν τους λίγους (πολιτικές δημοσιότητες)».

⁵⁷⁴ J.B.Thompson, *Νεωτερικότητα και μέσα επικοινωνίας*, ό.π., σελ.209.

κύκλωμα παρακολούθησης και η παρουσία των security καθιστούν σαφές ότι ο χώρος είναι διαρκώς υπό επιτήρηση. Η εσωτερίκευση του άγρυπνου βλέμματος της επιτήρησης επιτρέπει και τη διακριτική παρουσία των security, η οποία κρίνεται από τους περισσότερους επισκέπτες ως απαραίτητη ως τέτοια, δηλαδή συνεχής, καταστατική αλλά και διακριτική:

Ερώτηση: Ως προς τον τρόπος κίνησης θεωρείς ότι είναι ένας χώρος που μπορείς να κινηθείς ελεύθερα;

Απάντηση: Ναι να κινηθείς αλλά άμα θέλεις να φιληθείς με την κοπέλα σου πιο προσωπικά δεν γίνεται γιατί νιώθεις ότι έχεις κάμερες παντού και σε κοιτάνε όλοι σεκιούριτι και τέτοια. Αλλά αν θέλεις μόνο να κάνεις ψώνια είναι άνετοι οι διάδρομοι κι όταν έχει κόσμο περνώ μια χαρά. Αλλά ότι νιώθω ότι οποιαδήποτε στιγμή σε βλέπουν το νιώθω.

Ερώτηση: Αυτό πώς το βιώνεις; Σε τί μπορεί να σε περιορίσει;

Απάντηση: Με περιορίζει άμα θέλω να κάνω καμιά βλακεία, όχι να βεβηλώσω τα πράγματα αλλά έναν φίλο μου να τον πειράξω ή να με πειράξει αυτός ή αν είμαι με την κοπέλα μου να την πιάνω πιο αγκαλιά κι αυτά δεν νιώθω τόσο άνετα, όπως αν ήμασταν σε ένα φυσικό περιβάλλον. Γιατί εκεί είναι σαν ένα μαγαζί ολόκληρο σκεπασμένο και σαν να έχει κάμερες, δεν ξέρω...σαν κουτί που είσαι κάπου μέσα κλεισμένος, δεν είσαι σε φυσικό χώρο, σε δρόμο. Και επίσης εκεί μπορούν να σε βγάλουν έξω άμα θέλουν, ενώ στην Κηφισιά, στο Μαρούσι άμα είσαι στο δρόμο νιώθεις άνετα, κάνεις ό,τι θες δεν μπορεί να σου πει κανείς κάτι. Εκεί ελέγχεται από τη στιγμή που θα μπεις μέσα και έχουν δικαίωμα να σε βγάλουν έξω οι σεκιούριτι.

Ερώτηση: Έχεις δει κάποιο περιστατικό ή έχει συμβεί σε κάποιον γνωστό σου;

Απάντηση: Δεν ήταν γνωστοί μου αλλά είχα δει κάτι κοπέλες που ήταν επο καθόντουσαν κάτω και έτρωγαν, τους έδιωξαν από το 'The Mall' οι σεκιουριτάδες ή κάποιες κοπέλες μου είχαν πει ότι μια φίλη μου είχε πετάξει ποπ-κορν και την έβγαλαν από την αίθουσα. Όχι ότι το θεωρώ κακό που την έβγαλαν, δηλαδή άμα ενοχλούσε τους άλλους εντάξει λογικό μου φαίνεται.

Ερώτηση: Και αυτές οι κοπέλες που τρώγανε καθόταν κάτω στο πάτωμα;

Απάντηση: Ναι στο πάτωμα, ναι έτσι σαν στύλ είχαν βάλει τις τσάντες και καθόντουσαν. Και στο τρένο κάθονται μερικές φορές...παιδιά κυρίως.

Ερώτηση: Και τις έβγαλαν έξω;

Απάντηση: Ναι εντάξει...από ό,τι κατάλαβα τους είχαν κάνει πρώτα σύσταση αλλά αυτές δεν σηκώθηκαν και για αυτό τις έβγαλαν έξω.»

(επισκέπτης του 'The Mall Athens', 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

«Το 'The Mall' είναι προστατευμένος ο χώρος. Υπάρχουνε κάμερες από παντού. Είναι οι υπάλληλοι παντού και από άλλα καταστήματα, αλλά βλέπεις και τους σεκιουριτάδες που κυκλοφορούν. Εντάξει δεν είναι βέβαια από πάνω σου σαν τα κοράκια. Νιώθεις...είναι μια ασφάλεια γιατί αν γίνει κάτι ή κάποιος θα το δει ή κάποιος θα το ακούσει, είναι περιορισμένος ο χώρος. Δεν μπορεί ο άλλος να σηκωθεί και να φύγει να κοιτάξει τη δουλειά του, γιατί αυτό είναι εκεί, δεν μπορεί να πει πάει το ξέχασα. Άρα είναι τρομερή ασφάλεια αυτό ότι ξέρω ότι είναι προστατευμένος ο χώρος. Γιατί κι ο άλλος μπορεί να με πάρει να πάει σε ένα στενό κάπου εκεί, ποιος θα κάτσει να ασχοληθεί, ποιος θα ακούσει, ποιος θα δει και δεν ασχολείται κανένα. Είναι πολύ αδιάφοροι.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

3.2. Εφαρμογή του συνοπτικού μοντέλου στο 'The Mall Athens'

Η απουσία στο χώρο πτωχώσεων του μυστικού, δηλαδή χώρων απόκρυφον, μη-διάφανων, προστατευμένων από την κοινή θέα και το επιτηρητικό βλέμμα καθιστά το χώρο ανοιχτό, διαφανή, καθαρό αποτρέποντας την ανάπτυξη κοινωνικότητας. Αναφέρει χαρακτηριστικά ένας συχνός επισκέπτης του 'The Mall Athens' :

«Ερώτηση: Όταν κάθεστε τυχαίνει να πιάσετε κουβέντα με διπλανά τραπέζια;

Απάντηση: Όχι τόσο, καθόλου δηλαδή. Αν και κοιτάζουμε κοπέλες αλλά δεν έχει τύχει. Όχι ότι δεν θα μπορούσαμε ίσως αλλά δεν ξέρω...ίσως επειδή είναι πολύ κοντά όλα τα τραπέζια μπορεί να αποθαρρύνει ότι αν εγώ μιλήσω σε ένα τραπέζι δίπλα να είναι πολύ κοντά και τα άλλα τραπέζια και να μην νιώσω ωραία. Ότι θα ακούνε αν

την πέσω σε κάποια. Δεν είμαι μόνος μου να νιώσω άνετα, να μιλήσω. Και για τους φίλους μου το πιστεύω αυτό. Είναι όλα δίπλα εκεί οπότε δεν έχει τύχει.

Ερώτηση: Νιώθεις ότι μπορεί να σε αποτρέπει;

Απάντηση: Ναι γιατί ας πούμε αν θέλω να πω κάτι σε μια κοπέλα νιώθω ότι θα το ακούσουνε άλλοι 5, 6, 10. Και ιδίως άμα είναι δίπλα καμία μαμά με το παιδάκι της ή κάτι τέτοιο δεν νιώθω άνετα καθόλου. Αυτό και για αυτό ίσως δεν έχει τύχει φαντάζομαι. Αν δηλαδή ήταν τα τραπέζια πιο μακριά και ήταν μόνοι τους θα μπορούσα να πάω να τους μιλήσω πολύ πιο εύκολα, πιστεύω εγώ.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

«Κοίτα όταν φτάνεις στην καφετέρια και σε κοιτάνε όλοι, είναι λίγο αγχωτικό. Νιώθεις σαν να είσαι κάπου και πρέπει να μην κάνεις καμιά βλακεία, ή άμα είναι όλοι γυρισμένοι. Το στιλ που σε κοιτάνε είναι καμιά φορά...ή δεν θα με νοιάζει, με αγχώνει όλο αυτό το πράγμα. Θέλω να νιώθω πιο χαλαρά.

Ερώτηση: Αυτό το νιώθεις στο 'The Mall';

Απάντηση: Και αλλού, απλά εκεί επειδή είναι τόσος πολύς ο κόσμος. Όχι ότι έχω πρόβλημα, εντάξει. Ή μπορεί να γουστάρεις καμιά φορά, λες 'φοράω καλό ρούχο, με κοιτάνε'. Αυτό θα το νιώσεις, είναι σαν μια πασαρέλα, οι κοπέλες ειδικά. Αυτό πιστεύω ότι υπάρχει. Πες ότι θα σκοντάψεις, θα σε νοιάζει. Ή να φτερνιστείς να πεις 'ώπα, μπορεί να γελάσει ο άλλος', λέμε τώρα, κάπως έτσι.

Ερώτηση: Αυτό μπορεί να σε επηρεάσει στο πως θα συμπεριφερθείς;

Απάντηση: Όχι, όχι, δεν θα με επηρεάσει.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 22 ετών, κάτοικος Παράδεισου Αμαρουσίου)

Βλέπουμε ότι τα υποκείμενα βρίσκονται σε μια συνθήκη μόνιμης ορατότητας όχι μόνο από το άγρυπνο βλέμμα της ηλεκτρονικής επιτήρησης, των security και του εσωτερικευμένου βλέμματος του φύλακα –χαρακτηριστικά του πανοπτικού μοντέλου ορατότητας και εξουσίας- αλλά και από τους πολλούς άλλους –όπως συμβαίνει με το Συνοπτικό θεαματικό πρότυπο. Πρόκειται δηλαδή για μια συνθήκη όπου και οι λίγοι παρακολουθούν τους πολλούς και ταυτόχρονα οι πολλοί παρακολουθούν τους λίγους-άλλους.

Σε τέτοιους χώρους μαζικής χρήσης οι οποίοι σκηνοθετούνται με πρότυπα της πανοπτικής ορατότητας και συνάμα φιλοξενούν ροές ατόμων επαναπροσδιορίζουν το συνοπτικό μοντέλο. Με άλλα λόγια η μεταφορά του συνοπτικού μοντέλου σε ένα οριοθετημένο, καθαρό, διάφανο εμπορικό πολυχώρο σπάει τη συνθήκη της ιδιωτικής εξατομικευτικής οικειοποίησης του θεάματος που προσφέρουν οι λίγοι και καθιστούν ταυτόχρονα τον καθένα θεατή (που ανήκει στους πολλούς που παρακολουθούν) και ηθοποιό (ως αντικείμενο παρατήρησης) ο οποίος βρίσκεται υπό καθεστώς άμεσης ορατότητας και καλείται να σκηνοθετήσει την παρουσία του και να επιτελέσει το ρόλο του σε μια συνθήκη άμεσης συμπαρουσίας. Όταν το συνοπτικό μοντέλο της τηλεοπτικής θεαματικότητας εν-τοπίζεται σε κοινόχρηστους χώρους σημαίνει ότι συντηρεί τη θεαματικότητα των παρουσιών, των αναπαραστάσεων αλλά μετασχηματίζει τη λειτουργία της παρατήρησης. Εδώ οι πολλοί παρακολουθούν τους πολλούς:

«Ερώτηση: Θεωρείς ότι υπάρχει κάποια ομοιότητα ή διαφορά με το να είσαι κάπου αλλού όσον αφορά τον τρόπο προσέγγισης;

Απάντηση: Ναι θεωρώ ότι υπάρχει διαφορά γιατί στο 'The Mall' νιώθω ότι ξέρω ότι μπορεί να σε παρακολουθούν. Όπως και εγώ όταν κάθομαι εκεί στα τραπεζάκια κοιτάω γύρω μου πάντα. Έτσι νιώθω ότι κάνουν και οι άλλοι. Στην καφετέρια μου φαίνεται ότι είναι πιο χαλαρό το περιβάλλον, γιατί δεν ασχολούνται όλοι με...όποιος κάθεται εκεί για καφέ κάθεται για την παρέα. Εγώ όταν βγαίνω όλο κοιτάζω, βλέπω τον κόσμο που περνάει που έρχεται και έτσι πιστεύω και ότι και εγώ αν έκανα μια κίνηση, κάτι όχι ότι θα με προσβάλλουν αλλά θα ένιωθα ότι μπορεί να με παρατηρούσαν και δεν θα μου άρεσε αυτό. Ή και γενικότερα είσαι πάρα πολύ κοντά, τα τραπεζάκια είναι υπερβολικά κοντά και νιώθω κάπως και επειδή είναι πολύ χαμηλά εγώ τουλάχιστον όποιον σηκώνεται μπορώ να τον παρατηρήσω, τώρα που το σκέφτομαι. Και δεν μου αρέσει καθόλου αυτό, θέλω να νιώθω άνετα, πιο ελεύθερος για να μιλήσω σε κοπέλες κι αυτά. Θέλω να νιώθω πολύ άνετα και όταν νιώθω ότι μπορεί να με παρατηρήσει ο άλλος αμέσως νιώθω άβολα και δεν το κάνω. Για αυτό ίσως δεν το έχω κάνει.

Ερώτηση: Αυτό που λες ότι τα τραπεζάκια είναι χαμηλά;

Απάντηση: Είναι χαμηλά πολύ και υπάρχουν υπερυψωμένες θέσεις γύρω γύρω που είναι σαν πάγκοι και έχουν ψηλές θέσεις. Και τα

κοινόχρηστα τραπεζάκια που είναι για 3, 4 άτομα είναι πάρα πολύ χαμηλά και είναι όλα στο ίδιο επίπεδο και δίπλα δίπλα στο ίδιο σημείο. Και όποιος σηκώνεται ή μιλάει μπορεί πολύ εύκολα να τον δει κάποιος, να τον παρατηρήσει. Γιατί είναι όλοι στο ίδιο επίπεδο χαμηλά και τους βλέπεις από πάνω. Αυτό με το ύψος έχει σημασία. Πιστεύω ότι αν ήταν όλοι λίγο πιο ψηλά και ήμασταν στο ίδιο επίπεδο και δεν ξεχώριζε κάποιος θα ήταν πολύ πιο εύκολο να μιλήσεις.

Ερώτηση: Με ποια έννοια να ήταν πιο ψηλά;

Απάντηση: Δηλαδή είναι αλλιώς να παρατηρείς εσύ από ψηλά κάτω 10 άτομα που είναι στο ίδιο επίπεδο όποιος σηκώνεται φαίνεται πολύ έντονα. Ενώ άμα είσαι στο ίδιο ύψος δεν βλέπεις παρά πέρα. Και επειδή πας εκεί για να κοιτάξεις γενικά δεν σε νοιάζει να δεις κάτι παρά πέρα και δεν το ψάχνεις. Αλλά όταν είσαι πάνω είναι πολύ έντονο όταν κάποιος σηκώνεται να κινείται και από μόνο του το μάτι σου πάει πάνω εκεί. Οπότε γίνεται έντονα γιατί είναι σαν μια σούπα. Βλέπεις μια σούπα από πάνω και σαν να βλέπεις φουσκάλες όταν κινούνται. Κατάλαβες, παραστατικά στο λέω για να στο εξηγήσω.

Ερώτηση: Σε αυτή την περίπτωση που μπορεί να είσαι εσύ από πάνω και να βλέπεις;

Απάντηση: Στους πάγκους που έχουν τις ψηλές καρέκλες και όταν κάνω βόλτα όρθιος γύρω γύρω που κάνω στις καφετέριες και αυτά και κοιτάω στα τραπέζια μήπως είναι κανένας γνωστός ή καμιά ωραία κοπέλα. Φαίνονται πολύ έντονα οι κινήσεις, όλα σχεδόν. Και για αυτό όταν είμαι σε αυτή τη θέση δεν μπορώ να μιλήσω. Αλλά όταν πάω βόλτα και θέλω να δω ποιος κάθεται εκεί κι αυτά με βολεύει γιατί εντοπίζω πολύ εύκολα τα πρόσωπα εκεί. Είναι σε συγκεκριμένο σημείο όλοι μαζί εκεί και βλέπω.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 23 ετών, κάτοικος Αρροσιάς)

Η μεταφορά αυτής της συνθήκης ορατότητας σε ένα εμπορικό πολυχώρο μαζικής χρήσης συνεπάγεται μια τροποποίηση σχετικά με τον επαναπροσδιορισμό της ιδιωτικής οικειοποίησης του θεάματος και του συμβολικού υλικού του. Ο χωρικός διαχωρισμός των πολλών θεατών αντικαθίσταται από μια κατάσταση συμπαρουσίας άμεσης, η οποία όμως δεν υποστασιοποιείται ως διαλογική συλλογικότητα, ως δημόσια σφαίρα της ομιλίας και της πράξης μεταξύ των ανθρώπων που συμπαρευρίσκονται σε

αυτή. Η συμπαρουσία των ατόμων-καταναλωτών σε ένα τέτοιο χώρο συνίσταται σε μια συγκέντρωση διαχωρισμένων μεταξύ τους ατόμων ως διαχωρισμένων σε ένα κοινό περιβάλλον.

Η οριοθέτηση των ατόμων και τα κλειστά, στεγανά όρια των παρεών, η έλλειψη επιθυμίας κοινωνικής αλληλοδράσης καθώς και η εξασφάλιση από τη μεριά του συστήματος που διαχειρίζεται το χώρο του «δικαιώματος» της άνετης κατανάλωσης και χρήσης των προσφερόμενων υπηρεσιών που απευθύνονται στον καταναλωτή με το δικαίωμα της ελεύθερης επιλογής, φαίνεται να προσδιορίζουν τον τροπισμό της κοινωνικής συμπαρουσίας στο περιβάλλον του 'The Mall Athens'. Σε αυτόν τον εμπορικό κοινόχρηστο χώρο η οποιαδήποτε έννοια και εμπειρία συλλογικότητας δεν αναδύεται, έτσι ώστε να πρόκειται για ένα χώρο-πόλο έλξης ροών ατόμων διαχωρισμένων, κοινωνικά διακριτών, απομονωμένων μεταξύ τους. Η οικειοποίηση του συμβολικού περιεχομένου του θεαματικού αυτού χώρου (διαφημιστικά μηνύματα-βιτρίνες-promotion, οι προσεγγμένες εμφανίσεις των επισκεπτών- οι σακούλες που κουβαλούν οι καταναλωτές- οι συμπεριφορές που αναπτύσσονται στο χώρο- η αρχιτεκτονική και η αισθητική του χώρου- η παρουσία των security- το προσωπικό του καθαρισμού- το προσωπικό εξυπηρέτησης- το εσωτερικό κύκλωμα παρακολούθησης- η κοινωνική, οικονομική και ταξική ομοιογένεια του χώρου- ο αποκλεισμός της παρουσίας στο θεαματικό αυτό χώρο των λεγομένων «αστικών οχλήσεων» κ.λπ.) είναι το ίδιο εξατομικευτική όπως συμβαίνει και στην τηλεοπτική πρόσληψη του σύγχρονου θεάματος.

3.3. Σύμμεκτη ορατότητα στο 'The Mall Athens'

Η οργάνωση του χώρου και η κατανομή των ατόμων μέσα σε αυτό διασφαλίζει την τάξη και την αποτροπή της σύγχυσης, της μείξης, της ασάφειας, του διφορούμενου. Στον πανοπτισμό η μονόδρομη σχέση ορατότητας ξεκινάει από τον κάτοχο της γνώσης, τον επιτηρητή και στοχεύει τον έγκλειστο, παρατηρούμενο, ο οποίος εξετάζεται διαρκώς, αξιολογείται, κατηγοριοποιείται, εκπαιδεύεται. Η νεωτερική εξουσία ως μαζοποιητική και εξατομικευτική εξουσία εισέρχεται με τις τεχνικές μεθόδους και τα σώματα κοινωνικού ελέγχου στη μικροδιάσταση του κοινωνικού. Η νεωτερική πολιτική τεχνολογία εστιάζει στο σώμα, στο άτομο κι αυτό σημαίνει μια εξατομικευτική μεταχείριση και απομόνωση του ατόμου έτσι ώστε με τους δικούς της όρους και μεθόδους να το συγκροτήσει ως μάζα, ως σώμα ελέγξιμο, παραγωγικό και

πειθαρχημένο.⁵⁷⁵ Στη συνθήκη του πανοπτισμού το άτομο βρίσκεται εκτεθειμένο στην ορατότητα της εξουσίας, η οποία τον απομονώνει, τον εξετάζει αναλυτικά, προκειμένου να συλλέξει γνώση και το ντρεσάρει προκειμένου να εφαρμόσει τη γνώση, δηλαδή την εξουσία.

Στη συνθήκη του 'The Mall Athens' αφενός υπάρχει η στρατηγική οργάνωσης του χώρου συνολικά, αλλά και συγκεκριμένα στον 3^ο όροφο όπου τα κοινόχρηστα τραπέζια είναι εύτακτα τοποθετημένα και σε κοινή θέα. Αφετέρου οι θέσεις, οι στάσεις και η συμπεριφορά των ατόμων δεν εκτίθενται και δεν ελέγχονται μόνο από το επιτηρητικό βλέμμα το οποίο έχει το προνόμιο της ασύμμετρης σχέσης ορατότητας αλλά εκτίθενται σε όλους.

Στον πανοπτισμό η διαχείριση της ορατότητας αποσκοπεί στην υπακοή, στην πειθαρχηση του ατόμου. Στη θεαματική συνθήκη η σχέση ορατότητας στοχεύει στη σύγκλιση, στην ταύτιση των ατόμων με τα προβαλλόμενα πρότυπα. Αυτό που συνέχει τον κοινωνικό έλεγχο σε ένα θεαματικό χώρο είναι η συνεχής απόδειξη της σύγκλισης του καθένα με τα ποικίλα πρότυπα-τύπους συμπεριφοράς του θεάματος. Η ταύτιση αυτή επιβεβαιώνεται και επικυρώνεται από τους πολλούς άλλους –ως θεατές- σε δυο επίπεδα, στην εμφάνιση και στη συμπεριφορά.

Όσον αφορά την εμφάνιση είναι εύκολα διαπιστώσιμη κατά πόσο «υπακούει», εναρμονίζεται με τις προσφερόμενες επιλογές. Η υιοθέτηση της κατάλληλης συμπεριφοράς φαίνεται να συνίσταται σε ένα πάγωμα της κοινωνικής αλληλόδρασης και αυτό έχει να κάνει με δυο λόγους. Ο πρώτος αφορά το σεβασμό της ιδιωτικής απόσυρσης εν μέσω άλλων όπως έχει διαμορφωθεί με το δικαίωμα της σιωπής και της προσωπικής αναδίπλωσης στο δημόσιο χώρο από τον 19^ο αιώνα, και ο δεύτερος την ταύτιση με τη συμπεριφορά των προτύπων.

Τα διαφημιζόμενα πρότυπα συμπεριφοράς προβάλλουν περισσότερο στάσεις του σώματος, τυποποιημένες ατάκες και απολαύσεις εμπειριών. Δηλαδή πρόκειται για τη θεαματική προβολή τύπων ατόμων σε τελικές, παγιωμένες καταστάσεις. Αυτό που εκλείπει από αυτά τα πρότυπα είναι η προσέγγιση προς τον άλλο, η αμηχανία και η αβεβαιότητα της κοινωνικής συναναστροφής, η αμφισημία και η τριβή των κοινωνικών σχέσεων. Αυτό που προβάλλεται ως επιθυμητό και ως πρότυπο είναι απολαύσεις σίγουρες στο τελικό τους στάδιο, έτοιμες για κατανάλωση χωρίς το

⁵⁷⁵ Μ.Φουκό, *Η μικροφυσική της εξουσίας*, όπ.π., σελ.82-86. Ο Φουκό θεωρεί ότι η νεωτερική εξουσία συγκρότησε και ασκήθηκε μέσω δυο τεχνικών εξουσίας, μια ολοποιητική και μια εξατομικεύουσα ή «ποιμαντική» όπως την ονομάζει. Η ολοποιητική τεχνική αφορούσε τη διαχείριση των ατόμων ως συνόλου και η ποιμαντική, δανεισμένη την τεχνική της από τον χριστιανισμό, στόχευε στο άτομο.

ενδιάμεσο στάδιο της προσπάθειας προσέγγισης είτε αυτό αφορά τις διαπροσωπικές σχέσεις είτε τις σχέσεις με τα αντικείμενα.

Οι διαφημίσεις «φωνάζουν» με τη στιλπνότητα, την καθαρότητα των εμπορευμάτων και των εικόνων–προτύπων για την απόλαυση που υπόσχονται και παραλείπονται τα ψιθυρίσματα, το μυστικό, το διφορούμενο, η αποτυχία, η συντριβή, ο πόνος, η προσπάθεια, η αβεβαιότητα που αποτελούν αναπόσπαστο στοιχείο των κοινωνικών και διαπροσωπικών σχέσεων.

Συνεπώς, σε ένα περιβάλλον όπου προβάλλονται από τον καθένα ως ηθοποιό και επικυρώνονται από όλους ως θεατές η εναρμόνιση με θεαματικά πρότυπα, η προσέγγιση ελέγχεται ως ανεπιθύμητη και ταυτόχρονα ως μια αβέβαιη, δυνάμει επικίνδυνη συμπεριφορά, καθώς παρεκκλίνει από την τελικότητα ενός προτύπου και κυφορεί το μη προβλέψιμο, το αδιαφανές. Έτσι η προσέγγιση εκλαμβάνεται ως κάτι επίμοχθο, δύσκολο και ανεπιθύμητο γιατί ενεργοποιεί και καλεί την προσωπική εμπλοκή σε ανταλλαγές αβέβαιης έκβασης. Ενδεικτική αυτής της τροπικότητας των κοινωνικών σχέσεων είναι η διαφημιστική καμπάνια της Coca-Cola, η οποία στην προώθηση του προϊόντος της Coca-Cola Zero η έλλειψη ζάχαρης χρησιμοποιείται ως μεταφορά για την απουσία δυσκολιών στην προσπάθεια των σχέσεων: «Αυθεντική γεύση μηδέν ζάχαρη `Ο χωρισμός όπως θα έπρεπε να είναι...».⁵⁷⁶

Σε αυτή συνθήκη της ορατότητας μπορούμε να δούμε και ένα ακόμη είδος κοινωνικού ελέγχου που προκύπτει από την αποπολιτικοποίηση της συνθήκης της συμπαρούσας. Η συνθήκη αυτή της συμπαρούσας των ατόμων σε ένα κοινόχρηστο χώρο είναι χαρακτηριστικό της δημόσιας σφαίρας αλλά χωρίς να διατηρεί την κριτική λειτουργία της δημόσιας ορατότητας και έκθεσης των ατόμων ενώπιον των άλλων. Στη συνθήκη του 'The Mall Athens' οι συμπαρευρίσκοντες δεν ομιλούν, δεν διαλέγονται, δεν αποκαλύπτουν το «ποιοι είναι» μέσω της πράξης και του λόγου. Το

⁵⁷⁶<http://www.coca-colazero.gr>. Παραθέτουμε το διαφημιστικό λόγο της Coca-Cola Zero, όπως εμφανίζεται στην ιστοσελίδα της εταιρείας και αποσπάσματα του οποίου έχουν χρησιμοποιηθεί για την τηλεοπτική και ραδιοφωνική προώθηση του προϊόντος:

«Coca-Cola zero: η νέα αντρική απόλαυση

Γιατί να μην απολαμβάνουμε όλα τα καλά της ζωής μηδενίζοντας τα δύσκολα;

Σίγουρα έχουν περάσει από το μυαλό σου τέτοιες σκέψεις (αν πεις όχι, μας δουλεύεις!):

-ΣΧΕΣΕΙΣ ΧΩΡΙΣ ΠΕΝΤΑΓΕΤΕΣ ΠΛΑΝΟ

-ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟ ΧΩΡΙΣ ΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΓΚΡΙΝΙΑ

-ΣΑΒΒΑΤΟΚΥΡΙΑΚΑ ΧΩΡΙΣ ΤΕΛΟΣ

-ΣΙΝΕΜΑ ΧΩΡΙΣ ΤΟΥΣ ΨΗΛΟΥΣ ΜΠΡΟΣΤΑ ΣΟΥ

-ΚΑΜΑΚΙ ΧΩΡΙΣ ΧΥΛΟΠΙΤΑ

-ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΧΩΡΙΣ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ

Τώρα η Coca-Cola zero μηδενίζει όλα τα δύσκολα και σε αφήνει να απολαύσεις τα καλύτερα της ζωής!»

χαρακτηριστικό της έκθεσης στα μάτια των άλλων ως στοιχείο του δημόσιου χώρου εμφανίζεται και στο 'The Mall Athens'. Εδώ όμως δεν είναι η έκθεση ως συνθήκη δημόσιας δράσης και ομιλίας του ατόμου ως πολιτικού όντος αλλά ως μια συνθήκη κοινωνικού ελέγχου.

Αυτή η έκθεση δεν είναι η έκθεση στα μάτια των άλλων όπως συμβαίνει στη δημόσια σφαίρα και αφορά τη δημόσια παρουσία του καθενός, ο οποίος καλείται να συμμετάσχει ενεργά στο δημόσιο διάλογο, στη δημόσια δράση και να αναλαμβάνει τις ευθύνες των αποφάσεων. Πρόκειται για μια έκθεση σε μια συνθήκη διαφάνειας και σε μια κουλτούρα περιέργειας. Δεν πρόκειται για μια έκθεση του ατόμου ως δημόσιου προσώπου και της δημόσιας-πολιτικής δράσης, αλλά μια έκθεση σε επίπεδο εικόνας της προσωπικότητας του ατόμου, του εσώτερου εαυτού του, των τρόπων προσέγγισης, των προθέσεων του, του ήθους του και του χαρακτήρα του. Αποκαλύπτονται όχι ως προς το ποιοι είναι, δηλαδή ως εκφωνητές λόγων και πράττοντες έργων αλλά ως προς το «τι είναι», δηλαδή τι ιδιότητες, χαρίσματα διαθέτουν και για αυτό χρησιμοποιούν γλώσσα σημείων, καθώς έτσι μπορούν να συγκροτούν τον προσωπικό τους τύπο και να ταξινομούνται από τους άλλους.⁵⁷⁷

Το ενδιαφέρον για το «τι είναι» ο άλλος προκειμένου να κατηγοριοποιηθεί και να στερεοτυποποιηθεί αφενός τροφοδοτείται και τροφοδοτεί την περιέργεια κι αφετέρου απομακρύνει από την αβεβαιότητα, τις διακινδυνεύσεις, τις πρωτοβουλίες της δημόσιας, κοινωνικής δράσης-πράξης και ομιλίας. Η υπαγωγή στον τύπο προσφέρει ανακούφιση και ταυτοποίηση τόσο για το αντικείμενο όσο και για το υποκείμενο της δημόσιας παρατήρησης του άλλου.

⁵⁷⁷ Χ. Άρεντ, *Η ανθρώπινη κατάσταση*, ό.π., σελ.241-9.

Κεφάλαιο 6^ο

Η εμπειρία του χρόνου στο 'The Mall Athens'

Εισαγωγή

Η αντίληψη του χρόνου που έχει μια κοινωνία εγγράφεται και στην εμπειρία του χρόνου των κοινωνικών ατόμων και στον τρόπο θέσμησης της ίδιας της κοινωνίας ως συνόλου θεσμών. Ο Κ.Καστοριάδης θεωρεί ότι η χρονικότητα μιας κοινωνίας, δηλαδή ο χρονικός τρόπος του είναι της, αποτελεί τον πρωταρχικό θεσμό, αυτόν που την κάνει να είναι κάθε φορά η συγκεκριμένη ιστορική κοινωνία.⁵⁷⁸ Για τον Κ.Καστοριάδη, η χρονικότητα είναι ο τρόπος αυτό-αλλοίωσης της κάθε κοινωνίας, με την έννοια ότι η κοινωνία ως αυτοδημιουργούμενος θεσμός υπάρχει, σχηματίζεται, συγκροτείται, θεσμίζεται μέσα από μια διαρκή διαδικασία θέσμησης, αλλαγής, επανορισμού, δημιουργίας (νέων) των διευθετήσεων των κοινωνικών σχέσεων και των θεσμών της.⁵⁷⁹ Ακόμα και στον κυκλικό, επαναλαμβανόμενο περιοδικό προνεωτερικό χρόνο της διαδοχικής εναλλαγής των εποχών, των εργασιών, των γιορτών όπου η

⁵⁷⁸ Κ.Καστοριάδης, *Η φαντασιακή θέσμηση της κοινωνίας*, ό.π., σελ.300. Παραθέτουμε τη θέση του Καστοριάδη για τη θέσμηση της κοινωνίας ως ιδιαίτερης χρονικότητας: «Το κοινωνικό-ιστορικό, είναι αυτή η χρονικότητα, κάθε φορά ειδική, θεσμισμένη ως συνολικός θεσμός της κοινωνίας, που δεν εκφράζεται ρητά ως τέτοιος. Ο χρόνος, τον οποίο κάθε κοινωνία κάνει να είναι και ο οποίος την κάνει να είναι, είναι ο δικός της τρόπος ιστορικής χρονικότητας που εκτυλίσσει υπάρχοντας και διά του οποίου εκτυλίσσεται ως ιστορική κοινωνία, χωρίς κατά ανάγκη να τον γνωρίζει ή να τον παριστάνει στον εαυτό της ως τέτοιο.»

⁵⁷⁹ Κ.Καστοριάδης, *Η φαντασιακή θέσμηση της κοινωνίας*, ό.π., σελ.278. «Ο χρόνος», για τον Καστοριάδη, «είναι αυτό-αλλοίωση αυτού που είναι, και το οποίο δεν είναι παρά στο βαθμό που αποτελεί προς-είναι...σαν χρόνο της αλλοίωσης-ετερότητας πρέπει να σκεφθούμε την ιστορία» κι αλλού (σελ.294) αναφέρεται : «...το κοινωνικο-ιστορικό παρόν μας προσφέρει το εκτυπωτικό και παροξυστικό παράδειγμα, κάθε φορά που υπάρχει εισβολή της θεσμιζουσας κοινωνίας στη θεσμισμένη κοινωνία, αυτοκαταστροφή της κοινωνίας ως θεσμισμένης από την κοινωνία ως θεσμιζουσα, δηλαδή αυτοδημιουργία μιας άλλης θεσμισμένης κοινωνίας...κι όταν ακόμη, φαινομενικά, απλώς 'διατηρείται', μια κοινωνία δεν υπάρχει παρά στην ακατάπαυστη αλλοίωσή της.»

συνείδηση του χρόνου δεν συλλαμβάνει την αναντιστρεψιμότητά του, ο χρόνος είναι μια διάσταση και διά της οποίας τα άτομα ως υποκείμενα και ως κοινωνική συλλογικότητα βιώνουν μεταβάσεις, ποιοτικές μεταβολές (ακόμα και φυσικού χαρακτήρα: εποχές, κατάσταση της γης, αλλαγές κλίματος), αλλαγές, φθορές και (ανα-)γεννήσεις.

Ο τρόπος αντίληψης του χρόνου καθορίζει και σημαίνει τον τρόπο αντίληψης της ίδιας της κοινωνίας από τον εαυτό της. Με άλλα λόγια ο τρόπος αντίληψης και σημασιοδότησης του χρόνου συνιστά προϋπόθεση και παράγωγο του τρόπου σημασιοδότησης του κοινωνικού-ιστορικού από την ίδια την κοινωνία. Η χρονικότητα της κάθε ιστορικής κοινωνίας διαμορφώνεται από τον τρόπο που τη φαντάζεται η κοινωνία –φιλοσοφικά, θεολογικά, επιστημονικά (μαθηματικά, φυσική)- και την διευθετεί, την οργανώνει ή αλλιώς την μεταφέρει, την εγχαράζει στις κοινωνικές λειτουργίες και σχέσεις.

Όταν οι αστοί κατορθώσαν να γίνουν κυρίαρχη τάξη έθεσαν το δικό τους φαντασιακό κοινωνικό χρόνο, δηλαδή τη δική τους παράσταση του χρόνου που συνίσταται στο «ο χρόνος είναι χρήμα». Ο χρόνος είναι χρήμα σημαίνει ότι η ιστορική κίνηση της κοινωνίας (και ο χώρος στον οποίο εκτυλίσσεται) πρέπει να οργανωθεί, να υπολογιστεί, να συστηματοποιηθεί, να προβλεφθεί, να εξορθολογιστεί, να επιταχυνθεί εν τέλει και εν γένει να αξιοποιηθεί, δηλαδή να παράγει αξία. Από την οργάνωση του εργασιακού χρόνου, τον υπερσκελισμό των χωρικών αποστάσεων μέσω της χωροχρονικής συμπίεσης μέχρι την προτεσταντική ηθική της αυτοεξέτασης και του «ελεύθερου» χρόνου ως χρόνου κατανάλωσης, η χρονικότητα της καπιταλιστικής κοινωνίας, ο χρονικός τρόπος του είναι της είναι ο χρόνος της ανακύκλωσης του κεφαλαίου, της αξίας.

Η αντίληψη του χρόνου συνεπάγεται την οργάνωση του κοινωνικού χρόνου και την εμπειρία αυτού. Η εκάστοτε αντίληψη του χρόνου που διατρέχει και ρυθμίζει την κάθε κοινωνικο-ιστορική συνθήκη συνιστά προϊόν κοινωνικής θέσμησης, ακόμα και όταν έχουμε να κάνουμε με τη «φυσική» διάστασή του (εναλλαγή των φάσεων της ημέρας, των εποχών, του έτους). Οι διαφορετικές νοηματοδοτήσεις και τρόποι διαχείρισης, εμπειρίας, υπολογισμού, οριοθέτησης του χρόνου, όπως έχουν εμφανισθεί ή καλύτερα θεσμισθεί από τους διάφορους πολιτισμούς και σε διαφορετικές ιστορικές συνθήκες αναδεικνύουν την κοινωνική «κατασκευαστική» του υπόσταση. Ο κοινωνικός χρόνος ως μια ροή, ένα γίνεσθαι ασταμάτητο που φθείρει και γεννά, που επιφέρει αλλαγή. Ακόμα

και όταν φθείρει επιφέρει αλλαγή ως προς την προηγούμενη κατάσταση της εν εξελίξει φθοράς.

Ο G.Debord παρατηρεί στο έργο του *Η κοινωνία του θεάματος* ότι ενώ η αστική τάξη με την μη-αντιστρέψιμη παράσταση του χρόνου διέρρηξε τον παλιό φεουδαρχικό κόσμο του στατικού, κυκλικού χρόνου αρνείται τη συνείδηση του χρόνου ως ιστορική κίνηση και παράγει μια ψευτοσυνείδηση του χρόνου ως αντικειμενικού, γενικού χρόνου της οικονομίας και την υπαγωγή της κοινωνίας σε αυτή την α-κοινωνική χρονικότητα.⁵⁸⁰

Ο H.Lefebvre σημειώνει ότι η νεωτερική χρήση του χρόνου ως εργαλείο μέτρησης και μονάδα ομοιόμορφη, συνεχής, αδιαφοροποίητη εκτόπισε το χρόνο από τον κοινωνικό χώρο, με αποτέλεσμα ο βιωμένος χρόνος να χάσει τη μορφή του και το κοινωνικό του ενδιαφέρον.⁵⁸¹ Στη νεωτερική καπιταλιστική συνθήκη ο χρόνος δεν είναι ορατός για τα υποκείμενα ούτε κατανοήσιμος, αλλά είναι κάτι που καταναλώνεται, εξαντλείται.

Ο χρόνος γίνεται αντιληπτός ως ένα εργαλείο μέτρησης, ως ένα συνεχές ομοιογενές, ως ένα άθροισμα ομοιόμορφων, ισοδύναμων τμημάτων, ως μια γραμμική πορεία προς το μέλλον. Ο χρόνος δεν γίνεται αντιληπτός ως μια έκταση, ένας χώρος όπου η μνήμη, η φαντασία (ως ριζική φαντασία που επινοεί καινούριες μορφές) και η δυνητικότητα –της δημιουργίας, της ετερότητας, της ρήξης- συμμειγνύονται στο παρόν ως μια μοναδική κάθε φορά συγκυρία όπου οι εγγραφές, τα ίχνη του παρελθόντος συνδιαλέγονται με τις κρυμμένες δυνατότητες του παρελθόντος, τις επιθυμίες του παρόντος και τις υποσχέσεις και τις αβεβαιότητες του μέλλοντος. Ένας τέτοιος χρόνος είναι βαθιά ιστορικός και κοινωνικός χρόνος, είναι χρόνος υπό κριτικό αναστοχασμό, χρόνος διήγησης όπου το παρελθόν με τα όνειρα και τις ελπίδες του εγγράφεται και αναπνέει στο παρόν⁵⁸², είναι χρόνος της απόφασης, είναι χρόνος της ρήξης, της δημιουργίας, είναι χρόνος ανάδυσης της ετερότητας. Η αντίληψη και η εμπειρία ενός τέτοιου χρόνου ως του χρόνου της ιστορικής κίνησης της κοινωνίας και των

⁵⁸⁰ G.Debord, *Η κοινωνία του θεάματος*, ό.π., σελ.113-115.

⁵⁸¹ H.Lefebvre, *The production of space*, ό.π., σελ.95.

⁵⁸² Στ.Σταυρίδης, *Διαφήμιση και το νόημα του χώρου*, ό.π., σελ.159-167. Ο Σταυρίδης συσχετίζει το χρόνο της πράξης με το χρόνο της διήγησης, θεωρώντας ότι η αφήγηση με το να ανασυγκροτεί μια πράξη της αποδίδει το πραγματικό της νόημα που είναι η εκτύλιξη της μέσα στο χρόνο. Η μεσολάβηση της φαντασίας και της μνήμης μπορούν να προσδώσουν νέους προσανατολισμούς στην εξιστορούμενη, παρελθούσα πράξη στο παρόν. Επίσης η απόδοση του νοήματος της χρονικής εξέλιξης μιας πράξης προσφέρει μια πρακτική γνώση που «μαθαίνει» στα άτομα να βιώνουν το χρόνο τους ενεργητικά, αναζητώντας τις κρίσιμες στιγμές, τις «ευ-καιρίες» και τις υπερβάσεις.

δυνητικότητων για δημιουργία προϋποθέτει το κοινωνικό δημόσιο χώρο, δηλαδή το χώρο όπου τα κοινωνικά υποκείμενα συνευρίσκονται, αναστοχάζονται, διαβουλεύονται, αποφασίζουν, δρουν, συγκρούονται, δημιουργούν, θεσμίζουν, με άλλα λόγια οικειοποιούνται και προσδιορίζουν αυτόνομα την ιστορική κίνηση της κοινωνίας στην οποία έτυχε να ζουν αυτοί. Η οικειοποίηση του χρόνου βρίσκεται σε διαλεκτική σχέση με την οικειοποίηση του χώρου και συνεπάγεται την επαναδιευθέτηση και την νοηματοδότηση των κοινωνικών σχέσεων από την οπτική της αυτονομίας.

Στην καταναλωτική κοινωνία, χώροι ημι-δημόσιοι ή καλύτερα ιδιωτικοί χώροι μαζικής χρήσης όπως εμπορικοί πολυχώροι τύπου ‘The Mall Athens’ τί είδους χρονικότητα φιλοξενούν και ποιές μπορεί να είναι οι αναλογίες με το συνολικό χρονικό τροπισμό της σύγχρονης κοινωνίας;

1. «Κερδισμένος χρόνος»

Από τις συνεντεύξεις με τους επισκέπτες του ‘The Mall Athens’ διαπιστώνεται ότι η συγκέντρωση πολλών χρήσεων εστίασης, ψυχαγωγίας και σχεδόν όλων των γνωστών εμπορικών καταστημάτων αποτελεί ένα πλεονέκτημα του εμπορικού αυτού πολυχώρου. Το πλεονέκτημα συνίσταται στον κερδισμένο χρόνο, καθώς με μια δίωρη, τρίωρη βόλτα στο ‘The Mall Athens’ μπορούν τα άτομα να καλύψουν τις αγοραστικές τους και ψυχαγωγικές τους ανάγκες:

«Βασικά επειδή κάνεις πολλά πράγματα σε πολύ λίγο διάστημα, δηλαδή μπορεί σε μισή ώρα να έχεις γυρίσει 5 μαγαζιά και 7, και μπορεί σε μια ώρα να έχεις φάει και να έχεις πιεί και καφέ...από αυτή την άποψη μπορώ να πω ότι περνάει γρήγορα ο χρόνος γιατί αυτά τα πράγματα αν τα έκανες εκτός ‘The Mall’, δηλαδή να πήγαινες και για φαγητό και για καφέ και για ψώνια θα σου έπαιρνε όλη τη μέρα. Εκεί μπορείς να κάνεις σε δύο ώρες όλα αυτά μαζί. Από αυτή την άποψη ο χρόνος περνάει πιο γρήγορα. Από την άποψη ότι κάνεις πολύ πιο πολλά πράγματα σε λιγότερο χρόνο.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

«Κοίταξε είναι εξυπηρέτηση άμα θέλεις να ψωνίσεις συγκεκριμένες φίρμες. Άμα δηλαδή είσαι φιρμάκιας και θέλεις

να πάρεις κάτι επώνυμο αντί να πας και να ψάχνεις σε μια αγορά ολόκληρη 4 μάρκες, 5,6 που είναι επώνυμες πας εκεί τις βρίσκεις όλες μαζεμένες...Άμα θέλεις να κάνεις έτσι έρευνα και σε ενδιαφέρει να πάρεις επώνυμα από το να ψάχνεις στο Χαλάνδρι, στην Αγ.Παρασκευή, πας εκεί και τα βρίσκεις όλα μαζεμένα.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 50 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Επειδή πιστεύω ότι όλα είναι συγκεντρωμένα αυτό μπορεί να σκεφτεί 'α! επειδή εκεί έχω πολλές επιλογές, είναι όλα συγκεντρωμένα, είναι έτσι ο χώρος μπορώ να τα περάσω όλα εύκολα, μπορώ να βρω πάρκινγκ'· οπότε ίσως και αυτό να αποτελεί μια νέα συνήθεια για κάποιους.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Θρακομακεδόνων)

«Βολεύει. Και επειδή έχει καταστήματα που δεν υπάρχουν αλλού και είναι όλα μαζεμένα, γιατί άμα πας Ερμού ή πας αλλού πρέπει να περπατήσεις πάνω κάτω ο πρώτος Zara, ο δεύτερος, ο τρίτος. Ενώ εκεί όλα μαζεμένα, δεν σου αρέσει το ένα, κοιτάς να πας στο διπλανό να δεις τι έχει. Είναι πολύ βολικό αυτό που είναι κοντά. Μπορείς να κάνεις μια ωραία έρευνα αγοράς να δεις τι γίνεται χωρίς να ξεποδαριαστείς. Να πηγαίνεις Πατήσια, Ερμού, και από Ερμού...δεν ξέρω εγώ...Πειραιά για να δεις τι έχει.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Εμένα με εξυπηρετεί σαν καταναλώτρια ότι δεν θα ψάξω τις άπειρες ώρες, σε χώρους να πάω στην Αθήνα, στην Ερμού και μετά να πάρω συκοινωνία για να πάω να δω κάτι που έχω δει στην Κηφισιά. Τα περισσότερα μαγαζιά που ξέρω εγώ υπάρχουν όλα εκεί.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 42 ετών, κάτοικος Αττικής)

Ο κερδισμένος χρόνος είναι ο χρόνος που βρίσκει όσο το δυνατόν πιο γρήγορα στόχο, είναι η μείωση του ξαστοχημένου χρόνου. Ο χρόνος με αυτό τον τρόπο γίνεται αντιληπτός με όρους αξίας, δηλαδή χρησιμότητας και μη. Για να βρει

στόχο, για να έχει αξία ο χρόνος προϋποθέτει οργάνωση, υπολογισμό και σχεδιασμό των κινήσεων, των διαδρομών, των μέσων.

Πρόκειται για μια λειτουργικοποίηση του χρόνου, δηλαδή ο χρόνος διευθετείται έτσι ώστε να τεμαχίζεται σε λειτουργικά και μη λειτουργικά μέρη, σε τμήματα με αξία και σε άλλα χωρίς αξία. Τα τμήματα του χρόνου που αξιολογούνται ως χρήσιμα, λειτουργικά, ενδιαφέροντα είναι αυτά που με την κατάλληλη διευθέτηση του χρόνου μπορούν και παράγουν αξία. Για παράδειγμα η σωστή διαχείριση του χρόνου από έναν μαθητή μπορεί να του εξασφαλίσει μέσα σε ένα σχολικό έτος μια τέτοια δέσμη χρονικών τμημάτων, τα οποία μπορούν να παράγουν αξία μαθησιακή-προσონτική επενδύσημη στο μέλλον. Σε αυτή την περίπτωση, η απόκτηση ενός διπλώματος ξένης γλώσσας συνιστά το προϊόν μιας παραγωγικής αξιοποίησης του χρόνου.

Ο λειτουργικοποιημένος χρόνος είναι, λοιπόν, ένας χρόνος στοχοθετικός, αποδοτικός, παραγωγικός. Κατά το πρότυπο της αύξησης της αποδοτικότητας της εργασίας, ο χρόνος είτε εντατικοποιημένος –αύξηση των ρυθμών εργασίας και μείωση των νεκρών χρόνων- είτε καλύτερα αξιοποιημένος από τη συναρμογή των παραγωγικών δυνάμεων –τεχνολογία, γνώση, προσωπικό, οργάνωση εργασίας- παράγει αξίες.

Η αποφυγή των κακοτοπιών, των καθυστερήσεων, των χρονοτριβών, των δυσκολιών, της αβεβαιότητας, της «άσκοπης» περιπλάνησης, των λαθών, των αποπροσανατολισμών προϋποθέτει υπολογισμό, σχεδιασμό για την εξασφάλιση ενός κερδισμένου χρόνου, δηλαδή ενός αποθέματος, ενός τμήματος χρόνου ο οποίος θα διατεθεί «παραγωγικά».

Στη σφαίρα του ελεύθερου χρόνου, ο «κερδισμένος» χρόνος παράγει τις δικές του αξίες καταναλώνόμενος. Ο ίδιος ο ελεύθερος χρόνος, οι καλοκαιρινές διακοπές ενός εργαζόμενου για παράδειγμα είναι χρόνος που έχει εξαγορασθεί με την εργασία ενός ολόκληρου έτους, είναι το αντίτιμο ενός ολόκληρου χρόνου εργασίας. Αυτός ο κερδισμένος ελεύθερος χρόνος αναλώνεται μέσα στη σφαίρα της ανταλλακτικής αξίας, αρκεί να σκεφθούμε το ταξίδι ως εμπόρευμα που αγοράζεται με την αγορά του εισιτηρίου, το χρόνο και τις επιθυμίες, την εμπειρία του ως ένα εμπόρευμα το οποίο θα εξαγορασθεί με την κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών.

Για τον J.Baudrillard η αλλοτρίωση του ελεύθερου χρόνου δεν συνίσταται μόνο στην υποταγή του στο χρόνο της εργασίας ως χρόνος

απαραίτητος για την ανασύσταση της εργασιακής δύναμης αλλά και στην «αδυνατότητα να χάνουμε τον καιρό μας».⁵⁸³ Ο ελεύθερος χρόνος αφενός αναπαράγει την εμπορευματική αξία της εργασιακής δύναμης του ατόμου και αποφέρει κέρδος μέσω της κατανάλωσης εμπορευμάτων και υπηρεσιών κι αφετέρου παράγει συμβολικές αξίες. Ο Baudrillard υποστηρίζει ότι ο ελεύθερος χρόνος ως χρόνος της κατανάλωσης ενέχει την αρχή του καθήκοντος και της ασκητικής, καθώς το υποκείμενο καλείται να παράγει, να αποκτήσει αξίες κύρους, αναγνώρισης, κοινωνικής διαφοροποίησης.⁵⁸⁴

Στην περίπτωση του 'The Mall Athens' τα υποκείμενα φαίνεται να προτιμούν τον εμπορικό αυτό πολυχώρο γιατί κερδίζουν χρόνο, τον οποίο διαθέτουν εντός αυτού του χώρου. Κερδίζουν, εξοικονομούν χρόνο τον οποίο πληρώνουν.⁵⁸⁵ Είναι ενδεικτικό το ότι οι περισσότεροι επισκέπτες ομολογούν ότι όταν επισκέπτονται το χώρο πάντα κάτι θα ξοδέψουν ακόμα και αν δεν είχαν την πρόθεση να ψωνίσουν ή θα κάνουν παρορμητικές αγορές:

«Βλέπεις αυτό, βλέπεις εκείνο, βλέπεις το άλλο. Να πάρω κι εκείνο και τι πειράζει αφού είναι φθηνό. Τουλάχιστον εγώ δεν μπορώ...είμαι πολύ επιρρεπής σε αυτά να ψωνίσω άρα νομίζω ότι πρέπει να υπολογίζουν και σε αυτό λιγάκι ότι μπορεί να έρθει εδώ για βόλτα πας ή για σινεμά μόνο και μπορεί να περάσεις από ένα κατάστημα να δεις κάτι και να το πάρεις. Υπολογίζουν και σε αυτό ότι δεν γίνεται κάτι θα πάρεις. Συμβαίνει, εγώ το κάνω συνέχεια.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 28 ετών, κάτοικος Βριλησίων)

«Ερώτηση: Σου συμβαίνει το να κάνεις αγορές που δεν έχεις προγραμματίσεις;

Απάντηση: Ναι. Δεν μου συμβαίνει συχνά γιατί δεν με νοιάζουν τόσο πολύ τα ψώνια, αλλά εκεί είναι πιο πιθανόν να μου έχει τύχει απ'ότι

⁵⁸³ Ζ.Μπωντριγιάρ, *Η καταναλωτική κοινωνία*, όπ.π., σελ.188.

⁵⁸⁴ Ζ.Μπωντριγιάρ, *Η καταναλωτική κοινωνία*, όπ.π.,σελ.192.

⁵⁸⁵ Ζ.Μπωντριγιάρ, *Η καταναλωτική κοινωνία*, όπ.π., σελ.187. Ο Μπωντριγιάρ κάνει λόγο για την εμπορευματοποίηση του χρόνου, δηλαδή το μετασχηματισμό του χρόνου σε αντικείμενο που πουλιέται και αγοράζεται και την ενσωμάτωση όχι μόνο του χρόνου εργασίας αλλά και τηςσχόλης στα ίδια τα εμπορεύματα. Αναφέρει χαρακτηριστικά το παράδειγμα του ηλεκτρονικού πλυντηρίου: «το ηλεκτρονικό πλυντήριο είναι ελεύθερος χρόνος για την νοικοκυρά, δυνητικός ελεύθερος χρόνος μεταμορφωμένος σε αντικείμενο για να μπορεί να πουληθεί και να αγοραστεί (ελεύθερος χρόνος που τελικά θα τον χρησιμοποιήσουμε επωφελώς για να δούμε τηλεόραση και τη διαφήμιση άλλων πλυντηρίων που θα μας δείχνει!)»

θυμάμαι. Και ίσως επειδή τα εμπορεύματα φεύγουν συχνά και βλέπεις συνέχεια διαφορετικά πράγματα οπότε λες ‘α, ευκαιρία να το πάρω’ Αυτό παίζει πολύ. Σαν ανταγωνισμός, δηλαδή, ‘ας το πάρω τώρα γιατί δεν ξέρω αν θα υπάρχει μετά’.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 22 ετών, κάτοικος Παράδεισου Αμαρουσίου)

«Εκεί πας για όλα. Είναι νοοτροπία καταναλωτική. Και μπορεί να παίρνεις πράγματα που δεν τα θέλεις, αλλά επειδή μπορεί να το δεις και θα είναι δίπλα και να είναι εύκολο να το πάρεις και να το πάρεις...και επειδή ακόμα και η παρέα σου, όλοι...είναι νοοτροπία επειδή θα πάνε οι άλλοι να φάνε θα πάρεις κι εσύ κάτι. Νοοτροπία και νομίζω ότι το κάνουν όλοι όταν πηγαίνουν στο ‘The Mall’. Δηλαδή είναι αδύνατον να πάει κάποιος που θέλει να πάρει κάλτσες να πάει στο μαγαζί να τις πάρει και να φύγει. Θα κάτσει σίγουρα και για βόλτα και για να φάει κάτι. Πλέον δεν πας για να ψωνίσεις μόνο, πας και για να διασκεδάσεις. Ή όταν πας για να διασκεδάσεις μπορεί και να ψωνίσεις κιόλας.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

«Αν δηλαδή σε πιάσει ο υπερκαταναλωτισμός σου εκεί και αντέξεις όλο το κλίμα πιστεύω ότι μπορείς να καταστραφείς οικονομικά. Γιατί έχει και πολλά μέρη που μπορείς να τραβήξεις λεφτά με κάρτα. Οπότε μπορεί ενώ δεν σκόπευα ή το είχα ξεχάσει να πάω σε ένα μαγαζί που μου θύμισε ότι πρέπει να το πάρω.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 28 ετών, κάτοικος Βριλησίων)

Η εξοικονόμηση χρόνου λόγω της συγκέντρωσης πολλών επιλογών σε ένα οριοθετημένο περιβάλλον έχει σαν αποτέλεσμα την πιο αποδοτική αξιοποίηση αυτού του χρόνου εντός του συγκεκριμένου χώρου. Η αποδοτική αξιοποίηση αυτού του κερδισμένου χρόνου παράγει οικονομική αξία, κερδοφορία για τα μαγαζιά του χώρου και πληροφοριακή αξία για τους επισκέπτες. Οι πολλές προσφερόμενες επιλογές σημαίνουν εξοικονόμηση χρόνου και η αξιοποίηση αυτού του κερδισμένου χρόνου απαιτεί μια εγρήγορση προκειμένου να

αξιοποιήσεις όσο το δυνατόν περισσότερες επιλογές είτε με τη χρήση αυτών – αγορά και κατανάλωση υπηρεσιών- είτε με την συλλογή πληροφοριών :

«Και εγώ σαν να βιάζομαι νιώθω πολλές φορές. Κάνω κάτι για να κάνω μετά το άλλο, γιατί είναι πάρα πολλά πράγματα εκεί. Δηλαδή θες να πας από το ένα μαγαζί στο άλλο, μετά μπορεί να μην πεινάς αλλά επειδή είναι δίπλα μπορείς να πας να φας κάτι. Ή μπορεί να μην έχεις σκεφτεί να πας να δεις σινεμά, αλλά να δεις τις γιγαντοαφίσες έξω από το Village και να πεις ‘α! για να δω αυτό, φαίνεται ωραίο’. Και οπότε έτσι σκέφτεσαι ότι θέλεις να κάνεις πολλά πράγματα και βιάζεσαι κάπως. Να δεις όλες τις βιτρίνες, να προλάβεις να πας να φας, να προλάβεις...αυτό. Και ίσως για αυτό ανακυκλώνεται και τόσο γρήγορα ο κόσμος.»
(επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

«Υπάρχει μια εγρήγορση, αλλά χαλαρός βηματισμός.»
(επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Εν μέρει δεν σε αφήνει το ‘The Mall’ να κάτσεις, δεν σε αφήνει να ξεκουραστείς, δηλαδή θέλοντας και μη νιώθεις ότι σου λέει κάτι στο υποσυνείδητο αφού είσαι εδώ τώρα πήγαινε κάνε αυτό τώρα, μπες και εκεί, δες αυτό να δεις τι χρειάζεσαι να πάρεις αφού βρίσκεσαι εδώ πέρα πάρε ό,τι μπορείς.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 28 ετών, κάτοικος Βριλησίων)

Η χρονική συμπίεση της κεφαλαιακής ανακύκλωσης παράγει μεγαλύτερο κέρδος και εδώ σε ένα εμπορικό πολυχώρο φαίνεται να βρίσκει την εντοπισμένη της μετωνυμία με την ταχεία ανακύκλωση του κόσμου, δηλαδή του γρήγορου περάσματος από πολλές καταναλωτικές χρήσεις:

«Από την άποψη ότι κάνεις πολύ πιο πολλά πράγματα σε λιγότερο χρόνο.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 26 ετών, κάτοικος Θρακομακεδόνων)

«...είναι απομονωμένο το περιβάλλον σου δίνει μια άνεση, μια ευελιξία να μπαίνεις στο ένα, να βγαίνεις από το άλλο με μια ταχύτητα...Το ‘The Mall’ έχει πάρα πολλά πράγματα. Έχει

σινεμά, διαθέτει φαγητό, ποικιλία δηλαδή διαφορετικές ποικιλίες φαγητού, όχι μόνο ένα εστιατόριο...Συνδυάζει διαφορετικά πράγματα. Και αυτό νομίζω σε κάνει να θέλεις να πας στο 'The Mall'. Ότι τα συνδυάζει όλα, είναι ένας ευρύχωρος χώρος.»
(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

Η διάθεση του «κερδισμένου» ελεύθερου χρόνου σε ένα χώρο με συγκεντρωμένες εμπορικές και ψυχαγωγικές χρήσεις παράγει και αξία πληροφοριακή ή αλλιώς προσφέρει ένα απόθεμα πληροφοριών που συνιστούν αξία για τον σύγχρονο καταναλωτή ως προς τις επιλογές συμβολικού εξοπλισμού αλλά και ως προς το βαθμό ενημέρωσης που τον ταυτοποιεί ως υποκείμενο 'in', 'trendy', 'on-line':

«Πηγαίνω στο 'The Mall' για να έχω μια πιο σφαιρική αντίληψη τι κυκλοφορεί στην αγορά σε σύντομο χρονικό διάστημα.»
(επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 48 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Έχει υπερπληθώρα καταστημάτων. Πάντα κάτι λες ότι μου λείπει, αλλά δεν έχω δώσει και τόση σημασία. Όταν το δεις μπροστά σου λες 'να πάρει η ευχή και αυτό το θέλω'[...] Αν δεν έχω κάτι στο μυαλό μου θα πάω και για βόλτα. Το χάζεμα κάτι λέει και αυτό. Μπορεί να μην είμαι οικονομικά καλά και να πάω εκεί και δω κάτι και να το πάρω αργότερα. Θα το έχω στο μυαλό μου και θα το πάρω αργότερα αφού ξέρω ότι είναι εκεί. Ή κάποια πράγματα όμορφα που λέω ότι τώρα δεν το χρειάζομαι αλλά κάποια στιγμή που θα είμαι καλά οικονομικά θα το πάρω και ας μην είναι κάτι χρήσιμο, είναι κάτι διακοσμητικό.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 42 ετών, κάτοικος Αττικής)

«Θα κάνω τη γύρα μου...θα δω τα καταστήματα, τι έχουν οι βιτρίνες, αν έχει βγει κάτι καινούριο και τέτοια πράγματα...είναι δυο τρία καταστήματα που σίγουρα θα περάσω και για βόλτα να μην πάω, θα πάω να δω τι έχει στο Oisho, Zara, Sfera γιατί θέλω

να δω τι κυκλοφορεί, τι γίνεται, οι τιμές πως πάει.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Οι περισσότεροι από τους επισκέπτες κυκλοφορούν σε όλα τα επίπεδα-ορόφους του χώρου επενδύοντας τον κερδισμένο ελεύθερο χρόνο τους σε συλλογή καταναλωτικών πληροφοριών και με αυτόν τον τρόπο «καταξιώνουν» τις πληροφορίες που διαχέει ο ίδιος ο χώρος ως ένα σύστημα πληροφόρησης γύρω από επιλογές, τάσεις μόδας.

Η κυκλοφορία σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερη επιφάνεια του κλειστού περιβάλλοντος συνιστά στόχο αυτού του συστήματος-χώρου και κριτήριο της επιτυχίας του όχι μόνο με όρους κατανάλωσης αλλά και με όρους οπτικής κατανάλωσης. Παραθέτουμε τα λόγια της υπεύθυνης για τη μείξη των εμπορικών χρήσεων μέσα στο χώρο:

«Θα πρέπει να 'υποχρεώσεις' τον κόσμο να κινηθεί σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερη επιφάνεια της ανάπτυξης, ώστε να μπορέσει να δει όσο το δυνατόν περισσότερα μαγαζιά, τότε έχεις κερδίσει εσύ ουσιαστικά κάνοντας ένα mall, όταν έχεις βάλει τον χρήστη σου να περπατήσει όσο το δυνατόν περισσότερο και να έχει δει όσο το δυνατόν περισσότερα από τα μαγαζιά που έχεις μέσα.»

Θα μπορούσαμε να κάνουμε λόγο για τη χωροχρονική συμπίεση της εμπειρίας εντός του 'The Mall Athens'. Η χωροχρονική αυτή συμπίεση έγκειται στη συμπίεση δραστηριοτήτων, χρήσεων, χώρων σε ένα μονωμένο, οριοθετημένο περιβάλλον και στην αποκάθαρση του χρόνου από ενδιάμεσους σταθμούς, αναβολές, χρονοτριβές, εμπόδια, δηλαδή στην αναγωγή του σε καθαρό χρόνο κατανάλωσης.

2. Καθαρός χρόνος κατανάλωσης

Ο χρόνος ως χρόνος κατανάλωσης αποκλειστικά προϋποθέτει την αφαίρεση, τον καθαρισμό του από οποιαδήποτε άλλη αναφορά, ένδειξη, σημάδι, σημασία που δεν είναι «καταναλώσιμη». Ο ταυτιστικός χρόνος ως χρόνος επισήμανσης (ώρα, φάση της ημέρας, εποχή) απουσιάζει από το χώρο αυτό και δεν είναι εμφανής πουθενά⁵⁸⁶. Είτε ως εργαζόμενος είτε ως επισκέπτης η ροή του χρόνου

⁵⁸⁶ Κ.Καστοριάδης, *Η φαντασιακή θέσμιση της κοινωνίας*, όπ.π. σελ.303-4. Ο Καστοριάδης κάνει λόγο για δύο θεσμίσεις του χρόνου από την κάθε κοινωνία, για την ταυτιστική και τη φαντασιακή θέσμιση: «Ο ως ταυτιστικός θεσμισμένος χρόνος είναι ο χρόνος ως χρόνος επισήμανσης ή χρόνος-σημάδι και

δεν είναι εμφανής, αισθητή στο άτομο που βρίσκεται μέσα στο περιβάλλον αυτό:

«Ο χρόνος, εφόσον έχεις αποσπαστεί από το περιβάλλον, έχει αποσπαστεί κι αυτός. Δηλαδή το οκτάωρο αν είναι 9:00 με 17:00 ή 12:00 με 20:00 είναι το ίδιο πράγμα. Ενώ αν βλέπεις από το παράθυρο προς τα έξω φυσικά αλλάζει, ότι είναι βράδυ ξέρουμε στο σπίτι τι θα κάνουμε. Δηλαδή το να λες ότι είναι βράδυ έπαιζε το ρόλο του πότε θα ξυπνήσω. Δεν είχε σχέση με την εργασία σου καθόλου. Εκεί βιώνες το ίδιο πράγμα ακριβώς. Χώρος αποκλεισμένος, χρόνος αποσπασμένος, τίποτα δεν είχε επαφή...Δηλαδή δεν ήταν μόνο ότι αποκοβόσουν από το δικό σου χρόνο, αποκοβόσουν από το χρόνο. Το αν είναι 16:00 ή 21:00 δεν υπάρχει η ορατή αποτύπωση του ότι πέρασε ο χρόνος. Δεν υπάρχει κάποιο ρολόι κάπου, δηλαδή συνήθως το ρολόι σου είναι οι υπολογιστές να καταλάβεις δεν έχεις κάτι άλλο για να δεις την ώρα. Δεν αποτυπώνεται κάπου ότι βραδιάζει. Ξεκινάς το πρωί με φώτα, πλήρη φωτισμό και καταλήγεις το βράδυ με πλήρη φωτισμό, δεν έχει καμία αλλαγή ενδιάμεση για να αισθανθείς αλλαγή στην ώρα. Ο χρόνος είναι απολύτως ενιαίος. Είναι αυτό που λέμε ότι πετύχανε εκεί μέσα το χρόνο της κατανάλωσης. Είναι ένας απόλυτος χρόνος μόνο κατανάλωσης. Δεν σε επηρεάζει κάτι εξωτερικό. Και για τον πελάτη που θα κάνει τη βόλτα του ότι περνάει η ώρα δεν υπάρχει πουθενά. Μπορεί να κάτσει εκεί μια αιωνιότητα και να είναι το ίδιο πράγμα. Είναι μια αίσθηση ότι μπορείς να μείνεις εκεί δύο ώρες και να μην σου φανεί καθόλου.»

(εργαζόμενος σε βιβλιοπωλείο στο 'The Mall Athens', 32 ετών)

«Όταν κάθομαι και βλέπω τους ανθρώπους να ανακυκλώνονται ξεχνιέμαι, δεν το παρατηρώ. Δεν είναι ότι κάνω κάτι χειροπιαστό και περνάει ο χρόνος πάνω σε αυτό που κάνω.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

χρόνος σημαδιών. Ο ως φαντασιακός (κοινωνικά φαντασιακός, εννοείται) θεσμισμένος χρόνος είναι ο χρόνος της σημασίας ή σημασιακός (διάκριση που δεν συνεπάγεται καθόλου ένα διαχωρισμό αυτού που διακρίνουμε).»

«Ερώτηση: Όταν βρίσκεσαι μέσα σε αυτό το χώρο ποιά είναι η αίσθηση του χρόνου που έχεις;

Απάντηση: Δεν υπάρχει. Καταρχήν δεν μπαίνεις στη διαδικασία να κοιτάξεις το ρολόι σου ποτέ. Να πεις: ‘ωχ πρέπει να φύγω’ ή ‘ότι με παίρνει να κάτσω δυο ώρες ακόμα’. Δεν το κάνεις αυτό. Βλέπεις πολύ κόσμο οπότε ξεχνιέσαι με αυτό το θέμα με την αίσθηση του χρόνου. Και όσον αφορά τους αγορομανείς αυτοί ειδικά δεν έχουν καθόλου αίσθηση του χρόνου γιατί όταν πας να ψωνίσεις κάτι και βλέπεις και στο άλλο μαγαζί λες ‘ωχ μήπως είναι καλύτερο, να πάω και εκεί, να πάω και εκεί’. Δεν υπάρχει αίσθηση του χρόνου. Θα κάτσεις μέχρι να σου πουν τα μαγαζιά ‘δυστυχώς κλείνουμε’.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 19 ετών, κάτοικος Ν.Ηρακλείου)

«Την χάνω την αίσθηση του χρόνου εντελώς. Δεν παρατηρείς...μπαίνεις...αν είναι μέρα, αν είναι νύχτα. Το ξέρεις επειδή το ξέρεις εσύ, δεν βλέπεις έξω. Έχει πολλά φώτα, δεν βλέπεις έξω, ξέρεις ‘νύχτωσε, έχω και δουλειά’, ή χάνεσαι, χάνεις λίγο το χρόνο. Λόγω του ότι έχει πολλά καταστήματα και λες ‘ας δω και αυτό’. Δηλαδή εγώ έχω παρατηρήσει ότι όσες φορές έχω πάει δεν το έχω γυρίσει όλο, ποτέ. Δεν θα έχω πάει στο ισόγειο, δεν θα έχω πάει στον 1^ο όροφο, θα έχω από το δεύτερο που μπαίνεις από την είσοδο κατευθείαν στον τρίτο. Δεν το έχω γυρίσει ποτέ όλο την ίδια μέρα, γιατί πάντα κοιτάω και λέω ‘αμάν πρέπει να φύγω’[...] Δεν ξέρω είναι ότι έχει πάντα κόσμο, πάντα τα φώτα, δεν πολυκοιτάω και πάνω να δω ότι είμαι σε κλειστό χώρο και χάνω την αίσθηση του χρόνου. Δεν δίνω και τόση πολλή σημασία. Και έχει τύχει να δω το ρολόι και να με πιάσει υστερία ότι πρέπει να φύγω αμέσως. Μου αφήνει πάντα το αίσθημα του ανικανοποίητου. Ή λεφτά δεν θα έχω να ψωνίσω ό,τι θέλω και λέω ‘να πάρει η ευχή’ ή είναι κάποια πράγματα που θέλω να κάνω και δεν προλαβαίνω.» (επισκέπτρια του ‘The Mall Athens’, 42 ετών, κάτοικος Αττικής)

«Ίσως να χάνεις την αίσθηση του χρόνου γιατί έχεις πάρα πολλά πράγματα να δεις και ίσως να παίζει ρόλο και ο κόσμος, ο πολύς κόσμος να χάνεις την αίσθηση του χρόνου. Πάντα όταν βγαίνεις από το σπίτι σου και έχεις να κάνεις δουλειές ή ακόμα και ένα ραντεβού που έχεις κάθε στιγμή θέλεις να μαθαίνεις τι ώρα είναι για να ξέρεις περίπου πώς να κινηθείς. Αν θα πρέπει να καθυστερήσεις, αν θα πρέπει να βιαστείς όλα αυτά. Οπότε στο 'The Mall' δεν με ενδιαφέρει τι ώρα είναι γιατί πολύ απλά βγαίνω για να διασκεδάσω, για να δω φίλους μου και όχι για να κλείσω ή να κάνω δουλειές. Οπότε δεν με ενδιαφέρει ο χρόνος. Τώρα ίσως να επηρεάζει και το κλίμα, η ατμόσφαιρα ως προς το να χάνω την αίσθηση του χρόνου. Κυρίως όταν λέμε ότι χάνω την αίσθηση του χρόνου σημαίνει ότι ο χρόνος περνάει πιο γρήγορα. Και αν περνάει ο χρόνος πιο γρήγορα σημαίνει ότι περνάμε καλά. Οπότε εγώ στο 'The Mall' δεν πάω για δουλειές, πάω για να βρω τους φίλους μου, για να περάσω καλά, άρα θα περάσει και ο χρόνος γρήγορα.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 20 ετών, κάτοικος Ν.Κηφισιάς)

«Ερώτηση: Όταν βρίσκεσαι μέσα στο χώρο έχεις αίσθηση του χρόνου;

Απάντηση: Όχι τόσο πολύ, επειδή είναι κλειστός ο χώρος, ο φωτισμός όλα αυτά. Όλη αυτή η βαβούρα σε ζαλίζει. Επίσης έχεις πολλές επιλογές για να χαλάσεις το χρόνο σου. Οπότε λες 'άντε να δω και αυτή τη βιτρίνα, άντε να μπω και λίγο εκεί' και μετά βλέπεις το ρολόι σου και βλέπεις ότι πέρασε η ώρα.

Ερώτηση: Η αίσθηση του χρόνου στο εμπορικό κέντρο διαφέρει με το να είσαι αλλού για καφέ για παράδειγμα;

Απάντηση: Πάλι περνάει ο χρόνος απλά εκεί νιώθεις σαν να είσαι σε κάτι άλλο. Επειδή πιστεύω έχεις ερεθίσματα συνέχεια, συνέχεια και κάπου ζαλίζεσαι. Πως είναι με την τηλεόραση, εικόνες-εικόνες και λες περνάει η ώρα χωρίς να αντιλαμβάνεσαι κάποια πράγματα, πιστεύω αυτό. Κρίνεις, συγκρίνεις τιμές εδώ, εκεί και πιστεύω παίζει πολύ αυτό ο υπερκαταναλωτισμός, δηλαδή καταλήγεις να κάνεις

πράγματα που δεν θες. Μπορεί να μην θέλεις να πας για καφέ, αλλά επειδή έχεις κουραστεί από τα ψώνια λες κάτσε να πω έναν καφέ. Να μάνι-μάνι ο χρόνος που χάνω. Ή λες ‘δεν βλέπω και μια ταινία’ ή βλέπεις μια βιτρίνα, κάτσε να δούμε και την άλλη και την άλλη. Επειδή είναι μαζεμένο και δεν αντιλαμβάνεσαι τους κύκλους που κάνεις όπως σε μια αγορά άλλη.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’,

22 ετών, κάτοικος Παράδεισου Αμαρουσίου)

Τα σημεία της εναλλαγής, της ροής του χρόνου δεν αποτυπώνονται και δεν γίνονται αισθητά σε αυτό το μονωμένο, κλειστό μικρόκοσμο. Ακόμα και οι φυσικές μεταβολές στη ροή του χρόνου όπως η συσκότιση ή η βροχή αποκλείονται σε ένα χώρο κλιματιζόμενης, σταθερής αιθρίας. Ο καθαρός από ενδείξεις ροής χρόνος είναι ένας στατικός χρόνος στον οποίο η καταναλωτική δραστηριότητα είναι η μόνη, καθολική εντός αυτού του περιβάλλοντος. Η εξασφάλιση αυτής της τεχνητής αιθρίας, αυτού του αυτοναφορικού κλειστού χρονικού σχήματος εμπειρίας φαίνεται να είναι επιθυμητό ως ένας χώρος και χρόνος άνετης, απερίσπαστης κατανάλωσης:

«Όπως είπα το χειμώνα όταν παρκάρω και είμαι μέσα στο ‘The Mall’ μπορώ να κάνω δέκα πράγματα και θα είμαι άνετα. Στην πόλη θα πρέπει να βρεις να παρκάρεις μέχρι να φτάσεις στο μαγαζί που θέλεις, μετά θέλεις να κάνεις κάτι άλλο, θα το σκεφτώ. Πρέπει να πάρεις το αμάξι να βγεις, να πας να παρκάρεις να δεις το μαγαζί, ομπρέλες ή κρύο θα κάνει. Στο ‘The Mall’ δεν έχεις αυτό το πρόβλημα.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 26 ετών, κάτοικος Θρακομακεδόνων)

«...και πήγαμε όντως μέσα στον καύσωνα και είχε δροσιά, εν ένιωθες τη ζέστη. Το αντίστοιχο έγινε και το χειμώνα, δηλαδή πήγαμε με χιόνι έξω και εκεί ήταν μια χαρά. Δηλαδή εξυπηρετούσε.» (επισκέπτης του ‘The Mall Athens’, 50 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Όταν έχει άσχημο καιρό πήζει το ‘The Mall’ στην κυριολεξία, γιατί έρχονται πολλοί για αυτό το λόγο εκεί. Και σου λέει θα κάνω τα ψώνια μου χωρίς να βραχώ, χωρίς να ταλαιπωρηθώ, χωρίς

τίποτα...» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 25 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

«Μου αρέσει που έχει θέρμανση και το καλοκαίρι ψύξη σε όλο το χώρο και μετακινούμαι μέσα. Δεν είναι όπως έξω που θέλω να πάω από το ένα μαγαζί στο άλλο, βγαίνεις έξω, να βάλεις το μπουφάν, το ένα το άλλο. Αυτό μου αρέσει πολύ στο 'The Mall'.»

(επισκέπτης του 'The Mall Athens', 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

Αναφορές στο φυσικό χρόνο –χειμώνας, φθινόπωρο, άνοιξη, καλοκαίρι-, στο θρησκευτικό –Χριστούγεννα, Πάσχα-, σε κοινωνικές, πολιτιστικές εκδηλώσεις –ολυμπιακοί αγώνες, έναρξη της σχολικής χρονιάς, γιορτή της μητέρας, παγκόσμια ημέρα του περιβάλλοντος- εμφανίζονται στο χώρο ως αφορμές προώθησης νέων τάσεων και 'collection' μόδας και ως σκηνοθεσία του χώρου. Ο φυσικός και ο κοινωνικός χρόνος αναπαρίσταται ως θέαμα, δηλαδή θεαματικοποιείται και έτσι γίνεται καταναλώσιμος:

«Μετά που έγιναν τα Χριστούγεννα που είχε κάτι ξωτικά και μια παρουσίαση με τον Άγιο Βασίλη και βγαίνανε φωτογραφίες και αυτά...ωραία. Προσελκύει κόσμο και ειδικά τα μικρά παιδιά. Εντάξει σου ανεβάζει τη διάθεση.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 16 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

«Μου αρέσει...το στολίζουνε και βάζουνε ας πούμε τα Χριστούγεννα μου αρέσει που βάζουν τα χριστουγεννιάτικα που στολίζουνε ή που βάζουν για να διαφημίσουν κονσόλες και παίξεις και εσύ αυτό μου αρέσει...και μου αρέσει ο στολισμός, τα φωτάκια για τους ολυμπιακούς που είχανε βάλει...» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

«Τα events που κάνουνε που και που, ειδικά κάποια μαγαζιά 'Fnac' ας πούμε, τα atmospherics τα Χριστούγεννα.[...] Ξέρεις τα λαγουδάκια και τέτοια.» (επισκέπτης του 'The Mall Athens', 22 ετών, κάτοικος Παράδεισος Αμαρουσίου)

Ο φυσικός και ο κοινωνικός χρόνος δεν αποτυπώνονται, δεν εγγράφονται σε αυτό το περιβάλλον αλλά αναπαρίστανται ως διάκοσμος, ο οποίος συμβάλλει

στην μετάδοση της αίσθησης της ανανέωσης, της αλλαγής του χώρου και με αυτόν τον τρόπο επιχειρείται η τόνωση του καταναλωτικού ενδιαφέροντος.

Οι εποχές, οι θρησκευτικές γιορτές, κοινωνικές εκδηλώσεις και ημέρες/σημεία του ημερολογιακού χρόνου ως υπενθυμίσεις κοινωνικών ζητημάτων –γιορτή της μητέρας, του παιδιού, παγκόσμια ημέρα του περιβάλλοντος- ανάγονται σε σημεία/εικόνες και συναρθρώνονται, διευθετούνται στο χώρο έτσι ώστε να τον σκηνοθετήσουν.⁵⁸⁷

Η ανανέωση του καταναλωτικού ενδιαφέροντος αποτελεί μια κύρια στόχευση της αγοράς και επιδιώκεται με διάφορες τεχνικές προώθησης, παραγωγής πολλών εκδοχών, παραλλαγών του ίδιου εμπορεύματος -δυνατότητα που προσφέρει η ευέλικτη τεχνολογία πολυλειτουργικών μηχανών παραγωγής.⁵⁸⁸ Σε ένα χώρο όπου ο κοινωνικός χρόνος, δηλαδή η κίνηση της κοινωνίας μέσα στην ιστορία δεν αφήνει τα ίχνη του, δεν επιφέρει αλλαγές, δεν προκαλεί ποιοτικές μεταβολές εφευρίσκονται γεγονότα –events- προκειμένου όχι βέβαια να μεταφέρουν εντός του 'The Mall Athens' τη γεγονόττητα του κοινωνικού –πράγμα το οποίο δεν γίνεται αναπαραστήσιμο αλλά γίνεται, συμβαίνει εκεί που η κοινωνία κινείται, παράγει και πράττει- αλλά για να σκηνοθετήσουν κάθε φορά την ατμόσφαιρα του νέου, της πρόκλησης, του ανανεωμένου. Αυτή η μονίμως κλιματιζόμενη αιθρία, αυτή η στατική χρονικότητα, δηλαδή ένας χρονικός τρόπος του είναι παγιωμένος, αμετάβλητος, προβλέψιμος ενδύεται κάθε φορά με σημεία/εικόνες που του αποδίδουν την ψευδαίσθηση «ότι κάτι συμβαίνει» σε ένα περιβάλλον, σε ένα μικρόκοσμο που διατηρεί την ταυτότητά του ως καθαρός χώρος και χρόνος της κατανάλωσης. Παρατίθενται μερικές ενδεικτικές φράσεις από το περιοδικό 'The Mall Magazine', οι οποίες είτε παρουσιάζονται ως τίτλοι στο πρωτοσέλιδο είτε φράσεις στο editorial του γενικού διευθυντή του εμπορικού κέντρου:

«Καλώς ορίσατε στο ανανεωμένο και λαμπερό The Mall Athens! Η νέα χρονιά στο μεγαλύτερο εμπορικό και ψυχαγωγικό κέντρο της

⁵⁸⁷ Βέβαια πρέπει να σημειώσουμε ότι αυτές οι γιορτές είναι ήδη σε μεγάλο βαθμό θεαματικοποιημένες.
⁵⁸⁸ Η πληροφορική τεχνολογία και ιδίως η εισαγωγή της μικροηλεκτρονικής έδωσε τη δυνατότητα για την κατασκευή εξοπλισμού πολλαπλής και ευέλικτης χρήσης, με αποτέλεσμα η στατικότητα του φορντικού τεχνολογικού εξοπλισμού να αντικατασταθεί με μηχανές, πολύ-εργαλεία, οι οποίες μπορούν να εναλλάσσουν λειτουργίες και να παράγουν ποικίλα προϊόντα ανάλογα με τις διακυμάνσεις της ζήτησης. Σχετικά με τις ευέλικτες μορφές παραγωγής βλ. Α.Λυμπεράκη –Α.Μουρίκη, *Η Αθόρυβη επανάσταση, νέες μορφές οργάνωσης της παραγωγής και της εργασίας*, Gutenberg, Αθήνα 2002, σελ.99-103.

πόλης γιορτάστηκε με ξεχωριστό τρόπο, με πολύ κέφι και μέσα σε πανηγυρική ατμόσφαιρα. Άγιοι Βασίληδες και αγγελάκια μοίραζαν σοκολάτες και διηγούνταν στα παιδιά χριστουγεννιάτικες ιστορίες, ενώ πιανίστες και μπάντες συνόδευαν τις αγορές των επισκεπτών με χριστουγεννιάτικα τραγούδια και κάλαντα.» (Ιανουάριος 2007, #03)

«Ο Δεκέμβριος έκανε δυναμικά την εμφάνισή του στις βιτρίνες του μεγαλύτερου εμπορικού κέντρου της πόλης που για Τρίτη συνεχή χρονιά παραμένει το πιο πολυσύχναστο στέκι της Αθήνας. Τα Χριστούγεννα είναι η ωραιότερη γιορτή του χρόνου! Έτσι το The Mall φόρεσε τα καλά του και σκαρφίστηκε χίλιες δυο ιδέες για να σας μείνουν και αυτές οι γιορτές αληθινά αξέχαστες. Ζήστε και φέτος τη μαγεία των Χριστουγέννων στο The Mall.» (Δεκέμβριος 2007, Ιανουάριος 2008, #08)

«Μετά το ξεφάντωμα των Χριστουγέννων, ήρθαν οι χειμερινές εκπτώσεις για να μας θυμίσουν ότι κάθε εποχή του χρόνου έχει τα καλά της! Ο Φεβρουάριος είναι ο μήνας των εκπτώσεων, είναι ο μήνας των ερωτευμένων, είναι ο μήνας που ψηφίζουμε για τα Όσκαρ, είναι ο τελευταίος μήνας του χειμώνα, λίγο πριν η άνοιξη κάνει τη δυναμική της εμφάνιση και μετατρέψει το The Mall σε μια χρωματική πανδαισία.» (Φεβρουάριος 2008, #09)

«Spring trends» (τίτλος)

«Η άνοιξη έκανε δυναμικά την εμφάνισή της και μια πανδαισία χρωμάτων συνοδεύει τα ανοιξιάτικα ραντεβού στις βιτρίνες, στα cafes και στα εστιατόρια του μεγαλύτερου εμπορικού κέντρου της πόλης. ‘Ντυμένο’ πασχαλινά το The Mall υποδέχεται τους χιλιάδες επισκέπτες του με λουλούδια, πασχαλινά αβγά, ζωντανά λαγουδάκια και μια μοναδική έκθεση ζωγραφικής με αντίγραφα έργων του Ελ Γκρέκο.» (Απρίλιος 2008, #10)

Ο καθαρός, αποκλειστικός χρόνος της κατανάλωσης είναι ένας γενικός, αφηρημένος χρόνος από τον κοινωνικό χρόνο της παραγωγής, της εργασίας, της

σχόλης, του κοινωνικού πράττειν. Αποσπασμένος από τον κοινωνικό χώρο και χρόνο, ο χρόνος αυτού του μικρόκοσμου είναι ομοιογενής, αποκαθαρμένος από εντάσεις, συγκρούσεις, αντιθέσεις, ρήξεις, συμφωνίες, δράσεις και αντιδράσεις, μόχθο, εργασία, προκλήσεις, διακυβεύματα, αποφάσεις και ευθύνες. Ο χρόνος της κατανάλωσης είναι διαθέσιμος να ενορχηστρωθεί, να σκηνοθετηθεί ως ένας διαρκώς, συνεχώς ανανεωμένος χρόνος. Στην καταναλωτική χρονικότητα έχουμε ανανέωση, συνέχεια ή αλλιώς μια συνεχής εναλλαγή που προωθείται σκηνοθετικά με σημεία-εικόνες-events κράχτες των μεταβάσεων, των «αλλαγών», των ανανεώσεων.

Η συνέχεια του χρόνου της κατανάλωσης σημαίνει ότι ο χρονικός τρόπος του είναι είναι εναλλάξιμος και επαναλαμβανόμενος, αδιάρρηκτος, ταυτός. Πρόκειται για μια χρονική εμπειρία στατικότητας εν συνεχεία. Αυτή η παλινδρόμηση του ίδιου, του οικείου αλλά εικονικά ανανεωμένου έχει να κάνει τόσο με τον φυσικό και κοινωνικό χρόνο, οι οποίοι αναγόμενοι σε διάκοσμο, σε «ατμόσφαιρα» ανανεώνουν και εναλλάσσουν τον ίδιο χρόνο της κατανάλωσης, όσο και με την εμπειρία του χρόνου που διατίθεται από τα υποκείμενα σε δραστηριότητες μέσα στο χώρο. Ο αυτοαναφορικός, κλειστός συνεχής χρόνος της κατανάλωσης είναι και επεισοδιακός.

Ένας χρόνος επίπεδος, ομοιογενής, ένας χρόνος σε κενό όχι ως χώρος έκταση με βαθύ ορίζοντα, με διαφορετικούς προσανατολισμούς, με τοπία μνήμης, με αιφνίδιες εμφανίσεις αναμνήσεων, με αστραπές, εκλάμψεις της φαντασίας, με εμπόδια (υλικά-οικονομικά), με ηθικούς δισταγμούς, διλήμματα, με αιωρήσεις, έγνοιες και αποφάσεις που μένουν επικίνδυνα μετέωρες. Ο χρόνος της κατανάλωσης είναι χρόνος καθαρμένος, χρόνος συνεχής άρα και στατικός ως προς τη ρήξη, τη δημιουργία, την ανάδυση της ετερότητας. Πρόκειται για ένα χρόνο που η ταχύτητα της εναλλαγής των εικόνων, των επιλογών, των επεισοδίων τον μυστικοποιεί, καθώς του αποδίδει μαγικές ιδιότητες, δηλαδή από τη μια γίνεται άχρονος, δεν γίνεται αντιληπτός και από την άλλη μέσω αυτής της επεισοδιακής εμπειρίας αποκρύπτει το ότι ως χρόνος δεν είναι χρόνος της ροής, της φθοράς, της αλλαγής αλλά φορέας του συνεχώς ίδιου:

«Μπορεί και να καθόμασταν και δυο ώρες μπορεί και παραπάνω
τρεις ώρες να καθόμαστε και να μιλάμε και να μην καταλαβαίνουμε
ειλικρινά πως περνάει ο χρόνος. Λόγω της εναλλαγής του κόσμου,

ξέρεις αυτό της περαντζάδας, έχει πολύ έντονη περαντζάδα, εναλλαγή, δεν βλέπεις ποτέ το ίδιο πράγμα. Πιστεύω ότι αυτό σε βοηθάει στο να περνάει η ώρα και να μην καταλαβαίνεις πότε περνάει η ώρα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 26 ετών, κάτοικος Κ.Πατησίων)

Με τη συγκέντρωση λειτουργιών, χρήσεων, με το εκτεταμένο ωράριο, με την ποικιλία επιλογών, με τη χρονική ευελιξία των multiplex και την ευκολία πρόσβασης το 'The Mall Athens' αφηγείται, προτείνει μια νέα εμπειρία του χρόνου, επεισοδιακή, συναρμολογήσιμη κατά βούληση. Το άτομο μπορεί να συναρμολογήσει αυτοβούλως τη χρονική συνέχεια της εμπειρίας του μέσα στο χώρο:

«Δηλαδή μπορείς να πας σινεμά και μετά δίπλα ακριβώς να φας και ας πούμε να διαλέξεις μεταξύ πολλών επιλογών, έχει διάφορα fast-food, εστιατόρια ή μπορώ να πω ποτό γιατί έχει μπαράκια. Και όλα αυτά είναι δίπλα, δηλαδή είσαι ένα βήμα από το σινεμά. Δηλαδή τα συνδυάζει τα πάντα πολύ εύκολα.» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 23 ετών, κάτοικος Δροσιάς)

«...έχει πολλά μαγαζιά μαζεμένα, μπορώ να κάνω τα πάντα και μπορώ να πάω ανά πάσα στιγμή. Δηλαδή εκτός του ότι την Παρασκευή και το Σάββατο κλείνουν πιο αργά από τα κανονικά...Μπορώ να πάω σινεμά ό,τι ώρα θέλω όταν πάω εκεί. Μπορώ να πάω για φαγητό, για καφέ, για ψώνια σε ό,τι μαγαζί θέλω, δηλαδή εδώ πέρα [σ.σ: Αγία Παρασκευή] δεν έχουμε σχεδόν τίποτα. Εκεί πέρα μπορώ να τα βρω όλα μαζεμένα, σε κλειστό χώρο, να μην φοβάμαι άμα βρέξει και όλα αυτά» (επισκέπτρια του 'The Mall Athens', 16 ετών, κάτοικος Αγ.Παρασκευής)

Ο χρόνος σ' ένα καταναλωτικό, μονωμένο περιβάλλον είναι καθαρός χρόνος κατανάλωσης. Αυτό σημαίνει ότι τα άτομα δεν τον αντιλαμβάνονται ως τίποτε άλλο παρά ως χρόνο κατανάλωσης. Όπως αναδεικνύεται από τα λόγια των επισκεπτών ο χρόνος εντός αυτού του περιβάλλοντος δεν γίνεται αντιληπτός ούτε στη φυσική του διάσταση (ωρολογιακός χρόνος, ημέρα/νύχτα) ούτε στην ιστορική του διάσταση (π.χ.: ένας επισκέπτης λέει: «Δεν είναι ότι κάνω κάτι χειροπιαστό και περνάει ο χρόνος πάνω σε αυτό που κάνω.»). Ο καθαρός

χρόνος της κατανάλωσης είναι ανιστορικός, καθώς η ατομική δραστηριότητα εντός αυτού του χώρου και του χρόνου που τον διέπει δεν μετασχηματίζει το περιβάλλον ούτε την αντίληψη του χρόνου. Κατά τον Σ.Δημητρίου «ο χρόνος, και μαζί μ'αυτόν και η ιστορία, είναι προϊόν της ατομικής και κοινωνικής δραστηριότητας, επένδυση εργασίας που μετασχηματίζει το χώρο σε ιστορικό προϊόν μετασχηματίζοντας την κοινωνία και τον άνθρωπο».⁵⁸⁹

Η αναστολή της ικανοποίησης, η διαμεσολάβηση της σκέψης, της αξιοποίησης της συσσωρευμένης γνώσης, του σχεδιασμού στη σχέση της ανάγκης και της επίτευξης του στόχου αποτελούν όρους της αντίληψης του ιστορικού χρόνου καθώς και τον τρόπο επέμβασης και σταδιακού μετασχηματισμού που επιφέρει ο άνθρωπος στον φυσικό του περιβάλλον, στα μέσα παραγωγής του, στα τεχνουργήματά του και στη συνειδήσή του.⁵⁹⁰

Σε ένα περιβάλλον όπως το 'The Mall Athens' η ατομική δραστηριότητα προσδιορίζεται και ρυθμίζεται από την υπερπληθώρα προσφερόμενων καταναλωτικών επιλογών και την προτροπή για άμεση κατανάλωσή τους. Η αναστολή της ικανοποίησης, της απόλαυσης, ο χώρος για την ανάπτυξη της σκέψης, η ανάγκη για στοχασμό και για σχεδιασμό της πράξης δεν έχουν θέση σε ένα εμπορευματικό περιβάλλον της καταναλωτικής- θεαματικής αφθονίας.⁵⁹¹ Επίσης σε ένα τελειωμένο, μονωμένο, από τα πριν κατασκευασμένο και διαρρυθμισμένο, σε ένα ιδιόκτητο και επιτηρούμενο χώρο η ατομική δραστηριότητα δεν αποβλέπει στο μετασχηματισμό του περιβάλλοντος. Η ατομική δραστηριότητα σε αυτό το περιβάλλον έγκειται στην άμεση κατανάλωση (υλική και οπτική) όσο το δυνατόν περισσότερων ευκαιριών (εμπορευματικών και θεαματικών). Η διασκεπτική δραστηριότητα του ατόμου εκκίπτει σε μια διανοητική δραστηριότητα διαχείρισης πληροφοριών. Οι συσσωρευμένες πληροφορίες που φέρει το κάθε άτομο συναντιούνται με τις

⁵⁸⁹ Σ.Δημητρίου, «Ιστορία και χρόνος στην Ανθρωπολογία», στο Σ.Δημητρίου-Κοτσώνη-Σ.Δημητρίου, *Ανθρωπολογία και ιστορία*, β' έκδοση, Καστανιώτης, Αθήνα 1996, σελ.253.

⁵⁹⁰ Σ.Δημητρίου, «Ιστορία και χρόνος στην Ανθρωπολογία», όπ.π., σελ.240. Ο Δημητρίου αναφέρει ότι «οι δραστηριότητες που μεσολαβούν ανάμεσα στις ανάγκες και στην ικανοποίησή τους, η οργάνωση της επίκτητης μάθησης σε μνημονικές σειρές και ο σχεδιασμός αποτελούν τα τρία ουσιαστικά και αλληλεξαρτημένα στοιχεία που οικοδομούν ενιαία το χρόνο στις διάφορες πτυχές του. Η ενότητα του χρόνου υπάρχει μέσα στον άνθρωπο και όχι στις σειρές χρονολόγησης.[...] Η ανθρώπινη δραστηριότητα διεξάγει το διάλογο μεταξύ της αποθηκευμένης πληροφορίας και του επερχόμενου σχεδιασμού, μεταξύ του παρελθόντος και του μέλλοντος.»

⁵⁹¹ Σ.Δημητρίου, «Ιστορία και χρόνος στην Ανθρωπολογία», όπ.π., σελ.239. Ο Δημητρίου αναφέρεται στη σχέση της αντίληψης του χρόνου και της ανάπτυξης της σκέψης κατά τη στιγμή της αναστολής της πράξης. Ο στοχασμός «εμπερικλείει τη διάσταση του χρόνου [...] αφού στοχασμός είναι ο διάλογος παρόντος και παρελθόντος με όρους του μέλλοντος, δηλαδή με όρους του σκοπού.»

εμπορευματικές και θεαματικές προ(σ)κλήσεις και το άτομο αντιστοιχεί, ανακαλεί, συγκρίνει πληροφορίες-σημεία (τιμές, συμβολικές αξίες των προϊόντων, στιλ, επιθυμίες). Δεν υφίσταται στοχασμός, σκέψη, αποστασιοποίηση. Το άτομο σε τέτοια περιβάλλοντα μοιάζει να απορροφάται σε μια αφθονία πληροφοριών, όπου δεν καλείται να στοχαστεί πάνω σε αυτές ή/και να παρέμβει, να δράσει μετασχηματιστικά. Και ο στοχασμός σημαίνει διερεύνηση του τροπισμού του υπό σκέψη αντικειμένου.

Η καθαρότητα του χρόνου της κατανάλωσης γίνεται εμφανής στην εμπειρία του κατά βούληση συναρμολογήσιμου χρόνου που έχουν οι επισκέπτες. Η απουσία κοινωνικών απαιτήσεων, κανόνων και η έλλειψη αναμέτρησης με κοινωνικές καταστάσεις, δεδομένα, διλήμματα, συμπεριφορές, στόχους, και συνεπώς η έλλειψη ανάγκης της δράσης, της απόφασης, της ευθύνης υποστηρίζει την εμπειρία ενός ρευστού, καθαρού, συναρμολογήσιμου χρόνου. Είναι ενδιαφέρον να προσεγγίσουμε το 'The Mall Athens' ως έναν θύλακα ανιστορικής εμπειρίας, μια κυψέλη καθαρής καταναλωτικής χρονικότητας, η οποία συνιστά την ίδια στιγμή νευραλγικό κόμβο της οικονομίας του εμπορεύματος, των υπηρεσιών και του θεάματος (με την έννοια της εμπέδωσης του θεαματικού τροπισμού). Με άλλα λόγια η ενθυλακωμένη ανιστορική εμπειρία των ατόμων σε ιδιωτικούς χώρους μαζικής χρήσης μπορεί να έχει σημαντικές οικονομικές και πολιτικές συνέπειες για την αναπαραγωγή του κοινωνικού συστήματος.

Συμπεράσματα

Οι στόχοι της παρούσας διατριβής ήταν να διερευνηθεί η ταυτότητα του εμπορικού πολυχώρου του 'The Mall Athens', η ταυτότητα των επισκεπτών και η εμπειρία τους μέσα στο χώρο. Η ταυτότητα του χώρου και των επισκεπτών δεν είναι κάτι δεδομένο και παγιωμένο, αλλά συνιστά ένα διαρκές διακύβευμα. Η ταυτότητα είναι μια συνεχής, ιστορική διαδικασία κοινωνικής κατασκευής. Έτσι προσεγγίσαμε την ταυτότητα του χώρου και των επισκεπτών μέσα από μια δυναμική σκοπιά, έστω και αν ο συγκεκριμένος χώρος του 'The Mall Athens' είναι ένας μονωμένος, εφάπαξ κατασκευασμένος χώρος.

Όπως προαναφέρθηκε, η ταυτότητα του εμπορικού πολυχώρου του 'The Mall Athens' προκύπτει αφενός από τη λογική, τις επιδιώξεις και τις νοηματοδοτήσεις της χωροθέτησής του, του αρχιτεκτονικού σχεδιασμού (διαρρύθμιση του χώρου και αισθητική), της κατανομής των χρήσεων, της διαχείρισης του χώρου, του διαφημιστικού λόγου και αφετέρου από τους τρόπους πρόσληψης, αξιολόγησης και πρακτικής των ίδιων των επισκεπτών. Επομένως η ταυτότητα του χώρου βρίσκεται σε διαλεκτική σχέση με την ταυτότητα των επισκεπτών. Η ταυτότητα των επισκεπτών συγκροτείται από τις αναπαραστάσεις του χώρου στον οποίο βρίσκονται και συνάμα από την αναγνώριση της θέσης τους μέσα σε αυτόν τον χώρο, δηλαδή από την ανάληψη και επιτέλεση ρόλων εντός αυτού του περιβάλλοντος. Οι πρακτικές που αναπτύσσουν τα άτομα-επισκέπτες συνιστούν επιτελέσεις ρόλων, οι οποίοι συνιστούν όψεις της κοινωνικής τους ταυτότητας και επικυρώνουν την ταυτότητά τους ως επισκέπτες αυτού του χώρου. Από αυτό προκύπτει μια διαλεκτική σχέση μεταξύ της ταυτότητας των ατόμων ως επισκεπτών του εμπορικού πολυχώρου και της κοινωνικής τους ταυτότητας. Με αυτόν τον τρόπο η επιμέρους ταυτότητα του επισκέπτη του

εμπορικού πολυχώρου εμβυθίζεται στην σύγχρονη κοινωνική συνθήκη, καθώς η ταυτότητα αυτή διαμορφώνει και διαμορφώνεται από την κοινωνική ταυτότητα των ατόμων, δηλαδή από τον τρόπο που αντιλαμβάνονται και νοηματοδοτούν την κοινωνική πραγματικότητα και προσδιορίζουν τον εαυτό τους εντός αυτής. Η ταυτότητα, λοιπόν, του χώρου προσδιορίζεται και από τις αναπαραστατικές και πρακτικές συνιστώσες της ταυτότητας των επισκεπτών και αντίστοιχα η ταυτότητα των επισκεπτών διαμορφώνεται σε συνάρτηση με την ταυτότητα του χώρου.

Αρχικά μπορούμε να συμπεκνώσουμε τα συμπεράσματα της έρευνας σχετικά με την ταυτότητα του χώρου έτσι όπως αυτή δόθηκε από τη χωροθέτησή του, τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό, την κατανομή των χρήσεων, τη διαχείριση του εμπορικού πολυχώρου και το διαφημιστικό λόγο. Το 'The Mall Athens' είναι ο πρώτος περιτειχισμένος εμπορικός πολυχώρος τύπου 'mall' στην Ελλάδα. Η χωροθέτησή του δίπλα σε ένα αναγνωρισμένο τοπόσημο του αθλητικού κυρίως θεάματος, το Ο.Α.Κ.Α., στον αστικό χώρο της Αττικής και η διασύνδεσή του με οδικούς και σιδηροδρομικούς άξονες τον καθιστά τον ίδιο ένα νέο τοπόσημο –εμπορικού και θεαματικού χαρακτήρα- στον αστικό χάρτη και προσβάσιμο. Η λογική της κατασκευής ενός τέτοιου πολυχώρου τύπου 'mall' συνίσταται στη δημιουργία ενός «αστικού κέντρου» ή αλλιώς ενός «ιδιωτικού χώρου μαζικής χρήσης». Η χωροθέτησή του μαρτυρά την επιδίωξη να είναι αυτός ο χώρος προσβάσιμος και να καταστεί ένας τόπος-χώρος προορισμού μέσα στο αστικό τοπίο. Η λογική ενός πολυχώρου είναι η συγκέντρωση λειτουργιών εμπορικών, διασκέδασης και αναψυχής, έτσι ώστε να αποκτήσει τη μορφή ενός πολυλειτουργικού τόπου-χώρου ή αλλιώς να αποτελέσει ένα οιονεί «κέντρο πόλης». Έτσι, λοιπόν, στο 'The Mall Athens' υπάρχει μια συγκέντρωση εμπορικών καταστημάτων, χρήσεων αναψυχής και διασκέδασης και υποστηρικτικές υπηρεσίες (Α.Τ.Μ., χώρος φύλαξης παιδιών, τραπεζικό κατάστημα, φαρμακείο, καθαριστήριο, ΕΛΤΑ, φωτοτυπείο, ταξιδιωτικό γραφείο, χώρος πρώτων βοηθειών, τουαλέτες, ράμπες πρόσβασης για άτομα με ειδικές ανάγκες, ανελκυστήρες, θέσεις πάρκινγκ).

Η επιδίωξη να καταστεί το 'The Mall Athens' ένας πολυσύχναστος εμπορικός πολυχώρος μαρτυράται από: α) την επιλογή εμπορικών καταστημάτων που απευθύνονται κυρίως στη μεσαία οικονομική τάξη και β) την ύπαρξη χώρων αναψυχής και διασκέδασης που απευθύνονται σε όλες σχεδόν της ηλικιακές κατηγορίες (λούνα παρκ, ζαχαροπλαστεία, ταχυφαγεία, εστιατόρια, πολυκινηματογράφος, αίθουσα παιχνιδιών και μπιλιάρδου, αίθουσα bowling, καφέ, μπαρ).

Πέρα από την επιδίωξη της μαζικής χρήσης αυτού του εμπορικού πολυχώρου υπάρχει και η επιδίωξη της αξιοποίησης των ροών των ατόμων που τον επισκέπτονται. Η διαρρύθμιση του χώρου και η κατανομή των χρήσεων επιδιώκουν να διευθετήσουν την κίνηση των ατόμων μέσα στο χώρο. Το γεγονός ότι το ελληνικό καταναλωτικό κοινό δεν είχε την πρότερη εμπειρία τέτοιων περιβαλλόντων έθεσε το ζήτημα της εκπαίδευσης των ατόμων σε ένα τέτοιο χώρο, προκειμένου να αξιοποιηθεί εμπορικά όσο το δυνατό καλύτερα όλη η έκταση του εμπορικού περιβάλλοντος. Η κυκλοτερής διαρρύθμιση του χώρου, η οπτική μόνωση και η αποκλειστικότητα των βιτρινών στα τρία επίπεδα (0,1,2), η επιλογή της μιας και μοναδικής εισόδου/εξόδου, η ηχητική μόνωση από το εξωτερικό περιβάλλον, οι προοπτικές φυγές των διαδρόμων και η εντύπωση της συνέχειας, το γκρουπάρισμα των εμπορικών καταστημάτων, η χωροθέτηση και η κατεύθυνση (ανοδική, καθοδική) των αξόνων πρόσβασης (σκάλες), η τοποθέτηση των χρήσεων αναψυχής και εστίασης στον 3^ο και 4^ο όροφο είδαμε πως αποτελούν συγκεκριμένες επιλογές του αρχιτεκτονικού σχεδιασμού και της κατανομής των χρήσεων μέσα στο χώρο. Με άλλα λόγια συνιστούν τεχνικές διευθέτησης της κίνησης των επισκεπτών προκειμένου να καλύπτεται από αυτούς όσο το δυνατόν μεγαλύτερη έκταση του εμπορικού πολυχώρου, να αποφεύγονται τα νεκρά σημεία στο χώρο και να εννοχοποιούνται –ως ένα βαθμό– η εμπειρία σε ένα θεματικά οργανωμένο και μονωμένο, αποκλειστικά εμπορευματικό χώρο.

Η αισθητική του εμπορικού πολυχώρου του 'The Mall Athens' όπως δίνεται από τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό αρθρώνεται σε δύο επίπεδα, την εξωτερική όψη και τον εσωτερικό χώρο. Η επιδίωξη της αισθητικής της όψης του είναι η άρθρωση συμβολικού λόγου. Από τη μια η εξωτερική όψη του «κουτιού» σε συνδυασμό με τον όγκο του κτηρίου προσδίδει στο 'The Mall Athens' τα χαρακτηριστικά ενός αναγνωρίσιμου –λόγω όγκου– τοπόσημου και ενός υπερασπίσιμου, ασφαλούς, περιτειχισμένου περιβάλλοντος. Από την άλλη ο αρχιτεκτονικός συμβολισμός του «καραβιού» στην πρόσοψη του κτηρίου αποπειράται αφενός να αποδώσει ένα διακριτικό γνώρισμα στο τοπόσημο αυτό και αφετέρου να ανοίξει ένα διάλογο με τον περιβάλλοντα αστικό χώρο.

Η αισθητική του εσωτερικού χώρου επιδιώκει να δώσει την αίσθηση ενός ενιαίου, ήρεμου οπτικά χώρου με κάποιες οικείες χρωματικές αποχρώσεις (η ώρα, «κάποια μεσογειακά χρώματα»). Επίσης η μορφική αναπαραγωγή αισθητικών στοιχείων όπως κολόνες, μπαλκόνια, δαπεδόστρωση επιδιώκουν να αναπαράγουν μέσα στο χώρο μια αισθητική του δημόσιου κοινόχρηστου χώρου εντός ενός

εμπορικού πολυχώρου ή αλλιώς ενός ιδιωτικού χώρου μαζικής χρήσης. Πρόκειται για μια προσομοιωτικής τάξης αισθητική του δημόσιου χώρου, καθώς τα αισθητικά αυτά στοιχεία βρίσκονται αποκομμένα από τον καθημερινό, αστικό δημόσιο χώρο. Με άλλα λόγια είναι πλαισιωμένα από εμπορευματικές και θεαματικές αναφορές και ταυτόχρονα διαχωρισμένα από την καθημερινή, ιστορική κατοίκηση του αστικού χώρου από τους ανθρώπους. Η αισθητική του εσωτερικού χώρου διαμορφώνεται και από την σκηνοθεσία των βιτρινών των εμπορικών καταστημάτων, καθώς από διάφορα κατά καιρούς 'events', που οργανώνονται εντός του χώρου και από το διαφημιστικό λόγο με τη μορφή πανό, πινακίδων, οθονών.

Η επιδίωξη ενός καθαρού και ασφαλούς περιβάλλοντος αποτυπώνεται στο διαφημιστικό λόγο (διαδικτυακός τόπος του εμπορικού πολυχώρου και διαφημιστικό έντυπο 'The Mall Magazine') και υλοποιείται μέσω της επιτήρησης του χώρου και της υπηρεσίας καθαρισμού. Η υπηρεσία καθαρισμού του χώρου αναλαμβάνει την καθαριότητα του χώρου στην υλική του διάσταση. Το κύκλωμα ηλεκτρονικής παρακολούθησης και το σώμα των ιδιωτικών φυλάκων ('security') επιδιώκει να εξασφαλίζει την καθαριότητα στη συμβολική της διάσταση, δηλαδή την ασφάλεια του χώρου.

Μέσα από το λόγο των υποκειμένων και την επιτόπια παρατήρηση διερευνήθηκε ο τρόπος με τον οποίο οι ίδιοι οι επισκέπτες αντιλαμβάνονται αποτιμούν, αναπαριστούν το χώρο και το πώς συμπεριφέρονται εντός αυτού. Με άλλα λόγια διερευνήσαμε σε ποιο βαθμό οι διευθετήσεις, οι εμπορικές επιδιώξεις, ο αισθητικός λόγος και η εμπειρία του χώρου που προτείνει και επιδιώκει ο χώρος ως σύστημα συγκλίνουν ή αποκλίνουν με τις αντιλήψεις, τις νοηματοδοτήσεις, τις αναπαραστάσεις και τις πρακτικές των επισκεπτών.

Όσον αφορά την επιδίωξη της μαζικότητας της χρήσης του εμπορικού πολυχώρου φαίνεται αυτή να έχει επιτευχθεί, καθώς η συγκέντρωση πολλών επιλογών σε επίπεδο εμπορικών καταστημάτων αλλά και αναψυχής αξιολογείται ως θετική από τους επισκέπτες. Το ηλικιακό φάσμα του καταναλωτικού κοινού που επισκέπτονται το χώρο είναι αρκετά ευρύ, από μικρά παιδιά που συνοδεύονται από τους γονείς τους μέχρι ανθρώπους ηλικιωμένους. Το ηλικιακό φάσμα είναι ευρύ και οι ροές των επισκεπτών πυκνές με αποτέλεσμα να μην είναι εύκολο κάποιο ασφαλές συμπέρασμα για μια δημογραφική κατηγοριοποίηση του κοινού. Παρ' όλα αυτά από το λόγο των επισκεπτών και τα δεδομένα της επιτόπια παρατήρησης μπορούμε να ισχυριστούμε ότι οι ηλικιακές ομάδες που καλύπτουν το ηλικιακό φάσμα από 14 μέχρι 25 ετών είναι οι

συχνότεροι επισκέπτες του εμπορικού πολυχώρου. Οι ηλικιακές αυτές ομάδες –και όχι μόνο αυτές βέβαια- χρησιμοποιούν το ‘The Mall Athens’ κατά βάση ως ένα τόπο προορισμού διασκέδασης. Οι άλλες ηλικιακές ομάδες άνω των 25 ετών επιλέγουν τον εμπορικό πολυχώρο γιατί τους προσφέρει ένα συνδυασμό αγορών και αναψυχής, καθώς θεωρούν ότι είναι εύκολα προσβάσιμος, διαθέτει ποικιλία επιλογών, είναι προστατευμένος από τις καιρικές συνθήκες, είναι ευχάριστος, καθαρός και ασφαλής χώρος. Το κοινωνικό-οικονομικό στάτους των επισκεπτών είναι κατά πλειοψηφία αυτό της ευρείας μεσαίας τάξης. Συγκεκριμένα όσον αφορά τα συνεντευξιαζόμενα άτομα, αυτά ανήκουν στα λεγόμενα μεσοστρώματα, με κάποιες βέβαια διαφοροποιήσεις θέσεων μεταξύ τους. Οι περιοχές κατοικίας των επισκεπτών με τους οποίους είχαμε τις συνεντεύξεις είναι από την Αγ.Παρασκευή, τα Βριλήσσια, τον Παράδεισο Αμαρουσίου, την Κηφισιά,, το Ν.Ηράκλειο, τη Ν.Κηφισιά, τη Δροσιά, τους Θρακομακεδόνες, το Γαλάτσι, τα Κ.Πατήσια, τα Πατήσια, την Αττική, το Παγκράτι, και τη Ν.Σμύρνη. Όσον αφορά τους συνεντευξιαζόμενους επισκέπτες το μορφωτικό τους επίπεδο αντιστοιχεί σε αυτό των ατόμων της μεσαίας τάξης, δηλαδή στην κατοχή διπλώματος –στις περισσότερες περιπτώσεις- Α.Ε.Ι. και σε κάποιες περιπτώσεις μεταπτυχιακού τίτλου.

Αναφορικά με την επιδίωξη της διευθέτησης του τρόπου κίνησης των ατόμων, όπως αυτή επιχειρείται από τις τεχνικές της διαρρύθμισης του χώρου και την κατανομή των χρήσεων, συμπεραίνεται ότι όντως επιτυγχάνεται. Φαίνεται η «εκπαιδευτική» πρόθεση της διαρρύθμισης του χώρου να αποφέρει αποτελέσματα μάθησης και εξοικείωσης. Τα περισσότερα άτομα κυκλοφορούν σε ένα μεγάλο κομμάτι του εμπορικού πολυχώρου, σταδιακά εξοικειώνονται με το χώρο και εντοπίζουν σημεία προσωπικής προτίμησης. Ομολογείται από τους περισσότερους επισκέπτες ότι μια βόλτα στο ‘The Mall Athens’ απαιτεί αποθέματα ενέργειας και κάνουν λόγο για μια βόλτα που πολλές φορές είναι κουραστική. Επίσης κάποιοι επισκέπτες αντιμετώπιζαν κατά τις πρώτες τους επισκέψεις στο χώρο ένα πρόβλημα με την υπερπληροφόρηση του χώρου. Η σταδιακή, όμως, εξοικείωση με το χώρο σε συνδυασμό με την αναζήτηση των ποικίλων επιλογών που προσφέρει ο χώρος λόγω της συγκέντρωσης πολλών εμπορικών χρήσεων και ευκαιριών διασκέδασης απαλύνουν το φορτίο της κούρασης. Επίσης, φαίνεται ότι οι επισκέπτες σταδιακά μαθαίνουν να διαχειρίζονται την υπερπληροφόρηση του χώρου. Η πληθώρα αυτή των εμπορευματικών και θεαματικών αναφορών αναζητείται από τους ίδιους τους επισκέπτες και είναι ένας από τους λόγους προτίμησης του συγκεκριμένου εμπορικού

πολυχώρου. Όμως το ελληνικό καταναλωτικό κοινό μέχρι τώρα δεν είχε την εμπειρία ενός τέτοιου χώρου έμπλεου πληροφόρησης. Η εξοικείωση με τη συνθήκη του χώρου σημαίνει για τους επισκέπτες εκπαίδευση στη διαχείριση ενός μεγάλου και συμπυκνωμένου όγκου πληροφοριών. Μια παρατήρηση ποιοτικού χαρακτήρα είναι ότι τέσσερις επισκέπτριες, οι οποίες είναι μαθήτριες (14, 15, 16, 17 ετών) δεν αναφέρονται στο ζήτημα της υπερπληροφόρησης του χώρου ως πρόβλημα, ούτε και στη σωματική κούραση που μπορεί να επιφέρει μια βόλτα στον εμπορικό πολυχώρο. Πιθανολογούμε ότι παιδιά αυτής της νέας γενιάς ίσως από μικρή ηλικία είναι εξοικειωμένα με τη διαχείριση μεγάλων και πυκνών ροών πληροφοριών, λόγω της διαδεδομένης πια σε αυτή την ηλικία χρήσης των τεχνολογιών του διαδικτύου, της κινητής τηλεφωνίας, των i-pods, των κονσόλων ηλεκτρονικών παιχνιδιών.

Επίσης η συγκέντρωση πολλών εμπορευματικών επιλογών σε συνδυασμό με τη διαρρύθμιση του χώρου και τη θεματική κατανομή των χρήσεων επιτυγχάνει τον εμπορικό στόχο κατά δύο τρόπους. Οι επισκέπτες κάνουν λόγο για παρορμητικές αγορές, που κάνουν λόγω του ότι μπορούν να βρουν σε ένα περιορισμένο χώρο συγκεντρωμένες εμπορευματικές επιλογές και σχετικά προσεγγίσιμες από οικονομικής άποψης. Επίσης η συγκέντρωση και η θεματική κατανομή τους προσφέρει τη δυνατότητα να κάνουν μια έρευνα αγοράς και να συλλέξουν πληροφορίες για τα είδη που κυκλοφορούν στην αγορά τη συγκεκριμένη περίοδο.

Επίσης ο οπτικός ανοδικός προσανατολισμός που δίνεται με την «ανάποδη κλιμακωτή πυραμίδα» στη μια πλευρά του χώρου και το ύψος που δόθηκε στο χώρο με το θόλο, καθώς και η χωροθέτηση των υπηρεσιών της αναψυχής και της εστίασης στον 3^ο και 4^ο όροφο βρίσκει ανταπόκριση στον τρόπο κίνησης των επισκεπτών, καθώς και οι επισκέπτες που μπορεί να πηγαίνουν κυρίως για αγορές στο 'The Mall Athens' συνήθως καταλήγουν στον 3^ο και 4^ο όροφο για ένα καφέ, κάποιο γρήγορο γεύμα ή ακόμα και για να γευματίσουν σε κάποιο εστιατόριο.

Συμπερασματικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι υπάρχει μια σύγκλιση μεταξύ των επιδιώξεων του αρχιτεκτονικού σχεδιασμού και της κατανομής των χρήσεων και του τρόπου πρόσληψης, αξιολόγησης και πρακτικής των επισκεπτών.

Όσον αφορά την αισθητική της εξωτερικής όψης του εμπορικού πολυχώρου, οι επισκέπτες δεν αποκωδικοποιούν ρητά το συμβολισμό του «καραβιού», εκτός από μια επισκέπτρια (25 ετών). Η επισκέπτρια αυτή αποδίδει στην αισθητική της εξωτερικής όψης και στον όγκο του κτηρίου ένα συμβολισμό κύρους και μεγαλοπρέπειας. Πάντως η αισθητική του τεράστιου όγκου και του φωτισμού του με κόκκινα φώτα τις βραδινές

ώρες συμβάλλουν στην ανάδειξη του 'The Mall Athens' ως νέου τοπόσημου στο αστικό τοπίο. Η εδραίωσή του ως τοπόσημου στο χώρο αλλά και στο αστικό φαντασιακό αναδεικνύεται μέσα από το λόγο των υποκειμένων, καθώς το 'The Mall Athens' λειτουργεί ως όρος αναφοράς και προσανατολισμού στον καθημερινό λόγο των ατόμων.

Για τους περισσότερους επισκέπτες η αισθητική του εσωτερικού χώρου είναι ουδέτερη και αυτή γίνεται ευχάριστη και αποκτά ενδιαφέρον όταν γίνονται κάποια 'events' ή υπάρχει ένας συνολικός στολισμός του χώρου, όπως στην περίπτωση εορτών (Χριστούγεννα, Πάσχα, Καρναβάλι, γιορτή του Αγ.Βαλεντίνου) ή μεγάλων εκδηλώσεων (συναυλίες, επίδειξη μόδας, αναφορές-'events' σε εκδηλώσεις εκτός του εμπορικού χώρου όπως οι Ολυμπιακοί αγώνες του Πεκίνου 2008). Είναι ενδιαφέρον να επισημάνουμε ότι η αισθητική του χώρου προσλαμβάνεται και αξιολογείται από κάποιους επισκέπτες σε συνάρτηση με το βαθμό εξοικείωσης με το χώρο. Δηλαδή κάποιοι επισκέπτες αναφέρουν ότι στις πρώτες τους επισκέψεις έβρισκαν το χώρο «ψυχρό», αλλά στη συνέχεια τον χαρακτηρίζουν ως «οικείο» και «ευχάριστο», «άνετο». Συμπεραίνουμε λοιπόν, ότι η αισθητική πρόσληψη και αποτίμηση του χώρου βρίσκεται σε διαλεκτική σχέση με την εμπειρία του χώρου που έχουν οι επισκέπτες.

Επίσης η επιδίωξη της προσομοιωτικής αναπαραγωγής της αισθητικής του δημόσιου κοινόχρηστου χώρου δεν φαίνεται να βρίσκει ανταπόκριση στον τρόπο πρόσληψης του χώρου από τους επισκέπτες. Δηλαδή δεν γίνεται κάποια ρητή αναφορά για μια αισθητική του δημόσιου χώρου. Παρ' όλα αυτά το γεγονός ότι ο συγκεκριμένος εμπορικός πολυχώρος θεωρείται από τους επισκέπτες ως ένας χώρος για βόλτα ή για κοινωνική συνεύρεση ακόμα και για βόλτα στα μαγαζιά τις Κυριακές που τα καταστήματα είναι κλειστά ίσως μαρτυρά μια μετατόπιση μορφών εμπειρίας του δημόσιου χώρου σε εμπορικά περιβάλλοντα τύπου 'mall'.

Με τη σύγκριση των κοινωνικών αναπαραστάσεων των επισκεπτών για το χώρο του 'The Mall Athens' και των επιδιώξεων του συστήματος του χώρου να αποτελέσει ο εμπορικός πολυχώρος ένα καθαρό και ασφαλές περιβάλλον σημειώνεται μια σαφής σύγκλιση. Πιο συγκεκριμένα, όλοι οι επισκέπτες προσλαμβάνουν το 'The Mall Athens' ως έναν καθαρό χώρο στην υλική του διάσταση. Η καθαρότητα του χώρου, η άμεση επέμβαση των ανθρώπων του καθαρισμού στα κοινόχρηστα τραπέζια των ταχυφαγείων στον 3^ο όροφο, οι καθαρές τουαλέτες είναι χαρακτηριστικά γνωρίσματα του χώρου, τα οποία αξιολογούνται από τους επισκέπτες ως θετικά. Ο

καθαρός στην υλική του διάσταση χώρος κρίνεται από τους επισκέπτες ως επιθυμητός και ευχάριστος προκειμένου να παραμείνουν στο χώρο κάνοντας βόλτα, αγορές και έχοντας κάποιο καφέ, ένα γεύμα.

Ένας ακόμη λόγος προτίμησης του 'The Mall Athens' για τους επισκέπτες είναι η καθαριότητα του χώρου στη συμβολική της διάσταση, δηλαδή στην ασφάλεια. Οι επισκέπτες έχουν για το 'The Mall Athens' την αναπαράσταση ενός «καθαρού» χώρου από αστικές οχλήσεις και «βρώμικες συμπεριφορές». Αστικές οχλήσεις θεωρούνται από τα υποκείμενα οι μετανάστες, οι ψυχικά παρεκκλίνοντες, οι μικροπαραβατικοί, οι τοξικομανείς, οι άστεγοι, οι κοινωνικά περιθωριοποιημένοι, οι τσιγγάνοι. Σε αυτές τις κοινωνικές ομάδες οι συνεντευξιαζόμενοι αποδίδουν στερεότυπες αξιολογήσεις, που αφορούν τα υστερόβουλα κίνητρα, τις ασαφείς προθέσεις, την μη-κανονικότητα, το απρόβλεπτο, τη σύγχυση, την εγκληματικότητα, την ανηθικότητα, την επιθετικότητα, την αναξιοπρέπεια. Ο εντοπισμός αυτών των κοινωνικών ομάδων σε συγκεκριμένες αστικές περιοχές κυρίως του κέντρου της Αθήνας αναδεικνύει μια νοητική χαρτογράφηση του αστικού φόβου. Η αστική γεωγραφία του φόβου που συγκροτείται από τις αναπαραστάσεις των συνεντευξιαζόμενων υποκειμένων σημαίνει αξιολόγηση κεντρικών περιοχών ως επικίνδυνες ή αλλιώς «βρώμικες». Η υλική διάσταση της βρωμιάς κάποιων περιοχών και κοινωνικών ατόμων συναρθρώνεται με τη συμβολική της διάσταση δηλαδή την επικινδυνότητα, και με την επίκληση στερεότυπων συμβολισμών η μια διάσταση παραπέμπει στην άλλη.

Η διαλεκτική απόδοση στερεοτυπικών αξιολογήσεων σε κοινωνικές ομάδες και στις περιοχές που «κατοικούν» επικυρώνει την στερεοτυπική αντίληψη και με αυτόν τον τρόπο επιτρέπει την κοινωνική χρήση του συμβολισμού, έτσι ώστε να σημασιοδοτούνται συγκεκριμένες αστικές περιοχές ως επίφοβες και επικίνδυνες και συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες αντίστοιχα ως επικίνδυνες. Όπως είπαμε, η υλική και συμβολική διάσταση της «βρωμιάς» διαπλέκονται και υφαίνονται, αρθρώνουν τις αναπαραστάσεις των υποκειμένων για αστικές περιοχές και τους «κατοίκους» τους. Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις «βρώμικων περιοχών» και «βρώμικων ανθρώπων» που αναπτύσσουν επικίνδυνη, επίφοβη, απρόβλεπτη, «βρώμικη» κοινωνική συμπεριφορά διαμορφώνουν κοινωνικές στάσεις και προσδιορίζουν τις επιλογές χρήσης του αστικού χώρου, με αποτέλεσμα να αποφεύγονται οι συγκεκριμένες αυτές περιοχές και να εδραιώνονται στερεοτυπικές αξιολογήσεις για αυτές τις κοινωνικές ομάδες.

Μια ποιοτική παρατήρηση είναι ότι σε πρώτο επίπεδο του λόγου φαίνεται μια διαφοροποίηση ως προς το βαθμό του φόβου της θυματοποίησης μεταξύ των ανδρών και των γυναικών. Είναι οι γυναίκες αυτές που αναφέρονται στην επικινδυνότητα συγκεκριμένων περιοχών και των ανθρώπων που συχνάζουν σε αυτές. Οι άντρες δεν αναφέρουν ρητά το φόβο τους, αλλά κρατούν μια απόσταση μιλώντας μόνο για την επικινδυνότητα κάποιων περιοχών. Εμμέσως ή και αμέσως εκδηλώνεται η στερεοτυπική αρρενωπότητα, η οποία καλεί τους άνδρες να είναι ισχυροί, αυτεξούσιοι, θαρραλέοι, δυναμικοί, αφήνοντας τις ευαισθησίες, το φόβο, την αδυναμία στη σφαίρα της στερεοτυπικής θηλυκότητας.

Στον αντίποδα το 'The Mall Athens' αναπαρίσταται ως ένας καθαρός στην υλική και συμβολική του διάσταση χώρος καθώς οι κοινωνικές αυτές ομάδες δεν υπάρχουν μέσα σε αυτό το χώρο. Οι «κάτοικοι»-επισκέπτες του 'The Mall Athens' είναι ο αποκαλούμενος από τους επισκέπτες «καλός κόσμος». Ο «καλός κόσμος» προσδιορίζεται ως οι προσεγμένοι, περιποιημένοι, καλοντυμένοι άνθρωποι οι οποίοι διακρίνονται για τη «καθαρή συμπεριφορά» τους. Η «καθαρή συμπεριφορά» συνίσταται στη διατήρηση των σωματικών, χωρικών και οπτικών αποστάσεων και στη συναίνεση γύρω από τη γενική ατμόσφαιρα του χώρου. Σεβασμός στη γενική ατμόσφαιρα του χώρου σημαίνει μια γενικευμένη συναίνεση και αναγνώριση της κοινωνικής συνθήκης του χώρου, των κανονισμών, των όρων λειτουργίας του εμπορικού πολυχώρου και της γενικής προσδοκίας για μια καταναλωτική-θεαματική εμπειρία.

Ο χώρος του 'The mall Athens' θεωρείται από τα συνεντευξιαζόμενα υποκείμενα ως ένας ασφαλής χώρος, λόγω του συστήματος ηλεκτρονικής παρακολούθησης, της κυκλοφορίας μέσα στο χώρο ιδιωτικών φυλάκων και του κλειστού σχήματος του χώρου. Η καθαρότητα του χώρο από αστικές οχλήσεις, επικίνδυνες κοινωνικές φιγούρες και συμπεριφορές τον καθιστά για τα υποκείμενα ασφαλή και για αυτό ένα επιθυμητό χώρο για βόλτα.

Η ένταση του ζητήματος-αιτήματος της ασφάλειας αποτυπώνεται και στις αναπαραστάσεις των επισκεπτών για την ιδανική κατά αυτούς πόλη. Οι αναφορές στην αστυνόμευση των δρόμων και των δημόσιων χώρων, στην αποκάθαρση των κεντρικών περιοχών από επικίνδυνες κοινωνικές ομάδες και η αναζήτηση ενός προστασιακού μοντέλου ζωής (οικειότητα, πράσινο, μονοκατοικίες, ασφάλεια) συνθέτουν μια γενικότερη κοινωνική αναπαράσταση του αστικού χώρου ως καθαρού – υλικά και συμβολικά-, ασφαλούς και ειρηνευμένου. Ομολογίες αυτής της

αναπαράστασης και της αναπαράστασης του ‘The Mall Athens’ μπορούν να εντοπιστούν στις αστικές αναπλάσεις περιοχών, δημόσιων χώρων (πάρκα, πλατείες), όπου η διαφάνεια, η ορατότητα όλων των σημείων του χώρου, η αποκάθαρση ημιφωτεινών σημείων, η λειτουργικότητα του χώρου ως μέρους κίνησης, κυκλοφορίας και όχι στάσης, οικειοποίησης, η εμπορική πλαισίωση, η ενίσχυση της αστυνόμευσης, η ένταση του αιτήματος της καθαρότητας στην υλική και συμβολική της διάσταση φαίνονται να αποτελούν αρχές αστικού σχεδιασμού.

Από αρκετούς επισκέπτες γίνεται ρητή αναφορά στην αναπαράσταση του χώρου του ‘The Mall Athens’ ως ενός προσκηνιακού χώρου με λέξεις όπως «προσκήνιο», «stage», «πασαρέλα», «show-off». Η σκηνοθετική προώθηση του εμπορικού πολυχώρου ως ενός καθολικά προσκηνιακού χώρου επιβεβαιώνεται και από την επιτόπια παρατήρηση αλλά και από την απόκρυψη του παρασκηνίου και την ενορχήστρωση της προσκηνιακής εργασίας. Οι 4 συνεντεύξεις που είχαμε με εργαζόμενους σε καταστήματα του ‘The Mall Athens’ αναδεικνύουν αφενός τις τεχνικές –χωροτακτικές και κανονιστικές- απόκρυψης και διαχωρισμού της παρασκηνιακής εργασίας στις αποθήκες ενός καταστήματος με είδη ένδυσης. Αφετέρου οι απαιτήσεις και οι στόχοι που τίθενται στους εργαζόμενους ως πωλητές, και γκαρσόνια αποκαλύπτουν την πρόθεση να οργανωθεί η προσκηνιακή εργασία ως μια διαδικασία προσφοράς και θεάματος (προσεγμένη εμφάνιση, διακριτική αμφίεση, υπομονή, ψυχοδιανοητική ετοιμότητα, ευχάριστη προσωπικότητα, λειτουργικό χαμόγελο).

Μέσα από το λόγο των υποκειμένων και την επιτόπια παρατήρηση διερευνήθηκαν οι πρακτικές που αναπτύσσουν τα άτομα μέσα στο χώρο. Διαπιστώθηκε ότι σε αυτόν τον καθαρό, προσκηνιακό και εμπορευματικό-θεαματικό χώρο οι πρακτικές των ατόμων-επισκεπτών συνιστούν επιτελέσεις ρόλων. Οι ρόλοι που αναλαμβάνονται και επιτελούν οι επισκέπτες είναι ο ρόλος του «θεατή» και του «ηθοποιού-καταναλωτή».

Η συνθήκη της ορατότητας που επικρατεί στο ‘The Mall Athens’ συνιστά ένα συνδυασμό του πανοπτικού και του συνοπτικού μοντέλου ορατότητας. Η μεταφορά του συνοπτικού μοντέλου ορατότητας, που χαρακτηρίζει την τηλεοπτική εμπειρία, σε ένα πολυσύχναστο εμπορικό πολυχώρο επιφέρει ένα μετασχηματισμό αυτού, καθώς ο καθένας καθίσταται ταυτόχρονα θεατής και ηθοποιός. Η εμπειρία αυτή μπορεί να προσομοιάζει με την εμπειρία στον αστικό δημόσιο χώρο, αλλά διαφοροποιείται καθώς οι επισκέπτες έχουν την επιθυμία και ταυτόχρονα νιώθουν την ανάγκη να

επιτελέσουν επιτυχώς το ρόλο του ηθοποιού και του θεατή. Αυτό που μεσολαβεί και αλλάζει την εμπειρία στο 'The Mall Athens' σε σχέση με την αντίστοιχη εμπειρία στον αστικό δημόσιο χώρο είναι η διαδικασία της κοινωνικής ταυτοποίησης. Τα άτομα-επισκέπτες ταυτοποιούνται ως μέρος του «καλού κόσμου» και ως άτομα «εντός του παιχνιδιού», ως «επαρκείς καταναλωτές» τόσο μέσω της παρατήρησης (εξ αντανάκλασεως ταυτοποίησης) όσο και μέσω της επίδειξης της κατάλληλης ενδυμασίας και συμπεριφοράς.

Ο ρόλος του θεατή επιτελείται με την πρακτική τεσσάρων τύπων παρατήρησης του άλλου-ομοίου: 1) ταυτοποιητική, 2) φυσιολογική, 3) παθητική παρατήρηση και 4) παρατηρησιακή «α-διαφορία». Η επιτέλεση του ρόλου του θεατή σε ένα τέτοιο μονωμένο και αποκλειστικά εμπορευματικό-θεαματικό περιβάλλον γίνεται μέσω αυτών των τεσσάρων πρακτικών παρατήρησης. Κοινή συνισταμένη αυτών των πρακτικών είναι η αναζήτηση του ομοίου, του συνεχούς της ομοιομορφίας των εμφανειών των άλλων. Η ομοιομορφία δεν συνίσταται στην τυπική ενδυματολογική ομοιομορφία ή στην τυποποιημένη μιμητική συμπεριφορά. Η ομοιομορφία των εμφανειών και των συμπεριφορών αναφέρεται στις διαφοροποιημένες εμφάνειες, στα αποπολλαπλασιασμένα στυλ και στις ποικίλες συμπεριφορές, οι οποίες ρυθμίζονται από έναν κοινό κώδικα. Ο κώδικας αυτός αρθρώνει τα διάφορα στυλ και τις χειρονομίες, συμπεριφορές έτσι ώστε να υπάγονται στην ταυτότητα του «καλού κόσμου». Με άλλα λόγια κάποιος μπορεί να δει μέσα στο χώρο του 'The Mall Athens' να κυκλοφορούν νεαρά άτομα με διάφορα ενδυματολογικά στυλ ('emo', 'trendy', ροκ, μέταλ), ενήλικες άνδρες και γυναίκες με 'sportive', 'casual' ή πιο επίσημο στυλ. Ο κώδικας που αρθρώνει την ταυτότητα του «καλού κόσμου» ορίζει ότι οι εμφάνειες των ανθρώπων αυτών με τα διαφορετικά στυλ θα είναι περιποιημένες, καθαρές, προσεγμένες και συνάμα η συμπεριφορά αυτών των ανθρώπων αυτών με τα διαφορετικά στυλ θα είναι πρέπουσα. Δηλαδή θα σέβονται τις χωρικές, οπτικές και σωματικές αποστάσεις μεταξύ των ατόμων, θα είναι διακριτικοί, θα σέβονται τους κανόνες λειτουργίας του εμπορικού πολυχώρου, θα σέβονται τις διευθετήσεις του χωρικού σχεδιασμού, και θα αναδεικνύουν τη συμμετοχή τους στη γενική ευθυμία της καταναλωτικής θεαματικής εμπειρίας που προσφέρει ο χώρος. Η αναζήτηση, λοιπόν, αυτής της ταυτότητας, της αναπαράστασης και των συμπεριφορών του «καλού κόσμου» των καταναλωτών συνιστά τον πυρήνα του ρόλου του «θεατή».

Ο ρόλος του «ηθοποιού» που αναλαμβάνουν οι επισκέπτες στο χώρο του 'The Mall Athens' είναι αυτός του καταναλωτή. Ο επισκέπτης επιτελεί το ρόλο του

καταναλωτή με τις ακόλουθες πρακτικές: 1) αγορές, 2) εικονικές αγορές ('window shopping') 3) συλλογή πληροφοριών (εικόνων, προκλήσεων-προσφορών, προωθήσεων-συμβουλών) και 4) προσεγμένη εμφάνιση και επίδειξη του κατάλληλου συμβολικού εξοπλισμού. Είναι ενδιαφέρον να επισημανθεί ότι αρκετοί επισκέπτες αναφέρουν ρητά ότι προσέχουν τη εμφάνιση τους όταν επισκέπτονται το 'The Mall Athens'. Επίσης, οι αγορές και η συνήθεια του window shopping σημαίνουν το καταναλωτικό ενδιαφέρον για απόκτηση συμβολικού εξοπλισμού αλλά και για την εμπορευματική φαντασμαγορία που προσφέρει ο χώρος. Το ενδιαφέρον αυτό αποδεικνύει την υφή των επιθυμιών του καταναλωτή και την προσωπική του ικανότητα να σαγηνεύεται από τη γοητεία του εμπορεύματος. Η διαλογική αυτή σχέση με το εμπόρευμα είναι ο πυρήνας του ρόλου του καταναλωτή.

Οι ρόλοι, λοιπόν, που επιτελούν οι επισκέπτες συνιστούν τρόπους κοινωνικής ταυτοποίησης: ταυτοποίηση μέσω των πρακτικών παρατήρησης που συνιστούν το ρόλο του «θεατή» και ταυτοποίηση μέσω των πρακτικών επίδειξης, παρουσία(-σης) στο χώρο, και μέσω αγορών (εικονικών και πραγματικών). Από τη μια η επιτέλεση του ρόλου του «θεατή» προσφέρει μια ταυτοποίηση εξ αντανakλάσεως, καθώς αποδίδεται στο άτομο η αίσθηση του συνανήκειν στον «καλό κόσμο». Από την άλλη η επιτέλεση του ρόλου του καταναλωτή-ηθοποιού επικυρώνει τον καταναλωτικό τροπισμό του ατόμου και επιβεβαιώνει την ικανότητα του να συμμετέχει σε αυτό τον μικρόκοσμο του καταναλωτικού θεάματος, δηλαδή να νιώθει ότι είναι «εντός του παιχνιδιού».

Εν ολίγοις οι επισκέπτες με την παρουσία τους στο χώρο του 'The Mall Athens' και μέσω των ρόλων που επιτελούν ταυτοποιούνται ως μέρος του «καλού κόσμου» και «επαρκείς καταναλωτές». Αυτές οι δύο όψεις της ταυτότητας των επισκεπτών βρίσκονται σε μια διαλεκτική σχέση με την κοινωνική τους ταυτότητα, καθώς η καταναλωτική ηθική διατρέχει τις αναπαραστάσεις και τις αποτιμήσεις των ατόμων για τον ίδιο τον εαυτό τους και προσανατολίζει την κοινωνική στάση και συμπεριφορά τους. Ο καταναλωτικός τροπισμός ως συνολικός τρόπος αντίληψης, αξιολόγησης, νοσηματοδότησης και πρακτικής των ατόμων συγκροτεί την κοινωνική τους ταυτότητα, την ταυτότητα του καταναλωτή με τις διάφορες παραλλαγές της. Η συνθήκη, λοιπόν, του 'The Mall Athens' προσφέρει τη δυνατότητα επιτέλεσης του ρόλου και έτσι επικύρωσης της ταυτότητας του καταναλωτή.

Όσον αφορά την εμπειρία του χρόνου που έχουν τα άτομα μέσα στο χώρο αυτή προσδιορίζεται σε μεγάλο βαθμό από τη συνθήκη του εμπορικού πολυχώρου, και συγκεκριμένα από τη συγκέντρωση ποικιλίας εμπορικών καταστημάτων και ευκαιριών

εστίασης και διασκέδασης, όπως και από το περιτειχισμένο, μονωμένο περιβάλλον. Η συγκέντρωση πολλών επιλογών αγοράς και αναψυχής αξιολογείται θετικά από τους επισκέπτες, καθώς με μια βόλτα στο 'The Mall Athens' μπορούν να καλύψουν μια ευρεία γκάμα «αναγκών». Η εξοικονόμηση χρόνου, στην οποία αναφέρονται οι επισκέπτες, επενδύεται στο χώρο του 'The Mall Athens', καθώς ο μέσος όρος παραμονής τους είναι 2 ώρες. Η εμπειρία του κερδισμένου χρόνου σημαίνει μια αντίληψη και εμπειρία του χρόνου που κομίζει αξία κατά τρεις τρόπους. Ο κερδισμένος χρόνος είναι ο μη-ξαστοχημένος χρόνος. Είναι η αποκάθαρση του χρόνου από «αν-άξιες», χαμένες, ανεκμετάλλευτες περιόδους. Όπως αναφέρουν οι επισκέπτες το ψάξιμο σε μια εξωτερική αγορά ή μια έξοδος σε ένα άλλο μέρος μπορεί για διαφόρους λόγους να οδηγήσει τα άτομα να αναζητήσουν κάπου αλλού το εμπόρευμα ή τη διασκέδαση που επιζητούν. Με την επιλογή της διάθεσης του ελεύθερου χρόνου στο 'The Mall Athens' ο χρόνος αξιοποιείται καθώς η ποικιλία επιλογών υπόσχεται την ισχυρή πιθανότητα κάλυψης των «αναγκών». Ο κερδισμένος χρόνος σε ένα χώρο με ποικιλία καταναλωτικών επιλογών αποφέρει και εμπορική κερδοφορία, δηλαδή χρηματική αξία για τα καταστήματα. Και αυτό γιατί πολλοί επισκέπτες παραδέχονται ότι κάποιες φορές παρασύρονται σε παρορμητικές αγορές. Επίσης η συγκέντρωση των εμπορικών καταστημάτων ενέχει και πληροφοριακή αξία για τους επισκέπτες, καθώς με μια βόλτα στον εμπορικό πολυχώρο μπορούν να ενημερωθούν για τις τάσεις της μόδας και να κάνουν μια καλή έρευνα αγοράς. Η συλλογή αυτού του όγκου πληροφοριών έχει μεγάλη αξία για το γνωστικό απόθεμα που χρησιμοποιεί ο καταναλωτής. Και είναι αυτές οι πληροφορίες τις οποίες επικαλείται και χρησιμοποιεί είτε στις καταναλωτικές πρακτικές ή στη λεκτική αλληλόδραση με άλλους καταναλωτές.

Το μονωμένο περιβάλλον του εμπορικού πολυχώρου προωθεί μια εμπειρία του καθαρού χρόνου της κατανάλωσης, καθαρού από τις ενδείξεις του φυσικού και ωρολογιακού χρόνου και από τις αλλαγές του ιστορικού χρόνου. Τα άτομα μέσα στο 'The Mall Athens' είτε ως εργαζόμενοι ή ως επισκέπτες δεν έχουν την αίσθηση της ροής του χρόνου. Τα άτομα-επισκέπτες ομολογούν ότι εντός του χώρου χάνουν την αίσθηση του χρόνου λόγω της ποικιλίας των εμπορευματικών και θεαματικών αναφορών, του διάχυτου φωτισμού, του οπτικά μονωμένου χώρου και των ροών των ατόμων. Οι εναλλαγές μέρας/νύχτας, οι αλλαγές των καιρικών συνθηκών και η ροή του ωρολογιακού χρόνου «διαλύονται» από το διάχυτο φωτισμό και την τεχνητή αιθρία που επικρατεί μόνιμα στον εμπορικό περιτειχισμένο πολυχώρο.

Επίσης ο καθαρός χρόνος της κατανάλωσης είναι ένας χρόνος που αναλώνεται μέσω εμπορικών και θεαματικών επιλογών-εμπορευμάτων. Πρόκειται για έναν χρόνο που δεν επιφέρει μετασχηματισμούς είτε υλικούς ή/και συνειδησιακούς. Επομένως πρόκειται για έναν ανιστορικό χρόνο, και αυτό γιατί η αντίληψη του ιστορικού χρόνου επέρχεται μέσα από παύσεις της ροής του χρόνου, με ρήξεις, αναδρομές, προβολές και ασυνέχειες. Η εμπειρία του ιστορικού χρόνου υπάρχει τη στιγμή της αιώρησης ενώπιον ενός διακυβεύματος, ενώπιον της ανάγκης μιας ευθύνης, μιας απόφασης, μιας δράσης. Η εμπειρία του ιστορικού χρόνου υπάρχει όταν το παρελθόν διαλέγεται με τις απαιτήσεις και τις συνθήκες του παρόντος και το μέλλον παίρνει τη μορφή του παροντικού μέλλοντος, είτε πρόκειται για την εργασία (συσσωρευμένη γνώση και δεξιότητες που συναντούν τις απαιτήσεις του παρόντος) είτε για το στοχασμό ή για την κοινωνική δράση. Ο ιστορικός χρόνος βιώνεται όταν γίνεται αντιληπτός ως χρόνος που επιφέρει φθορά, αλλοίωση και αλλαγή. Η εμπειρία του ιστορικού χρόνου είναι η εμπειρία του μη-στατικού χρόνου. Εν αντιθέσει η εμπειρία του χρόνου στον εμπορικό πολυχώρο είναι ο στατικός χρόνος εν συνεχεία και ο συναρμολογήσιμος κατά βούληση χρόνος.

Ο στατικός χρόνος εν συνεχεία είναι ο χρόνος του οποίου η ροή ανάγεται στα σημεία στερούμενος από κάθε ουσιαστική ποιοτική αλλαγή του υλικού περιβάλλοντος και των κοινωνικών σχέσεων. Τα σημεία της ροής του χρόνου εντοπίζονται στις εποχιακές εναλλαγές της μόδας, στις αλλαγές της σκηνοθεσίας των βιτρινών και του στολισμού του εμπορικού πολυχώρου (Χριστούγεννα, Πάσχα, καλοκαίρι, άνοιξη, έναρξη σχολικής χρονιάς κ.λπ.).

Ο συναρμολογήσιμος κατά βούληση χρόνος είναι δυνατός γιατί ο καθαρός χρόνος της κατανάλωσης, σημαίνει ότι είναι καθαρός από προσκόμματα, διλήμματα, υποχρεώσεις, προκλήσεις, αναγκαιότητες, ευθύνες. Η μόνη πρόκληση που τίθεται στους επισκέπτες μέσα από το διαφημιστικό λόγο του χώρου αλλά και από τον ευρύτερο καταναλωτικό τροπισμό είναι ο ολοένα και πιο αποδοτικός, επιδέξιος και απολαυστικός συνδυασμός περισσότερων και νέων εμπειριών. Πρόκειται για ένα χρόνο αυτοαναφορικό, αυτοαναλώνόμενο διαμέσου ποικιλίας επιλογών μετά το πέρας των οποίων δεν απομένει τίποτα, δεν επιφέρεται καμία αλλαγή, κανένας μετασχηματισμός. Δεν πρόκειται για την εμπειρία του ιστορικού χρόνου, δηλαδή του χρόνου της δημιουργίας.

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

- Αρανίτσης Ε., «Παράδοξα: Η ασθένεια των βημάτων», *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 26/11/2006, σελ.31.
- Αρανίτσης Ε., «Παράδοξα: Αυτήν ξέρω αυτήν εμπιστεύομαι», *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 7/1/2007, σελ.31.
- Άρεντ Χ., *Η ανθρώπινη κατάσταση (vita activa)*, μετάφραση Στ.Ροζάνη και Γ.Λυκιαρδόπουλος, «Γνώση», Αθήνα 1986.
- Αττάρτ Β., «Ρήξεις και αστικά μορφώματα στο τοπίο των Μεσογείων» στο Χ.Κάλμπαρη-Κ.Ντάφλος (επιμέλεια), *Η μετάβαση της Αθήνας*, Futura, Αθήνα 2005, σελ.196-201.
- Βιρλιό Π., *Πανικόβλητη πόλη- Το αλλού αρχίζει εδώ*, μετάφραση Β.Τομανάς, Νησίδες, Θεσσαλονίκη 2004.
- Βιρλιό Π., *Αυτό που έρχεται*, μετάφραση Β.Τομανάς, Νησίδες, Θεσσαλονίκη 2004.
- Βλαντής Ν.-Μπαλτάς Π., *Επόμενη στάση: Χαμένες λεωφόροι -Μια περιδιάβαση στην κοσμογονία της αμερικάνικης και της ευρωπαϊκής μητρόπολης*, Futura, Αθήνα 2004.
- Βλαστός Θ.-Μηλάκης Δ., *Πολοδομία VS Μεταφορές: Από την απόκλιση στη σύγκλιση*, Ευρωπαϊκή Επιτροπή Γενική Διεύθυνση Έρευνας-Οργανισμός Ρυθμιστικού Σχεδίου & Προστασίας Περιβάλλοντος Αθήνας –Ε.Μ.Π.-Σ.Α.Τ.Μ., Τομέας Γεωγραφίας & Περιφερειακού Σχεδιασμού, Αθήνα 2006.
- Βοσνιάδου Σ., *Εισαγωγή στην ψυχολογία*, Β' τόμος, Gutenberg, Αθήνα 2002.
- Γεωργιάδου Β., *Νέα ένδεια και αρωγή: Συρρίκνωση της αγοράς εργασίας και κοινωνικές πολιτικές*, Παπαζήσης, Αθήνα 1992.
- Γιωτοπούλου-Μαραγκοπούλου Α., *Εγχειρίδιο εγκληματολογίας: Μέρος Α΄-Εισαγωγικά, το έγκλημα-Η εγκληματολογία*, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα 1984.
- Γκίνσμπεργκ Α., *Ουρλιαχτό*, μετάφραση Δ.Πουλικάκος, Ελεύθερος Τύπος, γ' έκδοση, Αθήνα 1987.
- Γκράμις Α., *Ιστορικός υλισμός: τετράδια της φυλακής*, μετάφραση Τ.Μυλωνόπουλος, Οδυσσέας, δ' έκδοση, Αθήνα 2008.

- Γκρέν Κ., «Εισαγωγή», μετ. Ν.Αλεξίου στο Γκ.Ντεμπόρ, *Τι είναι ο Λετρισμός*, μετάφραση Α.Ζαγκούρογλου, Ελεύθερος Τύπος, Αθήνα 1995, σελ.5-14.
- Δασκαλοθανάσης Ν., «Η φύση ως τοπίο», στο G.Simmel, J.Ritter, E.H.Gombrich, *Το τοπίο*, επίμετρο Ν.Δασκαλοθανάσης, μετάφραση Γ.Σαγκριώτης, Λ.Αναγνώστου, Ν.Δασκαλοθανάσης, επιστημονική επιμέλεια Δ.Καββαθάς, Ποταμός, Αθήνα 2004, σελ.151-166.
- Δεμερτζής Ν., *Κουλτούρα, νεωτερικότητα, πολιτική κουλτούρα*, Παπαζήσης, Αθήνα 1989.
- Δεμερτζής Ν., *Πολιτική επικοινωνία: Διακινδύνευση, Δημοσιότητα, Διαδίκτυο*, Παπαζήσης Αθήνα 2002.
- Δημητρακόπουλος Α., «Υπερβολές και παραβολές στο αττικό τοπίο» στο Χ.Κάλμπαρη-Κ.Ντάφλος (επιμ.), *Η μετάβαση της Αθήνας*, Futura, Αθήνα 2005, σελ.202-207.
- Δημητρίου Σ., «Ιστορία και χρόνος στην Ανθρωπολογία», στο Σ.Δημητρίου-Κοτσώνη και Σ.Δημητρίου, *Ανθρωπολογία και ιστορία*, β' έκδοση, Καστανιώτης, Αθήνα 1996, σελ.177-255.
- Δημητρίου Σ., *Η πολιτική διάσταση στην τέχνη: Μια ανθρωπολογική προσέγγιση*, Σαββάλας, Αθήνα 2009.
- Δημητρίου Σ., «Ο Marcel Mauss και η οικονομική ανθρωπολογία» στο Μ.Μως, *Το Δώρο –μορφές και λειτουργίες της ανταλλαγής*, μετάφραση Α.Σταματοπούλου-Παραδέλλη, επιμέλεια Θ.Παραδέλλης, Καστανιώτης, Αθήνα 1979, σελ.11-64.
- Δημητρίου Σ., «Οι αναπαραστάσεις και το πρόβλημα της μεθοδολογίας» στο Σ.Δημητρίου (επιμέλεια) *Κριτική διεπιστημονικότητα: Αναπαραστάσεις, πολιτισμικές αντιστάσεις*, Σαββάλας, Αθήνα 2007, σελ.19-44.
- Δραγώνα Θ., «Όταν η εθνική ταυτότητα απειλείται- ψυχολογικές στρατηγικές αντιμετώπισης» στο Α.Φραγκουδάκη- Θ.Δραγώνα (επιμέλεια) *“Τι είν' η πατρίδα μας;”*: εθνοκεντρισμός στην εκπαίδευση, Αλεξάνδρεια, Αθήνα 1997, σελ.72-105.
- Ευσταθίου Λ., «Νέο κοινωνικό συμβόλαιο και κοινωνική προστασία» στο Ι.Τσίγκανου (επιμέλεια) *Τετράδια εγκληματολογίας: Οι εγκληματολογικές όψεις του κοινωνικού αποκλεισμού*, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα 2002, σελ.105-152.
- Ζολί Ρ., *Η πόλη και ο αστικός πολιτισμός*, μετάφραση Σ.Τριανταφύλλου, Σύγχρονη εποχή, Αθήνα 1991.

- Ινστιτούτο Κοινωνικών Ερευνών της Φραγκφούρτης, *Κοινωνιολογία-εισαγωγικά δοκίμια*, μετάφραση Δ.Γράβαρης, επιμέλεια Τ.Αντόρνο και Μ.Χορκχάμερ, Κριτική, Αθήνα 1987.
- Ιωάννου Β.-Πολυχρονόπουλος Ν.Δ., «"Metapolis"- Αποκλίσεις και μεταφορές στην πόλη της Αθήνας» στο Δ.Οικονόμου-Γ.Μ.Σαρηγιάννης-Κ.Σερράος (επιμέλεια) *Πόλη και Χώρος από τον 20^ο στον 21^ο αιώνα: Τιμητικός τόμος για τον καθηγητή Α.Ι.Αραβαντινό*, Ε.Μ.Π-Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας-ΣΕΠΟΧ, Αθήνα 2004, σελ.205-213.
- Καινή Διαθήκη, Βιβλική Εταιρία, Αθήνα 1976.
- Κανέττι Ε., *Μάζα και εξουσία*, μετάφραση Α.Βερυκοκάκη-Άρτεμη, Ηριδανός, Αθήνα 1971.
- Καραποστόλης Β., *Στις ρίζες της κοινωνικής εμπειρίας: Κείμενα κοινωνικής φιλοσοφίας*, Γνώση, Αθήνα 1987.
- Καρύδας Δ.-Σταυρίδης Στ., «Εικόνες-οδοδείκτες της Ιστορίας» ως επίμετρο στο W.Benjamin, *Μονόδρομος*, μετάφραση Ν.Ανδρικοπούλου, επιμέλεια Γ.Σαγκριώτης, Άγρα, Αθήνα 2004, σελ.151-164.
- Καστοριάδης Κ., *Η φαντασιακή θέσμιση της κοινωνίας*, μετάφραση Σ.Χαλικιάς, Γ.Σπαντιδάκη, Κ.Σπαντιδάκης, επιμέλεια Κ.Σπαντιδάκης, Ράππα, Αθήνα 2002.
- Καστοριάδης Κ., «Η κατάσταση του υποκειμένου σήμερα» στο Κ.Καστοριάδης *Ο θρυμματισμένος κόσμος*, μετάφραση Ζ.Σαρίκας, Κ.Σπαντιδάκης, Ύψιλον, Αθήνα 1992, σελ.171-213.
- Καστοριάδης Κ., «Ατομο, κοινωνία, ορθολογικότητα, ιστορία» στο Κ.Καστοριάδης, *Ο θρυμματισμένος κόσμος*, μετάφραση Ζ.Σαρίκας-Κ.Σπαντιδάκης, Ύψιλον, Αθήνα 1992, σελ.43-78.
- Καστοριάδης Κ., *Η αρχαία ελληνική δημοκρατία και η σημασία της για μας σήμερα*, Ύψιλον, Αθήνα 1999.
- Καστοριάδης Κ., «Η εποχή του γενικευμένου κομφορμισμού» στο Κ.Καστοριάδης, *Ο θρυμματισμένος κόσμος*, μετάφραση Ζ.Σαρίκας, Κ.Σπαντιδάκης, Ύψιλον, Αθήνα 1992, σελ.11-25.
- Κονδύλης Π., *Η παρακμή του αστικού πολιτισμού*, Θεμέλιο, Αθήνα 2007.
- Κονταράτος Σ., «Θεωρία και ιστορία της αρχιτεκτονικής: Οι τροπές μιας αλληλέγγυας, αλλά και προβληματικής σχέσης» στο Σ.Γ.Ζ.Ζαφερόπουλος (επιμέλεια), *«ΟΡΙΟΝ»: Τιμητικός τόμος στον καθηγητή Δ.Α.Φατούρο*, Τεύχος Β', ΑΠΘ, Θεσσαλονίκη 1999, σελ.89-104.

- Κονταράτος Σ., «Μοντερνισμός-Μεταμοντερνισμός στην αρχιτεκτονική», στο Ελληνική Σημειωτική Εταιρία, *Άνθρωπος ο σημαίνων: η μεταμοντέρνα ματιά, ο νοητικός χώρος*, τόμος II, επιμ.Α.-Φ.Λαγόπουλος-Κ.Μπόκλουντ-Λαγοπούλου-Β.Τεντοκάλη-Κ.Τσουκαλά, Παρατηρητής, Θεσσαλονίκη 1996, σελ.131-146.
- Κοριά Μπ., *Ο εργάτης και το χρονόμετρο*, μετάφραση Γ.Δαγιάντης, επιμέλεια Χ.Σταματοπούλου, Κομμούνα, Αθήνα 1985.
- Κυριαζή Ν., *Η Κοινωνιολογική έρευνα: Κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνικών*, β' έκδοση, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2000.
- Κωνσταντοπούλου Χ., «Εισαγωγή: Αναφορά στην έννοια και στις όψεις των σύγχρονων αποκλεισμών» στο Χρ.Κωνσταντοπούλου, Λ.Μαράτου-Αλιπράντη, Δ.Γερμανός, Θ.Οικονόμου (επιμέλεια) «Εμείς» και οι «άλλοι»: αναφορά στις τάσεις και τα σύμβολα, ΕΚΚΕ, Τυπωθήτω Γ.Δαρδανός, Αθήνα 2000, σελ.11-30.
- Λαγόπουλος Α.-Φ., «Μεταμοντερνισμός, κοινωνική σημειωτική και χώρος», στο Ελληνική Σημειωτική Εταιρία, *Άνθρωπος ο σημαίνων: η μεταμοντέρνα ματιά, ο νοητικός χώρος*, τόμος II, επιμέλεια Α.-Φ.Λαγόπουλος-Κ.Μπόκλουντ-Λαγοπούλου-Β.Τεντοκάλη-Κ.Τσουκαλά, Παρατηρητής, Θεσσαλονίκη 1996, σελ.93-114.
- Λακάν Ζ., *Οι ψυχώσεις-σεμινάριο τρίτο*, μετάφραση Ρ.Χριστοπούλου, Β.Σκολίδης, πρόλογος και επιμέλεια Β.Σκολίδης, Ψυχογιός, Αθήνα 2005.
- Λαμπροπούλου Ε., *Η κατασκευή της κοινωνικής πραγματικότητας και τα ΜΜΕ: Η περίπτωση της βίας και της εγκληματικότητας*, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 1997.
- Λαμπροπούλου Ε., *Εσωτερική ασφάλεια και κοινωνία του ελέγχου*, Κριτική, Αθήνα 2001.
- Λαφαζάνη Δ.Ε., «Χώρος και κοινωνικές σχέσεις: Χώρος και κοινωνικός αποκλεισμός» στο *Σύγχρονα θέματα*, Ιανουάριος-Μάρτιος 1997, τεύχος 62, σελ.69-74.
- Λέβινας Ε., *Ηθική και άπειρο*, μετάφραση Κ.Παπαγιώργης, Ίνδικτος, Αθήνα 2007.
- Λεβύ Μ., *Το άστρο του πρωινού: υπερρεαλισμός και μαρξισμός*, μετάφραση Θ.Παπαδόπουλος, επιμέλεια και πρόλογος Γ.-Ι.Μπαμπασάκης, Ερατώ, Αθήνα 2004.
- Λελεδάκης Κ., «Το υποκείμενο και τα όρια της αυτονομίας», στο Θ.Λίποβατς, Β.Ρωμανός (επιμέλεια και εισαγωγή), *Το υποκείμενο στην ύστερη νεωτερικότητα*, Νήσος, Αθήνα 2002, σελ.77-93.

- Λεοντίδου Λ., «Μετανεωτερική αστική διακυβέρνηση: από την πολεοδομική πολιτική στην επιχειρηματική πόλη» στο Δ.Οικονόμου-Γ.Μ.Σαρηγιάννης-Κ.Σερράος (επιμέλεια) *Πόλη και Χώρος από τον 20^ο στον 21^ο αιώνα: Τιμητικός τόμος για τον καθηγητή Α.Ι.Αραβαντινό*, Ε.Μ.Π-Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας-ΣΕΠΟΧ, Αθήνα 2004, σελ.287-298.
- Λεοντόπουλος Ν., «Η λέξη αυθαιρεσία γράφεται με δύο Lamda» στο *Γαλέρα*, Τεύχος 4, Ιανουάριος 2006.
- Λέφας Π., «Οι πόλεις του κόσμου χθες, σήμερα, αύριο», στο Π.Λέφας-W.Siebel-J.Bindé, *Αύριο, οι πόλεις*, μετάφραση και επιμέλεια Π.Λέφας, Πλέθρον, Αθήνα 2003, σελ.17-61.
- Λεφέβρ Α., «Ο χώρος σε κομμάτια» στο Α.Λεφέβρ, *Μηδενισμός και αμφισβήτηση*, μετάφραση Λ.Τρουλινού, Ύψιλον, Αθήνα 1990, σελ.101-126.
- Λιποβέτσκι Ζ., *Η εποχή του κενού: Δοκίμια για τον σύγχρονο ατομικισμό*, μετάφραση Β.Τομανάς, Νησίδες, Σκόπελος.
- Λιτς Ε.Ρ., *Πολιτισμός και επικοινωνία: Η λογική της διαπλοκής των συμβόλων*, μετάφραση Ε.Σουρράπα, επιμέλεια Θ.Παραδέλλης, Καστανιώτης, Αθήνα 1993.
- Λούκατς Γκ., *Ιστορία και ταξική συνείδηση*, μετάφραση Γ.Παπαδάκης, Οδυσσέας, Αθήνα 2001.
- Λυδάκη Α., *Ποιοτικές μέθοδοι της κοινωνικής έρευνας*, Καστανιώτης, Αθήνα 2001.
- Λυμπεράκη Α. –Μουρίκη Α., *Η Αθόρυβη επανάσταση, νέες μορφές οργάνωσης της παραγωγής και της εργασίας*, Gutenberg, Αθήνα 2002.
- Μαρκίδης Μ., *Η ψυχανάλυση του διχασμένου υποκειμένου: εισαγωγή στο έργο του J.Lacan*, Έρασμος, Αθήνα 1980.
- Μάμφορντ Λ., «Μηχανοποίηση της σύγχρονης κουλτούρας» στο Λ.Μάμφορντ *Ο μύθος της μηχανής*, μετάφραση Ζ.Σαρίκας, Ύψιλον, Αθήνα 1985, σελ.91-102.
- Μαρξ Κ., *Εμπόρευμα και χρήμα*, μετάφραση, εισαγωγή και σχόλια Γ.Σταμάτης, Κριτική, Αθήνα 1991.
- Μεταξάς Γ., *Ο καθημερινός χώρος*, Κομμούνα, Αθήνα 1983.
- Μίχα Ε., «Θεματικές παρεμβάσεις στην πόλη: χαρακτηριστικά και συνέπειες», στο *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών Β' /2007*, 123, ΕΚΚΕ, σελ.3-29.
- Μιχελής Π., *Η αρχιτεκτονική ως τέχνη*, στ' έκδοση, Αθήνα 1979.
- Μορέν Ε., *Κοινωνιολογία*, μετάφραση Δ.Δημουλάς, Εκδόσεις Εικοστού Πρώτου, Αθήνα 1998.

- Μοσχοπούλου Α.Γ., *Η εγκληματικότητα των μεταναστών-απεικόνιση του φαινομένου στον απογευματινό τύπο 1990-1999*, Α.Ν. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή 2005.
- Μπάουμαν Ζ., *Η εργασία, ο καταναλωτισμός και οι νεότρωχοι*, μετάφραση και πρόλογος Κ.Δ.Γεώργας, επιμέλεια Σ.Αλεξάκη, Μεταίχμιο, Αθήνα 2002.
- Μπάουμαν Ζ., *Ρευστή αγάπη: Για την ευθραυστότητα των ανθρώπινων δεσμών*, μετάφραση Γ.Καράμπελας, Εστία, Αθήνα 2006.
- Μπαρτ Ρ., *Μυθολογίες-μάθημα*, μετάφραση Κ.Χατζηδήμου-Ι.Ράλλη, επιμέλεια Γ.Κρητικός, Κέδρος, Αθήνα 1973.
- Μπέργκερ Π.Λ.-Λούκμαν Τ., *Η κοινωνική κατασκευή της πραγματικότητας*, μετάφραση Κ.Αθανασίου, επιμέλεια Γ.Κουζέλης, Δ.Μακρυγιάννη, 3^η έκδοση, Νήσος, Αθήνα 2003.
- Μποντριγκάρ Ζ., *Ρέκβιεμ για τα μέσα επικοινωνίας*, 2^η έκδοση, μετάφραση Α.Μαραγκόπουλος, Ελεύθερος Τύπος, Αθήνα.
- Μποντριγκάρ Ζ., *Η καταναλωτική κοινωνία*, μετάφραση Β.Τομανάς, πρόλογος J.Mayer, Νησίδες, Θεσσαλονίκη 2005.
- Μπωντλαίρ Σ., «Ο καλλιτέχνης, άνθρωπος του κόσμου, άνθρωπος του πλήθους και παιδί» στο Σ.Μπωντλαίρ, *Αποφθέγματα παρηγοριάς για τον έρωτα-Ο ζωγράφος της μοντέρνας ζωής*, μετάφραση Σ.Βαρβαρούσης, Ερατώ, Αθήνα 1994, σελ.51-67.
- Μπωντλαίρ Σ., «Η επιθυμία για περιγραφή», στο Σ.Μπωντλαίρ, *Η μελαγχολία του Παρισιού*, μετάφραση και σημειώσεις Στ.Βαρβαρούσης, Ερατώ, Αθήνα 1985, σελ.146-7.
- Μωραΐτης Κ., «Από το αστικό «πέρασμα» στον αστικό αποκλεισμό: συγκρίνοντας την εμπορική στοά με την εμπορική “νησίδα”», στο περιοδικό *Αρχιτέκτονες*, τεύχος 58, Ιούλιος/Αύγουστος 2006, σελ.54-56.
- Μως Μ., *Το Δώρο: Μορφές και λειτουργίες της ανταλλαγής*, μετάφραση Α.Σταματοπούλου-Παραδέλλη, επιμέλεια Θ.Παραδέλλης, Καστανιώτης, Αθήνα 1979.
- Νικολόπουλος Γ.Π., *Φάκελος σημειώσεων για το μάθημα «Κοινωνικός αποκλεισμός, μειονότητες και φύλο: εγκληματολογική θεωρία»*, Α' εξάμηνο 2003-4, Διατμηματικό Μ.Π.Σ. «Κοινωνικός αποκλεισμός, μειονότητες και φύλο».
- Νικολόπουλος Γ.Π., *Κράτος, ποινική εξουσία και ευρωπαϊκή ολοκλήρωση: Μια εγκληματολογική προσέγγιση*, Κριτική, Αθήνα 2002.
- Νιτσιάκος Β., *Χτίζοντας το χώρο και το χρόνο*, Οδυσσέας, Αθήνα 2003.

- Ντεμπόρ Γκ., *Σχόλια πάνω στη κοινωνία του θεάματος*, μετάφραση Π.Τσαχαγέας, Ελεύθερος τύπος, Αθήνα 1988.
- Ντιντερό, *Το παράδοξο με τον ηθοποιό*, μετάφραση Αιμ.Βεζής, πρόλογος Β.Παπαβασιλείου, Πόλις, Αθήνα 2007.
- Πεπονής Γ., «Σχεδιαστική διατύπωση, μορφολογικοί νόμοι και αρχιτεκτονική έρευνα: μια επισκόπηση εργασίας» στο Σ.Γ.Ζαφειρόπουλος (επιμέλεια), «*ΟΡΙΟΝ*»: *Τιμητικός τόμος στον καθηγητή Δ.Α.Φατούρο*, Τεύχος Β΄, ΑΠΘ, Θεσσαλονίκη 1999, σελ.349-362.
- Πετρόπουλος Η., *Ο κουραδοκόφτης*, Νεφέλη, Αθήνα 2002.
- Πολάνι Κ., *Ο μεγάλος μετασχηματισμός*, μετάφραση Κ.Γαγανάκης, επιμέλεια Β.Τομανάς, πρόλογος J.EStiglitz, εισαγωγή F.Blok, Νησίδες, Θεσσαλονίκη 2007.
- Ποταμιάνος Ι., «Η βίωση του αστικού χώρου και ο χειρισμός της προοπτικής» στο Σ.Γ.Ζαφειρόπουλος (επιμέλεια), «*ΟΡΙΟΝ*»: *Τιμητικός τόμος στον καθηγητή Δ.Α.Φατούρο*, Τεύχος Β΄, ΑΠΘ, Θεσσαλονίκη 1999, σελ.365-378.
- Πουλαντζάς Ν., *Το κράτος, η εξουσία και ο σοσιαλισμός*, μετάφραση Γ.Κρητικός Θεμέλιο, Αθήνα 2001.
- Ραμονέ Ι., *Η τυραννία των ΜΜΕ*, μετάφραση Φ.Μουρκούση, επιμέλεια Β.Καίσαρη, Πόλις, Αθήνα 1999.
- Ρήσμαν Ντ., *Το μοναχικό πλήθος*, μετάφραση Β.Τομανάς, Νησίδες, Σκόπελος 2001.
- Σαρηγιάννης Γ., «Περί του Χωριού Τύπου στο Μαρούσι», στο *Ριζοσπάστης*, 6/12/2003.
- Σαρηγιάννης Γ., «Ο εκφυλισμός των κέντρων, της πόλης, τα malls και τα παιχνίδια των επενδυτών» στο *Αρχιτέκτονες*, τεύχος 58, Ιούλιος/Αύγουστος 2006, σελ.78-81.
- Σάσεν Σ., *Χωρίς έλεγχο; Η εθνική κυριαρχία, η μετανάστευση και η ιδιότητα του πολίτη στην εποχή της παγκοσμιοποίησης*, μετάφραση Π.Παπανδρέου, πρόλογος Χ.Ι.Παρασκευόπουλος, Θ.Πελαγίδης, επιμέλεια Ε.Μαρτζούκου, Μεταίχμιο, Αθήνα 2001.
- Σένετ Ρ., *Η τυραννία της οικειότητας*, μετάφραση Γ.Ν.Μερτίκας, επιμέλεια Γ.Λυκιαρδόπουλος, Νεφέλη, Αθήνα 1999.
- Σένετ Ρ., *Οι χρήσεις της αταξίας-προσωπική ταυτότητα και ζωή της πόλης*, μετάφραση επιμέλεια Γ.Καραπαπάς, Τροπή, Αθήνα 2004.

- Σταυρίδης Στ., *Από την πόλη οθόνη στην πόλη σκηνή*, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2002.
- Σταυρίδης Στ., «Ο χώρος της τάξης και οι ετεροτοπίες: Ο Φουκώ ως γεωγράφος της ετερότητας» στο *Ουτοπία: Αφιέρωμα στον Μισέλ Φουκώ*, τεύχος 72, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα Νοέμβριος-Δεκέμβριος 2006, σελ.145-158.
- Σταυρίδης Στ., *Διαφήμιση και το νόημα του χώρου*, Στάχυ, Αθήνα 1996.
- Ταγκιέφ Π.-Α., «Μπορούμε να ασκούμε ακόμα κριτική στην καταναλωτική κοινωνία;», *Σαββατιάτικη Ελευθεροτυπία* μετάφραση Α.Πανταζόπουλος, 17/10/2009, σελ.14.
- Ταταρίδου Χ., «Ανεργία, μορφές απασχόληση και νομιμοποίηση των μηχανισμών κοινωνικού αποκλεισμού» στο Ι.Τσίγκανου (επιμέλεια) *Οι εγκληματολογικές όψεις του κοινωνικού αποκλεισμού*, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα 2002, σελ.219-269.
- Ταταρίδου Χ., «Οι 'επικίνδυνες τάξεις' και κοινωνικός αποκλεισμός» στο Ι.Τσίγκανου (επιμέλεια) *Οι εγκληματολογικές όψεις του κοινωνικού αποκλεισμού*, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα 2002, σελ.367-405.
- Τζάννε Μ., «Σπ.Τσαγκαράτος, ο αρχιτέκτονας των μεγάλων Malls», στο www.protothema.gr, 4/5/2009.
- Τόμσον Ε.Π., *Χρόνος εργασιακή πειθαρχία και βιομηχανικός καπιταλισμός*, μετάφραση και επιμέλεια Β.Τομανάς, Νησίδες, Θεσσαλονίκη 1994
- Τσαγκαράτος Σπ., *Πολεοδομικά τετράδια*, Νεφέλη, Αθήνα 2001.
- Τσίγκανου Ι., «Οι εγκληματολογικές όψεις του κοινωνικού αποκλεισμού» στο Ι.Τσίγκανου (επιμέλεια) *Οι εγκληματολογικές όψεις του κοινωνικού αποκλεισμού*, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα 2002, σελ.15-104.
- Τσουκαλάς Κ., «Ιστορία, μύθοι και χρησμοί: η αφήγηση της ελληνικής συνέχειας» στο Κ.Τσουκαλάς, *Ταξίδι στο Λόγο και την Ιστορία: Κείμενα 1969-1996-Τόμος Β'*, επιμέλεια Π.Καφεντζής, Πλέθρον, Αθήνα 2000, σελ.313-323.
- Φουκό Μ., «Δύο δοκίμια για το υποκείμενο και την εξουσία» στο Μ.Φουκό, *Η μικροφυσική της εξουσίας*, μετάφραση και σχόλια Λ.Τρουλινού, Ύψιλον, Αθήνα 1991, σελ.75-100.
- Φουκό Μ., «Αλήθεια και εξουσία» στο Μ.Φουκό, *Εξουσία, γνώση και ηθική*, μετάφραση Ζ.Σαρίκας, Ύψιλον, Αθήνα 1987, σελ.11-37.
- Φουκό Μ., «Χώρος, γνώση και εξουσία» στο Μ.Φουκό *Εξουσία, γνώση και ηθική*, μετάφραση Ζ.Σαρίκας, Ύψιλον, Αθήνα 1987, σελ.51-69.

- Φουκώ Μ., *Επιτήρηση και τιμωρία: Η γέννηση της φυλακής*, μετάφραση Κ.Χατζηδήμου-Ι.Ράλλη, θεώρηση Α.Σταύρου, επίμετρο Ν.Ε.Κουράκη, Ράππα, Αθήνα 1989.
- Φρόντ Σ., *Τοτέμ και ταμπού: μερικές συμφωνίες στην ψυχική ζωή των άγριων και των νευρωτικών*, μετάφραση Χ.Αντωνίου, Επίκουρος, Αθήνα 1978.
- Φρόντ Σ., *Εισαγωγή στην ψυχανάλυση*, μετάφραση Λ.Αναγνώστου, Επίκουρος, Αθήνα 1996.
- Χορκχάιμερ Μ.-Αντόρνο Τ.Β., *Διαλεκτική του Διαφωτισμού*, μετάφραση Α.Αναγνώστου, επίμετρο, Κ.Ψυχοπαίδης, επιμέλεια Γ.Κουζέλης, Νήσος 1996.
- Ψαλιδόπουλος Μ., *Οικονομικές θεωρίες και κοινωνική πολιτική: Η βρετανική προσέγγιση*, Αίολος, Αθήνα 2002.

* * *

- Adorno T., *Σύννοψη της πολιτιστικής βιομηχανίας*, μετάφραση και πρόλογος Λ.Αναγνώστου, Αλεξάνδρεια, β' έκδοση, Αθήνα 2000.
- Agamben G., *Homo sacer: Κυρίαρχη εξουσία και γυμνή ζωή*, μετάφραση Π.Τσιαμούρας, επιμέλεια Γ.Σταυρακάκης, Scripta, Αθήνα 2005.
- Agamben G., *Η κοινότητα που έρχεται*, μετάφραση και εισαγωγή Θ.Ζαρταλούδης, Ίνδικτος, Αθήνα 2007.
- Agamben G., *Βία και ελπίδα στο τελευταίο θέαμα*, μετάφραση Π.Καλαμαράς, Ελευθεριακή Κουλτούρα, Αθήνα 2009.
- Arnheim R., *Τέχνη και οπτική αντίληψη: η ψυχολογία της δημιουργικής όρασης*, μετάφραση Ι.Ποταμιάνος, Θεμέλιο, Αθήνα 1999.
- Augé M., *Για μια ανθρωπολογία των σύγχρονων κόσμων*, μετάφραση Δ.Σαραφίδου, εισαγωγή και επιμέλεια Ε.Ρίκου, Αλεξάνδρεια, Αθήνα 1999.
- Augé M., *Πού χάθηκε το μέλλον;*, μετάφραση Ξ.Τσελέντη, επιμέλεια Σ.Ρηγοπούλου, Πολύτροπον, Αθήνα 2008.
- Badiou A., *Η ηθική: δοκίμιο για τη συνείδηση του κακού*, μετάφραση Β.Σκολιάδης-Κ.Μπόμπας, Scripta, Αθήνα 1988.
- Baudrillard J., *Η έκσταση της επικοινωνίας*, μετάφραση Β.Αθανασόπουλος, Καρδαμίτσα, Αθήνα 1991.
- Bauman Z., *Η μετανεωτερικότητα και τα δεινά της*, μετάφραση, πρόλογος .Γ.-Ι.Μπαμπασάκης, επιμέλεια Γ.Λυκιαρδόπουλος, Ψυχογιός, Αθήνα 2002.

- Bauman Z., *Και πάλι μόνοι: η ηθική μετά τη βεβαιότητα*, μετάφραση Ρ.Μπενβενίστε-Κ.Χατζηκυριακού, Έρασμος, Αθήνα 1998.
- Bauman Z., *Ο ρευστός φόβος*, μετάφραση Γ.Καράμπελας, επιμέλεια Κ.Σούλη, Πολύτροπον, Αθήνα 2007.
- Beck U., *Η επινόηση του πολιτικού*, μετάφραση Κ.Καβουλάκος, επιμέλεια Α.Αλαβάνου, πρόλογος Ν.Κοντζιάς, «Νέα Σύνορα-Α.Α.Λιβάνη», Αθήνα 1996.
- Benjamin W., *Σαρλ Μπωντλαίρ: ένας λυρικός στην ακμή του καπιταλισμού*, μετάφραση Γ.Γκουζούλης, επιμέλεια Κ.Λιβιεράτος-Λ.Ανγνώστου, επίμετρο Adorno, Tiedemann, Buck-Morss, Αλεξάνδρεια, Αθήνα 2002.
- Berlin I., *Τρεις κριτικοί του Διαφωτισμού: Vico, Hamman, Herder*, μετάφραση Γ.Μερτίκας, επιμέλεια Γ.Λυκιαρδόπουλος, Κριτική, Αθήνα 2002.
- Bourdieu P., *Η διάκριση – κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης*, μετάφραση Κ.Καψαμπέλη, πρόλογος Ν.Παναγιωτόπουλος, Πατάκης, Αθήνα 2006.
- Bourdieu P., *Γλώσσα και συμβολική εξουσία*, μετάφραση Κ.Καψαμπέλη, εισαγωγή Ν.Παναγιωτόπουλος, Ινστιτούτο του Βιβλίου-Α.Καρδαμίτσα, Αθήνα 1999.
- Boutét J., *Εισαγωγή στην κοινωνιογλωσσολογία*, μετάφραση Α.Ιορδανίδου – Ε.Τσαμαδού, Γρηγόρης, Αθήνα 1994.
- Bouvier P., *Κοινωνιο-ανθρωπολογία*, μετάφραση Ξ.Τσελέντη, Μεταίχμιο, Αθήνα 2001.
- Burns E., *Ευρωπαϊκή ιστορία-εισαγωγή στην ιστορία και τον πολιτισμό της νεότερης Ευρώπης*, τόμος δεύτερος, μετάφραση Τ.Δαρβέρης, επιμέλεια Ε.Σκοπετέα, Παρατηρητής, Θεσσαλονίκη.
- Davis M., *Το Πεντάγωνο ως παγκόσμιος βαρόνος των τρωγλοσυννοικιών*, Futura No10, Μάιος-Ιούνιος 2007, σελ.26-7.
- Davis M., *Πέρα από το Blade runner: Αστικός έλεγχος- Η οικολογία του φόβου*, μετάφραση Ν.Ηλιάδης, Futura, Αθήνα 2008.
- Debord G., *Η κοινωνία του θεάματος*, μετάφραση Σύλβια, Διεθνής Βιβλιοθήκη, Αθήνα 2000.
- Debord G., «Εισαγωγή σε μια κριτική της αστικής γεωγραφίας», στο *Το αισθητικό και το πολιτικό-Ανθολογία κειμένων από την Cobra στην Καταστασιακή Διεθνή*, μετάφραση Π.Τσαχαγέας-Ν.Β.Αλεξίου Ελεύθερος τύπος, Αθήνα 1996, σελ.58-61.
- Deleuze G., «Η κοινωνία του ελέγχου», στο *Futura*, τεύχος 5^ο, Χειμώνας 1998-99, σελ.114-122.

- D'elia A., «Η παρέκκλιση του ξένου μετανάστη στα μέσα ενημέρωσης: αποτελέσματα έρευνας στο Σαλέντο», στο Α.Κουκουτσάκη (εισαγωγή και επιμέλεια), *Εικόνες εγκλήματος*, πρόλογος U.Gatti, Πλέθρον, Αθήνα 1999, σελ.143-181.
- Douglas M., *Καθαρότητα και κίνδυνος: Μια ανάλυση των εννοιών της μιαιρότητας και του ταμπού*, μετάφραση Α.Χατζούλη, επιστημονική επιμέλεια Θ.Παραδέλλης, Πολύτροπον, Αθήνα 2006.
- Dyer G., *Η διαφήμιση ως επικοινωνία*, μετάφραση Α.Σπυροπούλου, επιμέλεια Γ.Π.Σκαρπέλος, Πατάκης, Αθήνα 1993.
- Eco U., *Θεωρία της σημειωτικής*, μετάφραση Ε.Καλλιφατίδη, Γνώση, Αθήνα 1989.
- Edelman M., *Η κατασκευή του πολιτικού θεάματος*, μετάφραση Α.Κόρκα, επιμέλεια και πρόλογος Ν.Δεμερτζής, Παπαζήσης, Αθήνα 1999.
- Feyerabend P., *Ενάντια στη μέθοδο: για μια αναρχική θεωρία της γνώσης*, μετάφραση Γρ.Καυκάλας, Γ.Γκουνταρούλης, εισαγωγή και επιμέλεια Γ.Γκουνταρούλης, Σύγχρονα θέματα
- Galbraith J.K., *Η κοινωνία της αφθονίας*, μετάφραση Κ.Χατζηαργύρη, Παπαζήσης, Αθήνα 1970.
- Giddens A., *Οι συνέπειες της νεωτερικότητας*, μετάφραση Γ.Μερτίκας, επιμέλεια Γ.Λυκιαρδόπουλος, Κριτική, Αθήνα 2001.
- Giddens A., *Ο κόσμος των ραγδαίων αλλαγών*, μετάφραση Κ.Δ.Γεώργας, πρόλογος Γ.Α.Παπανδρέου-Ν.Χριστοδουλάκης, Μεταίχμιο, Αθήνα 2001.
- Goffman E., *Συναντήσεις*, μετάφραση και εισαγωγή Δ.Μακρυνιώτη, Αλεξάνδρεια, Αθήνα 1996.
- Goffman E., *Η παρουσίαση του εαυτού στην καθημερινή ζωή*, μετάφραση Μ.Γκόφρα, επιμέλεια Κ.Λιβιεράτος, εισαγωγή Δ.Μακρυνιώτη, Αλεξάνδρεια, Αθήνα 2006.
- Godelier M., *Το αίνιγμα του δώρου*, μετάφραση Α.Αγγελίδου, επιμέλεια Ζ.Δεμαθάς, Gutenberg, Αθήνα 2003 .
- Gombrich E.H., «Η αναγεννησιακή θεωρία της τέχνης και η ανάδυση του τοπίου», στο G.Simmel, J.Ritter, E.H.Gombrich, *Το τοπίο*, επίμετρο Ν.Δασκαλοθανάσης, μετάφραση Γ.Σαγκριώτης, Λ.Αναγνώστου, Ν.Δασκαλοθανάσης, επιστημονική επιμέλεια Δ.Καββαθάς, Ποταμός, Αθήνα 2004, σελ.101-147.
- Gombrich E., *Το χρονικό της τέχνης*, μετάφραση Α.Κασδάγλη, ΜΙΕΤ, Αθήνα 2001.
- Guattari F., «Γίνεσθαι γυναίκα», μετάφραση Γ.Κατσάνη, στο Α.Wilden, *Κριτική του Φαλλοκεντρισμού*, μετάφραση και εισαγωγή Φ.Τερζάκης, Οξύ, Αθήνα 1998, σελ.111-6.

- Gutenschwager G., «Η αρχιτεκτονική σε ένα μεταλλασσόμενο κόσμο: Η νέα ρητορική της μορφής» στο Σ.Γ.Ζαφειρόπουλος (επιμέλεια), «ΟΡΙΟΝ»: Τμητικός τόμος στον καθηγητή Δ.Α.Φατούρο, Τεύχος Β΄, ΑΠΘ, Θεσσαλονίκη 1999, σελ.11-39.
- Habermas J., *Αλλαγή δομής της δημοσιότητας*, μετάφραση Α.Αναγνώστου, Νήσος, Αθήνα 1997.
- Hall St., «Η επανακάλυψη της 'ιδεολογίας': Η επάνοδος του απωθημένου στις μελέτες για τα Μέσα», στο Κομνηνού-Χ.Λυριντζής (επιμέλεια), *Κοινωνία, Εξουσία και Μέσα μαζικής επικοινωνίας*, μετάφραση Α.Δέφνερ, β΄ έκδοση, Παπαζήσης, Αθήνα 1989, σελ.89-146.
- Hobsbawm E., *Η εποχή των άκρων: Ο σύντομος εικοστός αιώνας 1914-1991*, μετάφραση Β.Καπετανγιάννης, Θεμέλιο, Αθήνα 1997.
- Jameson F., *Το μεταμοντέρνο ή η πολιτισμική αλλαγή του ύστερου καπιταλισμού*, μετάφραση Γ.Βάρσος, Νεφέλη, Αθήνα 1999.
- Jodelet D., «Κοινωνική αναπαράσταση: φαινόμενα, έννοια και θεωρία», στο βιβλίο *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις*, επιμέλεια Σ.Παπαστάμου και Α.Μαντόγλου, Οδυσσέας, 1985, σελ.124-160.
- Kant I., *Προλεγόμενα σε κάθε μελλοντική μεταφυσική*, μετάφραση, εισαγωγή και σχόλια Γ.Τζαβάρα, Δωδώνη, Αθήνα-Γιάννινα 1982.
- Lefebvre H., *Δικαίωμα στην πόλη – χώρος και πολιτική*, μετάφραση Π.Τουρνικιώτης-Κ.Λωράν, εισαγωγή Στ.Σταυριδής, Κουκίδα, Αθήνα 2007.
- Little A., «Ορθολογικότητα και ελευθερία: Ο Marcuse και η μετα-βιομηχανική αριστερά», στο *Herbert Marcuse-Κριτική, Ουτοπία, Απελευθέρωση*, επιμέλεια Γ.Ι.Μανιάτης-Γ.Σαγκριώτης-Α.Α.Χρύσης, Στάχυ, Αθήνα 1999, σελ.71-93.
- Marcuse H., *Ο μονοδιάστατος άνθρωπος*, μετάφραση Μπ.Λυκούδης, Παπαζήσης, Αθήνα 1971.
- Massey D., *Για το χώρο*, μετάφραση ΙΜπιμπλή, διόρθωση Γ.Παπαχρήστου, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2008.
- Melossi D., «Η κοινωνική θεωρία και οι μεταβαλλόμενες αναπαραστάσεις του εγκληματία», στο Α.Κουκουτσάκη (εισαγωγή και επιμέλεια), *Εικόνες εγκλήματος*, πρόλογος U.Gatti, Πλέθρον, Αθήνα 1999, σελ.21-59.
- Merton R.K., «Ανομία και κοινωνική δομή», μετάφραση Β.Αρτινοπούλου, στο Ιακ.Ι.Φαρσεδάκη, *Η εγκληματολογική σκέψη απ' την αρχαιότητα ως τις μέρες μας –Τεύχος Α΄*, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα 1990, σελ.452-465.

- Narotzky S., *Οικονομική ανθρωπολογία: Νέοι προσανατολισμοί*, μετάφραση Α.Σίμογλου, επιμέλεια Μ.Σπυριδάκης, Σαββάλας, Αθήνα 2007.
- Ritter J., «Το τοπίο –η λειτουργία του αισθητικού στη νεωτερική κοινωνία», στο G.Simmel, J.Ritter, E.H.Gombrich, *Το τοπίο*, επίμετρο Ν.Δασκαλοθανάσης, μετάφραση Γ.Σαγκριώτης, Λ.Αναγνώστου, Ν.Δασκαλοθανάσης, επιστημονική επιμέλεια Δ.Καββαθάς, Ποταμός, Αθήνα 2004, σελ.35-97.
- Sahlins M., *Πολιτισμός και πρακτικός λόγος*, μετάφραση Ν.Κούρκουλος, μετάφραση επιμέτρου Ε.Καλπουρτζή, εισαγωγή Ε.Παπαταξιάρχης, επιστημονική επιμέλεια Θ.Παραδέλλης, Εκδόσεις του εικοστού πρώτου, Αθήνα 2003.
- Savage M.-Warde A., *Αστική κοινωνιολογία, Καπιταλισμός και Νεωτερικότητα*, μετάφραση Ι.Μπιμπλή, εισαγωγή και επιστημονική επιμέλεια Ι.Ψημμένος, Παπαζήσης, Αθήνα 2005.
- Simmel G., «Φιλοσοφία του τοπίου», στο G.Simmel, J.Ritter, E.H.Gombrich, *Το τοπίο*, επίμετρο Ν.Δασκαλοθανάσης, μετάφραση Γ.Σαγκριώτης, Λ.Αναγνώστου, Ν.Δασκαλοθανάσης, επιστημονική επιμέλεια Δ.Καββαθάς, Ποταμός, Αθήνα 2004, σελ.11-31.
- Simmel G., *Πόλη και ψυχή*, μετάφραση Γ.Λυκιαρδόπουλος, εισαγωγή G.Lukacs, Έρασμος, Αθήνα 1993.
- Simmel G., «Κοινωνιολογία του χώρου» στο G.Simmel, *Περιπλάνηση στη Νεωτερικότητα*, μετάφραση Γ.Σαγκριώτης-Ολ.Σταθάτου, επιμέλεια, πρόλογος και εισαγωγή Σ.Γάγγας-Κ.Θ.Καλφόπουλος, επίμετρο J.Habermas, Αλεξάνδρεια, Αθήνα 2004, σελ.143-177.
- Stevenson D., *Πόλεις και αστικοί πολιτισμοί*, μετάφραση Ι.Πεντάζου, πρόλογος και επιστημονική επιμέλεια Γ.Γιαννιτσιώτης, Κριτική, Αθήνα 2007.
- Thompson J.B., *Νεωτερικότητα και μέσα επικοινωνίας*, μετάφραση Γ.Καραμπίνη-Ν.Σώκου, εισαγωγή και επιμέλεια Ν.Δεμερτζής, Παπαζήσης, Αθήνα 1998.
- Tiedemann R., «Μπωντλαίρ, μάρτυς κατά της αστικής τάξης», στο W.Benjamin, *Σαρλ Μπωντλαίρ: ένας λυρικός στην ακμή του καπιταλισμού*, μετάφραση Γ.Γκουζούλης, επιμέλεια Κ.Λιβιεράτος-Αναγνώστου, επίμετρο Adorno, Tiedemann, Buck-Morss, Αλεξάνδρεια, Αθήνα 2002, σελ.267-296.
- Vaneigem R., *Η επανάσταση της καθημερινής ζωής: πραγματεία σαβουάρ-βίβρ προορισμένη για τις νέες γενιές*, μετάφραση Σ.Βελέντζας, ΑΚΜΩΝ, 3^η έκδοση, Αθήνα.

- Veblen Th., *Η θεωρία της αργόσχολης τάξης*, μετάφραση Γ.Νταλιάνης, επιμέλεια Φ.Ρ.Σοφιανός, Κάλβος, Αθήνα 1982.
- Virno P., *Γραμματική του πλήθους -για μια ανάλυση των σύγχρονων μορφών ζωής*, μετάφραση ΒΠασσάς, θεώρηση .Γ-Β.Δαβός, Αλεξάνδρεια-Οδυσσέας, Αθήνα 2007.
- Wacquant L., *Οι φυλακές της μιζέριας*, μετάφραση Κ.Διαμαντάκου, πρόλογος Ν.Παναγιωτόπουλος, Πατάκης Αθήνα 2001.
- Weber M., *Οι τύποι της εξουσίας*, μετάφραση, σχόλια και επίμετρο Θ.Γκιούρας, Κένταυρος, Αθήνα 2001.
- Weber M., *Βασικές έννοιες κοινωνιολογίας*, μετάφραση Μ.Κυπραίος, εισαγωγή Μ.Weber, επιστημονική επιμέλεια Κ.Ψυχοπαίδης, Κένταυρος, Αθήνα 1997.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- Appadurai A., «Introduction: commodities and the politics of value» στο A.Appadurai (επιμέλεια) *The social life of things: commodities in cultural perspective*, Cambridge University Press, Cambridge 1988, σελ.3-63.
- Arendt H., *The origins of totalitarianism*, Harcourt, Brace&World, New York, 1966.
- Arnheim R., *Visual thinking*, University of California Press, 1984
- Augé M., *non-places –introduction to an anthropology of supermodernity*, Verso, 1995.
- Baudrillard J., *For a critique of the political economy of the sign*, Telos Press, 1981
- Bauman Z., *Freedom*, Open University Press, 1988.
- Bauman Z., *Postmodern ethics*, Blackwell, Oxford 2000.
- Bauman Z., *Modernity and the Holocaust*, Polity Press, Cambridge 1995.
- Beck U., *Risk society: Towards a new modernity*, SAGE Publications, London 1994.
- Benjamin W., *The arcades project*, Belknap Press Cambridge 1999.
- Benjamin W., «Paris: Capital of the Nineteenth century», στο Ph.Kazinitz (επιμέλεια) *Metropolis, centre and symbol of our times*, Macmillan, London 1995, σελ.46-57.
- Bourdieu P., *The logic of practice*, Polity Press, Cambridge 1990.
- Campbell C., «The sociology of consumption» στο D.Miller (επιμέλεια), *Acknowledging consumption: A review of new studies*, Routledge London-New York 1996, σελ.96-126.

- Castells M., *The urban question*, Edward Arnold, London, 1977.
- Castells M., *The rise of network society*, Blackwell Publishers, Oxford 1997.
- Crawford M., «The world in a shopping mall», στο M.Sorkin (επιμέλεια και προλόγος) *Variations on a theme Park*, Hill and Wang, New York 1992, σελ.3-30.
- Davis M., «Fortress Los Angeles: The Militarization of urban space», στο Ph.Kasinitz (επιμέλεια), *Metropolis: centre and symbol of our times*, Macmillan, 1995, σελ.355-368.
- Douglas M.-Isherwood B., *The world of goods –towards an anthropology of consumption*, Routledge, London 1996.
- Durkheim E., *The elementary forms of the religious life*, George Allen & Unwin, London 1982.
- Friedberg A., *Window shopping: cinema and the postmodern*, University of California Press, 1994.
- Hanson J.-Hillier B., *The social logic of space*, Cambridge University Press, 1984.
- Harvey D., *Paris, Capital of modernity*, Routledge, New York 2006.
- Harvey D., *The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change*, Blackwell, Oxford 1990.
- Harvey D., *Consciousness and the urban experience*, Basil Blackwell, 1985.
- Lee M.J., *Consumer culture reborn*, Routledge, London 1993.
- Lefebvre H., *Critique of everyday life: Volume 1*, Verso London-New York, 2008.
- Lefebvre H., *Critique of everyday life: Foundations for a sociology of the everyday – Volume 2*, Verso, London-New York 2008.
- Lefebvre H., *The production of space*, Blackwell 1991.
- Maines D.R.-Kusow A., «Somali migration to Canada and resistance to racialization» στο D.Maines (επιμέλεια) *The faultline of consciousness: A view of interactionism in sociology*, Aldine De Gruyter, New York 2001, σελ.135-162.
- Malinowski M., *Argonauts of the Western Pacific*, Routledge & Kegan Paul, New York 1987.
- Marcuse P., «Not chaos, but walls: Postmodernism and the portioned city» στο Watson S.-Gibson K. (επιμέλεια) *Postmodern cities and spaces*, Blackwell, Oxford 1995, σελ.243-253.
- Marshall A. – Marshall M.P., *Economics of industry*, Overstone Press, 1997.
- Meyrowitz J., *No sense of place*, Oxford University Press, 1985.

- Miller D., *Modernity, an ethnographic approach-dualism and mass consumption in Trinidad*, Berg, Oxford 1997.
- Miller D.-Jackson P.-Thrift N.-Holbrook B.-Rowlands M., *Shopping, place and identity*, Routledge, London 1998.
- Moscovici S., *Social representations: Explorations in social psychology*, Polity, Cambridge 2000.
- National Economic Development Office, *The Future of shopping pattern*, Distributive Trades EDC, London 1971.
- Panofsky E., *Perspective as symbolic form*, Zone Books, New York 1991.
- Pearson M.P.-Richards N.C., «Architecture and order: Spatial representation and archaeology» στο M.P.Pearson-N.C.Richards (επιμέλεια), *Architecture and order: Approaches to social space*, Routledge, London and New York 1997, σελ.38-72.
- Pearson M.P.-Richards C., «Ordering the World: Perception of architecture, space and time» στο M.P.Pearson-C.Richards (επιμέλεια), *Architecture and order: Approaches to social space*, Routledge, London and New York 1997, σελ.1-37.
- Polanyi K., *The livelihood of man*, Academic Press, 1977.
- Sennett R., *Flesh and Stone: The body and the city in western civilization*, Faber and Faber, London-Boston 1994.
- Shearing C.D.-Stenning P.C. « 'SAY CHEESE!': The Disney order that is not so Mickey Mouse» στο C.D.Shearing-P.C.Stenning (επιμέλεια), *Private Policing*, SAGE, California 1987, σελ.317-324.
- Shields R., «Spaces for the subject of consumption» στο R.Shields (επιμέλεια) *Lifestyle shopping –the subject of consumption*, Routledge, London 1994, σελ.1-20.
- Simmel G., *On money, sexuality and love*, Newheaven: Yale university Press, 1984.
- Soja E.W., «Heterotopologies: A remembrance of other spaces in the citadel-LA» στο S.Watson-K.Gibson (επιμέλεια) *Postmodern cities and spaces*, Blackwell, Oxford 1995, σελ. 13-34.
- Soja E.W., *Postmetropolis: Critical studies of cities and regions*, Blackwell Publishers, Oxford 2000.
- Somabrt W., *The jews and modern capitalism*, Collier books, New York 1962.
- Storey J., *Cultural Consumption and everyday life*, Arnold, London 1999.
- Venturi R., Brown D.-S., Izenour S., *Learning from Las Vegas*, MIT Press, 1977.

Young J., *The exclusive society*, SAGE Publications, 1999.

I.M.Young, «City life and difference», στο Ph.Kasinitz (επιμέλεια), *Metropolis: centre and symbol of our times*, Macmillan, 1995, σελ.250-270.

Zukin S., «Postmodern urban landscapes: mapping culture and power» στο Sc.Lash-J.Friedman (επιμέλεια), *Modernity and identity*, Blackwell, Oxford 1993, σελ.221-247.

Zukin S., *Landscapes of power-from Detroit to Disney World*, University of California Press, Los Angeles 1992.

Πηγές:

<http://www.themallathens.gr>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Paille-maille>

<http://dimarxeio-antipliroforisi.blogspot.com>

<http://www.coca-colazero.gr>.

<http://www.wem.ca>

* * *

ΦΕΚ 18, Τεύχος πρώτο, 18 Φεβρουαρίου 1985, Νόμος υπ' αριθμ.1515: Ρυθμιστικό σχέδιο και πρόγραμμα προστασίας περιβάλλοντος της ευρύτερης περιοχής της Αθήνας.

ΦΕΚ 110, Τεύχος πρώτο, 17 Μαΐου 2002, Νόμος υπ' αριθμ. 3016: Για την εταιρική διακυβέρνηση, θέματα μισθολογίου και άλλες διατάξεις.

ΦΕΚ 228, Τεύχος πρώτο, 9 Οκτωβρίου 2001, Νόμος υπ' αριθμ.2947: Θέματα Ολυμπιακής φιλοξενίας, έργων Ολυμπιακής υποδομής και άλλες διατάξεις.

ΦΕΚ 302, Τεύχος πρώτο, 24 Δεκεμβρίου 2003, Νόμος υπ' αριθμ.3207: Ρύθμιση θεμάτων Ολυμπιακής προετοιμασίας και άλλες διατάξεις.

ΦΕΚ 131, Τεύχος πρώτο, 6 Ιουνίου 2005, Νόμος υπ' αριθμ. 3342: Βιώσιμη ανάπτυξη και κοινωνική αξιοποίηση των Ολυμπιακών εγκαταστάσεων, αδειοδότηση, χρήσεις, λειτουργίες τους-Διάρθρωση, οργάνωση και λειτουργία Γενικής Γραμματείας Ολυμπιακής Αξιοποίησης.

* * *

Άρθρο 5, παρ.2 του Συντάγματος (1975/86/2001)

Άρθρο 25, παρ.1 του Συντάγματος (1975/86/2001)

* * *

‘The Mall Magazine’, Νοέμβριος 2006, #01.

‘The Mall Magazine’, Δεκέμβριος 2006, #2.

‘The Mall Magazine’, Ιανουάριος 2007, #3.

‘The Mall Magazine’, Μάρτιος 2007, #4.

‘The Mall Magazine’, Μάιος-Ιούνιος 2007, #5.

‘The Mall Magazine’, Ιούλιος-Αύγουστος-Σεπτέμβριος 2007, #6.

‘The Mall Magazine’, Οκτώβριος-Νοέμβριος 2007, #7.

‘The Mall Magazine’, Δεκέμβριος 2007-Ιανουάριος 2008, #8.

‘The Mall Magazine’, Φεβρουάριος 2008, #9.

‘The Mall Magazine’, Απρίλιος 2008, #10.

* * *

Διαφημιστικό φυλλάδιο του ‘The Mall Athens’

