



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΑΓΡΟΝΟΜΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΓΡΑΦΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ

ΤΟΜΕΑΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Αθηναϊκές εμπορικές στοές: Αναπαραστάσεις του χθες και εικόνες του σήμερα.
Η περίπτωση των στοών Κοραή και Ορφανίδου»



Εκπόνηση: Σπύρος Μεσολογγίτης

Επίβλεψη: Ιωάννης Σαγιάς, Αν. Καθηγητής

ΑΘΗΝΑ, Ιούλιος 2019

εικόνα εξώφυλλου:

Η Στοά Κοραή από Σταδίου, δεκαετία του '60

Σε εκείνους που θα την διαβάσουν

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	13
ABSTRACT.....	15
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	17
1.1 ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	18
1.2 ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	19
1.3 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	20
1.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	21
2. ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΧΤΕΣ – ΙΣΤΟΡΙΚΕΣ ΚΑΤΑΒΟΛΕΣ.....	24
2.1 ΠΑΡΙΣΙΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΤΟΕΣ.....	24
2.2 ΑΘΗΝΑΪΚΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΤΟΕΣ	27
2.3 ΙΣΤΟΡΙΚΟΣ – ΑΦΗΓΗΜΑΤΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ	28
2.4. ΑΘΗΝΑΪΚΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΤΟΕΣ ΤΟΥ 19 ^{ου} ΑΙΩΝΑ	31
2.4.1 Δεκαετίες 1880-1889, 1890-1899.....	31
2.5 ΑΘΗΝΑΪΚΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΤΟΕΣ ΤΟΥ 20 ^{ου} ΑΙΩΝΑ	35
2.5.1 Δεκαετία 1900-1909	35
2.5.2 Δεκαετία 1910-1919	36
2.5.3 Δεκαετία 1920-1929	38
2.5.4 Δεκαετία 1930-1939	40
2.5.5 Δεκαετία 1940-1949	43
2.5.6 Δεκαετία 1950-1959	44
2.5.7 Δεκαετία 1960-1969	47
2.5.8 Δεκαετία 1970-1979	50
2.5.9 Δεκαετία 1980-1989	52
2.5.10 Δεκαετία 1990-1999	53
2.6 Η ΑΚΜΗ ΤΩΝ ΣΤΟΩΝ	54
2.7 ΤΟ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΟ ΚΛΙΜΑ ΣΤΟ ΟΠΟΙΟ ΑΝΑΔΕΙΧΘΗΚΑΝ ΟΙ ΣΤΟΕΣ.....	55
2.8 ΤΟ ΠΛΗΘΟΣ, Ο ΣΥΛΛΕΚΤΗΣ και ΟΙ ΕΠΙΓΡΑΦΕΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ.....	56
2.9 ΤΟΠΟΙ ΔΙΑΜΟΝΗΣ	61
3. ΈΡΕΥΝΑ	64
3.1 ΣΥΝΤΑΞΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	64
3.2 ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	65

4. ΣΤΟΑ ΚΟΡΑΗ	69
4.1 Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΣΤΟΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΧΡΟΝΟ: ΤΟ ΚΤΙΡΙΟ ΤΗΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ	69
4.2 ΜΙΑ ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΜΕΝΗ ΣΤΟΑ	75
4.3 ΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ	76
4.4 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	79
4.5 ΑΙΣΘΗΣΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ ΚΑΙ ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΠΕΡΙΟΧΗ	82
4.6 Ο ΣΥΜΒΟΛΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΣΤΟΑΣ ΚΟΡΑΗ	88
4.6.1 Ο καφές ως προϊόν και ως σύμβολο	88
4.6.2 Η μιμητική επιθυμία	93
4.6.3 Από το λαϊκό καφενείο στην μοντέρνα καφετέρια.....	96
5. ΣΤΟΑ ΟΡΦΑΝΙΔΟΥ	102
5.1 Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΣΤΟΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΧΡΟΝΟ: Η ΕΜΠΟΡΙΚΟΤΕΡΗ ΣΤΟΑ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ	102
5.2 ΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ	103
5.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	107
5.4 ΑΙΣΘΗΣΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ ΚΑΙ ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΠΕΡΙΟΧΗ	110
5.5 Η ΠΑΡΑΚΜΗ ΤΗΣ ΣΤΟΑΣ	114
5.6 ΤΑ ΕΡΕΪΠΙΑ ΤΗΣ ΣΤΟΑΣ	118
6. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΥΟ ΣΤΟΕΣ	124
7. ΕΙΚΟΝΕΣ ΤΟΥ ΣΗΜΕΡΑ.....	126
7.1 Η ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΩΝ.....	126
7.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΩΝ	132
8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	138
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	146
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	156

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1. Στοές του Παρισιού: πάνω αριστερά: Κατάστημα με ομπρέλες στη Στοά Véro -Dodat. Δεξιά: Η Στοά της Όπερας, 1822-1823. Στη μέση: Η οροφή της Στοάς Vivienne. Κάτω από αριστερά προς τα δεξιά: Η είσοδος της Στοάς Lindenpassage στο Βερολίνο και το εσωτερικό της, περ. 1880.....	26
Εικόνα 2. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά Κόνιαρη-Μελά πριν και μετά την ανακαίνισή της στις αρχές του 21 ^{ου} αιώνα.	32
Εικόνα 3. Η Στοά Πύρρου	32
Εικόνα 4. Αριστερά: Το Μέγαρο Πρωΐας, διακρίνεται η ύπαρξη στοάς στο ισόγειο επίπεδο. Δεξιά: Το νέο κτίριο της οδού Πεσμαζόγλου 39 και με την αντίστοιχη στοά σήμερα.	33
Εικόνα 5. Αριστερά: Χαλάσματα από την κατεδάφιση του Μεγάρου Πρωΐας από φωτογραφία του 1976. Στο κέντρο η είσοδος της στοάς. Δεξιά: Αθήνα 1968. Ο ηθοποιός Θόδωρος Κατσαδράμης, ερχόμενος από την οδό Σταδίου, κατευθύνεται προς την Στοά Πεσμαζόγλου και την έξοδό της προς την Πανεπιστημίου. Εκτός από την καμάρα φαίνεται και η πίσω πλευρά του Μεγάρου Πρωΐας που «έβλεπε» στον ακάλυπτο χώρο. Πλάνο από την ταινία μικρού μήκους του Θόδωρου Αγγελόπουλου «Η ΕΚΠΟΜΠΗ».....	34
Εικόνα 6. Αριστερά: Αθήνα περ. Δεκαετία του '30. Το Μέγαρο Σπυρίδωνος Λάμπρου. Διακρίνεται η στοά στο ισόγειο. Δεξιά: Η εικόνα του Μεγάρου σε φωτογραφία του 2010, όπου η στοά έχει πλέον χαθεί.	34
Εικόνα 7. Η Στοά Αρσακείου με την γυάλινη οροφή.....	36
Εικόνα 8. Αριστερά: Το κτίριο Νικολούδη και η ομώνυμη στοά το 1918 . Δεξιά: Η έξοδος της Στοάς Νικολούδη από την οδό Σταδίου σε φωτογραφία πριν το 1980.	37
Εικόνα 9. Πάνω: Η Στοά Φέξη στο Μεσοπόλεμο. Κάτω: Η Στοά Πραξιτέλους πριν την ανακαίνισή της.....	39
Εικόνα 10. Αριστερά: Η Στοά Πάππου-Δημητρακοπούλου το 1947. Δεξιά: Η εικόνα της στοάς σήμερα.	41
Εικόνα 11. Από αριστερά προς τα δεξιά: Οι στοές Κοραή και Σπυρομήλιου σήμερα.....	42
Εικόνα 12. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά Πραξιτέλους της οδού Πραξιτέλους 33 και η Στοά Καΐρη σήμερα.	42
Εικόνα 13. Η Στοά Ειρηνοδικείου σε φωτογραφία του 2005.....	43
Εικόνα 14. Στοά Κοραή. Στιγμιότυπο από τα Δεκεμβριανά. Άγγλοι απομακρύνουν πολίτες έπειτα από την κατάληψη του κτιρίου της Εθνικής Ασφαλιστικής.	43
Εικόνα 15. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά Ανατολής και η Στοά Ναυτεμπορικής.....	45

Εικόνα 16. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά Εμπόρων πριν την ανακαίνισή της και η Στοά Τρικούπη.....	45
Εικόνα 17. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά Πανταζόπουλου και η Στοά του Μέγαρου Παλλάδος.....	46
Εικόνα 18. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά Ομόνοιας της οδού Πειραιώς και η Στοά Λεμού.....	48
Εικόνα 19. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά Πανεπιστημίου 56 και η Στοά Σαντίκου.....	49
Εικόνα 20. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά της Όπερας και η Στοά της Πανεπιστημίου 56.....	49
Εικόνα 21. Αριστερά: Το ξενοδοχείο Μέγα Εθνικόν. Δεξιά: Η Στοά Γ. Μάντακα που κατασκευάστηκε στη θέση του ξενοδοχείου .	51
Εικόνα 22. Αριστερά: Το Μέγαρο Ιωάννη Βουγά. Δεξιά: Το νέο κτίριο με την αντίστοιχη στοά που αντικατέστησε το μέγαρο.....	51
Εικόνα 23. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά ATRIUM από τις εξόδους Χαριλάου Τρικούπη και Ιπποκράτους.....	53
Εικόνα 24. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η είσοδος της Στοάς του βιβλίου από Πεσμαζόγλου και ο εσωτερικό της χώρος αντίστοιχα.	54
Εικόνα 25. Το Μέγαρο της Εθνικής Ασφαλιστικής, 20ος αιώνας, διακρίνεται στο ισόγειο η Στοά Κοραή.	69
Εικόνα 26. Κάτοψη Α' και Β' υπογείου.....	70
Εικόνα 27. Οι θάλαμοι του υπογείου της οδού Κοραή 4.....	72
Εικόνα 28. «Δ. Μωραΐτης, 24 ώρες χωρίς φαΐ και νερό. Μόνο μυρίζοντας γιασεμί». Από ακιδογράφημα χαραγμένο σε κάποιον από τους τοίχους των κρατητηρίων.	72
Εικόνα 29. Η αποχώρηση της Κομαντατούρ από το μέγαρο της Κοραή σε εφημερίδα της εποχής. Στο συγκεκριμένο φύλλο μπορεί να διαβάσει κανείς επίσης τις υποψίες που κυκλοφορούσαν περί εμφυλίου πολέμου. Εφημερίδα «ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ», Σάββατο 30 Σεπτεμβρίου 1944, Αριθμός Φύλλου 32.....	73
Εικόνα 30. Βρετανικά στρατεύματα ετοιμάζονται να εισβάλλουν στα γραφεία του ΕΑΜ από τη Στοά Κοραή.	74
Εικόνα 31. Σκίτσο που απεικονίζει πως προβλέπονταν η όψη της Στοάς Κοραή μετά την ανακαίνισή της.....	75
Εικόνα 32. Η Στοά Κοραή με φόντο της έξοδο προς Σταδίου.	78
Εικόνα 33. Το τμήμα του Μεγάλου Αθηνών της στοάς που βλέπει στην Πανεπιστημίου.	78

Εικόνα 34. 13 Αυγούστου 1960. Η οδός Κοραή τότε ήταν δρόμος.	84
Εικόνα 35. Η οδός Κοραή μετά την πεζοδρόμησή της με την αντίστοιχη είσοδο-έξοδο του Μετρό.	84
Εικόνα 36. Παράδειγμα της εικόνας που δίνεται γύρω από τον καφέ σε χώρο εστίασης της Στοάς Κοραή.	93
Εικόνα 37. Αριστερά: Το καφενείο του Κανάρη, πλατεία Χαλανδρίου, 1928. Δεξιά: Το καφενείο του Ζαχαράτου, πλατεία Συντάγματος, 1956.	98
Εικόνα 38. Το εσωτερικό της Στοάς Ορφανίδου.	106
Εικόνα 39. Η Στοά Ορφανίδου με φόντο της έξοδο προς Σοφοκλέους.	106
Εικόνα 40. Τύπος Υπολογισμού Της ‘ΕρειπίουΑξίας’, Όπου $T = \text{Ο Χρόνος Που Παρέρχεται. Άρα, Εάν } T < 30 \text{ Τότε } \Psi/X = At/30 \text{ (Δηλαδή, Αν Έχουμε Τιμές Μικρότερες Από 30 Χρόνια Τότε Η Απόλαση Είναι Σχεδόν Αμελητέα). Αν Όμως } 30 < T < 70 \text{ Τότε } \Psi/X = At \text{ (Φουντώνει Το Ενδιαφέρον). Ειδικά Αν } T > 70 \text{ Τότε } \Psi/X = A \text{ Εις Την } T.$	120
Εικόνα 41. Σημεία της Στοάς Ορφανίδου που δηλώνουν τα ερείπιά της.	123
Εικόνα 42. Από αριστερά προς τα δεξιά: Οι ανακαινισμένες στοές Σπυρομήλιου και Νικολούδη.	135
Εικόνα 43. Από αριστερά προς τα δεξιά: Οι στοές Φιξ και Φέξη.	136
Εικόνα 44. Πάνω αριστερά προς δεξιά: Το υπόγειο της Στοάς Λυκούργου και η Στοά Ναυτεμπορικής. Κάτω αριστερά προς δεξιά: Οι στοές Σταδίου και Σανταρόζα και η Στοά Ειρηνοδικείου.	137

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΧΑΡΤΩΝ

Χάρτης 1. Περιοχή Μελέτης	30
Χάρτης 2. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν τις δεκαετίες 1880-1889, 1890-1899.	31
Χάρτης 3. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1900-1909.	35
Χάρτης 4. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1910-1919.	36
Χάρτης 5. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1920-1929.	38
Χάρτης 6. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1930-1939.	40
Χάρτης 7. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1950-1959.	44
Χάρτης 8. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1960-1969.	47

Χάρτης 9. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1970-1979.....	50
Χάρτης 10. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1980-1989.....	52
Χάρτης 11. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1990-1999.....	53
Χάρτης 12. Τα καταστήματα που βρίσκονται στη Στοά Κοραή και έχουν είσοδο εντός της.	76
Χάρτης 13. Τι υπάρχει στους δρόμους που έχει πρόσωπο η Στοά Κοραή.	86
Χάρτης 14. Χώρες καλλιέργειας καφέ. Τα θεματικά επίπεδα δείχνουν ανάλογα τις ποικιλίες του καφέ: Robusta (r), Robusta & Arabica (m), Arabica (a).	90
Χάρτης 15. Χώρες κατανάλωσης καφέ (κατά κεφαλήν σε κιλά το χρόνο).....	91
Χάρτης 16. Τα καταστήματα που έχουν είσοδο από την Στοά Ορφανίδου.	104
Χάρτης 17. Τι υπάρχει στους εγγύτερους δρόμους της Στοάς Ορφανίδου.....	112
Χάρτης 18. Κατηγοριοποίηση των στοών.	134

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία, με τίτλο «Αθηναϊκές εμπορικές στοές: Αναπαραστάσεις του χθες και εικόνες του σήμερα. Η περίπτωση των στοών Κοραή και Ορφανίδου», μελετά το μητροπολιτικό φαινόμενο των διαμπερών εμπορικών στοών της Αθήνας, που βρίσκονται στις οδούς Πανεπιστημίου, Ακαδημίας, Σταδίου και Πέριξ. Το ενδιαφέρον εστιάζει στην πορεία τους μέσα στο χρόνο, επειδή ακριβώς αποτελούν το παράδειγμα χώρων, που ενώ έσφυζαν κάποτε από ζωή, σήμερα στο σύνολό τους έχουν παρακμάσει. Το γεγονός της διάλυσης της πρωταρχικής τους αύρας είναι κάτι που θα εξεταστεί μέσα στην επόμενη γραμμές αυτής της μελέτης, η οποία θέλει να απαντήσει όχι τόσο στο γιατί αλλά στο πώς οδηγήθηκαν στην εγκατάλειψη. Ξεκινώντας επομένως με μια περιγραφική ανασκόπηση του πώς λειτούργησαν στο χθες και του κοινωνικού πλαισίου εντός του οποίου αναδύθηκαν (αναπαραστάσεις του χθες), θέλουμε να καταλήξουμε στο πώς φτάνουμε στην μορφή που εμφανίζονται στο σήμερα (εικόνες του σήμερα). Το υλικό από το οποίο οφείλουμε να αντλήσουμε πληροφορίες, αναζητείται στον τρόπο με τον οποίον στήνεται η καθημερινότητα και βιώνεται η εμπειρία σε αυτές. Θα προσπαθήσουμε να τις δούμε μέσα από ένα σχήμα σχέσεων ανθρώπου και περιβάλλον αλλά και υπό το νοήμα που αποκτούν ως χώροι προσανατολισμένοι στην κατανάλωση. Θα δούμε ωστόσο, ότι η εγκατάλειψη των εμπορικών στοών σήμερα, δεν επικρατεί σαν μια καθολική κατάσταση, αφού υπάρχουν κι ορισμένες που καταφέρνουν να προσελκύουν τους ανθρώπους, συστήνοντας μια ζωνή κίνηση εντός τους. Για να το στηρίξουμε αυτό, εξετάζεται και η περίπτωση των δύο στοών Κοραή και Ορφανίδου. Η ζωντάνια και ο θόρυβος χαρακτηρίζουν την πρώτη, η παρακμή και η σιωπή επικρατούν στην δεύτερη. Θέλοντας να ερμηνεύσουμε αυτόν τον διαφορετικό τρόπο «ανάγνωσης» του χώρου, στεκόμαστε, για μια λεπτομερή περιγραφή των πραγμάτων που συναντά κανείς εντός τους αλλά και σε μια ανάλυση των καθημερινών πρακτικών που λαμβάνουν μέρος σε καθεμιά. Για την επίτευξη αυτού, χρησιμοποιήθηκε ένας συνδυασμός ποιοτικών και ποσοτικών μεθόδων. Το παράδειγμα των δύο αυτών στοών, θα δούμε ότι συμφωνεί σε πολλά σημεία με τις σημερινές εικόνες που υπάρχουν στις στοές που καταγράφηκαν. Εδώ, επιχειρηματολογώντας πλέον σε γενικό επίπεδο, σχετικά με την υφιστάμενη κατάσταση όλων των στοών, παρουσιάζουμε και το χωρικό τους πρότυπο. Τα τελικά συμπεράσματα, περιέχουν μια αποτίμηση των βασικών ζητημάτων που εξετάστηκαν, συγκεντρωμένα σε ένα σφαιρικό πλαίσιο, μέσα στο οποίο υπάρχει και μια κριτική ματιά πάνω στην ανθρώπινη γεωγραφία και στα γεγονότα.

ABSTRACT

In this dissertation project, titled as “Athenian shopping passages; Representations of yesterday and today’s images. The case study of Korai and Orfanidou passages”, there will be an analysis of the urban phenomenon of shopping passages, existing in the Athenian streets of Panepistimiou, Akadimias, Stadiou and in the surrounding areas. The main focus lies within the passing of time, precisely because the nature of such places, is connected with the fact that once they were full of life, however, nowadays they have been abandoned. Due to the destruction of the aura they once contained, there will be a thorough examination within the following paragraphs of this dissertation project, which is to mainly illustrate the way with which they were led to be deserted. To begin with, there will be a descriptive retrospection on their past purpose within the social framework in which they emerged (representations of yesterday), concluding to their current situation (today’s images). Everyday life and the way experiences gained through those places, will be the main source of information. We seek to define the structure that motivates people to be tied with the environment and establish a relationship with it, while explaining the significance that passages have as consumption-oriented spaces. However, nowadays, it is true that not every shopping passage is abandoned, as some of them still manage to attract crowds. To find the reason behind that, there will be a discussion about two shopping passages, Korai and Orfanidou. Many people visit the first one and it seems to be a vivid place, but the latter has been overwhelmed by an absence of life, thus remaining at a standstill. To interpret such a different way of “reading” the space, we go through an in-depth analysis of their iconography and the practices that take part in daily basis. Combining qualitative and quantitative methods was a necessary approach for the research. The results for those two shopping passages will show that their iconography have many similarities with the iconography of others. At this point, there will be an argument concerning the existing situation of all the above-mentioned passages, presenting their spatial pattern. To conclude, the overview of theses fundamental issues will be examined in the final section, which contains a critical view on human geography.

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η μετάβαση από την ύπαιθρο στην πόλη, και η αποφασιστική νίκη της δεύτερης έναντι της πρώτης, σηματοδεύτηκε τόσο από τη μορφή του τοπίου όσο και από τις διαδικασίες που εξελίσσονται σε καθημερινή βάση. Ως προς τη μορφή του τοπίου, το δομημένο περιβάλλον, διακρίθηκε μέσα από το στυλ και τις λειτουργίες των κτιρίων, τον τρόπο εκμετάλλευσης και διάρθρωσης των οικοπέδων, την χρήση και διάταξη του δρόμου. Οι διαδικασίες και οι πρακτικές είχαν να κάνουν με το αριθμητικό μέγεθος των ανθρώπων που συγκεντρώνονταν, το είδος των σχέσεων, την εργασία και τη μορφή της κατανάλωσης, τα σύμβολα και τα νοήματά τους, τα δίκτυα και τις ροές τους, τη γνώση και τη χρήση του χρόνου. Η αναπαράσταση του χώρου και η καθημερινή εμπειρία μέσα στις πόλεις, είχε πάντοτε να κάνει με το πως κατασκευάζεται ο χώρος. Στην κατανόηση τέτοιων αναπαραστάσεων, έπαιξε κυρίαρχο ρόλο η οπτική, διαμέσου της οποίας ο καθένας βλέπει τα πράγματα γύρω του και κατά συνέπεια τα βιώνει αλλά και συναισθάνεται τους άλλους. Οι εικόνες με τις οποίες παρουσιάζεται ο πραγματικός κόσμος στα μάτια των ανθρώπων, φιλτράρονται, αξιολογούνται και αποτελούν κίνητρο συμπεριφοράς. Η μεταξύ τους τοποθέτηση, χώρου και οπτικής, συνθέτει, αυτό που θα ονομάζονταν, το ιδιαίτερο «πνεύμα» του τόπου.

Η αστικότητα ως τρόπος ζωής σε συνδυασμό με το δομημένο περιβάλλον και το κοινωνικό προϊόν της πόλης, πρόσφερε ένα φάσμα ετερογένειας και διαφοροποίησης, άμεσο επακόλουθο της αυξημένης πληθυσμιακής πυκνότητας, φαινόμενο το οποίο δεν συναντάται σε μικρότερες αστικές συγκεντρώσεις. Ο Robert Park, της Σχολής του Σικάγο και μαθητής του Georg Simmel, πίστευε ότι η αστικοποίηση δημιουργεί νέα περιβάλλοντα, νέους τύπους ανθρώπων και τρόπους ζωής. Υποστήριξε, πως οι σύγχρονες πόλεις συνιστούν ένα «μωσαϊκό μικρόκοσμων που εφάπτονται χωρίς να αλληλοσυνδέονται». Σπουδαία ένδειξη ανάμεσα στο μοντάζ των διαφορετικών περιβάλλοντων που γεννά ο αστικός χώρος, αποτελούν οι στοές. Οι στοές ως χώροι με εμπορικό χαρακτήρα, όχι εξ' ολοκλήρου ιδιωτικοί, εμπεριέχοντας όμως και το δημόσιο στοιχείο, αποτελούν μια μικρογραφία της πόλης, μια δεύτερη πόλη μέσα στην ίδια την πόλη, όπου ο ρόλος τους συνήθως ξεπερνά τον αυστηρό χαρακτήρα των καταναλωτικών σχέσεων για να εμπλακεί με τις κοινωνικές. Η καθημερινότητα μέσα σε αυτές, έτσι όπως ξεχάστηκε ή όπως δεν καταγράφεται ποτέ, είναι η αθέατη ιστορία των ανθρώπων τους, η οποία αξίζει να δούμε τι έχει να μας πει. Η εικονογραφία τους, ο υλικός τους κόσμος, τα ερεθίσματα που προκαλούν σε εκείνον που τις διασχίζει, η ιδιομορφία και ο δυναμισμός τους ως δομημένο περιβάλλον, τα εμπορεύματα που εκθέτουν και η ανθρώπινη κίνηση μέσα σε αυτές, επιφέρουν τη δημιουργία μικρόκοσμων, η εξερεύνηση των οποίων θα απασχολήσει τα κεφάλαια που ακολουθούν σε αυτήν την εργασία.

Η εστίαση στα καθημερινά γεγονότα που διαμόρφωσαν τη σύγχρονη πόλη, είναι ικανή να φέρει στην επιφάνεια εικόνες, ειδωμένες με έναν τρόπο που πέρασε απαρατήρητος. Ερμηνεύοντας τις μικροσκοπικές λεπτομέρειες, το ξεχασμένο υλικό, τα μικρά κομμάτια εμπειρίας χωρίς σημασία, μπορεί να συνειδητοποιηθεί αυτό που πραγματικά έχει συμβεί. Οι συλλήψεις του ανθρώπινου νου, από τις παλαιότερες μέχρι τις πιο πρόσφατες, από έναν Παρθενώνα μέχρι τα πιο απαξιωμένα προϊόντα, αποτελούν πηγές γνώσης. Στην περίπτωση των τελευταίων, τα αδιάφορα πράγματα, αυτά που βρίσκονταν μακριά από το επίκεντρο της προσοχής και που σήμερα παρουσιάζονται σαν θραύσματα, ακριβώς επειδή παραμένουν παραγκωνισμένα, έχουν τη δυναμική να αποτελέσουν

την πηγή της ανατρεπτικής γνώσης. Μια τέτοια γνώση συλλέγεται με την διεισδυτική ματιά στη δομή και στο περιεχόμενο των κοινοτοπιών που γεννά ο αστικός χώρος. Είναι μια παύση του χρόνου, ένας αστερίσκος σαν εκείνους που μπαίνουν όταν ξαναδιαβάζεται ένα κείμενο, μια απογύμνωση της ιστορίας που ανατινάσει το μύθο ο οποίος εκλαμβάνει το παρόν ως το απόγειο ενός συνεχούς. Ο Max Pensky εξηγούσε τη σημασία ενός τέτοιου αστερίσκου: «συγκροτεί μια εικόνα, όχι όμως με την έννοια της οπτικής εικόνας: συγκροτεί μια νέα, απαραίτητη ερμηνεία των σχέσεων των θραυσμάτων αυτών μεταξύ τους. Η ερμηνεία αυτή έχει ως στόχο να επιφέρει ένα σοκ το οποίο θα εξαναγκάζει και σε μια εντελώς νέα ερμηνεία της υλικής κουλτούρας και της σχέσης της με τον παρόν». Η άποψη αυτή ότι τα κοινά, καθημερινά πράγματα του πολιτισμού έχουν τόσα να μας διδάξουν όσα και εκείνο το πάνθεον των πολιτισμικών «θησαυρών» που έχουμε παλαιόθεν διδαχθεί να σεβόμαστε, συνοψίζει το μεγάλο αν και ανολοκλήρωτο έργο στο οποίο αφιερώθηκε ο Βάλτερ Μπένγιαμιν, το «Σχέδιο Εργασίας Περί Στοών». Οι σκεπαστές εμπορικές στοές του Παρισιού που τον 19^ο αιώνα στέγασαν τα όνειρα των πρώτων καταναλωτών και που στις αρχές του 20^{ου} θύμιζαν με νεκροταφεία εμπορευμάτων ενός ξεγραμμένου παρελθόντος, αποτέλεσαν την κεντρική εικόνα του έργου του, διότι «υπήρξαν το ακριβές υλικό αντίγραφο της εσωτερικής συνείδησης ή, μάλλον του ασυνείδητου της εν υπνώσει συλλογικότητας». Θεωρώντας τις ως «πρωτο-φαινόμενα της νεωτερικότητας παρέχουν το απαραίτητο υλικό για μια ερμηνεία των πιο πρόσφατων διαμορφώσεων της ιστορίας». Η τρομακτική ομοιότητα της κατάστασης, παρόλο τη διαφορά στη χρονική βάση, των παρισινών του τότε και του τώρα, με τις εμπορικές στοές της Αθήνας του χθές και του σήμερα, ήταν και η αφορμή ώστε οι τελευταίες να γίνουν το αντικείμενο μελέτης και ερμηνείας στην παρούσα εργασία. Χώροι που σήμερα απειλούνται από την πλήρη εγκατάλειψη, ενώ μόλις λίγες δεκαετίες πριν θεωρούνταν αδιανόητο κάτι τέτοιο και που αύριο κανείς δεν θα τους ξέρει.

1.1 ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η στοά σαν αρχιτεκτονική υπήρχε ήδη από τα αρχαία χρόνια ως μέρος της Αγοράς. Η Αγορά ως κέντρο του αρχαίου άστεως ήταν, όπως διαβάζουμε, συνήθως «μια τετράγωνη πλατεία περιστοιχισμένη από στοές». Ωστόσο, λειτουργούσε με μια εντελώς διαφορετική μορφή, η έννοια του εμπορίου, δηλαδή της ανταλλαγής αποκλειστικά προϊόντων και αντικειμένων δεν υπήρχε. Ο εμπορικός χαρακτήρας της στοάς που είναι γνωστός σήμερα, συλλήφθηκε για πρώτη φορά στην Κεντρική Ευρώπη τον 19^ο αιώνα. Με πιο γνωστές εκείνες του Παρισιού, οι στοές λειτούργησαν όχι τόσο ως περάσματα από το ένα σημείο της πόλης σε ένα άλλο, αλλά σαν χώροι που έλαμψαν για λίγο μοδάτα καταστήματα, εμπορεύματα πολυτελείας και αρχιτεκτονικά στυλ. Για τα ελληνικά δεδομένα, οι πρώτες εμπορικές στοές εμφανίστηκαν στην Αθήνα στα τέλη του 19^{ου} αιώνα και ήταν λίγες. Ωστόσο, ήταν στα μέσα του 20^{ου} που σημειώνεται μια εκρηκτική άνοδος στον αριθμό τους, η οποία σηματοδοτεί ταυτόχρονα και την ακμή τους ως χώροι λιανικού εμπορίου στην πρωτεύουσα. Σήμερα, στο σύνολό τους, μπορεί ο καθένας να δει ξεκάθαρα την εγκατάλειψη και παρακμή τους, μπροστά στην θέα των κατεβασμένων ρολών, των λουκέτων των καταστημάτων, της απουσίας της ανθρώπινης κίνησης στο εσωτερικό τους. Θα σημειωθεί εδώ, ότι εκείνες οι ελάχιστες που μπορούμε να πούμε ότι επιβιώνουν, λειτουργούν, υπό το καθεστώς της ανακαίνισης, με μια εντελώς διαφορετική μορφή από εκείνη που ξεκίνησαν. Πάνω σε ένα

τέτοιο ζήτημα καταπιάνεται και το θέμα της εργασίας. Οι μοντέρνοι καιροί είναι ήδη η στιγμή της καταστροφής του αστικού περιβάλλοντος. Η σύσταση, η διάλυση και η επικείμενη ανασύσταση του χώρου είναι μια ακολουθία φάσεων που μπορεί κανείς να δει σήμερα, ότι διαπερνά τα διάφορα περιβάλλοντα της πόλης. Οι εμπορικές στοές της Αθήνας αποτελούν παράδειγμα μιας τέτοιας κίνησης. Σαν χώροι κατανάλωσης, αφού επέφεραν μια μερική ανασύστασης της συνάθροισης ανθρώπων, εξαφανίζονται μέσα στη φυγόκεντρο δύναμη που τους απορρίπτει, μόλις γίνονται, με τη σειρά τους, δευτερογενή κέντρα συνάθροισης ανθρώπων. Εκεί που εκφράζεται ένα ορατό πάγωμα της ζωής, ο ίδιος ο χώρος γίνεται υποψήφιος για τροποποίηση και ανακαίνιση. Μια πρώτη προσπάθεια επομένως, θα αφιερωθεί στο να μιλήσουμε για την σημερινή κατάσταση της ερήμωσης των εμπορικών στοών της Αθήνας, εστιάζοντας περισσότερο στο πώς παρά στο γιατί. Ανασύροντας αναπαραστάσεις του πώς λειτούργησαν στο χθες (σύσταση του χώρου) και του πώς παρουσιάζονται στο σήμερα μέσα από εικόνες παρακμής (διάλυση του χώρου) ή μέσα από τον τρόπο που ανακαινίζονται (ανασύσταση του χώρου), θα δείξουμε ότι ο κατασκευασμένος χαρακτήρας τους συνεπάγεται ότι οι στοές αλλά και γενικότερα ο χώρος, είναι κατά μια έννοια ένα κείμενο που γράφεται και ξαναγράφεται με την πάροδο του χρόνου. Το ζήτημα είναι να βρούμε τα νοήματα που εμπεριέχονται κάθε φορά. Για παράδειγμα, θα προσπαθήσουμε να εξηγήσουμε ότι ο μαρασμός τους έχει να κάνει λιγότερο με την κοινωνικά αποδεκτή φράση «αφέθησαν στην τύχη» τους. Χρειάζεται να δούμε ότι η τύχη, αυτός ο αστάθμητος παράγοντας, δεν είναι και τόσο αστάθμητος αφού οι αποφάσεις που παίρνονται κατά τον σχεδιασμό αλλά και το πνεύμα της εκάστοτε εποχής, λιγοστεύουν ή αυξάνουν κάθε φορά τις πιθανότητες ενός χώρου να θεωρηθεί ότι «αποτυγχάνει» στο παρόν. Με λίγα λόγια, θα δούμε, μέσα από την περίπτωση δύο στοών σήμερα, ότι η κατασκευή του χώρου στο σύνολό του, κυριολεκτικά αλλά και με την κοινωνική της έννοια, μας επιτρέπουν να εξηγούμε σε βάθος την ροή των πραγμάτων.

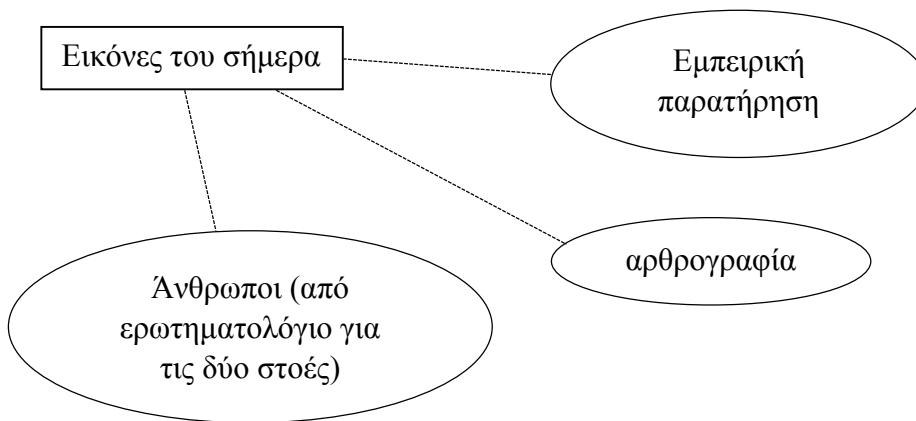
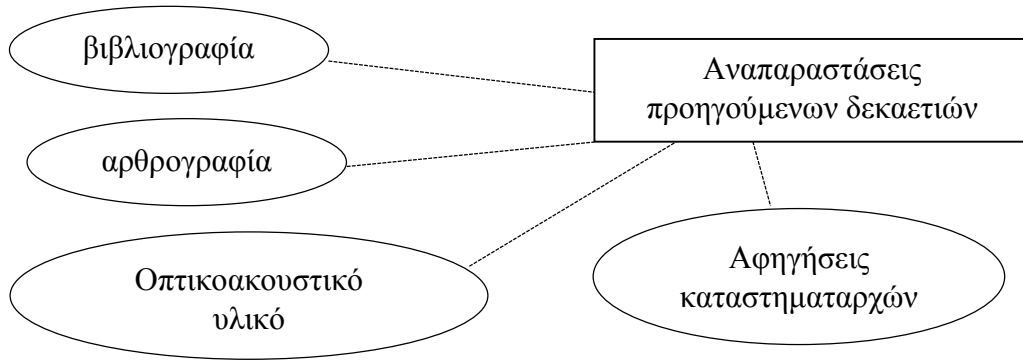
1.2 ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Στόχος δεν είναι να εντοπιστεί κάποιο πρόβλημα, τα αίτια, οι κίνδυνοι διόγκωσης ή οι τρόποι αντιμετώπισής του, παρά η παρουσίαση και η ερμηνεία των γεγονότων που λαμβάνουν χώρα σε συγκεκριμένο τόπο, μέσα στο ίδιο το αστικό περιβάλλον. Αναφερόμαστε στο μητροπολιτικό φαινόμενο των εμπορικών στοών του κέντρου της Αθήνας, ως μέρος της Αγοράς μέσα στην οποία υπάρχει, κυκλοφορεί και συγκεντρώνεται το πλήθος της πόλης. Το βασικότερο κομμάτι της προσοχής δίνεται στο πώς κατασκευάζεται ο χώρος των στοών σήμερα μέσα από τον τρόπο που οι άνθρωποι τις χρησιμοποιούν. Αφού οι στοές είναι εμπορικές, ορίζονται και ως τμήμα της Αγοράς της Αθήνας, αποτελούν δηλαδή χώροι όπου συναλλάσσεται η μοντέρνα κοινωνία. Το ερώτημα είναι να βρεθεί πώς κυριεύουν τον καθένα τόσο με την μορφή που νοείται η κατανάλωση μέσα σε αυτές, όσο και με το είδος των σχέσεων που αναπτύσσονται εντός τους. Πρακτικοί λόγοι όσο και η φύση μιας τέτοιας εργασίας θα περιορίσουν την μελέτη σε έναν συγκεκριμένο αριθμό στοών. Έπειτα από εκτεταμένη έρευνα και παρατήρηση στο πεδίο, μέσα από βιβλιογραφίες και αρθρογραφίες, επιλέχθηκαν προς εξέταση οι δύο (2) στοές: η Στοά Κοραή της οδού Κοραή 4 και η Στοά Ορφανίδου της οδού Σταδίου 39. Η διαλογή των δύο (2) αυτών μέσα από το σύνολο των εμπορικών στοών της Αθήνας, έγινε με βάση το τι υπάρχει μέσα σε αυτές, δηλαδή τα είδη των καταστημάτων, η εσωτερική διακόσμηση, οι ίδιοι οι άνθρωποι που κυκλοφορούν, το τι υπάρχει

έξω από αυτές, δηλαδή η ευρύτερη περιοχή που εκπροσωπούν, τις γεωμετρικές διαστάσεις τους ώστε να λειτουργούν ως περάσματα, ενώ λήφθηκε υπόψιν σε σημαντικό βαθμό η ιστορία και το παρελθόν τους. Ωστόσο, ένα τέτοιο φαινόμενο που εξετάζεται δεν πρέπει να αποκλιστεί από την ολότητα του, που σημαίνει ειδικά μέσα στο χώρο και στο χρόνο. Ως προς τον χώρο, έγινε μια προσπάθεια να αποδοθεί πως συμμετέχουν οι δύο (2) αυτές στοές στο γενικότερο κλίμα των υπολοίπων στοών που βρίσκονται στους κεντρικούς δρόμους της Ακαδημίας, Πανεπιστημίου, Σταδίου και στα περιχώρα. Ως προς το χρόνο, μελετήθηκε το πως λειτούργησαν κάποτε οι στοές ως χώροι έκθεσης εμπορευμάτων και το πως οδηγήθηκαν σήμερα στην κατάσταση που βρίσκονται. Επομένως, η εργασία δεν μπορεί να μην είναι και ιστορική, αφού θα ασχοληθεί με παραστάσεις προηγούμενων δεκαετιών. Το να προσπαθήσουμε να αποδώσουμε το πως βίωνονταν τότε το καθημερινό γεγονός, έτσι όπως σήμερα έχει ξεχαστεί, δεν έχει να κάνει τόσο με την κατανόηση της ατμόσφαιρας των στοών στο παρελθόν αλλά περισσότερο με το πως τέτοιες εικόνες φωτίζουν και σχετίζονται με το παρόν. Από την άλλη, μέσα στις επόμενες γραμμές αυτής της εργασίας, με έναν πλάγιο τρόπο, θα μπορέσει κανείς να συλλάβει την ομορφιά αυτής της πόλης που δεν έχει ανακαλυφθεί.

1.3 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Θα πρέπει να εξηγήσουμε μια βασική παράμετρος που ακολουθήθηκε στη σύνταξη αυτής της εργασίας. Θεωρείται πάντα, ότι το ζήτημα δεν είναι απλά η ερμηνεία της πόλης με στόχο την αλλαγή, αλλά χρειάζεται πάντα μια ερμηνεία καλύτερη από πριν και κυρίως η ερμηνεία του που βρισκόμαστε, κάτι το οποίο λείπει δραματικά. Πάνω σε μια τέτοια γραμμή πλεύσης θα χρησιμοποιηθεί ένας προσεγμένος συνδυασμός ποσοτικών, όπως χάρτες και στατιστικά, αλλά και ποιοτικών μεθόδων, όπως ερωτηματολόγια και συνεντεύξεις με τους καταστηματάρχες που βρίσκονται, λειτουργούν και εργάζονται σε καθημερινή βάση στις δύο (2) στοές που αναφέραμε. Οι πρώτες είναι αναγκαίες για να αναδείξουν την γενική εικόνα και κατάσταση, αλλά η συμβολή των τελευταίων είναι απαραίτητη για να αποκαλύψουν τις «εσωτερικές φωνές» της πόλης, το πραγματικό γεγονός που συμβαίνει στο πεδίο της καθημερινής δράσης, μέσα από τον τρόπο που υπάγεται στην εμπειρία των ίδιων των ανθρώπων. Σημειώνεται επίσης, πως η εμπειρική παρατήρηση έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην επιλογή των δύο προς εξέταση στοών αλλά και γενικότερα στον τρόπο συγγραφής αυτής της εργασίας. Εξίσου σημαντικό όμως, ήταν και ένα ολόκληρο υλικό που βρέθηκε από αρθρογραφίες, οπτικοακουστικά ντοκουμέντα, βιβλιογραφίες από άλλες διπλωματικές και παρόμοιες μελέτες που ασχολήθηκαν με σχετικά ζητήματα στο παρελθόν. Η αλήθεια είναι, ότι καθαρά βιβλιογραφικό υλικό αφιερωμένο αποκλειστικά στις στοές δεν υπάρχει. Προκειμένου να «φτιάξουμε» μια γεωγραφία έτσι όπως οι άνθρωποι την κατανοούν, φάνηκαν χρήσιμες περισσότερο οι αρθρογραφίες και οι διάφορες αφηγήσεις. Στην προσπάθεια αυτή επομένως, αντλήθηκαν όλα τα απαραίτητα δεδομένα για να παρουσιαστεί τόσο η κατάσταση των στοών στο παρελθόν, όσο και η εικόνα που προβάλλουν στη σημερινή εποχή. Θέλοντας να το παρουσιάσουμε πιο σχηματικά:



Η επεξεργασία και ομαδοποίηση των δεδομένων έγιναν σε στατιστικό λογισμικό περιβάλλον τύπου Excel, ενώ η ψηφιακή παρουσίαση τους, αποδόθηκε στο προγραμματιστικό σύστημα γεωγραφικών πληροφοριών ArcGIS online. Η εφαρμογή του τελευταίου έγινε, γιατί, όντας δημόσια προσβάσιμο και εύκολο στη χρήση, κρίθηκε ότι οι δυνατότητές του επιτρέπουν μια βέλτιστη χαρτογραφική απεικόνιση αυτού που θέλουμε να αποδώσουμε. Σημειώνεται, ότι μια διεξοδική αναφορά στους τρόπους που προσεγγίστηκε κάθε στάδιο της εργασίας, υπάρχει πριν από κάθε ζήτημα για το οποίο πρόκειται να γράψουμε, επιτρέποντας έτσι μια καλύτερη συνοχή και ανάγνωση της εργασίας.

1.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ

Θέλοντας κανείς να αποκτήσει μια προοπτική εικόνα της δομής που έχει αυτή η εργασία, θα μπορούσε να γίνει ένας αυστηρός διαχωρισμός ανάμεσα σε δύο (2) νοητές μεγάλες ενότητες, πέρα από το εισαγωγικό σημείωμα και τα τελικά συμπεράσματα, οι οποίες αφορούν πρώτον το χτες, τις

ιστορικές δηλαδή καταβολές και την εξέλιξη των στοών μέσα στο χρόνο και δεύτερον το σήμερα, την υπάρχουσα κατάστασή τους. Πιο συγκεκριμένα όμως το κάθε κεφάλαιο αναφέρει:

- Το πρώτο (1^ο) κεφάλαιο έχει να κάνει με κάποια εισαγωγικά που εξηγούν την αφορμή που επιλέχθηκε το θέμα μιας τέτοιας εργασίας, οι σκοποί της και ο τρόπος με τον οποίο θα εργαστούμε.
- Το δεύτερο (2^ο) κεφάλαιο περιλαμβάνει στο σύνολο, την πρώτη ενότητα που αναφέρεται στο χτες. Αφιερώνεται επομένως εξ' ολοκλήρου, για να μιλήσουμε για τις αθηναϊκές εμπορικές στοές μιας παρελθούσης εποχής. Θα δούμε αρχικά ποιες ήταν αυτές μέσα στα χρονικά πλαίσια που καθεμιά εμφανίζεται στο αστικό ιστό της πρωτεύουσας. Θα προσπαθήσουμε να αναδείξουμε τους λόγους που όφειλαν την ακμή τους και την σχέση που αποκτούν οι άνθρωποι με αυτούς τους χώρους, υπό την σφαίρα της τότε δημόσιας ζωής, το γενικότερο δηλαδή πνεύμα εκείνων των καιρών που έμελλε να αλλάξει ριζικά το πρόσωπο της Αθήνας. Το να ανασύρουμε αναπαραστάσεις προηγούμενων δεκαετιών, θεωρείται μια χρήσιμη περιπλάνηση μέσα στο χρόνο ώστε να μπορέσουμε να μιλήσουμε καλύτερα για το σήμερα και να κατανοήσουμε τα γεγονότα.
- Το τρίτο (3^ο) μεγάλο κεφάλαιο, λειτουργεί ως μεταβατικό κομμάτι για να περάσουμε στην δεύτερη μεγάλη ενότητα, στην σημερινή κατάσταση των στοών. Εξηγείται περαιτέρω η δομή και ο σκοπός της έρευνας, κάποιες βασικές μεταβλητές που επηρέασαν την σύνταξη του ερωτηματολογίου και τι στην ουσία περιμένει να περιγράψει.
- Στο τέταρτο (4^ο) κεφάλαιο, θέλοντας να ξεκινήσουμε να μιλάμε πλέον σε παρόντα χρόνο, μελετάτε η περίπτωση της Στοάς Κοραή. Επισημαίνεται ξανά, ότι πάρθηκε σαν παράδειγμα μελέτης, επειδή ακριβώς φάνηκε να αποτελεί μια στοά που δεν ακολουθεί τον γενικό κανόνα της παρακμής των στοών στο σύνολό τους. Παρουσιάζονται επομένως, τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου που απευθύνθηκε στους καταστηματάρχες, καταγράφονται ανοιχτά και κλειστά καταστήματα, δίνεται έμφαση όχι μόνο στο τι συμβαίνει εντός στοάς αλλά και εκτός, στην ευρύτερη περιοχή. Θέλοντας να αποδώσουμε τον κατασκευασμένο χαρακτήρα αυτής και το πως καταφέρει να είναι μια ζωντανή στοά, μέσω του πως οι άνθρωποι συνδέονται με τον χώρο, καταλήγουμε σε μια απαραίτητη ερμηνεία μεταξύ υλικού κόσμου, συμπεριφορών και κουλτούρας.
- Το πέμπτο (5^ο) κεφάλαιο, αναφέρεται στην δεύτερη περίπτωση της Στοάς Ορφανίδου, η δομή και ο τρόπος εργασίας είναι ίδιος με την προηγούμενη. Εκείνο που αλλάζει είναι το περιεχόμενο καθώς πρόκειται για μια στοά που βρίσκεται σήμερα σε εγκατάλειψη. Αξίζει να δούμε τελικά αν υπάρχει κάτι το οποίο οφείλουμε να αναγνωρίσουμε στην εικόνα της παρακμής με την οποία προβάλλεται στο παρόν.
- Το έκτο (6^ο) κεφάλαιο, είναι μια σύντομη ανασκόπηση των αποτελεσμάτων για τις δύο στοές που μελετήσαμε.

- Στο έβδομο (7^ο) κεφάλαιο, περνάμε ξανά σε ένα γενικό επίπεδο για να μιλήσουμε για την κατάσταση των στοών σήμερα στο σύνολο του απογραφικού πεδίου. Έπειτα από μια σύντομη σύνοψη των αποτελεσμάτων για τις δύο στοές, θέλουμε να δούμε όλες τις στοές όχι ως ανεξάρτητους εμπορικούς χώρους αλλά εντός ενός ευρύτερου πλαισίου που έχει άμεση σχέση με τον χώρο εν γένει. Έχοντας στο νου και όλα όσα γράφτηκαν μέχρι αυτό το σημείο, θα προσπαθήσουμε να κάνουμε και μια κατηγοριοποίηση των στοών, η οποία πατάει πάνω στην κλίμακα ζωντανές – παρηκμασμένες.
- Τέλος, το όγδοο (8^ο) κεφάλαιο, είναι και το κλείσιμο αυτής της εργασίας, στο οποίο παρουσιάζονται ορισμένα συμπεράσματα που απορρέουν ως διαπιστώσεις πάνω σε ότι ειπώθηκε σε όλη την συγγραφική πορεία. Εμπεριέχει όμως ταυτόχρονα και μια κριτική ματιά πάνω στην ανθρώπινη γεωγραφία.

2. ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΧΤΕΣ – ΙΣΤΟΡΙΚΕΣ ΚΑΤΑΒΟΛΕΣ

2.1 ΠΑΡΙΣΙΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΤΟΕΣ

Ο Βάλτερ Μπένγιαμιν στο έργο του *'The Arcades Project'* (αγγ. έκδοση 2002) γράφει ότι οι πρώτες στοές στο Παρίσι αναδύθηκαν στην δεκαετία που ακολούθησε μετά το 1822, όχι τόσο ως περάσματα από το ένα σημείο της πόλης σε ένα άλλο, αλλά σαν χώροι συγκέντρωσης εμπορευμάτων. «Οι στενοί δρόμοι που συναντούσε κανείς γύρω από την Όπερα του Παρισιού και οι κίνδυνοι που αντιμετώπιζε κάποιος εξερχόμενος από αυτήν, λόγω της κυκλοφορίας των αμαξών, αποτέλεσαν την αφορμή το 1821 να γίνουν κατασκευές ώστε να προστατεύονται οι πεζοί και να είναι ευκολότερη η πρόσβαση τους στο Θέατρο της Όπερας. Η ιδέα αυτή έφερε στο προσκήνιο το 1822, την ίδρυση της ομώνυμης στοάς της Όπερας». (παρατίθεται από: J. A. Dulaure, *Histoire physique, civile et morale de Paris depuis 1821 jusqu'à nos jours* (Paris, 1835), vol. 2, pp.28-29.). Θέλοντας να μεταφέρει την ατμόσφαιρα του τοπίου υπό την οποία εμφανίζονται, αναφέρει: «Μέχρι το 1870 οι άμαξες κυριαρχούσαν στους δρόμους. Τα στενά πεζοδρόμια του Παρισιού καθιστούσαν ευάλωτους τους πεζούς. Αναπόφευκτα η έννοια του περιπάτου συνδέθηκε κατά κύριο λόγο μέσα στις στοές όπου πρόσφεραν προστασία όπου τις απρόσμενες καιρικές συνθήκες και από την κίνηση».

Ένας πρώτος λόγος εμφάνισής τους ήταν η άνθηση του εμπορίου υφασμάτων. Ένας δεύτερος, ήταν η χρήση του σιδήρου σαν δομικό υλικό. Η τεχνολογία των μεταλλικών κατασκευών χρησιμοποιήθηκε εξ' ολοκλήρου στην οικοδόμηση των στοών στο Παρίσι, εμπνευσμένες πάντα από τους ρυθμούς της Ελληνικής αρχιτεκτονικής. Η Γαλλική Αυτοκρατορία είδε στην τεχνολογία αυτή μια αναγέννηση της κλασικής ελληνικής αρχιτεκτονικής. Ο Γάλλος θεωρητικός αρχιτέκτονας Boetticher σημειώνει: «όσον αφορά την μορφή της τέχνης του νέου αυτού συστήματος, η τυπική αρχή του Ελληνικού ρυθμού πρέπει να επικρατήσει». Αξιοσημείωτο είναι το ότι το γυαλί και το σίδηρο σαν υλικά ήταν γνωστά από «πολύ νωρίς» στον άνθρωπο. Ωστόσο, μέχρι τα μέσα του 19^{ου} αιώνα κανείς δεν ήξερε πως να οικοδομήσει με αυτά. Το επάγγελμα του μηχανικού αρχίζει και αναδύεται και η αντιπαράθεση ξεκινά μεταξύ αυτού και του διακοσμητή, της Πολυτεχνειακής Σχολής και της Σχολής Καλών Τεχνών. Για πρώτη φορά στην ιστορία της αρχιτεκτονικής, εμφανίζεται το προκατασκευασμένο υλικό από σίδηρο, η ράβδος, προκάτοχος των δοκαριών. Παρουσιάζει μια εξέλιξη του οποίου ο ρυθμός θα επιταχυνθεί στην πορεία του αιώνα. Αποφεύγονταν στις κατοικίες αλλά χρησιμοποιούνταν πέρα από τις στοές, στις αίθουσες εκθέσεων, στους σταθμούς τρένων, σε κτίρια δηλαδή που εξυπηρετούσαν μεταβατικούς σκοπούς. Μάλιστα, η ανέγερση του πύργου του Άιφελ, δεν ήταν παρά η αποθέωση εκείνης της τάσης σχεδιασμού κατασκευών από σίδηρο.

Οι στοές του Παρισιού αποτέλεσαν χώρους διάθεσης μεγάλων εμπορικών αποθεμάτων και έγιναν κέντρα συναλλαγής εμπορευμάτων πολυτελείας. Χαρακτηριστικό τους η ιδιαίτερη αρχιτεκτονική επιμέλεια με γυάλινες οροφές και μαρμαρίνους διαδρόμους, μιας βιομηχανικής πολυτελείας όπως ονομάστηκε, με φωτισμό από λάμπες αερίου. Οι σύγχρονοί τους δεν κουράζονταν να τις θαυμάζουν. Διπλά στα μοδάτα καταστήματα, η τέχνη συναντά το εμπόριο. Οι παριζιάνοι μαγαζάτορες θυσιάζαν 300 γιάρδες για να βάλουν γιρλάντες από πάνω μέχρι κάτω, σε όλη την πρόσοψη του καταστήματος, όπως στις ναυαρχίδες. Στο σημείο αυτό της ιστορίας, η έκθεση των εμπορευμάτων είναι και μια στροφή προς την αισθητικοποίηση της κατανάλωσης.

Η φυσιογνωμία των στοών, αναδύεται με τον Μπλωντλαίρ σε μια φράση στην αρχή του αφηγήματος «Ο γενναιόδωρος παίκτης»: «Μου φάνηκε περίεργο πως θα μπορούσα να περάσω αυτό το γοητευτικό στέκι τόσο συχνά χωρίς να υποπτεύομαι ότι εδώ ήταν η είσοδος». Ταυτόχρονα με την φαντασμαγορία της αγοράς όπου οι άνθρωποι εμφανίζονται σαν τύποι-ανθρώπων, βρίσκεται και η φαντασμαγορία του ίδιου του εσωτερικού χώρου, που διαμορφώνεται από την επιτακτική ανάγκη του ανθρώπου να αφήνει το στίγμα του σαν άτομο στο χώρο που στέκεται. Οι άνθρωποι κάπνιζαν μέσα στις στοές, σε μια εποχή όπου δεν ήταν ακόμη καν συνηθισμένο να καπνίζει κανείς στο δρόμο. Για το λόγο αυτό και οι στοές υπήρξαν και τα αγαπημένα στέκια των καπνιστών. Η συγκέντρωση του πλήθους με την έννοια της μάζας που καλούμε σήμερα, απέκτησε την πλήρη ισχύ της τότε. Ο παριζιάνος περιπλανητής των στοών είναι και ο εξερευνητής του πλήθους. «Ο άνθρωπος που εγκατέλειψε τον εαυτό του για να χαθεί μέσα στο πλήθος, το τελευταίο, του προκαλεί ένα είδος από γλυκό μεθύσι που συνοδεύεται από πολύ συγκεκριμένες ψευδαισθήσεις: εκείνος κολακεύεται από το γεγονός ότι βλέποντας έναν περαστικό που περνάει από δίπλα του, ξέρει να τον ταξινομήσει με ακρίβεια τι τύπος είναι, σαν να βλέπει κατευθείαν στα ενδόμυχα της ψυχής του. Και όλα αυτά με βάση την εξωτερική του εμφάνιση. Οι χαρακτηριστικοί τύποι ανθρώπων, που περνάνε ο ένας δίπλα από τον άλλον μέσα στο πλήθος, οι διασταυρώσεις αυτές των βλεμμάτων, κάνουν μια τέτοια εντύπωση στις αισθήσεις, που δεν μπορεί κανείς να εκπλαγεί από την προκύπτουσα περιέργεια να τις ξεπεράσει και να συλλάβει την ιδιαίτερη ατομικότητα του καθενός. Η ψεύτικη επιδεξιότητα του προαναφερθέντος φυσιογνομίου, συνίσταται στην αποκάλυψη αυτών των χαρακτηριστικών γνωρισμάτων, χαρακτηριστικών ιδιόμορφων για το άτομο, να μην είναι τίποτα περισσότερο από τα στοιχεία ενός νέου τύπου: του πραγματοποιημένου ανθρώπου. Έτσι ώστε σε τελική ανάλυση κάποιος που έχει μια σπουδαία προσωπικότητα, θα αποδειχθεί ότι είναι το υπόδειγμα ενός τύπου».

Η επιδράση που είχαν εκείνη την εποχή φαίνεται από τον τρόπο με τον οποίον υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης π.χ. Λονδίνο, Μιλάνο, Βερολίνο κ.α. ξεκινούν να οικοδομούν εμπορικές στοές, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση σε μια επιβλητική αρχιτεκτονική τους. Σταδιακά όμως, και με την αυγή του 20^{ου} αιώνα να πλησιάζει, η λαμπρότητα που ακτινοβολούν οι σκεπαστές στοές του Παρισιού αρχίζει και φθίνει. Στην επιτάχυνση της παρακμής τους βέβαια, συμβάλλουν οι κατασκευές φαρδύτερων πεζοδρόμων και ο πρώτος ηλεκτροφωτισμός των δρόμων του Παρισιού γύρω στα 1857, παρέχοντας έτσι περισσότερο χώρο και ασφάλεια στην κίνηση του πεζού. Μια περιγραφή πάνω σε αυτό εξηγεί: «Οι μεγάλοι μας δρόμοι και τα φαρδύα μας πεζοδρόμια είναι κατάλληλα για την αμέριμνη περιπλάνηση κάτι που για τους πατεράδες μας ήταν αδύνατον παρά μόνο τις στοές» (παρατίθεται από: Flâneur Edmond Beaurepaire, Paris d'hier et d'aujourd'hui: La Chronique des rues (Paris, 1900), p. 67.). Εκείνο όμως που αξίζει να δούμε σε αυτές, είναι αυτό που ο ίδιος ο Μπένγιαμιν σημειώνει, ότι οι προστατευτικές στοές αποτέλεσαν την πρώτη μοντέρνα αρχιτεκτονική για το κοινό. Επειδή, όντας δημόσια προσβάσιμες, λειτούργησαν ως χώροι που λατρεύτηκε μαζικά το εμπόρευμα, ήταν όμως και οι «ονειρικοί οίκοι» του πρώτου καταναλωτή, όπως τους αποκαλεί, με την έννοια ενός πολύ πρώιμου καπιταλισμού που αναδύονταν μέσα στον θρίαμβο της αστικής τάξης, αφιερωμένοι στην υπηρεσία της λατρείας του εμπορεύματος.



Εικόνα 1. Στοές του Παρισιού: πάνω αριστερά: Κατάστημα με ομπρέλες στη Στοά Véno-Dodat. Δεξιά: Η Στοά της Όπερας, 1822-1823. Στη μέση: Η οροφή της Στοάς Vivienne. Πηγή: The Arcades Project

Κάτω από αριστερά προς τα δεξιά.: Η είσοδος της Στοάς Lindenpassage στο Βερολίνο και το εσωτερικό της, περ. 1880. Πηγή: <http://www.laits.utexas.edu/berlin/buildings3.php>

2.2 ΑΘΗΝΑΪΚΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΤΟΕΣ

Στον πολεοδομικό ιστό της Αθήνας του 19^{ου} αιώνα οι σκεπαστές στοές ήταν ελάχιστες. Χρονολογικά οι πρώτες με εμπορικό χαρακτήρα εμφανίστηκαν στην οδό Ερμού, στον κατεξοχήν εμπορικό δρόμο της πρωτεύουσας από τα χρόνια του νεοσύστατου ελληνικού κράτους. Επί της Ερμού 54, στη βορειοδυτική γωνία της πλατείας Καπνικαρέας κατεδαφίζεται η οικία Κόνιαρη το 1883 και οικοδομείται το τετραώροφο νεοκλασικό μέγαρο για λογαριασμό του μεγαλέμπορου Βασίλειου Μελά. Στο ισόγειο δημιουργήθηκε και η πρώτη εμπορική στοά των Αθηνών στο πρότυπο των ευρωπαϊκών γκαλερί, η οποία ονομάστηκε Στοά Κόνιαρη-Μελά. Λίγο αργότερα το 1885, κατεδαφίζεται και η οικία Πύρρου που βρίσκονταν στο αμέσως επόμενο οικόπεδο επί της οδού Ερμού 56 και κατασκευάζεται το τριώροφο νεοκλασικό μέγαρο με την αντίστοιχη στοά, την Στοά Πύρρου, να ακολουθεί το παράδειγμα της πρώτης «μετά της υαλοσκεπούς διάδου». Ωστόσο, οι περισσότερες στοές στην Αθήνα εμφανίστηκαν τον 20^ο αιώνα. Οι αποφάσεις για την ανέγερση ή την ανακαίνιση κτιρίων και μεγάρων στο κέντρο της Αθήνας περιλάμβαναν και την διάνοιξη στοών στο ισόγειο. Το 1900 επεκτείνεται το κτίριο του Αρσακείου σε όλο το μήκος του οικοπέδου επί της Σταδίου με τον σχεδιασμό της ομώνυμης στοάς με γυάλινη στέγη. Το 1920-1930 οικοδομείται η Στοά Πραξιτέλους στη οδό Κολοκοτρώνη. Το 1936 η Στοά Νικολούδη επί της Πανεπιστημίου, παίρνει της τελική της μορφή με εμπορικά καταστήματα σε όλο το ισόγειο. Το 1938 με την ανέγερση στη οδό Κοραή του κτιρίου της Εθνικής Ασφαλιστικής εμφανίζεται και η αντίστοιχη Στοά Κοραή. Στα τέλη του '30 η ολοκλήρωση του Μεγάλου Μετοχικού Ταμείου Στρατού μεταξύ των οδών Πανεπιστημίου, Αμερικής, Σταδίου και Βουκουρεστίου προβλέπει και τη δημιουργία στοάς με «πλούσια καταστήματα τα οποία θα προσδίδουν στο σύνολο, όψη ευρωπαϊκού πασσάζ». Αργότερα, το Μέγαρο του Ταμείου Εμπόρων στην οδό Βουλής που οικοδομήθηκε μεταξύ των ετών 1949-1953 θα στεγάσει και την ομώνυμη Στοά των Εμπόρων. Την περίοδο του Μεταπολέμου εμφανίζονταν στο κέντρο της Αθήνας όλο και περισσότερες στοές: η Στοά Ορφανίδου του Μεγάλου Ορφανίδη, η Στοά Λυκούργου, η Στοά Ανατολής, η Στοά Πανταζόπουλου, η Στοά Καραλόπουλου, η Στοά Λεμού, η Στοά της Όπερας κ.α. Συγκεντρώνονται σε μεγάλο ποσοστό στα βουλευτάρια της Αθήνας: την Πανεπιστημίου, την Σταδίου και την Ακαδημίας, στους εγκάρσιους δρόμους που τα διατρέχουν και στα περίχωρα. Πολλές από αυτές ενώνουν διαφορετικούς δρόμους, άλλες οδηγούν σε αδιέξοδο.

Στις αθηναϊκές στοές φαίνεται να μην υπήρχε η ομοιογένεια. Αντιθέτως, πολλές άνηκαν στην κατηγορία των θεματικών στοών. Εκείνα τα στοιχεία που έδιναν και έναν χαρακτήρα σε αυτήν, ήταν τα πράγματα και ο κόσμος που έβρισκε κανείς μέσα σε αυτές: κάθε στοά ήταν ενός πράγματος και συγκροτούσε μια πιάτσα. Στο οικοδομικό τετράγωνο που υπήρχε η Στοά Ορφανίδου της Σταδίου 39 βρίσκονταν το Μέγαρο Ορφανίδη το οποίο στέγαζε δικηγορικά γραφεία, ενώ πιο πέρα λειτουργούσαν το Κεντρικό Κατάστημα της Εθνικής Τράπεζας και το Χρηματιστήριο. Έτσι εξυπηρετούσε δικηγόρους, τραπεζίτες και χρηματιστές. Η συγκεκριμένη διέθετε και πολλά καταστήματα συλλεκτικών ειδών όπως γραμματόσημα και παλιά νομίσματα. Η Στοά Πανταζόπουλου στη οδό Ακαδημίας 96-98-100 ήταν γνωστή και ως Στοά Χόλνιουντ. Επισήμως λεγόταν Μέγαρο 7^{ης} Τέχνης καθώς εκεί εγκαταστάθηκαν όλα τα γραφεία παραγωγής ελληνικών ταινιών και διανομής ξένων. Πιο πάνω στην Ακαδημίας 57, δίπλα στη Λυρική Σκηνή υπήρχε η Στοά της Όπερας. Σε αυτήν συγκεντρώθηκαν καταστήματα δίσκων κλασικής μουσικής. Το πρώτο ανοίγει το 1965. Έμβλημα της στοάς ήταν η Λέσχη του Δίσκου που στεγάζονταν παλιά.

Στην οδό Αριστείδου 10-12 η Στοά Ανατολής φιλοξενούσε πολλά τυπογραφεία, καταστήματα για δακτυλογραφήσεις, σφραγίδες και φωτοτυπίες. Τα υπαλληλικού τύπου δημόσια κτίρια που συναντά κανείς γύρω στην περιοχή μαρτυρούν και το λόγο ανάδειξης μιας στοάς τέτοιας θεματικής. «Στο υπόγειο της Στοάς Ανατολής βρισκόταν κάποτε το εστιατόριο όπου θα έπιανες τραπέζι αν ήθελες να ακούσεις τα κουτσομπολιά του Υπουργείου Πολιτισμού, πριν αυτό μετακομίσει από την οδό Αριστείδου στη Μπουμπουλίνας». Στα υπόγεια της Στοάς Φέξη στην Πατησίων ήταν ίσως το μεγαλύτερο κέντρο δακτυλογραφήσεων στην Αθήνα. Η παρουσία του Πολυτεχνείου, αλλά και πολλών γραφείων και υπηρεσιών στα περίχωρα φαίνεται ότι επηρέασε να αναδειχθεί ένα τέτοιο κέντρο. Η Στοά Καΐρη στην Αθηνάς ήταν κάποτε το μεγαλύτερο κέντρο ηλεκτρολογικού εξοπλισμού. Στη Στοά Πραξιτέλους υπήρχαν καταστήματα με ρούχα και ραφτάδικα. Στη Στοά Αρσακείου άνθησε το εμπόριο δερμάτινων ειδών. Τα καλύτερα δερμάτινα και τσάντες μπορούσαν να βρεθούν εκεί. Στο ιστορικό καφέ «Ορφέας» υπήρξε το στέκι για μουσικούς, συγγραφείς και καλλιτέχνες. Σχεδόν κάθε στοά είχε ένα καφέ ή ένα κυλικείο. Χτιζόταν επομένως μέσα σε αυτές ένας μικρόκοσμος, μια μικροκοινωνία. Είναι αυτό που είδε ο Φουριέ στις ευρωπαϊκές στοές: ενώ ο ρόλος τους καθίσταται εμπορικός, γιαυτόν αποκτούν και ένα νόημα συνύπαρξης και κατοικίας. Ο οραματισμός του για τα φαλανστήρια δεν ήταν παρά μια πόλη από στοές. Κάθε στοά επομένως, μένει στη μνήμη με μια ξεχωριστή θεματική. Τόσο το είδος των καταστημάτων όσο και η συγκέντρωση ατόμων με συγκεκριμένη κοινωνική και πολιτισμική ταυτότητα έδινε και τον χαρακτήρα της, ως πιάτσας ή στέκι.

Οι στοές της Αθήνας, δεν είχαν σίγουρα την αίγλη που ακτινοβολούσαν οι σκεπαστές στοές του Παρισιού και των υπολοίπων χωρών της Ευρώπης. Τόσο από τη μεριά της χρονικής βάσης που κατασκευάστηκαν όσο και από πλευράς αισθητικής. Η δομή και το περιεχόμενο όμως με το οποίο λειτούργησαν ήταν το ίδιο: υπήρξαν χώροι για το κοινό, στους οποίους άνθησε το λιανικό εμπόριο. Έχοντας ως βάση αυτό τους το χαρακτηριστικό, στις επόμενες γραμμές που θα ακολουθήσουν θα προσπαθήσουμε να δούμε αναλυτικότερα ορισμένα πράγματα για τις αθηναϊκές στοές μέσα από την εξέλιξη τους στο χρόνο.

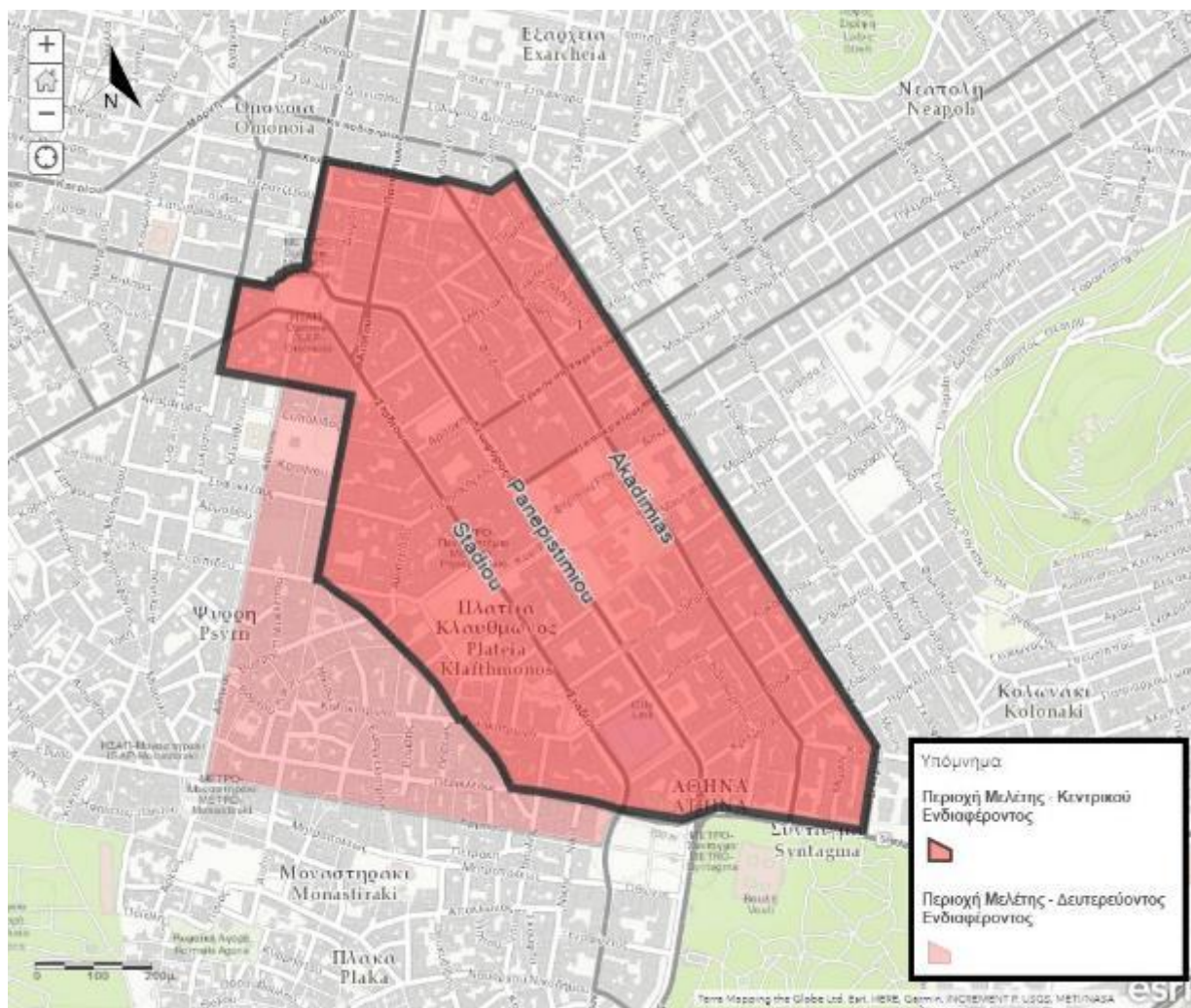
2.3 ΙΣΤΟΡΙΚΟΣ – ΑΦΗΓΗΜΑΤΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ

Προτού αρχίσουμε να εξηγούμε το οτιδήποτε για τις εμπορικές στοές της Αθήνας, είναι χρήσιμο να δούμε αναλυτικά ποιες είναι αυτές, που βρίσκονται και κυρίως το πότε εμφανίζονται στον αστικό ιστό της πρωτεύουσας. Ο καλύτερος τρόπος για να παρουσιάσουμε κάτι τέτοιο είναι να το αφηγηθούμε. Μια αφήγηση με κεντρικό θέμα τις στοές και φόντο την ιστορία αυτής της πόλης θα είναι και η εναρκτήριος αυτής της εργασίας. Η ιστορική στιγμή την οποία κάθεμια από τις στοές εμφανίζεται, τα ονόματα με τα οποία γίνονται γνωστές και οι οδοί στις οποίες κατασκευάζονται, πέρα από την πληροφορία του πως κατανέμονται στο χώρο μέσα στο χρόνο, θα φωτίσουν τις καταβολές μιας Αθήνας που πέρασε: μια αναδρομή όχι μόνο γεωγραφική, αλλά πολύ περισσότερο στη δομή ενός ολόκληρου κόσμου, αυτού των γενεών που πέρασαν. Ερμηνεύοντας το τι υπήρξαν για το τότε και το τι απομένει σε αυτές σήμερα, θα ανασυρθούν τα θραύσματα που άφησε πίσω της μια πόλη που είδε το πρόσωπο της να αλλάζει μέσα σε λίγες δεκαετίες και θα φανούν οι ρωγμές που προκλήθηκαν στις βάσεις του παλιού κόσμου κατά τη σύγκρουσή του με το νέο. Μια πρώτη

προσπάθεια επομένως, εστιάζει ιστορικά, στην καταγραφή και αποτύπωση σε χάρτες, της ανά δεκαετία εμφάνισης των στοών με εμπορικό χαρακτήρα, από τις πρώτες μέχρι το σήμερα.

Ορίζεται πρώτα από όλα η περιοχή μελέτης. Η έρευνα έγινε για τις διαμπερείς στοές κυρίως, στους τρεις (3) βασικούς οδικούς άξονες του κέντρου της Αθήνας, Πανεπιστημίου, Ακαδημίας και Σταδίου. Ένας δεύτερου ενδιαφέροντος χώρος μελέτης, περιλάμβανε τα πέριξ της οδού Σταδίου, συγκεκριμένα τους από κάτω δρόμους της, στα νοτιοδυτικά, γύρω από την πλατεία Κλαυθμώνος, για να καταλήξει στα όρια που συνθέτουν οι οδοί Αθηνάς και Ερμού. Με λίγα λόγια, όποια στοά είχε «πρόσωπο» πάνω στους δρόμους που περιγράφηκαν, αποτυπώθηκε. Με ένα όμως βασικό χαρακτηριστικό που δεν πρέπει να παραγνωριστεί στη ανάγνωση αυτής της εργασίας, γιατί είναι και όλη η ουσία της. Οι στοές που καταγράφηκαν είχαν εκείνο το γνώρισμα που τις κάνει εμπορικές, δηλαδή την παρουσία καταστημάτων εντός τους. Ταυτόχρονα, τέθηκε και σαν προϋπόθεση να είναι περάσματα, με την έννοια του να μην οδηγούν σε αδιέξοδο αλλά να έχουν τουλάχιστον 2 εισόδους-εξόδους να ενώνουν δηλαδή διαφορετικούς ή και τον ίδιο δρόμο. Αυτή η δεύτερη μεταβλητή στην καταγραφή, δεν ήταν τόσο απαραίτητη στο παρόν στάδιο της έρευνας αλλά θα φανεί σε ένα επόμενο, που εξηγείται η σημασία μιας τέτοιας επιλογής. Έγιναν ωστόσο μερικές παρεκκλίσεις, καταγράφηκαν και στοές να μεν εμπορικές αλλά αδιέξοδα, κυρίως γιατί μέσα από υλικό που μελετήθηκε ήταν δυνατός ο εντοπισμός της χρονικής εμφάνισής τους στον ιστό της πόλης. Πάνω σε αυτό εξηγείται και η οριοθέτηση της περιοχής μελέτης δευτερευόντος σημασίας. Ωστόσο, είναι αλήθεια ότι το κέντρο της Αθήνας είναι γεμάτο με στοές. Στοές μικρότερης κλίμακας, εμβαδού, μήκους και συνήθως και πλάτους ή στοές που απλά δείχνουν να είναι μια υποχώρηση λίγων μέτρων του ισόγειου επιπέδου των κτιρίων π.χ. οδού Κολοκοτρώνη ή πέριξ Ομόνοιας δεν συγκαταλέγονται στους παρακάτω χάρτες. Κυρίως γιατί η χρονολόγηση της κατασκευής τους είναι δύσκολη και απαιτεί εκτεταμένη έρευνα και αναζήτηση πηγών. Τέλος, για να αναφέρουμε και πως έγινε η ταυτοποίηση της δεκαετίας που εμφανίζεται κάθε στοά που καταγράφηκε: χρησιμοποιήθηκε φωτογραφικό υλικό, συνημμένο στην βιβλιογραφία αυτής της εργασίας, το οποίο περιείχε παλιές φωτογραφίες από ιστορικά κτίρια σε κεντρικούς δρόμους της Αθήνας. Στην λεζάντα του καθενός διάβαζε κανείς το έτος κατασκευής, τον αρχιτέκτονα, την οδό που βρίσκονταν και τις περισσότερες φορές το έτος κατεδάφισης, αν προφανώς δεν είναι διατηρητέο μέχρι σήμερα. Αυτή η τελευταία πληροφορία βοήθησε και στην ταυτοποίηση της χρονολόγησης των στοών. Ορισμένα παλιά νεοκλασικά κτίρια που επιβιώνουν μέχρι σήμερα, είχαν από τότε που οικοδομήθηκαν στοά με εμπορικό χαρακτήρα. Στις περισσότερες περιπτώσεις όμως, η κατεδάφιση των παλιών διώροφων ή τριώροφων του κέντρου της Αθήνας είχε ως αποτέλεσμα να αναδειχθούν εμπορικές στοές, μέσα από τους αντικαταστάτες τους, τα πολυώροφα μοντέρνα κτίρια γραφείων και υπηρεσιών. Επιβεβαιώνοντας την χρονολογία κατεδάφισης του προηγούμενου κτιρίου υπολογίζονταν θεωρητικά, γιατί συνήθως δεν αναφέρονταν τότε κτίστηκε το επόμενο, δύο ή τρία το πολύ χρόνια που θα γινόταν η αποπεράτωση του νέου κτιρίου. Έτσι με το έτος κατασκευής του νέου κτιρίου σημειώνονταν και η δεκαετία κατασκευής της στοάς. Κατά την έρευνα διαπιστώθηκε ότι με την ανέγερση των νέων πολυώροφων κτιρίων της Αθήνας, προτεινόταν από τους αρχιτέκτονες η ιδέα διάνοιξης στοών στο ισόγειο που θα φιλοξενήσουν τα καταστήματα. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι στο σύνολό τους οι αθηναϊκές εμπορικές στοές δεν υπήρξαν ως αυτοτελείς κατασκευές στο ιστό της πόλης, όπως ενδεχομένως συναντάμε τις ψηλοτάβανες, με γυάλινη οροφή γκαλερί της Ευρώπης. Με μια ίσως μόνο εξαίρεση την Στοά Αρσακείου, οι υπόλοιπες καταλάμβαναν απλώς ένα κομμάτι του χώρου στη γενικότερη

κατασκευή του ισογείου των κτιρίων. Με λίγα λόγια, μέσα από φωτογραφίες από τα κτίρια της Αθήνας χρονολογήθηκε και η κάθε στοά που αποτυπώθηκε. Σε περιπτώσεις που δεν ήταν εύκολο κάτι τέτοιο, η ταυτοποίηση έγινε έπειτα από απ' ευθείας ερώτηση στους καταστηματάρχες των εκάστοτε στοών. Μεσά από αυτή τη διαδικασία πιστεύεται ότι επιτεύχθηκε μια ικανοποιητική προσέγγιση με ελάχιστα περιθώρια για χονδροειδή σφάλματα στις ημερομηνίες, για να μπορούμε να παρουσιάσουμε στη συνέχεια με χαρτογραφικό και αφηγηματικό τρόπο την χρονική εμφάνιση των εμπορικών στοών της Αθήνας.¹ Όλες οι εικόνες (-πλην των χαρτών) που παρουσιάζονται στην συνέχεια αυτού του κεφαλαίο είναι παρμένες από την συλλογή «Η ΑΘΗΝΑ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΧΡΟΝΟ» ή από το προσωπικό αρχείο.

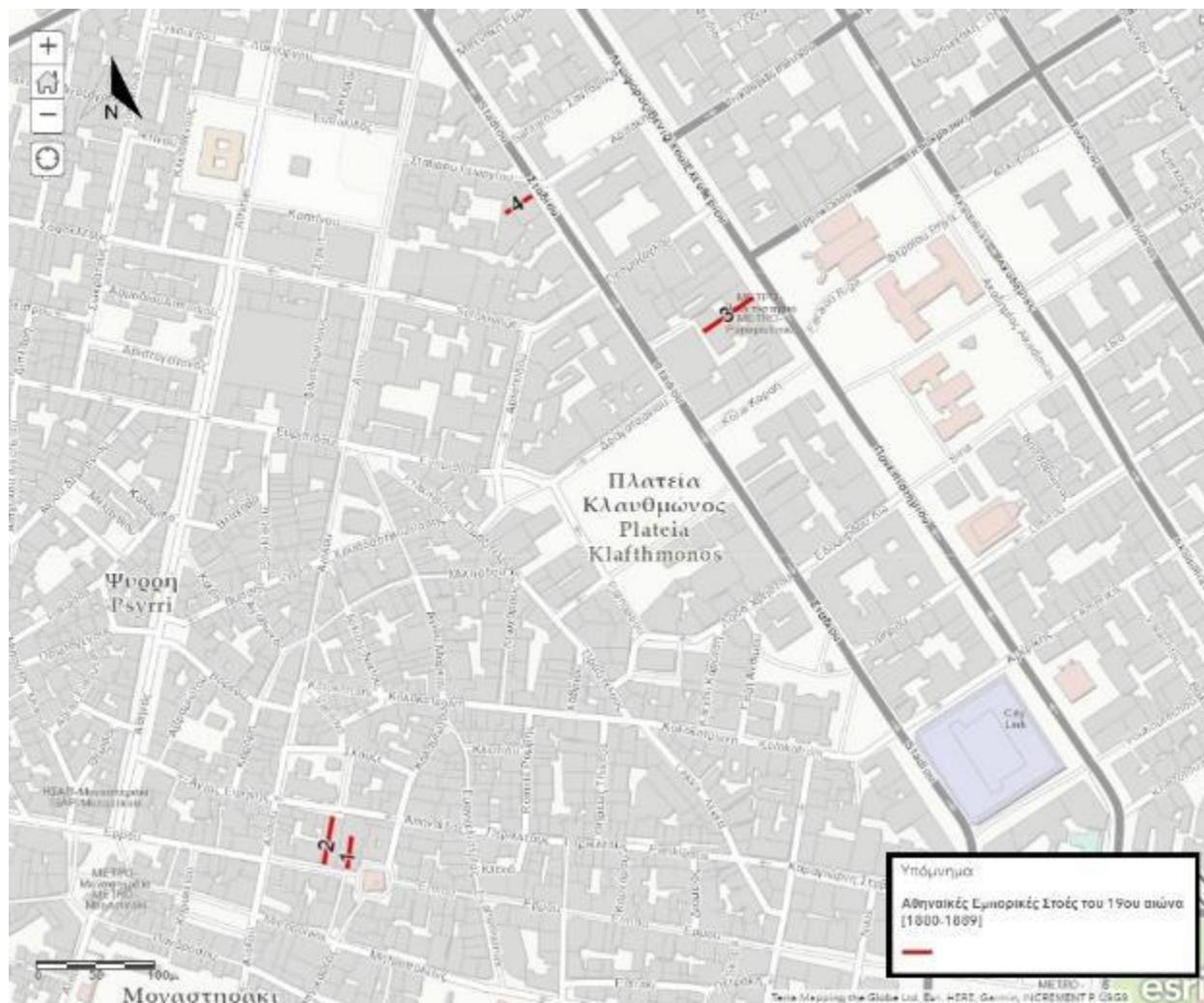


Χάρτης 1. Περιοχή Μελέτης.

¹ Ο ιστορικο-αφηγηματικός χάρτης σε καλύτερη παρουσίαση, έχει κοινοποιηθεί δημόσια σε κατάλληλη εφαρμογή τύπου 'story-map' στον παρακάτω σύνδεσμο:
<https://www.arcgis.com/apps/Cascade/index.html?appid=9674f14fdf434026b01916126792dddd>

2.4. ΑΘΗΝΑΪΚΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΤΟΕΣ ΤΟΥ 19^{ου} ΑΙΩΝΑ

2.4.1 Δεκαετίες 1880-1889, 1890-1899



Χάρτης 2. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν τις δεκαετίες 1880-1889, 1890-1899.

1) Στοά Κόνιαρη – Μελά, οδός Ερμού 54, κατασκευή 1883

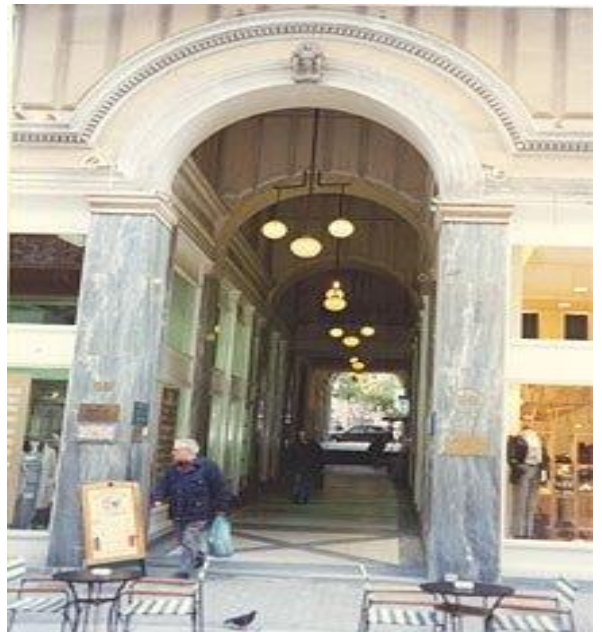
Το 1883 στα πλαίσια της ανέγερσης της οικίας του μεγαλέμπορου Βασιλείου Μελά στην οδό Ερμού 54, κατεδαφίζεται η οικία Κόνιαρη στην οποία στεγαζόταν από το 1837 η Γραμματεία των Εκκλησιαστικών. Το νέο τετραώροφο νεοκλασικό μέγαρο που προβλέπεται, φέρει στο ισόγειο εμπορική στοά «μετά της υαλοσκεπούς διόδου», στα πρότυπα των “galleries” της Ευρώπης. Είναι η πρώτη στοά με εμπορικό χαρακτήρα που γνωρίζει το τότε κέντρο της Αθήνας. Στέγαστηκε από τη δεκαετία του '70 ο «MENTHΣ», ένα από τα πιο δημοφιλή καταστήματα με αξεσουάρ μόδας της εποχής. Μέσα στα πρώτα χρόνια του 21^{ου} αιώνα, περίπου το 2011, η στοά ανακαινίζεται πλήρως για λογαριασμό της πολυεθνικής εταιρείας ρούχων H&M που λειτουργεί μέχρι σήμερα.



Εικόνα 2. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά Κόνιαρη-Μελά πριν και μετά την ανακαίνισή της στις αρχές του 21^{ου} αιώνα.

2) Στοά Πύρρου, οδός Ερμού 56, κατασκευή 1885

Η δεύτερη κατά σειρά εμπορική στοά για την Αθήνα εμφανίζεται με την κατεδάφιση της πρώην οικίας Λουκά Πύρρου, στην οδό Ερμού 56, το 1884 και την οικοδόμηση του τριώροφου νεοκλασικού μέγαρου στην θέση της. Η Στοά Πύρρου έφερε την χαρακτηριστική υαλοσκεπή διάδο όπως και η ακριβώς διπλανή της, Στοά Κόνιαρη-Μελά της Ερμού 54, η οποία είχε προηγηθεί κατά δύο έτη. Σχεδιάστηκε κι αυτή στα πρότυπα των ευρωπαϊκών “galleries”. Ανακαινίζεται στα τέλη 20^{ου} – αρχές 21^{ου} αιώνα.



Εικόνα 3. Η Στοά Πύρρου.

3) Στοά Πεσμαζόγλου, οδός Πανεπιστημίου 39, κατασκευή περ. 1890

Τη δεκαετία του 1890 κατασκευάζεται από τον αρχιτέκτονα Πάνο Καραθανασόπουλο το κτίριο της οδού Πανεπιστημίου 39, απέναντι από την Εθνική Βιβλιοθήκη. Στεγάστηκε εκεί από το 1906 η εφημερίδα Πρωΐα και γι' αυτό, το κτίριο μένει στη μνήμη για την τότε εποχή, ως Μέγαρο Πρωΐας. Από τα πιο επιβλητικά κτίρια της Αθήνας, περιλαμβάνοντας επίσης και ασανσέρ, κάτι που για εκείνους τους καιρούς ήταν αδιαφιλονίκητα πρωτοποριακό και θεωρούνταν πολυτέλεια. Στο ισόγειο, στεγάζονταν ένα από τα πιο φημισμένα για την εσωτερική τύπου μπελ επόκ αισθητική του φαρμακεία, το φαρμακείο του Δαμβέργη. Υπάρχει τεκμήριο από φωτογραφικό υλικό ότι υπήρχε στοά στο ισόγειο, με το όνομα Πεσμαζόγλου, για την οποία όμως δεν γνωρίζουμε το πως λειτούργησε. Μέγαρο και στοά κατεδαφίζονται τον Αύγουστο του 1976. Το νέο κτίριο, σχεδιασμένο από τον αρχιτέκτονα Αλέξανδρο Καλλιγά, που αντικατέστησε το πρώην μέγαρο, διατηρούσε την ιδέα της στοάς, η οποία είναι ενεργή ως σήμερα. Φιλοξενεί κυρίως δισκάδικα, καταστήματα με βινύλια, με μουσικά όργανα και εξοπλισμό και χώρους εστίασης. Έχει έξοδο προς την οδό Σταδίου μέσω μιας μαρμάρινης σκάλας που οδηγεί σε ένα ανοικτό αίθριο



Εικόνα 4. Αριστερά: Το Μέγαρο Πρωΐας, διακρίνεται η ύπαρξη στοάς στο ισόγειο επίπεδο. Δεξιά: Το νέο κτίριο της οδού Πεσμαζόγλου 39 και με την αντίστοιχη στοά σήμερα.



Εικόνα 5. Αριστερά: Χαλάσματα από την κατεδάφιση του Μεγάρου Πρωΐας από φωτογραφία του 1976. Στο κέντρο η είσοδος της στοάς. Δεξιά: Αθήνα 1968. Ο ηθοποιός Θόδωρος Κατσαδράμης, ερχόμενος από την οδό Σταδίου, κατευθύνεται προς την Στοά Πεσματζόγλου και την έξοδό της προς την Πανεπιστημίου. Εκτός από την καμέρα φαίνεται και η πίσω πλευρά του Μεγάρου Πρωΐας που «έβλεπε» στον ακάλυπτο χώρο. Πλάνο από την ταινία μικρού μήκους του Θόδωρου Αγγελόπουλου «Η ΕΚΠΟΜΠΗ».

4) Στοά Σταδίου 41, οδός Σταδίου 41, κατασκευή περ. 1890

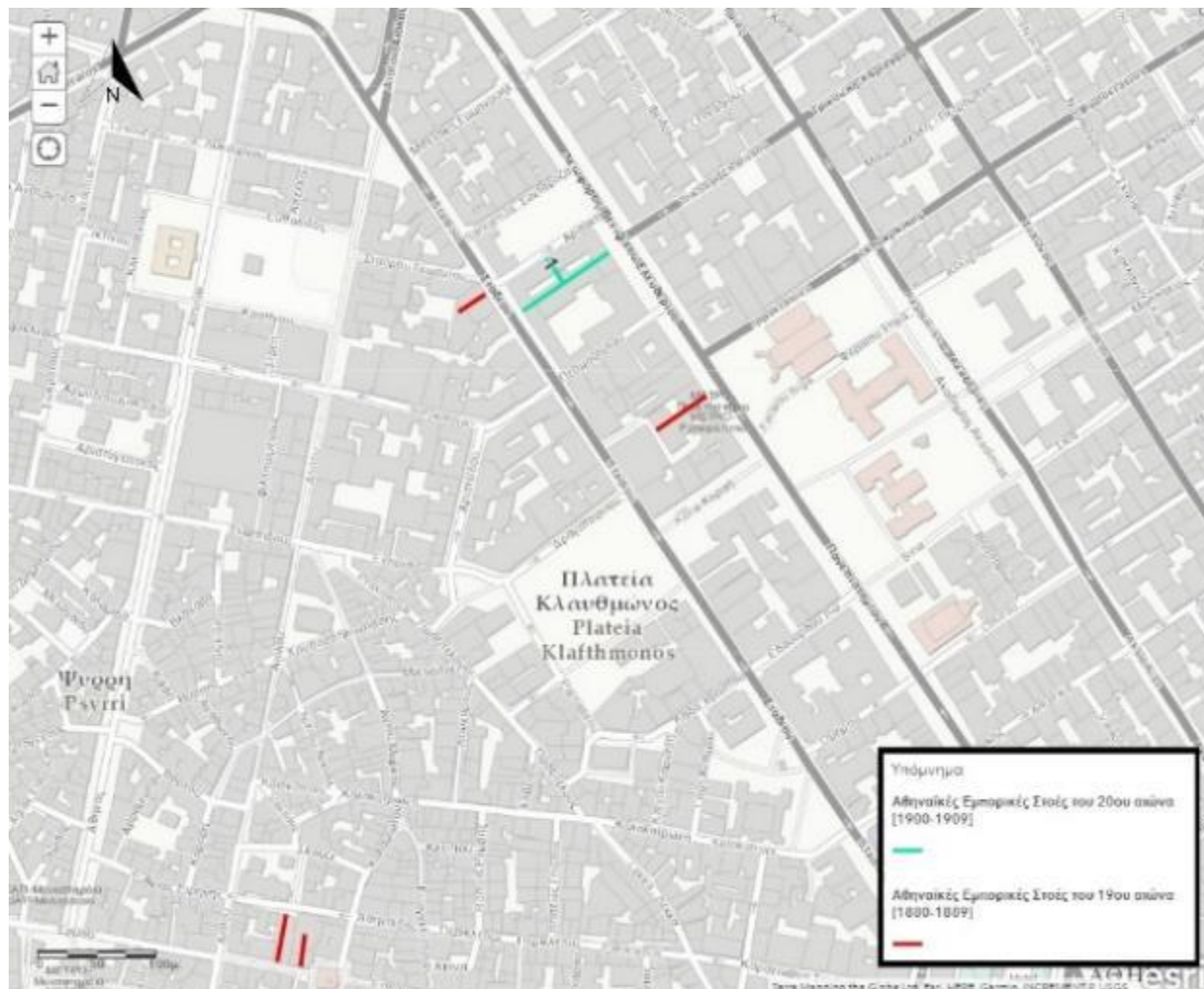
Λίγο πριν το 1891 ανεγείρεται στην οδό Σταδίου 41 το Μέγαρο Σπυρίδωνος Λάμπρου. Η στοά που υπήρχε στο ισόγειο ήταν γνωστή και ως στοά «Δημοσίων Υπαλλήλων». Η ονομασία της ενδεχομένως να προήλθε επειδή στεγάζονταν εντός της το Ταμείο Πρόνοιας Δημοσίων Υπαλλήλων. Η στοά σήμερα δεν υπάρχει καθώς στις αρχές του 21^{ου} αιώνα το κτίριο ανακαινίζεται πλήρως για να λειτουργήσει η εταιρεία ρούχων FOKAS. Η ίδια κλείνει το 2013 και το κτίριο παραμένει μέχρι σήμερα σε αχρησία.



Εικόνα 6. Αριστερά: Αθήνα περ. Δεκαετία του '30. Το Μέγαρο Σπυρίδωνος Λάμπρου. Διακρίνεται η στοά στο ισόγειο. Δεξιά: Η εικόνα του Μεγάρου σε φωτογραφία του 2010, όπου η στοά έχει πλέον χαθεί.

2.5 ΑΘΗΝΑΪΚΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΤΟΕΣ ΤΟΥ 20^{ου} ΑΙΩΝΑ

2.5.1 Δεκαετία 1900-1909



Χάρτης 3. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1900-1909.

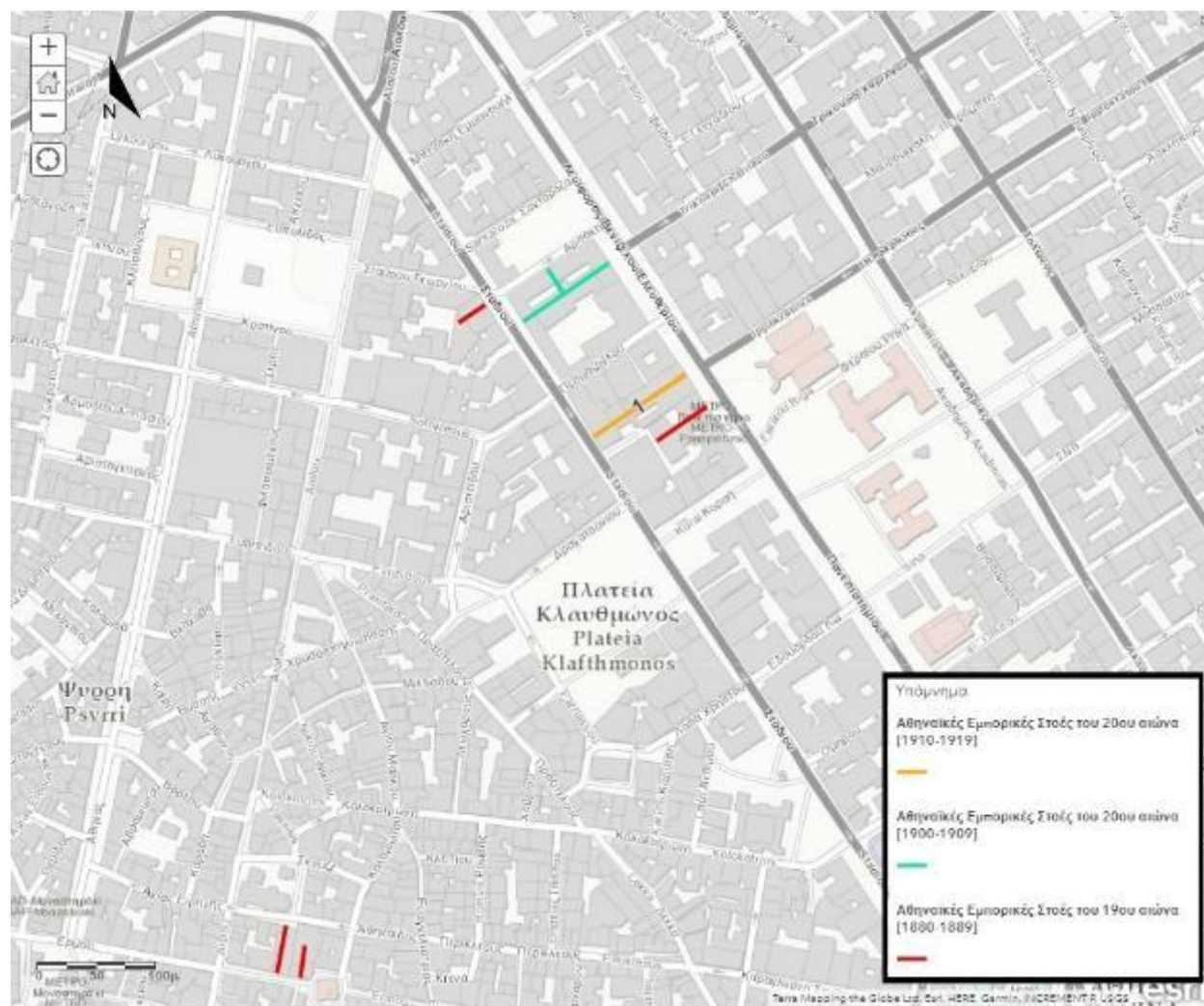
1) Στοά Αρσακείου ή Ορφέως, οδός Πανεπιστημίου 49, κατασκευή περ. 1907

Το 1900 η απόφαση επέκτασης του Αρσάκειου Μέγαρου με σκοπό την εκμετάλλευση ολόκληρου του οικοπέδου κατά μήκος, συνιστά τη δημιουργία της ομώνυμης στοάς που θα φιλοξενούσε εμπορικά καταστήματα, κυρίως με δερμάτινα είδη. Η Στοά Αρσακείου, έργο του αρχιτέκτονα Κωνσταντίνου Μαρούδη, περιλάμβανε γυάλινη οροφή, ενώ στο κέντρο διαμορφώνεται θόλος, επιτρέποντας έτσι να διαχέεται το φυσικό φως στο χώρο. «Βλέπει» στις οδούς Σταδίου και Αρσάκη. Παίρνει την τελική της μορφή το 1907 με τις αναμορφώσεις των προσόψεων της Σταδίου ενώ γίνονται και ορισμένες προσθήκες από τον Έρνεστ Τσίλλερ. Το 1937 προστίθεται και το κινηματοθέατρο «Ορφεύς». Στεγάζονταν εκεί κάποτε το καφενείο του Σιγάλα, φημισμένο στέκι των πολιτικών από το 1900. Μια περιγραφή εξηγεί την ατμόσφαιρα που επικρατούσε: «Είχε συνεχώς κίνηση, ήταν από τα πιο ζωντανά σημεία της Αθήνας. Ανοίγαμε στις εννέα το πρωί και κλείναμε στις εννέα το βράδυ. Γινόντουσαν διάφορα δρώμενα με πιάνο, με μουσικές, με χορούς και διάφορα άλλα». Σήμερα, βρίσκεται σε πλήρη εγκατάλειψη.



Εικόνα 7. Η Στοά Αρσακείου με την γυάλινη οροφή.

2.5.2 Δεκαετία 1910-1919



Χάρτης 4. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1910-1919.

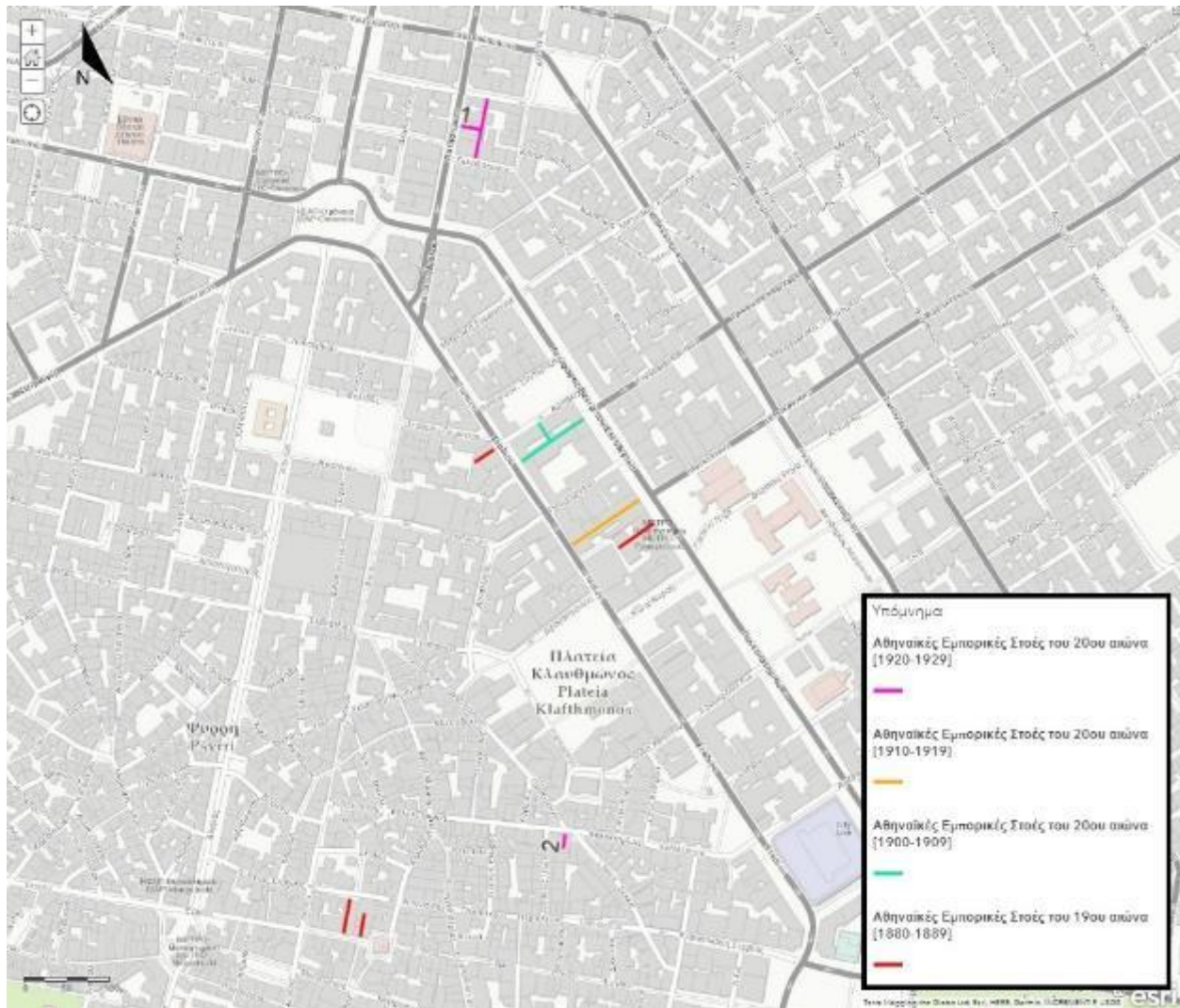
1) Στοά Νικολούδη, οδός Πανεπιστημίου 41, κατασκευή 1918

Ένα από τα σημαντικότερα έργα του αρχιτέκτονα Αλέξανδρου Νικολούδη, το κτίριο Νικολούδη στην οδό της Πανεπιστημίου 41. Η κατασκευή πέρασε από διάφορες φάσεις μέχρι να πάρει την τελική της μορφή με την ομώνυμη στοά στο ισόγειο. Αρχικά, ως μονοκατοικία με κήπο της οικογένειας Νικολούδη. Το 1897 προτείνεται στα σχέδια η κατασκευή μιας στοάς μικρού μήκους με καταστήματα στο ισόγειο και γυάλινη οροφή. Το 1916 ωστόσο, που ανοικοδομείται το κτίριο, με πρόσοψη προς τη Σταδίου, αποκτά μια πρώτη μορφή αιθρίου στο εσωτερικό και καταστήματα στο ισόγειο. Τελικά, με την ολοκλήρωση του το 1918, εμφανίζεται η εμπορική στοά χωρίς όμως να έδινε πρόσβαση από την Πανεπιστημίου προς τη Σταδίου. Σχεδιασμένη με επιρροές από τις αντίστοιχες εμπορικές στοές του Λονδίου (arcades), η Στοά Νικολούδη έρχεται ως συνέχεια των προηγούμενων επιτυχημένων εμπορικών στοών που κοσμούν την Αθήνα. Παίρνει την τελική της μορφή το 1936. Στεγάστηκαν φημισμένα καταστήματα της εποχής όπως το βιβλιοπωλείο Εστία και το καφενείο του Λουμίδα. Αργότερα τη δεκαετία του '80 με την ανέγερση του διπλανού κτιρίου της τράπεζας Alpha Bank, η στοά όπως και το μέγαρο, περνούν σε μεγάλο ποσοστό στην ιδιοκτησία της. Το 1995 χαρακτηρίζεται ιστορικό διατηρητέο μνημείο και έργο τέχνης ενώ στις αρχές του 21^{ου} αιώνα γίνεται η αποκατάσταση του τμήματος προς την οδό Πανεπιστημίου από την τράπεζα. Τα επεισόδια και οι συγκρούσεις που σημειώθηκαν στο κέντρο της Αθήνας το 2012 προκαλούν σοβαρές ζημιές καταστρέφοντας το εσωτερικό της στοάς και των καταστημάτων. Την χρηματοδότηση της μελέτης αποκατάστασης αναλαμβάνει ξανά η Alpha Bank. Η αποπεράτωση των εργασιών το 2015 θέλει να σημειώσει και την αναβίωση του εμπορικού χαρακτήρα της Στοάς Νικολούδη η οποία λειτουργεί μέχρι και σήμερα με καταστήματα ειδών υψηλού κόστους.



Εικόνα 8. Αριστερά: Το κτίριο Νικολούδη και η ομώνυμη στοά το 1918. Δεξιά: Η έξοδος της Στοάς Νικολούδη από την οδό Σταδίου σε φωτογραφία πριν το 1980.

2.5.3 Δεκαετία 1920-1929



Χάρτης 5. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1920-1929.

1) Στοά Φέξη, οδός Πατησίων 14, κατασκευή 1924

Από τις ιστορικές εμπορικές στοές της Αθήνας με εξόδους στους κάθετους δρόμους της Πατησίων, Γλαδστώνος και Βεραντζέρου. Η μελέτη έγινε από το τεχνικό γραφείο ΤΕΚΤΩΝ.

2) Στοά Πραξιτέλους, οδός Κολοκοτρώνη 25, κατασκευή 1920-1930

Κατασκευασμένη μέσα στη δεκαετία του '20, η Στοά Πραξιτέλους υπήρξε μελέτη του αρχιτέκτονα Βασίλη Κουρεμένου. Παρέκκλινε βάσει σχεδίων από έναν αυστηρό κλασικισμό με περισσότερο έντονο το ελληνικό στοιχείο της διακόσμησης με μάρμαρο. Από τη δεκαετία του 2010 βρίσκεται πλήρως ανακαινισμένη και λειτουργεί ως χώρος μπαρ.

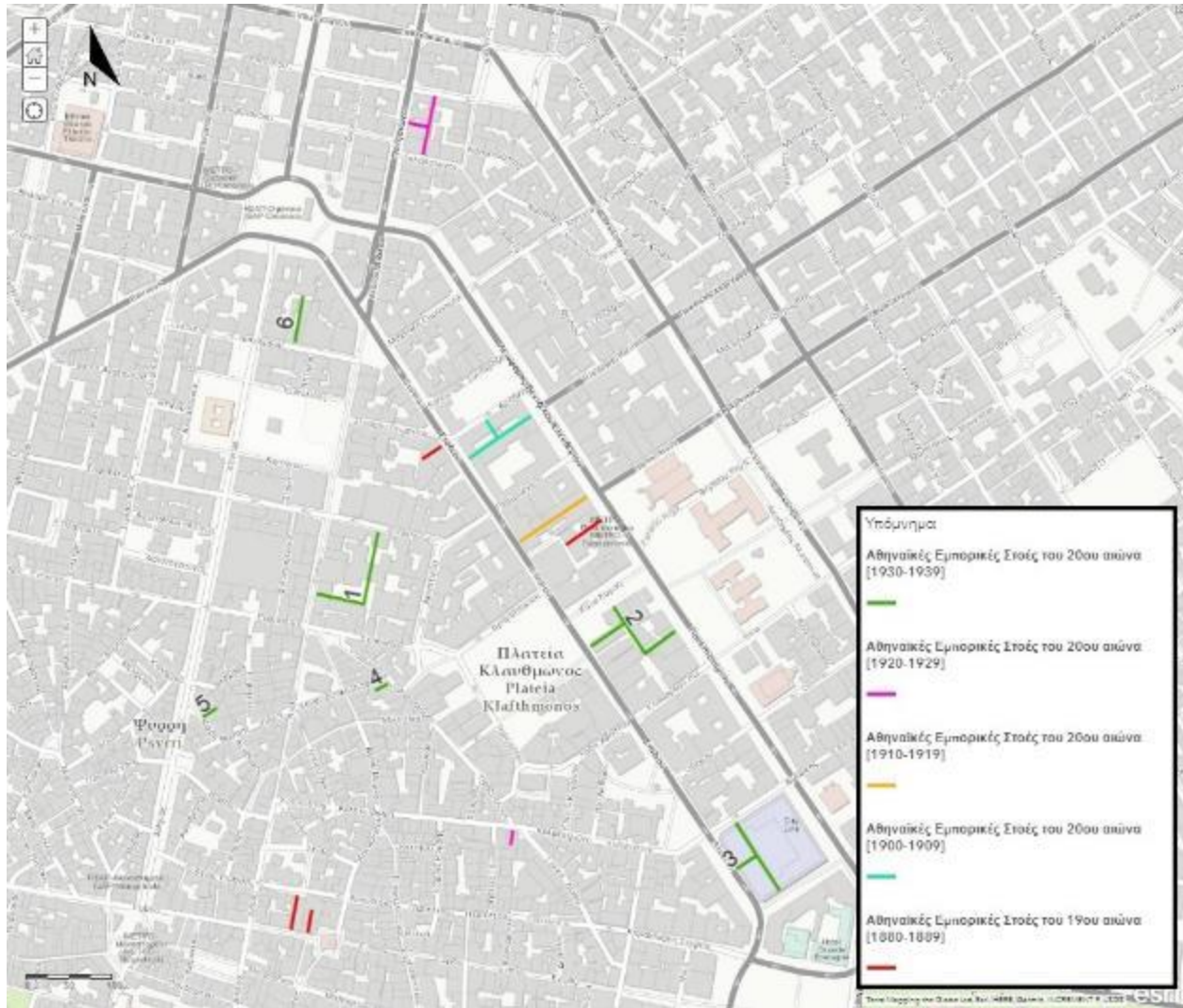


Η Στοά Φέξη, κομβικό σημείο στον εμπορικό ιστό του αθηναϊκού κέντρου. Έργο του εκδότη Γ. Φέξη, αριθμεί 85 χρόνια ζωής, από την αποπεράτωση της, το 1924. Στη φωτογραφία, η Στοά Φέξη το Μεσοπόλεμο.



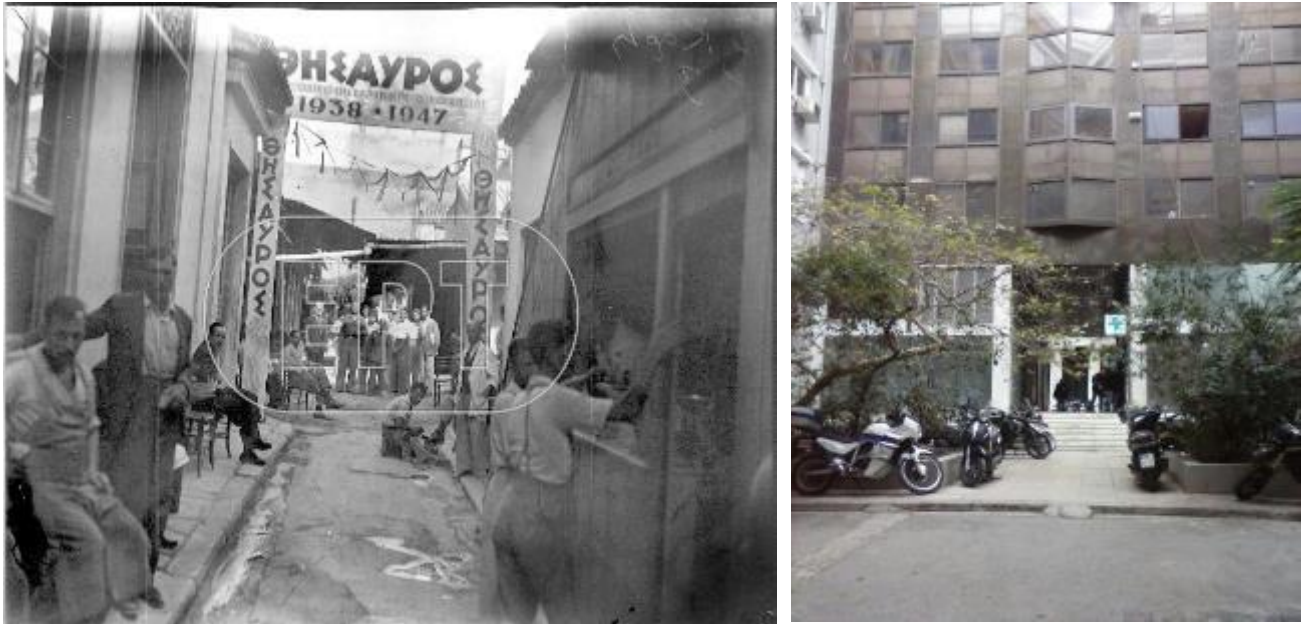
Εικόνα 9. Πάνω: Η Στοά Φέξη στο Μεσοπόλεμο. Κάτω: Η Στοά Πραξιτέλους πριν την ανακαίνισή της.

2.5.4 Δεκαετία 1930-1939



Χάρτης 6. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1930-1939.

1) Στοά Πάππου – Δημητρακοπούλου, οδός Σοφοκλέους 7, κατασκευή τη δεκαετία το '30. Απέναντι από το Χρηματιστήριο η στοά διαγράφει ένα σχήμα τύπου «Γ» για να καταλήξει στην κάθετη οδό Αιόλου με αριθμό 68. Ενώνεται με την στοά Ευριπίδου της οδού Ευριπίδου, κάθετη της Αιόλου. Υπήρξε ο ναός του Τυπού: τυπογραφεία, αρχεία εφημερίδων και περιοδικών απ' όπου διανέμονταν σε όλη την πρωτεύουσα. Στον Μεσοπόλεμο ήταν επίσης το επίκεντρο του εμπορίου ναρκωτικών στην Αθήνα που ξεκινούσε από τις έξι το πρωί. Πολύ αργότερα, μετά τη δεκαετία του '40, τα παλιά κτίρια της στοάς αγοράστηκαν και κατεδαφίστηκαν για να κτιστεί στη θέση τους το νέο κτίριο της Εμπορικής Τράπεζας.



Εικόνα 10. Αριστερά: Η Στοά Πάππου-Δημητρακοπούλου το 1947. Δεξιά: Η εικόνα της στοάς σήμερα.

2) Στοά Κοραή, οδός Κοραή 4, κατασκευή 1938

Στα πλαίσια της ανέγερσης του Μέγαρου Εθνικής Ασφαλιστικής κατασκευάζεται στο ισόγειο η στοά με είσοδο από την οδό Κοραή. Κτίριο και στοά με αιματηρή ιστορία, καθώς εκείνη την περίοδο είχε κυρηχθεί ήδη ο πόλεμος στην Ευρώπη και τα γερμανικά στρατεύματα με την είσοδο τους στη Αθήνα το 1941, επιτάσσουν το μέγαρο για να στεγαστούν τα γραφεία της Kommandatur. Τα υπόγεια της στοάς μετατράπηκαν σε κρατητήρια για τους μελλοθάνατους. Με την αποχώρησή τους από την Αθήνα το 1944, το κτίριο ξαναεπιτάσσεται αυτή τη φορά από τις δυνάμεις του ΕΑΜ. Η δράση τους θα είναι βραχύτερη αφού μετά τα Δεκεμβριανά του '44, το 1945 το μέγαρο περνά στη Ελληνική Κυβέρνηση. Σήμερα ο υπόγειος χώρος της στοάς λειτουργεί ως χώρος ιστορική μνήμης των γεγονότων 1941-1944 όπου μπορεί να δει κανείς τα χαραγμένα μηνύματα στους τοίχους από τους κρατούμενους. Η Στοά Κοραή με εισόδους-εξόδους προς Σταδίου και Πανεπιστημίου είναι σήμερα πλήρως ανακαινισμένη και λειτουργούν εντός της κυρίως εστίας αναψυχής και οι δυο κινηματογράφοι Άστορ και Άστυ. Και επειδή η ιστορία ξέρει να επαναλαμβάνεται σαν μια κακή φάρσα σε αυτήν την στοά, δεν πάνε πολλά χρόνια πριν, που υπήρξαν μαρτυρίες για δηλητηριασμούς των αδέσποτων σκυλιών γύρω από τον χώρο.

3) Στοά Σπυρομήλιου, οδός Βουκουρεστίου 5-7, κατασκευή τέλη δεκαετίας του '30

Στο οικοδομικό τετράγωνο που υπάρχει σήμερα η στοά, βρίσκονταν από τα χρόνια του Όθωνα οι βασιλικοί στάβλοι. Την δεκαετία του '20 γίνονται σχέδια για την αποδέσμευση του χώρου από την προηγούμενη χρήση που κρίθηκε αναχρονιστική. Προκρίνεται η ιδέα της οικοδόμησης του Μετοχικού Ταμείου Στρατού με την διάνοιξη στοάς στο ισόγειο η οποία θα είχε όψη ευρωπαϊκής πασάζ. Ολοκληρώνεται λίγο πριν το 1940 ενώ πέρασε σε διάφορες φάσεις κατασκευής. Σήμερα είναι πλήρως ανακαινισμένη και φιλοξενεί κυρίως χώρους υψηλής γαστρονομίας.



Εικόνα 11. Από αριστερά προς τα δεξιά: Οι στοές Κοραή και Σπυρομήλιου σήμερα.

4) Στοά Πραξιτέλους, οδός Πραξιτέλους 33, κατασκευή 1936
 Στοά που οδηγεί σε αδιέξοδο, μικρού μήκους η οποία υπήρξε κέντρο ραφτάδικων και επιδιορθώσεων ενδυμάτων. Σήμερα ο χώρος λειτουργεί ως μπαρ.

5) Στοά Καΐρη, οδός Καΐρη 6 και Αθηνάς, κατασκευή 1934
 Κατασκευασμένη στο Μεσοπόλεμο στη στοά αυτήν στεγάστηκαν κυρίως βιοτεχνίες ρούχων, υφασμάτων και παππουτσάδικα. Εξακολουθεί να λειτουργεί μέχρι σήμερα παρά τις δυσκολίες των καιρών.



Εικόνα 12. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά Πραξιτέλους της οδού Πραξιτέλους 33 και η Στοά Καΐρη σήμερα.

6) Στοά Ειρηνοδικείου, οδός Λυκούργου 10, κατασκευή 1935-1936

Στεγάζεται στο κτίριο του Μετοχικού Ταμείου Πολιτικών Υπαλλήλων, έργο του αρχιτέκτονα Εμμανουήλ Λαζαρίδη στα μέσα της δεκαετίας του '30. Φέρει στο εσωτερικό της χαρακτηριστικό ανοικτό αίθριο. Η στοά φιλοξένησε διαφόρων ειδών καταστήματα. Σήμερα βρίσκεται σε πλήρη εγκατάλειψη. Μάλιστα κατά την επιτόπια καταγραφή διαπιστώθηκε ότι η είσοδός της στοάς από την οδό Λυκούργου έχει σφραγιστεί με πόρτα ασφαλείας.



Εικόνα 13. Η Στοά Ειρηνοδικείου σε φωτογραφία του 2005.

2.5.5 Δεκαετία 1940-1949

Κατά την δεκαετία του 1940-1949 δεν εμφανίζονται εμπορικές στοές στον αστικό ιστό της Αθήνας. Ενδεχομένως αυτό σχετίζεται, με την γενικότερη μείωση ή και παύση των οικοδομικών εργασιών ως άμεσο αντίκτυπο των ιστορικών γεγονότων εκείνης της εποχής: την γερμανική κατοχή 1941-1944 και αργότερα τα γεγονότα του εμφυλίου πολέμου 1946-1949. Για το λόγο ότι πολλές στοές της Αθήνας εκτός από ισόγειο χώρο, διέθεταν και υπόγειο, λειτούργησαν ως καταφύγια κατά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο.



Εικόνα 14. Στοά Κοραή. Στιγμιότυπο από τα Δεκεμβριανά. Άγγλοι απομακρύνουν πολίτες έπειτα από την κατάληψη του κτιρίου της Εθνικής Ασφαλιστικής.

2.5.6 Δεκαετία 1950-1959



Χάρτης 7. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1950-1959.

Την δεκαετία του '50 και όπως θα δούμε και αργότερα του '60, υπάρχει με μια πρώτη ματιά, μια σημαντική αύξηση στον αριθμό των εμπορικών στοών που εμφανίζονται. Η επικείμενη ανάπτυξη της Αθήνας σε μεγαλούπολη λόγω της αστυφιλίας που σημειώνεται, συνιστά της εξάπλωση της πόλης μέχρι τα άκρα και ταυτόχρονα την πύκνωση στο κέντρο. Οι οικοδομικές εργασίες επιβάλλουν την εκμετάλλευση ολόκληρων οικοπέδων και την κατεδάφιση των παλιών διώροφων και τριώροφων νεοκλασικών. Στα ισόγεια των νέων πολυώροφων γραφείων σχεδιάζεται η διάνοιξη εμπορικών στοών που θα φιλοξενήσουν τα καταστήματα.

1) Στοά Ναυτεμπορικής, οδός Δραγατσανίου 8, κατασκευή 1954
Διαγράφει μια διαδρόμη σχήματος μη κάθετου «Π» για να καταλήξει πάλι στην οδό Δραγατσανίου.

2) Στοά Τρίστρατο, οδός Δραγατσανίου 6, κατασκευή δεκαετία του 1950

Έχει εισόδους-εξόδους προς Δραγατσανίου, Σταδίου και Αριστείδου. Η ονομασία της στοάς προέρχεται από την ένωση αυτών των τριών δρόμων.

3) Στοά Ανατολής, οδός Αριστείδου 8-10, κατασκευή 1954

Η στοά διαγράφει μια διαδρομή σχήματος μη κάθετου «Π» για να καταλήξει ξανά στην οδό Αριστείδου.



Εικόνα 15. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά Ανατολής και η Στοά Ναυτεμπορικής.

4) Στοά Εμπόρων, οδός Βουλής 8-10, κατασκευή 1953

Έχει έξοδο που οδηγεί στην οδό Λέκκα 5 μέσω μιας μαρμάρινης σκάλας. Από τις αρχές του 2019 έχει ανακαινιστεί πλήρως.

5) Στοά Τρικούπη, οδός Δώρου 6, κατασκευή 1958

Έχει επίσης είσοδο-έξοδο στην οδό Πατησίων.



Εικόνα 16. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά Εμπόρων πριν την ανακαίνισή της και η Στοά Τρικούπη.

6) Στοά Πανταζόπουλου, οδός Ακαδημίας 98-100, κατασκευή 1958

Γνωστή και ως Στοά του Χόλυγουντ ή 7^{ης} Τέχνης καθώς εκεί στεγάζονταν σχεδόν όλα τα γραφεία παραγωγής και διανομής ταινιών της Αθήνας. Με την κρίση του ελληνικού κινηματογράφου σταδιακά ερημώνει. Διασχίζοντάς την κάνει εξέρχεται πίσω στην οδό Κλεισόβης.

7) Στοά Μέγαρου Παλλάδος, οδός Πανεπιστημίου 34, κατασκευή δεκαετία του 1950

Η στοά διαγράφει ένα σχήμα «Τ» όπου το ένα άκρο βλέπει σε αδιέξοδο ενώ από την άλλη οδηγεί στην οδό Ιπποκράτους.



Εικόνα 17. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά Πανταζόπουλου και η Στοά του Μέγαρου Παλλάδος.

8) Στοά Απότσου, οδός Πανεπιστημίου 10, κατασκευή δεκαετία του 1950.

Το γνωστό ουζερί του Απότσου που στεγάστηκε μέσα στη στοά την έκανε γνωστή με το όνομα αυτό. Σήμερα βρίσκεται πλήρως ανακαινισμένη.

9) Στοά Καλλιγά, οδός Σταδίου 3, κατασκευή τέλη δεκαετίας του 1950.

Έχει επίσης είσοδο-έξοδο στην οδό Περικλέους.

10) Στοά Πανεπιστημίου 16, οδός Πανεπιστημίου 16, κατασκευή δεκαετία του 1950

Έχει έξοδο στην οδό Αμερικής.

11) Στοά Πανεπιστημίου 18, οδός Πανεπιστημίου 18, κατασκευή δεκαετία του 1950

Έχει έξοδο στην οδό Αμερικής.

12) Στοά Καραλοπούλου, οδός Πανεπιστημίου 42, κατασκευή 1952

Έχει έξοδο προς Χαριλάου Τρικούπη.

13) Στοά Πανεπιστημίου 44, οδός Πανεπιστημίου 44, κατασκευή δεκαετία του 1952

Έχει έξοδο προς Χαριλάου Τρικούπη.

2.5.7 Δεκαετία 1960-1969



Χάρτης 8. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1960-1969.

- 1) Στοά Ορφανίδου, οδός Σταδίου 39, κατασκευή δεκαετία του 1960
Έχει έξοδο στην οδό Σοφοκλέους.
- 2) Στοά Λυκούργου, οδός Λυκούργου 16, κατασκευή δεκαετία του 1960
Έχει έξοδο στην οδό Πειραιώς.
- 3) Στοά Ομόνοιας, οδός Πειραιώς 4, κατασκευή δεκαετία του 1960
Έχει έξοδο στην οδό Σωκράτους.

4) Στοά Λεμού, οδός Σταδίου 10, κατασκευή μέσα δεκαετίας του 1960

Το περίφημο διώροφο ξενοδοχείο και εστιατόριο Αβέρωφ που υπήρχε στην οδό Σταδίου 10 κατεδαφίζεται το 1960 περίπου. Στη θέση του ανεγείρεται το 1962 το Μέγαρο Μιχαήλ Κ. Λεμού με την ομώνυμη στοά στο ισόγειο. Έχει έξοδο στον κάθετο δρόμο, οδός Ομήρου.



Εικόνα 18. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά Ομόνοιας της οδού Πειραιώς και η Στοά Λεμού.

5) Στοά Σταδίου 7, οδός Σταδίου 7, κατασκευή περίπου 1963

Στοά μικρού μήκους συγκριτικά με τις υπόλοιπες που καταγράφηκαν, η οποία οδηγεί σε αδιέξοδο.

6) Στοά Σταδίου 33, οδός Σταδίου 33, κατασκευή δεκαετία του 1960

Το Μέγαρο Αλέξανδρου Σούτσου, κατασκευασμένο από τον 19^ο αιώνα στη Σταδίου 33, κατεδαφίζεται το 1959. Στο νέο πολυώροφο κτίριο γραφείων που παίρνει τη θέση του σχεδιάζεται στο ισόγειο και η αντίστοιχη στοά. Διαγράφει μια διαδρομή σχήματος «Γ» για να καταλήξει στην οδό Πεσμαζόγλου.

7) Στοά Σταδίου 48, οδός Σταδίου 48, κατασκευή δεκαετία του 1960

Το νεοκλασικό τριώροφο Μέγαρο Μιλτιάδου Αξελού κατεδαφίζεται μέσα στη δεκαετία του 1960. Η στοά εμφανίζεται μετά την ανέγερση του νέου συγκροτήματος γραφείων. Εκεί στεγάστηκε για ένα διάστημα το γραφείο της τεχνικής εταιρείας ΤΕΚΤΩΝ που έκανε τη μελέτη της Στοάς Φέξη. Έχει έξοδο στην οδό Σανταρόζα.

8) Στοά Πανεπιστημίου 56, οδός Πανεπιστημίου 56, κατασκευή δεκαετία του 1960

Το ξενοδοχείο Ερμής, κατασκευασμένο τα πρώτα χρόνια του 20^{ου} αιώνα στην σημερινή οδό Πανεπιστημίου 56 κατεδαφίζεται το 1963-1964. Το μοντέρνο κτίριο γραφείων που παίρνει τη θέση του, φέρει και την ομώνυμη στοά. Γνωστή και ως στοά Ερμής έχει έξοδο στις οδούς Εμμανουήλ Μπενάκη και Γαμβέτα.

9) Στοά Αριστείδου 7, οδός Αριστείδου 7, κατασκευή δεκαετία του 1960

Διαγράφοντας μια διαδρομή σχήματος «Γ» καταλήγει στην οδό Σοφοκλέους.

10) Στοά Σαντίκου, οδός Πατησίων 20, κατασκευή δεκαετία του 1960

Έχει έξοδο στην οδό Βεραντζέρου, απέναντι από την Στοά Φέξη.



Εικόνα 19. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά Πανεπιστημίου 56 και η Στοά Σαντίκου.

11) Στοά Σαρόγλειου (Ειρηνοδικείου), οδός Σταδίου 65-πλατεία Ομόνοιας, κατασκευή 1967
 Το Σαρόγλειο Μέγαρο οικοδομείται το 1967. Τα σχέδια που προβλέπουν την στοά του κτιρίου φαίνεται να θέλουν την ένωση της με την ήδη υπάρχουσα Στοά Ειρηνοδικείου της οδού Λυκούργου. Σήμερα ολόκληρη η στοά είναι γνωστή ως Στοά Ειρηνοδικείου και έχει πρόσβαση από τις δυο οδούς, Λυκούργου και Σταδίου. Ωστόσο, βρίσκεται σε πλήρη εγκατάλειψη και πρόσφατα σφραγίστηκαν και οι δύο εισόδοι της.

12) Στοά της Όπερας, οδός Ακαδημίας 57, κατασκευή δεκαετία του 1960
 Η συγκεκριμένη στοά έμεινε και μένει γνωστή ως στέκι των φαν της κλασικής μουσικής.

13) Στοά Πανεπιστημίου 64, οδός Πανεπιστημίου 64, κατασκευή δεκαετία του 1960
 Έχει έξοδο στην οδό Πατησίων.



Εικόνα 20. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά της Όπερας και η Στοά της Πανεπιστημίου 56.

14) Στοά Θέατρο Χατζηγρήστου, οδός Πανεπιστημίου 38, κατασκευή δεκαετία του 1960
 Πήρε το όνομα της από το ομώνυμο θέατρο που βρισκόταν στο εσωτερικό της. Όταν κατασκευάστηκε οδηγούσε σε αδιέξοδο.

2.5.8 Δεκαετία 1970-1979



Χάρτης 9. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1970-1979.

- 1) Στοά Φιξ, οδός Πανεπιστημίου 59, κατασκευή δεκαετία του 1970
Το κτίριο γραφείων με την Στοά Φιξ στο ισόγειο, αντικαθιστά υπό το σύστημα της αντιπαροχής το πρώην Μέγαρο Ρικάκη και το Θέατρο Μοντιάλ τα οποία κατεδαφίστηκαν τα πρώτα χρόνια του 1970. Σχεδιάζεται με εξόδους στις οδούς Αιόλου και Εμμανουήλ Μπενάκη.
- 2) Στοά Γ. Μάντακα, οδός Πανεπιστημίου 57, κατασκευή δεκαετία του 1970
Ακριβώς ένα τετράγωνο δίπλα στη Στοά Φιξ βρίσκεται η Στοά Γ. Μάντακα. Το ξενοδοχείο Μέγα Εθνικόν που υπήρχε στην σημερινή οδό Πανεπιστημίου 57, κατεδαφίζεται μέσα στη δεκαετία του 1970 για να δώσει τη θέση του στο νέο πολώροφο κτίριο με την αντίστοιχη στοά. Έχει έξοδο στην οδό Εμμανουήλ Μπενάκη.



Εικόνα 21. Αριστερά: Το ξενοδοχείο Μέγα Εθνικόν. Δεξιά: Η Στοά Γ. Μάντακα που κατασκευάστηκε στη θέση του ξενοδοχείου.

3) Στοά Σταδίου 5, οδός Σταδίου 5, κατασκευή δεκαετία του 1970

Το Μέγαρο Ιωάννη Βουγά, έργο του Τσίλλερ καταδαφίζεται το 1969 για να δώσει τη θέση του στο μοντέρνο πολυώροφο Μέγαρο Στάη. Η στοά έχει σχήμα κάθετου «Π» που καταλήγει ξανά στη Σταδίου 5.



Εικόνα 22. Αριστερά: Το Μέγαρο Ιωάννη Βουγά. Δεξιά: Το νέο κτίριο με την αντίστοιχη στοά που αντικατέστησε το μέγαρο.

4) Στοά Μπολάνη, οδός Βουλής 7, κατασκευή δεκαετία του 1970

Έχει έξοδο στην οδό Κολοκοτρώνη, απέναντι από το κτίριο της Παλιάς Βουλής.

5) Στοά Ιπποκράτους, οδός Ιπποκράτους 13, κατασκευή δεκαετία του 1970

Η συγκεκριμένη στοά, κατασκευασμένη τη δεκαετία του 1970, έρχεται να ενωθεί με τη Στοά της Όπερας ώστε σήμερα σε όλο της το μήκος να διατηρεί το όνομα Στοάς της Όπερας.

2.5.9 Δεκαετία 1980-1989



Χάρτης 10. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1980-1989.

1) Στοά ATRIUM, οδός Χαριλάου Τρικούπη 6-10, κατασκευή 1983

Μια νεότερου τύπου με μοντέρνα διακόσμηση στοά, ο σχεδιασμός της οποίας είναι περισσότερο μια υβριδική κατασκευή μεταξύ εμπορικού κέντρου και στοάς. Έρχεται να ενωθεί με τη Στοά του Θέατρου Χατζηγηρήστου της Πανεπιστημίου 38 ενώ ταυτόχρονα αποκτά είσοδο-έξοδο και από την οδό Ιπποκράτους. Σήμερα, ολόκληρη η στοά είναι γνωστή με το όνομα του εμπορικού κέντρου ATRIUM το οποίο βρίσκεται στο εσωτερικό της.



Εικόνα 23. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η Στοά ATRIUM από τις εξόδους Χαριλάου Τρικούπη και Ιπποκράτους.

2.5.10 Δεκαετία 1990-1999



Χάρτης 11. Αθηναϊκές εμπορικές στοές που οικοδομήθηκαν την δεκαετία 1990-1999.

1) Στοά του Βιβλίου, οδός Πεσματζόγλου 5, ίδρυση 1996

Προέκταση της στοάς Αρσακείου, στην ουσία παίρνει τη θέση που βρίσκονταν το θέατρο Ορφέας. Ιδρύεται το 1996 από την Φιλοεκπαιδευτική Εταιρεία σε μια προσπάθεια να δημιουργηθεί ένα κέντρο πολιτισμού στην Αθήνα μέσω του βιβλίου.



Εικόνα 24. Από αριστερά προς τα δεξιά: Η είσοδος της Στοάς του βιβλίου από Πεσματζόγλου και ο εσωτερικό της χώρος αντίστοιχα..

2.6 Η ΑΚΜΗ ΤΩΝ ΣΤΟΩΝ

Οι δεκαετίες του '50 και του '60 ήταν που οι εμπορικές στοές της Αθήνας γνώρισαν την άνθησή τους. Δεν είναι τυχαίο που η ακμή τους συμπίπτει με την πληθυσμιακή αύξηση και την επέκταση των ορίων της πόλης. Μέσα σε ένα διάστημα 10 χρόνων, από το 1951 μέχρι το 1961 είχε παρατηρηθεί μια ποσοστιαία αύξηση 34.3% στον πληθυσμό της Αθήνας, φτάνοντας τους 1.852.709 κατοίκους. Η πρωταρχική συσσώρευση των ανθρώπων στην Αθήνα θα άλλαζε και την όψη της, με μια σειρά από επαγγελματίες στέγες, απλούς ιδιώτες και εργαζομένους, μικροϊδιοκτήτες και μικροϋπαλλήλους. Άμεσο επακόλουθο και η εμφάνιση της μαζικής κατασκευής κατοικιών, δημοσίων κτιρίων και καταστημάτων. Η προσπάθεια απορρόφησης του κόσμου που έφθανε στην πρωτεύουσα απονέμει προνομιακότητα στον ιδιωτικό βίο. Οι αγρότες της επαρχίας γίνονται οι μαγαζάτορες που εκθέτουν τα εμπορεύματα τους στις στοές. Αυτή η συγκέντρωση των χιλιάδων ανθρώπων της επαρχίας στην Αθήνα θα τους εξασφάλιζε και τη θέση στη μαζική κοινωνία, το τοπίο της οποίας, αν και ισχνό ακόμη, δεν άργησε να συντεθεί μέσα σε λίγα χρόνια, αντανακλώντας το νέο πρόσωπο της πρωτεύουσας.

Τη στιγμή που τα κύματα αστυφιλίας μεταμορφώνουν την Αθήνα σε μεγαλούπολη, γίνεται επιτακτική η ανάγκη της συντήρησης του πληθυσμού, μέσα από την στέγαση και την εργασία. Το κτιριακό απόθεμα δεν επαρκεί, επομένως ο σχεδιασμός συνιστά την εξάπλωση της πόλης μέχρι τα άκρα, από όλες τις μεριές και ταυτόχρονα την πυκνώση στο κέντρο. Σε ένα πρώτο στάδιο οι οικοδομικές εργασίες επιβάλλουν την εκμετάλλευση ολόκληρων οικοπέδων για την ανέγερση ή ανακαίνιση κτιρίων. Σε ένα επόμενο, τα κτίρια έρχονται κοντά το ένα με το άλλο. Χαρακτηριστικά που διακρίνουν και την πόλη από την ύπαιθρο. Αυτή η εγγύτητα και η γειτνίαση των κτιρίων ήταν που ανέδειξε τις στοές στην Αθήνα. Οι αρχιτέκτονες της εποχής συλλαμβάνουν την ιδέα της διάνοιξης στοών στο ισόγειο δημοσίων κτιρίων και μεγάρων για να φιλοξενήσουν τα καταστήματα.

Αξίζει να σημειωθεί και ένα εξίσου σημαντικό γεγονός, το οποίο υπήρξε λόγος για να αναδειχθούν οι στοές: η άνοδος στη χρήση του αυτοκινήτου. Το '30 υπήρχαν περίπου 30.000 αυτοκίνητα, το '60 ο αριθμός τους είχε φτάσει τα 129.000. Το '80 θα γίνονταν 462.000. Μάλιστα, η πρώτη σηματοδότηση και τα πρώτα φανάρια τοποθετήθηκαν το 1960 για να ρυθμιστεί η συμπεριφορά των οδηγών και η κυκλοφορία, η οποία παίρνει διαστάσεις σοβαρού προβλήματος για πρώτη φορά στην Αθήνα. Το αυτοκίνητο που έδωξε από χρόνια τα άλογα, τα κάρα και τις άμαξες, απειλούσε τώρα και τους ίδιους τους διαβάτες. Εξηγούσε ρητά ότι ήρθε για να μείνει και ταυτόχρονα νοσηματοδοτούσε το ότι δρόμος, σημαίνει δρόμος για το αυτοκίνητο. Έτσι οι κάτοικοι της πόλης, σαν τις τίγρεις στους ζωολογικούς κήπους, εμφανίζονται περιορισμένοι σε ειδικές περιοχές, προστατευμένοι στα τεχνητώς κατασκευασμένα περιβάλλοντα των πεζοδρομίων, των πάρκων και των υπόγειων διαβάσεων. Οι στοές καθόλου συμπτωματικά, έρχονται να προστεθούν σε αυτήν την κατηγορία. Οι σκεπαστές στοές δεν λειτούργησαν παρά σαν ένας «ζωολογικός κήπος για τους ανθρώπους» στη μητρόπολη, χώροι προστασίας από το καυσαέριο, την ηχορύπανση και την κίνηση των αυτοκινήτων στους δρόμους.

2.7 ΤΟ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΟ ΚΛΙΜΑ ΣΤΟ ΟΠΟΙΟ ΑΝΑΔΕΙΧΘΗΚΑΝ ΟΙ ΣΤΟΕΣ

Εκείνο που είχε γίνει ξεκάθαρο τις δεκαετίες εκείνες, ήταν οι ελπίδες που πρόσφερε η Αθήνα έναντι της επαρχίας για μια καλύτερη ζωή, κυρίως μέσα από την απασχόληση. Σε μια τέτοια υπόσχεση, μια ολόκληρη γενιά που μεταναστεύει βλέπει εικόνες από την εποχή που θα την διαδεχθεί. Οι εικόνες αυτές δεν είναι τίποτε άλλο παρά επιθυμίες, προσδοκίες και ουτοπικές φαντασιώσεις που περνάνε στην υλική κουλτούρα της κοινωνίας. Στη λαμπρότητα που ακτινοβολεί η πρωτεύουσα φαίνεται μια έντονη προσπάθεια του καθενός να απομακρύνει το εαυτό του από οτιδήποτε μπορεί να θυμίζει το πρόσφατο παρελθόν, τον παραδοσιακό τρόπο ζωής, τις ανεπάρκειες της κοινωνικής οργάνωσης της επαρχίας και του κοινωνικού προϊόντος της. Ο τρόπος έκφρασης των πόθων αυτών υπήρξε το εμπόρευμα, το οποίο εμφανίστηκε σχεδόν ταυτόχρονα σε μια εποχή νεωτερισμού για την Αθήνα. Οι στοές, που διέθεταν τα εμπορεύματα στις βιτρίνες στη σειρά, επέτρεψαν τέτοιες επιθυμίες να περάσουν στη συλλογική συνείδηση. Το καινοφανές στην μοντέρνα πόλη δεν ήταν τόσο η εμφάνιση του εμπορεύματος εντός της αγοράς όσο η έκθεσή του στην βιτρίνα «όπου μαζί με την ανταλλακτική αξία, χάνει εξίσου την πρακτική σημασία της και η αξία χρήσης, για να έρθει αμιγώς στο προσκήνιο η αξία απεικόνισης». Οι στοές, οι πρόδρομοι των πολυκαταστημάτων, όφειλαν το μεγαλείο τους στη δημόσια πρόσβαση που είχαν, όπου καθένας μπορούσε να βιώσει περπατώντας σε αυτές. Είναι η εποχή όπου η Αθήνα λειτουργώντας σαν μια «πόλη-καθρέπτης» με τις βιτρίνες, αντανakλούσε την εικόνα των ανθρώπων της όχι μόνο ως παραγωγών και εργαζομένων αλλά και ως καταναλωτών.

Εκείνη την εποχή η ζωτικότητα των κοινωνικών θεσμών και διαδικασιών διαμορφώνει το πεδίο ενός κυκλοφορικού συστήματος που βασίζει την λογική του στην ίδια την κοινωνία, συνδεδεμένη με την εμπορευματική οικονομία. Αυτή η περίπλοκη έννοια της κυκλοφορίας που συλλήφθηκε και έγινε σαφής τον 19^ο αιώνα με τις Γαλλικές στοές, γίνεται την δεκαετία του '60 με τις αθηναϊκές στοές: εκεί που κυκλοφορία σημαίνει την πραγματική ανθρώπινη κίνηση, δηλώνεται εξίσου και ως κυκλοφορία εμπορευμάτων. Μπορεί να ειπωθεί ότι οι στοές φιλοξένησαν ένα «πρώτο» τοπίο κατανάλωσης μέσα στο οποίο αναδύθηκαν οι «πρώτοι» καταναλωτές της Αθήνας. Η έννοια του

«πρώτου» δεν σημαίνει ότι δεν υπήρχε κατανάλωση πριν, αλλά ότι εμφανίζεται τώρα με μια μαζική μορφή ενός πρώιμου καπιταλισμού, στην οποία δεν προστάζουν τα άτομα αλλά οι επιθυμίες τους.

Μια φροϋδική ανάλυση των στοών θα εξηγούσε: Η στοά σαν το αντίθετο του κτιρίου: αν τα πολυώροφα κτίρια της μεγαλούπολης είναι τα φαλλικά σύμβολα, τότε η στοά συμβολίζει την ενδομήτρια ύπαρξη. Η μητέρα του πρώτου καταναλωτή της Αθήνας ήταν μια στοά.

Το εγγενές δυναμικό της μαζικής παραγωγής που έπετρεψε την έκθεση του εμπορεύματος στις βιτρίνες, ήταν αναμφίβολα το στοιχείο του καινούριου που κατέκλυζε την Αθήνα. Στο ξεκίνημα αυτού που προοιωνίζεται να συμβεί, στη φαντασία των ανθρώπων υπάρχει μια πολύ θολή έγνοια για το μέλλον. Η συλλογική φαντασία τρέφεται από σύμβολα και εικόνες που αναδεικνύει η εκάστοτε εποχή. Το σύμβολο για την Αθήνα, το οποίο κινητοποιούσε όλες τις δυνάμεις, ήταν το εμπόρευμα, η έκθεση του οποίου στις βιτρίνες έγινε αντιληπτή ως ένα φαινόμενο που ήρθε αναπόφευκτα, ή τουλάχιστον συμπτωματικά. Την ίδια στιγμή, η πραγματική επιθυμία βλέπει στην αφθονία του εμπορεύματος το τέλος της υλικής δυσχέρειας, εκφράζοντας επίμονα τον πόθο της κοινωνικής ευημερίας και αρμονίας. Είναι αυτό που ο Βικτόρ Ουγκό είδε στη μαζική αναπαραγωγή: την ιστορικώς αληθή, αντικειμενική εκδοχή της θαυματουργής μοιρασιάς του ψωμιού από τον Χριστό για να τραφούν τα πλήθη. Στην «επιθυμητική εικόνα» αυτή, μεγαλύτερο μερίδιο κατέχει το συλλογικό ασυνείδητο παρά η συνείδηση της κοινωνίας. Ο Μπέγκνιαμιν εξηγούσε στο έργο του ότι μια νέα μόδα, τεχνολογία, αρχιτεκτονική ή οτιδήποτε το καινούριο που προσπαθεί να υπαχθεί στις εμπειρίες της πόλης, αναζωογονεί σε ονειρική μορφή εικόνες του παρελθόντος (νεοκλασικισμός, κατασκευές από σίδηρο και γυαλί κ.α.). Η σύμμιξη αυτή δεν αφορά την λύτρωση από αυτό, αλλά την επιθυμία επιστροφής στη μυθική εποχή, όταν οι άνθρωποι ήταν συμφιλωμένοι με τον φυσικό κόσμο. Οι «συλλογικές επιθυμητικές εικόνες» όπως τις χαρακτήριζε, δεν είναι τίποτε άλλο από αυτήν την επίκληση. Επειδή όμως αυτό ο συμβολισμός παρέμενε χωρίς επίγνωση, το συλλογικό δεν γνωρίζει καν ότι ονειρεύεται με αποτέλεσμα όταν το εμπόρευμα εμφανίζεται στις βιτρίνες σαν να έπεσε από τον ουρανό, το σύμβολο να γίνεται φετίχ και το όνειρο γυρνά σε παραίτηση. Έτσι ο χαρακτήρας της επιθυμίας για ευτυχία στρεβλώθηκε, δημιουργώντας εντελώς νέες μορφές ύπαρξης, συμπεριφοράς και κοινωνικών τύπων, όπου ακόμα και σήμερα γίνεται πάντα ορατό το αποτύπωμά τους στις διάφορες διαμορφώσεις της ζωής.

2.8 ΤΟ ΠΛΗΘΟΣ, Ο ΣΥΛΛΕΚΤΗΣ και ΟΙ ΕΠΙΓΡΑΦΕΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Το πλήθος

Οι στοές, σαν χώροι εμπορικοί, επιτυγχάνοντας μια μερική συγκέντρωση των ανθρώπων της πόλης, συστήνουν το πλήθος. Το χαρακτηριστικό του πλήθους, να αφομοιώνει τον καθένα και ταυτόχρονα να πολλαπλασιάζεται ραγδαία, είναι το στοιχείο που το μεταβάλλει σε μάζα. Στη φυγόκεντρο δύναμη του εμπορεύματος παρασύρεται η μάζα. Η μοντέρνα μορφή του κοινωνικού τύπου αυτού, που συνθέτει τη μάζα βρήκε την πλήρη της έκφραση μέσα στις στοές. Το βλέμμα του περιπλανώμενου μέσα σε αυτές θυμίζει την φυσιογνωμία του αποξενωμένου ατόμου μιας μεγαλούπολης. Εκείνο που ψάχνει είναι καταφύγιο μέσα στο πλήθος. Η δίνη του πλήθους που συνωστίζεται, είναι το πέπλο με το οποίο η στοά συνθέτει το φαντασμαγορικό τοπίο. «Το

φαντασμαγορικό τοπίο αυτό, στο οποίο η πόλη εμφανίζεται με τη μορφή άλλοτε ενός «δωματίου» (στοά) άλλοτε με τη μορφή ενός αστικού τοπίου, φαίνεται να έχει εμπνεύσει τη διακόσμηση των σύγχρονων πολυκαταστημάτων. Οι προκάτοχοι ενός τέτοιου σκηνοικού ήταν οι στοές».

Ο Μπένγιαμιν διερωτώνταν για την εποχή του: «Ίσως η καθημερινή όψη ενός κινούμενου πλήθους παρουσιάστηκε κάποτε ως ένα θέαμα στο οποίο έπρεπε πρώτα να προσαρμοστεί το μάτι. [...] ότε δεν είναι ανεδαφική η εικασία ότι, έχοντας διευθετήσει αυτό το καθήκον, το μάτι υποδέχθηκε με ευχαρίστηση κάθε ευκαιρία που του παρουσιάζονταν, ώστε να επιβεβαιωθεί ότι κατέχει τη νέα αυτή ικανότητα. Η μέθοδος της μπρεσιονιστικής ζωγραφικής, στην οποία η εικόνα αναδύεται μέσα από το ένα όργιο χρωματιστών κηλίδων, θα μπορούσε έτσι να αποτελεί μια αντανάκλαση της εμπειρίας με την οποία αναγκάστηκε να εξοικειωθεί ο κάτοικος της μεγαλούπολης». Ίσως έναν τέτοιο συσχετισμό μπορούμε να διακρίνουμε και στις τέχνες του 20^{ου} αιώνα, κυρίως στη μουσική και στην αφηρημένη ζωγραφική.

Η αίσθηση της όρασης, μάλιστα και η πιο ευκολοπλάνητη από τις υπόλοιπες, έπαιξε κυρίαρχο ρόλο στην αντίληψη του χώρου στη μοντέρνα πόλη. Μιλώντας συγκεκριμένα, ο ρυθμός της μεγαλούπολης που ανέπτυξαν μεγάλα αστικά κέντρα στην Ευρώπη στα τέλη του 19^{ου} και στις αρχές το 20^{ου} θα εμφανίζονταν στην Αθήνα αρκετά χρόνια αργότερα. Το μεγάλο κύμα αστυφιλίας που παρατηρήθηκε από την δεκαετία του '60 θα αλλάξει καθοριστικά το τοπίο της πρωτεύουσας: μαζική κατασκευή κατοικιών από σκυρόδεμα, χρήση αυτοκινήτου, μαζικό εμπόριο, κοσμική ζωή, μόδα, διαφημίσεις κλπ. Η καθυστέρηση αυτή και μάλιστα βεβαιωμένη, μαρτυρά μια αβεβαιότητα και μια ασάφεια που αντιστοιχεί στην πολιτική λειτουργία των υποκειμένων που συγκροτούν αυθαίρετα μια κοινότητα. Η συνένωση απομονωμένων ανθρώπων διαφορετικών περιοχών της επαρχίας ως από κοινού απομονωμένοι, πλέον μέσα στην πόλη, θα τους ανάγκαζε να εξοικειωθούν με την εξής εμπειρία: το βίωμα της συμμετοχής τους σε μια κοινωνία «μόνο με μια μεμονωμένη, αποξενωτική αίσθηση, ως ανώνυμα συστατικά του πλήθους». Το στοιχείο της μοντέρνας πόλης ήταν η θέα του πλήθους. Η ανθρώπινη κίνηση διασταυρώνει τα βλέμματα. Οι κάτοικοι της Αθήνας περνούν ο ένας δίπλα από τον άλλον, αλληλοκοιτάζονται για μια στιγμή, ύστερα συνεχίζουν την πορεία τους. Βλέμματα περιφρόνησης; Μίσους; Κατάπληξης; Κακεντρέχειας; Γοητείας; Θαυμασμού; Μόνοι οι ίδιοι ξέρουν. Ότι και να 'ναι δεν ανταλλάσσουν κουβέντα. Ο χώρος στον οποίον ζουν, εργάζονται, περιπλανιόνται γίνεται «ένα περιβάλλον ξένων όπου πολύ άνθρωποι όλο και περισσότερο μοιάζουν αναμεταξύ τους αλλά δε γνωρίζονται». «Το ίδιο το πλήθος μετατράπηκε σε θέαμα». Το κλειδί στην κατανόηση μιας τέτοιας συμπεριφοράς βρίσκεται στο ότι τέτοια περιστατικά βιώνονται ταυτόχρονα από τον καθένα. Εμπειρίες σαν και αυτές βρήκαν καταφύγιο μέσα στις στοές όπου τα στενά περάσματά τους έκαναν ευκολότερο τον συνωστισμό, φέρνοντας πιο κοντά τα πρόσωπα. Εκφράστηκαν επίσης έντονα στα μέσα μαζικής μεταφοράς, κυρίως μεγάλων αποστάσεων.

Από οπτικοακουστικό ντοκουμέντο για τη στοά Λυκούργου στην Ομόνοια: «Το 1964 η στοά έσφυζε από κόσμο. Υπήρχαν δίπλα τα ξενοδοχεία: «Μίνως», το «Ελ Γκρέκο» στη Λυκούργου, ο «Αστήρ» στην Ομόνοια και στη συγκεκριμένη στοά στο κτίριο υπήρχε η Στατιστική Υπηρεσία. Στεγάζονταν το εστιατόριο «Αττικό» ένα από τα καλύτερα εστιατόρια της εποχής εκείνης. Τα καταστήματα που είχε ήταν καταστήματα νεωτερισμών με ρούχα. Κάθε Σάββατο που πληρώνονταν οι οικοδόμοι δε χωρούσε να περάσει άνθρωπος. Γιορταστική ατμόσφαιρα, πολλές

κόσμος. Τα μαγαζιά δεν κατεβάζαν ρολά. Φωταγωγούσε όλη η στοά. Στο υπόγειο της στοάς υπήρχαν 52 καταστήματα, 104 άτομα απασχολούμενοι». Για τη Στοά στην Σταδίου 39: «Έπρεπε να σπρωχτείς για να περάσεις». (από την εκπομπή «Τα Στέκια-Στοές της πόλης») Για τη Στοά Αρσακείου: «Κάποτε σου έβγαινε ο ώμος να περάσεις απ' τη στοά απ' τον κόσμο, τώρα δεν πατάει ψυχή». Θυμόμαστε εδώ, αυτό που έγραφε ο Μπωντλαίρ: «Η ευχαρίστηση που νιώθει κανείς μέσα στο πλήθος είναι η μυστηριώδης έκφραση της αισθητηριακής απόλαυσης που προκαλεί ο πολλαπλασιασμός των αριθμών».

Ο συλλέκτης

Οι στοές, οι «ονειρικοί οίκοι» του πρώτου καταναλωτή της Αθήνας, λειτούργησαν σαν χώροι συγκέντρωσης εμπορευμάτων. Στις επαγγελματικές στέγες που δραστηριοποιούνταν είναι άξιες προσοχής εκείνες που επέτρεψαν την ανάδυση της φιγούρας ενός νέου κοινωνικού τύπου, πέρα από τον γνωστό καταναλωτή: εκείνη του συλλέκτη. Η γενεά που γνώρισε την ακμή των στοών ήταν η γενεά που μάζευε γραμματόσημα, παλιά νομίσματα, αντίκες, κομπολόγια κ.α. «Η Στοά της Σταδίου 39 όπως και η Στοά της Όπερας είναι στοά συλλεκτική, δηλαδή είναι πιάτσα συλλεκτικών ειδών». «Παλιά υπήρχαν 30 καταστήματα γραμματοσήμων τώρα είναι ζήτημα να είναι 4-5. Και όλα ήταν στις στοές γιατί τα γραμματόσημα δεν καταστρέφονται από τον ήλιο. Αν ήταν σε πρόσοψη τα χρώματα θα έσβηναν».(από την εκπομπή «Τα Στέκια-Στοές της πόλης»).

Το μικρό μέγεθος των γραμματοσήμων κάνει εύκολη τη συλλογή και τοποθέτηση τους. Καταγράφουν μια ολόκληρη εποχή, τα γεγονότα, τους ανθρώπους. Η υψηλή τους ζήτηση φέρνει και υψηλές τιμές. Ο συλλέκτης αποτρέπει από τα αντικείμενα να γίνουν άχρηστα, αποκτώντας τα. Το πλεόνασμα της παραγωγής που δεν μπόρεσε να αποκτήσει ισχυρή ανταλλακτική αξία, αναζητείται τώρα στα χέρια του, μέσα από την αναγνώριση του σαν εμπόρευμα: «η θρησκευτική σπονδή προς την κυρίαρχη ελευθερία του εμπορεύματος». Στην μεταμόρφωση αυτή, η αξία που τους προσδίδει είναι μια αξία γνώσης, εκείνη που κατέχει μόνο ένας ειδήμονας, παρά μια αξία χρήσης. «Ο πραγματοποιημένος άνθρωπος διαφημίζει την απόδειξη οικειότητάς του με το εμπόρευμα». Το ζωντανό σώμα συνδέεται με έναν ανόργανο κόσμο. Η ανησυχία του συλλέκτη γραμματοσήμων μοιάζει πολύ με την εμμονή και την επανάληψη ενός άλλου κοινωνικού τύπου: του τζογάδου που γνωρίζει καλά το παιχνίδι, ποια ζαριά ή ποιο φύλλο είναι καλό, ποιο σπάνιο και ποια η αξία του.

«Το σημαντικό στη συλλεκτική δραστηριότητα είναι ότι το αντικείμενο αποσπάται από κάθε πρωταρχική χρηστική λειτουργία με σκοπό να εισέλθει στη νοητή σχέση των πραγμάτων του ίδιου είδους. Η σχέση αυτή είναι αντιδιαμετρικά αντίθετη της χρησιμότητας [...]. Είναι η μέγιστη προσπάθεια να ξεπεραστεί ο παράλογος χαρακτήρας της απλής, χειροπιαστής παρουσίας του αντικειμένου μέσω της ενσωμάτωσής του σε ένα νεό, ρητώς επινοημένο σύστημα: τη συλλογή».

Τι όμως οδήγησε στην ανάδυση τέτοιων συμπεριφορών και κατ' επέκταση τέτοιων εμπορικών χώρων και αποθεμάτων; Η σύλληψη αυτού γίνεται έχοντας μια ολοκληρωμένη εικόνα για τη ζωή στη Αθήνα, την εποχή που έλαμψαν οι στοές, τη δεκαετία του '60. Ο αθηναιογράφος Γιάννης Καιροφύλας στο βιβλίο του «Η Αθήνα στη δεκαετία του '60» δίνει μια λεπτομερή εικόνα τη ζωής: μεγάλα κύματα εσωτερικής μετανάστευσης, αυθαίρετη δόμηση και επεκτατισμός της πόλης

χωρίς σχέδια και προγραμματισμούς, συγκλονιστική άνοδος στη χρήση του αυτοκινήτου αλλά και των τροχαίων, πολιτικές ανακατάξεις, μεγαλοεπίβολα σχέδια που έμεναν υποσχέσεις σαν λάμπεις βεγγαλικών, γραφειοκρατία, προβλήματα στη στέγαση λόγω της αστυφιλίας ώστε «σημαντικός αριθμός οικογενειών ζούσε σε πρωτόγονες καλύβες, τρώγλες, ανθυγιεινά οικήματα και υπόγεια», άνιση ανάπτυξη περιοχών, κακές συγκοινωνίες σε σημείο που λειτουργούσαν ακόμη και «πειρατικά» ταξί, ρύπανση στην ατμόσφαιρα, έλλειψη πράσινου (4.296 κάτοικοι ανά εκτάριο πράσινου), προβλήματα ύδρευσης, εντατικότερος τρόπος ζωής, αλλαγές στην οικογένεια με τη είσοδο της γυναίκας στην εργασία, τζόγος. Στην απαρίθμηση των παραπάνω εξηγεί: «Η Αθήνα ζει, αλλά κλινικώς, όπως θα λέγανε οι γιατροί είναι νεκρή. Αυτή η φράση, που δεν έκλεινε καμία υπερβολή ελέγχθη σ' ένα συνέδριο αρχιτεκτόνων και προκάλεσε μεγάλη εντύπωση». Για να καταλήξει γράφοντας: «Οι σαρωτικές αλλαγές που είχαν γίνει τα δέκα τελευταία χρόνια σ' αυτήν την πόλη και στην κοινωνία των ανθρώπων που την κατοικούσαν, δεν μπορούσαν να κάνουν κανένα αισιόδοξο. Έμοιαζαν όλοι σκεπτικοί, προβληματισμένοι, ανήσυχοι, μετανοημένοι και κάπως σκυθρωποί». [...] Χρόνια ολόκληρα μια μονοτονία που σ' έκανε να πλήττεις».

Η κατοχή σχετίζεται με την αφή, συγκρούεται με το βλέπειν που εξασκεί το πλήθος. Το κρυμμένο κίνητρο του συλλέκτη βρίσκεται στην εξής επιθυμία: ο αγώνας του ενάντια στη σύγχυση. Σε μια πόλη σαν την Αθήνα που ξεκίνησε από το '60 και μετά να λαμβάνει μέρα με τη μέρα διαστάσεις και ρυθμούς γιγαντούπολης, εμφανίζεται σχεδόν ταυτόχρονα και η παθογένεια μιας κοινωνίας: κοινωνικός διαχωρισμός, αποκλεισμός ομάδων, έγκλημα, αστάθεια, αβεβαιότητα, περιθωριοποίηση, πλήξη, σοκ. Το τοπίο της Αθήνας άλλαζε, αλλά παρέμενε από κάθε άποψη το ίδιο: το ίδιο κύκλωμα από κατοικίες, γραφεία, αυτοκινητόδρομους, διακοπές κ.α. Στο θέαμα αυτό, της εικόνας μιας πόλης, ο συλλέκτης είναι ο άνθρωπος που θα βάλει «τα πράγματα σε μια σειρά, θα συσχετίσει τα μεταξύ τους όμοια και τους δώσει μια εξήγηση». Είναι η προσπάθειά του να δημιουργήσει το παρόν απέναντι στο σοκ του πολιτισμού και τη μονοτονία, που οδηγούν σε μαρασμό την εμπειρία στην μεγαλούπολη. Αποκόπτοντας τα αντικείμενα από την προηγούμενη χρήση τους, αυτά εισέρχονται στη σφαίρα της συλλογής του. Σαυτήν «κάθε πράγμα γίνεται μια εγκυκλοπαίδεια όλης της γνώσης της εποχής του, του τοπίου, της βιομηχανίας και του ιδιοκτήτη από τον οποίο προέρχεται». Δεν θα πρέπει να ξεχνάμε, ότι η συλλεκτική δραστηριότητα έρχεται σε αντίθεση με τη διασπορά, δηλαδή την απόσταση που οργανώνει η ανωνυμία του πλήθους στην πρωτεύουσα, τα ίδια τα αντικείμενα συλλογής δεν είναι διασκορπισμένα: ο συλλέκτης γραμματοσήμων προμηθεύεται το κατάλληλο άλμπουμ για τα γραμματόσημα, τα παλιά νομίσματα έχουν τις ειδικές θήκες τους, οι αντίκες του βρίσκονται στο ράφι σε σειρά.

Η γοητεία που ασκούν τα αντικείμενα συλλογής του, επιτρέπει οτιδήποτε έχει βιωθεί, υπάρξει ή τελοσπάντων εμπεριέχεται στη συνείδηση να εισέρχεται στο παρόν. Δεν είναι τυχαίο που τα αντικείμενα συλλογής επικαλούνται το παλιό και τη φύση. Ο συλλέκτης μαζεύει αρχαία νομίσματα, αντίκες ενώ τα γραμματόσημα απεικονίζουν ιστορικά γεγονότα και πρόσωπα, ζώα, έντομα ή τοπία. Η συλλεκτική δραστηριότητα είναι μια μορφή «πρακτικής ενθύμησης» όπου «τα πράγματα εισέρχονται στη ζωή μας αλλά όχι εμείς σε αυτά» (όπως και το σουβενίρ ή το αναμνηστικό δώρο). Είναι η διαφήμιση της συνειδητής κυριαρχίας του ανθρώπου πάνω στη ιστορία του και παράλληλα η απόδειξη συμφιλίωσής του με τη φύση. Μια τέτοια αλληγορία, η οποία εκφράζεται σε κάθε νέα μόδα, αρχιτεκτονική ή τεχνολογία, βρίσκει έδαφος και στο ίδιο το εμπόρευμα στις διάφορες μορφές του. Η αντανάκλαση αυτή, είναι η προσπάθεια του ατόμου να

αναγνωρίσει τον εαυτό του μέσα σε μια αφιλόξενη μεγαλούπολη και ταυτόχρονα να αναγνωρισθεί από τους άλλους. Επειδή όμως, αυτή η πράξη δεν εκφράζεται μέσω μιας γνώσης καθεαυτής αλλά, από ενθυμήματα, δηλαδή από τα εμπορεύματα που προμηθεύεται από τις στοές, δεν εκδηλώνει παρά μια αυταπάτη που αναβάλλει κάθε πράξη ουσιαστικού προβληματισμού πάνω στην πόλη και στα γεγονότα.

Σύγχρονοι συλλέκτες: οι γυναίκες. Η μόδα σήμερα, έχει καταφέρει να συνδεθεί με κάθε μέρος του σώματος της, καταργώντας κάθε σύνορο μεταξύ υποκειμένου και αντικειμένου. Ρούχα για κάθε μέρα, για βραδινή έξοδο, για την εργασία, για το σπίτι, καλλυντικά, βραχιόλια, δαχτυλίδια, κότσοι για τα μαλλιά. Η γενεά μας, συλλέγει τα εισιτήρια έπειτα από μουσικές παραστάσεις, συναυλίες, εκδηλώσεις και φεστιβάλ. Στη Στοά Καραλοπούλου στη Πανεπιστημίου 42 υπάρχει το εκδοτήριο που ο κόσμος τα προμηθεύεται. Τα σύγχρονα σούπερ μάρκετ και τα πολυκαταστήματα προσφέρουν συλλεκτικά μικρο-αντικείμενα τα οποία δεν αγοράζονται αλλά προσφέρονται, σαν μια παρωδία του χαρίσματος, ως δώρα που συνοδεύουν τις πωλήσεις. Μια νέα κοινωνική μορφή συλλέκτη που ανέδειξε η μεγαλούπολη: ο ρακοσυλλέκτης. Η φιγούρα του, να διασχίζει του δρόμους με πλαστικές σακούλες, καρότσια και σακίδια στα χέρια και στους ώμους, θυμίζει με έναν χυδαίο τρόπο, την εικόνα του καταναλωτή που εξέρχεται από τα καταστήματα φορτωμένος με τσάντες, ύστερα από τις αγορές του.

Οι επιγραφές της διαφήμισης

Προσποιείται ότι χαζεύει τις βιτρίνες μα στην πραγματικότητα ψάχνει κάτι να αγοράσει. Σε ένα ενδιάμεσο στάδιο πατρωνάρεται ακόμα, αλλά γρήγορα αρχίζει να μαθαίνει το ρόλο του στην αγορά: εκείνον του ανιχνευτή της αγοράς. Καθοριστικό στάδιο για μια τέτοια συμπεριφορά αποτέλεσαν οι διαφημιστικές εικόνες.

«Οι διαφημίσεις είχαν αρχίσει να είναι αναπόσπαστο μέρος της καθημερινής ζωής του Αθηναίου. Γιγαντώθηκε ο αριθμός τους. Οι εφημερίδες και τα περιοδικά ήταν γεμάτα από διαφημίσεις προϊόντων, επιχειρήσεων και καταστημάτων. Το ραδιόφωνο το ίδιο[...]. Την Άνοιξη του 1963 ένας αληθινός ποταμός διαφημίσεων, κατακλύζει τα έντυπα. Είναι η εποχή που ο Αθηναίος και γενικότερα ο Έλληνας, αρχίζει να εθίζεται στις διαφημιστικές καμπάνιες των επιχειρήσεων και συγχρόνως να επηρεάζεται και να γίνεται μέλος της αναπτυσσόμενης καταναλωτικής κοινωνίας, που είχε από χρόνια εμφανιστεί στην Ευρώπη και πιο πριν στην Αμερική[...]. Ο αθηναϊκός Τύπος γνώρισε κατά τη διάρκεια του 1963 ιδιαίτερη άνθηση στα οικονομικά του, από τις πολλές εισπράξεις που εξασφάλιζε λόγω της διαφήμισης που κυριαρχούσε πια και κάλυπτε σημαντικό χώρο εσωτερικών κυρίως σελίδων των εφημερίδων μεγάλης κυκλοφορίας». (Γ. Καιροφύλας «Η Αθήνα στη δεκαετία του '60»)

«Οι διαφημιστικές εικόνες προσπαθούν να «εξανθρωπίσουν» τα προϊόντα, προκειμένου να διαψεύσουν τον εμπορικό τους χαρακτήρα». Η ταμπέλα πάνω από τα μαγαζιά των στοών έφερε συχνά το επίθετο του ιδιοκτήτη του καταστήματος. Έστω και με έναν ασύνειδο τρόπο, η προσπάθεια αυτή θέλει να πετύχει μια «σύνδεση μεταξύ τεχνολογικών δυνάμεων και κοινωνικών επιθυμιών». Η σύνδεση του ζωντανού σώματος με έναν ανόργανο κόσμο. Η ονοματοθεσία των καταστημάτων πέρα από την απλή διάκριση των προϊόντων που επιβάλλεται όταν υπάρχει η

μαζική αγορά, πόσο μάλλον στις στοές όπου οι βιτρίνες είναι σε σειρά, υποβάλλει και την ένδειξη ότι ο άνθρωπος έχει οικειοποιηθεί απέναντι στη νέα αυτή «φύση», δηλαδή την μαζική παραγωγή που επέτρεψε η τεχνολογική πρόοδος. Όπως προηγούμενα έδωσε ονόματα στα υπόλοιπα επιτεύγματα που διαμόρφωσαν την μοντέρνα πόλη π.χ. σε έναν αυτοκινητόδρομο ή με τις οδούς των κατοικιών, διαδηλώνει τώρα ότι το εμπόρευμα, το οποίο έμελλε να αποτελέσει την κινητήρια δύναμη μιας οικονομίας με δείκτες, ποσοστά, γραφικές παραστάσεις, δεν ήταν κάτι ξένο που έπρεπε να συμφιλιωθεί ο κάτοικος, αλλά φέρει πλέον την προσωπικότητά του με την ετικέτα.

2.9 ΤΟΠΟΙ ΔΙΑΜΟΝΗΣ

Οι στοές σαν χώροι που αντικατέστησαν την κατοικία: Η δεκαετία του '60 όπως δείχθηκε και προηγούμενα, άλλαξε καθοριστικά τον τρόπο ζωής στην Αθήνα. Αντλώντας από τις σημειώσεις του Γ. Καιροφύλα, ο Αθηναίος και η Αθηναία περνάνε περισσότερη ώρα έξω από την κατοικία τους, τρώνε «στο πόδι» κάτι πρόχειρο και ο ίδιος εξηγεί την αλλαγή στο τρόπο φαγητού, με την αύξηση των τυροπιτάδικων και των σουβλατζιδικών. Το τραπέζι στο σπίτι γίνεται απλά ένα έπιπλο. Σαν επακόλουθο, αλλάζει και η δομή της οικογένειας. Οι Αθηναίες εισέρχονται για τα καλά σε εργασιακούς χώρους, απασχολούμενες μάλιστα και ίδιες ώρες με τους Αθηναίους. «Το 1962 η Αθηναία και η Ελληνίδα γενικότερα, είχε μπει για τα καλά στο χώρο τον επαγγελματικό. Πολλές ήταν οι γυναίκες που δούλευαν ήδη σε εργοστάσια, σε βιοτεχνίες, σε καταστήματα ως υπάλληλοι, στον δημόσιο τομέα και στις τράπεζες». Ακόμη και η ίδια η μόδα δεν την προορίζει για μια καθιστική ζωή μέσα στην οικογένεια. Ο τρόπος ντυσίματος δίνει την αίσθηση της κίνησης και δείχνει να την διευκολύνει. «Η γραμμή προβλεπόταν ευκίνητη, κυματιστή, φλου [...]. Χτένισμα σουφραζέτας, ύφος 1925 και άπειρη ελευθερία διαλογής, υπαγόρευαν οι έχοντες τα προστάγματα. Φορέματα από κρεπ, μαύρα, ελαφρά ντραπέ, άφηναν το σώμα ελεύθερο». Πολύ σημαντικό ότι και η παράδοση, που μόλις μερικά χρόνια πριν ήταν αποκλειστική λειτουργία και καθήκον της οικογένειας να την μεταδώσει από γενέα σε γενέα, προσλαμβάνεται πλέον από την όποια εμπειρία που αποκτά κανείς σαν θεατής έξω, από τα γεγονότα στη μοντέρνα πόλη και τα μέσα ενημέρωσης. Για την γενέα που γνώρισε αυτές τις αλλαγές στην Αθήνα από την ρίζα τους, το πιο πρόσφατο παρελθόν, τώρα φαντάζει μακρινό.

Ο Φρόντ χρησιμοποίησε το όρο «επένδυση» για να περιγράψει μια διαδικασία με την οποία μια ποσότητα ψυχικής ενέργειας επισυνάπτεται σε μια ιδέα. Για το άτομο, η κατοικία είναι ο χώρος που δίνει την αίσθηση του οικείου. Σε μια εποχή που ο χρόνος κυλά περισσότερο εκτός παρά εντός της, η ιδέα αυτή «επενδύεται» εκ νέου για να διαφυλάξει αυτό το αίσθημα. Η «μετατόπιση» αυτή γίνεται μέσα στις στοές. Η στοά μέσα από την οποία ο αστικός χώρος εμφανίζεται με τη μορφή ενός «δωματίου» αντικαθιστά τα δωμάτια της κατοικίας. «Οι στοές είναι ο τόπος διαμονής του συλλογικού. Εν μέσω αυτών, βιώνει, αποκτά εμπειρίες, μαθαίνει και επινοεί όλα όσα προσλαμβάνουν τα άτομα υπό την προστασία των τεσσάρων τοίχων του σπιτιού τους». Οι φωτεινές επιγραφές της διαφήμισης δε διαφέρουν από μια φτηνή ελαιογραφία αστικού σαλονιού. Η εφημερίδα που διαβάζει στα καφέ είναι η βιβλιοθήκη του, το χασομέρι στις βιτρίνες το ζάπινγκ αργότερα, στην τηλεόραση μετά τη δουλειά. Ακόμα και η μανία της συλλογής από φλιτζάνια, μικρά πιατάκια και κρυστάλλινα ποτήρια, που διακοσμούσαν τα ράφια του σύνθετου επίπλου της κατοικίας, «επενδύθηκε» μέσα στις στοές με την συλλογή μικρο-αντικειμένων: των

γραμματόσημων, των νομισμάτων κλπ. Ωστόσο, πίσω από τέτοιες επιθυμίες μπορούσαν να βρεθούν και όλες οι στρεβλώσεις της αστικής συνείδησης: μέσα από τον φетиχισμό του εμπορεύματος και την εκπραγμάτωση, την μόδα, την συλλεκτική δραστηριότητα, τον τζόγο. Η περιπλάνηση στη στοά και το χάξιμα είναι το επιτήδευσμά του. Τελευταία του στάση, το στέκι του.

Η οικειοποίηση του αστικού χώρου δεν είναι παρά η επιθυμία του ανθρώπου να επαναπροσδιορίσει το αίσθημα του ανήκειν σε μια αφιλόξενη μεγαλούπολη. Όταν τόπος συγκέντρωσης παύει να είναι η κατοικία γίνεται επιτακτική η ανάγκη επικοινωνίας. Οι Αθηναίοι πάνω σε αυτήν την προσπάθεια, ανακαλύπτουν τα στέκια τους. Μέσα στα στέκια, η σχέση επικοινωνίας συλλαμβάνεται πλέον υπό την σχέση καταστηματαρχη-πελάτη. Ο μικρός χώρος που καταλαμβάνουν τα καταστήματα των στοών επιτρέπει μια πιο οικεία σχέση, αντίθετα με το πολυκατάστημα, έτσι ώστε κάθε καταστηματαρχής έχει τους πελάτες τους και οι τελευταίοι το στέκι τους. Η σχέση αυτή δεν είναι πρωτοφανής, ωστόσο, το καινοφανές στοιχείο που την διακρίνει από προηγούμενα είναι ότι το πληθωρικό εμπόρευμα στις βιτρίνες δίνει την δυνατότητα της επιλογής.

Γραφικό στέκι της Αθήνας το μπαρ του Απότσου στη στοά της Πανεπιστημίου 10 στα τέλη του '60. Η ίδια η στοά έφερε το όνομα του ουζερι: Στοά Απότσου. Αξίζει προσοχής η συλλεκτική δραστηριότητα του συγκεκριμένου: «Γεμάτοι οι τοίχοι από αφίσες για ποτά, μπισκότα κλπ. Πολλές έχουν ζωή ενός αιώνα. Άλλες είναι νεότερες. Ένα μικρό μουσείο αφίσας με βασικό θέμα τα κρασιά, την μπύρα, την σαμπάνια, το ουίσκι και το κονιάκ. Πώς άρχισε η συλλογή; Συμπτωματικά. Τα ξένα εργοστάσια, που έστελναν απευθείας τα προϊόντα τους στο γερο-Απότσο, έβαζαν μέσα στα κιβώτια και τις διαφημιστικές αφίσες της εποχής». Στην καταναλωτική κοινωνία, όλοι είναι συλλέκτες αντικειμένων. Η Λέσχη του Δίσκου ήταν το στέκι των φίλων της κλασικής και της τζαζ μουσικής στη Στοά της Όπερας, στην οδό Ακαδημίας. Κλασικό σημείο συνάντησης για τους φανατικούς του είδους που βρίσκονταν στην πάντα καλά ενημερωμένη «Λέσχη» και μετά έπιναν τον καφέ τους στο γειτονικό καφέ, δεξιά του καταστήματος. Το καφενείο του Σιγάλα στην Στοά Αρσακείου υπήρξε στέκι πολιτικών ήδη από το 1900. Στέκια πολλών συλλεκτών εκείνης της εποχής ήταν τα καταστήματα με συλλεκτικά που στεγάζονταν διάσπαρτα σε διάφορες στοές. Στέκια σαν κι αυτά σήμερα δεν υπάρχουν ή αναβιώνουν με μια εντελώς διαφορετική μορφή. Το μπαρ του Απότσου έχει κλείσει και στη θέση του λειτουργεί εστιατόριο υψηλής γαστρονομίας. Το ιστορικό δισκοπωλείο η Λέσχη του Δίσκου αφού στεγάστηκε αργότερα στον «Ελευθερουδάκη», κλείνει μέσα στα πρώτα χρόνια της κρίσης. Το καφενείο του Σιγάλα δεν υπάρχει πλέον ενώ η Στοά Αρσακείου έχει πλήρως ερημώσει από καιρό. Η συλλεκτική δραστηριότητα γραμματοσήμων, νομισμάτων κ.α. δεν γνωρίζει ιδιαίτερη απήχηση σήμερα, οπότε και ο αριθμός των αντίστοιχων καταστημάτων έχει μειωθεί.

Η αίσθηση του οικείου εκφράστηκε πολύ καλύτερα αργότερα, μέσα στα πολυκαταστήματα, στοιχείο που καθόρισε και την παρακμή των στοών. Το ασφαλές περιβάλλον που δημιουργήσαν τα πολυκαταστήματα με τα ζωντανά χρώματα, τις γυάλινες όψεις, την σαφής τοποθέτηση της εισόδου και την υπερβολική φωταγώγηση των πατωμάτων τους θάμπωναν το πλήθος. Η διακόσμηση έπαιξε μεγάλο ρόλο, πείθοντας ότι όλα σε αυτόν τον χώρο είναι προβλέψιμα και αξιόπιστα. Το πολυκατάστημα θα αποτελέσει τόπο συνάντησης και επικοινωνίας της οικογένειας του απαλλαγμένου από εργασίας χρόνου: τα σαββατοκύριακα και τις γιορτές. Για παράδειγμα,

αξιοσημείωτη περίπτωση είναι η Στοά Κόνιαρη-Μελά στην Ερμού, η οποία στις αρχές του 21^{ου} ανακαινίστηκε ολόκληρη σε κατάστημα για λογαριασμό της εταιρείας ρούχων H&M.

3. ΈΡΕΥΝΑ

3.1 ΣΥΝΤΑΞΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Η εργασία, μέχρι αυτό το σημείο μιλούσε για το γενικότερο κλίμα που επικράτησε τις δεκαετίες του '50 και '60 στην Αθήνα και πως μέσα σε αυτό αναδείχθηκαν και συμμετείχαν οι εμπορικές στοές. Το ενδιαφέρον εδώ είναι να δούμε με ποια μορφή αυτές παρουσιάζονται στο παρόν. Αρχικά κατά πόσο και πως οι στοές, πετυχαίνουν να ασκούν επιρροή στους ανθρώπους της σημερινής εποχής, στο βαθμό που θα μας επιτρέπει να λέμε ότι συνιστούν τη συγκέντρωση ενός πλήθους. Σίγουρα, η μελέτη πρέπει να αναζητήσει τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα αυτού του πλήθους, θέλοντας παράλληλα να διακρίνει αν η κινητήρια δύναμη που κάνει κάποιον να χρησιμοποιεί τις στοές έχει να κάνει αυστηρά με την κατανάλωση, δηλαδή με το τι βρίσκει κανείς στα καταστήματα που υπάρχουν ή αν επηρεάζουν μια τέτοια επιλογή άλλοι παράγοντες όπως η εσωτερική διακόσμηση του χώρου, η εγγύτερη περιοχή που βρίσκεται η στοά ή ο κόσμος που συναντά κανείς μέσα σε αυτήν. Στην ουσία ενδιαφέρει, το κατά πόσο αυτή η πρακτική του βλέπει, στη μορφή που εξασκείται σήμερα, επηρεάζει τις αποφάσεις, τις δραστηριότητες και τις εμπειρίες στις στοές, σαν χώρους έκθεσης των εμπορευμάτων που συναλλάσσεται η μοντέρνα κοινωνία. Θα χρειαστεί να δούμε την μορφή που παίρνει και νοείται η κατανάλωση μέσα σε αυτές και πως επηρεάζει την ταυτότητα του χώρου, το είδος των καταστημάτων που συναντά κανείς στο εσωτερικό, ενώ παράλληλα θα προσπαθήσουμε να απαντήσουμε στο αν οι στοές λειτουργούν σήμερα σαν στέκια όπου ένα συγκεκριμένο σύνολο ατόμων, γνωστών ή αγνώστων μεταξύ τους, επιστρέφει τυπικά σε αυτούς τους χώρους: χώροι όπου συστήνουν έναν ολόκληρο μικρόκοσμο μέσα στον οποίον ο καθένας αναγνωρίζει τον εαυτό του και ταυτόχρονα αναγνωρίζεται από τους άλλους με μια ρητή ή βουβή συγκατάθεση.

Ο καλύτερος τρόπος για να αποδοθεί η επιτυχία ή η αποτυχία ενός χώρου ως προς τη λειτουργικότητα και την επιρροή που ασκεί, είναι μέσω των ίδιων των ανθρώπων που σήμερα βρίσκονται καθημερινά εκεί και τον χρησιμοποιούν. Σε αυτό το στάδιο προτείνεται, η κατασκευή ενός ερωτηματολογίου που θα απευθύνεται άμεσα σε αυτούς, ως μεθοδολογικό εργαλείο που θα δώσει απαντήσεις στους προβληματισμούς που διατυπώθηκαν προηγουμένως. Για πρακτικούς λόγους επιλέχθηκαν δύο (2) εμπορικές στοές από το σύνολο των σαράντα οκτώ (48) που καταγράφηκαν: η Στοά Κοραή (οδός Κοραή 4 – πλατεία Κοραή) και η Στοά Ορφανίδου (οδός Σταδίου 39). Έπειτα από μια γενική αναγνώριση όλων των στοών στο πεδίο, προκρίθηκαν οι δύο συγκεκριμένες στοές λόγω του διαφορετικού χαρακτήρα που φάνηκε να έχουν με μια πρώτη ματιά. Την ζωντανή Στοά Κοραή σήμερα και τους χώρους εστίασής της, επισκέπτεται πολύς κόσμος. Αντίθετα, η εγκατάλειψη και η σιωπή που κυριαρχεί στην Στοά Ορφανίδου, αναγκάζει εκείνους που την διασχίζουν να ανοίγουν το βήμα τους βιαστικά. Έτσι, κεντρικής σημασίας στο στάδιο αυτό της εργασίας, είναι να δούμε εμπειριστατώμενα, που ευθύνεται αυτή η διαφορά στο νόημα μεταξύ δύο στοών που μάλιστα δεν απέχουν μεγάλη γεωγραφική απόσταση στον χώρο. Επιπλέον κριτήρια για την επιλογή κάθε στοάς ήταν ο αριθμός των ανοικτών καταστημάτων και το είδος των εμπορευμάτων τους, η εύρύτερη περιοχή που εκπροσωπούν, οι δρόμοι που συνδέουν, ο κόσμος που κυκλοφορεί τόσο εντός τους αλλά και εκτός και το αποτύπωμα που έμεινε στη μνήμη στην πορεία τους μέσα στο χρόνο. Η εμπειρική παρατήρηση συνέβαλε εξίσου σημαντικά στην επιλογή των δύο αυτών στοών.

Οι ερωτήσεις συντάχθηκαν με τέτοιο τρόπο ώστε να φανεί τελικά το αν η επίσκεψη στη στοά είναι κομμάτι της καθημερινότητας των ανθρώπων που τις χρησιμοποιούν και το πως αντιλαμβάνεται ο καθένας τον εαυτό του και τους άλλους που παρευρίσκονται μέσα σε αυτήν. Γνωρίζουμε πάντα, ότι οι μικρές αποφάσεις που παίρνει ο καθένας καθημερινά, ενσωματώνονται σε συνήθειες όπως ο τρόπος ντυσίματος, ο τρόπος συμπεριφοράς, το συγκεκριμένο περιβάλλον που θες να ανήκεις. Αυτήν την κατασκευασμένη κουλτούρα, που συνθέτει αποκλειστικά ο συμβολικός κόσμος της κατανάλωσης σε μια αρμονική σχέση με την ταυτότητα του χώρου, είναι αυτό που θέλει να αναδείξει το παρακάτω ερωτηματολόγιο. Σημειώνεται, γιατί δεν θεωρείται δεδομένο, ότι όταν γράφουμε οι ερωτήσεις απευθύνονται σε εκείνους που χρησιμοποιούν τη στοά, εννοούμε στους ιδιοκτήτες των καταστημάτων. Οπότε θέλοντας να αποδώσουμε την γενική τοπογραφία των δύο στοών, το ερωτηματολόγιο, με μια περιεκτική δομή απευθύνθηκε στους καταστηματάρχες, κυρίως επειδή όντας καθημερινώς παρόντες, έχουν μια πανοπτική θέαση στα γεγονότα. Η ανταπόκριση των τελευταίων, συχνά ξέφευγε από το τυπικό μοτίβο ερώτηση – απάντηση, καθώς στάθηκαν πρόθυμοι να μιλήσουν, να θυμηθούν και να εξηγήσουν μέσα από την περιπλάνηση τους μέσα στο χρόνο, την ατμόσφαιρα της στοάς στο χθες αλλά και στο σήμερα. Οπότε οι συναντήσεις με τους καταστηματάρχες, ακολουθούσαν συχνά την ροή μιας κουβέντας και μιας συνέντευξης δίνοντας πολύτιμο υλικό για ερμηνεία.

Η έρευνα με τα ερωτηματολόγια στο πεδίο, διεξήχθη την περίοδο του Δεκεμβρίου 2018 με Φεβρουάριο του 2019. Οι ερωτήσεις συντάχθηκαν αρχικά, με σκοπό να λειτουργήσει μια πιλοτική μορφή του ερωτηματολογίου, ώστε να βγουν κάποια πρώτα συμπεράσματα σχετικά με τον χρόνο, την ανταπόκριση και την δυσκολία των ερωτήσεων. Στη συνέχεια προσαρμόστηκαν κατάλληλα, για να καταλήξουν στην μορφή με την οποία παρουσιάζονται. Κατά αυτόν τον τρόπο έγινε μια προσπάθεια οι ερωτήσεις να μην προκαταλαμβάνουν τους ερωτηθέντες. Ένα πρόβλημα που συμβαίνει σε τέτοιου τύπου έρευνες που χρησιμοποιούν ερωτηματολόγιο για να αντλήσουν πληροφορίες, είναι ότι η άποψη που ζητείται να πει ο καθένας, συνήθως διαφέρει από τι πραγματικά πιστεύει ή το τι πραγματικά κάνει ανεξάρτητα με το τι απαντά. Και αυτό διότι είναι χαρακτηριστικό όταν ζητείται να πει κάποιος δημόσια την γνώμη του, να προσαρμόζει την συμπεριφορά του και την στάση του, απαντώντας επιφυλακτικά και διακριτικά με βάση αυτό που θεωρεί ότι συμφωνεί στο ηθικά σωστό. Από την άλλη, δεν είναι απίθανο, πολλοί να απαντήσουν ακόμη και αδιάφορα Έτσι, σε κάθε περίπτωση το να θέλουμε να παρουσιάσουμε τα αληθινά πιστεύω της κοινής γνώμης, θα βρίσκουμε μπροστά τέτοια εμπόδια που είναι δύσκολη η διαχείρισή τους. Κατά τα άλλα, όπως επισημάνθηκε και παραπάνω, συχνά η έρευνα έπαιρνε διάστασεις ελεύθερης συνέντευξης, διαλόγου και επικοινωνίας κάτι το οποίο βοήθησε αρκετά στην συλλογή δεδομένων αλλά και γενικότερα στην πορεία της εργασίας. Οι απαντήσεις σε αριθμό και για τις δύο στοές ήταν τριάντα (30), δηλαδή δεκαπέντε (15) για την καθεμιά. Το ερωτηματολόγιο έτσι όπως συντάχθηκε στην τελική του μορφή παρουσιάζεται σε παράρτημα. Ακολουθούν ορισμένες διευκρινίσεις πάνω στους θεματικούς άξονες που προσαρμόστηκε.

3.2 ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Η χρήση του ερωτηματολογίου είναι μια ποιοτική προσέγγιση και μέθοδος εξέτασης ζητημάτων που προκύπτουν από τις παρατηρήσεις στο πεδίο. Στην προκειμένη περίπτωση, θα εστιάσουμε

στον χαρακτήρα και το ιδιαίτερο πνεύμα συγκεκριμένων τοποθεσιών μέσα στην Αθήνα. Επειδή η εργασία θα περιέχει και έναν κοινωνικό σχολιασμό των πραγμάτων, κρίθηκε χρήσιμος ένας ποιοτικός τρόπος συλλογής δεδομένων. Η πληροφορία που θα δώσει μια ποιοτική μέθοδος λειτουργώντας συνδυαστικά με ποσοτικές αναλύσεις, όπως χάρτες, πίνακες, ποσοστά κ.α. θα επιτρέψει να αποκτήσουμε μια βελτιωμένη θέαση απέναντι στα γεγονότα. Με λίγα λόγια, το ερωτηματολόγιο θεωρείται εδώ αναγκαίο, γιατί θα αποκαλύψει ακριβώς την γνώση των «εσωτερικών φωνών» της πόλης. Τα ερωτήματα τα οποία τίθενται, απαιτούν στην ουσία την συμμετοχή των ανθρώπων που υπάρχουν καθημερινά εκεί, για την συγκρότηση μιας αστικής κοινωνικής γεωγραφίας της πόλης. Με αυτόν τρόπο, επιδιώκεται ταυτόχρονα το ξεπέραςμα του αυστηρού διαχωρισμού μεταξύ επιστημονικών μεθόδων και κοινού. Θεωρείται εδώ, ότι ειδικά τα θέματα που αφορούν την γεωγραφία της πόλης, οφείλουν να εμπεριέχουν και τους ίδιους τους ανθρώπους της και όχι να αποτελούν αντικείμενο εξειδικευμένης εργασίας που φτάνει πάντα πολύ αργά στα χέρια τους από τρίτους, χωρίς την συμμετοχή τους και συχνά εναντίον τους. Σε πρακτικό επίπεδο, μέσα από το ερωτηματολόγιο θέλουμε να επανεξετάσουμε κάποιες υποθέσεις που έγιναν κατά την εμπειρική παρατήρηση στο πεδίο. Τα βασικά ζητήματα συνοψίζονται στα παρακάτω:

Άνθρωποι και αστικό περιβάλλον

Η οργάνωση του χώρου, έχει άμεσο αντίκτυπο στην συμπεριφορά των ανθρώπων. Θέτει ένα πλαίσιο μέσα στο οποίο ο καθένας έρχεται σε μια διαλεκτική προκειμένου να ορίσει την σχέση του με αυτόν. Η αίσθηση της όρασης, το πως βλέπει και παρατηρεί κανείς ότι τον περιβάλλει, παίζει κυρίαρχο ρόλο στο πως βιώνεται η εμπειρία στον χώρο. Από αυτήν την άποψη, το πως διαμορφώνεται το δομημένο περιβάλλον επηρεάζει διαφορετικά την ελκυστικότητα και την δημοφιλία του. Η γνώση και η αντίληψη του τι βρίσκεται που, έχει την βάση της, σε μεγάλο βαθμό, στα συναιθήματα που εκφράζει κανείς, σύμφωνα με τα οποία και αξιολογεί. Ποια όμως είναι τα επιμέρους στοιχεία, που θα λέγαμε ότι καθορίζουν τον χώρο στο σύνολό του και συνθέτουν την ατμόσφαιρά του; Υπάρχει συχνά ένας ολόκληρος συμβολικός κόσμος που αποδίδει σε βάθος τα νοήματα και τις καθημερινές πρακτικές που λαμβάνουν μέρος σε αυτόν. Για παράδειγμα, οι άνθρωποι συνδέονται με χώρους έξω από την ιδιωτική σφαίρα της ζωής τους, ανάλογα με το κατά πόσο μέσα σε αυτούς, μπορεί και επιβεβαιώνεται ο τρόπος ζωής τους. Άλλοτε η οικειότητα που θα αποκτήσει κανείς με έναν χώρο, σχετίζεται με το βαθμό που μπορεί να βλέπει εικόνες από το χώρο κατοικίας του π.χ. τρόπος διακόσμησης, αίσθημα ασφάλειας, φιλικά πρόσωπα κ.α. Κωδικοποιημένα μηνύματα σαν κι αυτά αποτελούν χαρακτηριστικά τα οποία χρειάζεται να λαμβάνονται υπόψη, προκειμένου να καθοριστεί σε βάθος η φυσιογνωμία ενός χώρου και το πως οι άνθρωποι λειτουργούν μέσα σε αυτόν. Δεν φαίνονται με μια πρώτη ματιά, ωστόσο υπάρχουν μέσα σε ένα συλλογικό σχήμα που δημιουργείται από τις καθημερινές πρακτικές, την στάση και την συμπεριφορά του καθενός, συχνά από τα πρότυπα της κατανάλωσης ή και τους ενδυματολογικούς κανόνες. Σε γενικό επίπεδο, η κατασκευή ενός χώρου λαμβάνει πάντα και μια κοινωνική σημασία. Όμως τελικά, μπορούμε να πούμε ότι οι άνθρωποι κατασκευάζουν οι ίδιοι τον χώρο και το νόημά του, ή μέσα από τον τρόπο που ορίζουν την σχέση τους με αυτόν απλά συμμετέχουν σε διαδικασίες που υπάρχουν πριν από αυτούς και χωρίς την ουσιαστική συμμετοχή τους, οι οποίες στρέφονται πολλές φορές εναντίον τους;

Κουλτούρα

Οι πόλεις σήμερα, παίζουν βασικό ρόλο στον τρόπο που συγκροτούνται οι κουλτούρες. Οι τελευταίες, αποτελούν χαρακτηριστικό των μεγάλων αστικών συγκεντρώσεων όπου οι άνθρωποι διαφορετικών καταβολών, επιλέγουν εκείνο το πεδίο καθημερινής τους δράσης το οποίο ταιριάζει στον τρόπο ζωής που προτιμούν, στις αξίες που ενστερνίζονται και στους κανόνες που ακολουθούν. Κεντρικής σημασίας για την κουλτούρα είναι κάποια σύνολα αντιλήψεων (αφηγήσεις) τα οποία οι άνθρωποι μοιράζονται. Μελετώντας την σημειολογία του χώρου, ανακαλύπτουμε ενδείξεις που φέρνουν στην επιφάνεια τα νοήματα που υπάρχουν σε αυτόν, μέσα από τα οποία επιβεβαιώνεται κατά κάποιο τρόπο η κουλτούρα και οι αντιλήψεις του καθενός. Συνήθως, η «χρήση της γλώσσας» του χώρου, συνιστά έναν μικρόκοσμο από συγκεκριμένους τύπους ανθρώπων. Για παράδειγμα, τα υλικά αντικείμενα που υπάρχουν αλλά και φέρουν μαζί τους πολλοί σε αυτόν, εξοπλίζουν τον περιβάλλοντα χώρο και συνθέτουν το αποκλειστικό του τοπίο. Ωστόσο, η κουλτούρα είναι μια έννοια η οποία δομείται στο μέγιστο βαθμό από την ιδιωτική ζωή και από τις πρωτεύουσες σχέσεις που λειτουργεί το άτομο, π.χ. οικογένεια, φίλιες, εργασία κ.ο.κ. Έτσι στην ουσία για να μελετηθεί, δεν πρέπει να παραγνωριστούν τέτοιες παραμέτροι. Για πρακτικούς όμως λόγους και επειδή μια τέτοια διαδικασία απαιτεί ένα μεγάλο δείγμα ανταποκρίσεων και αρκετό χρόνο αφιερωμένο σε αυτήν, η προσοχή δεν θα εστιάσει στις καταβολές της αλλά μόνο στο πως η κουλτούρα προβάλλεται ως γενική εικόνα στο ευρύτερο πεδίο δράσης, στον δημόσιο χώρο. Θεωρείται ότι μια πόλη είναι μια προβολή των σχέσεων μεταξύ κουλτούρας, χώρου και εξουσίας, μέσα από την οποία αποσαφηνίζεται ο όρος κοινωνική κατασκευή του χώρου. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το ζήτημα αποκλεισμού συγκεκριμένων ομάδων από συγκεκριμένους χώρους. Οι χώροι αυτοί, εμπνέουν συχνά μια καλά οριοθετημένη κουλτούρα, την οποία πρέπει να ακολουθεί οποιοσδήποτε θέλει να λάβει μέρος. Εδώ, εισάγεται και η έννοια της μίμησης σαν ένα κίνητρο για να σταθεί και να συμπεριφερθεί κανείς κατάλληλα σε έναν χώρο. Κατά αυτόν τον τρόπο, όσοι αντιβαίνουν μια συγκεκριμένη κουλτούρα θεωρούνται ως «οι άλλοι» και το ανάποδο: αυτοί οι άλλοι έχοντας κατ' ανάγκη μια δική τους, αντιμετωπίζουν συχνά και όλες τις υπόλοιπες με περιφρόνηση. Όμως πόσο τελικά ένας τέτοιος παράγοντας επηρεάζει την επισκεψιμότητα των στοών;

Κατανάλωση

Εκεί που κάποτε η κυκλοφορία μέσα στην πόλη σήμαινε την πραγματική ανθρώπινη κίνηση, στην εποχή μας δηλώνεται εξίσου ρητά και ως κυκλοφορία εμπορευμάτων. Μια τέτοια εικόνα αποτέλεσε ένα πρόσφορο έδαφος πάνω στο οποίο η κατανάλωση έγινε ένα άμεσο αντανακλαστικό των κατοίκων μιας μεγαλούπολης. Γιατί όμως πρέπει εδώ να δώσουμε σημασία σε αυτήν, στις δομές και στις επιταγές της; Πρώτον, σχετίζεται άμεσα με την κουλτούρα την οποία και αναδεικνύει μέσα από τα πρότυπα και τις συμπεριφορές που επιβάλλει. Δεύτερον, είναι αλήθεια ότι οι άνθρωποι σήμερα, αντιλαμβάνονται τους εαυτούς τους ολοένα και περισσότερο μέσα από εκείνα που καταναλώνουν. Όμως η πιο εντυπωσιακή εκδήλωση της σπουδαιότητας που αποκτά η κατανάλωση στις σύγχρονες πόλεις είναι η αυξανόμενη έκταση χώρου που διατίθεται για αυτήν. Οι πολυσύχναστοι χώροι μιας μεγαλούπολης ανήκουν σε δύο κατηγορίες, κατά τον Richard Sennet: «σε αυτούς που προσανατολίζονται αποκλειστικά και ενορχηστρώνουν με προσοχή την

κατανάλωση [...] και σε αυτούς που προσανατολίζονται αποκλειστικά και ενορχηστρώνουν την τουριστική εμπειρία [...]». Ένα είδος οργιώδους βλάστησης από εμπορεύματα, ανθίζει με ταχύτατο ρυθμό σε κάθε γωνιά, περικυκλώνοντας τον σημερινό άνθρωπο. Μπροστά στο καταπληκτικό θέαμα αυτής της γλωρίδας, η πιο ευκολοπλάνητη αίσθηση, η όραση, γίνεται και η κυρίαρχη στη σχέση των ανθρώπων με τον χώρο που τους περιβάλλει. Οι χώροι κατανάλωσης μπορούν να ειπωθούν πλέον, όχι ως παθητικά σκηνικά αλλά ως σημεία μέσα στην πόλη, καθένα με τον δικό του χαρακτήρα. Το παράδοξο είναι ότι παρόλο που ως χώροι συνιστούν την ανθρώπινη παρουσία τόσο από την άποψη εργαζομένων που απασχολούνται εκεί όσο και καταναλωτών που ψωνίζουν, στην ουσία τα εμπορεύματα τους βιώνονται όχι σαν προϊόν μιας ανθρώπινης δραστηριότητας αλλά ως θαύμα. Αναγνωρίζουμε εδώ ότι υπάρχει πάντα ένα συμβολικό νόημα πίσω από τα αντικείμενα και τις προθέσεις τους. Στην αφθονία τους, μια ολόκληρη κοινωνία βλέπει το οριστικό τέλος της φτώχειας, στην σπατάλη τους, την εικόνα της γιορτής. Ο τρόπος όμως με τον οποίον προσπαθούν να ικανοποιηθούν τέτοιες επιθυμίες είναι και ο λόγος για τον οποίον θα μείνουν απραγματοποίητες. Οι συνεχείς αλλαγές της μόδας επειδή ακριβώς αποτελούν μια διαδικασία που επαναλαμβάνεται διαρκώς είναι κάτι που επαληθεύει το παραπάνω. Πως μπορούμε να δούμε επομένως την σχέση υποκειμένου και αντικειμένου μέσα στις δύο στοές που μελετάμε και ποιες μπορεί να είναι οι επιπτώσεις πάνω στον χώρο όταν αυτός οργανώνεται πάντα με αυστηρή προσοχή στην κατανάλωση;

Παρεμπιπτόντως σημειώνεται, ότι οι τελευταίες ερωτήσεις του ερωτηματολογίου αναφέρονται γενικά για όλες τις στοές. Ο βασικός λόγος για τον οποίον συντάχθηκαν, ήταν για να αντλήσουμε υλικό για τη συγγραφή της εργασίας όχι μόνο στο κομμάτι της έρευνας, αλλά πολύ περισσότερο σε όλο της το μήκος.

4. ΣΤΟΑ ΚΟΡΑΗ

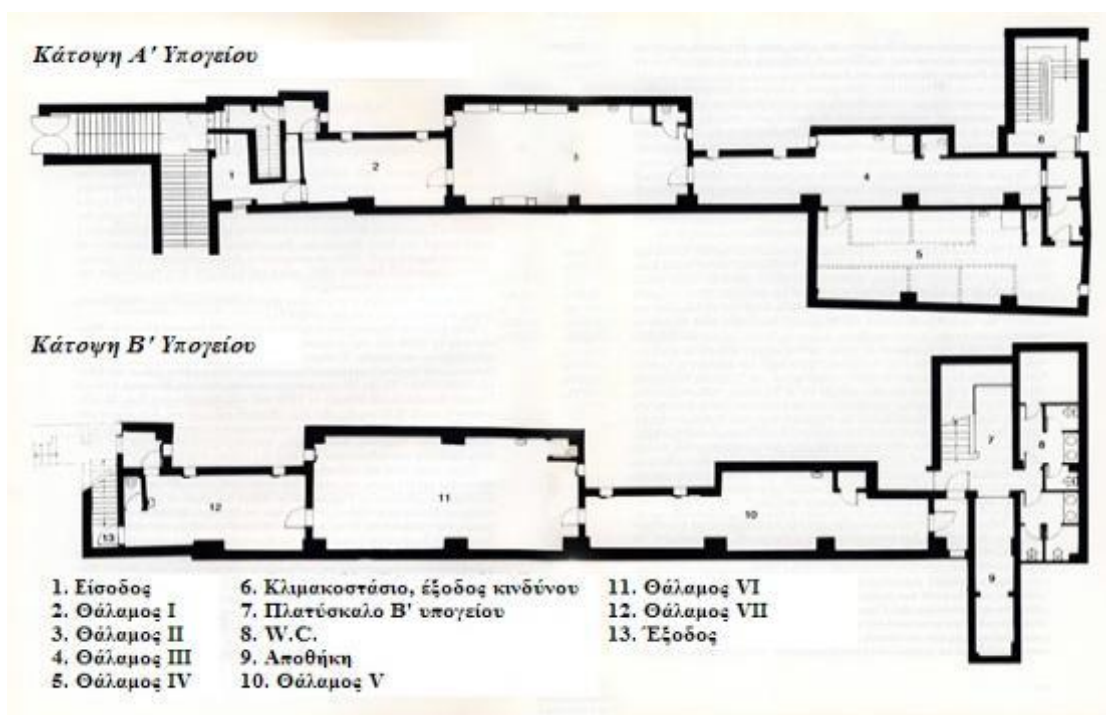
4.1 Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΣΤΟΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΧΡΟΝΟ: ΤΟ ΚΤΙΡΙΟ ΤΗΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ

Το καλοκαίρι του 1894, η νεοσυσταθείσα Εταιρεία Γενικών Ασφαλειών «Η ΕΘΝΙΚΗ» αγοράζει την οικία Rossels στην οδό Κοραή 4, για να στεγάσει τα γραφεία και το ανθρώπινο δυναμικό της. Έπειτα από 40 χρόνια επιτυχημένης παρουσίας στον ελλαδικό χώρο, αποφασίζεται στην ίδια οδό η ανοικοδόμηση του νέου κτιρίου της εταιρείας, ώστε να ανταποκρίνεται στο κύρος και στην εμβέλεια που είχε αποκτήσει στην μέχρι τότε πορεία της. Η επιμέλεια της αρχιτεκτονικής μελέτης γίνεται από τους αρχιτέκτονες Α. Μεταξά και Ε. Κριεζή. Στα σχέδια προβλέπεται η διάνοιξη στοάς στο ισόγειο επίπεδο, ενώ στον υπόγειο χώρο κατασκευάζονται τα απαραίτητα για την εποχή αντιαεροπορικά καταφύγια. Το Μέγαρο της Εθνικής Ασφαλιστικής ολοκληρώνεται μέσα σε 2 χρόνια (11 Ιουνίου 1936 – 30 Δεκεμβρίου 1938).



Εικόνα 25. Το Μέγαρο της Εθνικής Ασφαλιστικής, 20ος αιώνας, διακρίνεται στο ισόγειο η Στοά Κοραή. Πηγή: <https://korai4.gr>

Το 1939 θα ξεσπάσει ο πόλεμος στην Ευρώπη και η τότε ελληνική κυβέρνηση υποχρεώνει την μίσθωση μεγάλου μέρους του κτιρίου για να εγκατασταθούν κρατικές υπηρεσίες. Δυο χρόνια μετά, με την είσοδο των γερμανών στρατευμάτων στην Αθήνα, τον Απρίλιο του 1941, ξεκινά και η περίοδος της Κατοχής. Στις 6 Μαΐου την ίδια χρονιά, το μέγαρο επιτάσσεται για να στεγάζει τα γραφεία του γερμανικού αρχηγείου Stadtkommandantur, την «Κομμαντατούρα» όπως την αποκαλούσαν οι Αθηναίοι. Ο κόσμος τότε δεν ήθελε να διασχίζει καν το πεζοδρόμιο από εκείνη τη μεριά. Στον τελευταίο όροφο πλέον κυμάτιζε η σημαία του Γ' Ράιχ ενώ τα υπόγεια καταφύγια που είχαν κατασκευαστεί για να προστατεύουν τους αμάχους από τους βομβαρδισμούς, μετατρέπονται σε κρατητήρια. Η Στοά Κοραή γίνεται το μεταίχμιο δυο διαφορετικών και αντίθετων κόσμων, των κρατούμενων των υπογείων και της γερμανικής μπότας που υπάρχει πάνω από τα κεφάλια τους. Μια νέα περίοδος αιματηρής ιστορίας ξεκινά στο κέντρο αυτής της πόλης. Μια φυλακή με όλες τις «ανέσεις»: αποχωρητήρια, ντεπόζιτα με νερό, θάλαμοι, συμπαγείς μεταλλικές πόρτες και κελιά απομόνωσης συνθέτουν την «διακόσμηση» του χώρου. Μάλιστα το εσωτερικό κλιμακοστάσιο που υπήρχε εξαρχής και που επέτρεπε την επικοινωνία του υπογείου με τους πάνω ορόφους, ήταν μια διαρρυθμισή η οποία φάνηκε να εξυπηρετεί τον κατακτητή. Τα κρατητήρια λειτούργησαν περισσότερο ως κέντρα μεταγωγών. Οι υποψήφιοι μελλοθάνατοι προορίζονταν για τις φυλακές Αβέρωφ, τα στρατόπεδα συγκέντρωσης όπως του Χαϊδαρίου, το σκοπευτήριο της Καισαριανής, για καταγκαστικά έργα ή σε τόπους εκτελέσεων. Μαρτυρίες λένε, ότι οι ίδιοι αρχικώς πίστευαν ότι θα σταλούν εργάτες στη Γερμανία. Νέοι, γέροι, άντρες, γυναίκες, παιδιά αλλά και άνθρωποι διαφόρων εθνικοτήτων όπως Ιταλοί και Γερμανοί αντιφασίστες, Γάλλοι, Ρώσοι, πέρασαν κρατούμενοι στους χώρους αυτούς, πολλοί μάλιστα για ασήμαντα παραπτώματα. Κανείς όμως δεν γνωρίζει με σιγουριά πόσοι πέρασαν από τα υπόγεια της Κοραή.



Εικόνα 26. Κάτοψη Α' και Β' υπογείου. Πηγή: <https://korai4.gr>

Το υπόγειο χωρίζονταν σε δυο επίπεδα Α' και Β' όπου στο συνολό του υπήρχαν επτά θάλαμοι. Στο πρώτο υπόγειο οι θάλαμοι Ι και ΙΙ πιθανότατα δεν λειτούργησαν σαν χώροι κράτησης. Ο θάλαμος ΙΙΙ ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκε σαν χώρος προφυλάκισης μέχρι το 1943. Στον θάλαμο ΙV υπήρχαν τα κελιά απομόνωσης. Στους θάλαμους V και VI που στοιβάζονταν μαζικά ανθρώπινα κορμιά υπάρχουν χαραγμένα μηνύματα στους τοίχους στην ελληνική αλλά και σε άλλες γλώσσες, από ανθρώπους μικρής και μεγάλης ηλικίας. Τέλος, ο θάλαμος VII το 1944, προορίζονταν αποκλειστικά για γυναίκες και μανάδες με παιδιά.

Έξι μέτρα κάτω από τη γη, το χέρι προσπαθεί να σχεδιάσει αποδράσεις ώστε ο νους να μπορέσει να ανακτήσει την επαφή με τον «επάνω» κόσμο. Στους τοίχους των θαλάμων χαράσσουν πρόχειρα με μολύβι, με αιχμηρά αντικείμενα, με ότι βρουν, ακόμη και με τα ίδια τους τα νύχια, μηνύματα, ονόματα, ημερομηνίες, ανθρώπινες φιγούρες, μουσικές νότες, εικόνες της καθημερινότητας. Ένας τρόπος να κρατηθούν ψυχικά ακέραιοι κάτω από το ημίφως ενός χώρου όπου καταργεί την αίσθηση του χρόνου. Αντιδρούν στην αγωνία, διαμαρτύρονται, φωνάζουν, βρίζουν και ελπίζουν. Μάταια οι Γερμανοί έβαφαν επανειλημμένα τους τοίχους για να καλύψουν τα μηνύματα, αφού γέμιζαν ξανά κατευθείαν.

«Αδελφοί Χάλαροι. Έντιμοι πολίται. Εκρατήθησαν αδίκως από ρουφιανιά»

«Μαυρίκιος Ν. Μαλευρής, τελειόφοιτος Ιατρικής, κρατούμαι ως όμηρος, αδίκως φυλακισθείς, είσοδος 15-12-42, έξοδος 10-1-43 δια Αβέρωφ, μαρτύρια Ιεράς Εξέτασης»

«Αδικοφυλακισμένα κορίτσια. Μαρία – Κατίνα»

«8.4.44. Κατηγορηθείς για λάστιχα και ποδήλατα του Άξονος. Σιλιφθείς από τους τσολιάδες»

«Δημήτριος Μωραΐτης, 24 ώρες χωρίς φαΐ και νερό. Μόνο μυρίζοντας γιασεμί»

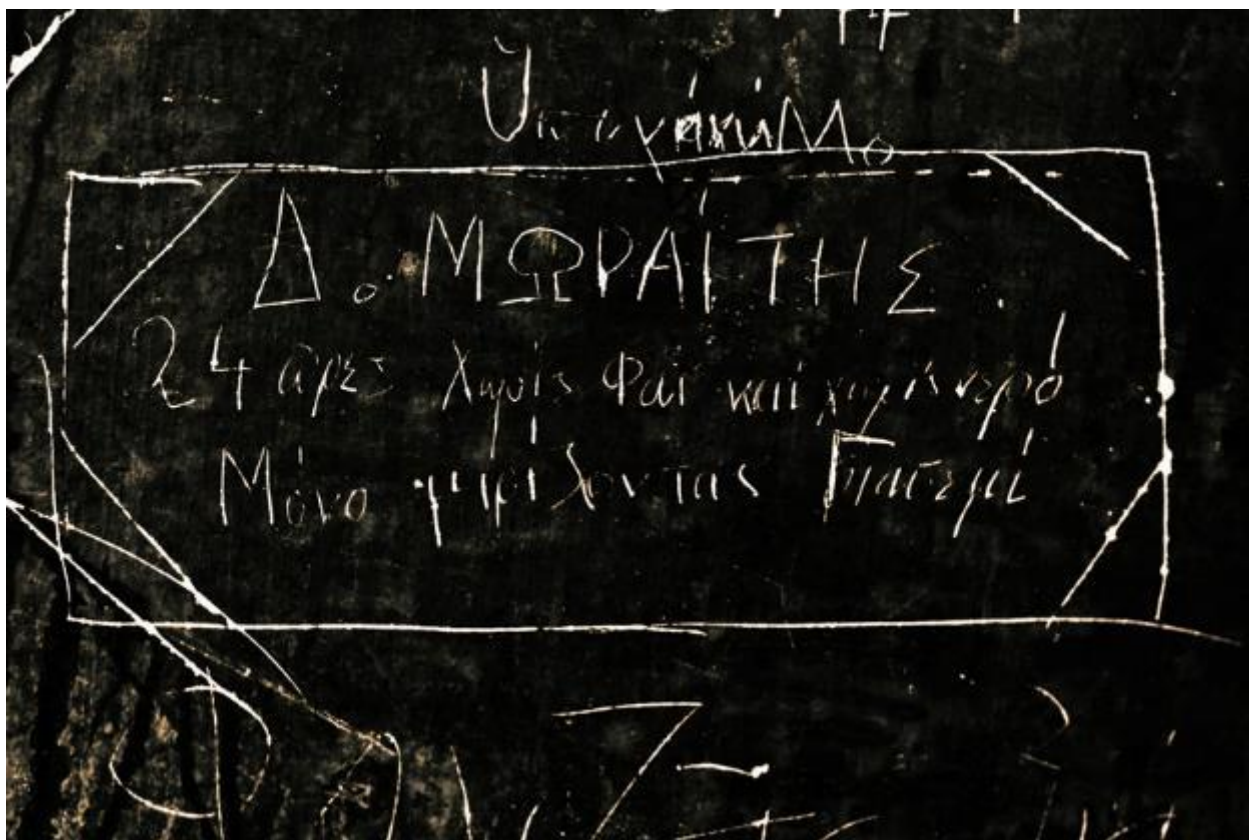
«Είμεθα εις τα καταφύγια της Κομαντατούρ. Είσοδος 28/12/42. Έξοδος άγνωστος. Υπογραφή Αντωνόπουλος Φρειδερίκος»

«Έξοδος άγνωστος, αλλά ο νους επινοεί διεξόδους, κρατάει το νήμα με τον επάνω κόσμο, μεταφέροντας στους τοίχους οικείες εικόνες της καθημερινότητας, για να 'χει κάπου να κρατηθεί» όπως αφηγείται ο Γεράσιμος Σκιαδαρέσης στην ταινία του Γιάννη Οικονομίδη «Μόνο μυρίζοντας γιασεμί» του 1994, αφιερωμένη στη μνήμη του ανθρώπινου δράματος των υπόγειων κρατητηρίων της Κοραή. Για να παραμείνουν ζωντανοί επινοούν εικόνες, ήχους, μεθυστικά αρώματα. Τα παραπάνω είναι λίγα από τα χαραγμένα μηνύματα που μπορεί να διαβάσει κανείς.

Η Αθήνα απελευθερώνεται στις 12 Απριλίου του 1944 από την γερμανική κατοχή. Και ενώ η Εθνική Ασφαλιστική ετοιμάζονταν να εγκαταθεί και πάλι στο κτίριο, στις 31 Οκτωβρίου του 1944 το μέγαρο επιτάσσεται για τρίτη φορά από τις δυνάμεις του ΕΑΜ. Η παρουσία του ΕΑΜ θα είναι βραχύτερη καθώς με μια σειρά ένοπλων συγκρούσεων που μένει γνωστή με τον όρο Δεκεμβριανά, η ελληνική κυβέρνηση με τη βοήθεια των Άγγλων, καταφέρνει να καταλάβει ξανά το κτίριο της Κοραή, για να στεγαστεί έπειτα η «Ηλεκτρική Εταιρεία Μεταφορών και Διανομής».

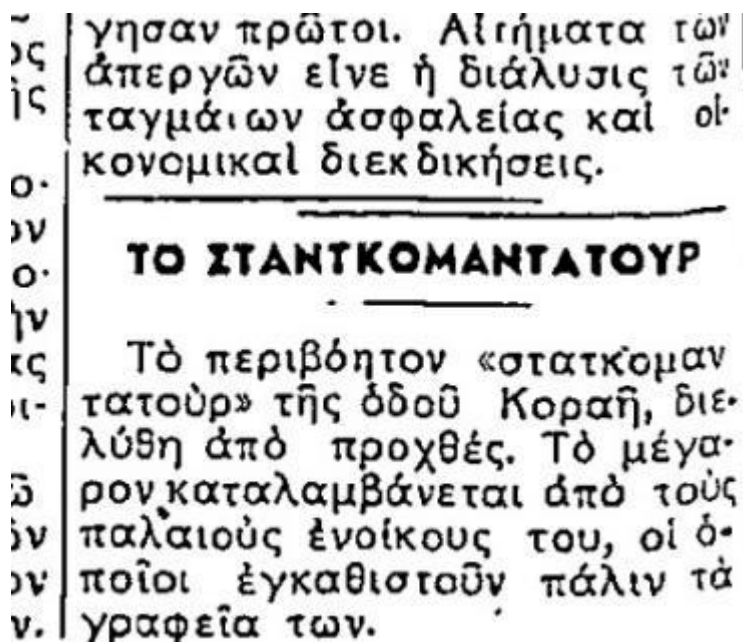


Εικόνα 27. Οι θάλαμοι του υπογείου της οδού Κοραή 4. Πηγή: <https://korai4.gr>



Εικόνα 28. «Δ. Μωραΐτης, 24 ώρες χωρίς φαΐ και νερό. Μόνο μυρίζοντας γιασεμί». Από ακιδογράφημα χαραγμένο σε κάποιον από τους τοίχους των κρατητηρίων. Πηγή: <https://korai4.gr>

Οι Γερμανοί όταν έφυγαν δεν άφησαν πίσω τους αρχεία. Ελάχιστα είναι γνωστά για τη χρήση του κτιρίου κατά την περίοδο 1941-1944, πέρα από την κατάσταση στα υπόγεια κρατητήρια. Η ιστορική γνώση προκύπτει από διάφορα μικροαντικείμενα που βρέθηκαν αργότερα, όπως ταμπακιέρες, πακέτα τσιγάρων της εποχής, κύπελλα, γερμανικά ημερολόγια, σημειώσεις, σφαίρες, από μαρτυρίες ανθρώπων που βρέθηκαν τότε έξω μέτρα κάτω από τη γη και προπάντων από τα μηνύματα στους τοίχους. Διακόσια τριάντα εννέα (239) ονόματα έχουν καταγραφεί μόνο στους τοίχους, και αυτά, αφορούν περισσότερο το έτος 1944, αριθμός που δεν αντιπροσωπεύει πραγματικά πόσοι πέρασαν από τα κρατητήρια.



Εικόνα 29. Η αποχώρηση της Κομαντατούρ από το μέγαρο της Κοραή σε εφημερίδα της εποχής. Στο συγκεκριμένο φύλλο μπορεί να διαβάσει κανείς επίσης τις υποψίες που κυκλοφορούσαν περί εμφυλίου πολέμου. Εφημερίδα «ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ», Σάββατο 30 Σεπτεμβρίου 1944, Αριθμός Φύλλου 32.

Η αποκατάσταση του χώρου γίνεται το 1991, κηρύσσεται Ιστορικό Διατηρητέο Μνημείο και από τον Μάιο του 2008 είναι προσβάσιμος στο κοινό από την είσοδο της οδού Κοραή 4. Τα κρατητήρια γειτνιάζουν με τον κινηματογράφο ΑΣΤΥ που λειτουργεί κι αυτός στο υπόγειο, πράγμα που σημαίνει ότι όποιος τον επισκεφθεί μπορεί να τα αντικρίσει εξίσου. Πέρα από τους ίδιους τους μουντζουρωμένους τοίχους, ανάμεσα στα λίγα αντικείμενα της εποχής που βρέθηκαν, έχει συντηρηθεί και υπάρχει σήμερα ως έκθεμα η σημαία του Γ' Ράιχ που άλλοτε ήταν κυματίζε στον τελευταίο όροφο του κτιρίου.

Στα μεταπολεμικά χρόνια που ακολούθησαν με τη λήξη και του εμφυλίου πολέμου, στοά και κτίριο φιλοξένησαν διάφορες υπηρεσίες και εργασιακούς χώρους. Η πρώτη αποτέλεσε χώρο εμπορίου κυρίως καταστημάτων με ρούχα και ηλεκτρολογικού εξοπλισμού, ενώ στους ορόφους



Εικόνα 30. Βρετανικά στρατεύματα ετοιμάζονται να εισβάλλουν στα γραφεία του ΕΑΜ από τη Στοά Κοραή. Πηγή: www.ert.gr

λειτούργησαν επί το πλείστον γραφεία. Η Στοά Κοραή θα ανακαινιστεί πλήρως στις αρχές του 21^{ου} αιώνα, θα καταστραφεί ένα μέρος της πρόσοψής της, της οδού Κοραή, λόγω των επεισοδίων που σημειώνονται στο κέντρο της Αθήνας στα πρώτα χρόνια της οικονομικής κρίσης το 2012, παρόλα αυτά πετυχαίνει σήμερα να είναι μια από τις πιο ζωντανές στοές της πρωτεύουσας. Όμως η αιματηρή ιστορία της στοάς έρχεται σε ρήξη με το παρόν. Ο κόσμος διασχίζει βιαστικά την στοά, προσπαθεί κάπου να φτάσει, συνεχίζει και συνηθίζει τον καθημερινό αγώνα. Κάτω όμως από τα πόδια του ο χρόνος έχει σταματήσει, είναι παγωμένος σε ένα κλειστό χώρο. Η εικόνα της στοάς σήμερα μαρτυρά πως τίποτε δε συνέβηκε εδώ. Έκείνοι όμως που θα ψάξουν, θα βρουν που κρύβεται η μνήμη η οποία έχει σημασία να αναδειχθεί γιατί φέρνει σε μια διαλεκτική με το παρελθόν και αναγκάζει σε μια εκ νέου ανάγνωση του παρόντος.

4.2 ΜΙΑ ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΜΕΝΗ ΣΤΟΑ

Ίσως ο καθοριστικότερος παράγοντας που επιλέχθηκε η Στοά Κοραή ως χώρος μελέτης, ο οποίος ταυτόχρονα αποτελεί και εκείνο το στοιχείο που την διακρίνει από τις υπόλοιπες είναι ότι πρόκειται για μια ανακαινισμένη εμπορική στοά. Στις αρχές της πρώτης δεκαετίας του 21^{ου} αιώνα, στο επίκεντρο του επιχειρηματικού ενδιαφέροντος είχαν βρεθεί οι οδοί Σταδίου και Πανεπιστημίου. Ανάμεσα στο γενικότερο κλίμα προώθησης επιχειρηματικών σχεδίων αξιοποίησης ακινήτων, περιλαμβάνεται και η ίδια η Στοά Κοραή, ιδιοκτησία της Εθνικής Ασφαλιστικής. Η συμφωνία που αφορούσε την εκμετάλλευση προς ενοικίαση και ανακαίνιση των χώρων των καταστημάτων, κρίνει, έπειτα από διαγωνισμό ως ανάδοχο του έργου τον όμιλο Χαραγκιώνη. Με την ανακαίνισή της, παίρνει και το όνομα “Galleria Κοραή”, κάτι που παραπέμπει στις ευρωπαϊκού τύπου γκαλερί. Προβλέπονταν η πιο ακριβή στοά για τα τότε δεδομένα της Αθήνας σε μια προσπάθεια να αναδειχθεί ένα νέο κέντρο ψυχαγωγίας και εμπορίου. Μάλιστα λόγω της γεινίασης με το Μετρό αλλά και της γενικότερης δραστηριότητας στην γύρω περιοχή υπολογίζονταν ότι θα εξυπηρετεί ως πέρασμα κάθε μέρα 40.000 περίπου πεζούς. Σήμερα εξακολουθεί και αποτελεί μια από τις πιο ζωντανές στοές του κέντρου της Αθήνας.

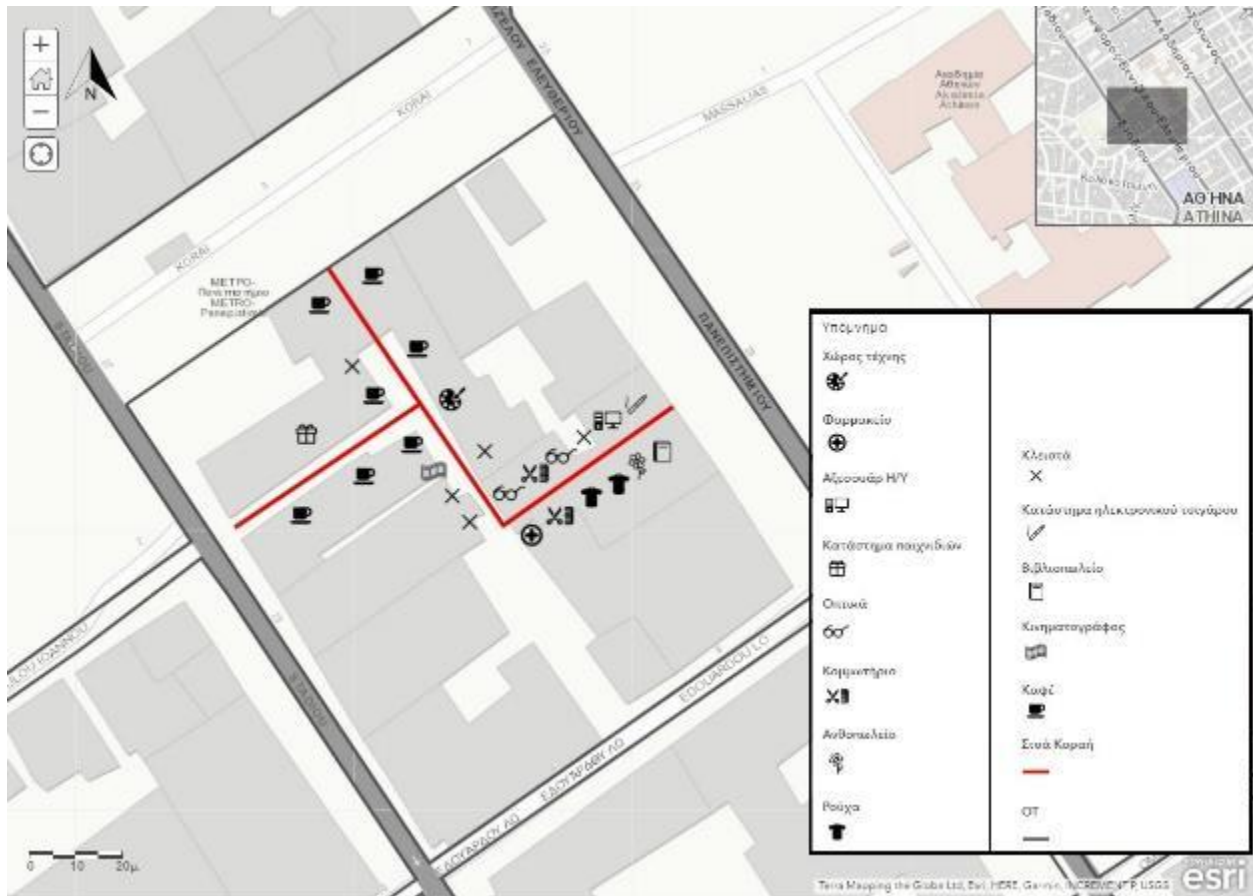
Οι δρόμοι που συνδέει είναι η Σταδίου, η Πανεπιστημίου και η Κοραή. Στην πραγματικότητα, αποτελείται από δύο στοές οι οποίες ενώνονται· φαίνεται από το ότι η εσωτερική διαρρύθμιση από ένα σημείο και μετά αλλάζει και επειδή υπάρχουν δύο θυρωρεία. Το τμήμα που βγάζει στην οδό Πανεπιστημίου πρόκειται για την Στοά του Μεγάρου Αθηνών ενώ όλο το υπόλοιπο τμήμα άνηκε στη Στοά Κοραή. Παρόλα αυτά σε όλο της το μήκος παραμένει γνωστή ως Στοά Κοραή.



Εικόνα 31. Σκίτσο που απεικονίζει πως προβλέπονταν η όψη της Στοάς Κοραή μετά την ανακαίνισή της. Πηγή: <https://www.tanea.gr>

4.3 ΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Κάνοντας μια εισαγωγή για να μιλήσουμε για την εικόνα της στοάς θα χρειαστεί να δούμε τι συναντά σήμερα εντός της αν κάποιος την επισκεφτεί. Έτσι παρουσιάζουμε παρακάτω έναν απλό χάρτη σε επίπεδο μικροκλίμακας, στον οποίο αποτυπώνονται οι επαγγελματικές στέγες που υπάρχουν σε αριθμό, περιγραφή και πληρότητα. Για να αποκτήσουν και κάποια σημασία οι απαντήσεις του ερωτηματολογίου είναι χρήσιμο να απεικονίσουμε σχηματικά και την διάταξή τους στον χώρο της στοάς.



Χάρτης 12. Τα καταστήματα που βρίσκονται στη Στοά Κοραή και έχουν είσοδο εντός της.

Τα καταστήματα που καταγράφηκαν εντός στοάς ήταν στο σύνολο είκοσι έξι (26), εκ των οποίων πέντε (5) βρέθηκαν κλειστά χωρίς επωνυμία και άγνωστη περιγραφή. Ανάμεσα στα υπόλοιπα είκοσι ένα (21) ξεχώρισαν: επτά (7) καφέ, ένα (1) κατάστημα με παιχνίδια, ένα (1) φαρμακείο, δύο (2) κομμωτήρια, δύο (2) καταστήματα με ρούχα, ένα (1) ανθοπωλείο, ένα (1) βιβλιοπωλείο, ένα (1) κατάστημα με ανταλλακτικά και αξεσουάρ Η/Υ, ένα (1) με ηλεκτρονικό τσιγάρο, δύο (2) καταστήματα με οπτικά, ένας (1) κινηματογράφος και (1) ένας χώρος τέχνης. Υπενθυμίζεται ότι κατά την καταγραφή λήφθηκε αυστήρα υπόψη οι επιχειρήσεις αυτές να έχουν είσοδο μέσα στη στοά γιατί ακριβώς και η έρευνα εστιάζει στο τι συμβαίνει στο εσωτερικό του χώρου και τι αναγκάζει κάποιον να τον χρησιμοποιήσει. Δηλαδή υπήρχαν καταστήματα που άνηκαν στο

οικοδομικό τετράγωνο που βρίσκεται η Στοά Κοράη κυρίως κάποια μαγαζιά με ρούχα και ορισμένα ακόμη καφέ με πρόσωπο στις οδούς Σταδίου, Κοραή και Πανεπιστημίου, τα οποία δεν συμπεριλήφθηκαν για τον παραπάνω λόγο. Από την άλλη, όσον αφορά τον κινηματογράφο ΑΣΤΥ της οδού Σταδίου και τον χώρο ιστορικής μνήμης 1941-1944 από την πλευρά της Κοραή, λειτουργούν στο υπόγειο επίπεδο της στοάς αλλά ο μόνος τρόπος για εισέλθει κανείς είναι από τους αντίστοιχους δρόμους.

	ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΝΟΙΚΤΕΣ	Καφέ	7	21
	Κινηματογράφος	1	
	Χώρος τέχνης	1	
	Φαρμακείο	1	
	Οπτικά	2	
	Κομμωτήρια	2	
	Ρούχα	2	
	Ανθοπωλείο	1	
	Βιβλιοπωλείο	1	
	Αξεσουάρ Η/Υ	1	
	Ηλεκτρονικό τσιγάρο	1	
Παιχνίδια	1		
ΚΛΕΙΣΤΕΣ	Άγνωστο	5	5
Πληρότητα 81% για 26 καταστήματα			

Η Στοά Κοράη διατηρώντας 21 ενεργά καταστήματα, τα περισσότερα χώροι εστίασης και αγγίζοντας μια πληρότητα της τάξης του 81% στο σύνολο των 26 επιχειρήσεων, καταφέρνει να είναι μια από τις πιο ζωντανές εμπορικές στοές του κέντρου της Αθήνας. Πως πετυχαίνει όμως κάτι τέτοιο; Ποιος είναι τελικά ο κυρίαρχος τρόπος χρήσης της στοάς και για ποιο λόγο οι άνθρωποι την επιλέγουν; Τι είναι αυτό που τους συνδέει με τον χώρο και πως αυτός αποκτά την ταυτότητά του; Το να αναπαντηθούν ερωτήματα σαν κι αυτά ήταν και ο στόχος της επιτόπιας έρευνας της οποίας τα σημαντικότερα αποτελέσματα θα παρουσιαστούν στη συνέχεια για να δοθεί η εικόνα της στοάς.



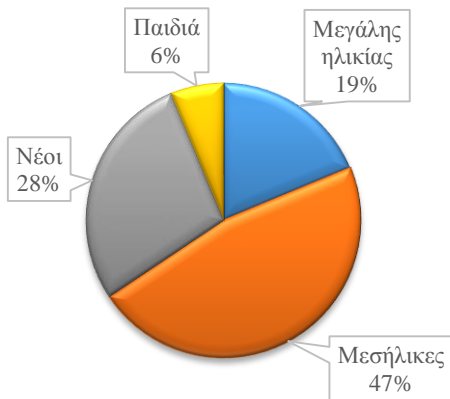
Εικόνα 32. Η Στοά Κοραή με φόντο της έξοδο προς Σταδίου. Πηγή: <https://www.trip2athens.com>



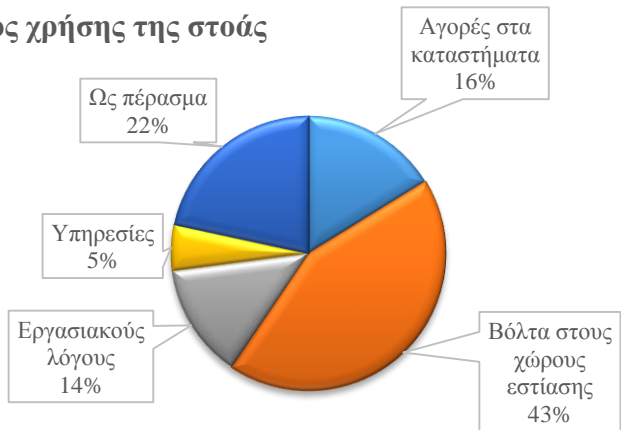
Εικόνα 33. Το τμήμα του Μεγάρου Αθηνών της στοάς που βλέπει στην Πανεπιστημίου. Πηγή: Kostis Margiolis

4.4 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

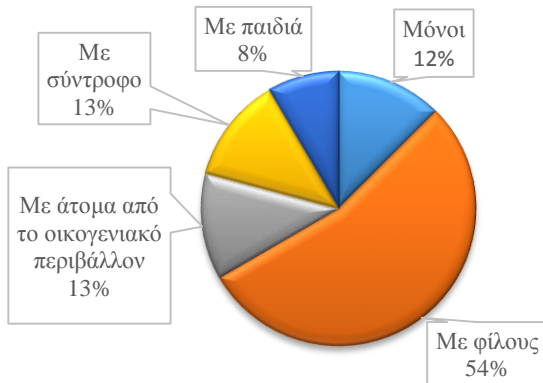
Ηλικίες



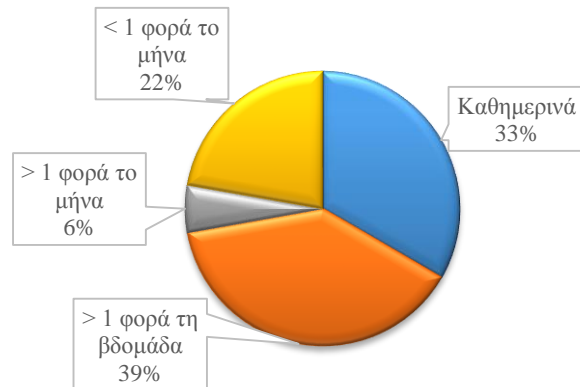
Τρόπος χρήσης της στοάς



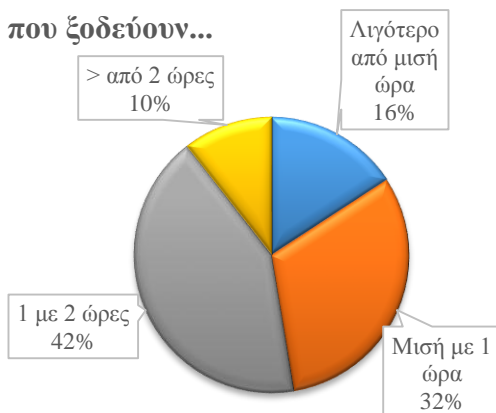
Με ποιους άλλους έρχονται;



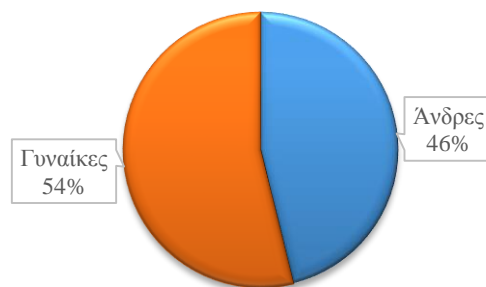
Κάθε πότε την επισκέπτονται;



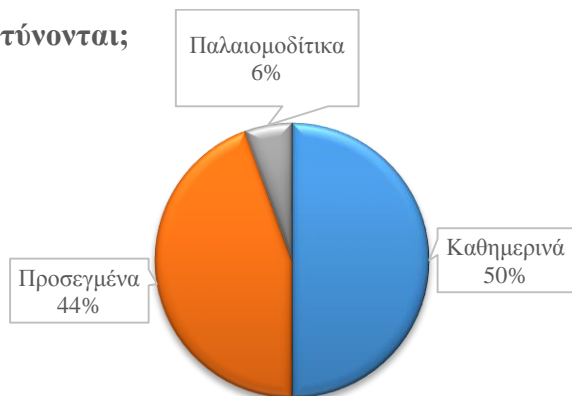
Χρόνο που ξοδεύουν...



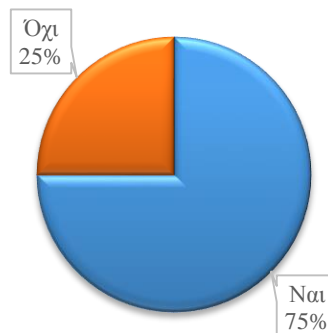
Περισσότερο έρχονται...



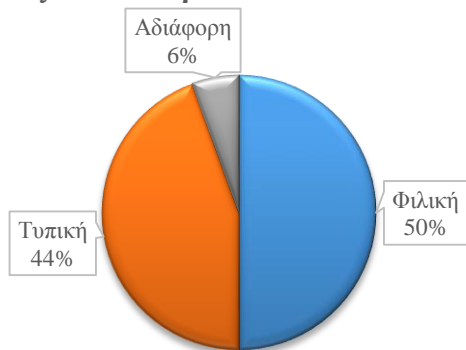
Πως ντύνονται;



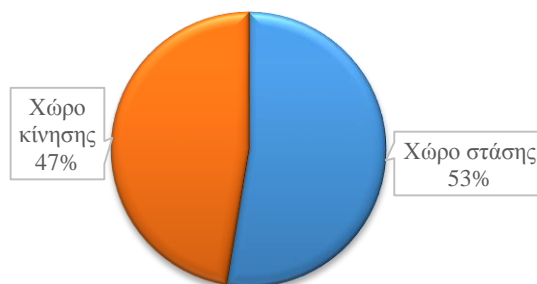
Θεωρείται στέκι;



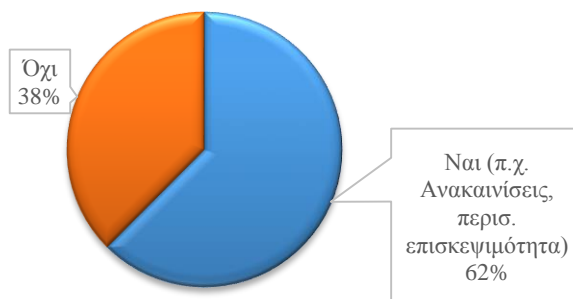
Σχέση μεταξύ των ανθρώπων...



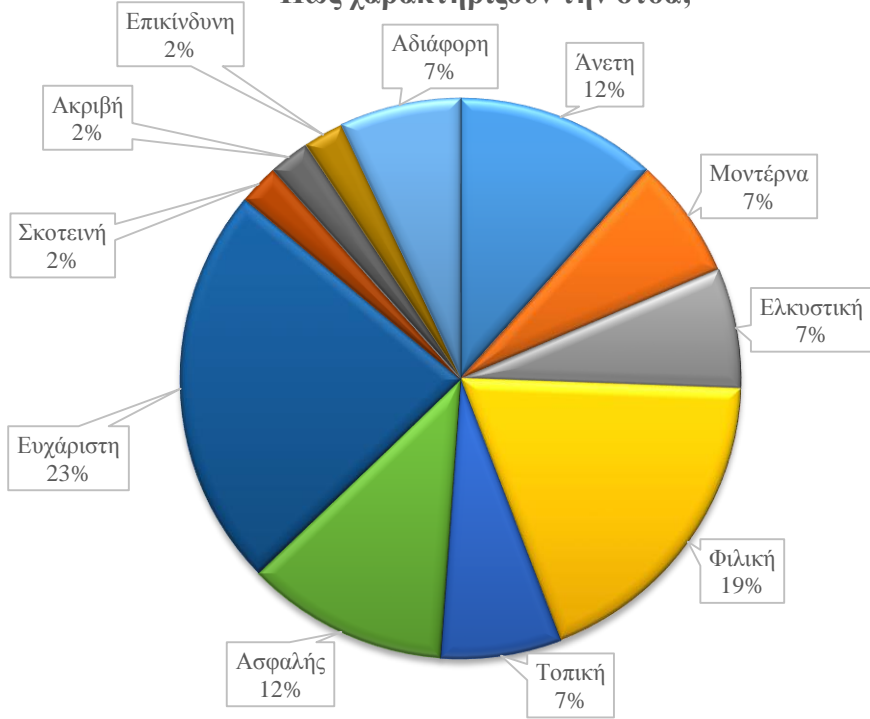
Θεωρείτε την στοά...



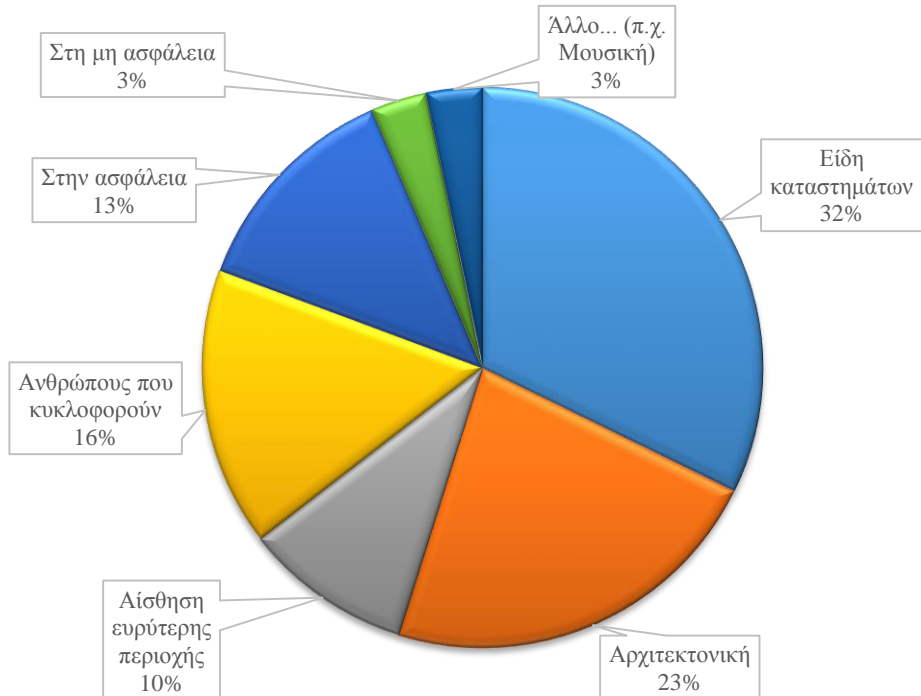
Αλλάζει το τοπίο της στοάς;



Πως χαρακτηρίζουν την στοά;



Που αποδίδουν τους παραπάνω χαρακτηρισμούς;



Με μια πρώτη ματιά είναι ξεκάθαρο ότι ο κυρίαρχος τρόπος χρήσης της στοάς είναι για αναψυχή στους χώρους εστίασης. Η Στοά Κοραή δεν είναι τόσο ένας χώρος για ψώνια, φιλοξενεί όμως πολλά καταστήματα που προσφέρουν καφέ, κάτι που οδηγεί τον κόσμο να την επισκέπτεται συχνά μαζί με φίλους ή συναδέλφους από τη δουλειά. Όπως είπαν και οι καταστηματάρχες είναι μια στοά στην οποία έρχονται και οικογένειες, λιγότερο συχνά όμως, κυρίως τα σαββατοκύριακα. Έτσι στη στοά συναντά κανείς κατά κύριο λόγο μεσήλικες (35 έως 60 ετών). Μέσα από την έρευνα έγινε κατανοητό πως οι άνθρωποι που συχνάζουν στα καφέ, δε θα βρεθούν εκεί τυχαία. Η επίσκεψη αφορά περισσότερο ένα κομμάτι της ρουτίνας εκείνων που εργάζονται στη γύρω περιοχή, είναι δηλαδή μια στάση πριν, μετά ή κατά το διάλειμμα που κάνουν από την δουλειά τους. Έτσι αν όχι καθημερινά, θα βρεθούν τουλάχιστον μια φορά μέσα στη βδομάδα. Από την άλλη, οι νέοι που θα έρθουν στη στοά θα επιλέξουν αποκλειστικά κάποιο από τα καφέ, το ίδιο και οι άνθρωποι μεγάλης ηλικίας, για τους οποίους είναι ένας τρόπος να γεμίζουν τον χρόνο τους. Σχετικά με την παρουσία του γυναικείου φύλου, που φάνηκε ότι είναι μεγαλύτερη μέσα στη στοά, είναι κάτι στο οποίο θα προσπαθήσουμε να δούμε τον πιθανό λόγο παρακάτω.

Ο χρόνος που περνά κανείς μέσα στη στοά εξαρτάται από το αν κάτσει σε κάποιο καφέ, οπότε μια μέση αναμονή είναι μισή με μια ώρα, ενώ στην περίπτωση που θα επιλέξει τους κινηματογράφους ΑΣΤΟΡ ή ΑΣΤΥ θα μείνει προφανώς περισσότερη. Οι δυο κινηματογράφοι όπως και η αίθουσα έκθεσης καλλιτεχνικών δημιουργιών που στεγάζεται σε κεντρικό σημείο με το όνομα ΣΤΟart, ως χώροι τέχνης θα λέγαμε ότι αποδίδουν το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό όσον αφορά τους λόγους της επισκεψιμότητας στη Στοά Κοραή, όπου μάλιστα η συγκεκριμένη αίθουσα καταφέρνει να προσελκύει και τουρίστες, λειτουργώντας έτσι περισσότερο σαν αξιοθέατο.

Πρέπει να αναφέρουμε ότι ένας σημαντικός αριθμός απαντήσεων έδειξε ότι η στοά εξυπηρετεί πολλούς ανθρώπους και ως πέρασμα. Για αυτό πολλοί από τους ερωτηθέντες εξήγησαν ότι αποτελεί έναν χώρο κίνησης. Εδώ βρίσκεται και η λειτουργικότητα μιας μητροπολιτικής στοάς, ως ένα σύνολο πυλών εισόδου και εξόδου, μεταξύ των οποίων παρεμβάλλονται καθορισμένες διαδρομές οι οποίες δίνουν την κατεύθυνση στους ανθρώπους για κάπου αλλού. Από που όμως έρχεται όλος αυτός ο κόσμος; Τι ρόλο μπορεί να παίζει η θέση της στοάς στο χώρο και πως σχετίζεται με το εξωτερικό της περιβάλλον; Κοντολογίς, τι σημασία μπορεί να έχει η γύρω περιοχή πάνω στο πως κατασκευάζεται το νόημα και ο χαρακτήρας της Στοά Κοραή;

4.5 ΑΙΣΘΗΣΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ ΚΑΙ ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΠΕΡΙΟΧΗ

Ίσως το πιο βασικό χαρακτηριστικό και ταυτόχρονα πλεονέκτημα της Στοάς Κοραή είναι ότι βρίσκεται ακριβώς απέναντι, σε απόσταση λίγων μέτρων, από την έξοδο του Μετρό της Πανεπιστημίου. Κατά τις εργασίες κατασκευής του Μετρό, η οδός Κοραή πεζοδρομήθηκε, έγινε πλατεία Κοραή και αποκτά είσοδο-έξοδο για την επιβίβαση-αποβίβαση σε αυτό. Έτσι ο κόσμος που χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη πύλη του Μετρό, μπορεί με μια ματιά να αντιληφθεί ότι υπάρχει στοά σε αυτό το σημείο. Ενδεχομένως, η παρουσία και μόνο των ανθρώπων που απλά κινούνται γύρω από εκεί να επιτρέπει στην Στοά Κοραή να διατηρεί την ζωντάνια και την βοή της, αποτρέποντας τον κίνδυνο εγκατάλειψης. Όπως φάνηκε και από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, πολλοί είναι εκείνοι που φτάνουν στη στοά μέσω του Μετρό, τις περισσότερες του

Πανεπιστημίου άλλοτε της Ομόνοιας ή του Συντάγματος. Οι υπόλοιποι έρχονται πεζοί. Όμως μιας και μιλάμε για μέσα μετακίνησης, θα σημειώσουμε εδώ ότι ακριβώς απέναντι, στην πλατεία Κλαυθμώνος, η οποία συνορεύει με την πλατεία Κοραή μέσω της Σταδίου, λειτουργεί υπόγειος χώρος στάθμευσης αυτοκινήτων αλλά παρόλα αυτά δεν φάνηκε να εξυπηρετεί κάποιον να έρθει στη στοά.

Πολλοί είναι εκείνοι επομένως που θα φτάσουν με τα πόδια. Οι κάτοικοι του κέντρου, συνήθως από Νεάπολη, Εξάρχεια ή Κολωνάκι, εμφανίζουν μια μεγαλύτερη τάση να χρησιμοποιήσουν τα καταστήματα που δεν είναι αποκλειστικά καφέ π.χ. τα κομμωτήρια, το φαρμακείο κ.ο.κ. Για αυτό και η πελατεία τους είναι συγκεκριμένη. Θα πρέπει όμως να ξεχωρίσουμε και ένα επιπλέον χαρακτηριστικό, απαραίτητο για την κατανόηση του πως συνδέονται οι άνθρωποι με τον χώρο. Αναφέρουμε ως παράδειγμα την περίπτωση τριών από αυτά τα καταστήματα, του φαρμακείου, του ανθοπωλείου και του ενός καταστήματος με ρούχα. Στις συνεντεύξεις με τους καταστηματάρχες, τονίστηκε ότι λειτουργούν εντός της στοάς εδώ και δεκαετίες, πολύ πριν την πρόσφατη ανακαίνιση της· ιδιαίτερα το ανθοπωλείο υπάρχει έναν αιώνα, λειτουργούσε όμως τότε εκτός στοάς, στην γωνία Κοραή και Σταδίου. Υπάρχει επομένως μια συγκεκριμένη μερίδα ανθρώπων που θα τους λέγαμε, ως επί το πλείστον, «οι παλιοί Αθηναίοι» οι οποίοι επισκέπτονται τη στοά επειδή ξέρουν σε ποιους θα βρουν τι θέλουν. Γιαυτό και υπάρχει η κοινωνική σχέση μεταξύ των ανθρώπων με τη μορφή καταστημάταρχη – πελάτη αλλά και μεταξύ καταστηματάρχων, δηλαδή μια σχέση που έχει διάρκεια στο χρόνο και αναγνωρίζεται αμοιβαία ως τέτοια. Από την άλλη, η τυπικότητα των σχέσεων αποδίδεται σε μεγάλο βαθμό στο ότι το τοπίο της στοάς διαρκώς αλλάζει λόγω των ανακαινίσεων που συχνά γίνονται κυρίως στους χώρους εστίασης της στοάς, κάτι που πολλές φορές σημαίνει αλλαγή ιδιοκτήτη, υπαλλήλων, διακόσμηση του εσωτερικού του καταστήματος κ.ο.κ. Μια τέτοια παρατήρηση έγινε από πολλούς κατά τη διάρκεια της έρευνας. Ωστόσο, θα πρέπει να αναγνωρίσουμε ότι αυτού του είδους η κοινωνική σχέση που μόλις περιγράψαμε, σχετίζεται άμεσα με το πως συνδέονται οι άνθρωποι με τους τόπους. Είτε πρόκειται για την πόλη στην οποία ζούνε είτε για τον εγγύτερο χώρο των δραστηριοτήτων τους στη γειτονιά, οι άνθρωποι έχουν την τάση να επιβάλλουν «το αίσθημα του ανήκειν» στον τόπο. Ο συναισθηματικός δεσμός που νοηματοδοτεί συμβολικά έναν τόπο με τους ανθρώπους είναι εκείνη η αντανάκλαση των εικόνων του χώρου κατοικίας τους. Η οικειότητα που αποκτά ένας συγκεκριμένος χώρος στο δημόσιο περιβάλλον, οφείλεται στο κατά πόσο το άτομο μπορεί να νιώθει ότι εκεί, είναι σαν να βρίσκεται σπίτι του. Η συνήθεια του χώρου, η οποία αφορά κυρίως τα πρόσωπα και τα αντικείμενα που συναντά κανείς σε αυτόν άλλοτε και την διακόσμηση που «ντύνει» το εσωτερικό, επιτρέπουν να δημιουργηθεί ένα αίσθημα δεσμού, αφού πρόκειται για προβολές που υπάρχουν αντίστοιχα στην κατοικία. Χαρακτηριστική ένδειξη αυτού, με την ακριβώς αντίθετη έννοια στην περίπτωση που μελετάμε, οι συχνές ανακαινίσεις και αλλαγές προσώπων οι οποίες δυσχεραίνουν να επιτευχθεί μια τέτοια ενότητα, καθώς ένα τέτοιο κοινωνικό νοήμα στον χώρο σφυρηλατείται με την πάροδο του χρόνου. Βέβαια, μπορεί κανείς να πει κοιτάζοντας πίσω από τις βιτρίνες των καταστημάτων, ότι τουλάχιστον οι καταστηματάρχες το γνωρίζουν. Η διαρρύθμιση του εσωτερικού χώρου των νεότερων καταστημάτων της στοάς έχει γίνει με τέτοιο τρόπο ώστε να δίνει την εντύπωση της ασφάλειας μέσω των φωτεινών και θερμών χρωμάτων, του οικείου, στην περίπτωση των καφέ, της άνεσης των καθισμάτων παρόμοια με τις αναπαυτικές πολυθρόνες ενός σαλονιού, τους διάφορους πίνακες ή φωτογραφίες που κοσμούν τους τοίχους όπως αντίστοιχα στα δωμάτια της κατοικίας.



Εικόνα 34. 13 Αυγούστου 1960. Η οδός Κοραή τότε ήταν δρόμος. Πηγή: Η ΑΘΗΝΑ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΧΡΟΝΟ



Εικόνα 35. Η οδός Κοραή μετά την πεζοδρόμησή της με την αντίστοιχη είσοδο-έξοδο του Μετρό. Πηγή: <https://www.trip2athens.com>

Θα πρέπει να δούμε όμως ότι στο σύνολο της η Στοά Κοραή δεν εξυπηρετεί μόνο όσους κατοικούν στα περίχωρα. Εξάλλου η θέση της στο κέντρο της Αθήνας, είναι μια περιοχή όπου η παρουσία της κατοικίας έχει συρρικνωθεί. Έτσι, στους ορόφους των πολυώροφων κτιρίων που συναντά κανείς τριγύρω, λειτουργούν χώροι εργασίας: κυρίως γραφεία δημόσιου χαρακτήρα ή υπηρεσιακά του ιδιωτικού τομέα. Ένας μεγάλος αριθμός αυτών των ανθρώπων που εργάζονται θα χρησιμοποιήσει τη στοά «κόβοντας δρόμο» για να κινηθεί προς τα εκεί που θέλει ή κάνοντας μια στάση στα καφέ. Ειδικά η περίπτωση των τελευταίων αποτελεί και την βασικότερη χρήση αυτής. Πράγματι, η θέση της στοάς εξυπηρετεί σαν ένα σημείο συνάντησης των εργαζόμενων της γύρω περιοχής, οι οποίοι θα επιλέξουν κάποιο από αυτά πριν, μετά ή κατά το διάλειμμα της εργασίας τους. Στο ίδιο οικοδομικό τετράγωνο από την μεριά της Πανεπιστημίου αλλά και στην απέναντι πλευρά της πλατεία Κοραή, υπάρχουν γραφεία και καταστήματα τραπεζών, ασφαλιστικές και χρηματοοικονομικές εταιρείες, κρατικές υπηρεσίες και γενικά παρόμοιου τύπου χώροι. Προπάντων όμως στους ορόφους του κτιρίου όπου βρίσκεται η Στοά Κοραή, στο κάποτε κτίριο της Εθνικής Ασφαλιστικής, εργάζονται σήμερα ορκωτοί λογιστές, άνθρωποι σε νομικές και δημόσιες υπηρεσίες, σε τμήματα τραπεζικού μάρκετινγκ, σε επιτροπές αλλά και διάφορες άλλες εταιρείες μικρότερης κλίμακας. Οι χώροι εστίασης της Στοάς Κοραή είναι εκείνη η ολιγόλεπτη στάση που θα κάνουν αυτοί οι υπάλληλοι κάποια στιγμή μέσα στη διάρκεια της μέρας τους. Για το λόγο αυτό πολλοί παρατήρησαν ότι οι άνθρωποι που κυκλοφορούν στη στοά διατηρούν συχνά ένα προσεγμένο και επαγγελματικό τρόπο ντυσίματος, κάτι που μαρτυρά τον τομέα απασχόλησής τους. Έτσι τουλάχιστον ως προς αυτό, θα μπορούσαμε να πούμε ότι η στοά είναι ένα στέκι των υπαλλήλων, ένας χώρος στον οποίο ένας συγκεκριμένος τύπος ανθρώπων συχνάζουν εκεί, με μια τυπικότητα που επιβάλλεται από την ρουτίνα.

Ένα ιδιαίτερο τοπόσημο της ευρύτερης περιοχής, τα Προπύλαια του Πανεπιστημίου Αθηνών βρίσκεται ακριβώς απέναντι, στο σύνορο με την Πανεπιστημίου. Έτσι φοιτητές επισκέπτονται συχνά την Στοά Κοραή για να γιορτάσουν την ορκομωσία τους. Ακριβώς δίπλα υπάρχει η Ακαδημία Αθηνών. Και τα δύο αυτά πνευματικά ιδρύματα λόγω της αρχιτεκτονικής τους, γίνονται αξιοπρόσεκτα από τους τουρίστες ως μνημεία και ως θέαμα. Η στοά επειδή βρίσκεται εντός της σφαίρας επιρροής της συμβολικής αξίας που εμπνέουν αυτά τα δύο επιβλητικά κτίρια, δηλαδή ακριβώς απέναντι, η ίδια γίνεται για αυτόν ακριβώς το λόγο ένας εν δυνάμει χώρος τον οποίον θα επισκεφτούν τουρίστες, κάνοντας ενδεχομένως μια στάση σε κάποιο από τα καφέ. Αν και η προηγούμενη διατύπωση ακούγεται ένας κάπως αφηρημένος ισχυρισμός, αυτό που σίγουρα έχει σημασία είναι ότι η Στοά Κοραή περιλαμβάνεται συχνά σε αθηναϊκούς ταξιδιωτικούς οδηγούς σαν τοποθεσία όπου βρίσκονται χώροι εστίασης ή με την μορφή συγκεκριμένου καφέ που βρίσκεται σε συγκεκριμένο χώρο. Άλλωστε, ιδιαίτερα με τις υπηρεσίες διαδικτύου, το σύστημα του “geotagging”, του να μπορείς δηλαδή να σημειώνεις τη γεωγραφική σου θέση σε μια ψηφιακή αναπαράσταση του πραγματικού χώρου, αλλά και το σύστημα των αξιολογήσεων και των κριτικών αυτού που επισκέπτεσαι, επιτρέπει σε ένα παγκόσμιο κοινό να την ανακαλύψει και να πληροφορηθεί για αυτήν.



Χάρτης 13. Τι υπάρχει στους δρόμους που έχει πρόσωπο η Στοά Κοραή.

Στο ισόγειο επίπεδο των κτιρίων της άμεσης περιοχής που γειτνιάζει η στοά, υπάρχει επίσης μια έντονη εμπορική δραστηριότητα με την παρουσία ανοιχτών καταστημάτων διαφόρων ειδών, κάτι που σημαίνει ότι κυκλοφορεί κόσμος, ενώ πολλά μέσα μαζικής μεταφοράς καταλήγουν στους εκατέρωθεν δρόμους Σταδίου – πλατεία Κλαυθμώνος και Πανεπιστημίου – Ακαδημία Αθηνών. Οι κλειστές επιχειρήσεις στέκονται από καιρό ανενεργές. Ανάμεσα τους το κάποτε διάσημο κατάστημα με υαλικά σκεύη την δεκαετία του '60, Άκρον Ίλιον Κρυστάλ μένει κλειστό εδώ και 20 χρόνια στη Σταδίου 26. Απέναντι Σταδίου 50 το Μέγαρο Αθηνογένους με ζωή 130 χρόνων μένει ερειπωμένο έπειτα από την πυρκαγιά που προκλήθηκε τον Μάιο του 2004. Το Μέγαρο Σερπιέρη, Πανεπιστημίου και Εδουάρδου Λω, είναι εγκαταλελειμμένο από τα πρώτα χρόνια της οικονομικής κρίσης με το κλείσιμο της Αγροτική Τράπεζας που στεγάζονταν εκεί.

Συνήθως όσοι απαντούσαν ότι η Στοά Κοραή είναι στέκι για ορισμένους ανθρώπους υποστήριζαν ότι η ίδια είναι χώρος στάσης. Και ακριβώς το αντίθετο. Για όσους δεν αποτελεί στέκι, θεωρείται χώρος κίνησης. Αυτή η διττή σημασία της στοάς είναι που συνιστά την παρουσία των ανθρώπων εντός της. Παρουσία, η οποία διακρίνεται με μια στατική μορφή, όπως βλέπει κανείς τον κόσμο να κάθεται στα καφέ, αλλά και με μια κινητική μορφή, όπως πολλοί διασχίζουν την στοά. Γιαυτό και οι ανταποκρίσεις πάνω στο αν θεωρείται η Στοά Κοραή χώρος στάσης ή χώρος κίνησης, ήταν σχεδόν ισόποσες. Οι δυο αυτές μορφές συνεργάζονται θα λέγαμε, λειτουργώντας ταυτόχρονα, για να πετύχουν την συγκέντρωση του πλήθους της στοάς. Με μια ωστόσο βασική λεπτομέρεια, η οποία όμως οδηγεί μακριά. Έχει σημασία να σημειώσουμε, ότι η ανθρώπινη παρουσία είναι εντονότερη κατά μήκος του περασμάτος από και προς τις οδούς Σταδίου και Κοραή· τα καφέ

εντός της στοάς συγκεντρώνονται αποκλειστικά σε αυτόν τον διάδρομο. Αντίθετα, το πέρασμα που οδηγεί στην Πανεπιστημίου έχει εμφανώς λιγότερη κίνηση· τα καταστήματα που λειτουργούν δεν είναι καφέ αλλά, δυο κουρεία, ένα βιβλιοπωλείο ένα ανθοπωλείο, ένα φαρμακείο, δύο καταστήματα με ρούχα κ.α. Η παρουσία ανθρώπων είναι αριθμητικά λιγότερη σε αυτό το τμήμα της στοάς το οποίο με αυτόν τον τρόπο φαίνεται να μην συνδέεται με τον χαρακτήρα του υπόλοιπου. Δεν λειτουργεί τόσο ως χώρος στάσης, αλλά περισσότερο ως χώρος κίνησης και μάλιστα μειωμένης. Μια πρώτη εξήγηση πάνω σε αυτό, οφείλεται στο ότι το πέρασμα Σταδίου-Κοραή έχει από την μια τα καφέ που ο κόσμος κάθεται, από την άλλη εκείνους που διασχίζουν κατά μήκος την στοά, πρακτικές οι οποίες δίνουν την εντύπωση ότι η ανθρώπινη παρουσία είναι εντονότερη μέσα από τον συνωστισμό που προκαλούν. Μια δεύτερη εξήγηση είναι ο σταθμός του Μετρό που υπάρχει στην έξοδο της πλατείας Κοραή όπου εξυπηρετεί στο να εισέρχεται και να εξέρχεται ο κόσμος.

Έχοντας παρουσιάσει το πως συγκροτείται η εικόνα του χώρου της στοάς, και πως διαμορφώνεται κατ' επέκταση η ελκυστικότητα και η δημοφιλία της, έρχομαστε στο σημείο που θα πρέπει να αναγνωρίσουμε ότι ένα σημαντικό στοιχείο που αφορά γενικότερα την αξιολόγηση ενός αστικού περιβάλλοντος βρίσκεται στα ίδια τα συναισθήματα που οι άνθρωποι συχνά αποδίδουν σε αυτό. Επάνω σε μια τέτοια διαπίστωση εξηγείται η συμπεριφορά και η στάση που θα έχει κανείς σε συγκεκριμένο χώρο. Η αντίληψη του τι υπάρχει που, και ο αντίστοιχος συνδυασμός συναισθημάτων που την συνοδεύει, γεννούν μια ολόκληρη γεωγραφία στο νου του καθενός, η οποία είναι εκείνη η βάση που θα καθορίσει τη σχέση του ανθρώπου με τον τόπο.

Ο τρόπος με τον οποίο χαρακτήρισαν την Στοά Κοραή, στο μεγαλύτερο ποσοστό ευχάριστη, φιλική, ασφαλής και άνετη, δείχνει ότι η ατμόσφαιρα της κρίθηκε με θετικά συναισθήματα. Τέτοιοι χαρακτηρισμοί, σύμφωνα και με τις απαντήσεις, ευθύνονταν κυρίως στα είδη των καταστημάτων που υπάρχουν μέσα στη στοά, στην αρχιτεκτονική διακόσμηση αυτής, στους ανθρώπους που συναντά κανείς να στέκονται ή και να κυκλοφορούν εντός και στη ασφάλεια που αυτή εμπνέει. Εξίσου σημαντικό χαρακτηριστικό που τονίζει την ατμόσφαιρα της στοάς φάνηκε να είναι και η αίσθηση που προκαλεί η ευρύτερη περιοχή. Δεν πρέπει ωστόσο να παραβλέψουμε και ορισμένους αρνητικούς χαρακτηρισμούς, σε ελάχιστο ποσοστό μεν αλλά έχει σημασία να δούμε γιατί υποστηρίχθηκαν. Εκείνοι που υποστήριξαν ότι είναι σκοτεινή, είδαν ταυτόχρονα την έλλειψη καθαριότητας που επικρατεί στη στοά, σημειώνοντας ότι για την φροντίδα της ενδιαφέρονται μόνο οι καταστηματαρχές αντίθετα με την ανευθυνότητα των ιδιοκτητών του χώρου. Ο χαρακτηρισμός επικίνδυνη, δόθηκε με αφορμή την κατά διαστήματα παρουσία εξαρτημένων ατόμων από παραισθησιογόνες ουσίες ή άστεγων. Πάνω σε αυτό έκριναν τη μη ασφάλεια της στοάς και τόνισαν την ανάγκη να υπάρχει ένας φύλακας που να αποτρέπει τέτοια άτομα να εισέρχονται στο χώρο. Το ότι εκεί θα βρουν καταφύγιο τέτοιες κοινωνικές ομάδες είναι στοιχείο που συγκροτεί την ταυτότητα του χώρου. Βέβαια, η αντίληψη ότι αυτά τα άτομα είναι επικίνδυνα, ως φορέας ασθενειών ή ως υποψήφια να συμπεριφερθούν «παραβατικά» φέρνει ένα ξεχωριστό ζήτημα στην επιφάνεια: την τάση που έχουν οι άνθρωποι στις μεγάλες αστικές συγκεντρώσεις να αποκαθαίρουν τον εαυτό τους, υψώνοντας γύρω τους τείχη που αποκλείουν εκείνους που θα ονομάσουν «άλλους».

Τέλος, θα αναφερθούμε στις απαντήσεις που δόθηκαν σχετικά με το κύριο γνώρισμα της στοάς που την κάνει να ξεχωρίζει. Φάνηκε πως στον μεγαλύτερο βαθμό δόθηκε σημασία στα γεγονότα της δεκαετίας του '40 και τα πρώην κρατητήρια στο υπόγειο όπου σήμερα λειτουργούν ως χώρος ιστορικής μνήμης. Από την άλλη, δεν ήταν λίγοι και εκείνοι που αγνοούσαν εντελώς την ιστορία της στοάς. Οι χώροι τέχνης, όπως η αίθουσα έκθεσης καλλιτεχνικών δημιουργιών ΣΤΟart αλλά και οι κινηματογράφοι ΑΣΤΟΡ και ΑΣΤΥ μέσα από την ιστορική πορεία τους στο χρόνο, δείχνουν ότι είναι χαρακτηριστικά γνωρίσματα της εικονογραφίας της στοάς. Από την άλλη, πολλοί μίλησαν για την αισθητική της Στοάς Κοραή, όντας ανακαινισμένη, ξεχωρίζουν το μαρμάρινο δάπεδο αλλά και τις ορθομαρμαρώσεις με τις οποίες διακοσμείται ή αρχιτεκτονική του εσωτερικού.

4.6 Ο ΣΥΜΒΟΛΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΣΤΟΑΣ ΚΟΡΑΗ

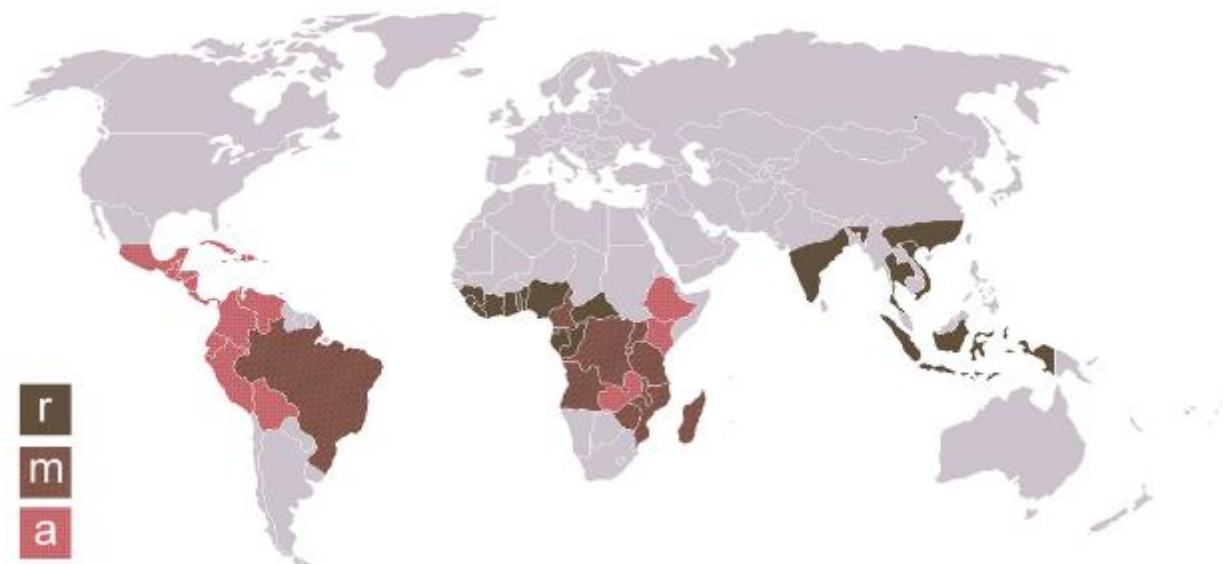
4.6.1 Ο καφές ως προϊόν και ως σύμβολο

Αναμφισβήτητα, η παρουσία των καφέ εντός της στοάς είναι σε μεγάλο βαθμό το στοιχείο που προσδίδει τον χαρακτήρα και την ιδιαίτερη ατμόσφαιρα της. Η επαλήθευση αυτού φάνηκε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων τόσο μέσα από τον τρόπο που οι ίδιοι την χρησιμοποιούν όσο και από το τι βλέπουν τους άλλους να κάνουν. Οι χώροι εστίασης της Στοάς Κοραή είναι εκείνη η πληροφορία η οποία αποθηκεύεται σαν η γνωστική αναπαράσταση του περιβάλλοντός της. Ο δυναμισμός αυτού του στοιχείου της, ο οποίος βρίσκεται σε συνάρτηση με τον αριθμό και την πυκνότητά τους, δηλαδή ότι υπάρχουν πολλά καφέ και σε γειτονική απόσταση μεταξύ τους, είναι και ο κυριότερος λόγος της παρουσίας των ανθρώπων.

Η χρήση του καφέ πέρα από μια απλή πράξη κατανάλωσης λαμβάνει και μια συμβολική σημασία, υψίστης σπουδαιότητας αφού πίσω από ένα κρυφό νόημα διαμορφώνεται σε μεγάλο βαθμό η καθημερινή εμπειρία και στήνεται το ιδιαίτερο σκηνικό του χώρου της στοάς. Μέσα στις επόμενες γραμμές, θα προσπαθήσουμε να εξηγήσουμε πως εκείνο που παράγεται και καταναλώνεται αποσπάται από την πρωταρχική του ιδιότητα ως υλικό αντικείμενο για να αποκτήσει μια συμβολική αξία, πίσω από την οποία υπάρχει λογοκριμένη μια σειρά εικόνων που ασυνείδητα καθορίζει τις συμπεριφορές. Θα συμβουλευτούμε σε πρώτο πλάνο, την σκέψη του Michael D. Smith, όπως στην μελέτη του *Urban Geography* (1996), επιχείρησε να ερμηνεύσει την περίπτωση των καφέ “Starbucks”, τα οποία κατάφεραν να εξαπλωθούν παντού, ενώ παράλληλα έδειξαν τον δρόμο, τουλάχιστον ως προς τη δομή, της μοντέρνας καφετέρας ήδη από τα τέλη της δεκαετίας του '80. Τυπικά αναφέρεται, αν και κανείς μπορεί να πει ότι αποκτά ιδιαίτερη σημασία, ότι τα “Starbucks” της Στοάς Κοραή είναι από τα τελευταία καφέ της αλυσίδας που επιβιώνουν σε όλο το κέντρο της Αθήνας. Στο έργο του ο Michael D. Smith, θέτει τα “Starbucks” μέσα σε μια ευρύτερη ιστορική αλλά και σύγχρονη γεωγραφία της παραγωγής του καφέ, στενά συνδεδεμένη με τις φάσεις της Ευρωπαϊκής αποικιοκρατίας και ιμπεριαλισμού μέσα στην ιστορία. Προτού όμως αρχίσουμε να εξηγούμε το οτιδήποτε, χρειάζεται να σημειώσουμε εδώ εν τάχει, ορισμένες βασικές πληροφορίες γύρω από τον ίδιο καφέ. Ο καφές είναι από τα γεωργικής καλλιέργειας προϊόντα όπως το τσάι, ο καπνός ή το κακάο, το οποίο παρουσιάστηκε στον δυτικό κόσμο ως το εμπόρευμα που προέρχεται από τις χώρες που υπήρξαν αποικίες του. Τον 16^ο αιώνα φτάνει στην Ευρώπη σαν εκείνο το παράξενο τροπικό προϊόν το οποίο αρχικά, απευθύνεται

αποκλειστικά σε μια αριστοκρατορική ελίτ της εποχής. Η φήμη που αποκτά οφείλεται στο ότι είναι σπάνιο, προς το παρόν ακριβό για να αγοραστεί και εισάγεται από εκείνες τις «εξωτικές» χώρες, όπως η Δύση τις ονόμασε, στην αδυναμία της να καταλάβει με μια καρτεσιανή λογική την συμπεριφορά και την κουλτούρα των αποικιοκρατούμενων ιθαγενών. Με την πάροδο του χρόνου, ο καφές μπόρεσε να γίνει οικονομικά προσιτός σε ένα ευρύτερο καταναλωτικό κοινό. Στις μετέπειτα μητροπολιτικές περιοχές της Ευρώπης, ήταν ένα από τα αγαθά, η δυνατότητα απόκτησης του οποίου, καθόρισε έντονα την κουλτούρα της διαφοροποίησης εκείνης της μεσαία τάξης που αναδύονταν. Από την άλλη, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η εξάπλωση του καφέ, βασίστηκε σε σημαντικό βαθμό στη μορφή που έλαβε η εργασία μέσα στην παραγωγική διαδικασία στις αποικίες: το σύστημα καλλιέργειας σε φυτείες που χρησιμοποιήθηκε εκτεταμένα, στηρίχθηκε στην καταναγκαστική εργασία των αυτόχθονων πληθυσμών και στην εκμετάλλευση σκλάβων. Η άνοδος στην καλλιέργειά του, γίνεται στα μέσα του 19^{ου} αιώνα, εν όψει της βιομηχανικής εποχής που επέτρεψε την μαζική παραγωγή, της ελεύθερης αγοράς που χάραξε τον δρόμο αλλά και της δημογραφικής έκρηξης που σημειώνεται. Η ριζική αλλαγή ωστόσο, στον τρόπο που παρουσιάζεται ο καφές ως προϊόν, γίνεται την δεκαετία του 1980, έπειτα από μια παγκόσμια μείωση που σημειώνεται στην κατανάλωση του λίγο μετά τα μέσα του 20^{ου} αιώνα. Η περιφρόνηση που δέχθηκε κάπου στα 1970, ως ένα ακόμα μαζικό προϊόν, απαλλάσσεται ξαφνικά όταν αποκτά το νόημα ενός εμπορεύματος προσανατολισμένο άμεσα στον καταναλωτή. Η προσέγγιση αυτή θεμελιώθηκε στην ιδέα ότι ένα προϊόν δεν πρέπει να απευθύνεται αφηρημένα στις μάζες, αλλά σχεδιάζεται σύμφωνα με τα διαφορετικά ενδιαφέροντα και τις προτιμήσεις του κάθε καταναλωτή. Στην περίπτωση που μελετάμε, ο επαναπροσδιορισμός αυτός, στηρίχτηκε τόσο με βάση εκείνους που ο καφές ήταν ήδη καθημερινή πρακτική της ρουτίνας τους, όσο και στυτούς που δεν τον προτιμούσαν τότε, κυρίως η τότε γενιά των 20 με 29 ετών η οποία απέφευγε τον καφέ, αφού αναγνώριζε στυτόν, τον καθιερωμένο τρόπο ζωής των γονιών και των παππούδων τους. Απέναντι σε αυτήν την ανησυχία, η αγορά θα στραφεί στην αναζήτηση για τον υψηλής ποιότητας καφέ, ξεκινώντας από την προέλευση και δίνοντας έμφαση σε όλα τα στάδια της επεξεργασίας, τηρώντας ένα χαμηλό κόστος πώλησης και έναν γρήγορο χρόνο προετοιμασίας του τελικού προϊόντος. Η αναδυόμενη αυτή τάση, που ήταν και η στροφή προς μια εξειδίκευση της αγοράς, ακολούθησε την ίδια γραμμή πλευσης που χάραξε η αξία που δόθηκε στο άτομο ως καταναλωτής στην μεταμοντέρνα κουλτούρα. Το σημαντικό είναι, ότι καθώς η αγορά μιλούσε για αυτόν τον νέο τύπο καταναλωτή, τον ανοικοδομούσε. Έτσι, οι διαλεγμένες ποικιλίες του καφέ (Arabica, Robusta κ.α.) αλλά και τα είδη του που εμφανίστηκαν (παγωμένος ή ζεστός, με ζάχαρη ή χωρίς, με γάλα ή χωρίς, χωρίς καφεΐνη κ.ο.κ.), ανάμεσα στα οποία καλούνταν να επιλέξει ο καθένας, ήταν στην ουσία ένα μέσο αυτοέκφρασης του ατόμου. Στεκόμαστε στο σημείο αυτό, για να επισημάνουμε ότι δεν είναι θέση αυτής της εργασίας να εξηγήσει σε βάθος πως οδηγούμαστε στο παραπάνω συμπέρασμα: ένα τέτοιο συμπέρασμα είναι κατά βάση μη λογικό. Θα πούμε όμως, ότι μια τέτοια εκδήλωση έχει τις ρίζες της εκεί που η ψυχαναλυτική θεωρία γίνεται πράξη. Το αναγκαίο περνά στο επιθυμητό όταν η απόκτηση του αντικειμένου «επενδύεται» με το συμβολικό νόημα του πως θες να σε βλέπουν οι άλλοι, στην προκειμένη περίπτωση, η επιθυμία του να πιεις καφέ ξεπερνά την απλή ανάγκη του να πει κανείς ένα τονωτικό ροφήμα. Όποτε, μέσα από αυτήν την πράξη κατανάλωσης, μπορούσε ο καθένας να διαφοροποιηθεί από τους άλλους, να επιβεβαιώσει την ταυτότητα και την κουλτούρα του και να πειραματιστεί με νέες: κάτι που ισχύει ανάλογα και με τις εναλλαγές της μόδας. Έτσι ώστε συχνά, ο συγκεκριμένος τύπος καφέ που

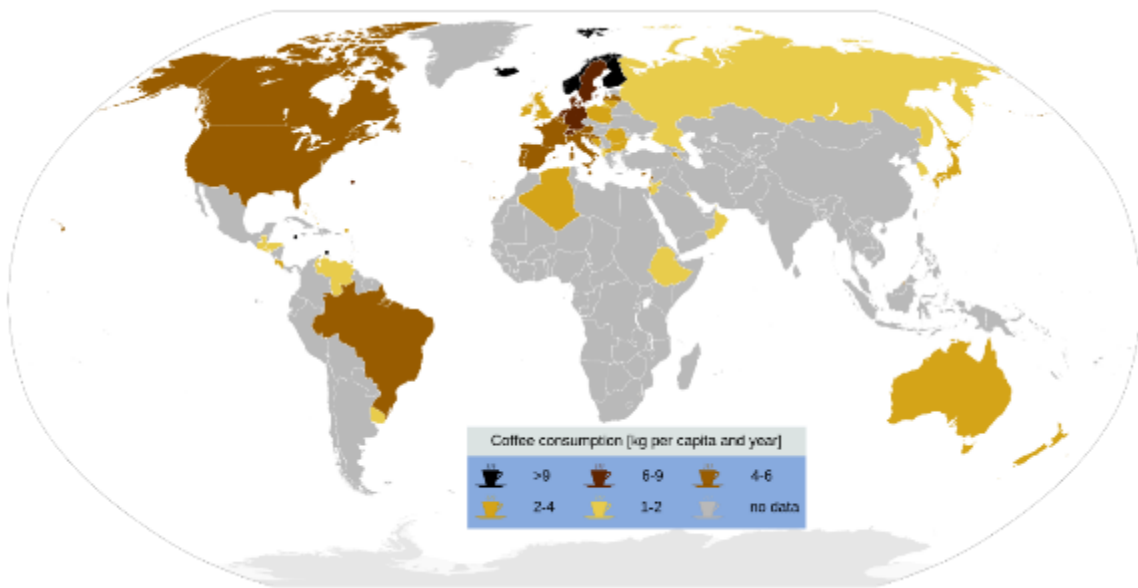
επιλέγει κανείς, να σημαίνει και έναν συγκεκριμένο τύπο ανθρώπου. Για παράδειγμα, το 1980 στις Η.Π.Α, η κατανάλωση καφέ έπαιξε σημαντικό ρόλο στην κατασκευή της εικόνας γύρω από εκείνο το στρώμα των υπαλλήλων που εξειδικεύονταν στα διάφορα καθήκοντα στελέχωσης. Σήμερα, η μορφή του καφέ που γνωρίζουμε, οφείλεται κατά κύριο λόγο στις αλλαγές που έγιναν τα τελευταία 30 περίπου χρόνια. Γενικότερα αυτό που υποστηρίζεται στους καιρούς μας, αν και κάπως αμφιλεγόμενα, είναι ότι οι άνθρωποι καθορίζονται όλο και λιγότερο από παραδοσιακούς παράγοντες όπως η καταγωγή, η τάξη και το εισόδημα και όλο και περισσότερο από εκείνα που καταναλώνουν. Ποιος όμως ο λόγος, να τα αναφέρουμε όλα αυτά και τι σχέση έχουν με την γεωγραφία;



Χάρτης 14. Χώρες καλλιέργειας καφέ. Τα θεματικά επίπεδα δείχνουν ανάλογα τις ποικιλίες του καφέ: Robusta (r), Robusta & Arabica (m), Arabica (a). Πηγή: <https://www.gislounge.com/>

Μια πρώτη απάντηση σε αυτό το ερώτημα και για να κλείσει και η μεγάλη παρένθεση που ανοίξαμε παραπάνω, θα εμπεριέχει και μια εξήγηση της συμβολικής αξίας της κατανάλωσης του καφέ, για την οποία ξεκινήσαμε να μιλάμε. Έχοντας πλέον μια γενική εικόνα της ιστορικής και γεωγραφικής πορείας του, θα επιχειρήσουμε να κάνουμε μια ανάγνωση του τοπίου της στοάς, βλέποντας ότι τα περισσότερα καταστήματα της είναι χώροι εστίασης όπου μπορεί κανείς να αναζητήσει καφέ. Η ιδέα στη οποία βασιζόμαστε, είναι ότι σήμερα αποτελεί το πιο σημαντικό τροπικό εμπόρευμα στο διεθνές εμπόριο γεωργικών προϊόντων του οποίου η προέλευση είναι από χώρες που υπήρξαν κάποτε αποικίες. Το σκηνικό της στοάς συνθέτει έναν ολόκληρο νοητικό χάρτη του καφέ, του οποίου τα όρια ξεπερνούν το ίδιο το εσωτερικό του χώρου, για να συμπεριλάβουν την γενικότερη οικονομική γεωγραφία της παραγωγής του καφέ μέσα στην ιστορία. Αυτό για το οποίο μιλάμε εδώ, αφορά το ότι στον ίδιο χώρο και χρόνο, στη Στοά Κοράη σήμερα, συνυπάρχουν ταυτόχρονα δύο διαφορετικοί και αντίθετοι κόσμοι. Η σύνδεση επιτυγχάνεται μεταξύ ενός ολόκληρου κόσμου που καλλιεργεί και παράγει τον καφέ και ενός άλλου που τον καταναλώνει. Πράγματι, οι ποικιλίες του καφέ που μπορεί να επιλέξει κανείς, εισάγονται από εκείνες τις «εξωτικές» χώρες π.χ. Κολομβία, Βραζιλία, Αιθιοπία κ.α. οι οποίες αναμφίβολα μέσα στο χρόνο αντανάκλουν την εικόνα των φτωχών και οικονομικά

καθυστερημένων χωρών στις οποίες κυριάρχησε ο δυτικός κόσμος. Ο καφές με τη σειρά του σαν το άλλοτε αποικιακό εμπόρευμα, εμπεριέχει ακριβώς αυτήν την συμβολική αναπαράσταση: τη σχέση που διαπερνά μέσα στους αιώνες των σκληρά εργαζόμενων και συνήθως σκλάβων που καλλιεργούσαν καφέ στα τροπικά κλίματα με σκοπό να τον στέλνουν στις καταναλωτικές κοινωνίες. Στην ουσία, αυτό που σήμερα συναλλάσσεται κατά την πράξη κατανάλωσης καφέ, παραμένει μια ολόκληρη κληρονομιά 500 χρόνων αποικιοκρατίας. Βέβαια, μπορεί κανείς από τους καταστηματαρχές της στοάς ή τους καταναλωτές να μην ευθύνεται για την υπάρχουσα κατάσταση, όλοι τους όμως έχουν δεχθεί μια τέτοια κληρονομιά την οποία «απολαμβάνουν» αν θα μπορούσε να πει κανείς, και κατά κάποιον τρόπο την διαιωνίζουν. Έτσι είναι φανερό, ότι κατά έναν βαθμό, η συμπεριφορά των ανθρώπων που χρησιμοποιούν τη στοά ρυθμίζεται μέσα σε σχέσεις ήδη προϋπάρχουσες. Με λίγα λόγια, η συνήθης πρακτική που λαμβάνει μέρος στη Στοά Κοραή, δηλαδή το να απολαμβάνει κανείς τον καφέ του στους χώρους εστίασης της, είναι αποτέλεσμα όλης αυτής της ιστορικό-γεωγραφικής κίνησης που ξεκινά με την αποικιακή εποχή. Όμως, μας θυμίζει ο Michael D. Smith ότι «οι απολαύσεις συχνά βασίζονται σε προνόμια, καθώς και επάνω στην εκμετάλλευση και την καταπίεση και ως τέτοιες πρέπει να διερευνηθούν». Επομένως βλέπουμε, πως μέσα στο καθημερινό γεγονός, το συμβολικό και το πραγματικό, το τοπικό και το παγκόσμιο, συνυπάρχουν και είναι μάλιστα άρρηκτα συνδεδεμένα μεταξύ τους. Ωστόσο, πρέπει να έχουμε στο νου ότι η εμπειρία του καφέ, που φέρνει στον ίδιο χώρο και χρόνο διαφορετικούς κόσμους κοντά, βιώνεται με έναν τέτοιο τρόπο που αποκρύπτει οποιοδήποτε ίχνος γεωγραφικής πολυπλοκότητας, σχέσεων και συνθηκών εργασίας που ακολουθήθηκαν στην παραγωγή. Άρα μήπως στην ουσία δεν πρόκειται για σύνδεση διαφορετικών κόσμων αλλά για εκείνο το έσχατο στάδιο διαχωρισμού μεταξύ ενός κόσμου που παράγει και ενός άλλου που καταναλώνει; Θα λέγαμε, ότι το εκπληκτικό είναι πως δεν πάνε πολλά χρόνια από τότε που οι καταναλωτές των χωρών παραγωγής μπόρεσαν να γευτούν το τελικό προϊόν του καφέ, το ροφήμα, έπειτα από αιώνες που απλά εστέλναν κόκκους καφέ στις μητροπόλεις.



Χάρτης 15. Χώρες κατανάλωσης καφέ (κατά κεφαλήν σε κιλά το χρόνο). Πηγή: <https://www.gislounge.com/>

Το πιο εντυπωσιακό όμως, είναι ότι ακριβώς για αυτήν την πράξη κατανάλωσης βλέπουμε ότι διατίθεται ένα μεγάλο κομμάτι του χώρου της στοάς. Πράγματι, στο τμήμα που σχηματίζουν οι εισόδοι-εξόδοι Κοραή και Σταδίου, δεν υπάρχουν παρά μόνο χώροι εστίασης. Από την άλλη, δεν χρειάζεται απόδειξη το γεγονός, ότι η Στοά Κοραή έχει κίνηση και είναι ζωντανή λόγω των καφέ. Μια τέτοια εκδήλωση αποκτά αυτομάτως αυξημένη σπουδαιότητα, αλλά τι πράγματι συμβαίνει πέρα από αυτό που φαίνεται; Κοντολογίς, τι ενθαρρύνει τους ανθρώπους στο να καταναλώσουν και ποια είναι τα συμβολικά νοήματα που δέχονται; Για να απαντήσουμε, αρκεί να στρέψουμε την προσοχή στην ίδια την δομή και το περιεχόμενο των χώρων εστίασης της στοάς. Ο Michael D. Smith εξηγούσε, πως τα “Starbucks” οικειοποιούνται αυτήν την κουλτούρα του τρίτου κόσμου για κατασκευάσουν μια δική τους, γύρω από το βασικό προϊόν κατανάλωσης, τον καφέ. Στον δρόμο που χάραξαν και στις πρακτικές που δίδαξαν, φαίνεται ότι πειραματίζονται τα περισσότερα καφέ που στεγάζονται στη στοά, μέσα από τις πρόσφατες ανακαινίσεις τους. Η εικόνα και η γλώσσα τους, δεν αποδίδουν μονάχα την ιδιαιτερότητα του χώρου, αλλά πολύ περισσότερο στήνονται με τέτοιο τρόπο ώστε να προετοιμάζουν τον καταναλωτή για ένα ταξίδι ανακάλυψης και εξερεύνησης του «εξωτικού» τρίτου κόσμου. Στους χώρους κατανάλωσης των μεταμοντέρνων καιρών που διανύουμε, πάγια στρατηγική πέρα από την διακωμώδηση, το αστείο ή την μυθολογία, είναι και η κατασκευή των εμπορευμάτων ως «εξωτικών» και «άλλων». Έτσι, όταν για παράδειγμα ο καθένας βρίσκεται σε θέση να γνωρίζει την προέλευση του καφέ που αγοράζει, την αυθεντικότητα και την ιδιαίτερη υφή της γεύσης, στην πράξη του επιτρέπεται να διαμορφώνει μια ολόκληρη φαντασική γεωγραφία των μακρινών τόπων από τους οποίους προήλθε το τροπικό εμπόρευμα που κρατάει στα χέρια του. Αναμφίβολα το μήνυμα που περνά, οφείλει να δίνει τις ελάχιστες δυνατές πληροφορίες για την διαμόρφωση μιας τέτοιας εικόνας, ενώ ταυτόχρονα πρέπει να εμπεριέχει και μια υψηλή δόση ασάφειας, όπου αποκρύπτεται το σημαντικό κομμάτι του πως τελικά φτάνει ο καφές στο πραγματικό σημείο αγοράς: από το κόστος μεταφοράς μέχρι τις συνθήκες εργασίας κάτω από τις οποίες έγινε η παραγωγή, συνθήκες που υπονοούν και την τάση των δυο τελευταίων αιώνων, την παιδική εργασία. Το φαινόμενο αυτό, κατά το μάλλον γνωστό σε πολλούς είναι και αυτό το οποίο διαφεύγει από την συνείδηση των ανθρώπων, γιατί κατά την πράξη της κατανάλωσης η αισθητότητα του αντικειμένου γίνεται η αισθητικοποίηση του αντικειμένου. Έτσι, ενώ θα περιμέναμε, η όλη αυτή σύμμιξη δυο διαφορετικών κόσμων, να είναι και μια θετική ανταλλαγή κουλτούρας, στην ουσία τα ίδια τα καφέ οικειοποιούνται την κουλτούρα του τρίτου κόσμου για κατασκευάσουν μια νέα αφήγηση γύρω από την οποία για να καταναλώσει κάποιος καφέ, πρέπει και να τον γνωρίζει. Για πολλούς λοιπόν ο καφές, είναι ότι ήταν το κρασί μερικά χρόνια πριν. Και αυτό γιατί βασικό τους κομμάτι είναι αυτή η κουλτούρα της γνώσης, πάνω στο να μπορεί κανείς να εκτιμά το σωστά παρασκευασμένο ρόφημα, με σκοπό να είναι σε θέση να το ιεραρχήσει στην κλίμακα του «σωστού καφέ» και κατ’ επέκταση του «καλού καταστήματος». Αυτού του είδους ο πολιτιστικός τουρισμός πάνω στον καφέ και τα είδη του, είναι και μια συμβολική αναπαράσταση εκείνης της υπερπόντιας περιπέτειας προς την εξερεύνηση των τροπικών κλιμάτων με σκοπό την κατάκτηση. Με άλλα λόγια θα λέγαμε πως πρόκειται για έναν επαν-αποικισμό, μια ευκαιρία να θαυμάσει, να έρθει σε επαφή ή και να βιώσει κανείς «το διαφορετικό και το άγνωστο». Ίσως το πιο σημαντικό τέχνασμα πάνω στο οποίο επαληθεύεται η παραπάνω διαπίστωση βρίσκεται στην ίδια την γλώσσα που χρησιμοποιούν: ο καφές τους προσφέρει το αρώμα του. Μια τέτοια πρόθεση στη χρήση του λόγου, φέρνει στη μνήμη την εικόνα

του ιθαγενή που προσφέρει, ως ένδειξη υποταγής, κάποιου είδους κειμήλιο στον Ευρωπαϊό εξερευνητή.



Εικόνα 36. Παράδειγμα της εικόνας που δίνεται γύρω από τον καφέ σε χώρο εστίασης της Στοάς Κοραή.

4.6.2 Η μιμητική επιθυμία

Εκείνο που επίσης πρέπει να αναγνωρίσουμε είναι ο τρόπος με τον οποίο αυτή η κουλτούρα επιδεικνύεται και αναπαράγεται. Στις προσόψεις όλων των καφέ είναι τοποθετημένες τζαμαρίες που καλύπτουν όλο το πλάτος και ύψος του καταστήματος, επιτρέποντας έτσι να γίνεται ανά πάσα στιγμή αντιληπτό οτιδήποτε υπάρχει από πίσω. Η καινοτομία αυτή, που αντί ενός αυστηρού διαχωρισμού μεταξύ καταστήματος και χώρου της στοάς, π.χ. μέσω ενός τοίχου, υπάρχει μια κατασκευή από γυαλί, δημιουργεί την αίσθηση ότι τα καφέ και η στοά συνθέτουν έναν ενιαίο χώρο. Μπροστά σε ένα τέτοιο σκηνικό, οι πρακτικές κατανάλωσης εντός των καταστημάτων φαίνεται ότι είναι ένα δίκτυο δραστηριοτήτων που συμμετέχουν στην όλη κίνηση της στοάς. Και αυτό συμβαίνει, διότι πράγματι ο καθένας που την διασχίζει μπορεί να σταματήσει για να κάτσει ή να πάρει καφέ στο χέρι και να συνεχίσει την πορεία του. Όλα αυτά μοιάζουν μια διαδικασία που επαναλαμβάνεται διαρκώς όπου το μόνο που αλλάζει κάθε φορά είναι τα πρόσωπα. Το στοιχείο αυτό, αποδίδει το καθημερινό γεγονός, την εικόνα και τον χαρακτήρα της Στοάς Κοραή: ένας χώρος στάσης για καφέ. Από την άλλη, το ότι όσοι διέρχονται από τη στοά μπορούν με μια ματιά να δουν τι κάνουν οι άλλοι μέσα στα καφέ, αναδεικνύει και ένα άλλο ζήτημα που οδηγεί όμως μακριά. Τα γυάλινα παραπετάσματα δεν είναι τοποθετημένα τόσο ώστε ο κόσμος που κάθεται στους πάγκους και στα τραπέζια να μπορεί να βλέπει έξω, αλλά πολύ περισσότερο για να μπορούν οι άλλοι να τους βλέπουν. Με αυτό το τέχνασμα το ίδιο το σώμα εκτίθεται όπως το εμπόρευμα στη βιτρίνα, μετατρέπεται σε θέαμα ενώ η στάση και η γλώσσα του γίνονται ακριβώς παράδειγμα προς μίμηση. Η μίμηση γεννιέται όχι από την επιθυμία απόκτησης του ίδιου του αντικειμένου,

αλλά από την ανάγκη να συμπεριφερθεί κανείς όπως εκείνος που ήδη το κατέχει. Αυτό που είδε και ο Ρενέ Ζιράρ² είναι ότι στην πραγματικότητα «δανειζόμαστε τις επιθυμίες μας από άλλους, οι οποίοι αποτελούν για μας ένα ενδιάμεσο πρότυπο». Επομένως, η μιμητική επιθυμία είναι η μίμηση προτύπων και τρόπων συμπεριφοράς. Το περιεχόμενο ενός τέτοιου ερεθίσματος γεννά και τους πόλους έλξης του πλήθους μέσα στην πόλη. Είναι η συνισταμένη όλων των δυνάμεων που οδηγεί κάθε φορά σε μια κατεύθυνση που παρασέρνει τον καθένα. Έτσι, αυτή η ορμή ωθεί τον περαστικό της στοάς να πάρει μέρος ως καταναλωτής, που στην ουσία σημαίνει να υιοθετήσει μια συγκεκριμένη στάση και συμπεριφορά, να επιβεβαιώσει, να αμφισβητήσει ή να πειραματιστεί με έναν τρόπο ζωής. Η αναζήτηση καφέ ενσωματώνεται σε συνήθεια, γίνεται η μικρή, καθημερινή απόφαση που συμβάλλει ως κομμάτι της ρουτίνας. Υπάρχει ωστόσο εδώ, ένα ακόμη σημείο στο οποίο αξίζει να σταθούμε. Εκείνος ο «ψίθυρος» που καλεί τον καθένα να εμπλακεί σε αυτό που κάνουν οι άλλοι, βρίσκει έδαφος πάνω στο ότι «η κατανάλωση επιδιώκει να εξορκίσει την απειλή του να βρεθούμε μέσα σε έναν κόσμο ξένων» (Sack, 1992). Το ζήτημα αυτό είναι καθαρά γεωγραφικό. Η δημόσια ζωή στην πόλη, αντίθετα με την ιδιωτική, συγκροτείται από περιβάλλοντα όπου οι άνθρωποι είναι άγνωστοι μεταξύ τους και οι σχέσεις ανώνυμες και συχνά αδιάφορες. Μαθαίνει επομένως κανείς τι είναι αποδεκτό και τι όχι, τι είναι αναγνωρίσιμο και τι ασυμβίβαστο, τι συνέπειες συνεπάγεται η κάθε πράξη του, τι χρειάζεται να κάνει ώστε να ανήκει κάπου. Καταναλώνοντας ότι και οι άλλοι, δημιουργείται ενός είδους σχέση μεταξύ των ανθρώπων, σίγουρα όχι κοινωνική και το γιατί θα το εξηγήσουμε παρακάτω, η οποία είναι εκείνη η συγκατάθεση και η αποδοχή που μοιράζονται με έναν βουβό τρόπο τα βλέμματα των κατοίκων μιας μητρόπολης όπως η Αθήνα. Αναγνωρίζουμε εδώ και ένα είδος δημιουργικής ικανότητας πάνω στην οποία οι σχέσεις θεμελιώνονται σε συνάρτηση με τον χώρο που καταλαμβάνεται από τους άλλους, πράγμα που σημαίνει ότι και ο ίδιος ο εαυτός του καθενός δομείται κατά μια έννοια από τους άλλους. Η κουλτούρα γύρω από τον καφέ είναι και εκείνη η φανταστική ενότητα που μοιράζονται τα μέλη μιας κοινωνίας σήμερα.

Οφείλουμε παρόλα αυτά να εξηγήσουμε πως η μιμητική επιθυμία είναι το ακριβώς αντίθετο της αυθεντικής επιθυμίας. Η μίμηση επιτρέπει να προχωρά κανείς μέχρι ένα συγκεκριμένο σημείο όπου από κει και έπειτα όμως, στερείται οποιαδήποτε απόφαση. Προσαρμόζοντας την συμπεριφορά του ή υιοθετώντας μια νέα, περικόπτει κομμάτια αυτού που είναι για να μπορέσει να υπάρξει. Η ατομικότητα του καθενός χάνεται για να μπορέσει να συνομιλήσει με εκείνους που μιλάνε μονόπλευρα για το εμπόρευσμά τους και τη στρατηγική του εμπορεύματός τους. Η ατομική πραγματικότητα υποβιβάζεται για να γίνει μαζική και της επιτρέπεται να φανεί μόνο εφόσον δεν είναι τέτοια. Η επιθυμία μίμησης που αισθάνεται ο καταναλωτής αναπληρώνει την ανάγκη, του να νιώσει οικεία σε έναν κόσμο που διαρκώς τον πολιορκεί. Η επιλογή του μπορεί να φαίνεται ελεύθερη, ωστόσο δεν σημαίνει ότι είναι και αυθεντική. Από την άλλη, για να κατανοήσουμε βαθύτερα την δύναμη της μιμητικής επιθυμίας χρειάζεται να δώσουμε βάση στον πυρήνα της ύπαρξης του ατόμου, δηλαδή στα συναισθήματα. Οι απαιτήσεις και οι προσδοκίες που φανερώνονται στην προσπάθεια να μιμηθούμε τους άλλους, συχνά προϋποθέτουν μια

² Ιωάννου Γ. Δ. (2015), *Rene Girard – Μίμηση και φθόνος*, daggerrevolt, 29 Δεκεμβρίου, <https://daggerrevolt.wordpress.com/2015/12/29/rene-girard-μίμηση-και-φθόνος>

επανανοηματοδότηση και αναδιαμόρφωση των σκέψεων μας και μια συγκάλυψη και υπεκφυγή των σταθερών αξιών μας, οι οποίες έχουν ήδη διαμορφωθεί μέσα από το οικογενειακό ή και γενικότερα συγγενικό περιβάλλον, τον χώρο εργασίας, την παρέα και την ταξική συνείδηση. Όταν το εγώ δεν είναι σε θέση να συνεργαστεί με τα εξωτερικά ερεθίσματα που δέχεται από τα καθορισμένα πρότυπα, κοινώς δεν θέλει ή δεν μπορεί να μιμηθεί αυτό που επιβάλλεται, αποκτά μια στάση η οποία είτε συγκρούεται είτε διαπραγματεύεται με τον κόσμο που το περιβάλλει. Κατά την σπάνια περίπτωση της σύγκρουσης, η συνδιαλλαγή με την κυρίαρχη κουλτούρα σημαίνει αλλοτροίωση και κατά ένα βαθμό έλλειψη εμπιστοσύνης σε εκείνους που την ακολουθούν. Προκειμένου να μην νιώσει αποξένωση ή φθόνο διαπραγματεύεται. Στην βάση αυτής της διαδικασίας, θα απωθήσει τις παρορμήσεις του και θα ανασκευάσει τα συναισθήματά του για να νιώσει τη σιγουριά του καλά ενσωματωμένου μέλους της ομάδας. Αυτή η προσαρμογή της συμπεριφοράς ανάλογα με τις συγκυρίες είναι και η αντανάκλαση ενός ψευδούς εαυτού, κάτι το οποίο κάνουν τα παιδιά για να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των άλλων, όπως εξήγησε η Alice Miller³. Φτάνει όμως να δούμε στο πρόσωπο του καταναλωτή εκείνη την βρεφική ανάγκη της αποστέρησης, που πηγάζει από το φόβο ότι θα βρεθεί στο περιθώριο της ύπαρξης. Ωστόσο, επειδή είναι στη φύση της επιθυμίας να μεταδίδεται, δεν είναι απίθανο οι άνθρωποι μέσα στην ομοιότητα τους, να επιδιώκουν τελικά να ξεχωρίσουν από τους άλλους. Η μίμηση εδώ, μέσω ενός υπερβολικού παροξυσμού γίνεται μια ματαιόδοξη προσπάθεια να ορίσει κανείς τη διαφορά του μέσα στο σύνολο, έχοντας στην κατοχή του το αντικείμενο που επιθυμεί. Ο Ζιράρ⁴ έδειξε ότι μια τέτοια δύναμη κατευθύνεται από τον φθόνο ο οποίος και γεννά την αντιπαλότητα μεταξύ των ανθρώπων. Συναισθήματα πάθους σαν κι αυτά είναι ικανά να προκαλέσουν έριδα και ενδεχομένως αποδιοργάνωση, ακόμη και βία στους κόλπους της δημόσιας αστικής ζωής. Οι διάφορες «μηχανές ευτυχίας» παίζουν εδώ τον ρόλο του εξισορροπητή μιας τέτοιας κοινωνική πόλωσης, ενός είδους προληπτικής αστυνομίας που επιτηρεί πίσω από την ιδέα ότι ο καθένας έχει δικαίωμα στο να καταναλώνει. Όπου τουλάχιστον ως προς τον καφέ, μπορούμε να πούμε πως δεν υπάρχει αμφιβολία για κάτι τέτοιο. Το ότι στεγάζονται πολλοί χώροι για καφέ μέσα στη στοά, ένας μόνο δε φτάνει, είναι εκείνο ακριβώς το ευρύ φάσμα στο οποίο ο καταναλωτής καλείται να επιλέξει, επιβεβαιώνοντας κάθε φορά τον τρόπο ζωής που του αρμόζει, πειραματιζόμενος με ρόλους, αναγνωρίζοντας παράλληλα τον εαυτό του από τους άλλους όταν το κάνει. Πολύ απλά θα λέγαμε, ότι για παράδειγμα η επιλογή των “Starbucks” κάποιου που θα επισκεφθεί την Στοά Κοραή δεν είναι λιγότερο τυχαία από εκείνου που θα τα αποφύγει. Ο σεβασμός όμως στο πρόσωπο του καταναλωτή και η ανάγκη διαφοροποίησης του από τους άλλους, εμπεριέχεται και σε ένα άλλο στοιχείο, απαραίτητο στην θεμελίωση, υποχρεωτικό για την λειτουργία του κάθε καφέ της στοάς. Η διακόσμηση του χώρου θα τον επηρεάσει, το ασφαλές σκηνικό του χώρου θα τον τραβήξει. Από την στιγμή που αποφασίζει, βρίσκεται αντιμέτωπος με ένα αριθμό διαφορετικών ειδών καφέ και ξεχωριστών ποικιλιών που θα πρέπει να επιλέξει. Το χαμηλό κόστος και ο γρήγορος χρόνος προετοιμασίας είναι κάτι που διευκολύνει. Ο τρόπος που θα φτάσει στα χέρια του δεν διαχωρίζεται από το πως προετοιμάζεται. Η παρασκευή του ροφήματος γίνεται μπροστά στα μάτια του υπό την

³ Miller A. (2010), *Οι Φυλακές Της Παιδικής Μας Ηλικίας* [μτφρ. Αλεξόπουλου Ε. και Λαζαρίδης Ν.], Δ' Έκδοση, Αθήνα: ΡΟΕΣ

⁴ Βλ. υποσημείωση 2.

μαεστρία του εξειδικευμένου μπαρίστα, ο οποίος είναι καταρτισμένος να σερβίρει με μια θεατρικότητα, πράγμα που σημαίνει ότι πετυχαίνει περισσότερο σαν διασκεδαστής.

4.6.3 Από το λαϊκό καφενείο στην μοντέρνα καφετέρια

Αξίζει έπειτα τα όσα έχουν γραφτεί για τον καφέ μέχρι στιγμής, να αφιερώσουμε και ορισμένες γραμμές για να μιλήσουμε για το κοινωνικό νόημα του χώρου όπου συνηθίζεται να σερβίρεται. Θα ανατρέξουμε σε πρώτο πλάνο πάνω στο πως πρωτοεμφανίστηκε και γιατί συστήθηκε ως σημείο συνάθροισης των μελών μιας κοινωνίας, για να καταλήξουμε να εξετάσουμε τον ρόλο των χώρων εστίασης της στοάς σήμερα, μέσα από το πως βλέπει κανείς τους ίδιους τους ανθρώπους να τους χρησιμοποιούν. Μια αναδρομική ματιά στην πρώιμη εκδοχή του, το καφενείο, είναι κάτι παραπάνω από χρήσιμη, επειδή εκεί βρίσκεται το απαραίτητο υλικό που οφείλουμε να αντλήσουμε για να δούμε πως εξελίχθηκε ένας τέτοιος αστικός θύλακας για να φτάσει στη μορφή που είναι γνωστός σήμερα, στη μοντέρνα καφετέρια, κάτι το οποίο επιφυλάσσει και μια εν δυνάμει ερμηνεία το πως εξελίχθηκε και η ίδια η αθηναϊκή πόλη και κοινωνία.

Στο έργο του Εμμανουήλ Παπαζαχαρίου «*Η Πιάτσα*»⁵, διαβάζουμε ότι το ανατολικού τύπου λαϊκό καφενείο ήταν και η μορφή με την οποία διαδόθηκε αρχικά στον τόπο μας, από την εποχή της οθωμανικής κυριαρχίας. Ο καφές και η ατμόσφαιρα του καφενείου σαν κοινωνική εστία και σαν θεσμός διαδόθηκαν γρήγορα με μεγάλη επιτυχία, γιατί ακριβώς εκείνον τον καιρό υπήρξε έντονη η ανάγκη να βρεθεί ένας χώρος «συζήτησης και διαλεκτικής ανάμεσα στους υπαίθριους και τους πολίτες, που το πήρανε απόφαση να μονιάσουν και να βρουν μια άκρη συνύπαρξης και συνεργασίας κάτω απ' την αποτελεσματική διαιτησία της οθωμανικής εξουσίας». Η εγκατάσταση του στο τότε κέντρο της κάθε πόλης, το Παζάρι, σήμανε και τη δημιουργία ενός χώρου συλλογικής ζωής των ανθρώπων. Μέσα στα καφενεία προσπάθησαν να βρουν έναν κοινό κώδικα συμπεριφοράς, μια «σκάλα αξιών» για να μπορέσουν να συμβιώσουν οι τόσο διαφορετικής καταγωγής κάτοικοι της πόλης που πλήθαιναν συνεχώς. Οι αίθουσες γίνονταν τόποι συνάντησης όπου πέρα από την πληροφόρηση και τον σχολιασμό της επικαιρότητας, διατηρούνταν και διαδίδονταν η παράδοση των λαϊκών στρωμάτων της πόλης. Το καφενείο λειτούργησε καθοριστικά στην κοινωνική και πολιτική διαπαιδαγώγηση των θαμώνων του μέσα από τις δραστηριότητες που έπαιρναν μέρος εντός του. Για παράδειγμα, το Θέατρο Σκιών και οι διάλογοι των χαρακτήρων του, δίδασκαν στους ανθρώπους την ευκολία της κοινής κουβέντας και τον αυθόρμητο αυτοσχεδιασμό, τους μάθαιναν να απαντούν ετοιμόλογα στις βρισιές, στις συκοφαντίες και στις ειρωνείες, τους μάθαιναν το λογοπαίγνιο και τη σάτιρα και προπάντων την τέχνη του εμπορικού διαλόγου, το παζάρεμα. Αποκτώντας αυτήν την τέχνη «μάθαιναν σιγά σιγά να ξεπερνάνε την επιφάνεια των κοινωνικών και πολιτικών φαινομένων, να ψάχνουν και να βρίσκουν τα κρυμμένα τους νοήματα, να παύουν να ταυτίζουν το αίτιο και το αποτέλεσμα, όπως γίνεται στην προ-λογική σκέψη, να κάνουν προβλέψεις ύστερα από πραγματική αναλυτική διαδικασία και να μαντεύουν τις πραγματικές προθέσεις της εξουσίας». Για το λόγο αυτό, «οι

⁵ Παπαζαχαρίου Ε. (1980), *Η Πιάτσα*, Αθήνα: ΚΑΚΤΟΣ

αξιοματούχοι της οθωμανικής εξουσίας και συχνά οι ίδιοι οι Σουλτάνοι πήγαιναν ινκόγκνιτο στα καφενεία για να σφυγομετρήσουν την κοινή γνώμη».

Πολύ αργότερα, κάπου στα μέσα του 17^{ου} αιώνα, το καφενείο αρχίζει και διαδίδεται στις μεγάλες ευρωπαϊκές πόλεις. Δανείζονται το περιεχόμενό του από την Ανατολή, στην ουσία του όμως αλλοιώνεται από τον δυτικό ταξικό εκλεκτισμό, γιαυτό και ως χώρος αποκτά περισσότερο μια ατμόσφαιρα κοσμικού σαλονιού. Εμφανίζεται έτσι, το αστικού τύπου καφενείο το οποίο χρησιμοποιήθηκε σαν εντευκτήριο εκείνης της ανερχόμενης αστικής τάξης, ενώ ως φορέας νέων ιδεών στην εποχή του Διαφωτισμού, υπήρξε καταφύγιο πολλών καλλιτεχνών. Η γνωστή επίδραση που παρέχει ο καφές ως τονωτικό ρόφημα, η εγρήγορση, συνδυάστηκε έντονα με τον ενεργητικό δημόσιο διάλογο, γιαυτό και σε αρκετές περιπτώσεις τα καφενεία λειτούργησαν ως κέντρο των πολιτικών κινημάτων, κάτι που συνέβει έντονα λόγω χάρη στις παραμονές της Γαλλικής επανάστασης.

Τα αστικά καφενεία εμφανίζονται στην Αθήνα τον 19^ο αιώνα σε μια προσπάθεια να αντιγραφεί το πρότυπο των δυτικοευρωπαϊκών του Λονδίνου και του Παρισιού. Ωστόσο, παρά την ευρωπαϊκή του προέλευση, το αθηναϊκό αστικό καφενείο δεν έκανε ταξική επιλογή του κοινού του. Όπως σημειώνει ο Ε. Παπαζαχαρίου (1980) για να γίνει κανείς δεκτός «έπρεπε να μπορεί να σταθεί εκεί μέσα». Η μόρφωση, η στάση και ο τρόπος συμπεριφοράς του ατόμου έπαιζαν σημαντικότερο ρόλο από την καταγωγή ή την περιουσία του. Εκεί εγκαταστάθηκαν, ανακατεύτηκαν και έγιναν χώροι συγκέντρωσης των υπαλλήλων που στελέχωσαν την κρατική γραφειοκρατία, των επιχειρηματιών, των διανοούμενων της εποχής αλλά και της φοιτητικής νεολαίας. Σταδιακά όμως, εκδηλώνεται και μια σύγκρουση με το λαϊκό καφενείο, οι θαμώνες του οποίου ήταν κυρίως έμποροι, βιοτέχνες, μικροπωλητές και απλοί εργάτες, μια «αντίθεση που δεν ήταν μόνο οικονομική, αλλά βαθιά πολιτιστική». Τα παραδοσιακά καφενεία έμεναν πεισματικά σταθερά στην διαφύλαξη και στη προφορική διάδοση των τοπικών εθίμων, ενώ τα φιλοευρωπαϊκά αστικά καφενεία της πρωτεύουσας λειτούργησαν ως κέντρα μίμησης και διάδοσης του δυτικού ήθους που πάσχιζε να εισχωρήσει στην αθηναϊκή κοινωνία. Αντίθετα στην επαρχία δεν κατάφερε να διαδοθεί το αστικό καφενείο. Απόκτησε όμως εκεί μια ιδιότυπη λειτουργία, λαϊκό μεν, αλλά συνδέθηκε με την παραδοσιακή «σύναξη» των γηραιότερων ηλικιών, η οποία έπαιζε τον ρόλο ενός νομοθετικού και διοικητικού σώματος της κοινότητας, ακολουθώντας πάντα τα ήθη και τα έθιμα του τόπου. Τα χρόνια που ακολούθησαν, με την έλευση όλο και περισσότερου κόσμου στην πρωτεύουσα, ο τύπος «καφενείο-σύναξη» εγκαταστάθηκε και διατηρήθηκε σε αυτήν. Εμφανίζονται τα πρώτα στέκια όπου βρίσκουν καταφύγιο οι άνθρωποι με την ίδια καταγωγή ή την ίδια επαγγελματική ενασχόληση. Με τον καιρό όμως σιγά σιγά, τα αστικά καφενεία του αθηναϊκού κέντρου κλείνουν εν όψει ενός νέου κύματος ξενομανίας που τραβά τον κόσμο στα μπαρ και στις καφετέριες, ενώ η «καλή κοινωνία» συνηθίζει στα ζαχαροπλαστεία. Οι λίγοι θαμώνες που παραμένουν είναι κάποιοι συνταξιούχοι οι οποίοι και αυτοί δεν μπόρεσαν να τα συντηρήσουν οικονομικά και πολιτιστικά.

Μετά τον «θάνατο» του αστικού καφενείου υπήρξε μια αποτυχημένη προσπάθεια από διανοούμενους και καλλιτέχνες της εποχής, να δημιουργηθεί μια υβριδική μορφή αστικού και λαϊκού καφενείου, το λεγόμενο «κουλτουριάρικο» καφενείο. Ο μόνος τύπος καφενείου που



Εικόνα 37. Αριστερά: Το καφενείο του Κανάρη, πλατεία Χαλανδρίου, 1928. Δεξιά: Το καφενείο του Ζαχαράτου, πλατεία Συντάγματος, 1956. Πηγή: Η ΑΘΗΝΑ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΧΡΟΝΟ

κατάφερε να σταθεί μέχρι και σήμερα είναι το λαϊκό, γιατί και πλέον με τον όρο καφενείο, έρχεται στο νου και η αντίστοιχη εικονογραφία. Ίσως και η αδυναμία του αστικού καφενείου, να ενταχθεί στους κόλπους της αθηναϊκής κοινωνίας, οφείλεται σε κάτι που ο ίδιος ο Ε. Παπαζαχαρίου έχει εξηγήσει νωρίτερα. Στην Αθήνα, πόσο μάλλον σε ολόκληρη την Ελλάδα, δεν υπήρξε ποτέ αστική τάξη. Το μόνο που επιτεύχθηκε ήταν μια αδέξια μίμηση ενός αστικού ήθους, ένα ξενόφερτο μοντέλο το οποίο η εξουσία θέλησε να αντιγράψει. Οι πολιτιστικές καταβολές και η υπαίθρια διαπαιδαγώγηση των ανθρώπων, όπως τους διαμόρφωσαν μέσα στον χρόνο, ήταν προφανώς και ένα βασικό εμπόδιο στο να δημιουργηθεί ένα σταθερό και μαζικό αστικό στρώμα και κατ' επέκταση ένας δυτικός τρόπος ζωής στον πληθυσμό της Αθήνας. Θα αναφέρουμε τέλος, ότι το καφενείο πέρα από την κοινωνικό – πολιτική του λειτουργία, προσέφερε και μέσα ψυχολογικής ισορροπίας μέσω των παιχνιδιών που έπαιζαν οι θαμώνες του: το τάβλι, τα χαρτιά, τα ζάρια κ.α. Όλα αυτά που τόσο έχουν κακολογηθεί από την ηθική των καιρών, δεν ήταν ένας τρόπος να περνάει κανείς την ώρα. Εμπειρόχοντας το ρίσκο, την διακινδύνευση και την δεξιοτεχνία, το παίξιμο ήταν εκείνη η συμβολική πράξη του να μπορεί το άτομο να λειτουργήσει αποτελεσματικά στην παραγωγή και στις κοινωνικές σχέσεις: οι αθηναίοι «παίζουν για να δοκιμάσουν τον αυτοέλεγχό τους, για να ελέγξουν την αξία που δίνεται από την κοινή γνώμη στην ατομική τους υπόσταση».

Θα καταλήγαμε επομένως στο ότι το λαϊκό καφενείο, στην αρχική του σύσταση εντάχθηκε στη ζωή των ανθρώπων του, τόσο ως ένα μέρος κοινωνικοποίησης αλλά και πολύ περισσότερο ως ένας χώρος που ενέπνεε ένα κοινό νόημα πάνω στο οποίο προείχε το κοινωνικό όλον. Ίσως ο σημαντικότερος ρόλος του, ήταν πως υπήρξε κέντρο πολιτισμού όπου κάθε μέλος λάμβανε την «αγοραία διαπαιδαγώγησή» του, όπως μέσα από την εκμάθηση των ηθικο-εθιμικών αξιών, της λαϊκής σάτιρας και του αυθορμητισμού. Ξεπερνούσε τη σημασία της απλής συνάθροισης για να σχηματίσει έναν χώρο ομαδικής εκδήλωσης, υπεύθυνος για μια ισορροπία δυνάμεων μέσα στην κοινωνία, αλλά και καθενός από ψυχολογικής και συμπεριφορικής άποψης. Με την εμφάνιση του

αστικού καφενείου εκφράζεται και ένας δυτικός «καθωσπρεπισμός», η αρχή ενός έντονου διαχωρισμού απέναντι στο λαϊκό και αγοραίο, έννοιες που γιαυτό ακριβώς αποκτούν στη συνέχεια τη σημασία του χυδαίου και μη εκλεπτυσμένου. Πως όμως τελικά παρουσιάζονται στο σήμερα, σε μια μεταμοντέρνα εποχή, δηλαδή τι εξυπηρετούν και ποια είναι η λειτουργία των χώρων εστίασης για καφέ είναι κάτι που θα αναλύσουμε, μελετώντας εκείνο που πάρθηκε σαν αφετηρία για να γράψουμε όλα τα παραπάνω: τα καφέ της Στοάς Κοραή.

Ερχόμαστε όμως στο σημείο όπου χρειάζεται τελικά να ορίσουμε μια κοινή ονομασία για αυτούς τους χώρους. Προηγουμένως μιλάγαμε ξεκάθαρα για καφενεία. Τώρα, αν προσπαθήσουμε να αποδώσουμε μια κοινή περιγραφή των καταστημάτων, κοιτώντας τις επιγραφές που αναγράφονται στις προσόψεις τους θα διακρίνουμε ότι δε συμφωνούν. Η αναχρονιστική ορολογία «καφενείο» σίγουρα απουσιάζει καθώς παραπέμπει σε κάτι ξεπερασμένο και έχει συνδεθεί πλέον με μια πολύ συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα και έναν πολύ συγκεκριμένο τρόπο ζωής. Ακόμα και η φράση «τα καφέ» που χρησιμοποιήθηκε μέχρι στιγμής κατά κόρον είναι αρκετά γενικευμένη. Αυτό που θέλουμε να δείξουμε εδώ, είναι ότι ενώ η μορφή μπορεί να φαντάζει για όλα η ίδια, δηλαδή ότι ανήκουν στην κατηγορία «εστίαση», η περιγραφή διαφέρει σημαντικά αφού εξαρτάται κάθε φορά από το τι παρέχεται πέρα από καφέ, κάτι στο οποίο δίνεται εξίσου έμφαση και όπου συνήθως είναι κάποιο ελαφρύ γεύμα. Έτσι έρχεται κανείς αντιμέτωπος με μια σειρά διαφόρων περιγραφών: από καφέ ή καφετέρια έως καφέ-μπαρ, εσπρέσσο-μπαρ, καφέ-εστιατόριο, καφέ-μπαρ-εστιατόριο, καφέ-μπιστρό ενώ σε πιο ακραία έκφραση, εργαστήριο καφέ. Βέβαια, υπάρχει μια μανία στο να αποδίδονται οι περιγραφές σχεδόν πάντα στα αγγλικά ή τουλάχιστον με λατινικούς χαρακτήρες. Θα έλεγε κανείς ότι κάτι τέτοιο εξυπηρετεί τουριστικούς σκοπούς. Από πίσω όμως ξέρει καλά να κρύβεται η γοητεία που ασκεί η αύρα του ξενόφερτου, σαν ιδεολογία και σαν επιθυμία μίμησης του μοντέρνου. Οι πολυσύνθετες αυτές ορολογίες που διαβάζει κανείς στις περιγραφές των καταστημάτων λειτουργούν σαν αστικά τοπόσημα μέσα στη στοά, μέσα από τα οποία γίνεται γνωστό τι βρίσκεται που. Το πιο σημαντικό όμως που καταφέρνουν είναι ότι προετοιμάζουν τον καταναλωτή για το τι θα συναντήσει με ένα τρόπο όμως ο οποίος εμπεριέχει αδιαχώριστα και μια αισθητική συνιστώσα. Για παράδειγμα η ορολογία “coffee bar” δεν σημαίνει πάντα ότι το κατάστημα λειτουργεί και ως μπαρ, αλλά θέλει να δώσει την εντύπωση του εκλεπτυσμένου ύφους, της κομψότητας, της αυστηρότητας και της δεξιοτεχνίας που παρασκευάζεται ο καφές ως εξειδικευμένο προϊόν, πρακτικές οι οποίες χαρακτηρίζουν αντίστοιχα ένα μπαρ. Η εξειδίκευση έχει να κάνει με τον εξοπλισμό του καταστήματος και την κατάρτιση των απασχολούμενων. Όταν μέσα σε μια πληθωρική αγορά γίνεται επιτακτική η ανάγκη να ξεχωρίσει κάθε κατάστημα από τα υπόλοιπα, η εξειδίκευση ξέρει να μιλάει για λογαριασμό όλων. Ίσως και σε αυτήν, μια ολόκληρη κοινωνία αποβλέπει σε μια προσπάθεια να ξεπεράσει τον ευτελή χαρακτήρα του μαζικού εμπορεύματος επιστρέφοντας σε προ-μαζικές εποχές. Φτάνει όμως να δούμε ότι οι καταβλές μιας τέτοιας έκφρασης είναι κατάλοιπα της πιο παλιάς εξειδίκευσης από όλες, της εξειδίκευσης της εξουσίας. Η ιεραρχική κοινωνία εδώ εκπροσωπεί τον ίδιο της τον εαυτό. Το περισσότερο εξειδικευμένο που φαντάζει και το πιο καινοτόμο δεν είναι παρά και το πιο παλιό.

Τα καφέ της Στοάς Κοραή, επαληθεύουν τον λόγο για τον οποίο ένας τέτοιος χώρος κατασκευάζεται. Προσφέρουν ένα μέρος για να συννευρευθούν οι άνθρωποι της πόλης και να κοινωνικοποιηθούν, γιαυτό όπως έδειξαν και οι απαντήσεις του ερωτηματολογίου, τις

περισσότερες φορές έρχονται μαζί με άλλους. Από τη μεριά των καταστηματαρχών έγινε ξεκάθαρο ότι στην πλειονότητα, εξυπηρετούν τους υπαλλήλους που εργάζονται στην γύρω περιοχή, οι οποίοι επισκέπτονται την στοά πριν ή με το τέλος του ωραρίου της εργασίας τους. Το μήνυμα που περνά η εικόνα των ανθρώπων να κάθονται στα καφέ είναι ότι το κάνουν για λόγους αναψυχής στον ελεύθερό τους χρόνο. Κοιτώντας όμως κανείς προσεκτικά, θα διακρίνει και πολλούς να δουλεύουν πάνω στον φορητό τους υπολογιστή, να διαβάζουν ή να είναι απασχολημένοι γενικότερα με κάποιου είδους εργασία ή μελέτη. Η διακόσμηση, η άνεση των καθισμάτων, η ασφάλεια που εμπνέουν, η δωρεάν παροχή ασύρματου δικτύου Wi-Fi, δημιουργούν τις κατάλληλες συνθήκες ενός περιβάλλοντος εργασίας. Η τεχνολογία (laptop, δυνατότητα Wi-Fi) είναι ένα βασικό χαρακτηριστικό που βοηθά να αναδειχθεί μια νέα ταυτότητα των συγκεκριμένων χώρων. Έτσι, αυτό που συμβαίνει είναι ότι μπορεί κανείς να φανεί παραγωγικός σε έναν χώρο όπου άλλοτε ήταν αδιανόητο να έχει ένα τέτοιο νόημα. Η έννοια «παραγωγικός» εδώ λαμβάνει μια πολύ συγκεκριμένη σημασία. Είναι αλήθεια πως ακόμη και στα καφενεία θα μπορούσαμε να δούμε ένα είδος παραγωγής, εκείνης της παραγωγής λόγου μέσω της κουβέντας των θαμώνων του αλλά και των διάφορων δραστηριοτήτων που γίνονταν εντός, όπως τα παιχνίδια με την τράπουλα κ.α. όπου και αναφέραμε πως είχαν πάντα έναν ομαδικό χαρακτήρα και το κέρδος ήταν συλλογικό. Αυτό που θέλουμε να τονίσουμε στην περίπτωση που εξετάζουμε, είναι μια αντιστροφή στο νοήμα και στη λειτουργία αυτών των χώρων: το να φανεί κανείς παραγωγικός δεν προϋποθέτει την συνδιαλλαγή με τους άλλους, δεν απαιτεί την επικοινωνία, είναι μια απόσταση από τους άλλους. Όλη η προσοχή πέφτει πάνω στο ατομικό έργο, του οποίου το τελικό όφελος είναι προσωπικό. Έτσι επειδή ο καθένας μπορεί να σταθεί με έναν τέτοιο τρόπο στα καφέ, θα μπορούσαμε να πούμε ότι ως χώροι, επιτρέποντας την εκτέλεση καθημερινών υποχρεώσεων, συμπληρώνουν ή ακόμη και αναλαμβάνουν λειτουργίες οι οποίες παραδοσιακά γίνονταν μέσα στην κατοικία ή αποκλειστικά στον χώρο εργασίας. Με αποτέλεσμα και να τους αντικαθιστούν ως ένα σημείο. Η μεταμοντέρνα αυτή ατμόσφαιρα είναι που θα εμπνεύσει πολλούς να πάρουν μέρος και να μη διστάσουν να μιμηθούν μια τέτοια συμπεριφορά. Είναι όμως και οι αντιπρόσωποι της κατοικίας και του χώρου εργασίας στο κομμάτι που αφορά την κοινωνικοποίηση. Μπροστά στην συρρίκνωση του ρόλου της κατοικίας ως τόπος συνεύρεσης των πρωτεύουσων κοινωνικών ομάδων όπως της οικογένειας ή των φίλων, τα καφέ ως τρόπος ζωής γίνονται σημεία συνάντησης. Καταργούν τις γεωγραφικές αποστάσεις αφού συνδέουν ανθρώπους που κατοικούν σε μακρινές περιοχές. Ακόμη ενισχύουν και ισχυροποιούν περαιτέρω και τις σχέσεις που δημιουργήθηκαν στους χώρους εργασίας μέσα στους οποίους η διαπροσωπική επικοινωνία είναι αδύνατη αφού κυριαρχεί κατά βάση η τυπικότητα και η επιφυλακτικότητα.

Εκείνο το νέο χαρακτηριστικό που τα διακρίνει και το οποίο μάλιστα μαθεύτηκε γρήγορα ότι εξυπηρετεί, είναι ότι προσφέρουν καφέ «στο χέρι». Έτσι η στάση δεν θεωρείται απαραίτητη στο χώρο, ή τουλάχιστον έχει μια μικρή διάρκεια. Μια τέτοια συμπεριφορά, δίνει την εντύπωση της παραγωγικότητας, με το ίδιο τρόπο που περιγράψαμε και προηγουμένως. Η κατανάλωση του καφέ με την κυριολεκτική έννοια του όρου, πάει πολύ παραπέρα από την ιδέα ότι βοηθά τους ανθρώπους απλά να φέρουν εις πέρας τις καθημερινές τους υποχρεώσεις. Η εικόνα του κόσμου να βγαίνει από τη στοά κρατώντας τον καφέ δημιουργεί την κίνηση, η οποία με τη σειρά της προκαλεί την αίσθηση ότι είναι απασχολημένοι, βρίσκονται σε εγρήγορση οπότε και φαίνονται παραγωγικοί σε μια στιγμή όπου στην πραγματικότητα δεν εργάζονται. Οι ίδιοι δεν έχουν στα χέρια τους μόνο ένα προϊόν, αλλά πολύ περισσότερο ένα σύμβολο κύρους.

Θα σημειώσουμε τέλος, ότι η επιτυχία των καφέ σήμερα οφείλεται σε μεγάλο ποσοστό στο ότι κατάφεραν να εντάξουν στη σφαίρα επιρροής τους και ένα άλλο καταναλωτικό κοινό, το οποίο παραδοσιακά αποκλείονταν από αυτούς τους χώρους: το γυναικείο φύλο. Ίσως αυτό δίνει και μια εξήγηση στο γιατί από την έρευνα προέκυψε ότι η γυναικεία παρουσία είναι μεγαλύτερη μέσα στη στοά. Ο τρόπος με τον οποίο αυτοί οι χώροι ανασυστήθηκαν και επανοηματοδοτήθηκαν, δημιούργησαν την ατμόσφαιρα ενός περιβάλλοντος περισσότερο φιλικού προς αυτές.

Κλείνοντας, θα μπορούσε κανείς να πει ότι τα όσα γράφτηκαν σε αυτό το κεφάλαιο μπορούν εύκολα να γενικευτούν και να ταιριάξουν για πολλά από τα καφέ ολόκληρης της Αθήνας. Για το λόγο αυτό, αξίζει να δούμε ότι η περίπτωση της Στοάς Κοράη, αποτελεί στην ουσία ένα κομμάτι του μεγάλου παζλ των συμπεριφορών, των νοημάτων και των πρακτικών που υπάρχουν εκεί που συγκεντρώνονται σήμερα οι άνθρωποι μιας πόλης. Η ερμηνεία πάνω στο καφέ δεν ήταν πάρα το άμεσο επακόλουθο εκείνου που φάνηκε να έχει μαζική ανταπόκριση μέσα στη στοά. Έτσι, δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση πάνω σε αυτόν και στους χώρους που σεββίρεται καθώς είναι ένα φαινόμενο το οποίο αναμφίβολα έχει πάρει κυρίαρχη θέση στη καθημερινή ζωή των ανθρώπων, ενώ πολλές φορές συναντάται και με τη μορφή ιεροτελεστίας. Σκοπός λοιπόν ήταν η απόπειρα μιας κριτικής ματιάς πάνω σε μια καθημερινή συνήθεια που ενδεχομένως να εξαναγκάσει να δούμε διαφορετικά την σχέση μας με το εμπόρευμα. Η κριτική αυτή δεν σταματάει εδώ, μπορεί να πάει παραπέρα αν δούμε για τα ελληνικά δεδομένα τον αγαπημένο παρτενέρ του καφέ, το τσιγάρο. Αυτοί οι δυο σύντροφοι λειτουργούν ανεξάρτητα ή και ταυτόχρονα για πολλούς, ως ένα πρόσκαιρο κατασταλτικό της πείνας· μια τέτοια χρήση ποτέ δεν προορίζονταν να έχουν. Το ότι είναι όμως μια λύση που «κόβει την όρεξη» έχει σημασία σε μια χώρα όπου η οικονομικής κρίση μιας δεκαετίας σχεδόν, έχει κάνει πολύ πιο έντονα αισθητό το ένστικτο της επιβίωσης. Από την άλλη, ίσως και να το υποψιάζεται κανείς, ότι τελικά η κατανάλωση εσπρέσσο στη χώρα μας, μεταφράζεται ως εκείνη η εκλεπτυσμένη πράξη που μυεί και αφομοιώνει τον καθένα στη σφαίρα του Ευρωπαϊκού αστικού ήθους.

5. ΣΤΟΑ ΟΡΦΑΝΙΔΟΥ

5.1 Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΣΤΟΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΧΡΟΝΟ: Η ΕΜΠΟΡΙΚΟΤΕΡΗ ΣΤΟΑ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ

Η Στοά Ορφανίδου της οδού Σταδίου 39, υπάρχει εδώ και 80 περίπου χρόνια. Στην αρχική της διάταξη είχε ασκεπές αίθριο κατά μήκος, ενώ στον όροφο του αρχικού κτιρίου της λειτουργούσε ανοικτός εσωτερικός διάδρομος. Ελάχιστες πληροφορίες είναι γνωστές για την στοά τα πρώτα χρόνια της λειτουργίας της, πέρα από το ότι ήταν ένας χώρος εμπορίου. Όπως χαρακτηριστικά στον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, την περίοδο της κατοχής του '40 όταν ο πληθωρισμός είχε εκμηδενίσει την δραχμή, στο πίσω μέρος της στοάς και γύρω από αυτήν, στην οδό Σοφοκλέους, επί λειτουργίας του Χρηματιστηρίου, οι μεσίτες της ελεύθερης αγοράς επιδίδονταν στο παράνομο εμπόριο της λίρας, η τιμή της οποίας είχε τότε εκτοξευτεί. Αργότερα, την δεκαετία '60 οικοδομείται το Μέγαρο Ορφανίδη στην ίδια θέση, ακριβώς πάνω από τη στοά, οπότε και η ίδια αποκτά ταβάνι, μορφή με την οποία παραμένει μέχρι σήμερα. Με τα μεγάλα κύματα αστυφιλίας των αγροτικών πληθυσμών της επαρχίας, που κορυφώνονται εκείνη την δεκαετία, η στοά αναδεικνύεται σε έναν σημαντικό πόλο έλξης για τους Αθηναίους. Το χαρακτηριστικό της, ως η στοά με την μεγαλύτερη εμπορική κίνηση και ανθρώπινη κυκλοφορία οφείλονταν σε δυο βασικούς λόγους. Εκείνον τον καιρό, ο γενικότερος ρυθμός ανάπτυξης που κατακτήθηκε σε όλους τους τομείς, μεταμόρφωνε την πρωτεύουσα σε γιγαντούπολη. Η πόλη εξαπλώνεται προς όλα τα άκρα και ταυτόχρονα πυκνώνει στο κέντρο. Η ανάγκη συντήρησης του ολοένα αυξανόμενου πληθυσμού, οδηγεί στην δημιουργία νέων χρήσεων γης. Στον τομέα της εργασίας, οι αγρότες μεταβάλλονται σε μεταπράτες, γίνονται οι νέοι καταστηματάρχες, ενώ το εμπόρευμα και η κατανάλωσή του, κατακτούν αποφασιστική θέση στην καθημερινή ζωή. Στη Στοά Ορφανίδου υπήρχε και υπάρχει ως σήμερα, το κατάστημα που έφερε εκείνα τα χρόνια, τα πρώτα τζιν στην Αθήνα, με τον κόσμο να συνωστίζεται τότε για να τα αγοράσει. Από την άλλη, η ίδια η θέση της στοάς στο κέντρο της Αθήνας έπαιξε ένα βασικό ρόλο στην δημοφιλία της ως κέντρο εμπορίου. Όταν ακόμη δεν υπήρχε το Μετρό σαν μέσο μεταφοράς, ο κόσμος για να φτάσει στην κεντρική αγορά της Αθήνας χρησιμοποιούσε τα αστικά λεωφορεία, πολλά από τα οποία ξεκινούσαν από διάφορες περιοχές της Αθήνας και κατέληγαν στην Ακαδημία. Όλος αυτός ο κόσμος για να κατεβεί στην κρεαταγορά, στα μαγαζιά της Αθηνάς ή της Αιόλου περνούσε από την Στοά Ορφανίδου αντί των κάθετων οδών, όπως για παράδειγμα την Πεσμαζόγλου. Ήταν ένα πέρασμα που ένωνε αυτά τα δύο σημεία, Ακαδημίας-Αγορά, αλλά και για τον ίδιο λόγο ένας χώρος στάσης που θα μπορούσε κανείς να χαζέψει τις βιτρίνες των καταστημάτων της. Ακριβώς απέναντι από αυτήν, στην οδό Σταδίου 44, υπήρχε μάλιστα και μια από τις πιο ενεργές και επιβλητικές στοές της Αθήνας, η Στοά Αρσακείου, που γνώριζε τότε σημαντική επιτυχία ως χώρος εμπορίου δερμάτων ειδών. Η ίδια η Σταδίου σε όλο της το μήκος ήταν ο κατεξοχήν εμπορικός δρόμος για τους Αθηναίους με πολλά ενεργά καταστήματα αλλά και πολυκαταστήματα. Στην από πίσω πλευρά που έχει πρόσωπο η Στοά Ορφανίδου, στην οδό Σοφοκλέους, λειτουργούσαν καταστήματα τραπεζών, το Χρηματιστήριο των Αθηνών, το Υπουργείο Πολιτισμού δίπλα στην οδό Αριστείδους 14, απέναντι υπήρχε ο κινηματογράφος 'RIVOLI' και διάφορα άλλα καταστήματα ή υπηρεσίες που στο σύνολο τους καθιστούσαν έντονη την ανθρώπινη παρουσία. Εκείνη την εποχή, η στοά ξεχώριζε από τις υπόλοιπες λόγω του θεματικού της χαρακτήρα.

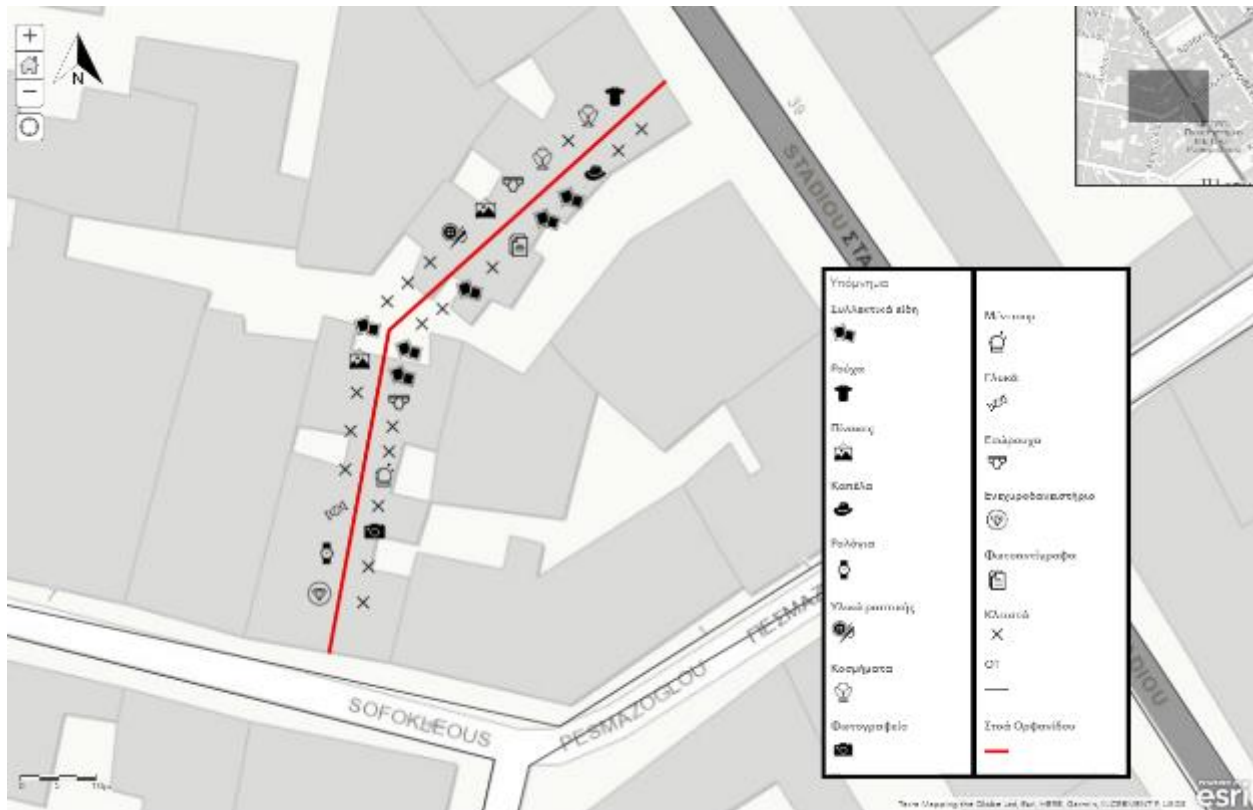
Πράγματι, ήταν μια στοά συλλεκτική, υπήρξε δηλαδή η καρδιά της αγοράς συλλεκτικών ειδών, συνήθως μικροαντικειμένων όπως σπάνια γραμματόσημα, παλιά νομίσματα, μετάλλια, παράσημα κ.α. Εδώ βρίσκεται και ένας λόγος για τον οποίο η Στοά Ορφανίδου επιλέχθηκε ως χώρος μελέτης, τα συλλεκτικά δίνουν μια πολύ συγκεκριμένη εικόνα με την οποία η στοά μένει στη μνήμη. Είναι αλήθεια, πως η συλλογή και μελέτη γραμματοσήμων, ο φιλοτελισμός δηλαδή, ήταν μια μανία των προηγούμενων γενεών. Το γραμματόσημο δεν πρέπει να έχει άμεση επαφή με το φυσικό φως γιατί αυτό καταστρέφει το χρώμα του. Αυτό είναι και το στοιχείο που εξηγεί επομένως το γιατί υπήρχαν στη στοά πολλά καταστήματα τέτοιου είδους. Το τεχνητό της περιβάλλον σκίασης επιτρέπει να ανθίσει μια τέτοια δραστηριότητα ενώ μέσα σε από κει γεννιέται και εκείνος ο ιδιόμορφος τύπος καταναλωτή, ο συλλέκτης. Από τα τέλη του 20^{ου} αιώνα και έπειτα όμως, αρχίζει και σβήνει η λαμπρότητα που ακτινοβολούσε η στοά, τα καταστήματα κλείνουν το ένα μετά το άλλο ενώ ταυτόχρονα φθίνει και η ανθρώπινη κίνηση. Σήμερα, επιβιώνει παρόλες τις δυσκολίες, όμως οι πολλοί κενοί χώροι, ο αδύναμος φωτισμός, η ανθρώπινη απουσία, η φθορά του χρόνου, η γενικότερη εγκατάλειψη και η παρακμή συνθέτουν το αποκλειστικό τοπίο της στοάς.

Στην πραγματικότητα, η Στοά Ορφανίδου αποτελεί ένωση δύο διαφορετικών στοών. Το τμήμα που ξεκινά από την οδό Σταδίου, έχει την ονομασία Στοά Ορφανίδου, από όπου είναι κτισμένο και το ομώνυμο μέγαρο. Το τμήμα με είσοδο-έξοδο από την οδό Σοφοκλέους λέγεται Στοά Αθηνών, ή όπως παλαιότερα ήταν γνωστό, Στοά Ραζή. Η γεωμετρική διάταξη της, μαρτυρά πως πρόκειται για δυο ξεχωριστές στοές ή τουλάχιστον δίνει την εντύπωση για κάτι τέτοιο, αφού φαίνεται ότι οι δύο διάδρομοι, που μάλιστα διαφέρουν στο σχηματισμό του πατώματος, σχηματίζουν σε κάτοψη μια αμβλεία γωνία. Από την άλλη συναντάμε δύο θυρωρεία, ένα σε κάθε τμήμα της, που οδηγούν στους ορόφους των αντίστοιχων κτιρίων της Σοφοκλέους και της Σταδίου. Κατά την ένωση τους, η οποία σήμαινε και την ένωση των δύο διαφορετικών κτιρίων που αυτές στεγάζοναι, προέκυψε ένα κενός χώρος ο οποίος διαμορφώθηκε κατάλληλα για να προστεθεί ένα επιπλέον κατάστημα στο σύνολο της. Στο παρελθόν μάλιστα, υπήρχε και ένα ακόμη εγκάρσιο πέρασμα, το οποίο ενώνονταν με την διπλανή στοά της Σταδίου 41, γνωστή ως Στοά των Δημοσίων Υπαλλήλων του Μεγάρου Σπυριδώνος Λάμπρου. Η συγκεκριμένη, ενδεχομένως αφότου το μέγαρο ανακαινίστηκε πλήρως, δεν υπάρχει, οπότε και χάθηκε και το αντίστοιχο τμήμα. Σήμερα, το όνομα με το οποίο παραμένει γνωστή σε όλο της το μήκος είναι Στοά Ορφανίδου ή Στοά Κυπριακής Αγοράς.

5.2 ΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Για να ξεκινήσουμε να μιλάμε για την τωρινή κατάσταση της στοάς, πρέπει αρχικά να αναφερθούμε στο τι υπάρχει εντός της. Επειδή πρόκειται για μια στοά που λειτουργεί ο χώρος εμπορίου, φιλοξενεί προφανώς καταστήματα. Το ζήτημα είναι να δούμε για το σήμερα πόσα είναι, τι μπορεί να βρει κανείς σε αυτά και ποια η αναλογία ανοιχτών και κλειστών. Θέλοντας να αποδώσουμε γεωγραφικά μια τέτοια πληροφορία, καταγράφηκαν επιτόπια οι επαγγελματικές στέγες σε αριθμό, περιγραφή και πληρότητα που έχουν είσοδο αποκλειστικά εντός στοάς, για να παρουσιαστούν στη συνέχεια σε έναν αντίστοιχο χάρτη. Θυμίζουμε πως σημασία έχει τι συναντά κανείς στις βιτρίνες που δεν έχουν άμεση επαφή με τον δρόμο, γιαυτό και η καταγραφή των

συγκεκριμένων επαγγελματικών στεγών αφορά αυστηρά εκείνες που έχουν είσοδο εντός της στοάς.



Χάρτης 16. Τα καταστήματα που έχουν είσοδο από την Στοά Ορφανίδου.

Τα καταστήματα που καταγράφηκαν και αποτυπώθηκαν εντός στοάς ήταν στο σύνολο τους τριάντα οκτώ (38) εκ των οποίων τα δέκαεπτα (17) βρέθηκαν κλειστά, σχεδόν δηλαδή τα μισά. Στα υπόλοιπα είκοσι ένα (21) ανοιχτά, περιλαμβάνονταν έξι (6) καταστήματα με συλλεκτικά είδη, όπως γραμματόσημα, νομίσματα και μετάλλια, δύο (2) κοσμηματοπωλεία, ένα (1) κατάστημα με ρούχα, δύο (2) με εσώρουχα, ένα (1) πιλοποιείο, δύο (2) με πίνακες ζωγραφικής, ένα (1) με υλικά ραπτικής, όπως κουμπιά και καρφίτσες, ένα (1) με γλυκά, ένα (1) για επισκευές ρολογιών, ένα (1) για εκτυπώσεις και φωτοαντίγραφα, ένα (1) φωτογραφείο, ένα (1) ενεχυροδανειστήριο αλλά και ένας (1) χώρος με υπηρεσίες μελλοντικών προβλέψεων. Τα «λουκέτα» των καταστημάτων βλέπουμε ότι κατανέμονται σε όλο το μήκος της στοάς. Βέβαια στον προηγούμενο χάρτη, όπως προείπαμε, δεν περιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις που ανήκουν στη στοά αλλά έχουν πρόσωπο στον δρόμο. Αν θέλουμε όμως να δούμε λίγο πιο σχηματικά το που συγκεντρώνονται σε μεγαλύτερο ποσοστό, θα λέγαμε ότι οι κλειστές επιχειρήσεις είναι ανάλογες από την απόστασή τους από τον δρόμο. Με λίγα λόγια όσο πιο πολύ προχωρά κανείς στο κέντρο της στοάς, τόσα περισσότερα κένα καταστήματα θα διακρίνει. Δεν θα λέγαμε όμως, ότι αυτός είναι ένας αυστηρός κανόνας γιατί στην πραγματικότητα υπάρχουν μαγαζιά που λειτουργούν στο κεντρικό σημείο της στοάς, δηλαδή εκεί που σχηματίζουν γωνία οι διάδρομοί της, ωστόσο, πέρα από το ότι αυτά βρίσκονται χρόνια σε αυτή τη θέση, τα εμπορεύματά τους θυμίζουν μάλλον ξεπερασμένα. Ιδιαίτερα για παράδειγμα για την περίπτωση των συλλεκτικών ειδών και του πιλοποιείου. Βλέποντας τα συγκεντρωτικά:

	ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΝΟΙΚΤΕΣ	Συλλεκτικά είδη	6	21
	Κοσμηματοπωλεία	2	
	Ρούχα	1	
	Εσώρουχα	2	
	Πίλοποιείο	1	
	Πίνακες ζωγραφικής	2	
	Υλικά ραπτικής	1	
	Γλυκά	1	
	Ρολόγια	1	
	Εκτυπώσεις	1	
	Φωτογραφείο	1	
	Ενεχυροδανειστήριο	1	
	Μέντιουμ	1	
	ΚΛΕΙΣΤΕΣ	Άγνωστο	
Πληρότητα 55% για 38 καταστήματα			

Η πληρότητα αγγίζοντας το 55% ανάμεσα σε 38 καταστήματα, δείχνει ξεκάθαρα το ότι μιλάμε για μια στοά η οποία ως προς την εμπορικότητα της βρίσκεται σε μαρασμό. Με μόλις σχεδόν ένα στα δύο καταστήματα ανοιχτά, πολλές από τις περιγραφές των οποίων διαβάζουμε, φαντάζουν αναχρονιστικές, η εικόνα της στοάς θυμίζει έναν χώρο όπου η σκόνη έχει κατακάτσει και ο χρόνος έχει παγώσει. Υπάρχει όμως κάποιου είδους σχέση που συνδέει τους ανθρώπους που την χρησιμοποιούν και σε ποιο βαθμό εκδηλώνεται μια τέτοια αλληλεπίδραση; Πως σχετίζεται δηλαδή η συμπεριφορά τους απέναντι στο πως η ίδιοι αξιολογούν το περιβάλλον και ποιο το άμεσο αλλά και έμμεσο κοινωνικό νοήμα ενός παρηκμασμένου χώρου; Στα πλαίσια μιας κοινωνικής γεωγραφίας, τέτοιου είδους ερωτήματα τέθηκαν σαν στόχοι για να αποδοθεί η συνολική εικόνα της Στοάς Ορφανίδου. Με τη μορφή συνέντευξης στους καταστηματάρχες, με βάση βέβαια το ερωτηματολόγιο που συντάχθηκε για αυτό το σκοπό, έγινε μια προσπάθεια να καθοριστούν σχηματικά και νοητικά η εικονογραφία της στοάς ως άμεση ανταπόκριση στις κυρίαρχες πρακτικές που λαμβάνουν μέρος εντός της αλλά και στο πως οι ίδιοι αξιολογούν το δομημένο περιβάλλον της μέσα από τα «σημεία» του, στα οποία επέλεξαν να αναφερθούν για να εξηγήσουν κάτι τέτοιο. Έτσι, στη συνέχεια παρουσιάζονται τα κυριότερα αποτελέσματα που προέκυψαν σε πρώτο στάδιο από την επιτόπια έρευνα.



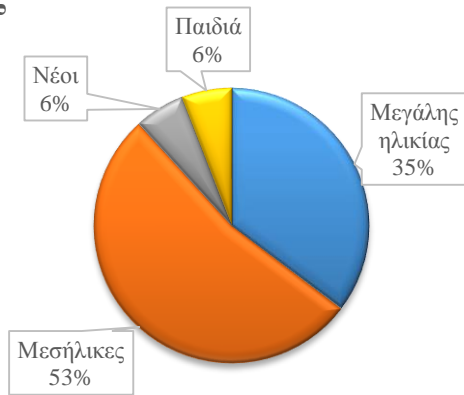
Εικόνα 38. Το εσωτερικό της Στοάς Ορφανίδου. Πηγή: Kostis Margiolis



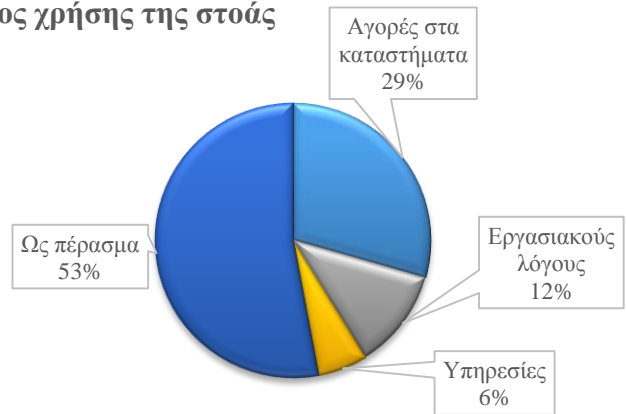
Εικόνα 39. Η Στοά Ορφανίδου με φόντο της έξοδο προς Σοφοκλέους. Πηγή: Kostis Margiolis

5.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Ηλικίες



Τρόπος χρήσης της στοάς



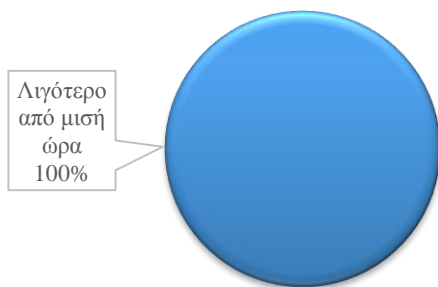
Με ποιος άλλους έρχονται;



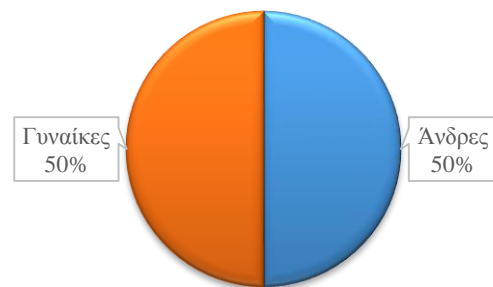
Κάθε πότε την επισκέπτονται;



Χρόνο που ξοδεύουν...



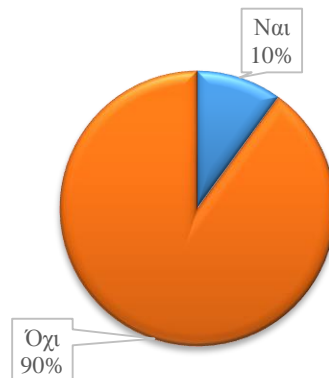
Περισσότερο έρχονται...



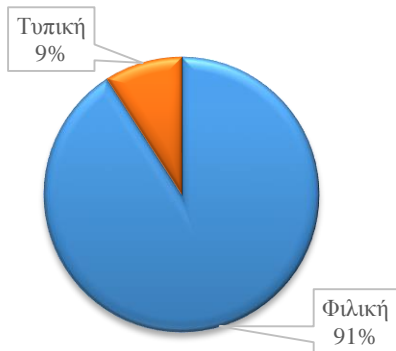
Πως ντύνονται;



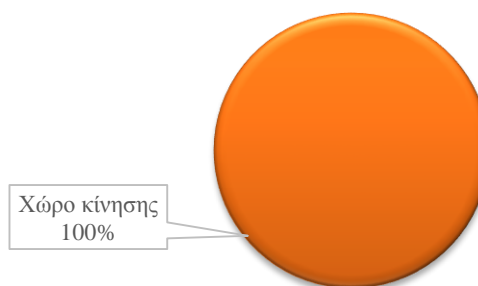
Θεωρείται στέκι;



Σχέση μεταξύ των ανθρώπων...



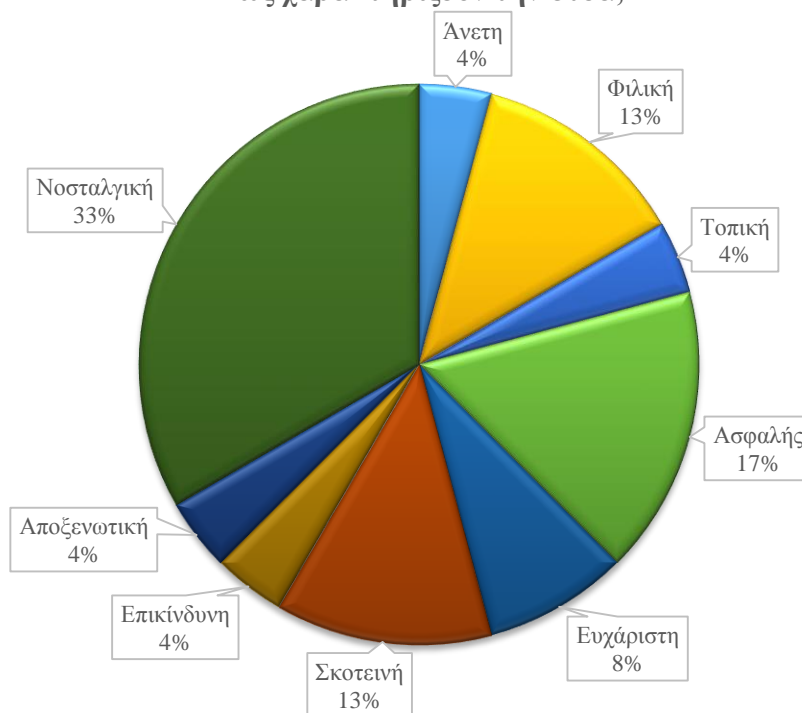
Θεωρείται την στοά...



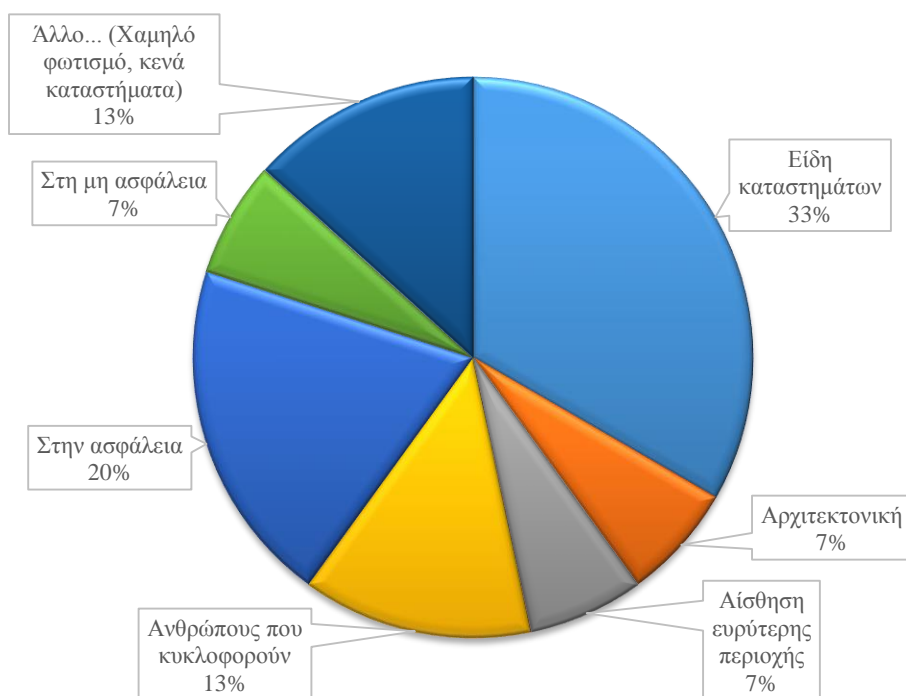
Αλλάζει το τοπίο της στοάς;



Πως χαρακτηρίζουν την στοά;



Που αποδίδουν τους παραπάνω χαρακτηρισμούς;



Ο κυρίαρχος τρόπος που φαίνεται να χρησιμοποιείται η Στοά Ορφανίδα είναι ως πέρασμα. Χώροι εστίασης δεν υπάρχουν οπότε αυτός ήταν και ο λόγος που πολλοί θεώρησαν ότι δεν είναι στέκι. Μερικές δεκαετίες πριν λειτουργούσαν μαγαζιά εστίασης, ιδιαίτερα φημισμένα στους κόλπους της τότε αθηναϊκής κοινωνίας, από τα οποία το μόνο που μένει σήμερα είναι οι επιγραφές της επωνυμίας τους, πάνω από τα κατεβασμένα ρολά των εισόδων τους. Τα καταστήματα θα επισκεφθεί κάποιος ο οποίος γνωρίζει τι θα βρει που, όπως στην περίπτωση του συλλέκτη ο οποίος πάει για έναν πολύ συγκεκριμένο λόγο. Βέβαια, τα περισσότερα όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, στεγάζονται μέσα στη στοά εδώ και δεκαετίες. Έλαχιστα είναι αυτά που έχουν ανοίξει μέσα στην πενταετία, γεγονός το οποίο έχει να κάνει με το σημείο στο οποίο βρίσκεται η στοάς εντός του κέντρου της Αθήνας αλλά και το ύψος των ενοικίων. Γιαυτό και ο κόσμος που κάνει τις αγορές του εκεί είναι σε μεγάλο ποσοστό συγκεκριμένος. Επειδή στην πλειοψηφία τα καταστήματα δεν έχουν αλλάξει ιδιοκτήτη εδώ και ορισμένες δεκαετίες ή το πολύ η κυριότητα να αλλάζει γενεαλογικά, άρα κρατούν μια πελατεία χρόνια, γιαυτό και η μεταξύ τους σχέση έκριναν ότι είναι πάντα φιλική. Η πελατεία δεν ανανεώνεται, αντιθέτως, συχνά λειτουργεί με μια συγκεκριμένη αλλά ξεχωριστή, κυκλική μορφή: οι σημερινοί ηλικιωμένοι που γνώρισαν κάποτε τις δόξες της στοάς στέλνουν τα παιδιά τους, τους σημερινούς μεσήλικες να αγοράσουν από κει. Εδώ δικαιολογείται, τουλάχιστον ως προς την χρήση της στοάς σαν εμπορικός χώρος, και το γιατί κυριαρχούν οι μεγαλύτερες ηλικίες. Από την άλλη επειδή ακριβώς το είδος των εμπορευμάτων τους μοιάζει ξεπερασμένο, τα αντικείμενα δηλαδή στην βιτρίνα δεν θα τραβήξουν τα σημερινά βλέμματα, η ίδια η ανθρώπινη παρουσία είναι εντυπωσιακά μειωμένη. Επομένως οι αγορές δεν είναι μια συνήθης πρακτική μέσα στη στοά, η κατανάλωση δεν έχει μαζικότητα, έτσι αυτό που μπορεί να διακρίνει κανείς καλύτερα, είναι τους καταστηματάρχες να εργάζονται μέσα στα καταστήματά τους.

Επειδή ακριβώς εξυπηρετεί περισσότερο σαν πέρασμα ο χρόνος που θα ξοδέψει στη στοά κάποιος που θα την χρησιμοποιήσει είναι λιγότερο από μισή ώρα. Η απάντηση ως προς το ζήτημα του χρόνου ήταν ομόφωνη. Δεν βρίσκει τον λόγο κανείς για να σταθεί μέσα στη στοά, ακόμα και η στάση σε κάποιο από τα καταστήματα θα είναι ολιγόλεπτη, άρα για αυτό και η κατεξοχήν λειτουργία της βρίσκεται στο ότι είναι ένας χώρος κίνησης. Με μια πρώτη ματιά εδώ, αναγνωρίζουμε μια μεταστροφή στο νοήμα και τον χαρακτήρα του χώρου της στοάς: ο εμπορικός της χαρακτήρας που κάποτε είχε, χάνεται ενώ εξυπηρετεί περισσότερο μεταβατικούς σκοπούς. Ο ρόλος της γίνεται μονοσήμαντος, λάμβανει στο μέγιστο έναν κοινωνικό χαρακτήρα, νοείται δηλαδή ως ένα κατώφλι περιπλάνησης που επιτρέπει την διέλευση από και προς τις οδούς Σταδίου και Σοφοκλέους.

5.4 ΑΙΣΘΗΣΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ ΚΑΙ ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΠΕΡΙΟΧΗ

Η στοά δίνει την κατεύθυνση στους ανθρώπους «για κάτι άλλο». Στην έξοδο προς οδό Σοφοκλέους υπάρχει απέναντι στο Γρυπάρειο Μέγαρο, το παράρτημα του Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών όπου ο νέος κόσμος διασχίζει τη στοά μπαίνοντας από την οδό Σταδίου για να φτάσει σε αυτό. Στους ορόφους του κτίριου που στεγάζεται η στοά υπάρχουν γραφεία δικηγόρων, συμβολαιογράφων, δικαστικών υπαλλήλων και επιμελητών, χρηματιστών, μηχανικών, νομικών υπηρεσιών κλπ. Η είσοδος για τους ορόφους βρίσκεται εντός της στοάς με

αποτέλεσμα να χρησιμοποιείται από πολλούς ως πρόσβαση στους χώρους εργασίας. Οι μεγαλύτερες ηλικίες προτιμούν να την χρησιμοποιούν στα πλαίσια του καθημερινού τους περίπατου που συνηθίζουν να κάνουν στο κέντρο της Αθήνας. Στα γύρω κτίρια από την Στοά Ορφανίδου, από τη μεριά της Σοφοκλέους συναντά επίσης κανείς πολλά καταστήματα τραπεζών και δημόσιες υπηρεσίες. Έτσι, άνθρωποι που εργάζονται στην γύρω περιοχή ή εξυπηρετούνται από τις διάφορες υπηρεσίες θα χρησιμοποιήσουν τη στοά για να φτάσουν στον προορισμό τους. Τα πολλά κενά καταστήματα της Σταδίου και η γενικότερη παρακμή της ως εμπορικός δρόμος φαίνεται ότι επηρεάζει ως ένα βαθμό το πως θα χρησιμοποιήσει κανείς τη στοά για να κατευθυνθεί. Εννοούμε εδώ, ότι αφού πλέον η Σταδίου δεν παρουσιάζει κάποιο «ενδιαφέρον» αφού βρίσκεται σε εγκατάλειψη, είναι πιθανότερο ο κόσμος να χρησιμοποιήσει την συγκεκριμένη πύλη της στοάς ως είσοδο για να κινηθεί στην έξοδο της Σοφοκλέους παρά το ανάποδο. Βλέπουμε συνολικά, πως η χρήση της στοάς είναι κομμάτι της καθημερινότητας πολλών ανθρώπων αλλά αυτό έχει να κάνει με το ότι την διασχίζουν, είναι πέρασμα άρα και όπως σημειώθηκε, χώρος κίνησης. Επομένως, μπορεί να διακρίνει κανείς διάφορους τύπους ανθρώπων που κυκλοφορούν σε αυτήν, με άλλοτε επαγγελματικό και προσεγμένο ενδυματολογικό κώδικα που μαρτυρά τον τομέα απασχόλησης τους ή καθημερινά πρόσωπα. Όλοι τους όμως καθώς διασχίζουν την στοά ανοίγουν βιαστικά το βήμα για να πάνε στον προορισμό τους.

Νέοι, μεσήλικες και μεγάλης ηλικίας άνθρωποι διασχίζουν τη στοά, φτάνοντας πάντα πεζοί, συνήθως μόνοι ή με φίλους. Οι περιοχές από τις οποίες έρχονται είναι γενικότερα το κέντρο της Αθήνας, όπως Κυψέλη, Εξάρχεια, Παγκράτι, από τα προάστια αλλά και από περιοχές εντός Αττικής. Για την ακρίβεια οι περιοχές αυτές που ενώνει έχει να κάνει περισσότερο με το ότι οι άνθρωποι περνάνε από την στοά για να φτάσουν κάπου αλλού, όχι για επισκεφτούν κάποιο από τα καταστήματα. Επισημάνθηκε επίσης από τους καταστηματάρχες ότι λόγω της ιστορίας της, η στοά συγκεντρώνει ανθρώπους από όλη την Ελλάδα. Το γιατί κανείς θα χρησιμοποιήσει κάποιο από τα καταστήματά της οφείλεται κατά κύριο λόγο επειδή ξέρουν σε ποιους θα βρουν τι θέλουν. Η σχέση που έχει διαμορφωθεί μέσα στο χρόνο, λαμβάνει έναν κοινωνικό χαρακτήρα μεταξύ των ανθρώπων αλλά και υπάρχει και ως σχέση με τον ίδιο τον χώρο. Είναι αυτό που εξηγήσαμε και προηγουμένως, πως επειδή ακριβώς τα περισσότερα λειτουργούν εντός της στοάς εδώ και δεκαετίες και οι ιδιοκτήτες δεν έχουν αλλάξει, η σχέση μεταξύ των ανθρώπων ξεπερνά τη απλή σχέση καταστηματάρχη – πέλατη για να γίνει σχέση αμοιβαίας εμπιστοσύνης.

Σε προηγούμενο κεφάλαιο⁶ είχαμε σχολιάσει εκείνον τον τύπο ανθρώπου που συμπεκνώνει ο συλλέκτης ως μια ιδιόμορφη φιγούρα καταναλωτή που αναδείχθηκε σε προηγούμενες δεκαετίες. Η συλλεκτική δραστηριότητα ως σημείο μνήμης των καιρών μέσω των αντικείμενων όπως τα γραμματόσημα ή τα παλιά νομίσματα, έναντι των ραγδαίων κοινωνικών αλλαγών ήταν μια μανία των περασμένων γενεών. Ανταποκρινόμενη στην υψηλή ζήτηση, η Στοά Ορφανίδου υπήρξε ένας χώρος με υψηλή συγκέντρωση συλλεκτικών καταστημάτων. Η αρχιτεκτονική ιδιομορφία της στοάς, έδωσε πρόσφορο έδαφος σε καταστήματα με γραμματόσημα αφού το ίδιο το γραμματόσημο δεν πρέπει να εκτίθεται στο φυσικό φως γιατί καταστρέφεται το χρώμα του. Σήμερα, εξακολουθούν και υπάρχουν, όπως είδαμε, τέτοιου είδους επιχειρήσεις ωστόσο

⁶ Βλ. Κεφ. 2.8 ΤΟ ΠΛΗΘΟΣ, Ο ΣΥΛΛΕΚΤΗΣ και ΟΙ ΕΠΙΓΡΑΦΕΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

λειτουργούν με μια εντελώς διαφορετική μορφή, αντίστροφη της αγοράς συλλεκτικών. Τα τελευταία χρόνια, εν μέσω της οικονομικής κρίσης το μεγαλύτερο ποσοστό των ανθρώπων που τα επισκέπτεται, έρχεται για να πουλήσει σπάνια συλλεκτικά κομμάτια ή ολόκληρες συλλογές με σκοπό το χρηματικό αντίτιμο που αντιστοιχεί. Ο συλλέκτης γραμματοσήμων σήμερα, είναι περισσότερο ένας εκκεντρικός και σπάνιος τύπος καταναλωτή, έχοντας συνδυαστεί με τις μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες, τα ίδια τα συλλεκτικά καταστήματα μέσα στον σημερινό κορεσμό τους, δίνουν ακριβώς αυτήν την εντύπωση του ξεπερασμένου και την ατμόσφαιρα του αναχρονισμού μέσα στη στοά.

Το ότι η στοά δεν έχει έναν ενεργό εμπορικό ρόλο σήμερα, οφείλεται στο ότι και η γύρω περιοχή δεν αποτελεί μια ζωνή εμπορική ζώνη. Κάτι τέτοιο φαίνεται ιδιαίτερα από την μεριά της Σταδίου που βλέπει η στοά. Από την άλλη, ακόμη και στις υπόλοιπες στοές, που υπάρχουν στα περίχωρα, συναντά κανείς πολλά κένα καταστήματα ή παρόμοιου τύπου αναχρονιστικές περιγραφές, όπως σφραγίδες, αντίκες, καφενεία, συλλεκτικά κ.α. Η κάποτε στοά-κόσμημα της Αθήνας η Στοά Αρσακείου, στέκι καλλιτεχνών, πολιτικών και διανοούμενων, απέναντι ακριβώς από τη Στοά Ορφανίδου επί της Σταδίου, βρίσκεται σήμερα σε πλήρη εγκατάλειψη. Οι στοές των παράπλευρων οδών της Σοφοκλέους, της Αριστείδου και Δραγατσανίου θυμίζουν απολίθωματα μιας περασμένης εποχής, το μόνο που μένει είναι το ίχνος ενός παρελθόντος, οι ίδιοι οι άνθρωποι που εξακολουθούν να τις χρησιμοποιούν μοιάζουν και αυτοί σαν ένα απολίθωμα.



Χάρτης 17. Τι υπάρχει στους εγγύτερους δρόμους της Στοάς Ορφανίδου.

Τα καταστήματα των τραπεζών που υπάρχουν στην γύρω περιοχή υπολειτουργούν, ενώ πολλά έχουν κλείσει μέσα στο χρόνο της οικονομικής κρίσης. Στον ιστορικό δρόμο της Σοφοκλέους, η λειτουργία του Χρηματιστηρίου έχει τερματιστεί από το 2007, έπειτα από 70 χρόνια παρουσίας στο αντίστοιχο μέγαρο, για να μεταφερθεί στη Λεωφόρο Αθηνών. Το ίδιο και το Υπουργείο Πολιτισμού της Αριστείδου 14, που υπήρχε από το 1971, θα αλλάξει διεύθυνση το 1994. Οι παρακείμενοι δρόμοι της Στοάς Ορφανίδου δεν χαρακτηρίζονται τόσο για την εμπορικότητά τους αλλά περισσότερο οριοθετούν μια ζώνη υπηρεσιακού τύπου καθώς τα γραφεία σε ισόγειο και ορόφους είναι περισσότερα από τα καταστήματα. Αν κρίνει κανείς τους ανθρώπους που κυκλοφορούν στην γύρω περιοχή από το ντύσιμό τους ή τα πράγματα που κουβαλούν μαζί τους, όπως σακίδια ή χαρτοφύλακες, θα διακρίνει περισσότερους υπαλλήλους γραφείων, τραπεζικούς, νομικούς κ.ο.κ παρά καταναλωτές που κάνουν τα ψώνια τους. Ακόμη και οι επιχειρήσεις που υπάρχουν τριγύρω δεν παραπέμπουν σε βιτρίνες που θα τραβήξουν τα βλέμματα: περασμένες μόδες, ρετρό καφετέριες και άλλα.

Πρέπει να ξεχωρίσουμε το ότι όλοι οι καταστηματάρχες σημείωσαν πως πρόκειται για μια ασφαλής στοά, αφού υπάρχει φύλακας που μένει και μετά το τέλος του ωραρίου λειτουργίας των καταστημάτων. Από την άλλη κάτι τέτοιο φάνηκε να μην είναι γνωστό στους ανθρώπους που κυκλοφορούν στη στοά, αφού πολλοί θεωρούν την στοά σκοτεινή, μέχρι και επικίνδυνη. Ο χαμηλός φωτισμός και τα κενά καταστήματα επηρεάζουν αποτελεσματικά τη γνώμη τους. Οι καταστηματάρχες εξήγησαν ότι δε θέλουν να σφραγίζουν τις εισόδους της στοάς τις νυχτερινές ώρες γιατί θέλουν να μπορεί να κυκλοφορεί ο κόσμος ακόμα και μετά το τέλος του ωραρίου λειτουργίας των καταστημάτων. Γιαυτό συμφωνούν στο ότι πρέπει να υπάρχει ένας φύλακας. Πάνω σε αυτό μπορούμε να δούμε ότι το θέμα της ασφάλειας ενός χώρου, τουλάχιστον σε αυτή την περίπτωση, δεν δίνεται τόσο από την φυσική παρουσία ενός επιτηρητή αλλά εξαρτάται περισσότερο από την ατμόσφαιρα ενός σκηνικού που συνθέτει ο ίδιος ο χώρος. Βέβαια, έγινε κατανοητό ότι «παρεκκλίνουσες» συμπεριφορές και ομάδες δεν υπάρχουν στον χώρο. Ωστόσο, οι καταστηματάρχες χαρακτήρισαν τόπο χωρίς αίσθημα ασφάλειας, την περιοχή που βρίσκεται πίσω από την έξοδο της στοάς της οδού Σοφοκλέους, δηλαδή τα στενά των οδών Αιόλου και Αθηνάς. Επομένως, μπορεί η ίδια η στοά να είναι πράγματι ασφαλής σαν χώρος, όμως η εγγύτητα της με συγκεκριμένους δρόμους να προκαλεί στους ανθρώπους το ερέθισμα, ότι η ίδια είναι εν δυνάμει χώρος όπου θα εμφανιστούν παραβατικά άτομα ή ομάδες.

Φτάνουμε στο σημείο όπου βλέπουμε την σημασία που έχει η ευρύτερη περιοχή για τη στοά. Ξεχωρίζουμε ότι ένα σημείο μέσα στο χώρο, μια τοποθεσία όπως η στοά, δεν καθορίζεται αποκλειστικά και μόνο από τα ίδια τα χαρακτηριστικά του. Δεν γίνεται αντιληπτή από τους ανθρώπους με μια στατική έννοια, δηλαδή το τι συναντά κανείς εντός της, αλλά βρίσκεται σε άμεση σχέση με τις ροές και τα νοήματα της γύρω περιοχής που εκπροσωπεί. Άρα η εικονογραφία της στοάς προκύπτει από ένα σύνολο στοιχείων, του εσωτερικού και εξωτερικού της περιβάλλοντος, τα οποία συνθέτουν τη γνώση που οι άνθρωποι έχουν για τον χώρο, ένα είδος νοητικού χάρτη που ο καθένας συγκροτεί στο μυαλό του και τον οποίο συμβουλευέται. Μια τέτοια γνώση επηρεάζει την συμπεριφορά, η οποία εξαρτάται όχι μόνο από την αντίληψη του τι βρίσκεται που αλλά και πως αξιολογείται ο χώρος με βάση τα συναισθήματα. Πάνω σε αυτό, μια άλλη σημαντική πτυχή προς την αξιολόγηση της τοπικής γεωγραφίας της στοάς έχει να κάνει με το χρόνο. Για παράδειγμα, η εικονογραφία του φόβου και της ανασφάλειας εξαρτάται από το πως

βιώνεται μέσα στη διάρκεια της μέρας. Τις πρωινές ώρες η Στοά Ορφανίδου με τη λειτουργία των καταστημάτων και την ανθρώπινη παρουσία μοιάζει ασφαλής, αλλά η νύχτα προκαλεί αντίθετα συναισθήματα. Συνεπώς, ο τρόπος με τον οποίο στιγματίζεται η στοά επηρεάζει την ελκυστικότητα της και δυσχεραίνει την πρόσβαση.

Τέλος, το κύριο γνώρισμα με το οποίο χαρακτήρισαν τη στοά οι καταστηματάρχες αφορούσε την ιστορία και το παρελθόν της. Η απάντηση ήταν σχεδόν ομόφωνη καθώς τα περισσότερα καταστήματα υπάρχουν στη στοά τριάντα και παραπάνω χρόνια. Οι ερωτηθέντες που ανταποκρίθηκαν, μίλησαν για τα είδη των καταστημάτων της ενώ ορισμένοι υπέδειξαν συγκεκριμένα, τα συλλεκτικά καταστήματα. Για τους λόγους αυτούς ήταν έκδηλη η νοσταλγία τους για την ατμόσφαιρα της στοάς. Μια τέτοια αντίδραση, η οποία σχετίζεται καταφανώς με την εικόνα που έχει αφήσει στη μνήμη η στοά, εικόνα που ο χρόνος συμπύκνωσε πια σε μια ανάμνηση, φάνηκε να είναι ένας από τους κυρίαρχους τρόπους με τον οποίο αισθάνεται κανείς καθώς στέκεται στον χώρο. Η νοσταλγία αναδύεται ακριβώς μέσα από τη ρωγμή που σχηματίστηκε στην προσπάθεια του παλιού να αντικατασταθεί από το νέο, φωτίζοντας στο σήμερα μια ολόκληρη ζωή που πέρασε. Η επαλήθευση αυτής της ζωής έρχεται στην μνήμη και γίνεται αντιληπτή με όλες τις αισθήσεις, από την ατμόσφαιρα της στοάς, από την σκόνη που έχει κατακάσει στις ταμπέλες των καταστημάτων και από τα εμπορεύματα και τις βιτρίνες τους αλλά και από εκείνους που στέκουν πίσω από αυτές, από τους ίδιους τους ανθρώπους.

5.5 Η ΠΑΡΑΚΜΗ ΤΗΣ ΣΤΟΑΣ

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι λόγοι στους οποίους οι καταστηματάρχες υποστήριξαν την παρακμή της Στοάς Ορφανίδου, ως παράδειγμα το οποίο συμμετέχει στην γενικότερη εγκατάλειψη των υπολοίπων εμπορικών στοών της Αθήνας. Ο πιο προφανής παράγοντας αν και όχι ο μοναδικός είναι η οικονομική κρίση που σημειώνεται μέσα στη δεκαετία του 2010. Η εκτεταμένη φορολογία και οι κρατικοί χειρισμοί συνέβαλαν καθοριστικά όπως υπέδειξαν οι περισσότεροι καταστηματάρχες. Τα ενοίκια ανεβαίνουν, τα μικρά μαγαζιά κλείνουν, η στοά ερημώνει. Ένας δεύτερος λόγος συναντά εκείνο που γράψαμε παραπάνω: η στοά βρίσκεται σε άμεση σχέση με τις συνθήκες που επικρατούν στη ευρύτερη περιοχή. Στην έξοδο που βγάζει στην οδό Σοφοκλέους, ακριβώς δίπλα βρίσκεται το Χρηματιστήριο. Η Στοά Ορφανίδου εξυπηρετούσε κάποτε με τους χώρους εστίασής της σε μεγάλο βαθμό τον κόσμο που εργαζόνταν σε αυτό. Σήμερα καθώς βρίσκεται κλειστό, έχει χάσει ένα μεγάλο μέρος του κόσμου αυτού. Το ίδιο ακριβώς συνέβει με τη μεταφορά του Υπουργείου Πολιτισμού όπου υπήρχε στην περιοχή, με το κλείσιμο των καταστημάτων των τραπεζών και των δικηγορικών γραφείων στα περίχωρα. Μια επιπλέον απάντηση που έδωσαν πολλοί καταστηματάρχες, είχε να κάνει με τη θέση του κέντρου της αγοράς. Πιστεύουν ότι πλέον υπάρχει σε κάθε γειτονιά ένα κεντρικό σημείο με καταστήματα. Έτσι γενικότερα το κέντρο της Αθήνας χάνει τον χαρακτήρα του σαν κέντρο αγοράς και σαν χώρος συγκέντρωσης του πλήθους, αφού «μετατοπίζεται και διαιρείται» σε κέντρα εμπορίου κάθε γειτονιάς που εξυπηρετούν τους κατοίκους της. Θα σημειώσουμε εδώ ότι οι τωρινοί καιροί, είναι η στιγμή όπου η ελευθερία διαλογής ανάμεσα σε έναν αριθμό καταστημάτων ξεπερνά κάθε προηγούμενο περασμένων δεκαετιών. Οι άνθρωποι σήμερα έρχονται αντιμέτωποι με την αφθονία του εμπορεύματος, πολλές φορές και σε τοπικό επίπεδο, δηλαδή ακριβώς έξω από την κατοικία

τους, οι βιτρίνες των καταστημάτων γίνονται αντιληπτές με μια ματιά. Πάνω σε μια τέτοια εκδήλωση δεν μένει παρά να δούμε ότι το εμπόρευμα κατάφερε να φτάσει στην ολοκληρωτική κατοχή της ζωής της πόλης. Όχι μόνο είναι ορατό σε κάθε δρόμο, αλλά δε βλέπουμε πια παρά μόνο αυτό. Σε αυτήν την ποσοτική εξάπλωση χώρων έκθεσης εμπορευμάτων, ο κόσμος των εμπορευμάτων της στοάς είναι ένας κόσμος ταυτόχρονα παρών και απών. Ενώ η Στοά Ορφανίδου λειτουργεί ως χώρος κατανάλωσης όταν συγκριθεί με τις βιτρίνες των καταστημάτων του σήμερα, τα εμπορεύματά της μοιάζουν ξεπερασμένα και μάλλον παραγκωνισμένα. Κάθε συγκεκριμένο εμπόρευμα διεξάγει έναν αγώνα για να επιβάλλει τον εαυτό του ανταγωνιζόμενο όλα τα άλλα. Τα εμπορεύματα της στοάς είναι ότι απομένει από τη φθορά που επιφέρει μια τέτοια σύγκρουση.

Τέλος, θα αναφέρουμε δυο επιπλέον λόγους που πάρθηκαν ως απαντήσεις σχετικά με την παρακμή της στοάς. Τον πρώτο φάνηκε να τον γνωρίζουν μόνο οι καταστηματάρχες, ενώ ο δεύτερος φάνηκε να είναι ευρύτατα γνωστός. Είναι ενδιαφέρον να δούμε πως οι αποφάσεις που λαμβάνονται κατά τον σχεδιασμό καταφέρνουν να πετύχουν την βελτίωση ή να αυξήσουν την ελκυστικότητα ανάλογα, για ένα μερικό κομμάτι της πόλης, η ανάδειξη του οποίου συχνά δε λειτουργεί σε ισορροπία με τα υπόλοιπα. Την εποχή που δεν υπήρχαν οι συρμοί του Μετρό, η Στοά Ορφανίδου ήταν το σημείο που ένωνε την οδό Ακαδημίας, επειδή εκεί κατέληγαν όλα τα λεωφορεία, με την υπόλοιπη αγορά. Ένα μεγάλο μέρος του κόσμου που αποβιβάζονταν, για να κινηθεί προς τις οδούς Αιόλου, Αθηνάς κ.ο.κ διέσχισε την Στοά Ορφανίδου. Η ιδιότητα αυτή της στοάς χάνεται από το έτος 2000 και έπειτα, με την ολοκλήρωση της κατασκευής του Μετρό. Πλέον ο κόσμος κατεβαίνει στους σταθμούς Ομόνοια, Πανεπιστημίου, Σύνταγμα ή Μοναστηράκι για να φτάσει στους προορισμούς του. Αυτή η προσπάθεια ενοποίησης του χώρου μέσα από έργα συνόλου, εμπεριείχε ταυτόχρονα την άνθηση και τον μαρασμό συγκεκριμένων περιβάλλοντων σαν μέρος της διαδικασίας. Από την μια είναι ξεκάθαρο ότι οι ευρύτερες περιοχές έξω από σταθμούς του Μετρό συστήνουν μια ζώηρη κίνηση του πλήθους, γεγονός που δίνει πρόσφορο έδαφος σε χώρους κατανάλωσης, όπου μάλιστα στην περίπτωση των στοών δείξαμε παραπάνω την σημασία που έχει το Μετρό της Πανεπιστημίου για την Στοά Κοραή, στον αντίποδα, λειτουργούν παρασιτικά εις βάρος άλλων· η Στοά Ορφανίδου όπως και οι στοές που βρίσκονται στους παραπλήσιους δρόμους (Αριστείδου και Σοφοκλέους) σταδιακά υποβιβάζονται και ερημώνουν. Ο ίδιος ο εκσυγχρονισμός που αφαιρέσε το χρόνο από το ταξίδι, εμπεριέχει τον χρόνο σαν μια ακίνητη μονοτονία εκεί που αφαιρεί τον δυναμισμό από τα περιβάλλοντα. Πίσω από μια τέτοια έκφραση φτάνει να δούμε ότι η ανασύσταση και η διάλυση διαφορετικών χώρων, λειτουργούν αμοιβαία για να οδηγήσουν στην διαίρεση του χώρου στο σύνολο του. Οι θετικοί και αρνητικοί πόλοι, ως διαχωρισμός τόπων με αντίθετα νοήματα, είναι ο κυρίαρχος τρόπος που «διαβάζεται» η ίδια η πόλη, στη σφαίρα του οποίου οι άνθρωποι δεν συμμετέχουν παρά προσαρμόζονται και αναπαράγουν το πως οργανώνονται τα πράγματα· ο χώρος κατασκευάζεται χωρίς αυτούς και συχνά εναντίον τους.

Ένας τελευταίος λόγος που ανέφεραν πολλοί από τους ερωτηθέντες είχε να κάνει με τις πορείες και τις διαδηλώσεις που λαμβάνουν μέρος στην περιοχή του κέντρου της Αθήνας. Συγκεκριμένα, οι καταστηματάρχες εξήγησαν ότι από τα τέλη της δεκαετίας του 2000, από τα γεγονότα του Δεκέμβρη του 2008 και έπειτα, με τις μαζικές κινητοποιήσεις του 2010 και 2011 το τοπίο αλλάζει ριζικά. Μέσα στα επόμενα χρόνια που ακολουθούν, χρόνια της οικονομικής κρίσης όπως ονομάστηκαν, γίνονται ολοένα και περισσότερες διαδηλώσεις και συλλαλητήρια. Πάνω σε αυτό

πρόσθεσαν: «Ο κόσμος άκουγε από τα ΜΜΕ που έλεγαν μην κατεβαίνετε κέντρο θα έχει πορεία». Παράλληλα, οι εικόνες των συγκρούσεων και των επεισοδίων που προβάλλονταν, λειτούργησαν σαν καταλύτης ώστε ένα μεγάλο μέρος της κοινωνίας να σχηματίσει μια αρνητική εικόνα για το κέντρο της Αθήνας. Επίσης, οι καταστηματαρχές σημείωσαν ότι κάτι αντίστοιχο συμβαίνει και την εποχή του καλοκαιριού. Θεωρούν ότι τα μέσα ενημέρωσης αποτρέπουν το κόσμο να κατεβαίνει στο κέντρο όταν μιλούν για την αφόρητη ζέστη και την αποπνικτική ατμόσφαιρα που επιφέρουν οι υψηλές τιμές του υδράργυρου. Εδώ το παράδοξο είναι ότι το μικροκλίμα μιας διαμετρικής στοάς σε συνδυασμό με την σκίαση που παρέχει σε όλο της το μήκος, προστατεύει ακριβώς τους ανθρώπους από υψηλές θερμοκρασίες τους καλοκαιρινούς μήνες.

Σε μια τέτοια διατύπωση, βρίσκει την πλήρη έκφρασή της, η διάκριση που έκανε ο Ανρί Λεφέβρ μεταξύ των διαφορετικών εννοιών του χώρου στο έργο του *The Production of Space* (1991 αγγλ. έκδοση). Από τη μια, έγραφε, υπάρχει ένας κυρίαρχος τρόπος με τον οποίον απεικονίζεται η πόλη, για την οποία τον πρώτο λόγο έχουν τα διάφορα επίσημα κυβερνητικά έγγραφα. Τα σύμβολα, οι κώδικες και η χρήση της γλώσσας τους, διαμορφώνουν τις «αναπαραστάσεις του χώρου» (representations of space) ή όπως αλλιώς εξηγεί ο όρος, πρόκειται περί του «εγνωσιολογούμενου χώρου» (conceived space). Από την άλλη, αναφέρει ως «χώρους αναπαράστασης» (spaces of representation) την προσωπική αίσθηση των ανθρώπων για το τι υπάρχει γύρω τους, εκεί όπου εξελίσσεται η καθημερινότητάς τους, το οποίο έχει να κάνει με το πως πραγματικά γίνεται αντιληπτός ο χώρος (perceived space). Οι αναπαραστάσεις του χώρου και οι χώροι αναπαράστασης είναι δυο έννοιες που συνδέονται και μπορεί να συγκρούονται μεταξύ τους.

Τον ρόλο τέτοιων κυβερνητικών εγγράφων εδώ, αναλαμβάνουν τα τεχνικά μέσα που έχουν σκοπό την μαζική ενημέρωση. Μια τέτοια ενημέρωση, που δεν εμφανίζεται ως μια σαφής άρνηση ή μια σαφής κατάφαση ενός γεγονότος, οφείλει να εμπεριέχει ένα κάποιο ποσοστό αλήθειας το οποίο όμως αποδίδεται πάντα με μια δόση ανακρίβειας. Και αυτό έγκειται στην ίδια την φύση αυτής της ενημέρωσης, ως ένα μέσο επικοινωνίας που αποκλείει τον διάλογο. Εκείνο που επικοινωνείται είναι ένα γεγονός συμπυκνωμένο σε μια χρονική στιγμή, το οποίο αποκόπτεται από το καθημερινό συμβάν. Το στιγμιαίο παρουσιάζεται και σαν η πραγματικότητα του χώρου. Το μικροσυμβάν αποκτά οικουμενικό χαρακτήρα στην μαζική επικοινωνία, δραματοποιημένο με θεαματικό τρόπο, επικαιροποιείται, πατώντας σταθερά πάνω στην ανάγκη μας για αλήθεια, αφηγείται με ιλιγγιώδη τρόπο μια πραγματικότητα η οποία μοιάζει αναντίρρητη απλά και μόνο επειδή βιώνεται από μια θέση απόστασης. Η συντριπτική παρουσία του λόγου των μέσων ενημέρωσης έχει πείσει τον καθένα για την αξιοπιστία των αφηγήσεών τους, αφού παρουσιάζει το μερικό σαν κοινό, για το οποίο δεν χρειάζεται καμία επαλήθευση. Ειδικά στην περίπτωση της τηλεμετάδοσης, πολλοί αναγνωρίζουν στο πρόσωπο εκείνων που μπορούν να μιλούν δημόσια έναντι άλλων που σιωπούν, ένα είδος εκ των πραγμάτων αυθεντίας. Εφόσον κανείς δεν μπορεί να διαφωνήσει μαζί τους, μπορούν να κατευθύνουν τον ρυθμό των όσων θα πουν, για τα οποία μάλιστα πρέπει να σταθούν φειδωλοί. Ο χώρος αναπαράστασης που εξασκεί όλες τις ανθρώπινες αισθήσεις για να βιωθεί, γίνεται η αναπαράσταση του χώρου με κυρίαρχη την αίσθηση της όρασης. Στην ουσία ο αισθητός κόσμος γίνεται εικόνα στην οποία μπορεί να παρουσιαστεί το οτιδήποτε με οποιονδήποτε τρόπο. Η απόσταση και ο διαχωρισμός που εμπεριέχει, εξαναγκάζει στην συναίνεση του τι απεικονίζεται, αφού δεν αφήνει περιθώρια για σκέψη ή το πολύ αυτή να αποδοθεί στην γλώσσα που επιβάλλεται. Ο εγκωμιαστικός μονόλογος των μέσων ενημέρωσης που δεν περιέχει τους ίδιους τους ανθρώπους

που δρουν καθημερινά εκεί, αλλά επιλέγεται και κατασκευάζεται από τρίτους γίνεται και η πρωταρχική σχέση του καθενός με τον χώρο. Εδώ, ο χώρος περιστέλλεται σε σημεία, ο γεωμετρικός τόπος των οποίων ορίζει το περιεχόμενο μιας αλήθειας από την οποία πρέπει κανείς να μάθει να προφυλάσσεται –το κέντρο της Αθήνας είναι επικίνδυνο. Μέσα σε αυτό το σχήμα, γενικεύεται και συστηματοποιείται η συμπεριφορά του καθενός απέναντι στον χώρο που κυκλοφορεί, η οποία δεν στηρίζεται σε μια σχέση ενδιαφέροντος και γνώσης αυτού, αλλά στην παραγνώρισή του. Εκεί που θα έπρεπε το άτομο να παρατηρούσε από την θέση του την πόλη μέσα στην οποία κυκλοφορεί, περιμένει από τους ειδικούς να του την υποδείξουν. Τέτοιου είδους επικοινωνία επομένως είναι κατά βάση μονόπλευρη. Επειδή η απεύθυνση γίνεται ταυτόχρονα σε πολλούς και κυρίως επειδή δεν επιδέχεται αντίρρηση ή τουλάχιστον η αντίρρηση δεν γίνεται ακουστή, οι συμπεριφορές διαμορφώνονται πολύ γρήγορα. Καταλήγουμε επομένως στο ότι ένα μεγάλο μερίδιο ευθύνης για την αρνητική αντιμετώπιση της ίδιας της στοάς και κατ' επέκταση του κέντρου της Αθήνας, βρίσκεται στο πως αυτό προβάλλεται στα διάφορα τεχνικά μέσα. Η υποβάθμιση του κέντρου από τις προβολές και τον λόγο των ΜΜΕ επιδεικνύει σιωπηρά και ένα επιπλέον ζήτημα: τον αποκλεισμό των ίδιων των ανθρώπων από τον δημόσιο χώρο. Τι ακολουθεί όμως αυτού; Αναγνωρίζουμε στη θέα της παρακμής το προκάλυμμα της ανάπλασης και της ανακαίνισης του χώρου, ενέργειες που συχνά προμηνύουν ταξικά κριτήρια και κοινωνικό διαχωρισμό εκεί που προηγουμένως δεν υπήρχαν.

Ο Σομπάρ ντε Λωβ στη μελέτη του «*Το Παρίσι και η περιοχή του Παρισιού*» (Βιβλιοθήκη της Σύγχρονης Κοινωνιολογίας, P.U.F. 1952) παρατήρησε ότι μια συνοικία μιας πόλης καθορίζεται εκτός από οικονομικο-γεωγραφικούς παράγοντες και την ίδια την παράσταση που έχουν γιαυτήν οι κάτοικοι της και από τους τους κατοίκους άλλων συνοικιών. Οι ίδιοι οι καταστηματάρχες της Στοάς Ορφανίδη, σαν «κάτοικοι» του κέντρου, αναγνώριζαν ότι είναι παράλογο που «πολύς κόσμος δεν κατεβαίνει πλέον στο κέντρο γιατί πιστεύει ότι κάτι τρομερό θα του συμβεί». Αυτή η διατύπωση είναι άμεσο αποτέλεσμα σε ότι δεν επικοινωνήθηκε σε πρωταρχικό στάδιο πάνω στα γεγονότα, τα οποία για τους «κατοίκους άλλων συνοικιών» παρέμειναν αντικείμενο παρατήρησης από την ασφαλή απόσταση των μέσων ενημέρωσης. Μαθαίνουμε το γεγονός από την επικαιρότητα, αλλά μένουμε αποκομμένοι από αυτό.

Αρκεί όμως να δούμε πως πίσω από όλα αυτά κρύβονται ζητήματα ασφάλειας που έχει ανάγκη ο καθένας να επιβεβαιώνει καθημερινά στο δημόσιο πεδίο της πόλης. Η καθημερινότητα διαχωρίζεται σε σφαίρα του ιδιωτικού, της ίδιας δηλαδή της κατοικίας όπου το άτομο έχει την τυπική του ελευθερία, τον εφησυχασμό, την οικειοποίηση του περιβάλλοντος και των προσώπων. Στον αντίποδα, η δημόσια ζωή ερμηνεύεται ως μια σφαίρα πλήρως αυτονομημένη και αφηρημένη, που υπερβαίνει το ίδιο το άτομο και τις δυνατότητές του και που χρειάζεται να προετοιμαστεί κανείς κατάλληλα για να την αντιμετωπίσει. Ένας τέτοιος διαχωρισμός υφίσταται από την στιγμή που ο χώρος καταναλώνεται, τεχνικά οργανωμένος, σε διαστάσεις εικόνας. Οι εικόνες βίας και καταστροφής των συλλαλητηρίων και των μαζικών κινητοποιήσεων στους δρόμους, δίνουν άλλοθι στον θρίαμβο της ιδέας ότι η ασφάλεια στο κέντρο της Αθήνας σταθερά θα απειλείται. Δεν πρέπει να παραβλέψουμε όμως ότι η ασφάλεια για να βιωθεί εντονότερα και να δικαιολογηθεί ως τέτοια, έχει ανάγκη από τέτοια σκηνικά καταστροφής. Η τηλεμετάδοση προσφέρει με θεατρικό τρόπο εικόνες βίας του δημόσιου χώρου, η κατανάλωση των οποίων επαλήθευει πεισματικά την ασφάλεια ως αδιαφιλονίκητη αξία. Έτσι, η ιδιωτική σφαίρα υψώνει τα τείχη της, όπου η μόνη

συμμετοχή με τον κόσμο είναι μια σχέση πίσω από αυτά. Ο τρόπος που βιώνεται το γεγονός του «να είσαι εκεί δίχως να είσαι εκεί» δεν είναι παρά «μια πραγματικότητα χωρίς ίλιγγο» την οποία κανείς βέβαια δεν αρνείται αλλά ούτε και υπερασπίζεται. Εδώ, η ίδια η ασφάλεια ηθικολογεί γιατί ακριβώς συντηρείται από το αίσθημα αυτοδικαίωσής της. Άμεσο επακόλουθο, η παραγνώριση του πραγματικού συνοδευόμενη από μια παθητικότητα. Η παθητικότητα για να μην βιωθεί ως τέτοια οφείλει πάντα να βρίσκει μια κατηγορία που να την απομυθοποιεί και να την αναιρεί. Ανθίζει επομένως, συνδυαστικά και με άλλα «σημεία» από τα οποία θέλει να προφυλάσσεται η ασφάλεια όπως οι παραβατικές ομάδες ή οι υποκουλτούρες, ένα φανταστικό πεπρωμένο καταστροφής που κυριαρχεί στο χώρο αναπόφευκτα, το οποίο πολλοί θεωρούν ότι τους περικυκλώνει ανά πάσα στιγμή. Το κέντρο της Αθήνας σήμερα βιώνεται ως το αποτέλεσμα ενός πεπρωμένου, μιας μοίρας που ξεπερνά τις δυνατότητες του καθένος, γιαυτό και έχοντας πολλοί συνηθίσει στην κίνησή του, συμβιβάζονται με αυτό. Η περίπτωση της Στοάς Ορφανίδου μοιάζει η καθημερινότητα μιας τέτοιας μοίρας, οι άνθρωποι της τα θύματά της ·εξού και η φράση «αφέθηκε στην τύχη της».

Ωστόσο, το παράδοξο είναι ότι η Στοά Κοραή που βρίσκεται ακριβώς απέναντι από τα Προπύλαια, το ορμητήριο των διαδηλωτών, δε φαίνεται να έχει επηρεαστεί από φαινόμενα παρακμής όπως δεν πάρηκε και καμία απάντηση για κάτι τέτοιο. Αυτό που καταλαβαίνουμε εδώ, είναι ότι στο πεδίο της πόλης εμφανίζεται μια έντονη πολυπλοκότητα, καθώς διαδικασίες, ροές, σύμβολα και νοήματα αλληλοσυγκρούονται και αλληλοεξουδετερώνονται, ώσπου η επικράτηση των ισχυρότερων αποδίδει σε βάθος τον χαρακτήρα ενός τόπου. Στην προκειμένη περίπτωση, λαμβάνοντας υπόψιν και το τι πάρηκε σαν απάντηση για την Στοά Κοραή, φαίνεται ότι τα καφέ, η μοντέρνα διακόσμηση και η εγγύτητα με το Μετρό καθορίζουν τον χώρο με πιο σαφή τρόπο.

5.6 ΤΑ ΕΡΕΙΠΙΑ ΤΗΣ ΣΤΟΑΣ

Ένα πολύ σημαντικό κομμάτι εξήγησης και ερμηνείας που χρειάζεται να αποδοθεί για την Στοά Ορφανίδου είναι το τι τελικά αποτελεί στο σήμερα, πέρα από μια κατασκευή στο κέντρο της πόλης, δηλαδή το κοινωνικό νόημα που μπορεί να εμπνέει ο χώρος για τους ίδιους τους ανθρώπους. Θα αντλήσουμε τα μέγιστα από εκείνο που φάνηκε να απασχολεί περισσότερο στους διαλόγους με τους καταστηματάρχες. Οι τελευταίοι συνήθιζαν σε ότι εξηγούσαν να το αντιπαραβάλλουν με το χτες. Αναφέρονταν σε μια περασμένη καθημερινότητα της στοάς, στους ανθρώπους που κυκλοφορούσαν, στα καταστήματα, στην ατμόσφαιρα που επικρατούσε, σε όλα αυτά που έσβησαν οι ραγδαίες αλλαγές που σημειώθηκαν με την πάροδο του χρόνου στην Αθήνα, όπου σήμερα ελάχιστες γωνιές στο σύνολό της φωτίζουν κάτι από εκείνες τις εποχές. Η κορύφωση της μυθολογίας της στοάς υπήρξε τις δεκαετίες του '50 και του '60 ενώ από το '80 και έπειτα άρχισε να φθίνει. Το ίδιο της το περιβάλλον μαρτυρά την παρακμή της στο παρόν: ένα νεκροταφείο εμπορευμάτων όπου οι ταμπέλες των παλιών καταστημάτων στέκουν σκονισμένες πάνω από κενούς χώρους, το μάρμαρο που υπάρχει ως εσωτερικός διάκοσμος έχει ήδη αρχίσει να γίνεται γκρίζο, τα φώτα της οροφής έχουν πια μια ζορισμένη ένταση, μέσα στην γενικότερη σιωπή και στην ανθρώπινη απουσία μπορεί ο καθένας που θα τύχει να την διασχίσει σήμερα να ακούσει μέχρι και τα βήματά του. Επομένως, μπροστά στην σημερινή όψη της στοάς μπορούμε να διακρίνουμε εκείνη την σταδιακή αποσύνθεση των πραγμάτων της ως το αποτέλεσμα της φθοράς

που επιφέρει ο χρόνος. Αυτή η διαδικασία «φυσικής αποσάθρωσης» εξηγεί τον τρόπο με τον οποίο το περασμένο καταφέρνει να επιβιώνει στο παρόν: η μορφή ενός πολεοδομικού απολιθώματος μιας περασμένης εποχής. Αρκεί όμως να δούμε, ότι στην πραγματικότητα η Στοά Ορφανίδου δεν είναι παρά ένας χώρος μνήμης μιας παλιάς Αθήνας.

Εκείνο που μένει από την στοά και που έχει να κάνει σαφώς με την παρακμή και εγκατάλειψή της, είναι η μορφή με την οποία εμφανίζεται στο σήμερα. Είναι οι εικόνες των περασμένων δεκαετιών που επιβιώνουν ως συντρίμμια και ερείπια στο παρόν. Στη φθορά που επιφέρει ο χρόνος, αναμφίβολα η στοά στο λαθύρινθο του αστικού ιστού μοιάζει με νεκροταφείο εμπορευμάτων. Η παρακμή της μαρτυρά την «παρακμή μιας οικονομικής περιόδου» την οποία οι άνθρωποι λανθασμένα εκλαμβάνουν ως «την παρακμή του ίδιου του κόσμου». Επειδή ως χώρος εμπορευμάτων δεν επηρεάζει πια τη συλλογική φαντασία, μπορούμε να αναγνωρίσουμε τον εφήμερο χαρακτήρα της, σαν κάτι που ανέκαθεν ήταν. Όμως το γεγονός ότι έχει χάσει πλέον την πρωταρχικής της αύρα είναι αυτό που την καθιστά διδακτικώς ανεκτίμητη στο παρόν. Η σημασία του ζητήματος βρίσκεται στο εξής: το ότι σήμερα η στοά είναι αυτό που είναι για τους ανθρώπους της εποχής μας, οφείλεται στο γεγονός ότι δεν υπάρχει πλέον, αυτή καθ' εαυτή. Η παρουσία της στο χώρο σηματοδοτεί και τον καιρό της. Κρατεί μέσα της όλα τα στοιχεία του κόσμου που την κατέστησαν εφικτή. Παρόλα αυτά, δεν πρέπει να θεωρήσουμε ότι η ερήμωση της στοάς συνεπάγεται μόνο της απώλειας, αλλά σηματοδοτεί πολύ περισσότερο κάτι που ξεπερνά έναν τέτοιο συμβολισμό. Η φυσική εκδήλωση των καταστροφικών συνεπειών του χρόνου, της φθοράς και των θραυσμάτων, είναι και η αναπαράσταση του ίδιου του ιστορικού χρόνου. Είναι μια υπενθύμιση ότι τα πάντα έχουν μια αρχή και ένα τέλος, μια περατότητα στην οποία συλλαμβάνουμε και την ιστορική αλήθεια της πόλης. Οι αυτοκρατορίες θα πέσουν, οι παλιοί βασιλιάδες θα εκθρονιστούν, τα είδωλά τους θα καταστραφούν, η ίδια η στοά θα παρακμάσει. Αναγνωρίζοντας την προσωρινότητα του χαρακτήρα της, αντιπαραβάλλοντας την ταυτότητα του χθες με το νόημα που αποκτά σήμερα ως ερείπιο, πρέπει να κατανοήσουμε ότι όχι μόνο ως κατασκευή υπέκυψε στο χρόνο, αλλά και ότι μέσα σε αυτόν οι ίδιοι οι άνθρωποι αλλάζουν, οι συνήθειές τους, τα πιστεύω τους, η κουλτούρα τους, τα σύμβολα και τα νοήματά τους, οι καθημερινές πρακτικές, τα πράγματα που καταναλώνουν, η κοινωνία στην οποία ζουν.

Διασχίσαμε τον δρόμο, περάσαμε στην αντίπερα όχθη, δεν υπάρχει γυρισμός. Ωστόσο, η διάλυση του χώρου της στοάς στην σημερινή εποχή δεν είναι και το τέλος της, αλλά βλέπουμε σε αυτήν το σκηνικό μιας ατμόσφαιρας με την οποία ο νους φέρνει στη μνήμη εικόνες μιας ζωής που πέρασε. Το παρελθόν και το παρόν υπάρχουν ταυτόχρονα μέσα σε αυτήν. Δεν οδηγούμαστε εδώ στο να δούμε μια αισθητική και έναν ρομαντισμό μέσα στα ερείπια της στοάς αλλά την αίσθηση των ριζών και της συνέχειας, το νόημα που μαρτυρά την πρόσφατη ιστορία της Αθήνας, όπου το παρελθόν δε διαχωρίζεται πότε αυστήρα από το παρόν και το ποιοι περπάτησαν αθόρυβα στο χθες αφορά άμεσα το ποιοι ζουν στο τώρα.

Εισάγουμε εδώ την ιδέα που υπάρχει περί των νόμων των ερειπίων η οποία «ορίζει πως η αξία μιας κατασκευής είναι ανάλογη της τέρψης που προσφέρουν τα ερείπιά της. Αυτή είναι η «ερείπιος αξία» (Ruinenwert⁷) ενός κτιρίου· δηλαδή, η αξία του ως φανταστικού ερειπίου, ή ως

⁷ Την ιδέα της 'Ruinenwert' (αγγ. 'Ruin Value') εισήγαγε ο αρχιτέκτονας του Τρίτου Ράιχ Albert Speer, οραματιζόμενος το νέο Βερολίνο. Τα σχέδιά του απέβλεπαν σε μια αισθητικοποίηση της πολιτικής, όπως έγραψε ο

δυνάμει ερειπίου. Όσο πιο αξιαπόλαυστη προβλέπεται η αποσάθρωση, τόσο αυξάνει η ερειπίος αξία, ή αλλιώς: $y / x = a$, όπου $[y]$ η αισθητική απόλαυση, $[x]$ η ερειπίος αξία, και $[a]$ ο συντελεστής αναλογίας, που παραμένει πεισματικά σταθερός. Η Ακρόπολη είναι πιο σπουδαία τώρα, από ότι ήταν τον 5^ο αιώνα π.Χ. Τότε ήταν η Ακρόπολη, τώρα είναι μια αιωνόβια γεννήτρια συμβόλων και σημασιών». Η Στοά Ορφανίδου, μερικές δεκαετίες πριν ήταν απλά χώρος για το εμπόριο, σήμερα εξηγεί έναν ολόκληρο κόσμο, μια παλιά κοινωνική δομή, μια παλιά Αθήνα. Έτσι μπορούμε να λέμε τώρα ότι η στοά είναι αυτή που είναι επειδή είναι τα ερείπιά της. Ο διαβάτης που την διασχίζει στέκεται, εξερευνά, θαυμάζει, ανακαλεί στη μνήμη σαν το σύγχρονο άνθρωπο που έρχεται σε επαφή με τις βραχογραφίες των σπηλαίων της παλαιολιθικής εποχής, μια ζωή που πέρασε.

$$\left\{ \begin{array}{l} \frac{\Psi}{X} = \frac{at}{30}, \quad t \leq 30 \\ \frac{\Psi}{X} = at, \quad 30 < t < 70 \\ \frac{\Psi}{X} = a^t, \quad t \geq 70 \end{array} \right.$$

Εικόνα 40. [...] Τύπος Υπολογισμού Της 'Ερειπίου Αξίας', Όπου $T =$ Ο Χρόνος Που Παρέρχεται. Άρα, Εάν $T < 30$ Τότε $\Psi/X = At/30$ (Δηλαδή, Αν Έχουμε Τιμές Μικρότερες Από 30 Χρόνια Τότε Η Απόλαυση Είναι Σχεδόν Αμελητέα). Αν Όμως $30 < T < 70$ Τότε $\Psi/X = At$ (Φουντώνει Το Ενδιαφέρον). Ειδικά Αν $T > 70$ Τότε $\Psi/X = A$ Εις Την T .
Πηγή: <https://www.bibliotheque.gr>

Στεκόμενος κανείς σήμερα εντός της στοάς μπορεί μέσα από το παλιό και το ξεπερασμένο που αυτή εκπροσωπεί, να συλλάβει έντονα σαν σοκ, όχι μόνο τα ίχνη ενός παρελθόντος αλλά πολύ περισσότερο το παρόν του, την εποχή στην οποία ζει. Η εικόνα της εγκατάλειψης και της παρακμής, αναδύει με αιφνίδιο τρόπο τους μύθους που συνθέτουν το παρελθόν οι οποίοι φωτίζουν στον παρόν, προτρέποντας παράλληλα και σε μια εκ νέου «ανάγνωση» του σήμερα διαμέσου αυτών. Το ότι ως χώρος συστάθηκε προσανατολισμένος άμεσα για την κατανάλωση, ενώ σήμερα, εξακολουθώντας να υφίσταται ως τέτοιος, έχει αντικατασταθεί εμφανώς από τις βιτρίνες των καταστημάτων του σήμερα, μπορούμε να αναγνωρίσουμε σε αυτόν, το προδιεγραμμένο νόημα που πάντοτε είχε. Εκείνο που πραγματικά ανέδειξε την στοά υπήρξε το εμπόρευμα και τα είδη του που εμφανίστηκαν με μαζικό χαρακτήρα, ως ένα φαινόμενο αναπόφευκτο ή τουλάχιστον συμπτωματικό μπροστά στην επικείμενη εξάπλωση της Αθήνας, λίγο μετά τα μέσα του προηγούμενου αιώνα. Κάθε μεγάλο ενδιαφέρον που κάνει τα πρώτα του βήματα στη σκηνή του

Μπένγιαμιν. Για μια λεπτομερή ανάλυση της ιδέας περί ερειπίων: Stead N. The value of ruins: Allegories of Destruction in Benjamin and Speer, *An Interdisciplinary Journal of the Built Environment*, no. 6, October 2003, pp. 51-64

κόσμου εκλαμβάνεται πολλές φορές λανθασμένα ως και το κέντρο του κόσμου. Την γνώμη αυτή που διαμορφώνεται, αποκαλούσε ο Φουριέ⁸, τόνο της εκάστοτε εποχής. Η Στοά Ορφανίδου εξέφρασε ένα μεγάλο κομμάτι των αντιλήψεων της εποχής, όπως για παράδειγμα με το κατάστημα που υπήρχε με τα πρώτα τζιν που ήρθαν στην Αθήνα ή με την μανία του συλλέκτη, φέρνοντας έτσι το καινούριο και την δημόσια πρόσβαση του καθενός σε αυτό. Ένα μεγάλο μερίδιο στην παρακμή της οφείλουμε να αναγνωρίσουμε στο ότι η έννοια αυτή του καινούριου κατάφερε να επαναπροσδιοριστεί και να επανοηματοδοθεί από τα σύγχρονα εμπορεύματα και τα καταστήματα τους στους δρόμους της Αθήνας: η βιτρίνα με πρόσωπο στο δρόμο με την οποία έχει άμεση επαφή ο διερχόμενος, το πολυκατάστημα, το εμπορικό κέντρο και ο πεζοδρομημένος εμπορικός δρόμος. Αν δηλαδή ύστερα από μερικές δεκαετίες η στοά μοιάζει παρελθόν, αυτό οφείλεται στις τρομακτικά γρήγορες αλλαγές που έφεραν στο πεδίο του αστικού χώρου οι ανακατάξεις στον χάρτη του εμπορίου. Ως χώρος αφού επέφερε μια μερική ανασύσταση της συγκέντρωσης των ανθρώπων, εξαφανίζεται μέσα στη φυγόκεντρο δύναμη που την απορρίπτει μόλις γίνεται, με την σειρά της, δευτερογενές κέντρο συνάθροισης των ανθρώπων. «Αυτή η τεχνική ανασύστασης και διάλυσης, οδηγεί την πόλη στην κατανάλωση του ευατού της». Η εμπειρία όμως του χρόνου που προκλήθηκε από αυτή τη ραγδαία μεταβολή υπήρξε ακριβώς η αντίθετη: μια επανάληψη. Οι άνθρωποι μέσα στο χρόνο βλέπουν αυτό που συμβαίνει όχι όμως αυτό που επαναλαμβάνεται. Ο Μπένγιαμιν έγραφε ότι «εκείνο που είναι πάντοτε το ίδιο δεν είναι το συμβάν, αλλά το στοιχείο του καινούριου σε αυτό»⁹ που θάμπωνε τα πλήθη. Η επανάληψη είναι και το μυστικό της σύγχρονης καθημερινής εμπειρίας. Οι πιο πρόσφατοι μύθοι παραγκωνίζονται διαρκώς από καινούριους, το νέο δεν είναι παρά η έκφραση του πάντοτε ίδιου το οποίο επιστρέφει στη ζωή των ανθρώπων με μια κυκλική μορφή.

Μέσα σε αυτή τη σχέση αναγνωρίζουμε την διάσταση και την ποιότητα μιας στοάς όπως η Στοά Ορφανίδου. Ένας θεμελιώδης νόμος είναι ενσωματωμένος σε αυτήν ο οποίος αφορά την ευθραυστότητά της, την υπολογισμένη της απαρχαίωση, την καταδίκη της να αποτύχει στο σήμερα, με λίγα λόγια την εφήμερη ύπαρξη της ως απαραίτητη συνθήκη και ως μέρος μιας διαδικασίας για την λειτουργία της. Η στοά δηλαδή λειτούργησε, έχοντας ανέκαθεν την προδιεγραμμένη της παρακμή. Ένα τέτοιο περιεχόμενο καθιστά τον χώρο άμεσα καταναλώσιμο όπως ένα προϊόν με την αντίστοιχη ημερομηνία λήξης του. Η στοά δεν συστάθηκε ανάλογα με το πως θα χρησιμοποιηθεί, αλλά απεναντίας, σύμφωνα με τον επικείμενο θάνατό της, η επιτάχυνση του οποίου κρίθηκε από τον ραγδαίο ρυθμό εμφάνισης εμπορικών χώρων μεγαλύτερου βεληνεκούς. Η κατανάλωση εδώ δεν περιορίστηκε μόνο στα εμπορεύματά της αλλά στην κατανάλωση ολόκληρου του χώρου της. Το αντίτιμο που πλήρωσε καταλογίστηκε από την τεχνική οργάνωση της αχρησίας που διαπερνά τα αστικά περιβάλλοντα της καταναλωτικής κοινωνίας, σύμφωνα με την οποία ότι δεν ανανεώνεται και παύει να βρίσκεται στη μόδα είναι καταδικασμένο να αποτύχει.

⁸ Μαρξ και Ένγκελς, *Η Αγία Οικογένεια* [1843], παρατίθεται μέσα από Κεφ. 9 Υλιστική Διαπαιδαγώγηση, Buck-Morss S. (2006), *Η διαλεκτική του βλέπιν: ο Βάλτερ Μπένγιαμιν και το Σχέδιο Εργασίας περί Στοών* [μτφρ. Αθανασάκης Μ.], Ηράκλειο Κρήτης: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης

⁹ Κεφ. 9 Υλιστική Διαπαιδαγώγηση, Buck-Morss S. (2006), *Η διαλεκτική του βλέπιν: ο Βάλτερ Μπένγιαμιν και το Σχέδιο Εργασίας περί Στοών* [μτφρ. Αθανασάκης Μ.], Ηράκλειο Κρήτης: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης

Αρκεί τελικά να δούμε, πως αυτή η διάλυση του χώρου και της ζωής, που «οδηγεί την πόλη στην κατανάλωση του ευατού της», είναι μια τελετουργία, μια ανάγκη δηλαδή που επιβάλλει η εποχή μας σε αυτά, με σκοπό την απόδειξη και αυτοσυντήρησή της. Η χρήση του χώρου δεν είναι παρά ο μονόδρομος προς την βραδεία απώλειά του. Η διάλυσή του, παραμένει πεισματικά το θεμελιώδες εναλλακτικό σχήμα προς την σύστασή του, η ίδια η χρήση του είναι μονάχα ένα ενδιάμεσο στάδιο που παρεμβάλλεται. Η αξία του όμως αποκαλύπτεται ξαφνικά, ακριβώς την στιγμή που εκκενώνεται από ζωή. Τότε αποκτά και το νόημά του. Στον παρελθόν, η καθημερινότητα της Στοάς Ορφανίδου ήταν υποταγμένη στις επιταγές της κατανάλωσης. Σήμερα, η εγκατάλειψή της, αναδεικνύει τον δυναμισμό και τον πλούτο της ακριβώς επειδή βιώνεται σαν απώλεια, σαν κάτι που χάθηκε και της ανεπίστρεπτης κατάληξής του.

Πάνω σε αυτό έγκειται και η νοσταλγία. Το σημαντικό είναι, ότι η νοσταλγία αναβιώνει, ακριβώς τη στιγμή που αποδίδεται αυστηρή προσοχή στο καινούριο, στη σφαίρα του οποίου το προηγούμενο μοιάζει ξεπερασμένο και ακυρωμένο. «Η στιγμή της αναίρεσης αποκαλύπτεται με ορατό τρόπο, με μια ακαίρια λάμψη κατά την οποία το παλαιό φωτίζεται ακριβώς τη στιγμή της εξαφάνισής του» έγραφε ο Μπένγιαμιν¹⁰. Βλέποντας το γενικότερα, ακόμα και για τη γενεά που γνώρισε τις έντονες αλλαγές την δεκαετία του '60 ο Γ.Καιροφύλας¹¹ έλεγε: ««Κάθε χρόνο η Αθήνα άλλαζε όψη. [...]Γίνονταν όλα με βραδύ ρυθμό γι' αυτό δεν ξάφνιαζαν, όμως η αλλαγή φαινόταν έντονα κάποια στιγμή αναπολήσεων ή όταν έβλεπες μερικές παλιές φωτογραφίες». Επίσης, για την εποχή των πολυκαταστημάτων οι έμποροι θυμούνται: «Η χρυσή εποχή για τα εμπορικά καταστήματα της Αθήνας ήταν από τις αρχές της δεκαετίας του 1970 μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1980. Τότε ήταν όλα διαφορετικά. Τα καταστήματα έκαναν επεκτάσεις μέχρι το 1980. Η πρόσβαση στην Αθήνα ήταν εύκολη. Το κέντρο της πόλης ήταν "ζωντανό", χωρίς να επικρατεί το χάος που έγινε καθεστώς λίγα χρόνια αργότερα. Ο καταναλωτής μπορούσε να βρει τα πάντα». Στις μέρες μας, ιστορικά πλάνα και φωτογραφίες ολόκληρης της ζωής μιας παλιάς Αθήνας, φέρνουν στην μνήμη εικόνες μιας «άλλης εποχής», στη θέα της οποίας η συλλογική συνείδηση αντιδρά νοσταλγικά. Το παλιό και ξεπερασμένο εγείρει τη νοσταλγία, ακόμη και αν αυτό δε βιώθηκε άμεσα. Με τη σειρά της, η νοσταλγία αυτή εκφράζει την επιθυμία επιστροφής σε περασμένους καιρούς. Σε αυτή την πρακτική ενθύμησης του όσο παλιότερα τόσο καλύτερα, αυτή η συμπεριφορά μεγιστοποιείται από τη δύναμη της εικόνας. Σήμερα όπου η εμπειρία στην πόλη υφίσταται μαρασμό, μέσω μια διαρκούς επανάληψης, οι εικόνες αυτές λειτουργούν σαν ένα όργανο ενοποίησης μιας διαιρεμένης κοινωνίας, η οποία λανθασμένα βλέπει την αρμονία στη ζωή που πέρασε. Και αυτό διότι όταν η σχέση των ατόμων σήμερα, γίνεται μια σχέση διαμεσολαβημένη από εικόνες, το περασμένο συμβάν καθώς συμπυκνώνεται σε καθεμία από αυτές καταντά να γίνεται απλά μια αναπαράσταση. Θεωρημένο όμως από μια απόσταση ασφαλείας στην πραγματικότητα το γεγονός αποκόπτεται από την ολότητά. Ωστόσο, αξίζει να πούμε ότι μια τέτοια σχέση όπου κάθε νέα γενεά ανακαλεί στη μνήμη τους καιρούς της προηγούμενης της και επιθυμεί την επιστροφή σε αυτούς, έκφραση που έγινε έντονη με την ολοένα ανάπτυξη της Αθήνας σε

¹⁰ Κεφ. 5 Μυθική Φύση: Επιθυμητική Εικόνα, Buck-Morss S. (2006), *Η διαλεκτική του βλέπιν: ο Βάλτερ Μπένγιαμιν και το Σχέδιο Εργασίας περί Στοών* [μτφρ. Αθανασάκης Μ.], Ηράκλειο Κρήτης: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης

¹¹ Καιροφύλας Κ. Γ. (1997), *Η Αθήνα στη δεκαετία του '60*, Αθήνα: ΦΙΛΙΠΠΟΤΗΣ

μεγαλούπολη, συνδέει και διαπερνά όλες τις γενεές που πέρασαν στο χρόνο, με έναν τρόπο ο οποίος δείχνει πολύ πίσω σε μια εποχή ουτοπίας που ο άνθρωπος κατοικούσε σε έναν ιδεατό παράδεισο.



Εικόνα 41. Σημεία της Στοάς Ορφανίδου που δηλώνουν τα ερείπιά της.

6. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΥΟ ΣΤΟΕΣ

Από το ερευνητικό κομμάτι της μελέτης των Στοών Κοραή και Ορφανίδου είδαμε τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνεται η εικόνα τους ως αστικοί χώροι και το πως αυτή μεταβιβάζεται σαν πληροφορία στο νου των ανθρώπων. Φάνηκε πως σίγουρα, δεν μπορούμε να «διαβάσουμε» με ενιαίο τρόπο και τις δύο στοές, καθώς η διαφορετική «φυσιογνωμία» τους, δηλαδή με τι έρχεται κανείς αντιμέτωπος όταν εισέρχεται εντός τους, εμπειρέχει και ξεχωριστά νοήματα τα οποία αλληλεπιδρούν με τους ανθρώπους, επηρεάζοντας την στάση τους και την συμπεριφορά τους. Είναι λογικό να υποθέσουμε ότι τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα ξεχωριστά για κάθε μια στοά προκαλούν συγκεκριμένα ερεθίσματα και αντιδράσεις, για να συνθέσουν με τη σειρά τους έναν ολόκληρο νοητικό χάρτη, το υπόμνημα του οποίου αφορά την γνώση και αντίληψη του τι υπάρχει που. Δείξαμε επομένως, πως η εικονογραφία τους σχετίζεται άμεσα με την οργάνωσή τους και κατ' επέκταση της ατμόσφαιρας τους, των ανθρώπων που κυκλοφορούν και της ευρύτερης περιοχής την οποία εκπροσωπούν. Μια βασική διάσταση που δίνει νόημα και περιεχόμενο στο περιβάλλον τους αφορά σε μεγάλο βαθμό τα συναισθήματα με τα οποία καθεμιά αξιολογείται αλλά και των συνδυασμό αυτών. Ωστόσο, η καθημερινή εμπειρία μέσα στις στοές δομείται μέσα σε ένα πλαίσιο, του οποίου ορισμένα στοιχεία διαφεύγουν συχνά της συνειδητής προσοχής των ανθρώπων. Είναι οι κρυφοί συμβολισμοί που υπάρχουν πίσω από τους μύθους των καταναλωτικών δομών και της κουλτούρας που αναδεικνύεται μέσω αυτών. Είναι επίσης η ιστορία που έχουν ως χώροι, το παρελθόν που κουβαλάνε, το οποίο δε διαχωρίζεται ποτέ αυστηρά από το παρόν όπως κι αν αυτό αναμορφώνεται, υπενθυμίζοντας σιωπηρά αλλά διαρκώς το νόημα της συνέχειας, από την εποχή και τον κόσμο που τους κατέστησαν εφικτούς μέχρι σήμερα.

Κατανοούμε με λίγα λόγια ότι η κατασκευή του χώρου, με την κοινωνική σημασία του όρου, εξαρτάται τα μέγιστα από την οπτική. Ο τρόπος δηλαδή που το αστικό περιβάλλον παρουσιάζεται μπροστά στα μάτια των ανθρώπων, οδηγεί στο σχηματισμό της ταυτότητά του. Ωστόσο, μια τέτοια ταυτότητα δεν προκύπτει ως μια αντικειμενική αλήθεια. Το ίδιο περιβάλλον είναι πιθανόν να προκαλέσει διαφορετικές εντυπώσεις στον καθένα ξεχωριστά. Παρόλες τις ξεχωριστές απόψεις, καμιά φορά αντίθετες ή διαφορετικά ιεραρχημένες, αναγνωρίζουμε, ότι θα υπάρχει πάντα μια κοινή αφήγηση που θα μοιράζονται πολλοί. Ένα επιπλέον ζήτημα που χρειάζεται να προσθέσουμε είναι ότι η ταυτότητα ενός χώρου βρίσκεται σε άμεση σχέση με τα νοήματα και τις ροές που δέχεται από την εγγύτερη περιοχή, από πλευρά υλική και ψυχολογική. Το πιο σημαντικό όμως είναι ότι η ταυτότητα δεν μένει ποτέ σταθερή αλλά εξαρτάται και μεταβάλλεται μέσα στο χρόνο.

Είδαμε πως οι άνθρωποι καταφέρνουν να νοηματοδοτήσουν την σχέση τους με τον χώρο, την αίσθηση δηλαδή ότι είναι «μέσα» σε αυτόν αλλά και με τους άλλους που παρευρίσκονται. Αυτό φάνηκε κυρίως από το ότι οι στοές είναι χώροι εργασίας όπου στην περίπτωση των καταστημάτων που λειτουργούν χρόνια εντός τους, η σχέση καταστηματαρχη – πελάτη παίρνει διαστάσεις φιλίας και εμπιστοσύνης. Από την άλλη, η ύπαρξη χώρων εστίασης έχοντας την τάση να πετυχαίνουν καθημερινά μια συγκέντρωση των ανθρώπων, δίνει την εντύπωση ότι πολλοί συνδέονται με αυτούς, αφού συνηθίζουν να συγχάζουν με μια τυπικότητα που επιβάλλει η ρουτίνα. Ωστόσο, μια τέτοια έκφραση έδειξε ότι ρυθμίζεται περισσότερο μέσα από καταναλωτικές σχέσεις. Τα πολλαπλά νοήματα της κατανάλωσης, συχνά αφανή στις καθημερινές επιλογές και αποφάσεις του καθενός, δυσχεραίνουν την δημιουργία αυθεντικών τόπων. Οι άνθρωποι περισσότερο

προσαρμόζονται στο πως ο χώρος οργανώνεται πριν και χωρίς αυτούς παρά ότι οι ίδιοι τον «δημιουργούν». Γιαυτό και στην περίπτωση της Στοάς Κοραή, τα καφέ της θα λέγαμε ότι είναι στέκια για ορισμένους τύπους ανθρώπων όχι όμως ότι ο καθένας αναγνωρίζει τον εαυτό του και ταυτόχρονα αναγνωρίζεται από τους άλλους όπως στους χώρους των παλιών καφενείων. Το γεγονός ότι παραμένουν άγνωστοι μεταξύ τους, τους επιτρέπει, στις συνδιαλλαγές με τους «άλλους» να διαχειρίζονται περιορισμένες και επιφανειακές σχέσεις. Η ασφάλεια που εμπνέει ο χώρος, ήταν και για τις δυο περιπτώσεις που μελετήσαμε, ένα βασικό ζήτημα του κατά πόσο θα νιώσει οικεία κανείς σε αυτόν, καθώς το αίσθημα αυτό, εδράζεται σε ποιο βαθμό η ατμόσφαιρα ενός αστικού περιβάλλοντος του δημοσίου χώρου ανταποκρίνεται στις εικόνες του ιδιωτικού χώρου κατοικίας.

Μέσα από τον τρόπο που λειτούργησαν οι δύο στοές στο χθες (σύσταση του χώρου) και του πως παρουσιάζονται στο σήμερα μέσα από εικόνες παρακμής (διάλυση του χώρου – Στοά Ορφανδίου) ή μέσα από τον τρόπο που ανακαινίζονται (ανασύσταση του χώρου – Στοά Κοραή), καταλήγουμε πως ο ίδιος ο χώρος είναι κατά μια έννοια σαν ένα κείμενο το οποίο γράφεται και ξαναγράφεται μέσα στο χρόνο. Τις «διορθώσεις» που θα γίνουν επομένως πάνω σε ένα τέτοιο κείμενο, επιμελείται το «αόρατο χέρι» της μόδας θέτοντας πάντα το ερώτημα: κατά πόσο μπορεί η κατανάλωση να ξεπεράσει την αυστηρή προσοχή στα εμπορεύματα των καταστημάτων, για να συμπεριληφθεί στο ευρύτερο σχήμα της κατανάλωσης του χώρου στο σύνολό του. Αναγνωρίζουμε δηλαδή ότι η ζωντάνια κάθεμια στοάς έχει να κάνει πάντα με την ικανότητά της να αποτελεί χώρο κατανάλωσης. Για παράδειγμα σήμερα, ο πολυσύχναστος χώρος της Στοάς Κοραή δείχνει ότι ανταποκρίνεται θετικά σε αυτό, αντιθέτως η Στοά Ορφανίδη παραμένει υποψήφια για τέτοιες «διορθώσεις» αφού τα πάντα σε αυτήν μοιάζουν «δυσανάγνωστα και δυσνόητα» παρόμοια μιας αρχαϊζουσας διαλέκτου. Ο θετικός και αρνητικός τρόπος με τους οποίους «διαβάζουμε» ξεχωριστά τις δύο στοές εμπεριέχει τον διαχωρισμό του παλιού με το μοντέρνο. Εκεί που ξεπηδά η εικόνα του μοντέρνου υπάρχει και μια έντονη προσπάθεια από τη μεριά των ανθρώπων να ορίσουν τον εαυτό τους μέσα σε αυτήν. Αρκεί όμως να δούμε πως έτσι, μέσα σε μια τέτοια κίνηση, η κοινωνική διάδραση μετασηματίζει το πνεύμα των καιρών και μετασηματίζεται από αυτό. Το γεγονός δηλαδή ότι δεν συγκρίνεται η ατμόσφαιρα και για τις δυο στοές, σήμερα με κάποτε, οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στο ότι οι ίδιοι οι άνθρωποι άλλαξαν τις συνήθειές τους, τις προτιμήσεις τους, την κουλτούρα τους την ίδια στιγμή που οι πρόσφατοι μύθοι γύρω από τον καταναλωτικό τρόπο ζωής αντικαταστάθηκαν από νέους. Το αποτέλεσμα, είτε με την παρακμή και εγκατάλειψη (Στοά Ορφανίδου) είτε με την ανακαίνιση του χώρου (Στοά Κοραή), είναι και μια ρήξη με το παρελθόν, η οποία υπενθυμίζει ότι τίποτε δεν συνέβηκε εδώ. Ούτε και πρόκειται όμως να συμβεί, αφού εκείνο που θα αλλάζει κάθε φορά στο περιβάλλον και την ατμόσφαιρα του, αλλαγή στερημένη από οποιαδήποτε ιστορική αλήθεια, είναι μόνο ο συμβολικός κόσμος των εμπορευμάτων: μια επανάληψη του βουβού βλέμματος των αντικειμένων στο οποίο υποτάσσεται ο χώρος.

Στη συνέχεια, θα προσπαθήσουμε, περνώντας σε ένα γενικό επίπεδο, να μιλήσουμε με λίγα λόγια για την σημερινή κατάσταση όλων των στοών στο σύνολό του απογραφικού πεδίου βλέποντας ταυτόχρονα και το πως συμμετέχουν οι δύο στοές που μελετήσαμε σε μια τέτοια κίνηση.

7. ΕΙΚΟΝΕΣ ΤΟΥ ΣΗΜΕΡΑ

7.1 Η ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΩΝ

Ένα πολύ σημαντικό κομμάτι εξήγησης και ερμηνείας που θέλουμε να αποδοθεί για της αθηναϊκές στοές είναι μια γενική εικόνα της κατάστασής τους μέσα από την οργάνωση του χώρου τους και τον τρόπο χρήσης τους από τους ανθρώπους. Είναι αλήθεια ότι η εγκατάλειψη είναι εμφανές στοιχείο των περισσότερων, στο οποίο χρειάζεται και να σταθούμε. Σήμερα υπάρχουν στοές στις οποίες λειτουργεί μόλις ένα στα δέκα καταστήματα. Διάφορες μελέτες και άρθρα που έχουν ασχοληθεί επιφανειακά με το συγκεκριμένο θέμα εξηγούν ότι η παρακμή τους ξεκίνησε διότι δεν είχαν την «δυνατότητα να ακολουθήσουν την αλλαγή των καιρών». Ποια ήταν όμως η αλλαγή των καιρών που καταγγέλεται αφηρημένα; Γιατί αξίζει να την επιστημονούμε; Πως οδηγείται τελικά ο χώρος στην διάλυσή του; Με βάση λοιπόν, όσα έχουν ειπωθεί μέχρι τώρα σε αυτή τη μελέτη αλλά και από τους διαλόγους με τους καταστηματοάρχες, θα επιστημανθούν στη συνέχεια λεπτομερώς οι αλλαγές των καιρών, οι οποίες μάλιστα παρέμειναν αθέατες και οδήγησαν σταδιακά στην εγκατάλειψη των στοών.

Οι απαντήσεις δεν αποκαλύπτονται εύκολα με μια πρώτη ματιά. Και αυτό επειδή, πρωτίστως στη συλλογική μνήμη δεν κατανοήθηκε το τι πραγματικά ανέδειξε τις στοές. Το εμπόρευμα το οποίο εμφανίστηκε με μαζικό χαρακτήρα έγινε αντιληπτό ως ένα φαινόμενο αναπόφευκτο ή τουλάχιστον συμπτωματικό μπροστά στην επικείμενη εξάπλωση της Αθήνας. Κάθε μεγάλο ενδιαφέρον που κάνει τα πρώτα του βήματα στη σκηνή του κόσμου εκλαμβάνεται πολλές φορές λανθασμένα ως και το κέντρο του κόσμου. Την γνώμη αυτή που διαμορφώνεται, αποκαλούσε ο Φουριέ¹², τόνο της εκάστοτε εποχής. Δείξαμε παραπάνω ότι στο ξεκίνημα μιας εποχής, υπάρχει μια πολύ πρόωγη έγνοια για το μέλλον. Εκείνο που φαίνεται έντονα είναι η προσπάθεια του καθενός να απομακρύνει τον εαυτό του από οτιδήποτε μπορεί να θυμίζει το πρόσφατο παρελθόν με το φόβο ότι δε θα θεωρείται μοντέρνος. Οι στοές εξέφρασαν ένα μεγάλο κομμάτι των νεωτερικών αντιλήψεων της εποχής φέρνοντας το καινούριο και την δημόσια πρόσβαση του καθενός σε αυτό. Έτσι το μεγάλο μερίδιο στην παρακμή τους οφείλεται στο ότι αντικαταστάθηκαν από νέες φαντασμαγορίες: τα καταστήματα των δρόμων. Πολλά από αυτά έδρασαν παράλληλα με τις στοές, ωστόσο κέρδισαν το προβάδισμα μετέπειτα, αφού κατάφεραν να επαναπροσδιορίσουν την έννοια του καινούριου, στη σφαίρα του οποίου, η στοά άρχιζε σταδιακά να απορρίπτεται, θυμίζοντας ξεγραμμένο παρελθόν. Η βιτρίνα που έχει πρόσωπο στο δρόμο, με την οποία έχει άμεση επαφή ο διερχόμενος, ήταν και το προνόμιο των καταστημάτων. Η όραση, αυτή η πρακτική του απλά να βλέπεις έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην αντίληψη του χώρου στη μοντέρνα πόλη. Συγκεκριμένα τα καταστήματα με την ιδέα να προσφέρουν θέαμα, έκαναν αυτήν την πρακτική του να βλέπεις, σε επιθυμία του να βλέπεις, όπου πυροδοτώντας το καινούριο θάμπωναν τα πλήθη. Ο υπερβολικός φωτισμός και η διακόσμηση έπαιξαν τον κυρίαρχο λόγο σε αυτό. Στις σημειώσεις του αθηναιογράφου Γ. Καιροφύλα¹³ διαβάζουμε ότι ήδη από τα τέλη της δεκαετίας του '60 συντίθεται το τοπίο: «Ο Δήμος Αθηναίων είχε καθιερώσει να βραβεύει τις καλύτερα στολισμένες βιτρίνες κατά τη διάρκεια των εορτών. Εκείνη τη χρονιά λοιπόν οι έμποροι

¹² Βλ. υποσημείωση 8

¹³ Καιροφύλας Κ. Γ. (1997), *Η Αθήνα στη δεκαετία του '60*, Αθήνα: ΦΙΛΙΠΠΟΤΗΣ

και διάφοροι καταστηματάρχες έβαλαν τα δυνατά τους για να στολίσουν καλύτερα τη βιτρίνα τους. Έτσι βραβεύτηκαν πολλές βιτρίνες, όπως εκείνες της μπουτίκ ‘Κοντεσίνα’ στην Πανεπιστημίου 6, του γνωστού ‘Μουράνο’ στη Βουκουρεστίου 11, του ζαχαροπλαστέιου ‘Φλόκα’ κάτω απ’ το Μετοχικό Ταμείο Στρατού, των Οπτικών του Πανταζή στη Νίκης 4 και το μπαρ του Ορφανίδη στην Πανεπιστημίου 7 και Βουκουρεστίου που ήταν ένα ωραίο αθηναϊκό στέκι». Η αδυναμία των στοών να ακολουθήσουν αυτήν την τάση βρίσκεται στην αρχιτεκτονική τους ιδιομορφία. Αντίθετα με τις βιτρίνες των καταστημάτων με πρόσωπο στο δρόμο όπου ο καθένας, περπατώντας αμέριμνος, μπορούσε δει με μια ματιά, οι βιτρίνες των στοών δεν ήταν σε άμεση θέα αλλά απαιτούσαν την επίσκεψη στο συγκεκριμένο χώρο. Ταυτόχρονα, εκείνο που γινόταν σαφές από τη μεριά των μεγάλων πολυ-καταστημάτων ήταν ότι η επίσκεψη σε αυτά έπρεπε να ήταν μια γιορτή. Κάθε επίσκεψη αποτελούσε και μια ξεχωριστή βιωθείσα εμπειρία, μια αξιόδοτηση, μια εξατομικευμένη στιγμή γύρω από την οποία είχε χτιστεί ένας εμπορευματικός ονειρόκοσμος ο οποίος ενώ μίλαγε για τα πλήθη, στην ουσία εμφανίζονταν απaráμιλλα προσωπικός. Το Μινιόν ήδη από τα τέλη της δεκαετίας του ‘60 διοργάνωνε επιδείξεις μόδας όχι αποκλειστικά για έναν κλειστό κύκλο οίκων και καλλιτεχνών, αλλά ανοιχτές προς το κοινό. Τα πολυκαταστήματα άφησαν σε δεύτερη μοίρα τις στοές αφού κατάφεραν να εντάξουν στη σφαίρα επιρροής τους και ένα άλλο καταναλωτικό κοινό: τα παιδιά. Όχι μόνο με τα παιχνίδια και τα δώρα, αλλά σκηνοθετώντας μια λιλιπούπολη, έναν παράδεισο για την παιδική ηλικία.

Οι ξεχωριστοί ιδιοκτήτες των καταστημάτων των στοών ήταν και ένα άλλο εμπόδιο συγκριτικά με τη συνολική διαχείριση του πολυκαταστήματος από έναν ιδιοκτήτη¹⁴. Για πρώτη φορά οι καταστηματάρχες έρχονται αντιμέτωποι με έναν έντονο ανταγωνισμό. Σε συνδυασμό με αυτό το γεγονός, οι διαφημιστικές εικόνες έπαιξαν σημαντικό ρόλο, με τα πολυκαταστήματα από την πλευρά τους να διαθέτουν τα ανάλογα χρηματικά πόσα, πόσο μάλλον αργότερα όταν μπήκε στα σπίτια η κρατική τηλεόραση. Πάνω σε αυτό κρύβεται και ένας εξίσου σημαντικός παράγοντας που οδήγησε στην εγκατάλειψη των στοών: η τεχνολογική πρόοδος. Από τη δεκαετία του ‘80, με την τηλεόραση και την άνθηση της βιντεοκασέτας, άρχισαν σιγά σιγά να κλείνουν οι κινηματογραφικές εταιρείες. Κάθως η εποχή της μπομπίνας απομακρύνεται, η Στοά Πανταζοπούλου, γνωστή και ως η Στοά του Χόλυγουντ στην οποία εγκαταστάθηκαν σχεδόν όλα τα γραφεία παραγωγής ελληνικών ταινιών αρχίζει να χάνει την λάμψη της. Τα τέλη του 20^{ου} αιώνα υποδέχονται τον ηλεκτρονικό υπολογιστή και το διαδίκτυο. Οι στοές της Αθήνας που ήταν ένας δισκογραφικός παράδεισος με χαρακτηριστικότερη τη Στοά της Όπερας με τα μαγαζιά κλασσικής μουσικής, δέχθηκαν τη μεγαλύτερη πληγή. Το ίδιο και για όλες τις στοές του κέντρου που παρήχαν υπηρεσίες δακτυλογράφησης, εκτυπώσεων και φωτοτυπιών, καθώς ο υπολογιστής αντικατέστησε το χειρόγραφο. Το τηλέφωνο και η ηλεκτρονική αλληλογραφία αντικατέστησαν τα ταχυδρομικά γράμματα και ως άμεσο επακόλουθο, η μανία με τη συλλογή γραμματοσήμων άρχισε να φθίνει. Παλιά υπήρχαν 30 καταστήματα γραμματοσήμων. Και όλα ήταν στις στοές γιατί τα γραμματόσημα δεν πρέπει να είναι άμεσα εκτεθειμένα στο φυσικό φως επειδή καταστρέφεται το χρώμα τους. Οι Στοές Ορφανίδου και Όπερας συγκέντρωναν σε μεγάλο ποσοστό συλλεκτικά καταστήματα. Σήμερα επιβιώνουν ελάχιστα. Εδώ φαίνονταν και το παράδοξο της τεχνολογίας:

¹⁴ Αξίζει να σημειωθεί ότι οι στοές που είναι ανακαινισμένες και ζωντανές σήμερα, είναι επειδή αποτελούν περιουσία ιδιωτικών ομίλων ή τραπεζών, γεγονός που επιτρέπει μια συνολική εποπτεία του χώρου.

ενώ έφερε την ομοιομορφία και την άνεση στη ζωή των ανθρώπων δεν συνέβαλε ουσιαστικά στην καθιέρωση ενός νέου κοινωνικού γίγνεσθαι.

Γίνεται επομένως κατανοητό, ότι η άλλη όψη της επανάληψης του καινούριου είναι ο ευτελισμός των πραγμάτων που δεν είναι πια στη μόδα. Οι αυτοκρατορίες θα πέσουν, οι παλιοί βασιλιάδες θα εκθρονιστούν, τα είδωλά τους θα καταστραφούν, οι ίδιες οι στοές θα παρακμάσουν. Έτσι ο τρόπος που αυτές εισέρχονται στο σήμερα είναι με τη μορφή ενός απολιθώματος μιας περασμένης εποχής. Την εικόνα αυτή συνέλαβε και ο Μπένγιαμιν¹⁵ για τις παρισινές στοές, εξηγώντας τον τρόπο με τον οποίο το περασμένο, επιβιώνει στο τώρα: σαν μια «διαδικασία φυσικής αποσάθρωσης που σημαδεύει την επιβίωση της ιστορίας του παρελθόντος στο παρόν, εκφράζοντας με απτή διαύγεια την κατάληξη του παραγκωνισμένου φετίχ, τόσο εκκενωμένου από ζωή, ώστε να απομένει μόνον το αποτύπωμα ενός υλικού κέλφους». Αναμφίβολα η τύχη των αθηναϊκών στοών δεν είναι διαφορετική. Μάλιστα, επειδή αυτή η αλλαγή βιώθηκε με τόσο γρήγορο ρυθμό, δηλαδή πρωτού προλάβει η εικόνα των στοών σαν εμπορικός χώρος, να υπαχθεί στην εμπειρία μιας γενεάς, είχε αντικατασταθεί από τα πολυκαταστήματα, αυτές εισέρχονται στο παρόν σαν θραύσματα του χθες, σαν συντρίμμια και σαν ερείπια των περασμένων δεκαετιών. Μια εντυπωσιακή διατύπωση του Μπένγιαμιν για τις ευρωπαϊκές στοές εξηγεί: «Θα ήταν άραγε δυνατόν, τότε που ήμασταν παιδιά και πέρναμε στα χέρια μας εκείνες τις μεγάλες συλλογικές εκδόσεις, σαν αυτές με τίτλο ‘Ο κόσμος και η ανθρωπότητα’, ‘Νέο σύμπαν’ ή ‘Η Γη’, το βλέμμα μας να μη πέσει πρώτα απ’ όλα στις έγχρωμες εικόνες των απολιθωμένων τοπίων ή στις λίμνες και στους πάγους της πρώτης εποχής των παγετώνων; Ένα τέτοιο εξιδανικευμένο πανόραμα μια μόλις παρελθούσης πρωτο-εποχής ξανοίγεται όταν κοιτάμε μέσα στις στοές που είναι διαδεδομένες σε όλες τις πόλεις. Εδώ φωλιάζει ο τελευταίος δεινόσαυρος της Ευρώπης, ο καταναλωτής». Εννοεί ότι πανοράματα σαν κι αυτά ξεδιπλώνονται μέσα στις στοές που βρίσκονται στην πόλη. Οι ίδιοι οι άνθρωποι θεωρούνται κι αυτοί απολιθώματα μέσα στον μύθο. Με τον ίδιο τρόπο οι καταναλωτές των στοών της Αθήνας εξαφανίστηκαν σταδιακά λόγω μιας, υπό «κοινωνικά Δαρβινικής» έννοιας, «φυσικής επιλογής» εκείνου του πολύ πρώιμου καπιταλισμού που αναδείχθηκε στη μοντέρνα πόλη.

Από την άλλη, ακόμα και αυτά τα μεγάλα πολυκαταστήματα αντικαταστάθηκαν αργότερα, προς τα τέλη του αιώνα, από τις πολυεθνικές αλυσίδες καταστημάτων, τα εμπορικά κέντρα τύπου mall, τα οποία στην ουσία ήταν ένας υβριδικός σχηματισμός στοάς-πολυκαταστήματος και τους εμπορικούς δρόμους, που ανέδειξαν οι πεζοδρομήσεις στο κέντρο της Αθήνας. Αναφορικά με τους πεζοδρομημένους εμπορικούς δρόμους, γίνεται εμφανές ότι πρόκειται για έναν νέο τύπο εμπορικών κέντρων: τα ανοικτά εμπορικά κέντρα, τα οποία θέλουν να ξεπεράσουν τον αυστηρά συνήθη τρόπο διάθεσης των εμπορευμάτων σε κλειστούς χώρους. Σίγουρα, η εμπειρία του πεζοδρομού επιτρέπει στον περιπλανητή μια καλύτερη ανάγνωση του αστικού χώρου, αφού σκοπός του είναι να του δώσει χώρο, μειώνοντας την κυκλοφορία των αυτοκινήτων. Σε τι όμως διαφέρει μια πεζοδρομηση μιας Διονυσίου Αρεοπαγίτου, πόσο μάλλον μιας Τοσίτσας, από μια Αιόλου και μια Ερμού; Όπου στην περίπτωση της τελευταίας, πρωτού ακόμη ξεκινήσει η πεζοδρομηση της, δηλαδή πριν το 1996, παρουσίαζε σημεία υποβάθμισης λόγω των στενών

¹⁵ Κεφ. 6 Ιστορική Φύση: Ερείπια, Buck-Morss S. (2006), *Η διαλεκτική του βλέπειν: ο Βάλτερ Μπένγιαμιν και το Σχέδιο Εργασίας περί Στοών* [μτφρ. Αθανασάκης Μ.], Ηράκλειο Κρήτης: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης

πεζοδρομίων και την κυκλοφοριακή συμφόρηση. Η απάντηση βρίσκεται ήδη στα λεγόμενα: αναδεικνύονται επειδή ακριβώς αποτελούν κέντρα εμπορίου. Έτσι, σαν επακόλουθο, η σύγκριση μεταξύ των πεζόδρομων και των στοών γίνεται, επειδή έχουν εκείνο το κοινό στοιχείο που τους και τις ανέδειξε και γιατί ως τέτοιοι και τέτοιες εντάσσονται και εντάχθηκαν στην εμπειρία των κατοίκων της Αθήνας: ως χώροι αφιερωμένοι στο εμπόρευμα και την κατανάλωση. Το άλλοτε προνόμιο των στοών, που ήταν η συγκέντρωση του πλήθους, ο συνωστισμός, η περίσπαση και το χάζεμα στις βιτρίνες γίνεται τώρα ξεκάθαρο στους εμπορικούς δρόμους, που είναι και κατ' ανάγκη πεζόδρομοι: είναι ο δημόσιος χώρος για τις μάζες, εκεί που συγκεντρώνονται τα βλέμματα. Να λοιπόν, ένας από τους βασικούς λόγους όπου οι υπόλοιποι πεζόδρομοι αποφεύγονται ή περνιούνται απαρατήρητοι. Οι πεζοδρομημένοι εμπορικοί δρόμοι κατάφεραν να ορίσουν το καινούριο: σύνθεσαν την φαντασμαγορία συνδυάζοντας έντονα το αστικό τοπίο με την κατανάλωση. Εκεί που μόλις λίγες δεκαετίες πριν, η μαζική κατανάλωση προϋπέθετε αυστηρά την επίσκεψη σε συγκεκριμένο κλειστό χώρο, σε μια στοά ή σε ένα πολυκατάστημα, σήμερα οι άνθρωποι σαν τους σύγχρονους νομαδικούς λαούς, περιφερόμενοι μέσα σε στην πόλη, στις ειδικές κατασκευές των πεζόδρομων, επιστρέφουν τυπικά στους ομοιόμορφους χώρους των καταστημάτων που διακύρηξαν τόπους λατρείας. Την ίδια στιγμή όμως που συντίθεται μια τέτοια εμπειρία, η οφθαλμαπάτη ξέρει καλά να ξεγελά τον καθένα ξεχωριστά. Και αυτό γιατί η δυναμική του χώρου και η αστική περιπλάνηση αντιλαμβάνεται από μόνο μια οπτική γωνία, αποκομμένη από την ολότητά της: ανθίζει και νοείται ως τέτοια, μόνο εκεί όπου υπάρχει η δυνατότητα κατανάλωσης. Είναι ο μονόδρομος που αυτή η τεχνική οργάνωση μαζί με όλες τις στρεβλώσεις του εμπορεύματος μετατρέπει την ίδια την Αθήνα σε μια πόλη θέαμα.

Η κατοικία δηλώνει την ύπαρξη ενός σταθερού σημείου. Ο δρόμος δίνει την εντύπωση της κίνησης. Δείξαμε στο κεφάλαιο 2.9, το πως οι στοές όπου ο αστικός χώρος εμφανίζεται με τη μορφή ενός «δωματίου», υπήρξαν τόποι που αντικατέστηκαν την κατοικία: από την συμπεριφορά του συλλέκτη που προμηθεύονταν το κατάλληλο άλμπουμ για τα γραμματόσημα ή τις ειδικές θήκες για τα παλιά νομίσματα, «επενδύοντας» την έννοια της «φύλαξης» που διέπει την «κατοικία» στα συλλεκτικά αντικείμενα, μέχρι τα στέκια. Στο σημείο αυτό αξίζει να δείξουμε, ότι οι πεζόδρομοι με τις διαμπερείς ροές, το φυσικό φως και τον καθαρό αέρα που ανανεώνεται, θέτουν και ένα τέλος στο παλαιού τύπου «κατοικείν», δηλαδή την κατάργηση του στοιχείου της κατοικίας, με την στενή έννοια του όρου: τον κλειστό χώρο –το σταθερό σημείο. Διαπιστώσεις αυτού του γεγονότος ανακαλύπτει κανείς επίσης στη ραγδαία άνοδο των ταχυφαγείων σε όλη την Αθήνα, στα οποία σκοπός είναι να φας κάτι στο «πόδι» και εν τάχει, χωρίς να στέκεσαι εκεί για πολύ ώρα. Τα ψηλά καθίσματα και τα μικρά τραπέζια στο ύψος του στήθους, το δηλώνουν ρητά. Επίσης η ίδια η μόδα το μαρτυρά. «Κάθε εποχή φέρει ένα είδος κρυφής σημαίας που δίνει σήματα για τα πράγματα που έρχονται»¹⁶. Πράγματι, η λιτότητα και άνεση στο σημερινό ρούχο συνιστά την διαρκή και εύκολη κίνηση, το κάθετι αποτρέπει το να είσαι καθιστός: ακόμα και τα τζιν στις μέρες μας κατασκευάζονται από ελαστικό ύφασμα. Θα περίμενε κανείς ότι η κατάρρευση του κλειστού χώρου ως τόπος συνύπαρξης, θα οδηγούσε σε έναν εντελώς νέο τύπο συλλογικότητας που θα εμπεριέχει την πολύπλευρη οικειοποίηση του αστικού τοπίου από την κοινότητα και την συμμετοχή του καθενός στα γεγονότα. Οι πεζοδρομημένοι εμπορικοί δρόμοι είναι σήμερα τόποι

¹⁶ Κεφ. 4 Μυθική Ιστορία: Φετίχ, Buck-Morss S. (2006), *Η διαλεκτική του βλέπιν: ο Βάλτερ Μπένγιαμιν και το Σχέδιο Εργασίας περί Στοών* [μτφρ. Αθανασάκης Μ.], Ηράκλειο Κρήτης: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης

συγκέντρωσης του πλήθους, η «κατοικία» της συλλογικής συνείδησης, είναι υπό μια έννοια «οίκοι χωρίς εσωτερικό». Πίσω από τη μεταμφίεση αυτού του νέου τύπου «κατοικίας» που ενδείκνυται στο «έξω», οι μάσκες μιλούν, κλείνοντας το μάτι, για έναν «κόσμο χωρίς εστία». Άμεσο επακόλουθο της απουσίας του κέντρου βάρους του κάθε ατόμου, δηλαδή την κατάρρευση των οικογενειακών και των κοινωνικών σχέσεων. Αυτό που δεν επικοινωνήθηκε σε πρωταρχικό στάδιο μέσα στην ίδια την κατοικία, προσπαθεί να καλυφθεί τώρα με νέους τρόπους: οι σχέσεις των ανθρώπων «μετατοπίζονται» σε σχέσεις μεταξύ πραγμάτων. Είναι η λογοκριμένη μορφή του επίμονου πόθου που εκφράζει αυτή η κοινωνία για αρμονική συνύπαρξη και επικοινωνία, εικόνα ωστόσο ενός πόθου που ακυρώνεται κάθε φορά που προσπαθούν να υπαχθούν οι νέες εμπειρίες της πόλης. Και αυτό γιατί η κατασκευή των καταστάσεων δεν γίνεται από τους ανθρώπους, αλλά οι ίδιοι προσαρμόζονται με παραπλήσιους τρόπους στο κύκλωμα των πιθανών διαδρομών. Εκεί που καταργούνται οι γεωγραφικές αποστάσεις μέσω της συνεύρεσης στους χώρους των κοινών, εμπεριέχεται η απόσταση σαν διαχωρισμός. Εκείνο που παρουσιάζεται σαν συνάντηση δεν είναι παρά η απλή ανάμειξη, αυτό που φαίνεται σαν επικοινωνία δεν είναι παρά η απώλεια μιας κοινής γλώσσας που να αντιστοιχεί στα γεγονότα, η απουσίας της οποίας αποτρέπει και τον παραμικρό διάλογο.

Αξίζει ωστόσο να δούμε περιπτώσεις στοών οι οποίες επιβιώνουν στο τώρα, παρά τις αλλαγές των καιρών. Ενδεικτικά, στο σημείο αυτό θα αναφερθούν οι πλήρως ανακαινισμένες στοές: η Στοά Σπυρομήλιου και η Στοά Κόνιαρη-Μελά. Πρωταρχικό παράδειγμα, η Στοά Σπυρομήλιου στο οικοδομικό τετράγωνο που σχηματίζουν οι οδοί Σταδίου, Βουκουρεστίου, Πανεπιστημίου και Αμερικής. Η αυγή του 21^{ου} αιώνα βρίσκει πλήρως ανακαινισμένη τη Στοά από την Τράπεζα Πειραιώς. Διατηρεί το όνομα Σπυρομήλιου αλλά γίνεται γνωστή και ως City Link. Σχεδιασμένη με γυάλινο στέγαστρο, μοντέρνα αισθητική, τα πολυτελή καταστημάτα και εντυπωσιακά εστιατόρια υψηλής γαστρονομίας γειτνιάζουν πλέον με τα ιστορικά καφέ Ζωναρς και Brazilian. Εκεί που άλλοτε τοπόσημο της στοάς ήταν το κτίριο του Μετοχικού Ταμείου, σήμερα είναι το πολυκατάστημα που βλέπει από τη μεριά της Πανεπιστημίου, Attica. Μέσα στην πρώτη δεκαετία του 21^{ου} αιώνα ανακαινίζεται και η Στοά Κόνιαρη-Μελά. Αυτή τη φορά, η συγκεκριμένη στοά παραδίδεται εξ' ολοκλήρου για λογαριασμό της πολυεθνικής εταιρείας ρουχισμού H&M. Κατά τον επανασχεδιασμό διατηρείται η εσωτερική δομή της Στοάς ωστόσο σαν ενιαίος πλέον χώρος, με τρόπο όπου οι θέσεις των παλιών καταστημάτων μοιάζουν με καμάρες, δίνοντας έμφαση όμως στην εσωτερική διακόσμηση και στον φωτισμό. Η Στοά Κοραή ως και αυτή ανακαινισμένη εντός της τελευταίας δεκαετίας, απέναντι από την πλατεία Κλαυθμώνος, από τις πιο ζωντανές στοές της Αθήνας σήμερα, με περισσότερα καταστήματα εστίασης δέχεται καθημερινά κόσμο που ψωνίζει, τρώει, πίνει ή επισκέπτεται τους ιστορικούς κινηματογράφους Άστορ και Άστυ. Εκείνο το στοιχείο που έχει αναδείξει τις τρεις αυτές στοές και κυρίως που τις έχει κάνει να επιβιώσουν και να αποτελούν κέντρα ενδιαφέροντος, πέρα από το ότι είναι ανακαινισμένες, βρίσκονται στη καρδιά της Αθήνας και κοντά σε σταθμούς της συγκοινωνίας, είναι ότι έχουν πρόσωπο σε πεζόδρομο. Με την απόφαση ανακαίνισης της Στοάς Σπυρομήλιου, πεζοδρομείται και η οδός Βουκουρεστίου στο αντίστοιχο τμήμα. Η πεζοδρόμηση της Ερμού σήμανε και την ανάδειξη της Στοάς Κόνιαρη-Μελά ως κατάστημα ρούχων της εταιρείας H&M. Με τη δημιουργία του σταθμού του Μετρό στην οδό Κοραή, σχεδιάζεται και ο πεζόδρομος-πλατεία Κοραή στην οποία έχει είσοδο η ομώνυμη Στοά. Θα μπορούσαμε άραγε, να προτείνουμε για μια πιθανή ανάδειξη των στοών της Αθήνας την πεζοδρόμηση των δρόμων μπροστά από τις εισόδους τους;

Για να απαντηθεί και αυτό το ερώτημα αρκεί να δούμε σε τι ακριβώς διαφέρουν αυτές οι ενεργές στοές από τις παραγκωνισμένες. Το βάρος δίνεται πάνω στη σημερινή χρήση που αυτές έχουν, τόσο από άποψη επαγγελματικών στεγών όσο και της σημασίας της εικόνας που προβάλλουν στα μάτια του κόσμου. Οι τρεις στοές που περιγράφηκαν παραπάνω και αν συμπεριλάβουμε και ορισμένες ακόμα, ελάχιστες στον αριθμό τους συγκριτικά με το σύνολο, κινητοποιούν όλες τις δυνάμεις τους στην προβολή του μοντέρνου. Ένας διαρκής αγώνας διεξάγεται από τη μεριά τους, για να «μιλήσουν» στη γλώσσα της εποχής τους. Καταφέρνουν να ακολουθήσουν την αλλαγή των καιρών. Ωστόσο, εκείνο που πρέπει να επισημανθεί είναι ότι ο μύθος υπάρχει σε όλες τις στοές αλλά η μορφή με την οποία εμφανίζεται είναι διαφορετική. Οι περισσότερες στοές της Αθήνας, όντας παρηκμασμένες, λειτουργούν ακόμη σαν ονειρικοί οίκοι αλλά τώρα, αντί να εξυμνούν την αστική νεωτερικότητα παρέχουν φαντασιώσεις απόδρασης από αυτήν: καταστήματα με αντίκες, ρετρό εστιατόρια, συλλεκτικά, παλαιοβιβλιοπωλεία, περασμένες μόδες, παλιά τυπογραφεία, ταξιδιωτικά γραφεία βρίσκουν το φυσικό τους χώρο μέσα στις στοές.

Κατά την έρευνά του ο Μπένγιαμιν¹⁷ βρίσκει μια περιγραφή του «μελλοντικού Παρισιού» στο οποίο τα καφέ ταξινομούνται ακόμη σύμφωνα με τις κοινωνικές τάξεις. Μια τέτοια ιδέα μπορεί να φαντάζει ότι απέχει πολύ από το να γίνει γεγονός. Σε ευρύτερη όμως κλίμακα, στο πεδίο που ο αστικός χώρος κατασκευάζεται και αναδομείται, βρίσκεται έντονα μια τέτοια έκφραση. Θα λέγαμε ότι οι αθηναϊκές στοές ήταν μια αρχιτεκτονική που προορίζονταν άμεσα για τους φτωχούς, όπως και η πολυκατοικία. Για τους άνθρωπους που ήρθαν από την επαρχία, οι περισσότεροι αγρότες στο επάγγελμα, οι οποίοι ήταν οι αριθμοί των στατιστικών στους οποίους και όφειλε την πληθυσμιακή της έκρηξη η Αθήνα τις δεκαετίες του '50 και του '60. Εξηγήσαμε νωρίτερα πως κατάφεραν οι αστικές συνθήκες να συνενώσουν τον κόσμο που έφθανε στην Αθήνα: η μορφή της οικιστικής ανάπτυξης, αντλώντας την ορμή από το μαζικό της χαρακτήρα έφερε ένα κύκλωμα από κατοικίες, επαγγελματικές στέγες και εμπορικούς χώρους. Θα προσθέσουμε εδώ ότι η πόλη αυτή στην ουσία εξαπλώθηκε με έναν βασικό γνώμονα: τη δημιουργία μιας κοινότητας και ενός περιβάλλοντος μόνο για ένα συγκεκριμένο στάδιο της ζωής, εκείνου που μπορεί να προσφέρει εργασία, του ενεργά παραγωγικού. Μια τέτοια ανάγκη ωστόσο, κάνει αναπόφευκτη και την αποξένωσή της κοινότητας από την πραγματικότητα, περισσότερο από όσο μια μικρή επαρχιακή πόλη. Η επ-ανακάλυψη των στοών στο Παρίσι στην δεκαετία του 1970 και οι πολιτικές αναζωογόνησής τους είχαν ως αποτέλεσμα την μετατροπή τους σε πολυτελής χώρους ακριβού εμπορίου. Οι σημερινές αθηναϊκές στοές που ανακαινίζονται με κομψό και μεγαλοπρεπή τρόπο και στο άμεσο μέλλον όλο και περισσότερες θα ακολουθήσουν –μάλιστα στις 3/1/2018 η Φιλεκπαιδευτική Εταιρία Αρσάκεια-Γοσίτσεια Σχολεία, ως ιδιοκτήτρια του Αρσακείου Μεγάρου, ανακοινώνει την έναρξη διαγωνιστικής διαδικασίας για τη μακροχρόνια μίσθωση της εμπορικής στοάς του Αρσακείου Μεγάρου, για να φιλοξενήσει επί το πλείστον χώρους γαστρονομικού ενδιαφέροντος- έχουν σαν αποκλειστικό στόχο να επαναφέρουν μια «χρυσή εποχή» του εμπορίου. Εδώ η προηγούμενη παθογένεια δίνει τη θέση σε μια επόμενη: τη στιγμή που οι παρακαμάζουσες στοές ξανα-ζωντανεύουν, οι φαντασιώσεις βλέπουν στο να ικανοποιήσουν πολύ συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες μέσα από τα εμπορεύματα πολυτελείας, την υψηλή γαστρονομία και το είδος

¹⁷ Κεφ. 8 Ο ονειρικός κόσμος του μαζικού πολιτισμού, Buck-Morss S. (2006), *Η διαλεκτική του βλέπουν: ο Βάλτερ Μπένγιαμιν και το Σχέδιο Εργασίας περί Στοών* [μτφρ. Αθανασάκης Μ.], Ηράκλειο Κρήτης: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης

των υπηρεσιών που φιλοξενούν. Ενώ όλοι μπορούν να θαυμάζουν τις προσφάτως ανακαινισμένες στοές, αφού η πρόσβαση είναι δημόσια, γίνεται έκδηλος ένας έντονος αποκλεισμός όταν τα εισοδήματα του κόσμου δεν πληρούν τις προϋποθέσεις.

Θα σημειώσουμε εδώ και δύο επιμέρους προσπάθειες που έγιναν σχετικά πρόσφατα, για την επανάχρηση των στοών από τις δράσεις «Ίχνη Εμπορίου» το 2014 και «Removement Project» το 2017. Οι πρωτοβουλίες αυτές είχαν ως στόχο την αξιοποίηση και τη δημιουργική χρήση των ανεκμετάλλεπτων χώρων των στοών. Η πρώτη διαμορφώνοντας πειραματικά την Στοά των Εμπόρων με εργαστήρια, συμμετοχικές διαδικασίες και καλλιτεχνικές ομάδες. Ωστόσο, η συγκεκριμένη, από το κομμάτι που βλέπει στην οδό Βουλής, βρίσκεται από τις αρχές του 2019, πλήρως ανακαινισμένη. Η δεύτερη διοργάνωνε μέσα σε ένα ορισμένο χρονικό διάστημα διαδραστικές παραστάσεις και εικαστικές παρεμβάσεις στις Στοές Πραξιτέλους, Καΐρη και Αρσακείου. Βέβαια, η επιστροφή στις αρχικές καταστάσεις υποβάθμισης και παρακμής μετά το τέλος των δραστηριοτήτων, δεν προκαλεί την έκπληξη. Η κατάληξη τους οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στις ίδιες τις δραστηριότητες που έλαβαν μέρος: ένας τρόπος επανοικειοποίησης όχι μέσα από την κατανάλωση και την εμπορική χρήση τους αλλά από αναπαραστάσεις της τέχνης. Αν θεωρήσουμε την τέχνη, αυτό που μάλλον η ίδια θέλει να είναι, ένας τρόπος επικοινωνίας και κοινής γλώσσας, η σύγχρονη έννοιά της αναμφισβήτητα, επιβεβαιώνεται ανεξάρτητα, σαν ατομική παραγωγή έργων η οποία φθάνει πάντα πολύ αργά στο σύνολο μιας κοινωνίας, μιλώντας σε άλλους γιατί βιώθηκε από τρίτους, χωρίς πραγματικό διάλογο. Έτσι η τέχνη που είναι ανεξάρτητη και διαχωρισμένη, σε μια κοινότητα που έχει χάσει κάθε αναφορά σε μια κοινή γλώσσα το μόνο που καταφέρνει μέσα από την πρωτοπορία είναι να ανασυνθέσει από έργα συνόλου ένα σύνθετο νεοκαλλιτεχνικό περιβάλλον με βάση αποσυνθεμένα στοιχεία. Μέσα στην απώλεια επικοινωνίας η σύγχρονη τέχνη καταντά μια κατανάλωσης κουλτούρας. Έτσι οι δράσεις αυτές, εκείνο που κατάφεραν ήταν απλά μια αναδιευθέτηση των δεδομένων, ανανεώνοντας προσωρινά το περιβάλλον του αστικού ιστού, συμβολίζοντας την αλλαγή χωρίς να την εγκαινιάζουν.

7.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΩΝ

Θα προσπαθήσουμε τέλος, με βάση όσα έχουν ειπωθεί, να απεικονίσουμε σε χάρτη τη μορφή με την οποία συναντά κανείς σήμερα, καθεμιά από τις στοές των κεντρικών οδών της Πανεπιστημίου, της Ακαδημίας, της Σταδίου και των παρακείμενων οδών, που καταγράφηκαν για τις ανάγκες αυτής της μελέτης. Θέλοντας να δούμε το χωρικό τους πρότυπο πάνω στον αστικό ιστό της Αθήνας, οδηγούμαστε σε μια κατηγοριοποίησή τους, από υλικής και ψυχογεωγραφικής άποψης. Αντλούμε εδώ από την εικονογραφία τους και τα πράγματα που συναντά κανείς εντός τους, στοιχεία που σημειώθηκαν λεπτομερώς κατά την εμπειρική παρατήρηση στο πεδίο. Πιο συγκεκριμένα η κατηγοριοποίηση περιλαμβάνει: α) στοές που βρίσκονται σήμερα πλήρως ανακαινισμένες και αναβαθμισμένες, β) στοές που θα λέγαμε ότι επιβιώνουν σήμερα παρά τις αλλαγές των καιρών και την οικονομική κρίση και γ) στοές που θεωρούνται ερείπια, σύμφωνα και με τον ορισμό που δώσαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο, που βρίσκονται σε παρακμή και εγκατάλειψη.

Ανακαινισμένες στοές

Οι πλήρως ανακαινισμένες στοές κρίνονται ως τέτοιες λόγω της πρόσφατης αναβάθμισης που έχει γίνει στον εσωτερικό τους χώρο, πράγμα που σημαίνει αλλαγή στην διακόσμηση και στην διαρρύθμιση συνολικά, άρα και διατηρούν μια μοντέρνα ατμόσφαιρα. Ο φωτισμός παίζει πάντα κυρίαρχο ρόλο στη ζωντάνια που έχουν και στην λαμπρότητα που ακτινοβολούν στα μάτια του κοινού, ενώ τα κενά καταστήματα απουσιάζουν ή βρίσκονται σε ελάχιστο ποσοστό. Πολλές από τις ανοιχτές επιχειρήσεις είναι χώροι εστίασης ή έχουν εμπορεύματα πολυτελείας όπως κοσμήματα, υψηλή γαστρονομία κ.α. Ο χώρος μοιάζει συνήθως καθαρός και ασφαλής για κάποιους που θέλουν να κάνουν μια στάση. Έτσι, για αυτούς τους λόγους, καταφέρνουν να είναι μέσα στις προτιμήσεις πολλών ανθρώπων, γεγονός που δημιουργεί μια ζωνρή κίνηση εντός τους.

Στοές που επιβιώνουν

Στις στοές που επιβιώνουν στο σήμερα, περιλαμβάνονται όλες εκείνες που δεν έχουν υποστεί κάποιου είδους ανακαίνιση μεν, πολλά από τα καταστήματα εξακολουθούν να είναι ανοιχτά δε. Έτσι οι στοές αυτές μπορεί να μην έχουν φτάσει να παρακμάσουν ολοσχερώς, παρόλο που οι περισσότεροι ιδιοκτήτες των παλιών καταστημάτων έχουν φύγει, για να παραχωρήσουν την θέση τους σε νέους και στις μοντέρνες βιτρίνες. Ο εσωτερικός τους χώρος διατηρεί την αρχική του διαρρύθμιση, ένα σκηνικό δηλαδή που παραπέμπει αρχικά σε μια ατμόσφαιρα παλαιότερων δεκαετιών, ωστόσο οι αλλαγές στις χρήσεις των καταστημάτων, το είδος και η μορφή των εμπορευμάτων τους, δίνουν την εντύπωση ότι είναι σήμερα είναι ενεργές.

Στοές Ερείπια

Οι στοές που θεωρούμε ερείπια εξηγούν έντονα την εικονογραφία που περιγράψαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο¹⁸. Εδώ, η έννοια του ερειπίου παίρνει την κυριολεκτική σημασία του όρου, δηλαδή την ατμόσφαιρα της εγκατάλειψης, του μαρασμού και της παρακμής που φαίνεται ξεκάθαρα από τα πολλά κενά καταστήματα, τις χαμηλές συνθήκες φωτισμού και την απουσία ανθρώπινης κίνησης. Στο τοπίο όμως που συνθέτουν αυτές οι στοές, μπορεί να συλλάβει κανείς διασχίζοντάς τις, σημεία που μαρτυρούν μια ζωή που πέρασε, μια παλιά κοινωνική δομή, μια παλιά Αθήνα. Συλλεκτικά καταστήματα, παλαιού τύπου λαϊκά καφενεία, στιλβωτήρια, καταστήματα με αντίκες, ρετρό εστιατόρια, διαφημιστικές επιγραφές που μοιάζουν παγωμένες στο χρόνο, μουντά χρώματα, σκόνη, υγρασία, μυρωδιές κλεισούρας, δημιουργούν ένα σκηνικό αναχρονισμού, όπου μπορεί κανείς να ανιχνεύσει σημάδια μιας, κατά κάποιο τρόπο, αρχαιολογίας ενός πρόσφατου παρελθόντος της πόλης. Εκκενωμένες τώρα από ζωή, παρουσιάζονται σαν απολιθώματα του χθες, όπου μια γενεά είδε σε αυτές να εκπληρώνονται οι επιθυμίες της αλλά και που σήμερα οι ίδιοι οι άνθρωποι που εξακολουθούν να τις χρησιμοποιούν, μοιάζουν και αυτοί σαν απολιθώματα.

¹⁸ Βλ. Κεφ. 5.6 ΤΑ ΕΡΕΙΠΙΑ ΤΗΣ ΣΤΟΑΣ



Χάρτης 18. Κατηγοριοποίηση των στοών.

Συνολικά, οι περισσότερες ανακαινισμένες στοές βρίσκονται όσο πιο κοντά προχωρά κανείς προς την πλατεία Συντάγματος. Η παρουσία του σταθμού Μετρό – στάση Σύνταγμα έχει κεντρική σημασία για την κατανόηση της γεωγραφικής τους συγκέντρωσης. Το Μέτρο είναι ένα αξιόπιστο μέσο συγκοινωνίας για να φτάσει κανείς στο κέντρο της Αθήνας και να κινηθεί προς την αγορά. Η γύρω περιοχή αυτών των στοών επιβεβαιώνει το λόγο που βρίσκονται σήμερα ανακαινισμένες, ως επί το πλείστον από ιδιωτικές πρωτοβουλίες. Συνορεύουν με τον εμπορικό πεζόδρομο της Ερμού και την οδό Καραγεώργη Σερβίας στην οποία συναντά κανείς κατά μήκος πολλούς χώρους εστίασης στο ισόγειο, γραφεία και εταιρίες στους ορόφους των κτιρίων. Από την άλλη πλευρά, υπάρχει το Κολωνάκι, περιοχή ακριβών εμπορευμάτων πολυτελείας. Οι στοές αυτές είναι ακριβώς στο κέντρο μια ζωνής εμπορικής ζώνης και λειτουργούν σαν συνδετικός κρίκος για να συμμετάσχουν στην ατμόσφαιρα που εμπνέει η ευρύτερη περιοχή. Η τάση του μοντέρνου είναι ένα στοιχείο που ξεκάθαρα τις διακρίνει, όμως η διάθεση που προκαλούν μέσα από τα εμπορεύματα πολυτελείας και την υψηλή γαστρονομία έχουν ως στόχο να ικανοποιήσουν μια πολύ συγκεκριμένη κουλτούρα, ενός εκλεπτυσμένου ήθους, που μάλλον προσιδιάζει σε αντίστοιχα εισοδήματα.



Εικόνα 42. Από αριστερά προς τα δεξιά: Οι ανακαινισμένες στοές Σπυρομήλιου και Νικολούδη.

Στην επόμενη κατηγορία, στις στοές που σημειώνουμε ότι επιβιώνουν σήμερα, χρειάζεται να κάνουμε μια επιπλέον διάκριση, η οποία όμως είναι σημαντική για την «ανάγνωση» του χώρου στο σύνολό του. Είναι αλήθεια ότι οι στοές με μια τέτοια ιδιότητα υπάρχουν σε όλο το μήκος των οδών Σταδίου, Πανεπιστημίου και Ακαδημίας. Η βασική διαφορά έγκειται στο ότι όσο απομακρυνόμαστε από το σημείο της πλατείας Συντάγματος και κατευθυνόμαστε προς την πλατεία Ομόνοιας εξασθενεί όλο και περισσότερο το μοντέρνο στοιχείο που μιλά στην εποχή του. Ενώ όλες που ανήκουν σε αυτήν την κατηγορία δεν έχουν υποστεί μια συνολική ανακαίνιση του εσωτερικού τους, συμβαίνει, σε ένα σκηνικό που παραπέμπει σε παλαιότερες δεκαετίες λόγω του ότι η αρχική διαμόρφωση του χώρου δεν έχει αλλάξει ή ότι υπάρχουν ακόμη παλιά καταστήματα, να στεγάζονται νέες επιχειρήσεις που έχουν ανανεώσει τις βιτρίνες τους κάνοντάς τις πιο φωτεινές και στολισμένες με εμπορεύματα που ακολουθούν τη μόδα. Συνήθως αυτές θα βρίσκονται κοντά στον εκάστοτε δρόμο που έχει πρόσωπο η στοά, αλλά αυτό δεν αποτελεί και κανόνα. Εκείνο που έχει σημασία να δούμε για αυτήν την κατηγορία στοών, είναι ότι το μοντέρνο στοιχείο υπολανθάνει μέσα σε ένα περιβάλλον που διατηρεί στοιχεία ενός περασμένου και παλαιού τύπου διάκοσμο. Έτσι υπάρχει μια άτακτη συνύπαρξη παλιού και μοντέρνου, μια ενδιάμεση κατάσταση μεταξύ «του πρωτότυπου και των διαδόχων του» που προσομοιάζει μια αισθητική του κιτς. Καταστήματα με ηλεκτρονικά ‘γκάτζετ’ πλάι σε ταξιδιωτικά γραφεία, κοσμηματοπωλεία μαζί με καταστήματα ρούχων περασμένης μόδας, βιολογικά προϊόντα και ρετρό ταβέρνες, εκτυπωτικά μηχανήματα δίπλα σε όργανα γυμναστικής κι όλα αυτά σε έναν χώρο με μαρμάρινο μωσαϊκό δαπέδου με τα σκονισμένα κλιματιστικά των καταστημάτων να στέκουν πλάι σε ένα πλήθος φωτεινών επιγραφών από νέον, «διακοσμώντας» την οροφή. Χαρακτηριστότερη ένδειξη αυτού, οι στοές που βρίσκονται στο σύνορο χαμηλά της Πανεπιστημίου με αρχές της Πατησίων, όπως η Στοές Φιξ, Μάντακα και Φέξη. Οι στοές αυτής της κατηγορίας στην προσπάθειά τους να αποτελέσουν μια μικρογραφία εμπορικού κέντρου, στην πραγματικότητα συνθέτουν μια υποκουλτούρα αντικειμένων που μοιάζει να παρασιτεί στον χώρο.



Εικόνα 43. Από αριστερά προς τα δεξιά: Οι στοές Φιζ και Φέζη.

Τέλος, οι στοές που θεωρούμε ερείπια εμφανίζονται αφού περάσει κανείς την πλατεία Κλαυθμώνος και συνεχίσει να κατευθύνεται προς την πλατεία Ομόνοιας. Συγκεντρώνονται επομένως έντονα, χαμηλά της οδού Σταδίου και στους παράδρομους της. Σίγουρα, η εγκατάλειψη και ο μαρασμός αυτών των στοών έχει να κάνει με την γενικότερη παρακμή και υποβάθμιση της γύρω περιοχής που εκπροσωπούν. Σε αυτό το ύψος της Σταδίου υπάρχουν πολλές κλειστές επιχειρήσεις, η πλατεία Ομόνοιας προκαλεί αρνητικά συναισθήματα, ενώ γενικότερα έχει χαθεί η ιδιότητα του κέντρου της Αθήνας ως κέντρο αγοράς. Γενικά, για αυτήν την κατηγορία στοών, ισχύουν πολλά τα οποία εξηγήσαμε, μελετώντας την περίπτωση της Στοάς Ορφανίδου. Τα κλειστά καταστήματα είναι περισσότερα των ανοικτών, ο ασθενής φωτισμός και η απουσία ανθρώπινης κίνησης είναι τα βασικά χαρακτηριστικά τους. Αν υπάρχει όμως κάποια αξία την οποία οφείλουμε να αναγνωρίσουμε σήμερα σε αυτές, είναι ότι μπορεί διασχίζοντάς τις κανείς, να αισθανθεί την ατμόσφαιρα ενός απαρχαιωμένου τοπίου, μιας παλιάς κοινωνικής δομής που εξαφανίστηκε μαζί με όλες τις ανάγκες που γέννησε και την κατέστηκαν εφικτή. Η νοσταλγία μιας ζωής που πέρασε, ως άμεση αντίδραση που προκαλεί το περιβάλλον τους, βιώνεται ακριβώς επειδή αναφέρεται σε ένα πολύ πρόσφατο παρελθόν της Αθήνας, του οποίου ο κόμπος του νήματος με το παρόν δεν έχει ξεμπλεχτεί ακόμα για τα καλά. Είναι όμως που αυτό το παρελθόν φαντάζει μακρινό, διότι ο πολλαπλασιασμός των χώρων για εμπορική χρήση και η καινοτομία πάνω στο είδος και στην μορφή του εμπορεύματος μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα, επιτάχυναν τον ρυθμό αποσύνθεσής τους. Γιαντό και η κατάσταση αυτών των στοών μπορεί να βιώθει σαν απώλεια και το σημείο της μη επιστροφής. Εδώ εισάγεται και ένα καινούριο νόημα που αποκτούν μέσα από την εικόνα που προβάλλουν στο παρόν: είναι χώροι μνήμης μιας παλιάς Αθήνας. Μπορεί η εμπορική λειτουργία τους να αποτυγχάνει να ακολουθήσει τις σύγχρονες καταναλωτικές δομές, περιέχουν όμως κομμάτια ενός ιστορικού παζλ που συμπληρώνουν την αλήθεια της πόλης και της καθημερινότητάς της, πράγμα που τις κάνει διδακτικώς ανεκτίμητες.



*Εικόνα 44. Πάνω αριστερά προς δεξιά: Το υπόγειο της Στοάς Λυκούργου και η Στοά Ναυτεμπορικής.
Κάτω αριστερά προς δεξιά: Οι στοές Σταδίου και Σανταρόζα και η Στοά Ειρηνοδικείου.*

Εκείνο που πρέπει να κρατήσουμε έπειτα από όλα αυτά, είναι να καταλάβουμε ότι τα διαφορετικά επίπεδα νοήματος οδηγούν στην διαίρεση του χώρου στο σύνολό του, με μια αρνητική σημασία της φράσης. Υπάρχει μια νοητή γραμμή, που μπορούμε να πούμε ότι ορίζει η οδός Ιπποκράτους σαν σύνορο που οριοθετεί από το Σύνταγμα, τις ανακαινισμένες και πιο ζωντανές στοές της Αθήνας. Το υπόλοιπο κομμάτι, βόρεια της Ιπποκράτους περιλαμβάνει όλες εκείνες τις στοές που δεν είναι μεν αναβαθμισμένες, έχουν δε ενεργά καταστήματα. Χαμηλά της Σταδίου και στους κάθετους δρόμους που ενώνονται με αυτήν, συναντά κανείς παρηκμασμένες στοές όπου ο χρόνος φαίνεται σαν να έχει σταματήσει. Αρκεί να δούμε, ότι τελικά ο χώρος «ντύνεται» με πανοπλίες, κάτω από τις οποίες υπάρχουν κάθε φορά και διαφορετικά και αντιφατικά σημαίνοντα. Αναγνωρίζουμε όμως, πως ένα τέτοιο φαινόμενο έχει να κάνει πάντα με την εμπορευματοποίηση του χώρου ως αποτέλεσμα της αυστηρής προσοχής επάνω στην κατανάλωση. Θα ήταν άραγε ενδιαφέρον να δούμε πόσο θα έχει αλλάξει το υπόμνημα ενός τέτοιου χάρτη μέσα στα επόμενα χρόνια.

8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Φτάνοντας στο κλείσιμο αυτής της εργασίας, θα σημειώσουμε εν τάχει τις βασικές κατευθύνσεις που ακολουθήθηκαν, για να μπορέσουμε να οδηγηθούμε στα συμπεράσματα. Έγινε αρχικά μια προσπάθεια σε γενικό επίπεδο, να δούμε πως λειτούργησαν κάποτε οι στοές μέσα στο ευρύτερο κοινωνικό πλαίσιο της Αθήνας των περασμένων δεκαετιών, ποιες ήταν και που όφειλαν την ακμή τους. Περνώντας στο σήμερα, ξεχωρίσαμε και ασχοληθήκαμε ειδικά, με την περίπτωση δύο στοών, την Στοά Κοραή και Στοά Ορφανίδου. Θέλοντας να δούμε πως οργανώνεται η καθημερινή εμπειρία σε αυτές μέσα από το κοινωνικό νόημα που έχουν ως χώροι για τους ανθρώπους, καταγράφηκαν τα καταστήματά τους, δόθηκε σημασία στην ατμόσφαιρα που επικρατεί εντός αλλά και εκτός αυτών, δηλαδή στην ευρύτερη περιοχή, ενώ συντάχθηκε και ένα ερωτηματολόγιο τύπου-συνέντευξης που απευθύνονταν στους καταστηματάρχες. Σε επόμενο στάδιο, σε μια προσπάθεια να κάνουμε μια χωρική ανάλυση του κέντρου της Αθήνας μέσω των στοών, μελετήσαμε το γενικότερο κλίμα που επικρατεί σε αυτές τους καιρούς που διανύουμε. Αν θέλαμε να συμπυκνώσουμε επιγραμματικά τις παρατηρήσεις καταλήγουμε ότι οι στοές σήμερα:

- Δομούν τις καθημερινές πρακτικές ρουτίνας των ανθρώπων
- Δομούν τις διαδρομές των ανθρώπων μέσα στην πόλη
- Συγκεντρώνουν την γνώση της καθημερινής εμπειρίας
- Προσφέρουν μια αρένα κοινωνικοποίησης μέσα από τους χώρους εστίασής τους

Οι τρόποι με τους οποίους συνεισφέρουν στα παραπάνω εδράζονται μέσα από την λειτουργία που εξυπηρετούν συνδυαστικά ή ανεξάρτητα ως:

- Χώροι εργασίας
- Χώροι κατανάλωσης
- Περάσματα
- Χώροι μνήμης

Οι στοές ως χώροι εργασίας

Σίγουρα ένας σημαντικός ρόλος των στοών είναι το ότι αποτελούν χώρους εργασίας και απασχόλησης των ανθρώπων. Οι καταστηματάρχες λειτουργούν τα καταστήματά τους καθημερινά, γιατί και συμβάλλουν στους αριθμούς, στους δείκτες και στα ποσοστά της εμπορικής δραστηριότητας της Αθήνας. Οι στοές όμως σήμερα στο σύνολό τους, ιεραρχούνται πολύ χαμηλά στις καταναλωτικές προτιμήσεις όταν συγκριθούν με άλλους εμπορικούς χώρους. Είδαμε πως η μυθολογία τους καταρρέει όταν αντικαθίσταται από μια νέα, που πυροδοτεί εκείνη η αδιάκοπη ανανέωση για το μοντέρνο. Κατά παρόμοιο τρόπο, ο χρόνος που βιώνουν οι καταστηματάρχες είναι ο χρόνος των εμπορευμάτων τους. Οι πιο παλιόι από αυτούς, τα είδαν να γεννιόνται, να ωριμάζουν και να πεθαίνουν. Αυτή η κίνηση τους μέσα στο χρόνο, ως φυσικό νόμος πλέον, ορίζει την καθημερινότητά των ανθρώπων, η οποία υποτάσσεται σε μια συμπληρωματική

μορφή που σκοπός της είναι να τα επιβεβαιώνει. Ο χρόνος που περνάνε οι καταστηματαρχές μέσα στην εργασία τους, είναι κι αυτός μια επανάληψη η οποία καθορίζει και όλους τους υπόλοιπους τομείς της ιδιωτικής, οικονομικής και κοινωνικής τους ζωής. Κάτω από το αίσθημα της επιβίωσης, η εργασία και ο χρόνος που αφιερώνουν σε αυτή, ορίζουν με κάθε λεπτομέρεια τις στιγμές της «πραγματικής» ζωής για τις οποίες πρέπει να περιμένουν την κυκλική επιστροφή τους: το καθημερινό ωράριο και την βραδινή ανάπαυση, την εβδομαδιαία εργασία και το σαββατοκύριακο, την επιστροφή της περιόδου των διακοπών.

Οι θεοί είχαν καταδικάσει τον Σίσυφο να σπρώχνει ασταμάτητα έναν μεγάλο βράχο μέχρι την κορυφή ενός βουνού, από όπου έπειτα η πέτρα κατακυλούσε από το ίδιο της το βάρος και έπρεπε να την ανεβάσει ξανά. Είχαν σκεφτεί, κάπως δικαιολογημένα, ότι δεν υπάρχει πιο φοβερή τιμωρία από την ανώφελη και ανέλπιδη εργασία. Σήμερα, σε όλες τις στοές είτε πρόκειται για τις ανακαινισμένες είτε στις πιο εγκαταλελειμμένες, μπορεί να δει κανείς τους καταστηματαρχές να κάνουν την ίδια δουλειά με μια επανάληψη που θυμίζει τον μόχθο του Σίσυφου. Ο Μπέγγιαμιν¹⁹ είδε, εγχαραγμένη την ματαιότητα των «ηρώων» -κοινωνικών τύπων της μαζικής κοινωνίας, η οποία δεν ήταν διαφορετική από την ματαιότητα που αποτελούσε το πεπρωμένο αρκετών ηρώων του Κάτω Κόσμο (του Τάνταλου, του Σίσυφου ή των Δαναΐδων). Σύγκρινε τους ταμίες στα παράθυρα των καφέ με τις Δαναΐδες, οι οποίες τιμωρημένες από τον Άδη, έπρεπε να παίρνουν νερό με ένα κόσκινο και να το ρίχνουν σε τρύπια πιθάρια. Μια παρόμοια ταύτιση μπορούμε να πούμε ότι συναντάμε στην Στοά Κοραή που συγκεντρώνει χώρους εστίασης για καφέ. Υπάρχει έγγραφο, μια «ιδιαίτερη δομή της μοίρας, που μπορεί να αναγνωριστεί μόνο στο χρήμα και μια ιδιαίτερη δομή του χρήματος που αναγνωρίζεται μόνο στη μοίρα». Αυτή η μοίρα καταδιώκει εκείνους που μόνοι τους αναζητούν την ευτυχία και την ελπίζουν ότι θα την αγοράσουν με τα χρήματα: Ο καταστηματαρχής των παρηκμασμένων στοών, οι οποίες λειτουργούν περισσότερο σαν περάσματα παρά ως εμπορικοί χώροι, μοιάζει σαν τον σύγχρονο Τάνταλο που αναζητεί αέναα αγάπη από ένα διαβάτη ή οποιονδήποτε περαστικό.

Οι στοές ως χώροι κατανάλωσης

Οι στοές για την Αθήνα κάποτε, μπορούμε να πούμε πως υπήρξαν το καλούπι από το οποίο ξεπήδησε η εικόνα του μοντέρνου. Σήμερα, στο σύνολό τους, όταν συγκριθούν με τις βιτρίνες των σύγχρονων καταστημάτων, φαίνεται αναμφίβολα ότι έχουν παραγκωνιστεί από νέες εμπορευματικές φαντασμαγορίες. Ωστόσο, μέσα σε αυτή τη σύγκριση ο ουτοπικός χαρακτήρας του εμπορεύματος όπως και η επιθυμία έχουν μείνει αμετάβλητα. Εκείνο που αλλάζει είναι το είδος ή η μορφή του εμπορεύματος αλλά το στοιχείο με το οποίο εμφανίζεται, δηλαδή το καινούριο, παραμένει από κάθε άποψη το ίδιο. Είναι η ίδια υπόσχεση για αλλαγή που αφήνει και η σφραγίδα κάθε νέας μόδας. Υπόσχεση η οποία κάνει αποδεκτή την πραγματική ικανότητα για αλλαγή και πολυμορφία του ανθρώπου, μόνο ως μια ποιότητα ενός ανόργανου αντικειμένου. «Για το λόγο αυτό το εμπόρευμα γίνεται αντικείμενο λατρείας –με μια τελετή που είναι, ασφαλώς,

¹⁹ Κεφ. 4 Μυθική Ιστορία: Φετίχ, Buck-Morss S. (2006), *Η διαλεκτική του βλέπουν: ο Βάλτερ Μπέγγιαμιν και το Σχέδιο Εργασίας περί Στοών* [μτφρ. Αθανασάκης Μ.], Ηράκλειο Κρήτης: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης

καταδικασμένη να αποτύχει»²⁰. Έτσι το νέο που εμφανίζεται ως το πάντοτε ίδιο δεν είναι παρά το μυστικό της εμπειρίας που δημιουργούσε η μεγαλούπολη. Αντιπαραβάλλοντας το σύνολο των αθηναϊκών στοών σήμερα με τα σύγχρονα καταστήματα, εκείνο που πρέπει να γίνει κατανοητό είναι ότι στην ουσία η πιο πρόσφατη μυθολογία αντικαθίσταται από την καινούρια, με έναν τρόπο όπου τελικά το καινούριο επαναλαμβάνεται διαρκώς.

«Στον Άδη της ελληνικής και ρωμαϊκής μυθολογίας, το ποτάμι της Λήθης έκανε εκείνους που έπιναν από το νερό του, να ξεχάσουν την προηγούμενη τους ζωή. Το αποτέλεσμα που επέφερε στη συλλογική μνήμη η ικανοποίηση της δίψας για καινοτομία μέσω της μόδας δεν ήταν διαφορετικό»²¹. Τα καταστήματα των στοών καλούνταν τότε καταστήματα νεωτερισμών. Στη Στοά Ορφανίδου υπήρχε το κατάστημα που είχαν έρθει το πρώτα τζιν στην Ελλάδα. Ο κόσμος συνωστιζόνταν για τα αγοράσει. Κάθε εποχή φέρει κρυφούς συμβολισμούς οι οποίοι προοιωνίζουν ή εξηγούν τα πράγματα που συμβαίνουν. Τα παντελόνια τύπου «καμπάνα» που ήταν η μόδα της δεκαετίας του '60, με το κωνικό τους σχήμα μιμούνταν το σχήμα της γραφειοκρατικής ιεραρχίας, από τις βαθμίδες της οποίας φιλτράρονταν οι αποφάσεις. Αν φανταστούμε τις βιτρίνες, που εκθέταν τα εμπορεύματα εκατέρωθεν της στοάς, σαν δύο όχθες ενός ποταμού, τότε το πέρασμα της στοάς ήταν το ρεύμα του ποταμού της Λήθης.

Στις στοές που έχουν παρακμάσει, η θολούρα από τη σκόνη των κενών καταστημάτων μπορεί να λειτουργήσει σαν καθρέπτης όπου μπορεί να δει κανείς την αντανάκλαση του εαυτού του. Πλέον, όπου έχει κατακάψει η σκόνη στήνεται το σκηνικό μιας Πομπηίας. Οι αντανάκλασεις των σκοτεινών βιτρίνων των άδειων καταστημάτων θυμίζουν τον μαγικό καθρέπτη του Έριζεντ που διαβάζαμε στον Χάρι Πότερ: ένας μαγικός καθρέπτης στον οποίον βλέπει κανείς την πιο βαθιά του επιθυμία. Ο Χάρι τότε είδε τους γονείς του. Ο άνθρωπος που έζησε την ακμή των στοών θα βλέπει τώρα τις επιθυμητικές εικόνες της ουτοπίας: μιας κοινωνίας ευμάρειας και αρμονίας που εκφράστηκαν τότε από την υλική αφθονία που υποσχέθηκε το μαζικό εμπόρευμα. Η φαντασμαγορία του εμπορεύματος και η αδιάκοπη ανανέωσή του είναι η έκφραση της αυταπάτης των συλλογικών ουτοπικών φαντασιώσεων και επιθυμιών. Ο δε τρόπος εκφρασής τους διασφαλίζει ότι αυτές θα παραμείνουν απραγματοποίητες και ουτοπικές. «Ως δείκτης όμως μιας συνεχούς ματαιώσης ουτοπικών προσδοκιών, το εμπόρευμα «δείχνει» ταυτόχρονα προς τα πίσω, σε μια προ-ιστορία ενός παραδείσου, αλλά και προς τα εμπρός, σε μια επαναστατική διακοπή του συνεχούς που τα διαιωνίζει»²². Βλέποντας πως το καινούριο ποτέ δε διαχωρίζεται αυστηρά από το παλαιό, αλλά υπάρχει αυτή η αλληλεπίδραση μεταξύ τους είτε στη μνήμη είτε από την αρχιτεκτονική και τις μόδες, στο τελευταίο αποδίδεται μια ακέραια αξία. Είναι το όνειρο που περιέγραψε ο Μπένγιαμιν, όπου «η τάση αυτή εκτρέπει την φαντασία, η οποία ωθείται από το μοντέρνο, πίσω στο πρώιμο παρελθόν. Είναι το όνειρο μιας επανένωσης του ανθρώπου με την αποξενωμένη του φύση. Κάθε εποχή ονειρεύεται αυτή που θα ακολουθήσει. Στο όνειρο αυτό, όπου κάθε εποχή δημιουργεί εικόνες για τους διαδόχους της, η τελευταία εμφανίζεται συνδεδεμένη με στοιχεία του πρώιμου παρελθόντος, που είναι η αταξική κοινωνία. Οι εμπειρίες της κοινωνίας αυτής, που αποθηκεύονται στο ασυνείδητο του συλλογικού, παράγουν, όταν τις

²⁰ Το ίδιο με υποσημείωση 19

²¹ Το ίδιο με υποσημείωση 19

²² Buck-Morss S. (2006), *Η διαλεκτική του βλέπιν: ο Βάλτερ Μπένγιαμιν και το Σχέδιο Εργασίας περί Στοών* [μτφρ. Αθανασάκης Μ.], Ηράκλειο Κρήτης: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης

διαπερνά το νέο, την ουτοπία που έχει αφήσει το ίχνος της σε εκατοντάδες διαμορφώσεις της ζωής από τα σταθερά κτήρια ως τις εφήμερες προτιμήσεις της μόδας»²³.

Υπάρχει πάντα ένα σκόπιμο νόημα με το οποίο θέλουν να μένουν στη μνήμη οι στοές: αναδεικνύονται επειδή ακριβώς οργανώνονται για να λειτουργήσουν ως χώροι κατανάλωσης. Το γεγονός της διάλυσης της πρωταρχικής αύρας πολλών από αυτών οφείλεται καθαρά στο ότι σήμερα, αποτυγχάνουν ως τέτοιοι. Πλέον, εμπορικοί χώροι και καταστήματα αφθονούν σε όλη την Αθήνα, η μορφή και το είδος του εμπορεύματος εκφράζουν νέες μόδες και οι καταναλωτικές αξίες που ανάγονται σε κοινωνικό κύρος έχουν αλλάξει εν γένει. Ο τρόπος που οι στοές ανακαινίζονται, αν κρίνουμε από τα πρόσφατα παραδείγματα, επιβάλλει το ίδιο νόημα, δηλαδή ότι ανασυστήνονται με σκοπό την ικανοποίηση καταναλωτικών αναγκών. Σε εκείνες που βρίσκονται υπό διάλυση, όντας υποψήφιας για επανάχρηση, το νόημα αυτό, υπάρχει ως εμπρόθετος προσδιορισμός: το ότι θα αναβάθμιστούν για να λειτουργήσουν ξανά ως εμπορικοί χώροι είναι κάτι που εξυπακούεται, η κατανάλωση είναι μια προϋπόθεση. Όμως, όπως είδαμε, μια τέτοια προδιάθεση εκφράζει εκ των προτέρων την εφήμερη ύπαρξη τους ως απαραίτητη συνθήκη για την λειτουργία τους. Το ότι η ανακαίνιση τους ως μοντέρνοι πλέον χώροι κατανάλωσης, σημαίνει αυτομάτως και την προδιεγραμμένη τους παρακμή μέσα στο άμεσο μέλλον, είναι ακόμη μια βεβαιώση ότι τίποτε δε σηματοδοτεί εις βάθος την εποχή μας. Η ιδεολογία που θέλει τα πάντα να προσανατολίζονται αποκλειστικά και να ενορχηστρώνουν με αυστηρή προσοχή την κατανάλωση, δηλώνει και την φτώχεια της εμπειρίας μέσα στην πόλη. Έτσι αυτό που συμβαίνει, είναι ότι εκεί που τμήματα του χώρου δεν προσανατολίζονται στην κατανάλωση είναι καταδικασμένα να υποβαθμιστούν και να παρακμάσουν. Όμως τελικά, μπορούμε να βρούμε από έναν τέτοιο φαύλο κύκλο και να δούμε διαφορετικά τον χώρο από ότι ήδη τον βλέπουμε;

Οι στοές ως περάσματα

Υπάρχει ένας τρόπος χρήσης των διαμπερών στοών, η δυναμική του οποίου παραμένει στο μεγαλύτερο βαθμό ανεκμετάλλευτη, κυρίως γιατί το νόημα με το οποίο αποτυπώνονται στη μνήμη των ανθρώπων είναι τελείως διαφορετικό: εξυπηρετούν ως χώροι εμπορίου. Εκείνος ο τρόπος χρήσης που διαφεύγει από τους ανθρώπους είναι ότι λειτουργούν ως περάσματα. Μπορεί εν μέρει να φάνηκε από τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων, υπάρχει ωστόσο πίσω από αυτήν την δυναμική μια ανεξερεύνητη πλευρά.

Το χαρακτηριστικό τους αυτό, που επιτρέπει την κυκλοφορία ως ανθρώπινη κίνηση, τις καθιστά ανοικτούς χώρους, δημόσια προσβάσιμες, προσφέροντας ευκαιρίες για περπάτημα. Από τα μεγαλύτερα παραδοσιακά προβλήματα του κέντρου της Αθήνας ήταν ανέκαθεν το κυκλοφοριακό, τόσο από την ακραία συγκέντρωση και παρουσία του αυτοκινήτου όσο και της απουσίας ελεύθερων χώρων για τους πεζούς, και το αισθητικό· η μιζέρια της μορφής των όψεων των κτιρίων την οποία οι σύγχρονοι Αθηναίοι βλέπουν στο οικιστικό πείραμα που οργάνωσε μαζικά τον χώρο

²³ Walter, B. (2002) Rolf Tiedermann (ed.), *The Arcades Project*, New York: Belknap Press, Eiland Howard and McLaughlin Kevin (translators)

στα μέσα του προηγούμενου αιώνα. Κατανοούμε ότι λείπουν ελεύθεροι και ανοιχτοί χώροι για περπάτημα όχι τόσο από την καθαυτή απουσία τους ή από τα μεγάλα πλάτη των δρόμων, τους οποίους πασχίζουν ανά καιρούς διάφορες μελέτες να καταλήξουν σε μια βέλτιστη πεζοδρόμησή τους για να δώσουν χώρο στον πεζό, αλλά πολύ περισσότερο στο ίδιο το κτιριακό απόθεμα. Το κτιριακό απόθεμα, αποτελεί αδιαπραγμάτευτα ένα τεχνητό εμπόδιο στην ανθρώπινη κυκλοφορία, καλύπτοντας μεγάλα εμβαδά επιφάνειας του εδάφους χωρίς περιθώρια για ελεύθερους χώρους. Μεγάλοι όγκοι από μπετόν οργανώνουν με τέτοιο τρόπο το έδαφος θέτοντας αυστηρά όρια στον δημόσιο χώρο. Συνήθως όταν μιλάμε για δημόσιους χώρους έχουμε στο νου πάρκα, πλατείες και πεζοδρόμια. Τα πεζοδρόμια σήμερα, συχνά μικρού πλάτους και κακοσυντηρημένα, με επίσης τεχνητά εμπόδια όπως δέντρα, γλάστρες, τραπεζοκαθίσματα, πασάλους, λειτουργώντας μερικές φορές και ως πάρκινγκ, οριοθετούν αποκλειστικά τις στενές και ασφαλείς ζώνες στις οποίες μπορεί να κινηθεί κανείς. Οι λίγες πλατείες μοιάζουν περισσότερο σαν ζωολογικοί κήποι ανθρώπων αφού υπάρχουν ως αυτονομημένες περιοχές που διαχωρίζονται ξεκάθαρα από το σύνολο της πόλης. Παράλληλα, υπάρχει η άμεση ανάγκη για χώρους πρασίνου. Τα πάρκα δίνουν μια ανάσα στο πρόβλημα της ατμόσφαιρας της πόλης, λειτουργώντας όμως ως εστίες πρασίνου, δυσχεραίνουν το περπάτημα εξίσου. Συνολικά, ένα μικρό ποσοστό ελεύθερων και ανοιχτών χώρων συγκαταλέγονται στο κέντρο της Αθήνας στο οποίο οι διαμπερείς στοές έρχονται απλά να προστεθούν. Και πάλι όμως είναι τρομερά δυσανάλογο συγκριτικά με το κτιριακό απόθεμα που καταναλαμβάνει το μεγαλύτερο ποσοστό του χώρου ως δομημένη επιφάνεια. Η πρόκληση παραμένει πεισματικά, πως θα αντιστραφούν αυτά τα ποσοστά ή τουλάχιστον σε πρώτο στάδιο να βρεθούν σε ισορροπία, ώστε να αφηθεί ελεύθερο το έδαφος στην ανθρώπινη κυκλοφορία. Ακόμα και οι πεζοδρομήσεις οδών για την διευκόλυνση του πεζού, οι οποίες εμφανίζονται δειλά και έπειτα από έντονη κοινωνική πόλωση, αναδιαθέτουν αμυδρά τα δεδομένα. Σημασία έχει ο δημόσιος χώρος να αναχθεί στο μέγιστο. Εδώ, η ιδέα των διαμπερών στοών αρνείται την μονιμότητα του προβλήματος. Η διάνοιξή τους, διαιρεί το ισόγειο επίπεδο των κτιρίων, δίνοντας επιπλέον χώρο για την ελευθερία της κίνησης και προσφέροντας εναλλακτικές διαδρομές. Μέσα από την λειτουργία που εξυπηρετούν οι διαμπερείς στοές ως περάσματα, ενώνοντας δύο ή τρεις διαφορετικούς ή και τον ίδιο δρόμο (ανάλογα του σχήματος που εγγράφεται κατά την κάτοψη, στοές τύπου Γ, Τ, Ι, Π κ.ο.κ) υπάρχει ένα ολόκληρο άγνωστο πεδίο, η εξερεύνηση του οποίου συναντά την σφαίρα του παιχνιδιού, της ανακάλυψης και της περιπέτειας. Πάνω σε αυτό κρύβεται ένα κομμάτι ενός ολόκληρου σετ σχεδίων που προτάσει την κατασκευή ενός περιβάλλοντος για μια ενιαία ανάγνωση της πόλης και μιας πιο ολοκληρωμένης ζωής. Αρκεί να φανταστούμε μια πόλη από διαμπερείς στοές. Να συλληφθούμε μια συνεχής κατασκευή όπου σε κάθε οικοδομικό τετράγωνο θα υπάρχει και μια στοά ως πέρασμα και που στο σύνολό τους θα δημιουργούν άπειρες διαδρομές. Μια πόλη γεμάτη περάσματα, παντού κτίρια διάτρητα στο ισόγειο, αν ένα τέτοιο πλάνο εργασιών εμπεριέχει τον κίνδυνο να ακουστεί ουτοπικό, χρειάζεται να επιμείνουμε ότι είναι πιο εφικτό από τεχνικής και στατικής πλευράς και αναγκαίο από την ανθρώπινη και κοινωνική πλευρά. Οι στοές λόγω της ιδιομορφίας τους ως δομημένο περιβάλλον, σαν πολεοδομική ανωμαλία όπου ο πεζός δεν έχει άμεση επαφή με το εσωτερικό τους αλλά πρέπει να τις διασχίσει ώστε αυτές να του αποκαλυφθούν, εγείρουν αυτό το διαφορετικό που έχει ανάγκη κάθε πόλη μέσα στο πάντοτε ίδιο, και το τυχαίο και απρόβλεπτο γεγονός που λείπουν δραματικά από την καθημερινή ζωή.

Πρέπει να εκμεταλλευτούμε τα σημερινά σκηνικά από τις κατασκευές που υπάρχουν για να δημιουργήσουμε νέα. Όταν η φαντασία αδρανοποιείται, η νοσταλγία φωτίζει τις ανάγκες που μένουν απραγματοποίητες για τις οποίες σήμερα δεν βρίσκεται καμία λύση. Δεν είναι τυχαίο λοιπόν, που ως αντίδραση στο αισθητικό ζήτημα, επανέρχεται στη μνήμη μια παλιά Αθήνα, ένας παλιός τρόπος ζωής και μια επιθυμία επιστροφής σε αυτόν· κάθε τέτοια σκέψη πέρα από αναχρονιστική είναι και υπερβολικά ματαιόδοξη. Άμεσο επακόλουθο, ένας παροξυσμός και μια ισοπεδωτική λογική που θέλει χωρίς δισταγμό την κατεδάφιση όλων των σύγχρονων πολυώροφων κτιρίων του κέντρο της Αθήνας για την αντικατάσταση και το επανα-χτίσιμο των παλιών νεοκλασσικών. Ένα τέτοιο πρόγραμμα εκτός από φιλόδοξο και δαπανηρό, είναι και ακραία μηδενιστικό αφού είναι και η άρνηση του παρόντος. Το μόνο που μπορούμε να συγχωρήσουμε στην νοσταλγία είναι ότι τα παλιά κτίρια δηλώνουν μια κληρονομιά που άφησαν οι άνθρωποι που πέρασαν, η οποία σήμερα βιώνεται σαν απώλεια ακριβώς επειδή καταδικάστηκε να φθίνει διαρκώς μέσα στο χρόνο. Το ζήτημα που θίγουμε εδράζεται πάνω στο ξεπέραςμα του μηδενισμού και ταυτόχρονα στον μετασχηματισμό της καθημερινής ζωής μέσα στο σημερινό πεδίο εκδήλωσής τους, το πεδίο της ίδιας της πόλης.

Αυτό που συμβαίνει και φαίνεται ξεκάθαρα σήμερα, είναι ότι μια πόλη σαν την Αθήνα «διαβάζεται» και μένει στη μνήμη μέσα από κέντρα - πόλους έλξης. Οι διασκεδάσεις δηλαδή, πάντοτε με αυστηρή προσοχή στην κατανάλωση, συγκεντρώνονται αποκλειστικά σε κέντρα τα οποία βρίσκονται πάντοτε διαχωρισμένα και σε απόσταση μεταξύ τους. Η κουλτούρα που εκπροσωπεί καθένα από αυτά είναι και ο λόγος που αναδεικνύονται ως τέτοια, καθεμιά από τις οποίες είναι χωρίς αμφιβολία και πολλές φορές κατ' ανάγκη διαχωρισμένη και αντίθετη από οποιαδήποτε άλλη. Τα κέντρα έλξης μοιάζουν με παράσιτα πάνω στον χώρο, αφού δομούν την καθημερινή εμπειρία με τέτοιο τρόπο που στερούν από τον καθένα την δυνατότητα να συλλάβει την ομορφιά ως ολότητα της πόλης. Παραμένουν επομένως, εκείνο το έσχατο στάδιο διαίρεσης του χώρου και κατ' επέκταση της κοινωνίας. Η έννοια των κέντρων έλξης πετυχαίνει έτσι μια εξισορρόπηση της αποξένωσης παρόμοια με την έννοια της συμμετοχής. Κανείς δεν ελκύεται αυθεντικά από το αστικό περιβάλλον τους παρά μονάχα από το πως αυτό οργανώνεται χωρίς αυτούς, από άλλους, απαιτώντας στην πραγματικότητα, την συμμετοχή τους σε κάτι που εξ' αρχής είναι αδύνατο να συμμετάσχουν. Κατά αυτόν τον τρόπο εκείνο που θέλουμε να επισημάνουμε εδώ, είναι ότι δεν έχει νόημα οι παλιές και νέες στοές να γίνουν ξανά πόλοι έλξης για το κοινό απλά και μόνο επειδή είναι χρήσιμο να αναστηθεί το λιανικό εμπόριο. Κάτι τέτοιο βολεύεται εύκολα στα παραπάνω. Δεν πέφτουμε στο σφάλμα να προτείνουμε λύσεις και ιδέες συγκεκριμένες, αποτελεσματικές και αξιόπιστες, γιατί πολύ απλά δεν υπάρχει κάποιο μοντέλο – πανάκεια που θεωρείται σωστό στον πολεοδομικό σχεδιασμό. Αυτό που έχουμε μόνο στο νου είναι ότι θέλουμε να αντικαταστήσουμε την απλή κυκλοφορία με την συνάντηση, την διαχωρισμένη ανάγνωση της πόλης μέσα από κέντρα έλξης με μια ενιαία (να μην μπερδευτεί με την ομοιογένεια), την παθητική ενσωμάτωση με την αυθεντική ανθρώπινη δραστηριότητα, την πλήξη με την καθημερινή μοναδική στιγμή. Μέσα στις στοές βρίσκεται η ομορφιά αυτής της πόλης που δεν έχει ανακαλυφθεί. Η Αθήνα είναι μια πόλη που έζησε ως τώρα πολύ πιο κάτω από τις δυνατότητές της.

Οι ιδέες για τον δημόσιο χώρο δεν πρέπει οδηγούν μόνο στην αλλαγή της υπάρχουσας κατάστασης, αλλά πέρα και από τις ιδέες που ήδη υπάρχουν για την αλλαγή αυτού. Ο

πειραματισμός κρίνεται εδώ καμιά φορά αναγκαίος. Το παρακάτω αποσπασμα από το άρθρο – διήγημα «Οι στοές της Αθήνας» του Γιάννη Μπαλαμπανίδη²⁴, δίνει παραστατικά την εικόνα της πόλης από στοές που θέλουμε να κατασκευάσουμε, με τον τρόπο που η ίδια η περιπλάνηση γίνεται ένα εργαλείο επανίδρυσης και μοναδικό αντίδοτο επανάκτησης της χαμένης ενότητας με την πόλη και την περιπέτεια.

«Κι είναι μια άσκηση χαριτωμένη για τον σημερινό διαβάτη, άσκηση στην οποία όχι σπάνια αρέσκομαι να επιδίδομαι και εγώ, να προσπαθείς να διασχίσεις ενδοφλεβίως τα τετράγωνα της μητρόπολης περνώντας από τη μια στοά στην άλλη, τρυπώντας κάτω από τα ψηλά κτίρια, ανάμεσα στα εμπορικά μικροκαταστήματα και μακριά από τα πολλά βλέμματα του κόσμου, απ' τη στοά Ορφέως με τα κοσμηματοπωλεία στη στοά Παλλάδος με τα κλειδαράδικα, κι από εκεί στη στοά Όπερα, όλες στην οδό Ιπποκράτους, για να περάσεις έπειτα στις στοές Γ. Μάντακα και Φιξ της Μπενάκη, γεμάτες κομμωτριάκια και φωτοτυπάδικα, κατόπιν στη στοά Ερμής και στη στοά Πανταζοπούλου με τα καφέ μπαρ και τη ρέμβη των θαμώνων, κι από εκεί στις όμορφες στοές Αρσακείου και Πεσμαζόγλου κατεβαίνοντας προς την οδό Σταδίου, με τα λίγα εναπομείναντα βιβλιοπωλεία και τα δισκάδικα, κι ακόμη παρακάτω στις στοές Αθηνών, Ανατολής και Αδελφών Θεοφυλάτου, στην οδό Αριστείδου πια, πιάνοντας στοά Ζερμπίνη & Κωσταντακοπούλου για να βγεις μέσω Λέκκα προς τη στοά Κοραή, απ' όπου, με λίγο περπάτημα ακάλυπτος από στοές, βρίσκεσαι στη στοά Σπυρομήλιου και τότε, αφού διέλθεις από τη στοά Παύλου Καλλιγά, στο τετράγωνο μεταξύ Καραγιώργη Σερβίας και Σταδίου, έχεις βγει πια στην πλατεία Συντάγματος, μέσα από τους τριχοειδείς δαιδάλους του κυκλοφορικού συστήματος έχεις εκβάλει στην καρδιά της πόλης.»

Και συνεχίζει μιλώντας για το σύστημα των αθηναϊκών στοών στην αρχαιότητα με τις κιονοστοιχίες και τους μαρμαρίνους διαδρόμους τους: «[...] που τόσο πολύπλοκο έφτασε κάποτε να είναι ώστε λέγεται ότι μπορούσε κανείς να διασχίσει την πόλη απ' τη μιαν άκρη ως την άλλη, απ' τον Βοτανικό μέχρι το Καλλιμάρμαρο Στάδιο κι από τους λόφους του Λυκαβηττού και του Αρδηττού ως τις παρυφές του Φιλοπάππου, χωρίς να τον στραβώσει ήλιου φως ή να τον αγγίξει της βροχής σταγόνα. [...] Ας σημειωθεί ωστόσο ότι, παρά τα λεγόμενα, που επιβίωσαν για αιώνες, σχετικά με τους μεθοδικούς λαβυρίνθους των στοών, πως σκοπό δήθεν είχαν την προστασία των Αθηναίων από τα καιρικά φαινόμενα, η πραγματική αλήθεια είναι άλλη. Ο λόγος που χτίσαν έτσι την πόλη τους, ώστε να περνούν από τη μια στοά στην άλλη χωρίς να αναγκάζονται, αν χρειαστεί, να βγουν στο φως της μέρας, στο κρύο της νύχτας, στον αέρα και τη βροχή, ήταν την άνοιξη, όταν ανθίζουν οι αιθαλείς νεραντζιές που φύονται παντού σε αυτή τη γη, σε κάθε μικρή γωνιά αυτού του τόπου, να μπορούν προστατευμένοι από τα πέτρινα κουκούλια των στοών να αποφεύγουν την παραζάλη που προκαλεί η μυρωδιά των μικρών λευκών ανθών, μυρωδιά που αρκεί για να σαλέψει και ο πιο σοφός νους, να εκλυθεί ο βίος ο πιο εγκρατής, να παρεκκλίνει και ο πιο προσηλωμένος ανάμεσα στους ανθρώπους».

²⁴ Μπαλαμπανίδης Γ. (2017) *Οι στοές της Αθήνας*, fractal, 30 Αυγούστου, <https://www.fractalart.gr/oi-stoes-tis-anthinas/>

Οι στοές ως χώροι μνήμης

Σε μια εποχή έντονων και διαρκών αλλαγών, οι στοές που έχουν παρακμάσει αποχωρούν από το προσκήνιο με ένα όμως εντελώς καινούριο χαρακτηριστικό που τους προσδίδει και μια ακέραια αξία. Δεν επηρεάζουν την συλλογική συνείδηση ως χώροι εμπορευμάτων, όμως τα σημεία και ο συμβολικός τους κόσμος συγκεντρώνουν κομμάτια μιας ζωής που πέρασε. Περιέχουν την γνώση μιας παλιάς καθημερινής εμπειρίας, μιας παλιάς κοινωνικής δομής, ενός πρόσφατου παρελθόντος της Αθήνας για το οποίο κανείς σήμερα δεν μιλά, αλλά ωστόσο υπάρχουν σημάδια αυτού όπως «οι γραμμές πάνω σε μια παλάμη». Αξίζει να δούμε τελικά, ότι οι στοές της Αθήνας αποτελούν εικόνες όπου μια ολόκληρη γενέα επικοινωνεί με την προηγούμενή της. Επινοήσεις που συνέλαβε η φαντασία μιας γενεάς προσλαμβάνονται στην εμπειρία μιας άλλης. Σε μια τέτοια διασταύρωση ζούμε ξανά μέσα στις στοές, τη ζωή των γονιών και των παππούδων μας. Αυτό που ανακάλυψαν σαν καινούριο, για εμάς είναι η επανακάλυψη του παλιού. Η παρουσία τους στο χώρο νοσηματοδοτείται ως μια κληρονομιά η οποία φέρει μέσα της στοιχεία όλου εκείνου του κόσμου που τις κατέστησε εφικτές. Η πηγή του δέους που νιώθει ο σημερινός διαβάτης όταν τις διασχίζει, εδράζεται στο βίωμα της απώλειας, όχι τόσο των πραγμάτων τους αλλά της αίσθησης των ριζών και της συνέχειας. Είναι το πέρασμα του χρόνου που συνδέει το παρόν με το παρελθόν, για το οποίο δεν υπάρχει γυρισμός. Οι άνθρωποι εξαφανίζονται, τα πρόσωπα αλλάζουν, τα πράγματα όμως που αφήνουν πίσω μπορεί να μένουν αναλλοίωτα. Κάπου εκεί είναι που τους τα συγχωρούμε όλα και αρκούμαστε να νοσταλγούμε κάτι που δε ζήσαμε.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Διεθνής

- Bussolini B. (2004), *The Crisis of Profitability and Starbucks' Discourse of Cultural Appropriation*, USA: Prized Writing
- Clarence-Smith W. and Topik Steven, (2003), *The Global Coffee Economy in Africa, Asia and Latin America, 1500-1989*, UK: Cambridge University Press
- Michael D. Smith (1996), "The empire filters back: consumption, production and the politics of Starbucks Coffee", *Urban Geography*, 17, 502-24
- Miller D. , Jackson P. , Thrift N. , Holbrook B. , Rowlands M. (1998), *Shopping, Place and Identity*, USA, Canada: Routledge
- Roseberry W. "The Rise of Yuppie Coffees and the Reimagination of Class in the United States, *American Anthropologist*, New Series, Vol. 98, No. 4. (Dec., 1996), pp. 762-775
- Southerton D. (2011), *Encyclopedia of Consumer Culture*, Thousand Oaks, California: SAGE
- Stead N. The value of ruins: Allegories of Destruction in Benjamin and Speer, *An Interdisciplinary Journal of the Built Environment*, no. 6, October 2003, pp. 51-64
- Walter, B. (2002) Rolf Tiedermann (ed.), *The Arcades Project*, New York: Belknap Press, Eiland Howard and McLaughlin Kevin (translators)
- Wrigley N. and Lowe M. (1998), *Reading Retail: A Geographical Perspective on Retailing and Consumption Spaces*, USA: Hodder Arnold

Ελληνική

- Buck-Morss S. (2006), *Η διαλεκτική του βλέπειν: ο Βάλτερ Μπένγιαμιν και το Σχέδιο Εργασίας περί Στοών* [μτφρ. Αθανασάκης Μ.], Ηράκλειο Κρήτης: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης
- Debord G. (1986), *Η κοινωνία του θεάματος* [μτφρ. Π. Τσαχαγέας], Αθήνα: Ελεύθερος Τύπος
- Debord G. (1988), *Σχόλια πάνω στην κοινωνία του θεάματος* [μτφρ. Π. Τσαχαγέας], Αθήνα: Ελεύθερος τύπος
- Internationale Situationniste (1999), *Το ξεπέρασμα της τέχνης. Ανθολογία κειμένων της Καταστασιακής Διεθνούς*, [μτφρ. Γιάννης Ιωαννίδης], Αθήνα: ύψιλον βιβλία
- Internationale Situationniste (1979), *Χωροταξία* [μτφρ. Κλωντ Λ. και Π. Τουρνικιώτης], ΑΚΜΩΝ
- Knox P. and Pinch S. (2009), *Κοινωνική Γεωγραφία των Πόλεων* [επιμ. Θ. Μαλούτας], Αθήνα: Σαββάλας

Miller A. (2010), *Οι Φυλακές Της Παιδικής Μας Ηλικίας* [μτφρ. Αλεξόπουλου Ε. και Λαζαρίδης Ν.], Δ' Έκδοση, Αθήνα: ΡΟΕΣ

NAI Hellas, *Στοές της Αθήνας, Μικρά εναλλακτικά εμπορικά κέντρα*, Αθήνα

Αυλήτη Μ. (2015), Εφήμερη εγκατάσταση παιχνιδιού στην πλατεία της Ομόνοιας, *Διπλωματική εργασία, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών ΕΜΠ*, Αθήνα

Δαμιανόγλου Δ. (2015), Εικόνες Αντίσταση από τη διαλεκτική εικόνα του Walter Benjamin στην επιβίωση των πυγολαμπίδων του George Didi-Huberman, *Μεταπτυχιακή εργασία, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών ΕΜΠ*, Αθήνα

ΕΣΕΕ, Έρευνα καταγραφής των κλειστών επιχειρήσεων σε κεντρικούς εμπορικούς δρόμους, Μάρτιος 2015, Κέντρο Αθήνας και Πειραιά. Ειδικό θέμα: Οι στοές της Αθήνας. *Ενίσχυση της επιστημονικής και επιχειρησιακής ικανότητα και της τεκμηρίωσης της ΕΣΕΕ*.

Καιροφύλας Κ. Γ. (1993), *Η Αθήνα στη δεκαετία του '50*, Αθήνα: ΦΙΛΙΠΠΟΤΗΣ

Καιροφύλας Κ. Γ. (1997), *Η Αθήνα στη δεκαετία του '60*, Αθήνα: ΦΙΛΙΠΠΟΤΗΣ

Κοκκοτή Γ. (2011), Το ρούχο στην πόλη και τα ρούχα της πόλης. Μια θεώρηση της σχέσης αρχιτεκτονικής και ένδυσης, *Μεταπτυχιακή εργασία, ΔΙΠΜΣ Περιβάλλον και Ανάπτυξη, ΕΜΠ*, Αθήνα

Μπέλλου Μαρία (2017), Αθηναϊκές Στοές – Μέσα και ανάμεσα στα κτίρια: Χωρική ανάλυση των στοών του εμπορικού τριγώνου σε περιβάλλον GIS, *Διπλωματική Εργασία, Σχολή Αγρονόμων Τοπογράφων Μηχανικών, ΕΜΠ*, Αθήνα

Μπωντριγιάρ Ζ. (2000), *Η καταναλωτική κοινωνία* [μτφρ. Β. Τομανάς], Θεσσαλονίκη: ΝΗΣΙΔΕΣ

Παπαζαχαρίου Ε. (1980), *Η Πιάτσα*, Αθήνα: ΚΑΚΤΟΣ

Σκορδούλη Μ. (2015), Κατώφλια περιπλάνησης στο έργο του Walter Benjamin, *Διπλωματική εργασία, Τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, Πολυτεχνείο Κρήτης*, Κρήτη

Άρθρα στο διαδίκτυο

Hulot M. (2016), *Η μοναξιά του φιλοτελιστή στην εποχή των e-mail*, Lifo, 11 Ιουλίου, https://www.lifo.gr/articles/society_articles/107189

Lifoteam (2017), *8 πολύμορφες, ατμοσφαιρικές στοές της Αθήνας*, Lifo, 27 Μαΐου, https://www.lifo.gr/articles/athens_articles/146270

Lifoteam (2016), *Η Μάγδα Σγουρίδη και η Μαρίλη Ζάρκου αποτυπώνουν τις στοές της Αθήνας*, Lifo, 14 Αυγούστου, <https://www.lifo.gr/team/omorfia/43919>

- Άγνωστος (2012), *Μια στοά στο χάσιμο*, Τα μπουλούκια, 1 Νοεμβρίου, <http://www.tampouloukia.gr/2012/11/stoa-eirinodikeiou-mia-stoa-gia-xasimo.html>
- Άγνωστος (2014), *Στοές της Αθήνας*, αναδημοσίευση από: Τα μπουλούκια, 10 Ιανουαρίου, https://ourathens.blogspot.com/2014/01/blog-post_10.html
- ΑΠΕ-ΜΠΕ (2007), *Το Χρηματιστήριο Αθηνών αποχαιρετά τη Σοφοκλέους στις αρχές του Ιουλίου*, αναδημοσίευση στο in.gr, 26 Ιουνίου, <https://www.in.gr/2007/06/26/economy/to-xrimatistirio-athinwn-apoxaireta-ti-sofokleous-stis-arxes-ioylioy/>
- Βερυκοκίδη Ε. (2015), *Εντός στοάς*, Athens voice, 29 Σεπτεμβρίου, https://www.athensvoice.gr/109136_entos-stoas
- ΕΣΕΕ (2011), *Πληθαίνουν τα «λουκέτα» στην αγορά*, αναδημοσίευση στην Ναυτεμπορική, 9 Αυγούστου, <https://www.naftemporiki.gr/finance/story/326355/esee-plithainoun-ta-louketa-stin-agera>
- Ζουγρής Κ. (2018), *Οι στοές της Αθήνας κάποτε δισκογραφικός παράδεισος*, Από τις 4 στις 5, <https://www.apotis4stis5.com/vintage/14984-2015-12-08-21-45-05>
- Ηγουμενίδη Τ. (2018), *Κατατέθηκαν οι προσφορές για την εμπορική στοά του Αρσακείου Μεγάρου*, mononews, 19 Απριλίου, <https://www.mononews.gr/real-estate/katatethikan-i-prosfores-gia-tin-emporiki-stoa-tou-arsakiou-megarou>
- Ηλιάκη Κ. (2015), *Athens Walkthrough: μια βόλτα σε 20 στοές του εμπορικού τριγώνου του Γερανίου*, Lifo 23 Ιουλίου, <https://www.lifo.gr/mag/columns/7339>
- ΗΠΖ. (2018), *Οι στοές της Αθήνας, τα κρυμμένα σοκάκια των Αθηνών*, Η Πόλη Ζει, 15 Φεβρουαρίου, <https://ipolizei.gr/oi-stoés-tis-athinas-ta-krymména-sokákiki/>
- Ισμαηλίδου Ε. (2010), *Έγιναν της μόδας οι εμπορικές στοές*, Το Βήμα, 24 Δεκεμβρίου, <https://www.tovima.gr/2010/12/24/society/eginan-tis-modas-oi-emporikes-stoes/>
- Ιωάννου Γ. Δ. (2015), *Rene Girard – Μίμηση και φθόνος*, daggerrevolt, 29 Δεκεμβρίου, <https://daggerrevolt.wordpress.com/2015/12/29/rene-girard-μίμηση-και-φθόνος>
- Καλογνώμης Α. (2009), *Οι εμπορικές στοές, μαθήματα αστικής ανατομίας*, Καθημερινή 29 Σεπτεμβρίου, <http://www.kathimerini.gr/371217/article/politismos/arxeio-politismoy/oi-emporikes-stoes-ma8hmata-astikh-anatomias>
- Κιάου Μ. (2016), *Κοραή 4: Το κολαστήριο της Κομαντατούρ στο κέντρο της Αθήνας*, alfavita, 25 Οκτωβρίου, https://www.alfavita.gr/koinonia/201941_korai-4-kolastirio-tis-komantatoyr-sto-kentro-tis-athinas
- Κετσιετζής Κ. (2017), *Αλλάζει ο χάρτης του λιανεμπορίου – Πόσο νοικιάζονται τα καταστήματα*, Insider, 15 Ιουνίου, <https://www.insider.gr/epiheiriseis/real-estate/51559/allazei-o-hartis-toy-lianemporioy-poso-noikiazontai-ta-katastimata>

Κόλλιας Φ. (2015), *Κρυμμένος θησαυρός στις 40 στοές της Αθήνας*, euro2day, 16 Απριλίου, <https://www.euro2day.gr/news/economy/article/1324033/krymmenos-thhsavros-stis-40-stoes-ths-athhnas.html>

Κορέλλης Κ. (2018), *Στοά Ορφανίδου: Η Αγορά Σπάνιων Νομισμάτων και Γραμματοσήμων*, athina 984, 12 Σεπτεμβρίου, <http://athina984.gr/wp-site/2018/09/12/stoa-orfanidou-i-agora-spanion-nomismaton-kai-grammatosimon/>

Κουνάδη Η. (2015), *Μικρές αθηναϊκές στοές και οι ιστορίες τους*, in2life, 28 Σεπτεμβρίου, <https://www.in2life.gr/delight/goingout/article/406352/mikres-athhnaikes-stoes-kai-oi-istories-toys.html>

Κυριαζής Δ. (2017), *3 αθηναϊκές στοές αφηγούνται την ιστορία τους*, Lifo, 8 Ιουνίου, https://www.lifo.gr/print/urban_life/147814

Κωτσικόπουλος Ν. (1998), *ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑ Νέοι κυρίαρχοι στη θέση των ναυαγισμένων*, Τα Νέα, 30 Απριλίου, <https://www.tanea.gr/1998/04/30/economy/polykatakastimata-neoi-kyriarchoi-sti-thesi-twn-nayagismenwn/>

Λάζαρης Θ. (2014), *Μια διαφορετική πόλη στις στοές της Αθήνας*, PathFinder, 3 Απριλίου, <http://www.pathfinder.gr/stories/3552690/mia-diaforetikh-polh-stis-stoes-ths-athhnas/>

Μανιάτης Σ. (2018), *«Μόνο μυρίζοντας γιασεμί» στα κρατητήρια της Κομαντατούρ...*, Εφημερίδα των Συντακτών, 26 Απριλίου, https://www.efsyn.gr/tehnas/media/148565_mono-myrizontas-giasemi-sta-kratitiria-tis-komantatoyr

Μανιφάβα Δ. (2018), *Όλες οι γέυσεις της Ελλάδας σε μια στοά. Καθημερινή*, 15 Οκτωβρίου, <http://www.kathimerini.gr/989828/article/oikonomia/epixeirhseis/oles-oi-geyseis-ths-elladas-semia-stoa>

Μαργιόλης Κ. (2018), *Μέσα στις αθηναϊκές στοές*, InExarchia, 1 Μαρτίου, <https://www.inexarchia.gr/story/think/mesa-stis-athinaikes-stoes>

Μπαλαμπανίδης Γ. (2017) *Οι στοές της Ανθήνας*, fractal, 30 Αυγούστου, <https://www.fractalart.gr/oi-stoes-tis-anthinas/>

Μπέλλος Η. (2018), *Εμπορική αξιοποίηση των δύο στοών του Αρσακείου Μεγάρου*, Καθημερινή 24 Ιανουαρίου, <http://www.kathimerini.gr/944886/article/oikonomia/epixeirhseis/emporikh-a3ioporihsh-twn-dyo-stown-toy-arsakeioy-megaroy>

Μπρατσιάκου Ι. (2016), *Οι κόγχες της πόλης: 20 κρυφά σημεία της Αθήνας*, news247, 9 Ιανουαρίου, <https://www.news247.gr/weekend-edition/kogches-tis-polis-20-kryfa-simeia-tis-athinas.6398958.html>

Νενές Ι. (2013), *Τι βρίσκω μέσα στη στοά*, Athens voice 5 Απριλίου, https://www.athensvoice.gr/culture/38176_ti-vrisko-mesa-sti-stoa

Ντίνος Ι. (2010), *Μινιόν «Το μεγαλύτερο μεγάλο κατάστημα» των παιδιών*, ligakaikala blogspot, 18 Δεκεμβρίου, http://ligakaikala.blogspot.com/2010/12/blog-post_18.html

- Ξυδάκης Ν. (2013), *Στη σιγαλιά των στοών*, xydakis, 26 Οκτωβρίου, <http://xydakis.gr/?p=4157>
- Παπαδόπουλος Γ. (2011), *Οδοιπορικό στον δρόμο των λουκέτων*, Τα Νέα, 11 Αυγούστου, <https://www.tanea.gr/2011/08/11/greece/odoiporiko-ston-dromo-twn-loyketwn/>
- Παπάζογλου Ν. (2014), Η «στοά Χόλυγουντ» των Αθηνών, Newbeast, 20 Σεπτεμβρίου, <https://www.newsbeast.gr/weekend/arthro/732271/i-stoa-holugoud-ton-athinon>
- Παπά Μ. (2017), *Janeiro, ένα καφενείο στην Ομόνοια που άντεξε από πείσμα και καλίλα*, Lifo, 23 Μαΐου, https://www.lifo.gr/articles/athens_articles/145683
- Πρωϊμάκης Ι. (2019), *Τρυπώσαμε στις στοές της Αθήνας και αποκαλύπτουμε το νέο τους πρόσωπο*, Αθηνόραμα, 6 Μαρτίου, https://www.athinorama.gr/cityvibe/article/truposame_stis_stoes_tis_athinas_kai_apokaluptoume_to_neo_tous_prosopo-2533868.html
- Ρουσάνογλου Ν. (2016), *Τα εμπορικά κέντρα συνεχίζουν να κερδίζουν έδαφος παρά την κρίση*, Καθημερινή, 13 Φεβρουαρίου, <http://www.kathimerini.gr/849342/article/oikonomia/real-estate/ta-emporika-kentra-synexizoyn-na-kerdizoyn-edafos-para-thn-krish>
- Σινιόσογλου Ν. (2018), *[Flânerie 18: Αποτυχημένες Επεμβάσεις]*, bibliotheque, 17 Μαρτίου, <https://www.bibliotheque.gr/article/70175>
- Σινιόσογλου Ν. (2018), *[Flânerie 32: Ο Αδόλφος Χίτλερ Κι Ο Νόμος Των Ερειπίων]*, bibliotheque, 24 Ιουνίου, <https://www.bibliotheque.gr/article/72031>
- Σκιαδάς Ε. (2013), *Ναρκομανείς στην Αθήνα του μεσοπολέμου*, αναδημοσιεύτηκε στην Lifo. 11 Ιανουαρίου, <https://www.lifo.gr/team/readersdigest/35260>
- Στεμπίλης Δ. (2017), *Ρενέ Ζιράρ: Ο φιλόσοφος που εξήγησε τις επιθυμίες μας*, Νέα Σελίδα, 31 Οκτωβρίου, <https://neaselida.gr/ideogrammata/rene-zirar-o-filosofos-pou-exigise-tis-epithymies-mas/>
- Στεφανάκης Δ. (2017), *Απόσπασμα από τις «Εντυχισμένες οικογένειες»*, 18 Ιουνίου, <https://dimitrisstefanakis.gr/site/gr.php?p=postsview&id=625>
- Σκριβάνος Τ. (2012), *Οι στοές της Αθήνας*, Athens voice, 28 Μαρτίου, https://www.athensvoice.gr/21133_oi-stoes-tis-athinas
- Σκριβάνος Τ. (2016), *Οι υπόγειες στοές της Αθήνας*, Athens voice, 4 Οκτωβρίου, https://www.athensvoice.gr/life/urban-culture/athens/326492_oi-ypogeies-stoes-tis-athinas
- Συλλογικότητα (2010), *Καθώς πρέπει δολοφονίες στη Στοά Κοραή*, Anarchypress, 13 Ιουνίου, <https://anarchypress.wordpress.com/2010/06/13/καθωσπρειει-δολοφονιες-στη-στοα-κορα/>
- «Ταξιδιώτης» (2018), *Η ιστορική στοά Αρσακείου ερημώνει και αναζητά μισθωτές*, mygreekholiday, 25 Ιανουαρίου, <https://mygreekholiday.gr/4-articles/item/1578-i-istoriki-stoa-arsakeiou-anazita-misthotes>

Τζαναβάρα Χ. (2005), *Αρχιτεκτονικές ματιές. Στις στοές του χρόνου*, αναδημοσίευση από: ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ, 6 Φεβρουαρίου, <https://www.greekarchitects.gr/gr/αρχιτεκτονικες-ματιες/στις-στοές-του-χρονου-id156>

Τριανταφύλλου Σ. (2014), *Η αποτυχία των πεζόδρομων*, Athens voice, 15 Μαΐου, https://www.athensvoice.gr/67935_i-apotyhia-ton-pezodromon

Φριντικάκης Γ. (2002), *Στη «μόδα» Πανεπιστημίου – Σταδίου*, Τα Νέα, 5 Μαρτίου, <https://www.tanea.gr/2002/03/05/economy/sti-modapanepistimioy-stadiou/>

Φιντικάκης Γ. (2002), *Η πιο ακριβή εμπορική στοά η ανακαινισμένη «Κοραή»*, Τα Νέα, 14 Δεκεμβρίου, <https://www.tanea.gr/2002/12/14/economy/i-pio-akribi-emporiki-stoa-i-anakainismeni-korai/>

Φύσσας Δ. (2007), *Στοά Σπυρομήλιου*, Athens voice, 1 Νοεμβρίου, https://www.athensvoice.gr/89944_stoa-spyromilioy

Φύσσας Δ. (2014), *Οι στοές της πόλης*, Athens voice, 1 Οκτωβρίου, https://www.athensvoice.gr/life/urban-culture/athens/77672_oi-stoes-tis-polis

Φωτίου Ε. (2017), *Στις στοές (και τα μπαράκια) του κέντρου της Αθήνας*, Πρώτο Θέμα, 11 Αυγούστου, <https://www.protothema.gr/city-stories/article/704429/stis-stoes-kai-ta-barakia-tou-kedrou-tis-athinas-meros-v/>

Χονδρόγιαννος Θ. (2015), *Σε αυτή τη στοά χτυπά η αθηναϊκή καρδιά της κλασσικής μουσικής*, Propaganda, 14 Φεβρουαρίου, <https://propaganda.gr/art/se-afti-ti-stoa-htipa-athinaiki-kardia-tis-klaskis-mousikis/>

Διαδικτυακοί ιστότοποι

Διαδικτυακή πλατφόρμα για την δημιουργία χαρτών ArcGIS online

<https://www.arcgis.com/>

Στοά Κοραή

<https://korai4.gr/>

Χώρος τέχνης της Στοάς Κοραή

<https://www.stoart.gr/stoart>

Στοά Νικολούδη

<https://stoanikoloudi.gr/>

Στοά του Βιβλίου

<http://www.stoabibliou.gr/>

Έχνη Εμπορίου

<http://www.tracesofcommerce.com/1/>

Αρχαιολογία της Πόλης των Αθηνών

<http://www.eie.gr/archaeologia/gr/arxeio.aspx>

Ηλεκτρονικό περιοδικό για την αρχιτεκτονική

<https://www.greekarchitects.gr/>

Εφημερίδα «Η Καθημερινή»

<http://www.kathimerini.gr/>

Εφημερίδα «Τα Νέα»

<https://www.tanea.gr/>

Εφημερίδα «Το Βήμα»

<https://www.tovima.gr/>

Εφημερίδα «Πρώτο Θέμα»

<https://www.protothema.gr/>

Εφημερίδα των Συντακτών

<https://www.efsyn.gr/>

Εφημερίδα Ναυτεμπορικής

<https://www.naftemporiki.gr/>

Insider

<https://www.insider.gr/>

In.gr

<https://www.in.gr/>

Euro2day

<https://www.euro2day.gr/>

News247

<https://www.news247.gr/>

Νέα Σελίδα

<https://neaselida.gr/>

Mononews

<https://www.mononews.gr/>

Newsbeast

<https://www.newsbeast.gr/>

Athens Voice

<https://www.athensvoice.gr/>

Αθηνόραμα

<https://www.athinorama.gr/>

Pathfinder

<http://www.pathfinder.gr/>

Lifo

<https://www.lifo.gr/>

Η Πόλη Ζει

<https://ipolizei.gr/>

Our Athens

<https://ourathens.blogspot.com/>

Αθήνα 9.84

<http://athina984.gr/>

AlfaVita

<https://www.alfavita.gr/>

Τα μπουλούκια

<http://www.tampouloukia.gr/>

Ταξιδιωτικός Οδηγός

<https://mygreekholiday.gr>

Δημήτρης Στεφανάκης blog

<https://dimitrisstefanakis.gr/>

Νίκος Ξυδάκης blog

<http://xydakis.gr/>

Fractal

<https://www.fractalart.gr/>

Anarchy press

<https://anarchypress.wordpress.com/>

Daggerrevolt

<https://daggerrevolt.wordpress.com/>

Τεθλασμένη Ψηφιακή Βιβλιοθήκη

<https://www.bibliotheque.gr/>

In exarchia

<https://www.inexarchia.gr/>

Από τις 4 στις 5

<https://www.apotis4stis5.com/>

In2life

<https://www.in2life.gr/>

Popaganda

<https://popaganda.gr/>

Ligakaikala blog

<http://ligakaikala.blogspot.com/>

Γεωγραφικά συστήματα πληροφοριών

<https://www.gislounge.com/>

Ταξιδιωτικός οδηγός

<https://www.tripadvisor.com.gr/>

Οδηγός Πόλης

<https://www.trip2athens.com/el/>

Βικιπέδια

<https://www.wikipedia.org/>

Οπτικοακουστικό υλικό (Εκπομπές)

Τριανταφυλλίδης Ν.(2015), Τα Στέκια: Στοές της πόλης, ΕΡΤ, Αθήνα

Οικονομίδης Γ.(1994), Μόνο μυρίζοντας Γιασεμί, Αθήνα

Φωτογραφικό υλικό

Η Αθήνα μέσα στο χρόνο

Αρχείο Π. Πουλίδη

Αρχείο Γ. Μπακούρου

Κωστής Μαργιόλης

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Μελέτη στις εμπορικές στοές του κέντρου της Αθήνας

ΣΤΟΑ:

ΗΜΕΡΑ:

ΩΡΑ:

A) Άνθρωποι και τόπος

1. Τι ηλικίες ανθρώπων βλέπετε να καταλαμβάνουν τον χώρο;

- Μεγάλης ηλικίας
- Μεσήλικες
- Νέοι
- Παιδιά

2. Ποιοι είναι οι λόγοι που χρησιμοποιούν τη στοά;

- Για αγορές-ψώνια στα καταστήματα
- Για βόλτα-αναψυχή στους χώρους εστίασης
- Για εργασιακούς λόγους
- Για υπηρεσίες
- Ως περάσματα για να κόψουν δρόμο
- Άλλο... (προσδιορίστε)

3. Συνήθως έρχονται μόνοι τους ή μαζί με άλλους;

- Μόνοι
- Με φίλο/ους-η/ες
- Με άτομα από το οικογενειακό περιβάλλον
- Με τον/την σύντροφο
- Με παιδιά

4. Συνήθως κάθε πότε επισκέπτονται τη συγκεκριμένη στοά;
- Καθημερινά
 - Περισσότερο από 1 φορά τη βδομάδα
 - Περισσότερο από 1 φορά το μήνα
 - Λιγότερο από 1 φορά το μήνα
5. Πόσο χρόνο ξοδεύουν μέσα στη στοά;
- Λίγότερο από μισή ώρα
 - Μισή με 1 ώρα
 - 1 με 2 ώρες
 - Περισσότερο από 2 ώρες
6. Έρχονται περισσότερο άνδρες ή γυναίκες;
- Άνδρες
 - Γυναίκες
 - Αμφότεροι
7. Πώς ντύνονται;
- Καθημερινά
 - Προσεγμένα
 - Παλαιομοδίτικα
 - Άλλο...(προσδιορίστε)
8. Τι μπορεί να δείχνει η συμπεριφορά, η εμφάνιση και οι πρακτικές τους για την κοινωνική, οικονομική και πολιτισμική τους ζωή; (δώστε προσοχή π.χ. στο τι δουλειά μπορεί να κάνουν, είναι φοιτητές, συνταξιούχοι κλπ, ίσως σε ποια κοινωνική τάξη ανήκουν, αν έρχονται μόνοι, τα πράγματα έχουν μαζί τους)
-

9. Θεωρείται η στοά στέκι για ορισμένους ανθρώπους;

- Ναι
- Όχι

10. Πως θα κρίνατε τη σχέση σας με τους ανθρώπους που κυκλοφορούν στη στοά;

- Φιλική
- Τυπική
- Αδιάφορη

B) Αίσθηση του χώρου

1. Θεωρείτε τη στοά...

- Χώρο στάσης
- Χώρο κίνησης

2. Θεωρείτε ότι υπάρχει κάποιο κύριο γνώρισμα στη στοά που την ξεχωρίζει –είτε στην αρχιτεκτονική, στα καταστήματα, στους ανθρώπους είτε οποιοδήποτε άλλο (π.χ. μέσα από την ιστορία και το παρελθόν της)

.....

3. Πώς θα χαρακτηρίζατε την ατμόσφαιρα της συγκεκριμένης στοάς -με βάση το φωτισμό, τις μυρωδιές, τους ανθρώπους που την επισκέπτονται, το τι υπάρχει μέσα σε αυτήν, τους ήχους, τα συναισθήματά σας, την γύρω περιοχή;

- Άνετη
- Μοντέρνα
- Ελκυστική
- Φιλική
- Τοπική
- Ασφαλής
- Ευχάριστη

- Σκοτεινή
- Ακριβή
- Επικίνδυνη
- Αποξενωτική
- Νοσταλγική
- Αδιάφορη

4. Που αποδίδετε τον/τους παραπάνω χαρακτηρισμός/σμούς;

- Στα είδη των καταστημάτων που υπάρχουν μέσα στη στοά
- Στην αίσθηση που προκαλεί η αρχιτεκτονική της στοάς
- Στην γενικότερη αίσθηση της ευρύτερης περιοχής έξω από τη στοά (π.χ. τύπος κτιρίων)
- Στους ανθρώπους που κυκλοφορούν μέσα στη στοά
- Στην ασφάλεια που υπάρχει μέσα στη στοά
- Στη μη ασφάλεια που υπάρχει μέσα στη στοά
- Άλλο...

5. Βλέπετε ότι αλλάζει το τοπίο της στοάς με τον καιρό; Πώς;

- Ναι
- Όχι

Σχόλιο.....

Γ) Γενικές Πληροφορίες

1. Τις δεκαετίες του '50 και του '60 οι στοές του κέντρου της Αθήνας ως εμπορικοί χώροι είχαν έντονη κίνηση. Σήμερα στο σύνολό τους έχουν παρακμάσει. Δέχεστε-γνωρίζετε ότι ισχύει κάτι τέτοιο; Αν ναι, που νομίζετε ότι οφείλεται η παρακμή τους;

.....

2. Έχετε εμπειρίες για τις στοές από προηγούμενες δεκαετίες (π.χ. παιδική ηλικία, αφηγήσεις παλαιότερων γενεών). Ποιες είναι αυτές;

.....
.....

3. Από πότε λειτουργεί το κατάστημα εντός της στοάς;

.....

4. Οποιοδήποτε άλλο σχόλιο θέλουν να προσθέσουν

.....

