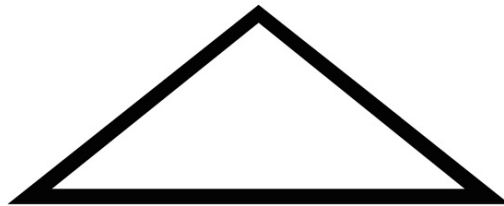




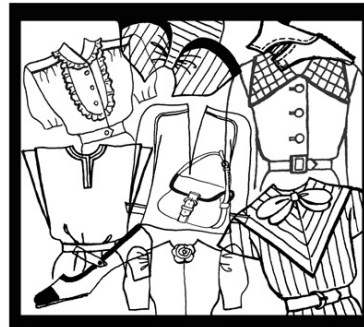
ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ

ΔΙΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ – ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ (Δ.Π.Μ.Σ) «ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»

Μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία που υποβάλλεται
για την εκπλήρωση των απαιτήσεων
για το Διεπιστημονικό - Διατμηματικό
δίπλωμα ειδίκευσης του Δ.Π.Μ.Σ. του Ε.Μ.Π.
«Περιβάλλον και Ανάπτυξη»



ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΑΞΙΑ, ΑΙΓΛΗ, ΜΝΗΜΗ, ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ



ΤΟ ΡΟΥΧΟ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΚΑΙ ΤΑ ΡΟΥΧΑ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ· ΜΙΑ ΘΕΩΡΗΣΗ ΤΗΣ ΣΧΕΣΗΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΝΔΥΣΗΣ

Γεωργία Κοκκοτή
Αρχιτέκτων Μηχανικός

Επιβλέπων: Ι. Σαγιάς - Επίκουρος Καθηγητής Ε.Μ.Π.

Αθήνα, Σεπτέμβριος 2011

**Περιβάλλον
και
Ανάπτυξη**

ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ

**ΔΙΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ – ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
(Δ.Π.Μ.Σ) «ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»**



Διπλωματική Εργασία

**Το ΡΟΥΧΟ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΚΑΙ ΤΑ ΡΟΥΧΑ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ·
ΜΙΑ ΘΕΩΡΗΣΗ ΤΗΣ ΣΧΕΣΗΣ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΝΔΥΣΗΣ**

Γεωργία Κοκκοτή
Αρχιτέκτων Μηχανικός

Επιβλέπων: Ι. Σαγιάς - Επίκουρος Καθηγητής Ε.Μ.Π.

Αθήνα, Σεπτέμβριος 2011

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ευχαριστώ θερμά τον επιβλέπων καθηγητή Ίων Σαγιά για το ενδιαφέρον και την ουσιαστική βοήθειά του σε όλη τη διάρκεια της εκπόνησης αυτής της διπλωματικής εργασίας. Ακόμα θα ήθελα να ευχαριστήσω την κ. Αρανίτου Β. για την εποικοδομητική ανταλλαγή απόψεων.

Τέλος ιδιαίτερα θέλω να ευχαριστήσω τους γονείς μου για την ανεκτίμητη πολυεπίπεδη υποστήριξη τους, που με οδήγησε στην επιτυχή διεκπεραίωση των σπουδών μου.

Γεωργία Κ.

Η αναζήτηση και η διερεύνηση πιθανής σχέσης αλληλεπίδρασης ανάμεσα στην αρχιτεκτονική και στην ένδυση, καθώς και η επίδρασή τους στη σύγχρονη κοινωνικοοικονομική πραγματικότητα αποτελεί το αντικείμενο της εργασίας. Η έρευνα επικεντρώνεται στο αστικό περιβάλλον. Μέσα από αναφορές και παρουσίαση έργων αρχιτεκτόνων και σχεδιαστών ενδυμάτων επιχειρείται να αναγνωρισθούν και να τεκμηριωθούν τα σημεία σύγκλισης αρχιτεκτονικής και ένδυσης. Η σύγκλιση αυτή αφορά σε συγκεκριμένους τομείς και περιγράφει την δυναμικότητα της μεταξύ τους σχέσης στα πλαίσια αυτών. Πρόκειται για σχέση αμφίδρομη, που εντοπίστηκε τόσο σε θεωρητικό επίπεδο όσο και σε πρακτικές, σε επίπεδο σχεδιασμού, υλικών και μεθόδων παραγωγής. Επιπλέον εντοπίζεται η συνενοχή τους στην ενίσχυση της καπιταλιστικής οικονομίας. Με προσέγγιση των φαινομένων του πολιτισμού της αστικής καθημερινότητας καθώς και παρατήρηση και ανάλυση της επιλεγμένης περιοχής μελέτης προσδιορίζεται ο καθοριστικός τους ρόλος στην διαμόρφωση αυτής, καθώς η αρχιτεκτονική και η ένδυση αντιμετωπίζονται στις μέρες μας σαν εργαλεία μετάφρασης των σύγχρονων αστικών χωροκοινωνικών μεταβολών αλλά και προώθησης καταναλωτικών προτύπων και lifestyle.

Λέξεις - Κλειδιά

«Αρχιτεκτονική, Ένδυση, Κατανάλωση, Αστικό περιβάλλον»

ABSTRACT

The quest and the exploration of a likely interactive relation between architecture and clothing design, is the subject of this dissertation. The research focuses upon the urban environment, as it has been shaped in the modern social reality. Through references and presentations of architectural projects and fashion designers' creations it is attempted to identify and record the points of convergence between architecture and fashion design. This very convergence describes the dynamic interrelation in the context of specific fields. It is a reciprocal relation that was detected at a theoretical level and in practices, with regards to designing, materials, methods of production, construction and functionality. Furthermore, we can locate their complicity in the assistance of the capitalistic economy. By approaching the cultural appearance of the urban daily routine and by observing and analyzing the chosen area of research their determinant role in the shaping of the cultural appearance of the urban daily routine is defined. Moreover, both architecture and clothing are used now days as translating tools for the modern changes of society and space and also as the promoters of the consuming model and lifestyle.

Keywords

«Architecture, Clothing design, Consumption, Urban environment»

1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ	14
1.1	ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	14
1.2	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	17
1.3	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	20
2	ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΝΔΥΣΗ:	
	ΣΧΕΣΗ ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗΣ	22
2.1	ΠΑΡΕΛΘΟΝ ΚΑΙ ΠΑΡΟΝ	22
2.2	ΚΑΤΑΦΥΓΙΟ	30
2.3	ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΚΑΙ ΕΦΗΜΕΡΟ	36
2.4	ΕΠΙΤΗΡΗΣΗ	41
2.5	ΑΠΟΔΟΜΗΣΗ	47
2.6	ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ	54
3	ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΝΔΥΣΗ:	
	ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ	58
3.1	ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΝΔΥΣΗ: ΣΧΕΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ Ή ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ;	58
3.2	ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΝΔΥΣΗ: ΘΥΜΑΤΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ	62
3.3	ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ	66

3.4	ΚΤΗΡΙΟ - ΝΑΥΑΡΧΙΔΑ	71
4	ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Ο «ΚΟΜΒΟΣ» CITYLINK ΚΑΙ ΟΙ ΔΥΟ ΑΞΟΝΕΣ	75
4.1	ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	79
4.1α	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	81
4.1β	ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΔΟΜΙΚΕΣ ΦΑΣΕΙΣ	84
4.1γ	ΧΡΗΣΕΙΣ	89
4.2	ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΧΡΗΣΕΙΣ	94
4.3	Η ΚΑΡΔΙΑ ΤΟΥ ΘΥΛΑΚΑ...	99
4.4	...ΚΑΙ ΟΙ ΔΥΟ ΑΞΟΝΕΣ	104
5	ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ	112
6	ΑΝΤΙ ΕΠΙΛΟΓΟΥ	117
7	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	119
8	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	128
8.1	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΙΚΟΝΩΝ ΚΑΙ ΧΑΡΤΩΝ	128

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΕΙΚΟΝΩΝ

- Εικόνα 1: «Σύνθεση απο πατρόν»	16
- Εικόνα 2: «Διάγραμμα χρήσης χώρων για το general staff building στο Hermitage»	16
- Εικόνα 3: «Πατρόν»	16
- Εικόνα 4: «Επεξεργασμένη τομή του Eyebeam museum των Diller + Scofidio»	16
- Εικόνα 5: «Εικονογράφηση των ψυχολογικών επιδράσεων των οπτικών σχεδίων»	22
- Εικόνα 6: «Crystal Palace»	23
- Εικόνα 7: «Κρινολίνο»	23
- Εικόνα 8: «Society dress»	24
- Εικόνα 9: «Διαφήμιση αυτοκινήτου Mercedes Benz 8/38 με φόντο την Weissehofseidlung κατοικία των Le Corbusier και Jeanneret»	26
- Εικόνες 10, 11: «Walking cities»	31
- Εικόνα 12: «Final Home»	32
- Εικόνα 13: «Modular Architecture»	33
- Εικόνα 14: «Refuge wear»	34
- Εικόνα 15: «Transformables»	35
- Εικόνα 16: «Naked Wall House»	36
- Εικόνα 17: «Τοποθέτηση κοντέινερ στο κατάστημα Freitag στη Ζυρίχη»	37
- Εικόνα 18: «Είσοδος των Freitag στη Ζυρίχη»	37
- Εικόνα 19: «Guerilla store»	39
- Εικόνα 20: «Πανοπτικόν»	41
- Εικόνες 21, 22: «Panoramic», H. Chalayan, φθινόπωρο/χειμώνας '98-'99	41, 42
- Εικόνα 23: «Επιτήρηση»	43
- Εικόνα 24: «Δοκιμαστήρια στο Prada store της Νέα Υόρκης»	44

- Εικόνα 25: «Αισθητήρες και καλώδια προσαρμοσμένα σε ύφασμα»	44
- Εικόνες 26, 27: «Gehry's Residence»	49
- Εικόνα 28: «Apartment Building and Observation Tower»	50
- Εικόνα 29: «The Peak»	50
- Εικόνα 30: «Lace Sweater»	41
- Εικόνα 31: «Αποδομητικό ένδυμα της Rei Kawakubo»	51
- Εικόνες 32, 33: «Ενδύματα του Martin Margiela»	52, 53
- Εικόνα 34: «Guggenheim Museum»	54
- Εικόνες 35, 36, 37: «Blur building»	55, 56
- Εικόνα 38: «Afterwords collection», H. Chalayan, φθ./χ. 2000-2001	57
- Εικόνα 39, 40: «Η οδός Σταδίου τη δεκαετία του '30»	82
- Εικόνα 41: «Ανοικοδόμηση του κτηρίου της οδού Σταδίου»	85
- Εικόνα 42, 43: «Το κτήριο της οδού Σταδίου»	86
- Εικόνα 44: «Ανοικοδόμηση του κεντρικού κτηρίου»	87
- Εικόνα 45: «Το κτήριο της οδού Πανεπιστημίου»	88
- Εικόνα 46: «Το πολυκατάστημα Attica»	95
- Εικόνα 37: «Το νέο πέρασμα της στοάς Σπυρόμηλου»	96
- Εικόνα 48: «Κάτοψη του CityLink»	98
- Εικόνα 49, 50: «Όψεις του CityLink τη νύχτα»	102, 103
- Εικόνα 51, 52, 53, 54, 55, 56: «Boutique στην οδό Βουκουρεστίου»	104
- Εικόνα 58, 59, 60, 61, 62, 63: «Διατηρητέα κτήρια στα οποία στεγάζονται πολυεθνικές αλυσίδες μαζικής ένδυσης»	108, 110
- Εικόνα 64: «Κολάζ που απεικονίζει τη μορφολογική σύγκλιση αρχιτεκτονικής και ένδυσης»	116

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΧΑΡΤΩΝ

- Χάρτης 1: «Περιοχή μελέτης»	77
- Χάρτης 2: «Περιοχή μελέτης. Η καρδιά του θύλακα και οι δύο άξονες»	101
- Χάρτης 3: «Βεληνεκές καταστημάτων ένδυσης»	106
- Χάρτης 4: «Ταξινόμηση καταστημάτων σε σχέση με τον τύπο ρουχισμού»	107
- Χάρτης 5: «Διατηρητέα κτήρια»	107
- Χάρτης 6: «Αρχιτεκτονική, ένδυση και πόλη»	109

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ

- Πίνακας 1, «Σχέση αρχιτεκτονικής και τύπου ένδυσης»	114
---	-----

1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η αρχιτεκτονική και η ένδυση, αποτελούν βασικά συστατικά του πολιτισμού ενός τόπου και η παρουσία τους είναι εμφάνης στην καθημερινότητα του. Η σχέση τους, που εντοπίζεται από τα αρχαία χρόνια είναι έκδηλη και στη σύγχρονη εποχή. Οι δύο κλάδοι αντιμετωπίζονται ως εργαλεία μετάφρασης των σύγχρονων αστικών χωροκοινωνικών μεταβολών και παρουσιάζουν σύγκλιση σε διάφορους τομείς της κοινωνικοοικονομικής πραγματικότητας.

Τις τελευταίες δεκαετίες μάλιστα αρχιτεκτονική και ένδυση έχουν συνάψει σχέσεις συνεργασίας καθώς η πρώτη στην υπηρεσία της δεύτερης ενισχύει την εκάστωτε αγοραστική ταυτότητα και προωθεί καταναλωτικά πρότυπα. Από τη συνεργασία αυτή προκύπτουν «κτήρια - ναυαρχίδες» και αγοραστικά κέντρα, διάφορων μορφών και δομών, που κατευθύνουν την δράση και τη συμπεριφορά των χρηστών της πόλης σε αυτήν.

1.1 ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

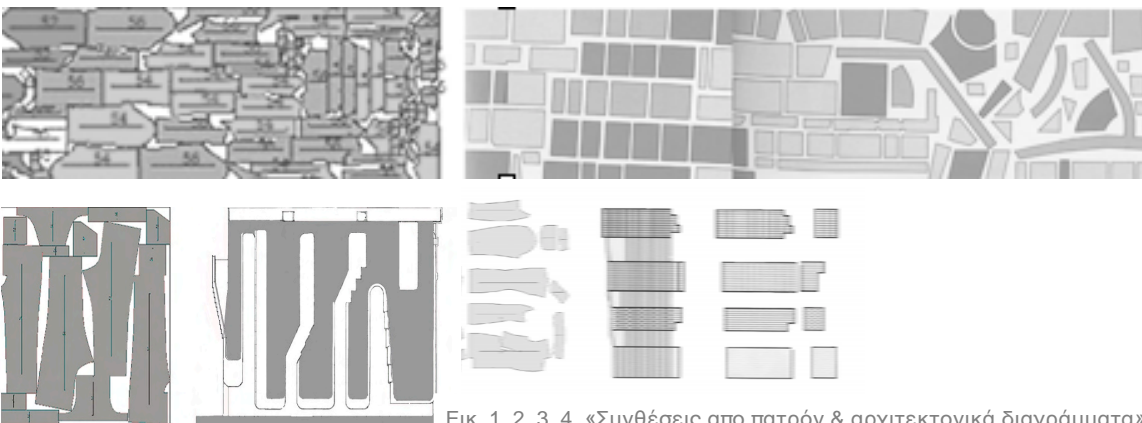
- ▶ Η αρχιτεκτονική και η ένδυση αλληλεπιδρούν στο σύγχρονο αστικό περιβάλλον. Αυτό προκύπτει από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια επιλεγμένων παραμέτρων του σύγχρονου αστικού περιβάλλοντος, που έχουν δυναμική σχέση με αυτό. Οι δύο κλάδοι του πολιτισμού προσαρμόζονται και αντικατοπτρίζουν τις ραγδαίες κοινωνικές, πολιτιστικές και οικονομικές μεταβολές, δημιουργώντας συνθήκες αλληλεπίδρασης και όσμωσης αναμεσά τους. Αυτή η όσμωση, εντοπίζεται σε επίπεδο σχεδιασμού και ιδέας, μεθόδων κατασκευής, επικοινωνίας και συναλλαγής με το περιβάλλον τους.

- ▶ Η αρχιτεκτονική και η ένδυση χρησιμοποιούνται από την καπιταλιστική οικονομία σαν εργαλεία ικανά να ενισχύσουν την κατανάλωση στο σύγχρονο χωρόχρονο της πόλης. Καθώς το σύγχρονο αστικό περιβάλλον έχει οικονομική βάση, η αρχιτεκτονική και η ένδυση εντάσσονται σε αυτό το πλαίσιο και ακολουθούν τους κανόνες της αγοράς. Έννοιες, όπως η μνήμη και η αρχιτεκτονική αξία, λειτουργούν «εκβιαστικά» στη διαμόρφωση της εταιρικής ταυτότητας των ενδυμάτων και τελικά οδηγούν στην προώθηση της κατανάλωσης.

Στόχος της μελέτης είναι η προσέγγιση των σχέσεων αρχιτεκτονικής και ένδυσης. Η έρευνα επικεντρώνεται και τοποθετείται στο αστικό περιβάλλον, όπως αυτό έχει διαμορφωθεί στην σύγχρονη κοινωνική πραγματικότητα. Αρχικά διερευνάται η πιθανή σχέση αλληλεπίδρασης ανάμεσα στα δύο αυτά πολιτιστικά εργαλεία. Μέσα από αναφορές και παρουσίαση των συγχρονων χωροκοινωνικών συνθηκών και έργων αρχιτεκτόνων και σχεδιαστών ενδυμάτων, επιχειρείται η αναγνώριση και η τεκμηρίωση των σημείων σύγκλισης αρχιτεκτονικής και ένδυσης καθώς και της προσαρμογής και των δύο στο περιβάλλον που «αναπύσσονται». Αυτή η σύγκλιση αφορά σε συγκεκριμένους τομείς και περιγράφει την δυναμικότητα της μεταξύ τους σχέσης στα πλαίσια αυτών. Τα έργα των αρχιτεκτόνων και των σχεδιαστών ενδυμάτων, που θα συμπεριληφθούν αποτελούν εκφράσεις του σύγχρονου τρόπου ζωής και πηγάζουν από την κριτική προσέγγιση των συνθηκών του.

Στη συνέχεια αναζητείται η επιρροή της σχέσης συνεργασίας αρχιτεκτονικής και ένδυσης στην διαμόρφωση της κοινωνικοοικονομικής πραγματικότητας καθώς και η προσαρμογή των δύο κλάδων του πολιτισμού στην κουλτούρα της κατανάλωσης. Τα ερωτήματα που απασχολούν την μελέτη διαμορφώνονται ως εξής: «Με ποιόν τρόπο συνεργάζονται αρχιτεκτονική και ένδυση;», «Η χρήση της αρχιτεκτονικής από την ένδυση, με τέτοιο τρόπο ώστε η τελευταία να επωφελείται της

πρώτης με απώτερο στόχο την ενίσχυση της εταιρικής ταυτότητας της, επιδρά στο αστικό περιβάλλον;», «Επιδρά και στην διαμόρφωση καταναλωτικών προτύπων;», «Όταν εμπορευματοποιείται η αρχιτεκτονική ποιός επωφελείται;»



Εικ. 1, 2, 3, 4, «Συνθέσεις απο πατρών & αρχιτεκτονικά διαγράμματα»

1.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Το αρχιτεκτονικό διάγραμμα και το πατρών αποτελούν για την αρχιτεκτονική και τον σχεδιασμό ενδυμάτων αντίστοιχα, το μέσον διερεύνησης της σύλληψης. Βασίζονται και είναι άρρηκτα συνδεδεμένα, με ένα διιστορικά υπαρκτό μέτρο, το ανθρώπινο σώμα. Τόσο στο αρχιτεκτονικό σχέδιο όσο και στο πατρών, το σώμα χρησιμοποιείται σαν σημείο αναφοράς, σαν κλίμακα. Μορφολογικές και εννοιολογικές ομοιότητες μπορούν να εντοπιστούν μεταξύ τους. Η διερεύνηση των ομοιοτήτων αυτών, σε αυτό το πρωταρχικό στάδιο σχεδίασης, αλλά και στα περαιτέρω στάδια της αρχιτεκτονικής διαδικασίας και της διαδικασίας σχεδιασμού ενδυμάτων, αποτελεί το πρώτο αντικείμενο της εργασίας. Δεύτερο αντικείμενο αποτελεί η αναζήτηση επιρροής της σύμπραξης αρχιτεκτονικής και ένδυσης στην διαμόρφωση του αστικού περιβάλλοντος και των καταναλωτικών συνηθειών.

Η αρχιτεκτονική και η ένδυση αποτελούν μέρη του πολιτισμού της καθημερινότητας και κάθε συζήτηση για τον πολιτισμό της καθημερινότητας αφορά στις συνήθειες των ανθρώπων αλλά και στην ίδια την πόλη, υποδοχέα του καθημερινού. Η ανάλυση τέτοιων συνηθειών και φαινομένων απαιτούν διεπιστημονικότητα. Παραδοχή για όλα τα παραπάνω, αποτελεί η άποψη του Henri Lefebvre για την υπερπολυπλοκότητα (hypercomplexity) του κοινωνικού χώρου.¹ Η κοινωνία είναι ένας τόπος και μια αρχιτεκτονική των ιδεών, των μορφών και των κανόνων, των οποίων η ανεικονική αλήθεια εδράζεται στην πραγματικότητα των αισθήσεων, των σωμάτων, των επιθυμιών και των πόθων.²

Μέσα από βιβλιογραφική έρευνα, προσωπικές εντυπώσεις και εμπειρίες αλλά και έρευνα πεδίου, που περιλαμβάνει ένα οικοδομικό τετράγωνο και δύο όμορους σε αυτό οδικούς άξονες στο κέντρο της σύγχρονης

Αθήνας, η δομή της εργασίας διαμορφώθηκε μέσα από συγκρίσεις, επαναπροσδιορισμό και εμπλουτισμό.

Για την προσέγγιση της σχέσης αλληλεπίδρασης ανάμεσα στους κλάδους της αρχιτεκτονικής και της ένδυσης επιλέχθηκαν παράμετροι. Στα πλαίσια των παραμέτρων αυτών γίνεται πιο έντονα αντιληπτή η διαπραγματευόμενη προσαρμογή και αλληλεπίδραση τους στο περιβάλλον. Ο επαναπροσδιορισμός της έννοιας του καταφυγίου, η εφήμερη διάρκεια, η έξαρση της επιτήρησης, η αποδόμηση και η δήλωση ταυτότητας αποτελούν το σύνολο των επιλεγμένων παραμέτρων. Οι παράμετροι αυτοί είναι δυναμικά χαρακτηριστικά του αστικού περιβάλλοντος, το επηρεάζουν και επηρεάζονται από αυτό. Αποτελούν απόρροια των κοινωνικών, οικονομικών, πολιτικών, πολιτιστικών και τεχνολογικών συνθηκών του περιβάλλοντος και της οικολογικής κρίσης που βιώνεται παγκοσμίως σήμερα.

Στη σχέση αλληλεπίδρασης, που διαπραγματεύεται το πρώτο μέρος της εργασίας, έχει προστεθεί τις τελευταίες δεκαετίες η σχέση συνεργασίας ανάμεσα στους δύο κλάδους. Τα αποτελέσματα αυτής της σύμπραξης είναι ποικίλα και διφορούμενα: «κτήρια-ναυαρχίδες», προώθηση καταναλωτικών προτύπων, κ.α. Επιπλέον η πόλη τόσο σε χωρικό όσο και σε κοινωνικοοικονομικό επίπεδο επηρεάζεται και αναδιαμορφώνεται όταν η αρχιτεκτονική τίθεται στην υπηρεσία της βιομηχανίας της ένδυσης. Η παρούσα εργασία αναζητά το μέγεθος και τους τρόπους που επηρεάζει η παραπάνω σύμπραξη την διαμόρφωση ή αναδιαμόρφωση του αστικού τοπίου, προσεγγίζοντας τα προβλήματα που αναδύονται από αυτή και αναλύοντας το φαινόμενο της εμπορευματοποίησης της αρχιτεκτονικής ως φαινόμενο με άμεση επιρροή σε όλα τα επίπεδα ανάγνωσης του αστικού ιστού. Στην προσπάθεια κατανόησης και ανάλυσης των παραπάνω επιλέχθηκε ένας θύλακα μελέτης στο κέντρο της πόλης της Αθήνας. Ο θύλακας απαρτίζεται από ένα πολυχώρο - «κτήριο-ναυαρχίδα» (καρδιά του θύλακα) και δύο εμπορικούς άξονες. Πρόκειται για το CityLink (πρώην Μέγαρο Μετοχικού Ταμείου Στρατού), το οποίο αποδείχθηκε ένα εξαιρετικά πλούσιο έναυσμα για πολυεπίπεδη ανάλυση

ιστορικών, κοινωνικών, οικονομικών και πολιτιστικών πεδίων και τις οδούς Σταδίου και Βουκουρεστίου που πλαισιώνουν κατά το ήμισυ το οικοδομικό τετράγωνο που καταλαμβάνει το σύγχρονο αστικό τοπίο.

¹ Η γενική χρήση του όρου κοινωνικός χώρος περιλαμβάνει απεριόριστη πολλαπλότητα και αναρίθμητες ομάδες κοινωνικών χώρων. Lefebvre H., 1997, «The production of space», english translation Donald Nicholson-Smith, Blackwell, Oxford UK & Cambridge USA, σσ. 86

² Lefebvre H., ό.π., σσ. 139

1.3 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Αρχικά στην εργασία πραγματοποιείται αναφορά σε στοιχεία παραλληλισμού αρχιτεκτονημάτων και ενδυμάτων και η θεωρητική προσέγγιση της σχέσης αρχιτεκτονικής και ένδυσης μέσα από έργα και σκέψεις αρχιτεκτόνων και εκθέσεις. Στην συνέχεια, γίνεται η εισαγωγή στο θέμα της έρευνας στο χρονικό και χωρικό πλαίσιο μέσα στο οποίο διερευνάται. Το πλαίσιο αυτό τοποθετείται στο σύγχρονο αστικό περιβάλλον, που δημιουργεί νέες ανάγκες, εκπορευόμενες από την καθημερινότητα του αστού. Αυτές τις ανάγκες καλούνται να καλύψουν αρχιτεκτονική και ένδυση, επαναπροσδιορίζοντας τον σχεδιασμό, την μορφή και την αλληλεπίδρασή τους.

Στα επιμέρους κεφάλαια του πρώτου μέρους της εργασίας γίνεται η επεξεργασία των σημείων σύγκλισης αρχιτεκτονικής και ένδυσης στα πλαίσια των επιλεγμένων παραμέτρων. Προσεγγίζεται η έννοια του καταφυγίου στην αρχιτεκτονική και στον σχεδιασμό ενδυμάτων. Η ιδιότητα του να παρέχει προστασία θα εξεταστεί μέσω της συνδιαλλαγής αρχιτεκτονικών αρχών και ενδυματολογικών. Διαπιστώνεται η προσαρμογή της έννοιας του εφήμερου στην αρχιτεκτονική, που ανέκαθεν προσδιόριζε την ένδυση. Ερευνάται η έννοια της επιτήρησης τόσο από την αρχιτεκτονική, όσο και από την ένδυση, ως φαινόμενο σε έξαρση, που προκύπτει από την ανάπτυξη των τεχνολογικών συστημάτων. Η έννοια της αποδόμησης μελετάται, σε επίπεδο παραγωγικής διαδικασίας και αναζήτησης νέων μορφών της αρχιτεκτονικής και της ένδυσης. Τέλος διερευνάται ο ρόλος της αρχιτεκτονικής και της ένδυσης στην προώθηση ταυτοτήτων και ο τρόπος που ο αστός μέσω των επιλογών του στην αρχιτεκτονική και ενδυματολογική έκφραση δηλώνει ταυτότητα, αυτοπροσδιορίζεται και ετεροπροσδιορίζεται.

Το δεύτερο μέρος της εργασίας διαπραγματεύεται την «υποταγή» τόσο της αρχιτεκτονικής όσο και της ένδυσης στη σύγχρονη καταναλωτική κοινωνία, πάντα στα πλαίσια του αστικού περιβάλλοντος. Αναζητείται η επίδραση των δύο κλάδων στην διαμόρφωση της δομής και του τοπίου της πόλης καθώς και των καταναλωτικών προτύπων. Γίνεται επεξεργασία του όρου «κτήριο-ναυαρχίδα» και του ρόλου που διαδραματίζουν τέτοιου είδους κτήρια στο κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον της πόλης. Παραδοχή αποτελεί το γεγονός ότι ο σύγχρονος πολιτισμός στις χώρες του αναπτυσσόμενου κόσμου επηρεάζεται και καθορίζεται από την καπιταλιστική οικονομία, βάση της οποίας αποτελούν οι αξίες, τα πρότυπα και οι συμπεριφορές της κατανάλωσης. Στη συνέχεια πραγματοποιείται η ανάλυση της περιοχής μελέτης μέσα από ιστορική αναδρομή και προσδιορισμό της σημερινής εικόνας. Το ενδιαφέρον εστιάζεται τόσο στην ιστορική σημασία του ίδιου του κτηρίου του πρώην Μ.Τ.Σ., όσο και στην σύνθεσή του από χώρους εμπορικούς και πολιτιστικούς, που καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό την καθημερινότητα της πόλης. Στη συνέχεια παρουσιάζεται η καταγραφή της εικόνας του συνόλου της περιοχής μελέτης (καρδιά και άξονες), όπου αναδεικνύεται η σχέση της αρχιτεκτονικής και της ένδυσης με την πόλη. Συμπερασματικά όσα προηγούνται συνδέονται και διατυπώνονται προβληματισμοί μελλοντικής κατεύθυνσης της έρευνας.

2

ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΝΔΥΣΗ: ΣΧΕΣΗ ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗΣ

2.1 ΠΑΡΕΛΘΟΝ ΚΑΙ ΠΑΡΟΝ

Η αρχιτεκτονική και η ένδυση ανταποκρίνονται στην ανθρώπινη μορφή, τα χαρακτηριστικά και τις αναλογίες της που ορίζουν τις διαστάσεις τους. Αρχιτεκτονική και ένδυση ενυπάρχουν σε κοινό χωρικό πλαίσιο, χρησιμοποιώντας υλικά και τρισδιάστατες μορφές που περιβάλλουν το σώμα και χαρτογραφούν τα όρια του.

Στα αρχιτεκτονήματα και τα ενδύματα αντικατοπτρίζεται η οργάνωση της κοινωνίας, οι κοινωνικές δομές, οι ανθρώπινες αλληλεπιδράσεις σε πολιτικό και οικονομικό επίπεδο, και τα τεχνολογικά επιτεύγματα. Τα παραπάνω μετουσιώνονται στην πράξη από τους αρχιτέκτονες και τους σχεδιαστές ενδυμάτων οι οποίοι συνδυάζουν κατασκευαστικές αρχές, αρχές οικονομικής σχεδίασης και αρχές αντοχής και συντήρησης των υλικών, στοχεύοντας στη δημιουργία προτύπων αισθητικής, ιδανικών ομορφιάς και χρονικά ανθεκτικών σχεδίων.

Μια προσεκτική σύγκριση κτηρίων και ενδυμάτων αποκαλύπτει την σχέση της αρχιτεκτονικής και της ένδυσης καθώς πολλά ενδύματα ήταν διακοσμημένα ακόμα και κατασκευασμένα σύμφωνα με αρχιτεκτονικές αναφορές. Η κοινή ρίζα των λέξεων ύφος, ύφανση, φαινόμενο, σχετίζεται με την πλοκή και τις αφηγήσεις των κτηρίων και των ενδυμάτων. Χαρακτηριστικά παραδείγματα της σχέσης αυτής είναι οι πτυχώσεις στους αρχαιοελληνικούς χιτώνες που ήταν μεταφορά των αυλακώσεων του δωρικού και ιονικού κίονα, οι αντρικές φουφούλες του 15^{ου} αιώνα που μιμούνταν τις κολόνες και τις πληθωρικές στηρίξεις εκείνης της περιόδου, οι καμπύλοι σχηματισμοί των φορεμάτων του 1840 που



Εικ. 5, «Εικονογράφιση των ψυχολογικών επιδράσεων των οπτικών σχεδίων», από το περιοδικό τέχνης του Walter Gropius »Design Topics«, 1947

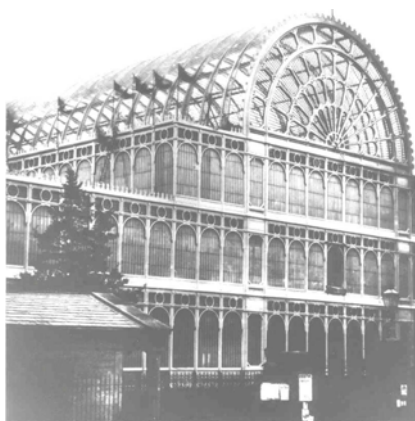
αντέγραφαν τα στρογγυλεμένα παράθυρα και τα τόξα που χαρακτήριζαν την αρχιτεκτονική της συγκεκριμένης περιόδου.

Η μεσαιωνική τάση για την πλήρη καθετότητα αντανακλάται τόσο στο γοτθικό φόρεμα όσο στην αρχιτεκτονική. Παπούτσια και μανίκια σχετίζονται άμεσα με τις τοξοειδείς αψίδες και τις ψηλοτάβανες γοτθικές κατασκευές όπως οι καθεδρικοί ναοί του δέκατου-αιώνα στην Amiens της Γαλλίας και το Salisbury της Αγγλίας.

Οι βαθύτεροι και πιο σύνθετοι παραλληλισμοί μεταξύ των δύο εννοιών, δημιουργήθηκαν με την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και των διαδικασιών κατασκευής. Τη δεκαετία του 1850, η χρήση των προκατασκευασμένων οικοδομικών υλικών και του χάλυβα, είχαν ως αποτέλεσμα τη δημιουργία ελαφρών, ανοικτών κατασκευών και ανοιχτών χώρων, χωρίς ενδιάμεσα δομικά στοιχεία. Σπουδαίο παράδειγμα της εποχής αυτής, αποτελεί το Crystal Palace που σχεδιάστηκε το 1851 από τον Joseph Paxton για την Great Exhibition του Λονδίνου και αποτελείται από ένα ανοικτό πλέγμα χυτοσιδήρου καλυμμένο με γυαλί (εικ. 6). Την ίδια εποχή στον τομέα της κατασκευής των ενδυμάτων παρατηρείται παρόμοια προσέγγιση, καθώς οι σχεδιαστές μόδας αντικατέστησαν τις βαριές στρώσεις των μεσοφοριών με μεταλλικά στεφάνια που υποστήριζαν τις φαρδιές θολωτές φούστες του 1850 (εικ. 7). Η εφεύρεση της ραπτομηχανής, επέτρεψε τη μαζική παραγωγή των ενδυμάτων, τα οποία παράγονταν ταχύτερα και με μεγαλύτερη ακρίβεια.

Οι αισθησιακές, οργανικές καμπυλόγραμμες μορφές και η ρευστή διακόσμηση που έγιναν δημοφιλείς από το κίνημα της Art Nouveau προς το τέλος του δέκατου ενάτου αιώνα, αντικατοπτρίζονται στην ένδυση από τις δημιουργίες του σχεδιαστή Paul Poiret και στη αρχιτεκτονική στο έργο του Louis Sullivan. Ο τελευταίος ενσωμάτωσε στα έργα του κυματοειδείς φυσικές μορφές.

Αργότερα, σύμφωνα με τις αναδυόμενες ιδέες του μοντερνισμού, τόσο η αρχιτεκτονική όσο και η ένδυση κινήθηκαν προς την απλότητα. Οι μορφές ήταν απογυμνωμένες από τον διάκοσμο και ο σκελετός της



Εικ. 6, «Crystal Palace», Great Exhibition, 1851



Εικ. 7, «Κρινολίνο»

κατασκευής ήταν εκτεθειμένος. Ονομαστοί αρχιτέκτονες όπως ο **Le Corbusier** και ο **J.J.P.Oud** και διακεκριμένοι σχεδιαστές μόδας όπως η **Coco Chanel** και ο **Cristobal Balenciaga**, κινήθηκαν προς αυτή την κατεύθυνση.

Η σχολή Bauhaus κατά την δεκαετία του '30 υπογράμμισε την πρακτικότητα και την σύλληψη ότι τα κτήρια και τα ενδύματα πρέπει να εκφράζουν τη λειτουργία τους.

Ο **Andre Courrreges**, που άρχισε τη σταδιοδρομία του ως μηχανικός, δημιούργησε τα καθαρά φουτουριστικά ενδύματα που επηρεάστηκαν βαθιά από τον **Le Corbusier**, συνοψίζοντας τις φιλοδοξίες της ένδυσης και της αρχιτεκτονικής στις δεκαετίες του '50 και '60.

Από την δεκαετία του '60 έως σήμερα τα παραδείγματα που αποτυπώνουν την αλληλεπίδραση των δύο κλάδων σχεδίασης έχουν αυξηθεί καθώς ενισχύονται από την εισαγωγή νέων τεχνολογικών μεθόδων και καινοτόμων υλικών και την διαμόρφωση πρωτόγνωρων συνθηκών στο αστικό περιβάλλον. Αυτή η αλληλεπίδραση έχει εκφραστεί και μέσω της ανάθεσης του σχεδιασμού και της κατασκευής κεντρικών οίκων μόδας - χώρων αγοραστικής εμπειρίας, σε γνωστούς αρχιτέκτονες (**Rem Koolhaas - Prada**, **Toyo Ito - Tods**, **Renzo Piano - Hermes**, κ.τ.λ.).

Οι παραπάνω παραλληλισμοί αρχιτεκτονημάτων και ενδυμάτων αποτυπώθηκαν στο συγγραφικό έργο διάσημων αρχιτεκτόνων.

Ο **Gottfried Semper** θεωρούσε ότι ο σχεδιασμός κτηρίων και ο σχεδιασμός ενδυμάτων έχουν μια αρχαία, πρωταρχική σχέση. Στο έργο του «*Der Stil*» (1860) αποκαλύπτει αυτήν την σχέση, υποστηρίζοντας την τεκτονική ένδυση, που επενδύει τα κτήρια όπως οι χιτώνες τα σώματα στα αρχαία ανάγλυφα. Οι επενδύσεις αποκαλύπτουν, υπονοούν ή κρύβουν, παραπέμποντας στην ύφανση και σε ό,τι αυτή συνεπάγεται.¹

Ο **Adolf Loos** ακολουθώντας την λογική του **Semper**, αναγνώρισε την ομοιότητα αρχιτεκτονικής και ένδυσης στο να περικλείουν χώρο γύρω από το ανθρώπινο σώμα και να το προστατεύουν. Είχε παρατηρήσει την περίεργη αντιστοιχία μεταξύ του ενδύματος των ανθρώπων και του



Εικ. 8, «Society dress», Peter Behrens

εξωτερικού των κτηρίων. (...«Μήπως το ένδυμα με κρόσσια δεν είναι αντίστοιχο του γοτθικού ρυθμού και η περούκα αντίστοιχη του Μπαρόκ;...»)² Στο δοκίμιο του «The principles of dressing» προέτρεπε τους αρχιτέκτονες να πειραματιστούν με τα υφάσματα, συλλαμβάνοντας τα μέσα και τις αισθητικές της κατοίκησης και στην συνέχεια να στραφούν στην αρχιτεκτονική για την υλοποίηση αυτών των αρχών.³ Θεωρούσε την γυναικεία ένδυση / μόδα ως έκφραση της ακαλαισθησίας και της ανηθικότητας του κόσμου και για τον λόγο αυτό, σχεδίαζε ο ίδιος τα ενδύματα της γυναίκας του. Άλλωστε δεν υπήρξε ο μόνος, που θέλησε να αναδιαμορφώσει την γυναικεία ένδυση· ποικίλες ενέργειες προς αυτή την κατεύθυνση έγιναν και από άλλους γνωστούς αρχιτέκτονες όπως: ο **Josef Hoffman**, ο **Peter Behrens** (εικ. 8) και ο **Henry van de Velde**.

Σύγχρονος του **Adolf Loos**, ο αρχιτέκτονας **Otto Wagner** εξέτασε την σχέση αρχιτεκτονικής και ενδύματος θεωρητικά και πρακτικά. Οι απόψεις του για στην σχέση αυτή, περιγράφονται στο απόσπασμα που ακολουθεί: «Οι εικόνες που αναδύει το στυλ μας επιτρέπουν να αντιληφθούμε την στενή και μέχρι τώρα αγνοούμενη σχέση μεταξύ του γούστου, της ένδυσης και του στυλ. Η παρατήρηση πρέπει να μας πείσει ότι η εξωτερική εμφάνιση –τα ρούχα που φορά ο άνθρωπος, τα χρώματα και τα αξεσουάρ- είναι απόλυτα συνδεδεμένα με τις καλλιτεχνικές τάσεις και ρεύματα και δεν θα μπορούσε να ήταν διαφορετικά[...]. Η ένδυση είναι πιο προφανής, ευκολότερα αντιληπτή και ανοιχτή σε επιρροές, προάγγελος του στυλ, ενώ το στυλ αντιπροσωπεύει το δύσκαμπο και εξευγενισμένο γούστο, του οποίου η κριτική απαιτεί συγκέντρωση και κατανόηση».⁴

Ο **Muthesius** στο έργο του «Wo Stehen Wir», αναφέρεται στη σχέση της αρχιτεκτονικής με την ένδυση, απορρίπτοντας όμως την μόδα γιατί ο εφήμερος χαρακτήρας δεν είναι συμβατός με αυτόν της αρχιτεκτονικής. Υποστηρίζει ότι, το ένδυμα είναι κάτι περισσότερο από ένα μοντέλο ή μια απλή μεταφορά για την αρχιτεκτονική. Το ένδυμα σημαίνει αρχιτεκτονική και η αρχιτεκτονική σημαίνει ένδυμα. Χαρακτηριστικά δηλώνει τα εξής: «η κατοικία αποτελεί το ευρύτερο ένδυμα που μας περιβάλλει».⁵

Το ζήτημα παρέμεινε ανενεργό για αρκετό καιρό και επανήλθε στο προσκήνιο με την έκθεση «Intimate Architecture: Contemporary clothing Design» που οργάνωσε η Susan Sidlauskas για το Massachusetts Institute of Technology το 1982. Στην έκθεση εξετάστηκαν οι επίσημες πτυχές της εργασίας οκτώ σχεδιαστών μόδας (Giorgio Armani, Gianfranco Ferré, Krizia, Stephen Manniello, Issey Miyake, Claude Montana, Ronaldus Shamask, Yeohlee Teng) από αρχιτεκτονική άποψη. Τα ενδύματα ερευνήθηκαν με βάση την προσέγγιση της αρχιτεκτονικής σύλληψης, γεωμετρίας και μορφής.

Το 1987 στο σεμινάριο που διεξήχθη από τον Val K. Warke στο Πανεπιστήμιο Cornell, εισήχθη σε θεωρητική βάση η σχέση αρχιτεκτονικής και ένδυσης. Η τελευταία εξετάστηκε για πρώτη φορά συστηματικά, το 1991 στο συνέδριο με θέμα «Αρχιτεκτονική: στην ένδυση» («Architecture: in fashion»).

Την πιο επισταμένη έρευνα της σχέσης των δύο κλάδων αποτελεί η έκθεση «Skin and Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture» που φιλοξενήθηκε στο Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης στο Los Angeles (Νοέμβριος 2006 – Μάρτιος 2007). Η έκθεση οργανώθηκε από τον Brooke Hodge και είναι η πρώτη που εξετάζει σε βάθος την σχέση αρχιτεκτονικής και ένδυσης, χρησιμοποιώντας πολυάριθμα παραδείγματα και από τους δύο τομείς (περιλαμβάνει έργα 46 αρχιτεκτόνων και σχεδιαστών ενδυμάτων).

Η εισαγωγή του ζητήματος σε θεωρητικό και ερευνητικό επίπεδο αλλά κυρίως η εισαγωγή της κοινωνίας στον εικοστό αιώνα, κατέστησαν σαφή την ύπαρξη στοιχείων που συνδέουν την αρχιτεκτονική με την ένδυση. Δημιουργείται ένας διάλογος και μια σχέση αλληλεπίδρασης ανάμεσα στους δυο τομείς, όσον αφορά στις κριτικές προσεγγίσεις θεωριών (του σώματος, της αποδόμησης, της πτύχωσης, κ.α.), στις μεθόδους σχεδίασης και παραγωγής τους, την μορφή τους, τα υλικά που χρησιμοποιούν και τις ανάγκες που καλύπτουν. Τα ενδύματα γίνονται κελύφη, αποκτώντας κατασκευαστικό σκελετό (Issey Miyake's Minaret,



Εικ. 9, «Διαφήμιση αυτοκινήτου Mercedes Benz 8/38, με φόντο την Weissenhofseidlung κατοικία των Le Corbusier και Jeanneret», 1927

συλλογή άνοιξη / καλοκαίρι 1995) και αποθηκευτικούς χώρους (Yohji Yamamoto's secret dress, συλλογή άνοιξη / καλοκαίρι 1999), και μπορούν να μετατρέπονται σε περιβάλλοντα, προσφέροντας στον άνθρωπο προστασία και διασύνδεση με το αστικό τοπίο του (Lucy Orta's Refuge wear, Collective survival Sac 2 persons, 1994). Αντιπροσωπευτική είναι η φράση του Bernard Tschumi: «Η μόλυνση ενός κλάδου από έναν άλλο είναι σύμπτωμα της σύγχρονης αποδιαρθρωμένης κοινωνίας».⁶

Η χρήση της κατασκευής και του όγκου σύμφωνα με τις αρχιτεκτονικές αρχές στην σχεδίαση ενδυμάτων ανακατανέμει τις σωματικές αναλογίες καθώς οι τρισδιάστατες φόρμες το «παραμορφώνουν». Οι σχεδιαστές μόδας εξερευνούν την χρήση ελαστικών μετάλλων, τεχνολογικών συστημάτων, ελαφρών υλικών και πλαστικών που χρησιμοποιούνται στην κατασκευή των κτηρίων, δημιουργώντας εννοιολογικούς χώρους εμπνευσμένους από κριτική προσέγγιση ή εκτίμηση του φυσικού και αστικού τοπίου.

Η αρχιτεκτονική αντλώντας έμπνευση από της αρχές και τα υλικά της ένδυσης, πειραματίζεται με αυτά, αποκτάει εφήμερο και ευέλικτο χαρακτήρα (μεμβρανοειδείς κατασκευές, εκθεσιακά μεταφερόμενα περίπτερα), για να προσαρμοστεί στις ανάγκες του αστικού τρόπου ζωής, που μεταλλάσσονται με ραγδαίους ρυθμούς. Οι οραματιστές της αρχιτεκτονικής και οι σχεδιαστές ενδυμάτων του εικοστού πρώτου αιώνα, δημιουργούν κατασκευές που απευθύνονται στον σύγχρονο άνθρωπο και το τεχνοκρατικό περιβάλλον του, αποκαλύπτοντας μια οπτική γλώσσα με κοινούς αισθητικούς και κατασκευαστικούς άξονες.

Η σχέση του σχεδιασμού, που διέπει τα αρχιτεκτονήματα και τα ενδύματα μπορεί να αναζητηθεί σε ανθρωπολογικό, ιστορικό, τεχνολογικό και κοινωνικό επίπεδο. Παρά το γεγονός ότι αρκετοί αρχιτέκτονες έχουν εντοπίσει και μελετήσει την σχέση μεταξύ αρχιτεκτονικής και ένδυσης, η ασάθεια της ένδυσης και η χρήση της σαν **μόδα**, την αφορίζει από αρκετούς αρχιτεκτονικούς κύκλους, ως «περαστικό **trend**» ανάξιο σημασίας. Εκφραστές του αφορισμού αυτού υπήρξαν ο **Le Corbusier** -

ένας από τους αντιπρόσωπους του μοντερνισμού- και ο θεωρητικός της αρχιτεκτονικής **Charles Jencks**: «Η μόδα είναι μόνο αφρός. Δεν έχει καμία πραγματική σύγκλιση με την αρχιτεκτονική, είναι μόνο μια επικάλυψη».⁷ Παρά την απόρριψη της μόδας, η ένδυση έχει χρησιμοποιηθεί σαν παραλληλισμός για την αρχιτεκτονική. Ο **Le Corbusier** παραλλήλιζε τους λευκούς τοίχους που αντιπροσώπευαν την καθαρότητα που πρέσβευε το Μοντέρνο κίνημα, με λευκό πουκάμισο.³ Ο **Mark Wigley** ισχυρίζεται ότι ακόμα και το λευκό των τοίχων είναι μια δήλωση για την ένδυση. Το λευκό στρώμα της λευκής μπογιάς δεν είναι κενό, ουδέτερο. Γίνεται κατανοητό μεταφορικά ως στρώση, ένδυμα, ύφασμα κάλυψης.⁸

Η ικανότητα ενός αντικειμένου να μεταβάλλεται απορροφώντας τις επιδράσεις του περιβάλλοντος του σχετίζεται με πλήθος χαρακτηριστικών: το μέγεθος του αντικειμένου, το κόστος του, ο χρόνος που απαιτείται για την παραγωγή και την ολοκλήρωση του και η συνολική ποσότητα στην οποία θα παραχθεί σε μια συγκεκριμένη αγορά.² Η ένδυση κατέχοντας χαμηλότερες τιμές στις παραπάνω παραμέτρους συγκρινόμενη με την αρχιτεκτονική, ενσωματώνει και προσαρμόζεται ευκολότερα και ταχύτερα στις κοινωνικές, οικονομικές και πολιτιστικές αλλαγές και συνδέεται με την έννοια της παροδικότητας.

Η αρχιτεκτονική αντίθετα είναι συνυφασμένη με την έννοια της μονιμότητας, γεγονός που ενισχύεται από τα υλικά που ανέκαθεν χρησιμοποιούσε. Η αρχιτεκτονική και η ένδυση έχουν διαφορετικούς χρόνους ζωής. Η σχεδίαση και η πραγματοποίηση ενός κτηρίου απαιτεί χρόνια διαδικασία, ενώ στο διάστημα ενός και μόνο έτους μπορούν να παρουσιαστούν δύο ή και περισσότερες συλλογές ενδυμάτων αναδεικνύοντας διαφορετικές τάσεις (περίπτωση **Zara** και **H&M**). Αυτό το γεγονός βέβαια δεν σημαίνει ότι και στην ένδυση δεν υπάρχουν τάσεις που διαρκούν. Οι περισσότεροι σχεδιαστές ενδυμάτων αναπτύσσουν ένα προσωπικό στυλ που χαρακτηρίζει το έργο τους πέρα από τις εποχές.

Οι σχεδιαστές ενδυμάτων που περιλαμβάνονται στην εργασία, δημιουργούν «εκθεσιακά ενδύματα». Οι τελευταίοι και οι αρχιτέκτονες

εξάγουν ιδέες από εννοιολογικές και φιλοσοφικές πηγές· αντλούν έμπνευση από την ανάλυση και ερμηνεία της οπτικής κουλτούρας, της φιλολογικής θεωρίας, τις σύγχρονες απεικονίσεις της ανθρώπινης μορφής και των τεχνολογικών επιτευγμάτων. Αυτές οι σχεδιαστικές εκδοχές, συνήθως υλικά και μορφολογικά καινοτόμες, εκφράζουν κριτική σκέψη και στοχεύουν στην μοναδικότητά τους, άλλωστε η πολυπλοκότητα και η ιδιαιτερότητα τους καθιστά την μαζική παραγωγή και απορρόφηση τους σχεδόν αδύνατη.

Τόσο τα κτήρια όσο και τα ενδύματα οριοθετούν το περιβάλλον, καθορίζουν τις κινήσεις και διεγείρουν τις αισθήσεις. Το να βρίσκεται κανείς σε ένα συγκεκριμένο χώρο, όπως και το να φοράει ένα συγκεκριμένο ρούχο δηλώνει, προσδιορίζει την ταυτότητα του, αυτό που επιθυμεί να είναι. Η εμπειρία που βιώνεται μέσα σε ένα χώρο-κτήριο ή μέσα σε ένα ρούχο, αναπτύσσει ισχυρούς δεσμούς μεταξύ ατόμου και αντικειμένου, καθώς το τελευταίο γίνεται μέρος μιας προσωπικής ιστορίας.

¹ Wigley M., 1995, «White Walls, Designer Dresses, the Fashioning of Modern Architecture», Cambridge, MIT Press, σσ. 11

² Loos A., 2007, «On Architecture», μτφρ. Mitchel M., Ariadne Press

³ Quinn B., 2003, «The Fashion of Architecture», Berg, σσ. 2

⁴ Wigley M., 1995, «White Walls, Designer Dresses, the Fashioning of Modern Architecture», Cambridge, MIT Press, σσ. 92

⁵ Wagner O., 1988, «Modern Architecture: A Guidebook for His Students to This Field of Art», μτφρ. Mallgrave H. F., Santa Monica: Getty Center for the History of Art and the Humanities

⁶ Tschumi B., 1998, «Architecture and Disjunction», Cambridge, London, MIT Press, σσ. 176

⁷ Quinn B., 2003, «The Fashion of Architecture», Berg, σσ. 8

Wigley M., 1995, «White Walls, Designer Dresses, the Fashioning of Modern Architecture», Cambridge, MIT Press, σσ. 3

2.2 ΚΑΤΑΦΥΓΙΟ

Οι πόλεις σήμερα απολαμβάνουν μια αναγέννηση, καθώς ανασχηματίζονται ώστε να αντικατοπτρίζουν τις αλλαγές της κοινωνίας. Οι αρχιτέκτονες θέτουν τις βάσεις για την δημιουργία μιας ήπιας σχέσης μεταξύ του αστικού τοπίου και του κατοίκου της πόλης.¹ Προσπαθούν να δημιουργήσουν ένα άνετο, σαγηνευτικό και ευχάριστο αστικό περιβάλλον, αντισταθμίζοντας τις αντιθετικές έννοιες της ρευστότητας και σταθερότητας, της παρακωλιώμενης κίνησης και υποθάλπουσας ακινησίας, και να εξισορροπήσουν τα φαινόμενα της μόλυνσης, των αστέγων, της εγκληματικότητας και του συνωστισμού. Με στόχο να ενισχυθεί η προσπάθεια των αρχιτεκτόνων στη βελτίωση του αστικού τρόπου ζωής, η ένδυση προτείνει λύσεις για αυτούς που τον πραγματώνουν και τον βιώνουν.

Οι ραγδαίοι ρυθμοί ζωής αναγκάζουν τους κατοίκους των πόλεων να μετακινούνται συνέχεια μέσα σε αυτές και τελικά είναι πιο πιθανό να ξοδεύουν περισσότερες ώρες εκτός παρά εντός της κατοικίας τους. Το μοντέρνο πρόσωπο της κατοίκησης είναι το σώμα. Μια νέα αισθητική, που αντλεί τη δυναμική της από τον πολυλειτουργικό εξοπλισμό των αστών, δημιουργείται για να ικανοποιήσει την περιοδεύουσα ύπαρξη τους. Αυτή η νέα αισθητική θέτει σε αμφισβήτηση το μελλοντικό ρόλο των κατασκευών, αναβιώνοντας το όραμα για «κινητή αστικοποίηση»² που εισήγαγε η Archigram δεκαετίες νωρίτερα.

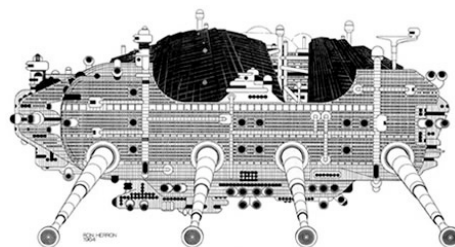
Οι σχεδιαστές δημιουργούν ενδύματα που τα συλλαμβάνουν, σαν τρισδιάστατες χωρικές δυναμικές κατασκευές, έτοιμες να κατοικηθούν και να χρησιμοποιηθούν. Το ρούχο είναι ένα φορητό σπίτι, που σχετίζει την προστατευτική λειτουργία του με το αστικό σύστημα. Η σύλληψη πίσω από αυτές τις κατασκευές υποδηλώνει ότι η αστική αρχιτεκτονική μπορεί να μην δεσμεύεται από τόπο για πάντα.³

Η προστασία από τα καιρικά φαινόμενα και το περιβάλλον ήταν η πρωταρχική ανάγκη για την κατασκευή κτηρίων και ο κατεξοχήν ρόλος της αρχιτεκτονικής. Οι αρχιτέκτονες που μέχρι τώρα είχαν αναλάβει εξολοκλήρου τη λύση προβλημάτων κατοίκησης της σύγχρονης ζωής, καθώς οι αστοί έρχονται όλο και περισσότερο αντιμέτωποι με τα όρια του χτισμένου περιβάλλοντος, βρίσκουν συνοδοιπόρους στο έργο τους σχεδιαστές ενδυμάτων. Οι τελευταίοι αντλούν έμπνευση από τις συλλήψεις του χώρου και των αρχών της αρχιτεκτονικής.

Η Βρετανική ομάδα Archigram, συστήθηκε το 1960 από τη συνεργασία των αρχιτεκτόνων, Warren Chalk, Peter Cook, Dennis Crompton, David Greene, Michael Webb και Ron Herron. Τα εικονικά ενδύματα και οι κατασκευές τους, εμπνεύστηκαν από τον τότε αστικό τρόπο ζωής και από την τεχνολογία της επιβίωσης. Δημιούργησε «τις πόλεις που περπατούν»(walking cities)⁴ (εικ. 10, 11), «οι πόλεις πρίζες»(plug-in cities) και οι «πόλεις κομπιούτερ»(computer cities). Τα ουτοπικά οράματα της Archigram τονίζουν την κίνηση και την επικοινωνία, δίνοντας βάση σε συστήματα κινητής αρχιτεκτονικής, κατοικημένης από κοινωνίες ή άτομα. Ενώ γενικά τα ρούχα θεωρούνται σαν προέκταση του σώματος, η Archigram οραματίστηκε τα ενδύματα να είναι δυσδιάκριτα στο αστικό περιβάλλον, ενσωματώνοντας μια ποικιλία πολιτισμικών επιρροών. Αναγνώρισε ότι τα ρούχα μπορούν πιο εύκολα να προσαρμοστούν στις ανάγκες του σύγχρονου αστού πιο γρήγορα από ότι η αρχιτεκτονική και εισήγαγε ένα σύστημα κατοικήσιμων-φορούμενων αρχιτεκτονικών επιδερμίδων-κατασκευών. Δημιούργησε φουσκωτές στολές που περιείχαν χώρους αποθήκευσης τροφίμων και χώρους όπου ήταν τοποθετημένοι ραδιοφωνικός πομπός και οθόνη τηλεόρασης. Ήταν εξοπλισμένοι να προσαρμόζονται στο περιβάλλον τους και να αλληλεπιδρούν με αυτό αντιδρώντας άμεσα στα προβλήματα που υπήρχαν στα αστικά κέντρα. Τα ενδύματα παρείχαν σε αυτόν που τα φορούσε μια αίσθηση ασύλου καθιστώντας τα ικανά να θεωρηθούν πηγή προστασίας και ασφάλειας.



Εικ. 10, «Walking cities», Archigram, 1964



Εικ. 11, «WalkingCities», Archigram, 1964

Η σύλληψη της αστικοποίησης που παρουσιάστηκε από την ομάδα Archigram και έμεινε θεωρία, επηρέασε αρχιτέκτονες και σχεδιαστές μόδας όπως οι Yeohlee Teng, CP Company, Kosuke Tsumura, Hussein Chalayan που επαναπροσδιόρισαν τα όρια μεταξύ ρούχου, προστασίας, περιβάλλοντος σε μια ποικιλία φορούμενων κατασκευών. Το έργο αυτών των σχεδιαστών αντικατοπτρίζει νέες αρχιτεκτονικές αρχές και αλλαγές στο αστικό περιβάλλον, όπως η αυξημένη κινητικότητα, η ανάπτυξη και επέκταση των μεταβατικών χώρων. Ο αντίκτυπος της σύγχρονης αρχιτεκτονικής είναι ιδιαίτερα ορατός σε ενδύματα που εξοπλίζουν τον αστό στις κινήσεις του μέσα στη ζωή της πόλης και τον προστατεύουν από τις αντίξοες συνθήκες που αναπτύσσονται σε αυτή.

Ο δημιουργός του «Final Home» (εικ. 12), Kosuke Tsumura πιστεύει ότι η αληθινή σημασία της μόδας αναπτύσσεται γύρω από την βιώσιμη εμπειρία, ότι το ένδυμα στο σώμα, μέλλον οραματίζεται πως θα καταρρεύσουν τα όρια μεταξύ της ζωής μέσα στην κατοικία, της ζωής στον δρόμο, με την επιδρομή στη φύση και τη συμμετοχή σε εξωτερικές δράσεις και αθλητικά γεγονότα. Πιστεύει ότι τα ρούχα πρέπει να λειτουργούν σαν κινούμενες κατασκευές για αυτό δημιούργησε το «Final Home», συνώνυμο της προστασίας, της επιβίωσης και της λειτουργικότητας. Το «Final Home» είναι ένα περίβλημα από αδιάβροχο νάιλον, με αρκετές τσέπες ικανές να εξοπλίσουν τον αστό σε κάθε ενδεχόμενο. Σκοπός ήταν να δημιουργήσει μια νέα γκαρνταρόμπα που θα ενσωμάτωνε τις αρχές της κίνησης και της αυτονομίας.

Σε παρόμοια φιλοσοφία με το «Final Home» κινούνται και οι δημιουργίες-καταφύγια της Lucy Orta. «Η μακριά παραμονή εκτός στέγης καταστρέφει γρήγορα την υγεία, φυσική και ηθική. Ο ανεπαρκής χρόνος ύπνου μεγαλώνει το στρες, αδυνατίζει την άμυνα του ανοσοποιητικού συστήματος και επιταχύνει την απώλεια της ταυτότητας και την αποκοινωνικοποίηση».⁵ Το έργο της ενσαρκώνει την άποψη, ότι η κατοίκηση του χώρου συνεπάγεται στην θεώρηση του τελευταίου ως μέρος του σώματος. Τα ρούχα μπορούν να γίνουν αρχιτεκτονικές κατοικίες, προσωρινά καταφύγια που προσφέρουν προστασία από το κρύο



Εικ. 12, «Final Home», Kosuke Tsumura

στις στάσεις του μακρινού ταξιδιού της ανθρώπινης ύπαρξης.⁶ Η Orta επιδιώκει να παράγει και να προσδιορίσει τον αστικό χώρο με την χρήση του ενδύματος, ερμηνεύοντας το σαν κοινωνικό σχόλιο. Επικεντρώνεται στην ατομική ταυτότητα, στην αντίληψη για το σώμα και την κατοικία, προσεγγίζοντας τόσο την αρχιτεκτονική, όσο και την ένδυση σαν γλυπτικές, απτικές και χωρικές εκφράσεις της κοινωνίας. Ξεκινώντας από την ικανότητα αρχιτεκτονικής και ένδυσης να παρέχουν προστασία εξετάζει την έμφυτη δύναμη τους να επικοινωνούν, να διαπραγματεύονται κοινωνικές υποθέσεις και να ενώνουν τα μέλη μιας κοινωνίας. Τα έργα της «Refuge wear» (εικ. 14) και «Modular Architecture» (εικ. 13) υλοποιούν την ερευνά της. Το «Refuge wear», συνδέει την ένδυση με αρχιτεκτονικές αρχές και την τέχνη με τον ιδεολογικό ακτιβισμό. Πρόκειται για μια υφασμάτινη κατασκευή άμεσα μετατρέψιμη σε αρχιτεκτονική του σώματος χρησιμοποιώντας ένα σύστημα αποθηκευτικών χώρων, φερμουάρ, συμπιεστικών συναπτικών μέσων για να τεντώσουν τον ελαφρύ οπλισμό του που το συγκρατεί στο έδαφος. Τα τοιχώματά του, κατασκευασμένα από υψηλής ανοχής υφάσματα, περικλείουν το σώμα με μια μεμβράνη που λειτουργεί σαν δεύτερο δέρμα. Η καλλιτέχνης επεκτείνοντας το «Refuge wear» δημιούργησε το έργο «Modular Architecture». Το τελευταίο ενισχύει την θεμελιώδη λειτουργία της ένδυσης ως προστατευτικού κελύφους και σηματοδοτεί την ικανότητα της να αναλάβει λειτουργίες της σύγχρονης κατοικίας. Συγκροτείται από προσωρινές κινητές κατοικίες, δημιουργημένες από ατομικά τμήματα ή μονάδες που μπορούν να συνδυαστούν σχηματίζοντας διάφορες μορφές ή να φορεθούν σαν προστατευτικά ρούχα (όπως το Refuge wear). Τετραγωνικά, τριγωνικά ή ορθογώνια στο σχήμα τους, τα ατομικά πλαίσια ενωμένα αντικατοπτρίζουν τις πρότυπες αρχιτεκτονικές αρχές. Όποιο συστατικό και αν μετακινηθεί δεν επηρεάζει το υπόλοιπο σύστημα. Τα μεμονωμένα κομμάτια μπορούν να αναδιαταχθούν σε διαφορετικά σχέδια ή ακόμα και να μετακινηθούν ολόκληρα πλαίσια τροποποιώντας την λειτουργία του μέρους.

Εικ. 13, «Modular Architecture», Lucy Orta

Εικ. 14, «Refuge wear», Lucy Orta





Η αστική ένδυση σήμερα αναπτύσσεται ανάμεσα στην ανάγκη για ανεξαρτησία και ασυλία. Η CP Company συνδυάζει την απλή ραπτική τεχνική με την ανεπτυγμένη τεχνολογική δημιουργώντας μια σειρά μετατρέψιμων αντικειμένων-κατασκευών, που μπορούν να πάρουν τη μορφή και το ρόλο επίπλου, σκηνής ή ενδύματος, σχεδόν άμεσα, ανάλογα με τις ανάγκες του κατόχου, δημιουργώντας ένα προσωρινό περιβάλλον. Αυτή η σειρά αποτελείται από τρία μοναδικά αντικείμενα, που φουσκώνοντάς τα διογκώνονται και μετατρέπονται σε κρεβάτι, καρέκλα και ένδυμα (εικ. 15). Είναι φτιαγμένα από μπλε διάφανη πολυουρεθάνη ή από αδιαφανές PVC, ενισχυμένα από στρώμα άνθρακα. Το εξωτερικό στρώμα αποτελείται από λεπτό nylon πλέγμα που το προστατεύει και το αδιαβροχοποιεί. Η σύνθεση της CP Company, ερεύνα τις αρχές της αρχιτεκτονικής και της ένδυσης για να διαμορφώσει και να ορίσει τον χώρο σύμφωνα με τις ανθρώπινες ανάγκες. Επίσης στοχεύουν στην προσέγγιση της φύσης, προσφέροντας στον άνθρωπο τα μέσα να συνυπάρξει με αυτή, μέσα από την προστασία των ατομικών κελυφών.

¹ Quinn, B., 2003, «The Fashion of Architecture», Berg, σσ. 95

² Quinn, B.,ό.π., σσ. 96

³ Quinn, B.,ό.π., σσ. 98

⁴ «walking cities», «οι πόλεις που περπατούν σχεδιάστηκαν το 1964, από τον Ron Herron σαν να βαδίζουν μέσα σε ένα ερειπωμένο κόσμο την επαύριον ενός πυρηνικού πολέμου, δίνοντας την αίσθηση εφιαλτικής σωτηρίας». Frampton, K., 1981, »Μοντέρνα Αρχιτεκτονική, Ιστορία και κριτική», Θεμέλιο, Λονδίνο, σσ. 251

⁵ Κεχρινιώτη Μ., Εμμανουηλίδου Β., «Wand_ge_Wand», «Form follows fashion», Περιοδική έκθεση του Συλλόγου Αρχιτεκτόνων Θεσσαλονίκης, τεύχος 13, Απρίλιος- Μάιος- Ιούνιος 2005, σσ. 19

⁶ Quinn, B., 2003, «The Fashion of Architecture», Berg, σσ. 160

Εικ. 15, «Transformables»,
CP Company, 2000-2001



2.3 ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΚΑΙ ΕΦΗΜΕΡΟ

Μια καινούργια σχέση εγκαθιδρύεται μεταξύ του χρόνου, του χώρου και της αρχιτεκτονικής. Ο σημερινός άνθρωπος βιώνει μια καθημερινότητα διαρκούς αλλαγής σε όλα όσα παλαιότερα θεωρούσε σταθερά. Η αρχιτεκτονική αναγνωρίζει πως οι κοινωνικές εξελίξεις υπερβαίνουν την ευελιξία της, επομένως αυτή επανεξετάζεται και επαναδιατυπώνεται για να δέχεται εφήμερες μεταμορφώσεις, προσαρμοσμένες στις αστικές συνθήκες. Η αλληλοκάλυψη των δραστηριοτήτων, ο κατακερματισμός και η ανασύνθεση του χρόνου (για δουλειά, διασκέδαση, ξεκούραση, μελέτη), οδηγούν με τη σειρά τους σε μια επακόλουθη μεταβολή στην ίδια τη φύση των κτηριακών χώρων.

Σύμφωνα με τους αρχιτέκτονες, Γ. Αίσωπο, Ν. Τραβασάρο, «η νέα κατοικία εγκολπώνει τις μεταβολές του σύγχρονου τρόπου ζωής και σχετίζεται με την αβεβαιότητα και την πολλαπλότητα. Αμφισβητεί τη γεωμετρία, τα στιλιστικά και μορφολογικά στερεότυπα και ασχολείται με τη ροή και τη ρευστότητα. Δεν την αντιμετωπίζουμε πια ως τον χώρο στον οποίο θα περάσουμε όλη μας τη ζωή, παρά ως μια, περισσότερο ή λιγότερο, εφήμερη βάση, μέχρι τη μεταφορά μας στην επόμενη. Με τις ολοένα και πιο εξελιγμένες ηλεκτρομηχανολογικές υποδομές της, η σύγχρονη κατοικία μπορεί να αποτελέσει τη συνέχεια του χώρου εργασίας ή και να ταυτιστεί με αυτόν. Επιχειρώντας να καταστήσουμε τη σχέση μας με την κατοικία / βάση πιο ελκυστική στον λίγο χρόνο που ξοδεύουμε σε αυτήν, της προσθέτουμε διαρκώς καταναλωτικές λειτουργίες: αγορά, γυμναστήριο, πισίνα, οικιακός κινηματογράφος, γκαράζ, γήπεδα κ.ά. Η κατοικία οδεύει προς ένα νέο υβρίδιο κατοικίας και κατανάλωσης».¹

Σε πόλεις όπως το Τόκιο όπου «η αρχιτεκτονική είναι και αυτή μέρος της κατανάλωσης, φαίνεται ελαφριά, εφήμερη».² Οι μεταμορφώσεις στις κατασκευές αγγίζουν τα πάντα. Τα αποτελέσματα οδηγούν σε



Εικ. 16, «Naked Wall House», Shigeru Ban, 2000

συνδυασμούς αναπάντεχων χώρων τόσο από προγραμματικής ή μορφολογικής άποψης όσο και από άποψης ατμόσφαιρας. Ένα παράδειγμα που συγκεντρώνει τα παραπάνω χαρακτηριστικά αποτελεί το Naked Wall House, το οποίο σχεδίασε ο **Shigeru Ban** και βρίσκεται στην περιοχή Kawagoe του Τόκιο. Το καινοτόμο ημιδιάφανο κέλυφος περιβάλλει τον ορθογώνιο δημόσιο χώρο της ελεύθερης κάτοψης. Τα κινούμενα κύλιστρα αποτελούν τους ιδιωτικούς χώρους της κατοικίας μέσα στο ευρύχωρο δημόσιο χώρο της. Κινούμενα πάνω σε ρόδες, συνεχώς αναδιαμορφώνουν την κάτοψη ανάλογα με τις ανάγκες των ιδιοκτητών, προσδίδοντας της έτσι ένα εφήμερο χαρακτήρα και μια δυνατότητα ευελιξίας (εικ. 16).

Τα **Flagship Stores** της εταιρίας Freitag (Zurich, Davos, Hamburg), διαμορφώνονται μέσα σε ανακυκλωμένα κοντέινερ φορτηγών. Το κατάστημα της Ζυρίχης σχεδιασμένο από την **Annette Spillmann** και τον **Harald Echsle** και με επίσημη ονομασία «Freitag Individual Recycled Freeway Shop», είναι ένας πύργος 26 μ.. Διαμορφώνεται από 17 κοντέινερ (εικ. 17, 18). Η βάση του πύργου αποτελεί τον χώρο πώλησης ενώ οι υπόλοιποι όροφοι είναι το σημείο αναφοράς του πύργου με την πόλη. Η ανακύκλωση και η επανάχρηση των υλικών που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία του κτηρίου και των προϊόντων που πωλούνται, συνδέονται με μια κοινή φιλοσοφία και έχουν εφήμερο χαρακτήρα. Η κατασκευή του κτηρίου διαμορφώνεται από κοντέινερ φορτηγών που έχουν αποσυρθεί, χάνοντας την καθορισμένη λειτουργία τους, ενώ στην παραγωγή των προϊόντων χρησιμοποιούνται οι μουςαμάδες τους. Η αρχιτεκτονική των κοντέινερ δίνει αίσθηση ανεξαρτησίας, ευελιξίας και μετατρεψιμότητας αφού πάντα υπάρχει η δυνατότητα ανασχηματισμού του πύργου τοποθετώντας τα κοντέινερ σε διαφορετικές θέσεις.

Οι αρχιτέκτονες **Next Enterprise** εμπνευσμένοι από την «πόλη πρίζα» της **Archigram** δημιούργησαν το «Plug in – Mobile Retail Concept». Είναι μια μεταφερόμενη μπουτίκ που μπορεί να στηθεί οπουδήποτε ακόμα και στην πιο απίθανη τοποθεσία και δημιουργήθηκε για το «Buro unit-f Buro fur Mode» στη Βιέννη. Οι εσωτερικές διαστάσεις οριοθετούνται από τέσσερα



Εικ. 17,18, «Τοποθέτηση των κοντέινερ και είσοδος των Freitag», Ζυρίχη

διαφορετικά στοιχεία, που συνδέονται με διάφορους τρόπους μεταξύ τους, ανάλογα από το πού θα τοποθετηθούν τα ρούχα.

Η ενδυμασία αποτελεί τρόπο έκφρασης, μέσω της οποίας το άτομο προσπαθεί να δηλώσει τη μοναδικότητα, αποκλειστικότητα του. Τα «**guerrilla stores**», τα οποία αποτελούν αλυσίδα καταστημάτων, μέσω του εφήμερου τρόπου λειτουργίας τους εξασφαλίζουν τα παραπάνω χαρακτηριστικά για τους εν δυνάμει πελάτες τους. Τα **guerrilla** είναι ελεύθεροι χώροι, προσωρινοί, ακατέργαστοι, δύσκολο να διακριθούν από τις υπάρχουσες εγκαταστάσεις της περιοχής.³ Αποτελούν ένα είδος διεκδίκησης της πολυτέλειας στον οποίο ο περιέχον και το περιεχόμενο μετατρέπονται σε γεγονός και εμφανίζονται και εξαφανίζονται στον ίδιο γρήγορο ρυθμό. Σε αυτούς τους χώρους η **Rei Kawakubo**, εμπνεύστρια αυτής της φιλοσοφίας, συγκεντρώνει δικές της δημιουργίες, αλλά και δημιουργίες άλλων σχεδιαστών που επιλέγει η ίδια. Ο περιορισμένος αριθμός διαθέσιμων προϊόντων τα κάνει μοναδικά καθώς και η »δέσμευση» ότι τα προϊόντα αυτά δεν πωλούνται οπουδήποτε αλλού στον κόσμο και δεν θα παραχθούν ποτέ τα ίδια ακριβώς. Τα **guerrilla** διαρκούν ακριβώς για ένα έτος, κατόπιν κλείνουν και εγκαταλείπονται, για να επανεμφανιστούν σε κάποιο άλλο μέρος του κόσμου. Τα μέρη που επιλέγονται για να τα φιλοξενήσουν είναι συνήθως περιθωριακά και γίνονται δύσκολα αντιληπτά, καθώς βρίσκονται μακριά από περιοχές υψηλής κατανάλωσης. Στην Ελλάδα τα «**guerrilla stores**», λειτούργησαν από τις 20 Ιανουαρίου του 2006 και για ένα χρόνο, στον όροφο του πολυχώρου **Bios**.

Η μόδα πάντα αντιδρούσε άμεσα στις αλλαγές που υπαγόρευε το **lifestyle**. Η βιομηχανία των ενδυμάτων παρουσιάζει καλύτερη δυναμική στην απορρόφηση των αλλαγών και προσαρμοστικότητα σε σχέση με την αρχιτεκτονική. Η δυνατότητα αυτή εκπορεύεται από αυτή καθαυτή την παραγωγική διαδικασία, αφού η σχεδίαση και υλοποίηση ενός ενδύματος είναι λιγότερο χρονοβόρα από την αντίστοιχη ενός κτηρίου. Η υλοποίηση του σχεδιασμού του τελευταίου απαιτεί πολύ μεγαλύτερη κατανάλωση οικονομικών πόρων, απασχόληση ανθρώπινου δυναμικού και τέλος η

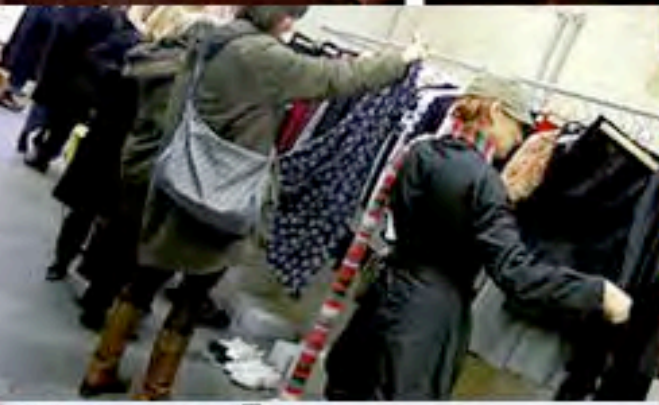
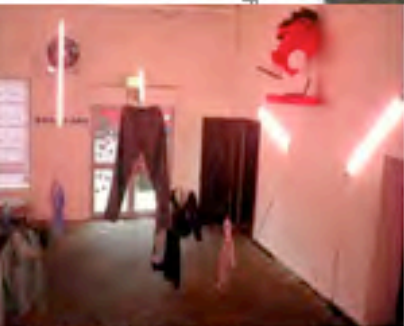
COMME des GARÇONS

GUERRILLA STORE +65

MON-THU 11:00-19:00
FRI-SAT 11:00-20:00
HOLIDAYS CLOSE

OCCUPATION STARTS 22 MAY, 2004
ENDS 21 MAY, 2005

MAGASIN DE MODE DÉTENTE, MARKET, COMME DES GARÇONS, MICHAEL AN...



GUERRILLA RULES

GUERRILLA: a small group of independent people fighting for what they believe in. The Idea: To propose to the local population an array of interesting and creative merchandise in a new way, that is not beholden to seasons, or other industry dictates, and where what counts is the choice of goods and the spirit and the energy, rather than the appearance of carefully designed interiors.

- 1 The guerrilla store will last no more than one year in any given location.
- 2 The concept for interior design will be largely equal to the existing space.
- 3 The location will be chosen according to its atmosphere, historical connection, geographical situation away from established commercial areas or some other interesting features.
- 4 The merchandising will be a mix of all seasons, new and old, clothing and accessories, existing or specially created, from COMME des GARÇONS brands and eventually other brands as well.
- 5 The partners will take responsibility for the lease and COMME des GARÇONS will support the store with the merchandise on a sale or return basis.

84 Peiraios Str.
10435 Athens
tel +30 210 34 25 335
fax +30 210 34 25 336
email >



OCCUPATION

COMME des GARÇONS
GUERRILLA STORE

Opening hours

χρονική περίοδος υλοποίησης του κτηρίου ξεπερνά με διαφορά εκείνη των ενδυμάτων.

Την δυνατότητα απορρόφησης των τάσεων της μόδας καθώς και την αναζήτηση από την καταναλωτική μάζα για μοναδικότητα και αποκλειστικότητα προϊόντων, προσπαθούν να εκμεταλλευτούν μεγάλοι οίκοι μόδας χρησιμοποιώντας την παραγωγή ιδιαίτερων προϊόντων. Η ιδιαιτερότητα των προϊόντων αυτών αναφέρεται τις περισσότερες φορές στην μορφή τους, στο περιορισμένο χρόνο παραγωγής και στον αριθμό των τεμαχίων τους. Τα προϊόντα αυτά εκφράζουν απόλυτα τον εφήμερο χαρακτήρα της μόδας. Παραδείγματα τέτοιων περιπτώσεων είναι παράφραση χαρακτηριστικών λογότυπων γνωστών οίκων (Lacoste, Fred Perry) και η αποκλειστική διάθεση προϊόντων που ο σχεδιασμός τους είναι άρρηκτα επηρεασμένος από το σημείο πώλησης τους (Swatch-Time Square Νέα Υόρκη, Nike Town-Παρίσι).

¹ Σιδηρόπουλος Γ., 1982, «Παρίσι, Biennale '82», «Ανθρωπος + Χώρος», Τεύχος 19, Οκτώβριος - Δεκέμβριος

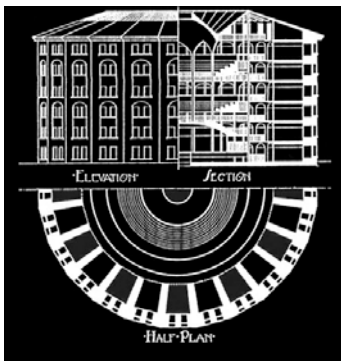
² Βατόπουλος Ν., 2007, «Το νέο σπίτι για τον 21ο αιώνα: Τρεις αρχιτέκτονες μιλούν για την Αθήνα που αλλάζει ύφος εκ των έσω και για τον νέο τρόπο ζωής στο αστικό διαμέρισμα », «Καθημερινή», Κυριακή 11 Μαρτίου

³ Mores C.M., 2006, «From Fiorucci to the Guerilla stores: Shop Displays in Architecture, Marketing and Communications», Marsilio Fondazione Pitti Discovery, σσ. 12

2.4 ΕΠΙΤΗΡΗΣΗ

Η αρχιτεκτονική είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την οπτική και την ικανότητα της τελευταίας να αποκρύπτει και να αποκαλύπτει. Η δύναμη της οπτικής εκφράζεται στο μοντέλο «Πανοπτικόν» του **Jeremy Bentham** που σχεδιάστηκε το 1786 σαν πρότυπο για φυλακές (εικ. 20). Η κοινωνία της επιτήρησης, στη βάση της οποίας αναπτύσσεται το μοντέλο, προβλέπει ότι λίγοι επιτηρούν τους πολλούς από ψηλά. Στα κελιά οι κρατούμενοι επιτηρούνται από ένα τρίτο μάτι, στην κορυφή του πύργου όπου ο φύλακας έχει την πλήρη ορατότητα του πεδίου. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η ανάλυση του **M. Foucault** και συγκεκριμένα αυτή που αναφέρεται στο «Πανοπτικόν» ως χωρική διάταξη που επιβάλλει ένα συγκεκριμένο «πρόγραμμα επιτήρησης», ως ένα αρχιτεκτονικό ιδεώδες της εποχής.¹ Το «Πανοπτικόν είναι ένα χωρικό σύστημα που οργανώνει τα άτομα σε μια κατασκευή ικανή να παρακολουθεί συνεχώς οποιαδήποτε κίνηση τους. Στην περιφέρεια υπάρχει ένα κτήριο κυλινδρικού σχήματος και στο κέντρο ένας πύργος. Ο πύργος έχει μεγάλα ανοίγματα, ενώ το περιφερειακό κτήριο χωρίζεται σε κελιά που το καθένα έχει δύο ανοίγματα τα οποία αντιστοιχούν σε αυτά του πύργου. Οι τρόφιμοι μέσα από τα κελιά τους δεν μπορούν να εντοπίσουν τον επιτηρητή, που παραμένει ανώνυμος, ενώ αυτός τους εντοπίζει ανά πάσα στιγμή. Το διαρκές βλέμμα του, δημιουργεί μια ατμόσφαιρα αυτό-επιτήρησης, με αποτέλεσμα οι τρόφιμοι συνεχώς να ελέγχουν την συμπεριφορά τους, έτσι ώστε να αποτρέψουν την προσοχή του τελευταίου.»²

Η επιτήρηση στον κόσμο της σχεδίασης ρούχων, έχει διερευνηθεί από τους **Hussein Chalayan, Alexander McQueen, John Ribbe** και **Vexed Generation**. Η επιτήρηση στη μόδα κινείται πέρα από οπτικούς μηχανισμούς και στηρίζεται στα βλέμματα και στις οπτικές συναλλαγές. Ο **Alexander McQueen** αναφερόμενος στην πανταχού παρούσα επιτήρηση στη σύγχρονη ζωή, εξερευνά στη «**Dante collection**» (φθινόπωρο / χειμώνας 1996) το φαινόμενο της επιτήρησης ως μέσο που διεγείρει την



Εικ. 20, «Πανοπτικόν», J. Bentham, 1786



Εικ. 21, «Panoramic», H. Chalayan, άνοιξη/καλοκαίρι '99

αίσθηση του φόβου και του θέλητρου. Καλύπτονται μέρη του προσώπου με μάσκες ή ντύνει τα μοντέλα του με υφάσματα που εκθέτοντας το σώμα, ξεκινούν από το στέρνο καλύπτοντας το λαιμό, χέρια, μύτη και όλη τη γνάθο. Τα μέλη του κοινού δεν μπορούν να γνωρίζουν με βεβαιότητα πότε παρακολουθούνται.

Ο Hussein Chalayan έθεσε το κοινό του υπό επιτήρηση στην επίδειξη των συλλογών «Between» και «Panoramic» (Άνοιξη / Καλοκαίρι 1998). Στη συλλογή «Between» (Άνοιξη / Καλοκαίρι 1998), έντυσε τα μοντέλα του μόνο με μαύρα τσαντόρ σε διαδοχικά μήκη. Σκοπός του σχεδιαστή ήταν να ερευνήσει την ικανότητα του παραδοσιακού ισλαμικού φορέματος να προσδιορίσει και να αφαιρέσει την ιδιαιτερότητα του κάθε σώματος, κρύβοντας την ταυτότητα του και διατηρώντας έτσι την ανωνυμία του. Το πιο κοντό τσαντόρ εξέθετε το σώμα του μοντέλου από τη μέση και κάτω, ενώ ένα άλλο μοντέλο εμφανίστηκε στην σκηνή καλύπτοντας μόνο το πρόσωπο του με μια μάσκα (εικ. 23). Με την επίδειξη αυτή ο Hussein Chalayan στόχευε στην αποτίμηση των αντιδράσεων του κοινού από τα μοντέλα τα οποία διατηρούσαν την ανωνυμία τους.

Η έξαρση της παρακολούθησης μέσω της τεχνολογίας παραπέμπει στο «Πανοπικόν». Με την εισαγωγή των συστημάτων παρακολούθησης τη δεκαετία του 1980, το αστικό τοπίο χαρακτηρίστηκε από τη χρήση τους, στοχεύοντας στην επέκταση της οπτικής και της παρακολούθησης. Κλειστά συστήματα τηλεόρασης, video monitors, οθόνες αναγνώρισης προσαρμόζονται στις δημιουργίες της αρχιτεκτονικής στο εσωτερικό και εξωτερικό των περιβλημάτων τους, αφήνοντας να εννοηθεί το εκτεταμένο περιβάλλον επιτήρησης. Όλες οι κινήσεις που λαμβάνουν χώρα μέσα, έξω και πλησίον του κτηρίου, καταγράφονται σε αρχεία. Σταθμοί ασφαλείας, περιοχές περιορισμένης πρόσβασης και σημεία μη ορατά, συναγερμοί, άθραυστα γυαλιά και πόρτες ασφαλείας, είναι πλέον καθιερωμένα τόσο σε ιδιωτικά όσο και σε δημόσια κτήρια. Οι παρευρισκόμενοι στο κτήριο αισθάνονται προστατευμένοι από την έξαρση της παρατήρησης μέσω της τεχνολογίας αλλά δεν αντιλαμβάνονται ότι δεν θα ξεφύγουν ποτέ από αυτή την παρατηρητική



Εικ. 22, «Panoramic», Η. Chalayan, άνοιξη / καλοκαίρι 1999

Εικ. 23, «Επιτήρηση»



μάτια. Η ενατένιση και η παρατήρηση επηρεάζουν την ατομική και συλλογική ταυτότητα του πολίτη όταν αυτός είναι και νιώθει ελεύθερος μέσα στο αστικό περιβάλλον. Τελευταία γίνεται ολοένα πιο αντιληπτή η έξαρση τάσεων για επιτήρηση. Η έξαρση αυτή υποβιβάζει τον άνθρωπο - παρατηρητή και δημιουργό των συστημάτων αυτών, σε αντικείμενο παρατήρησης.

Οι αρχιτέκτονες όπως και οι σχεδιαστές ενδυμάτων βιώνουν το χώρο ως δράση. Ερμηνεύοντας το χώρο σαν αισθητικό, πνευματικό και φυσικό φαινόμενο, ενοποιούν την ένδυση και τη μορφή με αρχιτεκτονικές και χωρικές αρχές.

Καθώς ο χώρος περικλείεται από τα ενδύματα και την αρχιτεκτονική, γίνεται απτός ως προς την μορφή. Τα ενδύματα-κουκούλια και οι πυκνές μεμβράνες της αρχιτεκτονικής, μπορούν να εκφράσουν τόσο την ασφάλεια του ιδιωτικού χώρου όσο και την αποξένωση και την αστάθεια του δημόσιου. Το δημόσιο και το ιδιωτικό αποτελούν όρια που περιγράφουν και προσδιορίζουν το χώρο. Η εμπειρία του χώρου μπορεί να γίνει αντιληπτή ερευνώντας τα όρια, τις οπτικές και υλικές συναλλαγές που τον δημιουργούν. Η αντίληψη και κατανόηση του χώρου πέρα από τα όρια που δημιουργεί η διχοτόμος φύση του δίπολου: εσωτερικό-εξωτερικό, ανοιχτό-κλειστό, δημόσιο-ιδιωτικό, επιτυγχάνεται μέσω της επιτήρησης. Καθώς η επιτήρηση αναθεωρεί τους κανόνες που διέπουν τη δημόσια και ιδιωτική ζωή, οι διαφορές μεταξύ εσωτερικού και εξωτερικού χώρου και των ορίων του εξαφανίζονται. Η αρχιτεκτονική στην προσπάθεια της να συντρίψει την διαφοροποίηση του μέσα και του έξω κάνει χρήση του εννοιολογικού σχεδιασμού (conceptual design). Η επιτήρηση με την χρήση τεχνολογικών μέσων επιτυγχάνει την κυριολεκτική συντριβή τους.

Το σώμα γίνεται όλο και περισσότερο παρακολουθήσιμο από τον κόσμο της μόδας και δημιουργεί μια παράλληλη κουλτούρα αυτό-επιτήρησης, στην οποία το άτομο περιεργαζόμενο τον εαυτό του εξετάζει την κοινωνική του αποδοχή. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο η εταιρεία Prada στο



Εικ. 24, «Δοκιμαστήριο στο κατάστημα Prada», Νέα Υόρκη



Εικ. 25, «Αισθητήρες σε ύφασμα»

κατάστημα της Νέας Υόρκης, δημιούργησε μια ατμόσφαιρα αυξημένης οπτικής, περιβάλλοντας τους αγοραστές με ηλεκτρονικές οθόνες, οθόνες προβολής ταινιών τέχνης και κινηματογράφου, κάμερες, διαφημιστικές καμπάνιες. Τα τεχνολογικά μέσα τοποθετούνται σε όλους τους χώρους και προκαλούν διαδράσεις ακόμα και στα δοκιμαστήρια (εικ. 24). Η κάμερα καταγράφει κάθε κίνηση, η οποία προβάλλεται στις οθόνες, δίνοντας στον καθένα τη δυνατότητα να απολαύσει τη δημοσιότητα και υπονοώντας τη λειτουργία των ενδυμάτων σαν γέφυρα του χάσματος μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού προσώπου. Οι πελάτες παρακολουθώντας τις εικόνες που προβάλλονται από τις οθόνες, αποσπούνται από το γεγονός ότι παρακολουθούνται.

Η παρακολούθηση του εαυτού μας αλλά και των άλλων αποτελεί πλέον γεγονός όχι μόνο στα κτήρια αλλά και στα ενδύματα. Καλώδια, κεραίες και άλλα τεχνολογικά χαρακτηριστικά ενσωματώνονται στον σχεδιασμό των ρούχων παρέχοντας ασύρματη πρόσβαση στο διαδύκτιο, κινηματογραφικές αναμεταδόσεις που μέχρι πρόσφατα απολάμβαναν μόνο τα κτήρια (εικ. 25). Η «τέκνο-μόδα» (techno fashion) δίνει τη δυνατότητα σε αυτόν που τη φορά να επικοινωνεί με βάσεις δεδομένων και να ανακτά πληροφορίες που εσωκλείουν οι καλωδιώσεις του ενδύματος, να μιλάει στο τηλέφωνο ασφαλέστερα και να παρακολουθεί εικόνες από άλλο μέρος. Αυτός που φοράει το τέκνο-ένδυμα συνδέεται με συστήματα πέρα από το άμεσο περιβάλλον του αποκτώντας την ικανότητα να ερμηνεύει την επικοινωνία και την επιτήρηση με δικούς του όρους. Τα ενδύματα έχουν το πλεονέκτημα να συνδυάζουν την τεχνολογία της επιτήρησης με την κινητικότητα και την αλληλεπίδραση («remote control dress», Hussein Chalayan, άκαμπο περίβλημα – ένδυμα που διαμορφώνεται, αντιδρώντας στις θερμοκρασίες του περιβάλλοντος). Το συνεχές βλέμμα του **Big Brother** παίρνει αντίθετη τροπή καθώς το άτομο είναι αυτό που πλέον παρακολουθεί το περιβάλλον γύρω του και όχι το περιβάλλον το άτομο.³ Η «τέκνο-μόδα» εξοπλίζει το άτομο που φοράει το ρούχο, με τα μέσα για να αντεπεξέλθει στο περιβάλλον αλλά και να βρίσκεται σε αδιάκοπη επικοινωνία με αυτό.

¹ Jeremy Bentham, 1748-1832. Βρεταννός αρχιτέκτονας και φιλόσοφος, εμπνευστής του πανοπτικού και του δόγματος του ωφελισμού, Quinn, B., 2003, «Fashion of Architecture», Berg, σσ. 21

² Foucault M., 1995, «Discipline & Punish: The Birth of the Prison», NY, Vintage Books, σσ. 195-228

³ Καρκατσέλας Ν., Κηρυττοπούλου Κ., 2005, «Επ-Ενδύοντας το σώμα», «Form follows fashion», περιοδική έκθεση του Συλλόγου Αρχιτεκτόνων Θεσσαλονίκης, τεύχος 13, Απρίλιος- Μάιος- Ιούνιος, σσ. 2

2.5 ΑΠΟΔΟΜΗΣΗ

Η μέθοδος της αποδόμησης είναι μια μετα-στρουκτουραλιστική κριτική, στην οποία εξαφανίζονται η συνοχή και η αυθεντία του αντικειμένου που ερευνάται. Χαρακτηριστικό γνώρισμα της αποδόμησης είναι το μη οριστικό, το μη τελικό, το μη μονοσήμαντο και η απουσία του δεδομένου. Ο όρος αποδόμηση ήταν και ακόμα είναι στενά συνδεδεμένος με τον Γάλλο φιλόσοφο Jacques Derrida. Ο Derrida ενδιαφερόταν για τον τυπικό μηχανισμό της γλώσσας και προσπαθούσε να αναγνωρίσει τις δυαδικές αντιθέσεις που περιλαμβάνει ένα κείμενο, σκοπεύοντας να υπονομεύσει την θεμελιωμένη ιεραρχία που τα διέπει. Το 1967 με τα έργα του «Περί γραμματολογίας», «Η φωνή και το φαινόμενο», «Η γραφή και η διαφορά», υποστηρίζει ότι τίποτα δεν προηγείται από κάτι άλλο με την έννοια μιας δυαδικότητας κατά την οποία το ένα προηγείται και είναι ανώτερο του άλλου, δηλαδή το καλό προηγείται από το κακό, το θετικό από το αρνητικό, το νόμιμο από το άνομο, η ομιλία από τη γραφή. Προκάλεσε την άποψη σύμφωνα με την οποία σε κάθε κείμενο αντιστοιχεί μια μοναδική ερμηνεία, υποστηρίζοντας ότι η ολοκληρωτική κατανόηση ενός κειμένου είναι αδύνατη καθώς αυτό παρουσιάζει διαφορετικές, ακόμα και συγκρουόμενες ερμηνείες. Η ρητορική της ντεριντιανής αποδόμησης – «κατεδάφιση», «διάσπαση», «ρήξη», «διάστρωση» – περισυλλέχθηκε από άλλους τομείς, συμπεριλαμβανομένων εκείνων της τέχνης, του κινηματογράφου, της μόδας, της λογοτεχνίας και της αρχιτεκτονικής. Στις αναφορές του Γάλλου φιλόσοφου για την αποδόμηση γινόταν συχνά χρήση αρχιτεκτονικών όρων, όπως δομή, κατασκευή, θεμελίωση και κατοίκηση.¹

Η αποδόμηση αποτελεί ουσιαστικά ένα χωρικό concept, καθώς διαπραγματεύεται την σχέση μεταξύ του κενού και του χώρου, ικανό να συμπεριλάβει διάφορες μη συμβατές θέσεις μέσα σε ένα θεωρητικό πλαίσιο. Παράγει φαντασιώσεις εγκλεισμού και αποκλεισμού και λειτουργεί σαν διαλεκτικός σύνδεσμος που ερμηνεύει μια ποικιλία

αισθητικών, μορφών και δρώμενων. Η αποδόμηση προσομοιώνει την αποσάθρωση και τον κατακερματισμό που συνδέεται με την αστική παρακμή. Η εμπειρία της αστικής ζωής προϋποθέτει την καταστροφή του σώματος (γενικευμένο σεξ, ναρκωτικά, αλκοόλ, ραγδαίες δίαιτες, αγχώδεις ρυθμοί ζωής). Η αποδομητική αρχιτεκτονική και μόδα μεταφέρει τον αβέβαιο άνθρωπο-φερώνυμο σε μια αστική ταυτότητα.

Η προσπάθεια εντόπισης των μη συμβατών θέσεων της αποδόμησης σαγηνεύει τους σύγχρονους τόσο αρχιτέκτονες όσο και σχεδιαστές μόδας. Οι τελευταίοι δουλεύοντας με μεθόδους σχεδόν αντιθετικές στην δομή, την κατασκευή και την τεχνική, παρέχουν μια πλούσια πηγή νεωτερισμών που ξεπερνούν τις παραδοσιακές. Με αυτές τις μεθόδους το κενό φαίνεται να αναδύεται από την αρχιτεκτονική διατριβή και από το κίνημα της αντί-μόδας, τα οποία έχουν μια σχέση αλληλεπίδρασης. Ταυτόχρονα η αποδόμηση παράγει κριτικές εμφανίζοντας την ικανότητα της να κινείται ανάμεσα στην τυπική μορφή και την μορφή που διέπεται από μια σύλληψη, αντιστρέφοντας την κυριαρχία των συμβόλων με αποτέλεσμα να αναδεικνύει τις διακυμάνσεις της μόδας.

Η αρχιτεκτονική του Pompidou Center (1971-1977) από τους Richard Rogers και Renzo Piano - χρονικά συνδεδεμένη με την διάδοση της αποδόμησης - αποτέλεσε τον πυρσό της αποδομητικής τάσης στην αρχιτεκτονική. Σηματοδότησε ένα νέο τεχνολογικό και εννοιολογικό μανιφέστο. Η έκθεση του σκελετού ήταν μια προσπάθεια προβολής της μηχανικής και μηχανολογικής διάστασης της αρχιτεκτονικής. Τοποθετώντας τα παραδοσιακά κρυμμένα χαρακτηριστικά ενός κτηρίου σε κοινή θέα υπογραμμίστηκε η ομορφιά και η δύναμη ολόκληρου του κτηρίου.

Η έκθεση «Αρχιτεκτονική Αποδόμησης» («Deconstructivist Architecture») που διεξήχθη το 1988 στο μουσείο μοντέρνας τέχνης, της Νέας Υόρκης (MOMA), επισήμανε τη νέα υφολογική τάση, ομαδοποιώντας τα τρέχοντα αρχιτεκτονικά projects με βάση τον νέο όρο «Αρχιτεκτονική Αποδόμησης». Η έκθεση ήταν δημιουργία της συνεργασίας του Mark Wigley με τον Philip Johnson. Παρουσίαζε έργα επτά αρχιτεκτόνων (Frank

Gehry, Zaha Hadid, Peter Eisenman, Daniel Libeskind, Bernard Tschumi, Rem Koolhaas και Coop Himmelb), των οποίων η σύλληψη για την σχεδίαση των αρχιτεκτονημάτων τους σχετιζόταν με την αποδομητική σκέψη. Οι Mark Wigley και Philip Johnson, συνέδεσαν τις αρχιτεκτονικές δημιουργίες με την φιλοσοφία της αποδόμησης, όπως αυτή εκφράστηκε από τον Jacques Derrida και από το κίνημα του Ρωσικού κονστρακτιβισμού. Από τους αρχιτέκτονες που συμπεριλήφθηκαν στην έκθεση, μόνο ο Eisenman και ο Tschumi παραδέχονταν επίσημα την σχέση τους με τον Derrida και μόνο η Hadid με τον κονστρουκτιβισμό. Η έκθεση υπήρξε το έναυσμα τόσο για τους αρχιτέκτονες όσο και για το κοινό, προκειμένου να αρχίσουν να αντιλαμβάνονται τη μορφή με έναν διαφορετικό τρόπο, με μια διαφορετική ευαισθησία μέσω της οποίας η καθαρή μορφή έχει διαταραχθεί, έχει υποστεί αλλαγές.

Ένας αρχιτέκτονας του οποίου η πρακτική χαρακτηρίζεται από το συνδυασμό στοιχείων ήδη υπάρχοντων κτηρίων με μη συμβατούς τρόπους, είναι ο Frank Gehry. Ο τελευταίος ασχολήθηκε με τη διάσπαση της μορφής, με χαρακτηριστικό παράδειγμα το μετασχηματισμό της κατοικίας του, στη Santa Monica της Καλιφόρνια το 1977, το οποίο ίσως θεωρείται ένα από τα πρόωρα αποδομητικά έργα. Ο Gehry επέλεξε να τυλίξει το εξωτερικό του σπιτιού με ένα νέο περίβλημα, αφήνοντας όμως το παλιό ορατό. Αρχικά ο Gehry, αφαίρεσε και πρόσθεσε στοιχεία στην υπάρχουσα δομή για να δημιουργήσει νέες μορφές και χώρους. Απογύμνωσε, σε ορισμένα σημεία, το εξωτερικό δέρμα του κτηρίου, τρύπησε τη στέγη και αφαίρεσε τμήματα της πρόσοψης, προκειμένου να εισάγει τις στριμμένες - διαστρεβλωμένες προεξέχουσες μορφές, να εισχωρήσει το φως, να αυξήσει το χώρο και να αποκαλύψει το σκελετό της δομής. Αυτές οι νέες μορφές φαίνονται να ωθούνται, να ξετρυπώνουν από το υπάρχον κτήριο σαν να είχαν παγιδευτεί μέσα του. Ξαφνικά ελευθερώνονται και αυξάνονται μέσω των τοίχων και της στέγης. Ο Gehry τοποθέτησε γυαλί πάνω από ορισμένα μέρη της εσωτερικής δομής και άφησε τα παράθυρα μπροστά από έναν τοίχο. Χρησιμοποίησε τα ήδη υπάρχοντα υλικά και υλικά χαμηλού κόστους

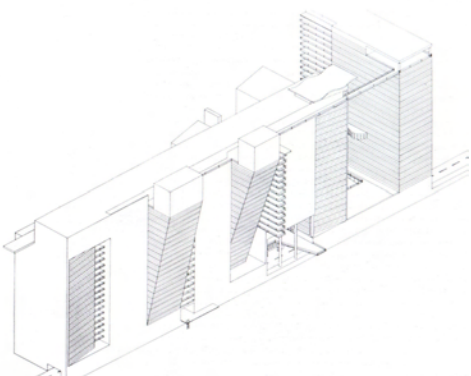


Εικ. 26, 27 «Gehry's Residence», Santa Monica, California, Frank Gehry

όπως, μέταλλο, κοντραπλακέ και ξύλο, αλλά πειραματίστηκε επίσης και με μη συμβατικά υλικά. Αυτά ήταν έτοιμα βιομηχανικά υλικά σε στρώσεις, όπως το αλυσιδωτό πλέγμα και ο χάλυβας, τον οποίο τοποθέτησε πάνω από ορισμένα ανοίγματα και μέρη της πρόσοψής του σπιτιού (εικ. 26, 27).

Ένα από τα πρώτα έργα του **Rem Koolhaas**, στο οποίο πειραματίζεται με την αρχιτεκτονική της αποδόμησης είναι το «Apartment Building and Observation Tower» στο Ρότερνταμ. Η σύνθεση, που λειτούργησε αρχικά ως πολυώροφο κτήριο διαμερισμάτων, περιείχε επίσης δημόσιες λειτουργίες (σχολείο, ξενοδοχείο, κέντρο υγείας, πισίνα). Είναι δύσκολο να θεωρηθεί το συγκεκριμένο έργο του **Koolhaas** είτε μια ενιαία, μονολιθική οριζόντια πλάκα είτε ως μια σειρά πέντε ξεχωριστών πύργων, δεδομένου ότι το κτήριο μπορεί να «διαβαστεί» και με τους δυο τρόπους ταυτόχρονα. Η ογκώδης, μονολιθική μάζα διαστρεβλώνεται από τους πύργους, καθώς οι τελευταίοι παίρνοντας κλίση εκτοξεύονται από τον όγκο της και με τη σειρά τους οι πύργοι διαστρεβλώνονται από τον όγκο-μονόλιθο, ο οποίος εμφανίζεται να τους τεμαχίζει. Μόνο ο πύργος που βρίσκεται στην άκρη, φαίνεται να αποσυνδέεται από την «κάπως χαοτική» γενική σύνθεση χωρίς να είναι εμφανή τα αποδομητικά στοιχεία. Το αξονομετρικό σχέδιο του κτηρίου παραπέμπει στο σχέδιο των Ρώσων κονστρουκτιβιστών, με τις τεμαχισμένες μορφές και την ταυτόχρονη αναμετάδοση ποικίλων πληροφοριών - μέρη, σύνολο, κάτοψη, όψη (εικ. 28).² Στο έργο του **Koolhaas**, οι αιχμηρές ευθύγραμμες μορφές και ο τεμαχισμός του όγκου, τον διαστρεβλώνουν και τον εξαρθρώνουν.

Το 1982 η **Zaha Hadid** κέρδισε τον αρχιτεκτονικό διαγωνισμό για την ανάληψη του έργου «The Peak», ενός spa στο Χονγκ Κονγκ. Η μελέτη - που δεν υλοποιήθηκε ποτέ - είναι αξιοπρόσεκτη για τον προτεινόμενο μετασχηματισμό της, για τη φυσική τοπογραφία της περιοχής μέσω της εκσκαφής. Η αρχιτέκτων επηρεασμένη από τις σπουδές της στα μαθηματικά, χρησιμοποίησε στην σχεδίαση της μορφής του «The Peak», εντόνους επιθετικούς άξονες. Τα στοιχεία του κτηρίου φαίνονται να επιπλέουν και οι μορφές του επανατοποθετούνται για να αντιμετωπίσουν



Εικ. 28, «Apartment Building & Observation Tower», Rotterdam, Rem Koolhaas



Εικ. 29, «The Peak», Hong Kong, Zaha Hadid

η μια την άλλη, επαναστατώντας ενάντια στα παραδοσιακά παράλληλα επίπεδα (εικ. 29).

Στην ένδυση η **αποδόμηση** διατάραξε τις θεμελιώδεις αρχές δημιουργίας. Τα αποδομημένα ενδύματα δείχνουν ατελή, με σκισμένα στριφώματα και άκρες. Ορισμένες φόρες, δείχνουν ανακυκλωμένα ή σαν να περιλαμβάνουν ξεχωριστά κομμάτια. Συνήθως είναι σκούρα στο χρώμα, υποδηλώνοντας φτώχεια, ρήμαγμα, εξαχρείωση ενώ οι σιλουέτες τους τείνουν να κρύβουν το σώμα και την ευκρίνεια της όψης του. Οι αισθητικές που σχετίζονται με την **αποδόμηση**, ενώ όταν εισήχθησαν στην μόδα συνδέθηκαν με την περιφρόνηση, κατά την διάρκεια της περασμένης δεκαετίας προσεγγίστηκαν ραγδαία τόσο από την «γενική εμπορική τάση» όσο από την υψηλή ραπτική. Πάρα το γεγονός ότι η **αποδόμηση** στην ένδυση είναι σχετικά νέα (Zandra Rhode, Helmut Lang, Rei kawakubo, Yohji Yamamoto, Martin Margiela, Junya Watanabe, Victor & Rolf, κ.α.), ιστορικά προηγούμενα υπάρχουν.

Στην Αναγέννηση ένα από τα πιο περίεργα φαινόμενα της **μόδας**, ήταν τα σκοπίμως ψαλιδισμένα μανίκια που αποκάλυπταν άλλες στρώσεις πολυτελών μεταξωτών υφασμάτων. Ακόμα ένα παράδειγμα ήταν η ρημαγμένη εμφάνιση των ανθρώπων που προσπαθούσαν να αποκτήσουν τα προς το ζην πουλώντας παλιά, χρησιμοποιημένα ρούχα και υφάσματα. Το πρώτο, σύγχρονο μανιφέστο **αποδόμησης** παρουσιάστηκε στα ρούχα των runk. Η αισθητική τους περιελάμβανε χρησιμοποιημένα και vintage ρούχα εμφανώς σκισμένα (Vivienne Westwood, Malkom McLaren). Η πρώτη συλλογή ενδυμάτων υψηλής ραπτικής σε runk ύφος δημιουργήθηκε το 1977 από την Zandra Rhode.

Οι Ιάπωνες σχεδιαστές Rei Kawakubo και Yohji Yamamoto, με τη αποδομημένη εκδοχή της ένδυσης, έθεσαν τις βάσεις για την μεταμοντέρνα ερμηνεία στο σχεδιασμό ρούχων ξεπερνώντας τα όρια μεταξύ **μόδας - αντί-μόδας** και **μοντέρνου - μεταμοντέρνου**. Στις εύκολα αναγνωρίσιμες δημιουργίες τους κυριαρχούσαν οι κουρελιασμένες



Εικ. 30, «Lace Sweater», Comme des Garçons, 1982



Εικ.31, «Αποδομητικό ένδυμα», Rei Kawakubo

άκρες, τα ακανόνιστα στριφώματα, τα τσαλακωμένα υφάσματα και οι πολλαπλές επικαλύψεις υφασμάτων (εικ. 30, 31).

Η **Rei Kawakubo** υπολογίζει την συμμετρία των συμβατικών ενδυμάτων και την αντιστρέφει ριζικά αναδιαμορφώνοντας τις αποστάσεις μεταξύ ντεκολτέ, μέσης και ποδόγυρου. Η **αποδόμηση** στο έργο της συνεχίζεται και στην εμφάνιση των μοντέλων της. Ερμηνεύει το σώμα σαν κοινό έδαφος μεταξύ μόδας και αρχιτεκτονικής, στο οποίο η συνοχή τους διευκολύνεται από την **αποδόμηση** τόσο των ιδανικών ομορφιάς, όσο και της μορφής. Με τις τομές προσπαθεί να ερευνήσει τη σχέση των κάθετων επιφανειών στα ρούχα, αναθεωρώντας το περίγραμμα και την δομή τους καθώς τηρεί τους κανόνες της κλίμακας. Η **Kawakubo** εστιάζεται στο πίσω μέρος του ρούχου που τυπικά είναι πολύ λιγότερο διακοσμημένο. Αυτή η αναστροφή ενδιαφέροντος μπορεί να παραλληλιστεί με μια σύγχρονη τάση της αρχιτεκτονικής, η οποία αναθεωρεί το ρόλο των σημείων εξόδων στο κτήριο. Έτσι οι χώροι υποδοχής μετατοπίζονται από τα κατώτερα στα μεσαία πατώματα της κατασκευής, μακριά από την έξοδο, ανακατανέμοντας την ανθρώπινη δραστηριότητα στο κέντρο της δομής του κτηρίου και όχι στην περιφέρεια του.³

Ενώ ο **Martin Margiela** δημιούργησε την δική του μοναδική εκδοχή της ενδυματολογικής **αποδόμησης**, χρησιμοποίησε τις βάσεις που έθεσαν οι **Kawakubo** και **Yamamoto** προς αυτήν την κατεύθυνση. Ο **Martin Margiela** υιοθετεί μια αρχιτεκτονική διερεύνηση στην διαδικασία και στο μηχανισμό κατασκευής ενδύματος, θεωρώντας το «αρχιτεκτονική του σώματος»³. Αντέστρεψε τις ενδυματολογικές τεχνικές, δημιουργώντας καινούργια ρούχα από παλιά διαλύοντας τα, αναδιατάσσοντας τα κομμάτια τους και ράβοντας τα ξανά μαζί σε μια νέα μορφή. Έτσι ανατρέπει ολοκληρωτικά την συμβατική δομή του ενδύματος. Εξερευνά την καταστροφή σαν διαδικασία διερευνητικής δημιουργίας, αντιδρώντας στις παραδοσιακές μεθόδους ραπτικής και στα πρότυπα του σωματικού σοβινισμού. Αυτό το πετυχαίνει σχίζοντας τις ραφές, εμφανίζοντας τα ρέλια ή ακόμα και αφαιρώντας από τα υφάσματα ολόκληρα κομμάτια,



Εικ. 32, 33, «Ενδύματα του Martin Margiela», εγκατάσταση στο Brooklyn Anchorage, Νέα Υόρκη, 1999

εκθέτοντας την σάρκα και αποκαλύπτοντας την ανθρώπινη μορφή (εικ. 32, 33). Η αποδόμηση του Margiela διέγραψε ένα νέο ξεκίνημα για την σύγχρονη σκέψη και την σχεδιαστική καινοτομία, παρατασσόμενη να αποσυναρμολογήσει τον σκοπό, την λειτουργία, την σύνταξη και την αισθητική.

¹ Hodge B., Mears, P., Sidlauscas S., 2006, «Skins and bones: parallel practices in fashion and architecture», London, Thames and Hudson, σσ. 38

² Hodge B., Mears, P., Sidlauscas S., ό.π., σσ. 41

³ Quinn B., 2003, «The Fashion of Architecture», Berg, σσ. 7



2.6 ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

Η ζωή του συγχρόνου ανθρώπου σχετίζεται άμεσα με την κατανάλωση, καθώς αυτή αποτελεί μια έντονη αναζήτηση και παίζει έναν δυναμικό ρόλο στο σχηματισμό των κοινωνικών ταυτοτήτων και του δημόσιου τρόπου ζωής, του «lifestyle».

Οι ταυτότητες έχουν την δυνατότητα να κατασκευάζονται συνεχώς και να αναδημιουργούνται. Η δράση τους αυτή, συντελείται στα πλαίσια της αγοράς. Στην δράση αυτή συμβάλλει και η αρχιτεκτονική, ενισχύοντας την ταυτότητα των προϊόντων. Ο ρόλος του αρχιτέκτονα δεν είναι παθητικός, έχει έναν βαθμό συνενοχής. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι τράπεζες του 19ου αιώνα, οι οποίες κατασκευάζονταν από πέτρα και η μορφή τους χαρακτηριζόταν από τους κλασσικούς κίονες και τα αετώματα. Η χρήση των συγκεκριμένων αρχιτεκτονικών στοιχείων και υλικών είχαν στόχο να εμφυσήσουν ένα αίσθημα ασφάλειας, σταθερότητας στους πελάτες της τράπεζας. Η ταυτότητα μπορεί να δηλωθεί και μέσω των ενδυμάτων. Οι σχολικές στολές για παράδειγμα, δηλώνουν την ταυτότητα ενός εκπαιδευτικού ιδρύματος καθώς και την σχέση εκμάθησης και συμμόρφωσης με ορισμένους κανόνες.

Η επίδειξη των συμβόλων θέσης είναι τόσο σημαντική όσο και η κατοχή τους. Ο συνδυασμός χώρων (κατάστημα, σπίτι, χώρος εργασίας, χώρος αναψυχής, κ.α.) και αντικειμένων (ενδύματα, υλικά αγαθά, υπολογιστής, μέσο μεταφοράς, κ.α.) επιτρέπουν στο άτομο να εκφράσει ποιος ακριβώς επιθυμεί να είναι. Φορώντας τα ρούχα που οι σχεδιαστές δημιουργούν και χρησιμοποιώντας τα κτήρια τα οποία οι αρχιτέκτονες, το άτομο ταυτίζεται με την διάσταση που το εν λόγω αντικείμενο αναπαριστά, είτε αυτό είναι ένδυμα είτε είναι κτήριο. Η επιλογή και αγορά συγκεκριμένων προϊόντων συνθέτει επομένως, μια εικόνα. Η εικόνα αυτή ενισχύεται μέσω της επίδειξης των προϊόντων και της ανταλλαγής εικόνων μεταξύ των ομάδων, μέσω δηλαδή της κατανάλωσης κοινωνικών παραστάσεων.

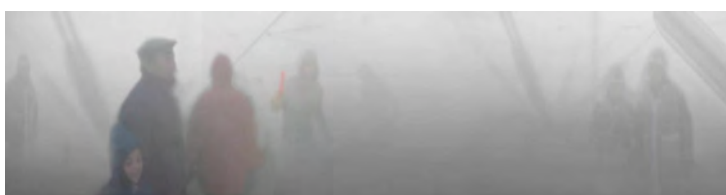


Εικ. 34, «Guggenheim Museum», Bilbao

Οποιαδήποτε και αν είναι η πρακτική όσον αφορά στη διαμόρφωση ταυτοτήτων, είναι πολύ σημαντικό να αντανakλάται και στο χώρο πώλησης των προϊόντων, καθώς αυτός με τη χρήση των νέων μέσων είναι ικανός να πείσει, να εντυπωσιάσει και να καθοδηγήσει τον καταναλωτή.

Η αρχιτεκτονική είναι ικανή να ταυτοποιήσει όχι μόνο ένα συγκεκριμένο άτομο, αλλά και μια ομάδα, ένα σύνολο, κοινωνία, μια πόλη. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα του «Guggenheim Museum» στο Bilbao (εικ.34) και της «New Art Gallery» στο Walsall τα οποία αποτελούν αρχιτεκτονήματα υψηλού ενδιαφέροντος και έχουν μετατρέψει τις πόλεις στις οποίες βρίσκονται σε πολιτιστικές πρωτεύουσες, τοποθετώντας τις στον παγκόσμιο πολιτιστικό χάρτη. Αποτελούν σημεία αναφοράς των πόλεων, προσδίδοντας μια ισχυρή ταυτότητα σε αυτές.

Ένας διαφορετικός τρόπος με τον οποίο μέσω της αρχιτεκτονικής δίνεται στο άτομο μια συγκεκριμένη ταυτότητα και βιώνεται από αυτό μια διαφορετική εμπειρία είναι στο «blur building». Το τελευταίο αποτελεί δημιούργημα των αρχιτεκτόνων Diller + Scofidio για το Ελβετικό EXPO 2002 και περιλαμβάνει μια μεταλλική κατασκευή σε μέγεθος γηπέδου ποδοσφαίρου και ένα σύστημα δημιουργίας τεχνητής ομίχλης. Το κτήριο στηρίζεται σε πασσάλους πάνω από τη λίμνη Neuchatel στο Yverdon-les-Bain. Με τη χρήση επιταχυντήρων αερίων που τοποθετήθηκαν γύρω από το κτήριο, εκτοξεύεται νερό της λίμνης, δημιουργώντας ένα τεχνητό μήκους 90 μ., πλάτους 60 μ. και ύψους 20 μ. που θολώνει και εξαφανίζει το κτήριο. Έτσι το κτήριο από μια τρισδιάστατη κατασκευή, μετατρέπεται σε ένα σύννεφο ακαθόριστης ταυτότητας, που την καλύπτει και επιτρέπει την απόκρυψή της (εικ.35,37). Η μορφή του κτηρίου αλλάζει διαρκώς από συγκεκριμένη (όταν εμφανίζεται η κατασκευή) σε αόριστη (όταν εξαφανίζεται στο τεχνητό σύννεφο), ανάλογα με τις κλιματολογικές συνθήκες, όπως τη και την υγρασία της ατμόσφαιρας και την κατεύθυνση και τη ταχύτητα του ανέμου. Οι τελευταίες όπως και η παραγωγή της ομίχλης ελέγχονται μέσω υπολογιστή. Η προσέγγιση του κτηρίου επιτυγχάνεται διαμέσου μιας ράμπας που καταλήγει σε μια πλατφόρμα στο κέντρο της ομίχλης (εικ.36). Η κίνηση στην ομιχλώδη ράμπα



Εικ. 35, 36, 37, «Blur building», Diller + Scofidio



διαγράφει μια διαδρομή στην οποία «αναπνέεται» το κτήριο και βιώνεται η εμπειρία του. Οι αρχιτέκτονες αρχικά προέβλεψαν ότι οι επισκέπτες πριν από την είσοδό τους στο νέφος, απαντούν σε ένα ερωτηματολόγιο σκιαγράφησης χαρακτήρα και παίρνουν ένα «έξυπνο» αδιάβροχο («Brain-Coat») που χρησιμεύει για προστασία από το υγρό περιβάλλον και για αποθήκευση των δεδομένων της προσωπικότητάς του, σε επικοινωνία με το δίκτυο υπολογιστών στο νέφος. Με τη χρήση τεχνολογιών ανίχνευσης και εντοπισμού η θέση κάθε επισκέπτη μπορεί να καθοριστεί και η σκιαγράφηση του χαρακτήρα του να συγκριθεί με αυτές των άλλων επισκεπτών. Καθώς οι επισκέπτες προσπερνούν ο ένας τον άλλον τα αδιάβροχά τους αλλάζουν χρώμα ανάλογα με τον βαθμό έλξης ή απώθησης, δηλώνοντας πιθανή συμπάθεια ή αντιπάθεια μεταξύ τους. Με αυτόν τον τρόπο ενθαρρύνονται οι συναντήσεις και η επικοινωνία στο ομιχλώδες περιβάλλον του κτηρίου.¹

Ο **Hussein Chalayan** στην συλλογή του, «Afterwords collection» (φθινόπωρο / χειμώνας 2000-01), σχεδίασε ένα απλό, άσπρο εσωτερικό σκηνικό, που περιλάμβανε τέσσερις καρέκλες και ένα τραπέζι και την συμμετοχή τεσσάρων μοντέλων. Τρεις κοπέλες πλησίασαν τις καρέκλες και αφαιρώντας το κάλυμμα τους, με λίγες μόνο κινήσεις τα μετασχημάτισαν σε φορέματα. Στη συνέχεια οι καρέκλες μετατράπηκαν σε βαλίτσες. Ένα τελευταίο μοντέλο πλησιάζοντας το τραπέζι αφείρεσε τον κεντρικό δακτύλιο του, μετασχηματίζοντας το σε φούστα (εικ.38). Με αυτήν την παρουσίαση ο **Chalayan** έθιξε ζητήματα σχετικά με την προσωπική του ταυτότητα, καθώς ως Τουρκοκύπριος στην καταγωγή θέλησε να τονίσει τις μετακινήσεις των προσφύγων, οι οποίοι αφήνουν πίσω τα σπίτια τους. Πρότεινε μια συλλογή μέσω της οποίας ο πρόσφυγας μετακινεί, μεταφέρει τα «ρούχα-έπιπλα» και κατ' επέκταση το σπίτι του με αποτέλεσμα να δηλώνει την ταυτότητα του, να δηλώνει αυτό που είναι.²

¹ Hodge B., Mears, P., Sidlauskas S., 2006, «Skins and bones: parallel practices in fashion and architecture», London, Thames and Hudson, σσ. 8-

² Quinn B., 2003, «The Fashion of Architecture», Berg, σσ. 125, 126



Εικ. 38, «Afterwords collection», Η. Chalayan, φθινόπωρο / χειμώνας 2000-01

3 ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΝΔΥΣΗ

ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ

3.1 ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΝΔΥΣΗ: ΣΧΕΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ Ή ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ;

Ο σχεδιασμός του χώρου μπορεί να αντιπροσωπεύσει τις διαφορές μεταξύ των ανθρώπων είτε αυτές αναφέρονται στο εισόδημα τους, είτε στις σεξουαλικές προτιμήσεις τους, είτε στο πολιτιστικό τους υπόβαθρο και την ηλικία, και επιτρέπει τη συνεχή εξελισσόμενη παραπομπή μεταξύ αυτών, δημιουργώντας τις πολλαπλές και ρευστές ταυτότητες. Η αναγνώριση αυτής της σχέσης οδήγησε σε μια νέα προσέγγιση στο σχεδιασμό, καθώς επίσης στον επαναπροσδιορισμό του ρόλου του αρχιτέκτονα ως σχεδιαστή - πελατών.

Στα πλαίσια αυτής της λογικής, μέσα στη δεκαετία του 1990, αναπτύχθηκε ένα νέο είδος καταστήματος που εκφράζει στο έπακρο τη λογική του εκάστωτε οίκου μόδας: «**το κατάστημα-ναυαρχίδα**», (**flagship store**).¹ Τα **flagship stores** γεννήθηκαν από την ανάγκη των εταιριών να κάνουν μια ισχυρή δήλωση της εταιρικής τους ταυτότητας. Για να επιτευχθεί λοιπόν η δημιουργία μιας ισχυρής ταυτότητας οι αρχιτέκτονες κάνουν χρήση της πιο σύγχρονης τεχνολογίας, υλικών υψηλής ποιότητας και εντυπωσιακών λεπτομερειών, με αποτέλεσμα τα καταστήματα αυτά να αποτελούν σημείο αναφοράς για την περιοχή στην οποία βρίσκονται και να εξελίσσονται ακόμα και σε τουριστικά θέλγητρα.

Σημαντικοί αρχιτέκτονες ασχολήθηκαν και ερμήνευσαν το χώρο της ένδυσης και κατ'επέκταση το χώρο της μόδας με σκοπό την δήλωση και την επιβολή συγκεκριμένης ταυτότητας στον καταναλωτή. Χαρακτηριστικά ο **Rem Koolhaas** ανέλαβε τη δημιουργία των «**Prada Stores**» στη Νέα Υόρκη, το Los Angeles, το San Francisco προσπαθώντας να μελετήσει και να αναπτύξει »το περιβάλλον της Prada» σε ένα περιβάλλον όπου η επικοινωνία, το shopping, το χρήμα, η κουλτούρα, δηλαδή χαρακτηριστικά τα οποία δίνουν μια συγκεκριμένα ταυτότητα, συναντιούνται. Ο **John Pawson** ανέλαβε το κατάστημα του **Calvin Klein** στο οποίο εισήγαγε την ιδέα του μινιμαλισμού, ο **Claudio Silvestrin** του **Armani**, ο **Frank Gehry** της **Prada**, ο **David Chipperfield** των **Dolce & Gabbana**, ο **Takao Kawasaki** των **Comme des Garçons**, κ.ά.

Το κατάστημα γίνεται όλο και περισσότερο το πρωταρχικό μέσο μαζικής προώθησης της επιχείρησης και επικοινωνίας της με τους αγοραστές, γίνεται ο χώρος στον οποίο πραγματοποιείται η ολοκληρωτική εμπειρία της κατανάλωσης. Ο φυσικός χώρος, ο οποίος είναι από τους δημοφιλέστερους τρόπους επικοινωνίας, αποτελείται από ένα σύνολο στοιχείων που προσελκύουν τον καταναλωτή. Ο τρόπος με τον οποίο ο κάθε χώρος παρουσιάζεται, μεταφέρει σε αυτόν που τον βιώνει μια διαφορετική εμπειρία και μια διαφορετική αίσθηση.

Τα καταστήματα **Marks & Spencer**, τα οποία χρησιμοποιώντας τον όρο, «οικειοποίηση» (homeliness), προσπαθούν να περάσουν στον καταναλωτή την αίσθηση του οικείου, την αίσθηση ότι βρίσκεσαι σπίτι του. Αυτό επιτυγχάνεται με σαφή τοποθέτηση της εισόδου και την χρήση «καθαρού» γυαλιού στις όψεις, τα οποία επιτρέπουν στον περαστικό, από το πεζοδρόμιο ακόμα, να ελέγξει το εσωτερικό και να συνειδητοποιήσει ότι δεν υπάρχει τίποτα το περίεργο μέσα. Στο εσωτερικό η αίσθηση αυτή ενισχύεται από την παλέτα των ήρεμων χρωμάτων τα οποία καθησυχάζουν τον επισκέπτη. Τον πείθουν ότι όλα σε αυτόν το χώρο είναι προβλέψιμα και αξιόπιστα, «είναι μια αρχιτεκτονική της λευκής βαμβακέρης μπλούζας».² Είναι μια αρχιτεκτονική στην οποία ο καθένας αισθάνεται οικεία.

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά των καταστημάτων, συμβάλλουν στην αισθητική εμπειρία του καταναλωτή, λειτουργώντας ταυτόχρονα ως σύμβολα κύρους για την επιχείρηση. Η αρχιτεκτονική είναι στην πραγματικότητα ένα εξαιρετικά ισχυρό εργαλείο, ικανό να διαφοροποιήσει μια ετικέτα από μια άλλη, ένα εμπορικό σήμα από ένα άλλο, με έναν πολύ σαφή τρόπο. Καθένας που εισάγεται σε οποιαδήποτε από αυτές τις δημιουργίες της έξοχης αρχιτεκτονικής ξέρει ότι «συμμετέχει σε ένα γεγονός»: είτε αυτό είναι σχεδιασμένο από τον **Tadao Ando** είτε τον **Rem Koolhaas**, η αρχιτεκτονική μετασχηματίζεται σε ένα γιγαντιαίο κιβώτιο, διαμορφωμένο τέλεια για να ταιριάξει με τη στρατηγική της «τοποθέτησης» του προϊόντος.

Το ίδιο συμβαίνει και όταν χρησιμοποιούνται ανακατασκευασμένα κτήρια για να στεγάσουν την εταιρική ταυτότητα των ενδυμάτων. Η ανακατασκευή συνήθως έχει ως στόχο την ένθεση νέων νοημάτων σε παλιότερες χρήσεις, έτσι ώστε ο ιδεώδης καταναλωτής να ταυτίζεται συναισθηματικά με την αίγλη του παρελθόντος. Έτσι διατηρείται το εξωτερικό - η εικόνα, ενώ το εσωτερικό, είτε καλύπτεται είτε ξηλώνεται, ώστε να εξυπηρετεί τη νέα χρήση.

Η αρχιτεκτονική και ο αστικός σχεδιασμός ως οι κατεξοχήν υλικές εκφράσεις της κοινωνίας στο χώρο, χειρίζονται και δραστηριοποιούν τη μνήμη, γεγονός το οποίο στην πιο άμεση μορφή του εκδηλώνεται με τη μορφή του μνημείου. Η αρχιτεκτονική, εξάλλου, σχετιζόταν ανέκαθεν με τη μνήμη.³ Ένας από τους βασικότερους μηχανισμούς κατασκευής ταυτότητας είναι ο τρόπος με τον οποίο η ιστορική μνήμη χρησιμοποιείται στο παρόν και ο τρόπος με τον οποίο το παρελθόν εντάσσεται σε αυτό. Η ένδυση αξιοποιεί τον παραπάνω μηχανισμό και με τον τρόπο αυτό «εκμεταλλεύεται» την αρχιτεκτονική. Σύμφωνα με τον Σταυρίδη, η συλλογική μνήμη είναι μία αναπλαστική μορφοποίηση κάποιου παρελθόντος στο βαθμό που αυτό αναγνωρίζεται κοινά ως παρελθόν. Διαμορφώνει συνεχώς πλαίσια υποδοχής του παρόντος, συσχετίζει παρελθόν με παρόν με σκοπό να επηρεάσει την έκβαση του παρόντος και άρα δημιουργεί μέλλον.⁴ Παρόλο που η αρχιτεκτονική δεν

μπορεί να αποδώσει άμεσα ιστορικές εικόνες, μπορεί να τις ανασυστήσει στη φαντασία του θεατή βάση χωρικών συσχετισμών και ιστορικών γνώσεων που διαθέτει ο κάθε θεατής. Παράλληλα, είναι δυνατό να προκαλέσει αντιδράσεις και να δημιουργήσει συναισθήματα, εγείροντας το θέμα του τρόπου με τον οποίο η αρχιτεκτονική επιδρά και επηρεάζει τους χρήστες.

¹ www.urbicide.blogspot.com/2006_11_01_archive.html,

² Castle H., 2000, «Fashioning the City» «Fashion + Architecture», London, Wiley, σσ. 15

³ Σταυρίδης Σταύρος (επιμέλεια), 2006, «Μνήμη και Εμπειρία του Χώρου», εκδόσεις Αλεξάνδρεια, Αθήνα, σσ. 166

⁴ Σταυρίδης Σταύρος (επιμέλεια),ό.π., σσ. 14

3.2 ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΝΔΥΣΗ: ΘΥΜΑΤΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ

Αν προσπαθούσαμε να περιγράψουμε την εποχή μας με λίγες λέξεις σίγουρά ανάμεσα σε αυτές θα περιλαμβανόντουσαν οι εξής: ταχύτητα, γρήγορες εναλλαγές και υπέρμετρη **κατανάλωση**.

Η σύγχρονη κοινωνία παράγει και καταναλώνει προϊόντα σε μαζικές ποσότητες που τις περισσότερες φορές συνδέονται με «φαντασιακές»¹ ανθρώπινες ανάγκες. Έχει ξεπεράσει πλέον τα επιτρεπτά όρια της κατανάλωσης και έχει οργανωθεί πάνω σε ένα πρότυπο ζωής, όπου η κατανάλωση από μέσο για την εξυπηρέτηση βασικών αναγκών της ζωής του ανθρώπου έχει μεταβληθεί σε αυτοσκοπό. Στη σύγχρονη κοινωνία, το εμπόρευμα μπορεί να εκπληρώσει τις ανάγκες της φαντασίας. Η κυριαρχία του εμπορεύματος καθόρισε την κοινωνική ζωή και διαμόρφωσε τον τρόπο κατανάλωσης, ενώ διαμόρφωσε τον τύπο και τον χαρακτήρα του ανθρώπου «καταναλωτή».

Η κατανάλωση και ο καταναλωτισμός συνήθως συνδέεται με τον **καπιταλισμό** και τον Δυτικό κόσμο. Αν και ο καταναλωτισμός δεν είναι καινούργιο φαινόμενο, επεκτάθηκε ευρέως τον 20ό αιώνα και ιδιαίτερα τις τελευταίες δεκαετίες, υπό την επίδραση του νεοφιλελευθερισμού και της παγκοσμιοποίησης.² Η κατανάλωση είναι συνυφασμένη με την ιστορική συγκυρία του βιομηχανικού καπιταλισμού και των οικονομικών αλλαγών που πραγματοποιήθηκαν στην αστική κοινωνία και τον αστικό χώρο το δεύτερο μισό του 19ου, αρχές του 20ου αιώνα. Σχετίζεται με την κοινωνία της οικονομικής αφθονίας στην ακμή της Χρυσής Εποχής, τη δεκαετία του 1950, ενώ ιστορικά εμφανίζεται με την εκβιομηχάνιση της παραγωγής. Βέβαια τα δείγματα της καταναλωτικής συμπεριφοράς του 18ου αιώνα ήταν περιορισμένα. Με το πέρασμα όμως στο 19ο αιώνα και την ευρέα επικράτηση του καπιταλισμού, οι πόλεις μεγεθύνθηκαν απότομα, πολλαπλασιάστηκαν οι πολυκατοικίες, η παραγωγή αυξήθηκε κατακόρυφα και η κατανάλωση άρχισε να αποκτά μαζικό χαρακτήρα με

την κατάργηση των υπαίθρων αγορών και την δημιουργία των πολυκαταστημάτων. «Σταδιακά η κατανάλωση αφορούσε περισσότερο την εκπλήρωση μιας επιθυμίας παρά την ικανοποίηση μιας ανάγκης».³

Η πόλη και ο αστικός ιστός βρίσκεται σε μια συνεχή διαδικασία αλλαγών. Οι αλλαγές αυτές σχετίζονται με τις εκάστωτε κοινωνικοοικονομικές συνθήκες και επηρεάζουν σημαντικά τον χώρο και τη δομή της. «Οι σύγχρονες πόλεις ως χώροι παραγωγής, κατανάλωσης, ανταλλαγής προϊόντων και υπηρεσιών αποτελούν, επακόλουθα πεδίο έκφρασης κοινωνικών συμφερόντων και απαιτήσεων των επιμέρους ατόμων και κοινωνικών ομάδων οι οποίες αλληλοσυγκρούονται».⁴ Ο χώρος στην καταναλωτική κοινωνία «φιλοξενεί» τα εμπορεύματα και τα άτομα-καταναλωτές που μετασχηματίζονται σε προωθητές και ταυτόχρονα προωθούμενο εμπόρευμα. Βέβαια η πόλη δεν αποτελεί απλό υποδοχέα των κοινωνικών σχέσεων αλλά συμμετέχει δυναμικά σε αυτές, καθώς η σχέση οικονομίας, κοινωνίας, πολιτισμού και αστικού χώρου είναι μια σχέση αλληλοσυσχέτισης, αλληλεπίδρασης, αλλά και αλληλεξάρτησης. Επιπλέον αποτελεί σημείο αναφοράς.

Η ένδυση και η αρχιτεκτονική, δύο από τους κλάδους του πολιτισμού στους οποίους και αναφέρεται η παρούσα έρευνα, συνδέονται με την κατανάλωση. Η πρώτη με τρόπο γνωστό και προφανή ενώ η δεύτερη με τρόπο συγκαλυμμένο.

Η ένδυση, εκτός από την προφανή χρήση της για λόγους προστασίας και ευπρέπειας, χρησιμοποιείται σαν μορφή επικοινωνίας. Βρίσκεται ακριβώς στο σύνορο (και είναι ένα σύνορο) μεταξύ του εσωτερικού μας κόσμου και του εξωτερικού, του κοινωνικού κόσμου. Τα ενδύματά είναι μια πολύ προσωπική συνομιλία με τον κόσμο, έτσι όπως τον αντιλαμβανόμαστε. Μπορούν να γίνουν είτε ένα παραβάν που μας κρύβει είτε μια οθόνη που μας προβάλλει. Κάθε προϊόν που εισέρχεται στη σφαίρα της προβολής και της εικόνας εξυπηρετεί την κατανάλωση. Για τον λόγο αυτό πολύ συχνά αντί για τον όρο ένδυση χρησιμοποιείται ο όρος **μόδα**.⁵ Όπως συνήθως συμβαίνει με περισσότερα προϊόντα που χρησιμοποιούμε καθημερινά, η

παραγωγή και η κατανάλωση των ρούχων σπάνια εγείρει προβληματισμούς όσον αφορά στις περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικές διαστάσεις. Η καταναλωτική συμπεριφορά στο θέμα της ένδυσης συνδέεται άμεσα και κατευθύνεται από την τρέχουσα μόδα, η οποία επιβάλλεται κυρίως μέσα από το διαφημιστικό λόγο. Ως δυτικό «προϊόν», η **μόδα** ακολουθεί τις εξελίξεις της εκβιομηχάνισης και του καταναλωτισμού και μπορεί να θεωρηθεί ως ένα φαινόμενο με παγκόσμιες διαστάσεις που προωθεί την πολιτισμική ομογενοποίηση. Ταυτόχρονα, ωστόσο, στο ίδιο πλαίσιο της νεωτερικότητας η μόδα ταυτίζεται με την προώθηση της ατομικότητας μέσω της διάκρισης. Συνεπώς, με έναν αντιφατικό τρόπο, η διαφοροποίηση μέσω της μόδας, που στηρίζει την ανάπτυξη της ατομικότητας, ακολουθείται από τον μιμητισμό προς τον «κανόνα» και την ομοιομορφία που ορίζει η εκάστοτε μόδα. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα των τζιν τα οποία αποτελούν τόσο ένα «λαϊκό» ένδυμα όσο και ένα «πολυτελές». Τα τζιν επιβεβαιώνουν την πολιτισμική σημασία της μόδας στον σύγχρονο κόσμο εφόσον έφθασαν να συμβολίζουν ουσιώδη στοιχεία του δυτικού καπιταλισμού, όπως ο ελεύθερος χρόνος, η άνεση, η κοινωνικότητα.

Η αρχιτεκτονική συνδέεται με την καθημερινότητα. Εκφράζει τις εκάστοτε κοινωνικοοικονομικές συνθήκες, ακολουθεί, περιγράφει και μεταφέρει τον παλμό της κάθε εποχής. Σε όλες τις ιστορικές περιόδους, η αρχιτεκτονική έχει αποτυπώσει την πραγματικότητα και τον τρόπο ζωής των ανθρώπων. «Στις μέρες μας, ο πειρασμός της απληστίας και του άκρατου καταναλωτισμού δεν άφησε ανέγγιχτη ούτε την αρχιτεκτονική».⁶ Όλο και πιο συχνά τελευταία παρουσιάζεται το αρχιτεκτονικό έργο ως «καταναλωτικό προϊόν». «Φτάσαμε σε σημείο μάλιστα, να αναφερόμαστε στους αρχιτέκτονες λες και είναι μόδιστροι υψηλής ραπτικής που κατεβαίνουν στην αγορά να διαλαλήσουν τα άψογα εμπορεύματά τους με την επώνυμη υπογραφή».⁷

Στο σύγχρονο παρόν η κουλτούρα της κατανάλωσης επιδιώκει την ανεξέλεγκτη ιδιωτική κατανάλωση και την προωθεί σαν μέσο επίτευξης της ατομικής ευτυχίας. Η ιδιωτική κατανάλωση και η εμπορική

εκμετάλλευση, που έχει σαν συνέπεια την απομόνωση και την αλλοτρίωση του ανθρώπου - καταναλωτή, πραγματοποιούνται και μέσω της ένδυσης και της αρχιτεκτονικής.

¹ φαντασιακός, -ή, -ό: αυτός που αναφέρεται ή αναπτύσσεται στη φαντασία, ερμηνεία Μπαμπινιώτη Γ., 1998, Λεξικό της ελληνικής γλώσσας, εκδ. Κέντρου λεξικολογίας, Αθήνα

² <http://el.wikipedia.org/wiki/Καταναλωτισμός>

³ Richard Sennett, 1999, «Η τυραννία της οικειότητας, Ο δημόσιος και ο ιδιωτικός χώρος στον δυτικό πολιτισμό», εκδόσεις Νεφέλη, Αθήνα, σσ. 190

⁴ Νικολαΐδου Σ., 1993, «Η κοινωνική οργάνωση του αστικού χώρου», εκδόσεις Παπαζήσης, Αθήνα

⁵ Ο ορος Μόδα περιγράφει εποχιακά και επίκαιρα κοινωνικά φαινόμενα, επίσης και συχνότερα την ενδυμασία και τα σχετικά επαγγέλματα, <http://el.wikipedia.org/wiki/Μόδα>

⁶ Παπαϊωάννου Τ., 2009, «Η αρχιτεκτονική της ματαιοδοξίας», Ελευθεροτυπία, Παρασκευή 14 Αυγούστου

⁷ Παπαϊωάννου Τ., 2008, «Η αρχιτεκτονική ως περιτύλιγμα», <http://www.greekarchitects.gr/gr/αρχιτεκτονικες-ματιες/η-αρχιτεκτονική-ως-περιτύλιγμα-id1492>

3.3 ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ

«Το θέαμα είναι η στιγμή
όπου το εμπόρευμα επέτυχε
την ολοκληρωτική κατοχή
της κοινωνικής ζωής.
Όχι μόνο η σχέση με το
εμπόρευμα είναι ορατή,
αλλά δεν βλέπουμε
πλέον παρά μόνο αυτήν:
ο κόσμος που βλέπουμε είναι
ο κόσμος του εμπορεύματος»¹

Αν ως αρχιτεκτονική ορίζεται η τέχνη και η τεχνική για να διαμορφωθούν οι χώροι που χρησιμοποιεί ο άνθρωπος, ευθύς εξαρχής γίνεται κατανοητό ότι αυτόν πρέπει να εξυπηρετεί, γιατί σ' αυτόν απευθύνεται. Ο ανθρωποκεντρικός χαρακτήρας της αρχιτεκτονικής διατηρείται από τα προϊστορικά χρόνια έως τη μοντέρνα αρχιτεκτονική, έστω και αν αυτό γίνεται ανά εποχή με πολύ διαφορετικούς τρόπους. Ο αρχιτέκτονας – μπορούμε να ισχυριστούμε – είναι ο κατ' εξοχήν καλλιτέχνης που απευθύνεται στους άλλους ανθρώπους.

Στις μέρες όμως η αρχιτεκτονική, σαν κοινωνική και ανθρωποκεντρική επιστήμη, κρίνεται για τον τρόπο που επιδρά τόσο στο άτομο όσο και στο κοινωνικό σύνολο. Η σύγχρονη αρχιτεκτονική των καταστημάτων και των βιτρίνων λαμβάνει ως σημαντική, αν όχι σαν πρωταρχική, παράμετρο του σχεδιασμού της τον οικονομικό παράγοντα. «Σήμερα η ανταλλακτική αξία αφορά το βιομηχανικά παραγόμενο υλικό προϊόν, το ψηφιακό προϊόν, την πληροφορία ή την οποιαδήποτε εικόνα, αλλά και το αστικό τοπίο, τις πλατείες, τους δρόμους, τα μνημεία. Στο παγκόσμιο χρηματιστήριο αξιών συμπεριλαμβάνεται η ίδια η πόλη και καθημερινά η εικόνα της είναι το

αντικείμενο πολλαπλής διαπραγμάτευσης και εκποίησης».² Με δεδομένο το πνεύμα της εποχής, την κυριάρχηση των νόμων της οικονομίας στο σύνολο της καθημερινότητας, η αρχιτεκτονική των βιτρινών ανάγεται στο ευρύτερο σύνολο της αρχιτεκτονικής σήμερα. Δεν είναι λίγοι αυτοί που αντιλαμβανόμενοι τον ρόλο των σύγχρονων πόλεων στην διαμόρφωση της ταυτότητας του ατόμου και του κοινωνικού συνόλου αμφισβητούν το ρόλο του αρχιτέκτονα και της αρχιτεκτονικής όπως ορίζονται σήμερα.

Η αρχιτεκτονική αποτελεί μια αναγνωρίσιμη παγκόσμια γλώσσα. Δυστυχώς όλο και συχνότερα χρησιμοποιείται ως μία εμπορική μορφή τέχνης που μετατρέπει τις ιδέες σε υλικές πραγματικότητες. «Η εμπορευματοποίηση της αρχιτεκτονικής έχει φτάσει στο απόγειό της. Δέσμια και αυτή ενός συστήματος αξιών που στοχεύει μόνον στο κέρδος, υπακούει αναπόφευκτα στους αμείλικτους νόμους της κατ' όνομα «ελεύθερης αγοράς» και στην εν γένει αισθητική που αυτή επιβάλλει. Ο ρόλος του κτηρίου είναι να «πουλήσει» τη μορφή του, την εικόνα του ως αμιγές καταναλωτικό προϊόν. Η αρχιτεκτονική που προωθείται και επιβάλλεται στο διεθνή χώρο, αλλά και στον τόπο μας, είναι εκείνη που θέλει διαρκώς τους προβολείς στραμμένους πάνω της, σαν τους κατασκευασμένους αστέρες της τηλεόρασης που γρήγορα εμφανίζονται και ακόμη πιο γρήγορα εξαφανίζονται. Αντιμετωπίζει τον αρχιτεκτονικό χώρο ως αισθητικό αντικείμενο προς θέαση και κατανάλωση και όχι ως χώρο ζωής. Πώς όμως να μιλήσεις για την αρχιτεκτονική, αν αφαιρέσεις το κοινωνικό της περιεχόμενο, αλλά και το όραμά της για καλύτερους όρους ζωής;»³

Καθώς η αρχιτεκτονική αντικατοπτρίζει τις εκάστωτε κοινωνικοοικονομικές και πολιτιστικές συνήθειες, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, σήμερα οι σύγχρονοι χώροι κατανάλωσης σχεδιάζονται σαν μνημεία του σύγχρονου τρόπου ζωής. Πρόκειται για χώρους όπου στο εσωτερικό τους δημιουργείται ένας ολόκληρος κόσμος για να εξυπηρετήσει στο μέγιστο δυνατό βαθμό τις «ανάγκες» που κατασκευάζει η καταναλωτική κοινωνία. Τα σύγχρονα shopping malls

(εμπορικά κέντρα) αποτελούν πομπούς κοινωνικών μηνυμάτων, σύμβολα του συστήματος αξιών της καταναλωτικής κοινωνίας, υπηρετώντας όμως το ιδιωτικό συμφέρον. Σχεδιάζονται με σκοπό να αποτελέσουν το μέσο προβολής του προϊόντος - καταναλωτικού αγαθού.

Ο αστικός χώρος τις τελευταίες δεκαετίες διαμορφώνεται και επαναπροσδιορίζεται με βάση την σύγχρονη καταναλωτική κοινωνία και τις συνήθειές της. Συγκεκριμένα την δεκαετία του 2000 το «καταναλωτικό lifestyle αποτελεί κεντρικό στοιχείο ταυτότητας της τοπικής κοινωνίας και εξελίσσεται σε καθοριστικό παράγοντα για την εξέλιξη της αρχιτεκτονικής στην Ελλάδα».⁴ Στη δομή της καταναλωτικής κοινωνίας εξέχοντα ρόλο κατέχει η ιδιωτική πρωτοβουλία και χαρακτηριστικό της αποτελεί η υποβάθμιση και η ιδιωτικοποίηση του δημόσιου χώρου. Έχει παρατηρηθεί μετάθεση του δημόσιου χώρου (και της συνάθροισης του κόσμου) της πόλης «ποιοτικά», από τους χώρους πολιτικής και κοινωνικής δράσης (πλατείες, δρόμους) στους ιδιωτικούς χώρους κατανάλωσης. Οι χώροι κατανάλωσης, που περικλείονται σε κλειστούς ιδιωτικούς χώρους, έχουν εξελιχθεί σε εμπορικά κέντρα (αναψυχή, πολιτισμός, κατανάλωση) και συμμετέχουν στη διαδικασία εξέλιξης του αστικού ιστού. Τα σύγχρονα κλειστά εμπορικά συγκροτήματα, με την εμπορική τους παρουσία και τη διαφημιστική τους προβολή φαίνεται να διαμορφώνουν όχι μόνο την αγοραστική ζωή της Αθήνας, αλλά πολύ περισσότερο την πολιτιστική χρήση της πόλης.

Ο κτηριακός τύπος του εμπορικού κέντρου εμφανίστηκε και σχηματοποιήθηκε αρχικά στη Βόρεια Αμερική, μεταπολεμικά, για να μεταπηδήσει αργότερα στις Ευρωπαϊκές μητροπόλεις και σε δεύτερη φάση στην Ελλάδα. Η εμφάνιση των εμπορικών κέντρων στο Λεκανοπέδιο ταυτίζεται με την εμφάνισή τους στην Ελλάδα (τέλη δεκαετίας '70). Ήδη όμως έχει προηγηθεί η εμφάνιση των μεγάλων **υπεραγορών**, των super market και των πολυκαταστατημάτων σημειώνοντας από μια σκοπιά αυτή την αλλαγή η οποία είναι πολυεπίπεδη (Giant στο Βασιλόπουλο, Λαμπρόπουλος, Μινιόν, Κλαουδάτος, Κατράντζος, Athenee). «Το εμπορικό μοντέλο έδειχνε πλέον χαρακτηριστικά σε μια περισσότερο

συγκεντρωτική κατεύθυνση. Τότε είναι που παρατηρείται και η δημιουργία του σύγχρονου Έλληνα καταναλωτή, καθώς η οικονομική πρόοδος που καταγράφεται εκείνη την περίοδο και η συστηματική εισαγωγή στοιχείων δυτικών καταβολών φανερώνουν συνολικά μια στροφή».⁵

Ο χώρος λειτουργεί ως διαμεσολαβητής ανάμεσα στον καταναλωτή και το εμπόρευμα, ενώ το κτήριο ή ακόμα και το πολεοδομικό σύνολο λειτουργεί ως πόλος έλξης. Μέσα σε αυτούς τους χώρους τα εμπορεύματα αποκτούν την αξία τους σε σχέση με το περιβάλλον στο οποίο εντάσσονται. Τα κτήρια - αρχιτεκτονήματα μετατρέπονται σε κτήρια - βιτρίνα, λειτουργώντας σαν παράθυρο μέσα από το οποίο ο καταναλωτής εκστασιασμένος παρατηρεί τα νέα προϊόντα. Η αισθητική της βιτρίνας και ο εφήμερος χαρακτήρας της έχει εδραιωθεί. Στόχος του σχεδιασμού είναι το κτήριο να αποσπάσει την προσοχή του περαστικού και να τον παρασύρει στο εσωτερικό του. Τα αρχιτεκτονήματα αποτελούν το φανταχτερό κέλυφος – περιτύλιγμα και υπόσχονται να αποκαλύψουν στο εσωτερικό τους έναν ολόκληρο φαντασμαγορικό κόσμο. Τα νέα κέντρα σχεδιάζονται με την λογική της ένταξης της καθημερινής ζωής του καταναλωτή στη λειτουργία τους. Βασικό ζητούμενο είναι να αυξηθεί ο χρόνος παραμονής του καταναλωτή σε αυτούς τους χώρους εμπορικών συγκεντρώσεων. Σε αυτήν την μορφή αρχιτεκτονημάτων έκανε αναφορά ο **Βεντούρι** στο *Learning from Las Vegas* (1972), αναπτύσσοντάς την αντίληψη της αρχιτεκτονικής ως συσκευασία, δηλαδή την έννοια της εμπορικής αρχιτεκτονικής, με αναπόφευκτη επιρροή στην αρχιτεκτονική των malls.⁶

Οι χώροι κατανάλωσης αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της φυσιογνωμίας της πόλης και επιπλέον διαμορφώνουν τη αισθητική ποιότητα και φανερώνουν την κυρίαρχη ιδεολογία. Τα κτήρια που στεγάζονται τα εμπορικά κέντρα αποτελούν ισχυρές εικόνες και κατευθύνουν στην κατανάλωση αγαθών.

-
- ¹ Debord G., 2010, «Η κοινωνία του θεάματος», Αθήνα, Διεθνής Βιβλιοθήκη, σσ. 32
- ² Καζέρος Ν., 2002, «Το ιδιωτικό και το δικό του», Αρχιτέκτονες, Νο 34, Αθήνα, σσ. 81-83
- ³ Παπαϊωάννου Τ., 2006, «Η αρχιτεκτονική της βιτρίνας», Ελευθεροτυπία, 17 Μαρτίου
- ⁴ Δραγώνας Π., «In Greeklish» 5/8: Η άνοδος και η πτώση του καταναλωτικού lifestyle, <http://panosdragonas.net/>
- ⁵ Καφαντάρης Φ., 2011, «Η ανάπτυξη των εμπορικών κέντρων στην Ελλάδα: Λεκανοπέδιο Αττικής, κέντρο ή προάστια;» Παρουσίαση στα πλαίσια εκδήλωσης ΟΡΣΑ-ΕΣΕΕ με θέμα: «Εμπόριο και πόλη. Η σχέση με το νέο ρυθμιστικό σχέδιο Αττικής 2020», 16 Φεβρουαρίου
- ⁶ Venturi R., Scott B. D., Izenour S. T, 1972, «Learning from Las Vegas», Cambridge, MIT Press

3.4 ΚΤΗΡΙΟ - ΝΑΥΑΡΧΙΔΑ

«Κάθε κτήριο είναι πάντοτε μνημείο,
συγκεκριμένο κίνητρο
για να ενεργοποιήσει
ή για να παράγει την ιστορία,
το ανέκδοτο,
τους θρύλους
ή τις αφηγήσεις της «θεμελίωσης» [...]
δεν υπάρχει χωρίς αμφιβολία,
μνήμη παρά μέσα από τους αρχιτεκτονικούς τόπους.»¹

Η πόλη είναι ένας ζωντανός οργανισμός και όπως αναφέρθηκε και παραπάνω βρίσκεται σε μια συνεχή διαδικασία αλλαγής. Όμως μέσα από τις αλλαγές που καθορίζουν - προσανατολίζουν τις μεταμορφώσεις της αναδύονται κάποια σταθερά στοιχεία που σηματοδοτούν τη διαχρονική διάσταση των ανθρώπινων μετασχηματισμών. Τα πιο χαρακτηριστικά από αυτά τα σύμβολα είναι οι πλατείες, τα κτήρια, οι ναοί, τα δημόσια και ιδιωτικά ίχνη συλλογικών αποφάσεων και ατομικών προθέσεων που επιβιώνουν υλικά και νοητικά στο χωρόχρονο της πόλης.²

Η πόλη η ίδια είναι η συλλογική μνήμη των λαών. Και όπως η μνήμη είναι συνδεδεμένη με τα γεγονότα και τους τόπους, η πόλη είναι ο «locus»³ της συλλογικής μνήμης.⁴ Η πόλη αποτελεί ένα σύνολο τόπων με διαφορετικά και ποικίλα χαρακτηριστικά. Η αρχιτεκτονική που υλοποιείται στο πολύπλοκο και σύνθετο αστικό περιβάλλον δεν μπορεί να αγνοήσει τη δυναμική του τόπου και τις ιδιαίτερες ποιότητές του. Η ισχυρή παρουσία της ιστορικής μνήμης, ο δημόσιος χώρος και το φυσικό τοπίο εντός του αστικού ιστού, η σχέση του δημόσιου και του ιδιωτικού χώρου, είναι μόνο μερικά από τα ποικίλα στοιχεία του αστικού τοπίου. Εκτός όμως από το δημόσιο αστικό χώρο και τα δημόσια κτήρια, που αποτελούσαν τα σημεία

αναφοράς για την πόλη παλαιότερα, στον χώρο εμφανίζονται και νέοι ιδιωτικοί - συλλογικοί χώροι, που εξελίσσονται στα σύγχρονα «τοπόσημα». Αυτοί οι χώροι αναδύονται δυναμικά προωθώντας συλλογικά πρότυπα.

Πρόκειται για κτήρια είτε νεόδμητα είτε ανακατασκευασμένα με σκοπό την επανάχρηση. Στην δεύτερη περίπτωση η ανακατασκευή θέτει νέα νοήματα σε παλαιότερες χρήσεις και ταυτόχρονα απολαμβάνει την αίγλη του παρελθόντος. Αυτό συμβαίνει επειδή το παλαιό κτήριο ήταν για χρόνια κομμάτι του αστικού ιστού και αποτελεί ένα στοιχείο με διάρκεια που μας επιτρέπει να κατανοήσουμε την πόλη σαν κάτι που αναπτύσσεται. Από αυτήν την οπτική το κτήριο λειτουργεί σαν μνημείο και αποκτά μια αξία πάνω από την οικονομία. Για τον Προύστ το παρελθόν συνυπάρχει με το παρόν, δε το διαδέχεται. Δεν αντιπροσωπεύει κάτι που υπήρξε αλλά κάτι που συνεχίζει να υπάρχει.⁵

Τα κτήρια ναυαρχίδες - τοπόσημα συσχετίζουν την εξουσία και τη δύναμη μιας κοινωνικής ομάδας με έναν τόπο. Όλο και συχνότερα στην διαδικασία αυτή συμμετέχουν και επιφανείς αρχιτέκτονες τα ονόματα των οποίων αποπνέουν αρχιτεκτονικό κύρος.

Τα κτήρια-ναυαρχίδες συμβάλλουν στη διαδικασία της παγκόσμιας ανάδειξης μιας πόλης. Οι θεαματικές κατασκευές ή ανακατασκευές ενισχύουν την εμπορική αξία της πόλης παγκοσμίως. Η αρχιτεκτονική λοιπόν συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην προώθηση της πόλης σαν παγκόσμιο προϊόν. Επιπλέον η αρχιτεκτονική συνδυάζεται με τη χρήση εικόνας, συνθηματολογίας και άλλων επικοινωνιακών πρακτικών με στόχο τη διεθνή αναγνωρισιμότητα και την προώθηση ενός τόπου διασκέδασης και επιχειρησιακής υπεροχής. Πέρα από το επιχειρηματικό και οικονομικό σκέλος και όφελος του marketing μιας πόλης η οποία προβάλλει τον εαυτό της ως επιτυχημένο προορισμό για επιχειρησιακή ανάπτυξη και υπεροχή, δίνεται επίσης έμφαση στον πολιτισμό και την κουλτούρα.

Κάθε εποχή έχει τα δικά της μνημεία που δηλώνουν ή ενσαρκώνουν την εκάστωτε πολιτιστική κοσμοθεωρία.⁶ Η αρχιτεκτονική προσπαθεί να εκφράσει την ουσία των κοινωνικών αναγκών που εξυπηρετεί ένα κτήριο όταν δημιουργείται, προκαλώντας επιπτώσεις στην σκέψη και την συμπεριφορά των υφιστάμενων αλλά και των μελλοντικών γενεών. Στη σύγχρονη εποχή κινητήριοι μοχλός της κοινωνίας μας είναι η κατανάλωση, γεγονός που αντικατοπτρίζεται και στα αρχιτεκτονήματα.

«Η καταναλωτική κουλτούρα γίνεται βαρόμετρο των διεθνών πόλεων. Γι' αυτό και στις αναδυόμενες στη Δύση κοινωνίες της ευρωπαϊκής Ανατολής, κάθε νέο εμπορικό πάρκο γεμίζει τους κατοίκους με μία περηφάνια που δύσκολα κρύβεται. Όπως στη Βαρσοβία, που το εμπορικό κέντρο Arcadia σε μία υποβαθμισμένη περιοχή της πόλης, αναφέρεται στους τοπικούς οδηγούς ως μία εμπειρία που δεν πρέπει να χάσει ο επισκέπτης».⁷

Τα αρχιτεκτονήματα που καταφέρνουν να λειτουργήσουν ως τοπόσημα για την πόλη που τα φιλοξενεί την επηρεάζουν, δημιουργώντας και προωθώντας ξεχωριστό ύφος και στυλ, αστικούς χώρους ακόμα και τρόπο ζωής (lifestyle). Επιπροσθέτως, σηματοδοτώντας αλλαγές στο επαγγελματικό κύρος των καλλιτεχνών, στην πολιτική δύναμη που έχει η κυβέρνηση αλλά και την οικονομική δομή της περιφέρειας στην οποία ανήκει το κτήριο. Από τα παραπάνω προκύπτουν μια σειρά ερωτημάτων σχετικά με το κτήριο-μνημείο και τις επιπτώσεις του. Οι τελευταίες είναι ποικίλες και πολυεπίπεδες. Το είδος και η χωροθέτησή του επιδρά στην ανάπτυξη της περιοχής που οικοδομήθηκε, η ανοικοδόμησή του επηρεάζει την τοπική οικονομία και τις κοινωνικές ομάδες και ακόμα το πολιτικό και πολιτιστικό επίπεδο τόσο της περιοχής όσο και της πόλης.

Σύμφωνα με τον αρχιτέκτονα - ιστορικό Μιχάλη Λεφαντζή: «Τα malls, τα εμπορικά πάρκα και τα multi-culti-plex της τελευταίας δεκαεπταετίας, ως μαζικές εγκαταστάσεις (massive installations), είναι το νέο πολεοδομικό μέγεθος στις πόλεις που ζούμε. Είναι η απάντηση στο αδιέξοδο της ανεξέλεγκτα αυξανόμενης κινητικότητας των σύγχρονων αστικών

κέντρων, όπου οι αποσπασματικές και διαρκώς αναπροσαρμοζόμενες διαδικασίες αστικοποίησης ανεκμετάλλευτων ή υποβαθμισμένων περιοχών – ζωνών, στην κυριολεξία διαλύουν τη συνοχή του πολεοδομικού ιστού. Αυτές οι μαζικές εγκαταστάσεις ορίζουν ένα καινούργιο μετα-αστικό τοπίο, μια αυτοτελή «τεχνητή» πολεοδομική νησίδα στη «θάλασσα» των ανεξέλεγκτα διαμορφωμένων και κτισμένων χωρίς νόημα αστικών περιοχών. Κατ' αυτή την έννοια, ως πολεοδομικό μέγεθος, το κάθε λογής mall είναι ένα μετα-αστικό τοπόσημο (post-urban landmark)». ⁸

¹ Σταυρίδης Σταύρος (επιμέλεια), 2006, «Μνήμη και Εμπειρία του Χώρου», εκδόσεις Αλεξάνδρεια, Αθήνα, σσ. 69

² Σταυρίδης Σταύρος (επιμέλεια),ό.π., σσ. 270

³ «Με τον όρο locus ο συγγραφέας εννοεί τη μοναδική και οικουμενική σχέση που υπάρχει ανάμεσα σ' ένα συγκεκριμένο τόπο και στις κατασκευές που υπάρχουν σ' αυτό τον τόπο», Aldo Rossi, 1991, «Η αρχιτεκτονική της πόλης», επιμ. Λ. Παπαδόπουλος, Γ. Παπακώστας, Γ. Τσιτιρίδου, μτφρ. Β. Πετρίδου, Θεσσαλονίκη: Σύγχρονα Θέματα, σσ. 145

⁴ Aldo Rossi, 1991, «Η αρχιτεκτονική της πόλης», επιμ. Λ. Παπαδόπουλος, Γ. Παπακώστας, Γ. Τσιτιρίδου, μτφρ. Β. Πετρίδου, Θεσσαλονίκη: Σύγχρονα Θέματα, σσ. 190

⁵ Σταυρίδης Σταύρος (επιμέλεια), 2006, «Μνήμη και Εμπειρία του Χώρου», εκδόσεις Αλεξάνδρεια, Αθήνα, σσ. 51

⁶ Shields Rob (edited by), «Lifestyle Shopping, The Subject of Consumption»,Routledge, London & New York, 1994, Rob Shields, Spaces for the subject of consumption, σσ. 2

⁷ Βατόπουλος Ν., 2007, «Οι μικρές πόλεις μέσα στη μεγάλη, Η διάχυση των εμπορικών πάρκων στην Ελλάδα επαναφέρει ζητήματα ορισμού της σχέσης μας με το αστικό τοπίο και τον ελεύθερο χρόνο», Καθημερινή, 28 Ιανουαρίου, Αθήνα

⁸ Βατόπουλος Ν., 2007, ό.π.

4 ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

«Ο ΚΟΜΒΟΣ» CITYLINK ΚΑΙ ΟΙ ΔΥΟ ΑΞΟΝΕΣ

Η Αθήνα τις τελευταίες δεκαετίες μετασχηματίζεται και αλλάζει πρόσωπο. Στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης εξαπλώθηκε με υποδομές ευρωπαϊκού εμπορίου και αποτέλεσε χώρο επενδύσεων διεθνών αλυσίδων. Αναπτύχθηκαν και εδραίωσαν την παρουσία τους τα διεθνή μεγάλα εμπορικά κέντρα κατανάλωσης και ψυχαγωγίας, πλήττοντας αποδεδειγμένα το λιανεμπόριο και τις χιλιάδες μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Η παραδοσιακή αγορά, οι μικρές αλλά και μεγαλύτερες τοπικές περιφερειακές αγορές που ήκμαζαν μέχρι τη δεκαετία του 1980, στις μέρες μας περισσότερο από κάθε άλλη φορά, βρίσκονται σε κρίση και εξαφανίζονται.

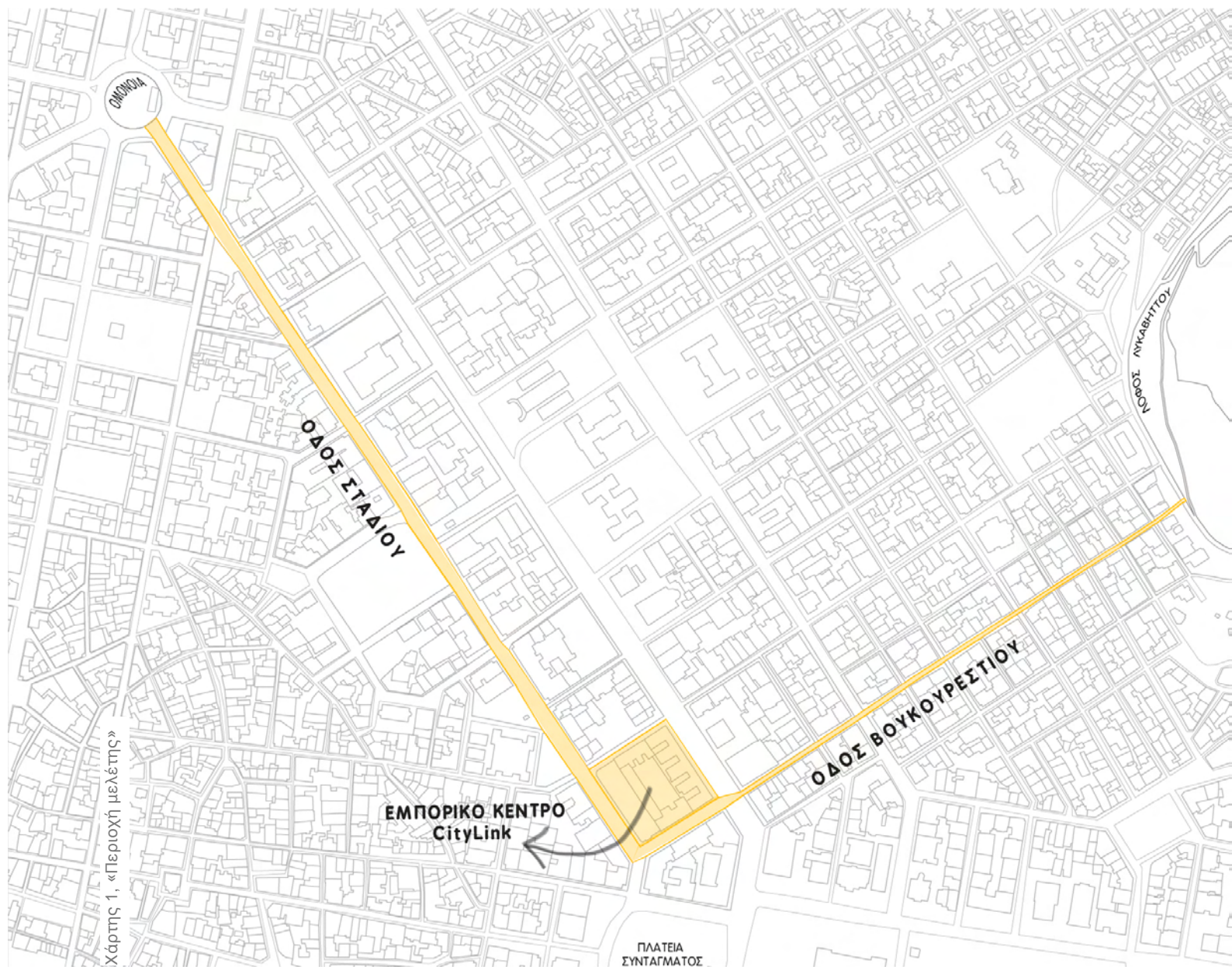
Μέχρι τη δεκαετία του 1980 στο κέντρο της Αθήνας λειτουργούσαν τα εγχώρια πολυκαταστήματα Μινιόν, Κατράντζος Σπόρ, Ατενέ, Κλαουδάτος, Δραγώνας, Λαμπρόπουλος. Με αυτή τη σειρά καταστράφηκαν ολοκληρωτικά κάτω από αδιευκρίνιστες συνθήκες εμπρησμού από το Δεκέμβριο του 1980 έως τον Ιούλιο του 1981.¹ Αποτέλεσμα αυτής της μαζικής καταστροφής των παραδοσιακών πολυκαταστημάτων στο κέντρο της Αθήνας, ήταν να πληγεί το ελληνικό εμπόριο και να εισχωρήσουν ταχύτατα στην αγορά τα ξένα πολυκαταστήματα και οι αλυσίδες καταστημάτων κατά τα διεθνή πρότυπα κατανάλωσης.

Η υιοθέτηση του παγκόσμιου προτύπου της κατανάλωσης διαλύει την υποκειμενική ταυτότητα. Το άτομο βρίσκεται κατακερματισμένο ανάμεσα στο πλήθος των επιλογών και τη φαντασμαγορία της εικόνας και τελικά οδηγείται στην παθολογική υπερκατανάλωση. Ο κατακερματισμός καθώς και η πλήρης αποδοχή του εφήμερου και η ασυνέχεια αποτελούν κύρια

χαρακτηριστικά της εποχής του μεταμοντέρνου που διανύουμε. Ο μεταμοντερνισμός καλλιεργεί μια αντίληψη για τον ιστό των πόλεων τον οποίο θεωρεί αναγκαστικά κατακερματισμένο, ένα «παλίμψηστο» από μορφές του παρελθόντος τη μια πάνω στην άλλη και ένα «κολάζ» τωρινών χρήσεων, πολλές από τις οποίες μπορεί να είναι εφήμερες.² Η εγγενής ετερογένεια του κολάζ παρακινεί τους αποδέκτες της εικόνας να συμμετάσχουν στην παραγωγή σημασιών και νοημάτων, τονίζοντας την σημασία της «διαδικασίας», της «συμμετοχής» και του «χάπενινγκ» στο μεταμοντερνισμό.³ Η μεταμοντέρνα αισθητική του κολάζ, που βρίσκει εφαρμογή και στην αρχιτεκτονική και στην ένδυση, οι σπασμωδικές αλλαγές στη μόδα και η ταυτόχρονη επίδειξη όλων των στυλ του παρελθόντος στις άπειρες μεταλλάξεις τους σηματοδοτούν τη πολιτισμική πλευρά του οικονομικού και κοινωνικού ιστού. Αυτή εμπορευματοποιείται σαν τη λογική επέκταση της δύναμης της αγοράς σε όλο το φάσμα της πολιτισμικής παραγωγής, καταλήγοντας τα τελευταία χρόνια να παρατηρείται η ουσιαστική εξαγορά της τέχνης από τα μεγάλα εταιρικά συμφέροντα.⁴ Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που γίνεται χρήση και εκμετάλλευση εμβλημάτων (μνημείων, κτηρίων), που συμβολίζουν με μοναδικό τρόπο μια πόλη, προς όφελος των παραπάνω συμφερόντων.

Η Αθήνα κοσμείται από πλήθος τοπόσημων που έχουν σφραγίσει με την επιβλητική παρουσία τους την εξέλιξη της και αποτελούν μνημεία που επηρεάζουν και επιδρούν στην αστική καθημερινότητα. Την τελευταία δεκαετία η Αθήνα απέκτησε ένα νέο τοπόσημο. Το CityLink (πρώην Μέγαρο Μετοχικού Ταμείου Στρατού) αποτελεί ένα από τα πλέον χαρακτηριστικά σημεία αναφοράς του κέντρου της πόλης και μια ολοκληρωμένη πρόταση εξόδου. Χαρακτηρίζεται σαν σύμβολο της πόλης και η ιστορία του ταυτίζεται με αυτήν της πόλης των Αθηνών.⁵

Η μελέτη για την αναπαλαίωση του ιστορικού κτηρίου και την δημιουργία του νέου πολυχώρου κατά τα διεθνή πρότυπα αποτελεί μια προσπάθεια κατανόησης και ανάλυσης των συνθηκών της καθημερινής ζωής και των παραμέτρων που συντελούν στη διαμόρφωσή της.



Χάρτης 1, «Περιοχή μελέτης»

 ΠΕΡΙΟΧΗ ΜΕΛΕΤΗΣ

Εστιάζοντας στο CityLink και ξεκινώντας από αυτό το διαχρονικό κομβικό σημείο της Αθήνας του περασμένου αιώνα, διερευνάται η σχέση της αρχιτεκτονικής με την εταιρική ταυτότητα των ενδυμάτων και ταυτόχρονα ο από κοινού ρόλος αρχιτεκτονικής και ένδυσης στην διαμόρφωση του πολιτισμού της καθημερινότητας στην σύγχρονη πόλη. Το οικοδομικό τετράγωνο που καταλαμβάνει το CityLink αποτελεί την καρδιά του θύλακα μελέτης, στον οποίο περιλαμβάνονται επίσης δύο από τους άξονες που οριοθετούν το οικόπεδο, η οδός Σταδίου και η οδός Βουκουρεστίου. (Χάρτης 1)

¹ Λαμπρόπουλος Β., 2002, «Ο άγνωστος φάκελος Βαγγέλης Λάμπρου. Οι εμπρησμοί των πολυκαταστημάτων, ο χορός των ενδείξεων για τον ΕΛΑ και τα νέα δεδομένα», Το Βήμα, 10 Νοεμβρίου, Αθήνα, <http://www.tovima.gr/relatedarticles/article/?aid=146746>

² Harvey D., 2007, «Η κατάσταση της μετανεωτερικότητας. Διερεύνηση των απαρχών της πολιτισμικής μεταβολής», Αθήνα, εκδόσεις Μεταίχμιο, σσ 76, 101

³ Harvey D., 2007,ό.π., σσ 84

⁴ Harvey D., 2007,ό.π., σσ 97, 98

⁵ «Μέγαρο Μετοχικού Ταμείου Στρατού: η ιστορία ενός κτιρίου, η ιστορία μιας πόλης», http://www.citylink.gr/sites/default/files/_1.pdf

4.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Το σημερινό City Link αποτελεί αποκαταστατική επανάχρηση του πρώην Μεγάρου ιδιοκτησίας Μετοχικού Ταμείου Στρατού που αποτέλεσε αντικείμενο διεθνούς αρχιτεκτονικού διαγωνισμού το 1926, στον οποίο το Α΄ βραβείο κέρδισε η μελέτη των αρχιτεκτόνων Βασίλη Κασσάνδρα και Λεωνίδα Μπόνη, αποφοίτων της **Ecole des BeauxArts** του Παρισιού. Άρχισε να κτίζεται το 1927 και ολοκληρώθηκε το 1939. Οι αναφορές του κτηρίου ήταν επηρεασμένες από την παρισινή αστική αρχιτεκτονική. Η Αθήνα εκείνης της εποχής δεν διέθετε παρά χαμηλά ιδιωτικά κτίσματα και ορισμένα κτήρια νεοκλασικής αρχιτεκτονικής για δημόσια χρήση, όπως το Ιλίου Μέλαθρον ή η Ακαδημία. Ο σχεδιασμός του Μεγάρου του Μετοχικού Ταμείου Στρατού (εφ΄ εξής Μ.Τ.Σ.) αντιθέτως προέβλεπε την ανέγερση ενός μεγαλειώδους χώρου αστικής συγκέντρωσης με πολλαπλές λειτουργίες: στέγαση πολυτελούς ξενοδοχείου, μεγάλου εμπορικού καταστήματος και άλλων μικρότερων καταστημάτων, γραφείων, εστιατορίων-καφέ, κινηματογράφων και θεάτρων καθώς και μιας στοάς, τη γνωστή στοά Σπυρομήλιου. Το οικόπεδο στο οποίο ανεγέρθηκε το Μ.Τ.Σ. τοποθετείται μεταξύ των κεντρικών αξόνων Σταδίου – Πανεπιστημίου και των οδών Βουκουρεστίου – Αμερικής, καταλαμβάνοντας έκταση συνολικής επιφάνειας 65.000 τ.μ. Στο οικόπεδο βρισκόταν το κτίσμα των πρώην βασιλικών στάβλων.

Οι γραπτές μαρτυρίες της εποχής για το κτήριο του Μ.Τ.Σ. είναι σπάνιες-δεδομένου, μάλιστα, ότι δεν υπάρχουν τα πρωτότυπα σχέδια της οριστικής μελέτης, αποκτούν ακόμη μεγαλύτερη σημασία για την τεκμηρίωση των οικοδομικών φάσεων και των τροποποιήσεων που αποφασίστηκαν κατά τη διάρκεια του έργου.¹ Η παντελής σχεδόν έλλειψη πρωτοτύπων σχεδίων, τόσο της αρχικής όσο και της αναθεωρημένης πρότασης καθώς και η δεκαετής χρονική απόσταση ανάμεσα στην πρώτη και την τελευταία οικοδομική φάση, δεν επιτρέπει να διατυπώσει κανείς

οριστική άποψη αν το τελικό αποτέλεσμα υπήρξε συνειδητή στυλιστική επιλογή των δυο αρχιτεκτόνων, ή προϊόν της υποταγής τους στις προτάσεις αναθεώρησης των εκάστοτε επιτροπών του ΜΤΣ και της συμπόρευσής τους με τη γενικότερη πορεία μιας νέας τάξης πραγμάτων στο χώρο των δημόσιων αρχιτεκτονικών παραγγελιών.²

Η πρόταση των Μπόνη και Κασσάνδρα, που κέρδισε στον αρχιτεκτονικό διαγωνισμό που διενεργήθηκε, ήταν πολύ κοντά στο διεθνές στυλ της δεκαετίας του '30, χρησιμοποιώντας στυλιστικές κατευθύνσεις που απηχούν την αισθητική αντίληψη και την ανανεωτική διάθεση στην Ευρώπη. Με το κτήριο αυτό οι δύο αρχιτέκτονες απομακρύνθηκαν από τις ευκολίες του **εκλεκτισμού**, ο οποίος παραμένει κυρίαρχος στην Αθήνα της δεκαετίας του 1920, και προσανατολίστηκαν προς το καινοτόμο **Art Deco**, για να δηλώσουν, με την αφαιρετική χρήση του διάκοσμου, με τα γεωμετρικά σχήματα και τη χρήση πολυτελών υλικών, την «προσχώρησή» τους στη νέα τεχνοτροπία που κατακλύζει το Παρίσι του 1925.³

Το κτήριο του Μ.Τ.Σ. μαζί με τα κτήρια της Τράπεζας της Ελλάδος και του Γενικού Λογιστηρίου του Κράτους, έδωσαν νέο χαρακτήρα στον άξονα της οδού Πανεπιστημίου, σηματοδοτώντας την επιστροφή της δημόσιας αρχιτεκτονικής στις συμβολικές αξίες του κλασικισμού.⁴ Η πρώτη αναφορά στην αρχιτεκτονική του κτηρίου του Μ.Τ.Σ. χρονολογείται το 1938, στο περιοδικό *Architecture d'au-jourd'hui* παρουσιάζοντας το κτήριο των Μπόνη και Κασσάνδρα να απεικονίζεται δίπλα σε έργα μοντερνιστών αρχιτεκτόνων.⁵

¹ Κολώνας Β., 2006, «Το Μέγαρο του Μετοχικού Ταμείου Στρατού», «Αρχιτέκτονες», Περιοδικό του ΣΑΔΑΣ-ΠΕΑ, τεύχος 58 – περίοδος Β, Ιούλιος/Αύγουστος, σσ 67

² Κολώνας Β., 2006, «Το Μέγαρο του Μετοχικού Ταμείου Στρατού», Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σσ. 101

³ Κολώνας Β., 2006, «Το Μέγαρο του Μετοχικού Ταμείου Στρατού», «Αρχιτέκτονες», Περιοδικό του ΣΑΔΑΣ-ΠΕΑ, τεύχος 58 – περίοδος Β, Ιούλιος/Αύγουστος, σσ 67

⁴ Κολώνας Β.,ό.π., σσ 68

⁵ Κολώνας Β.,ό.π., σσ 70

4.1α ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Η περίοδος του Μεσοπολέμου (1923 - 1940), στα πλαίσια της οποίας αποφασίστηκε ο σχεδιασμός και η ανέγερση του Μ.Τ.Σ., χαρακτηρίζεται από πολιτική αστάθεια, έντονες τάσεις κρατικού παρεμβατισμού στην οικονομία, όξυνση των κοινωνικών αντιθέσεων και παράλληλα άνθιση νέων κοινωνικών, εκπαιδευτικών και πολιτιστικών θεσμών.¹

Η εξαθλίωση των πολέμων και τα μεταναστευτικά ρεύματα λειτουργούν, στον αντίποδα των ελληνικών επιτυχιών κατά τη διάρκεια των Βαλκανικών και του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου, ως ιδιότυπο δίπολο επιθυμίας για ανάταση και αισιοδοξία.

Η Μικρασιατική Καταστροφή αποτέλεσε το κορυφαίο γεγονός που μετασχημάτισε δραματικά το γεωγραφικό, πληθυσμιακό και ιδεολογικό χάρτη. Τα αστικά κέντρα έγιναν πυρήνας συγκέντρωσης πολλών πληθυσμιακών στρωμάτων με διαφορετικές καταβολές. Το μεγάλο μεταναστευτικό κύμα από τη Μικρά Ασία μετά τους βαλκανικούς και τον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο γιγάντωσε την πόλη των Αθηνών δημιουργώντας σε αυτήν δυο διαφορετικά πρόσωπα: «Τα παραπήγματα της αυτοστέγασης πλησιάζουν απειλητικά τις μεγαλοαστικές συνοικίες του κέντρου, ενώ η οργανωμένη δόμηση και οι εκτός σχεδίου επεκτάσεις αποτελούν μια άλλη πόλη, που αγωνίζεται να επιβιώσει παράλληλα με την επίσημη Αθήνα μιας νέας τάξης που ανέδειξε ο πόλεμος και οι πολιτικές αναταραχές, η οποία σπεύδει να επιδείξει την πρόσφατα αποκτημένη δύναμή της, τον πλούτο της και την κοινωνική της άνοδο».²

Οι άμεσες ανάγκες των ανθρώπων αλλά και οι επιταγές μιας νέας πολεοδομικής αντίληψης κατέστησαν το αστικό τοπίο αντικείμενο ιδιαίτερου ενδιαφέροντος. Η πόλη έγινε ένας κόμβος επικοινωνίας μέσα από τον οποίον διαχέονταν τα μηνύματα της νεωτερικότητας σε όλη την ελληνική κοινωνία. Νέα καλλιτεχνικά ρεύματα που άνθιζαν στον ευρωπαϊκό χώρο απέκτησαν σημαντική απήχηση στην Ελλάδα. Η άνιση

κατανομή του πλούτου ήταν εμφανής σε όλα τα επίπεδα της καθημερινότητας. Αρχιτεκτονικά η ανισότητα αυτή γίνεται αντιληπτή στη σύγκριση των μοντέρνων κατοικιών του '30 που χτίζονταν σε προάστια και εξοχικές τοποθεσίες της Αθήνας με των λαϊκών εργατικών και προσφυγικών συνοικιών στο κέντρο αλλά και στα όρια της πόλης, που δεν πληρούσαν ούτε τους βασικούς όρους υγιεινής.

Σε αυτό το κλίμα αποφασίστηκε ότι η Αθήνα χρειαζόταν ένα κτήριο που θα αναζωογονούσε το κέντρο της και θα αντικατόπριζε τις νέες ελπίδες και όνειρα. Η επιδιωκόμενη ατμόσφαιρα αισιοδοξίας και η ανάγκη για διασκέδαση, δημιούργησαν τις συνθήκες για την ύπαρξη ποικίλων και ετερόκλιτων χώρων και τρόπων διασκέδασης: από τους περιαστικούς περιπάτους στην παραλιακή ζώνη (Φάληρο, Γλυφάδα, Βούλα, Βουλιαγμένη) και την Κηφισιά στο κέντρο της πόλης, τόπο μεταγραφής των *annes folles* κατά το γαλλικό πρότυπο: χορευτικά τσάγια (*thes dansants*), φιλολογικές – ποιητικές βραδιές, δείπνα στα *roof garden* ξενοδοχείων, κονσέρτα, κινηματογράφοι, καμπαρέ, ταπεινά ταβερνεϊά, καφέ και καφέ αμάν.³

Ήδη από την πρώτη φάση, η ανέγερση του μεγάρου Μ.Τ.Σ. αναμενόταν με ιδιαίτερη πλησμονή από τους Αθηναίους, που παρακολουθούσαν με αμείωτο ενδιαφέρον όλες τις φάσεις ανέγερσης και τις αλλαγές του αρχικού πλάνου. Χαρακτηριστική της αστικής πολυτέλειας που θα αντιπροσώπευε το κτίσμα, είναι η επικεφαλίδα ολοσέλιδου άρθρου στην εφημερίδα «Έθνος» στις 31.03.1928: «Εις το γήπεδον των άλλοτε Βασιλικών Σταύλων: θέατρα, ντάνσιγκ, λουτρά103, κήποι, καταστήματα πολυτελείας».⁴

Οι κεντρικές οδοί Πανεπιστημίου και Σταδίου, που οριοθετούν το οικόπεδο ανέγερσης του Μ.Τ.Σ., είχαν ήδη αναδειχθεί σε πολυσύχναστους εμπορικούς άξονες με ισχυρό συμβολισμό. Η Σταδίου, (εικ. 39, 40) κοσμοπολίτικος δρόμος με πλήθος καταστημάτων ήδη από τις αρχές του αιώνα, μετά την ολοκλήρωση της ανέγερσης του πρώτου τμήματος του Μ.Τ.Σ., ενισχύεται ως τρίτος εμπορικός άξονας, μετά τις



Εικ. 39,40, «Η οδός Σταδίου τη δεκαετία του '30»

υπερτοπικές αγορές της Αιόλου και Ερμού. Η δε Πανεπιστημίου που συνέδεε τις δύο πιο σημαντικές πλατείες της Αθήνας, μετά και την ανέγερση του μεγάρου της Τράπεζας της Ελλάδος το 1938, έχει να επιδείξει πολλά σημαντικά κτήρια με πιο χαρακτηριστικά την Ακαδημία, το Πανεπιστήμιο και την Εθνική Βιβλιοθήκη. Επί της Πανεπιστημίου επίσης χτίστηκε περί τα 1935 και το Σικιαρίδειο Μέγαρο, γνωστό ως Rex, το πρώτο μέγαρο θεαμάτων της πόλης, με απ' ευθείας ανάθεση στους Μπόνη και Κασσάνδρα.⁵

¹ Κολώνας Β., 2006, «Το Μέγαρο του Μετοχικού Ταμείου Στρατού», Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σσ. 15

² Κολώνας Β., ό.π., σσ. 18

³ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 18

⁴ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 74

⁵ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 205, 207

4.1β ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΔΟΜΙΚΕΣ ΦΑΣΕΙΣ

Το Μ.Τ.Σ. οικοδομήθηκε σε τρεις διακριτές φάσεις (1928-39), που καλύπτουν ευρύ φάσμα της αρχιτεκτονικής του Μεσοπολέμου. Ήταν το πρώτο κτήριο μεγάλης κλίμακας στην Αθήνα που ανεγέρθη με σκοπό να στεγάσει πολλαπλές χρήσεις δημόσιας δραστηριότητας και να δοθεί στο κοινό. Κατά τα πρότυπα των *grands magasins* θα διέθετε όλες τις γνωστές λειτουργίες αυτής της τυπολογίας.

Μελετώντας τις οικοδομικές φάσεις του μεγάρου του Μ.Τ.Σ., θα μπορούσε να πει κανείς ότι, σύμφωνα με τα κριτήρια επιλογής της βραβευμένης λύσης, τα οποία ήταν «η καταλληλότητα της θέσεως, η οικονομία οικοδομήσεως, η πρακτική αποτελεσματικότητα και το επικερδές του οικοδομήματος»,¹ οι αρχιτέκτονες Λ. Μπόνης και Β. Κασσάνδρας πέτυχαν το στόχο τους. Η διάταξη των κτηρίων σύμφωνα με την πρότασή τους αντανakλούσε με σαφήνεια τη χωροθέτηση των διαφορετικών λειτουργιών εντός των ορίων του οικοπέδου, ενώ η προβολή τους στα μέτωπα των περιμετρικών δρόμων καθιστούσε εύληπτη τη διαφορετική τους ταυτότητα.

Η συγκεκριμένη διάταξη εξυπηρετούσε την κατά φάσεις οικοδόμηση του κτηρίου. Οι Μπόνης και Κασσάνδρας απέφυγαν τον κατακερματισμό του οικοπέδου με τις «πολεοδομικού» χαρακτήρα λύσεις και συνέθεσαν άνετους, αρχιτεκτονημένους χώρους, που θα μπορούσαν να φιλοξενήσουν δημόσιες δραστηριότητες, όπως αυτές της αναψυχής (κινηματοθέατρο), της φιλοξενίας (ξενοδοχείο) και του εμπορίου πολυτελείας (*grands magasins*). Η τροποποίηση του κτηριολογικού προγράμματος ήταν αυτή που στέρησε από το μέγαρο του Μ.Τ.Σ. δυο σημαντικούς χώρους δημόσιας χρήσης στους δυο κεντρικούς άξονες της πρωτεύουσας (τα *grands magasins* και το ξενοδοχείο), αντάξιους του «Παλλάς», του μόνου αντίστοιχης κλίμακας χώρου που διατηρήθηκε στο αναθεωρημένο κτηριολογικό πρόγραμμα. Αναπόφευκτα, τα θετικά σημεία



της βραβευμένης πρότασης λειτουργούν ανασταλτικά για τους ελεύθερους χώρους στο εσωτερικό του οικοδομικού τετραγώνου. Επιπλέον, ο συμπαγής όγκος του κτηρίου της οδού Πανεπιστημίου δεν επέτρεψε τη δημιουργία αντίστοιχης με τη στοά Σπυρομήλιου διευθέτησης και από την άλλη πλευρά του κεντρικού κτηρίου, όπως αρχικά προβλεπόταν.²

Σε όλη τη διάρκεια του Μεσοπολέμου ο μοντερνισμός συνυπήρχε με τον κλασικισμό, το Art Deco και τα διάφορα ρασιοναλιστικά κινήματα συνδεδεμένα με την αναβίωση της τοπικής παράδοσης και τη διαμόρφωση μιας εθνικής αρχιτεκτονικής. Ο κλασικισμός, αφαιρετικός ή μοντέρνος, καθ' όλη τη διάρκεια του Μεσοπολέμου εξακολουθούσε να αποτελεί το «εθνικό στυλ». Ήταν ο εκφραστής των συντηρητικών μεγαλοαστικών κοινωνικών στρωμάτων και του επίσημου κράτους. Ωστόσο, τα σημάδια της παρακμής του μετά από τόσες χρήσεις και αναβιώσεις και ταυτόχρονα λόγω των ευρωπαϊκών επιρροών και του πολιτικού και γενικότερου κλυδωνισμού στην Ελλάδα, διαρρηγνύονται οι καταστατικοί χώροι και δημιουργούνται βραχυπρόθεσμες συνθήκες πιο δημιουργικών εκφράσεων.³ Σε αυτή την τελευταία περίπτωση ανήκει το κτήριο της οδού Σταδίου που ευδοκίμησε να κτιστεί σε περίοδο κάμψης του αθηναϊκού νεοκλασικισμού, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες φάσεις ανοικοδόμησης και κυρίως το κτήριο της Πανεπιστημίου, το πιο στείρο από πλευράς αρχιτεκτονικής σύνθεσης.

Το κτήριο της οδού Σταδίου ολοκληρώθηκε και λειτούργησε το 1932 με τρεις ορόφους στον κορμό κι έναν επιπλέον στη στέψη του κτηρίου που δημιουργεί εσοχή (ρετιρέ)(εικ.41, 42, 43). Μορφολογικά το κτήριο, προσανατολιζόμενο προς το Art Deco, χαρακτηρίζεται από την αφαιρετική χρήση του διακόσμου, τα γεωμετρικά σχήματα και τη χρήση πολυτελών υλικών. Οι κορνίζες που διατρέχουν όλο το κτήριο στο ύψος του τελευταίου ορόφου και του δώματος καθώς και η διαμόρφωση του στηθαίου στο ίδιο επίπεδο, ενισχύουν τον τονισμό της οριζόντιας διάταξης στην όψη. Στα δύο γωνιακά τμήματα του κτηρίου διαμορφώθηκε κυλινδρική προεξοχή σε απότμηση της γωνίας. Αυτή η

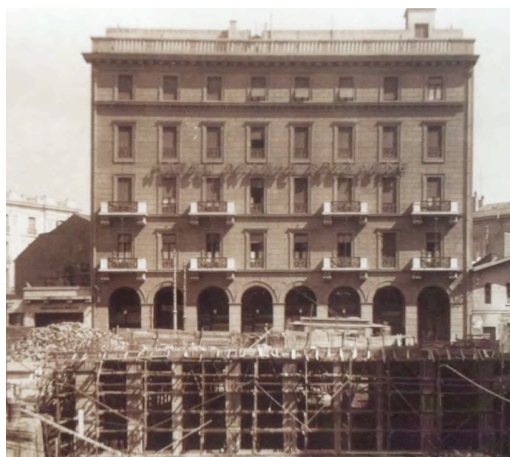


Εικ. 42, 43, «Το κτήριο της οδού Σταδίου»

κυλινδρική προεξοχή επεκτεινόμενη πέρα από την απόληξη του κτηρίου δημιουργεί δύο περίπτερα τύπου *rotonda*, με χαμηλό τρούλο στο επίπεδο του δώματος, που τονίζουν τον κατακόρυφο άξονα στα νευραλγικά σημεία της συμβολής των περιμετρικών οδών ενισχύοντας την συμβολική αξία του κτηρίου.⁴

Η ανοικοδόμηση του κεντρικού κτηρίου μεταξύ των οδών Αμερικής και Βουκουρεστίου (εικ.44) ξεκίνησε το 1928, ως συνέχεια των πλαϊνών όψεων του κτηρίου της οδού Σταδίου. Τα δύο τμήματα του κεντρικού κτηρίου επιχειρούν να αναδείξουν την διαφορετική λειτουργία του, ακολουθώντας τις συνθετικές αρχές των παρακείμενων όψεων. Βασικό στοιχείο του κτηρίου αποτελεί η ενδιάμεση στοά (Στρατηγού Σπύρου Μήλιου). Η ευρέως γνωστή στοά με κατά μήκος στέγαστρο για προστασία από τη βροχή, φιλοξενούσε περίοπτα καταστήματα. Όπως στο κτήριο της Σταδίου και σε αυτό προέκυψαν αλλαγές με βάση την αρχική μελέτη, λόγω της επενδυτικής πολιτικής του Μ.Τ.Σ.: οι λέσχες και οι πολυτελείς κατοικίες έγιναν γραφεία, η αίθουσα δεξιώσεων έγινε «ντάνσιγκ» (Maxim), η είσοδος του κινηματοθεάτρου (Παλλάς) μεταφέρθηκε από την Αμερικής στη Βουκουρεστίου και δεν απέκτησε ποτέ ανοιγοκλειόμενη στέγη. Παρ' όλ' αυτά, η χρήση πολυτελών υλικών (τρία διαφορετικά ήδη μαρμάρων) και τα διακοσμητικά στοιχεία Art Deco, ευδοκίμησαν με πλούσια δημιουργικότητα στο εσωτερικό και των δύο χώρων, κυρίως του Παλλάς.⁵

Η ανοικοδόμηση του κτηρίου με πρόσοψη στην οδό Πανεπιστημίου, (εικ. 45), αντιπροσωπευτικό δείγμα μοντέρνου κλασικισμού, καθυστέρησε πολύ (έναρξη περ. 1938). Το κτήριο περιλαμβάνει τρία επίπεδα υπογείων και πέντε ορόφους, ένα παραπάνω από το κτήριο της Σταδίου λόγω υψομετρικής διαφοράς. Το ξενοδοχείο πολυτελείας δεν ευδοκίμησε αφενός γιατί δεν υπήρξε ιδιαίτερο επενδυτικό ενδιαφέρον, αφετέρου λόγω του πιθανού ανταγωνισμού με το παρακείμενο Grande Bretagne. Η δημιουργία αντίστοιχης στοάς με τη Σπυρομήλιου, όπως αρχικά προβλεπόταν, δεν ήταν πλέον εφικτή λόγω του συμπαγούς όγκου του κτηρίου. Επίσης δεν ευδοκίμησε η εκτενής εκμετάλλευση του υπογείου,



Εικ. 44, «Ανοικοδόμηση του κεντρικού κτηρίου»

όπου προβλεπόταν δημιουργία της στοάς Συγγρού, χώροι καταστημάτων, αίθουσες τουρκικών λουτρών, αίθουσες οπλομαχίας και γυμναστικής, καμπαρέ και γκαράζ. Χαρακτηριστικά στοιχεία του κτηρίου της Πανεπιστημίου είναι: η γνωστή τριμερής κατανομή του όγκου που στο ισόγειο διατρέχεται από μαρκίζα, προστώο στην κεντρική είσοδο, συμμετρική οργάνωση ως προς τον κεντρικό άξονα, διακριτικός διάκοσμος με ένθεση διακοσμητικών πλακιδίων μεταξύ 1ου και 2ου ορόφου, εξώστες στα ανοίγματα του 4ου ορόφου, ενώ η απόληξη του κτιρίου διαμορφώνεται με την ελαφρά υποχώρηση του 5ου ορόφου σε εσοχή (loggia) και τον διαφορετικό ρυθμό εναλλαγής κενών και πλήρων σε διχρωμία μπεζ - κόκκινου.⁶

Οι υποδείξεις της επιτροπής αναθεώρησης της μελέτης που επανέφερε τα κελεύσματα της αρχιτεκτονικής νεοκλασικού τύπου, λειτούργησαν ως τροχοπέδη για την υλοποίηση της αρχικής πρότασης των Μπόνη-Κασσάνδρα που ήταν πληρέστερη στις χρήσεις (συνδυασμός εμπορίου και αναψυχής), περισσότερο ευφάνταστη στις λειτουργικές λύσεις και πιο συγκροτημένη ως συνολικό αποτέλεσμα., ουσιαστικό στοιχείο ενός τόσο μεγάλου και συμπαγούς όγκου. Για τον λόγο αυτό οι αρχιτέκτονες κατευθύνθηκαν προς μια λιγότερο ευφάνταστη και πιο εύκολα αναγνώσιμη λύση, σχετιζόμενη με τις πιο συντηρητικές πτυχές της ακαδημαϊκής τους εκπαίδευσης. Επιπλέον, το 1960, αλλοιώνεται η εικόνα του κτηρίου, με την προσθήκη δύο ορόφων σε όλο το πλάτος του.⁷

¹ Κολώνας Β., 2006, «Το Μέγαρο του Μετοχικού Ταμείου Στρατού», Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σσ. 50

² Κολώνας Β., ό.π., σσ. 100, 101

³ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 36

⁴ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 79

⁵ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 86, 87, 89

⁶ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 95, 96

⁷ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 84



Εικ. 45, «Το κτήριο της οδού Πανεπιστημίου»

4.1γ ΧΡΗΣΕΙΣ

Καταλαμβάνοντας ένα ολόκληρο οικοδομικό τετράγωνο στο κέντρο της πόλης, το μέγαρο του Μ.Τ.Σ. συνδέθηκε διαχρονικά με όλες τις σημαντικές στιγμές της ιστορίας της. Αποτέλεσε για περισσότερο από 70 χρόνια ισχυρό σημείο αναφοράς για την οικονομική, κοινωνική και καλλιτεχνική ζωή της Αθήνας. Χώροι όπως το κινηματοθέατρο «Παλλάς», το χορευτικό κέντρο «Μαξίμ», το «Μπραζίλιαν», ο «Ζώναρς» και ο «Φλόκας», αποτέλεσαν τους πλέον δημοφιλείς χώρους κοινωνικών συναθροίσεων και αναψυχής της μεταπολεμικής Αθήνας.¹

Ο κινηματογράφος, κατ' εξοχήν χώρος μαζικής κοινωνικής συγκέντρωσης, αποτέλεσε σταθερή διέξοδο αναψυχής για τις μεσαίες και κατώτερες οικονομικά τάξεις. Μαζί με τον κινηματογράφο, το καφενείο αποτελεί συστατικό στοιχείο της ελληνικής νοοτροπίας.

Μέσα στο κλίμα αστικού εκσυγχρονισμού και πολυτέλειας εγκαινιάστηκε με το κινηματοθέατρο Παλλάς στις 27/10/1932. Ο χώρος περιλάμβανε εντυπωσιακό φουαγιέ και σκάλα εισόδου, πλατεία, εξώστη και περιμετρικά θεωρεία συνολικής χωρητικότητας 2.750 θέσεων, 50 καμαρίνια και χώρο για 150 όργανα ορχήστρας, πολυτελή υλικά κατασκευής, κρυφό φωτισμό οροφής και διακριτικά διακοσμητικά στοιχεία art deco και τον πλέον σύγχρονο για την εποχή εξοπλισμό. Στην απλή είσοδο, διακριτικό χαρακτηριστικό σήμανσης του χώρου αποτελεί το λογότυπο με το κεφάλι της Αθηνάς Παλλάδας, (διατηρείται και σήμερα στην προμετωπίδα), και αναφέρεται στον πρώτο διαχειριστή του κινηματοθέατρου που ήταν η Ανώνυμος Κινηματογραφική Εταιρεία Παλλάς. Παρά τις επάλληλες αλλαγές στη διαχείριση του χώρου, το Παλλάς θα αποτελέσει αδιαλείπτως σημείο αναφοράς, διαμόρφωσης και επίδειξης του τρέχοντος **lifestyle** κυρίως κατά τη διάρκεια των δεκαετιών '40 έως και '60 με κινηματογραφικές προβολές, καλλιτεχνικές και εορταστικές εκδηλώσεις. Από εδώ θα περάσει όλη η καλή κοινωνία της

Αθήνας, η βασιλική οικογένεια, πολιτικές προσωπικότητες, καλλιτέχνες και ινδάλματα της εποχής.²

Το «Maxim», με είσοδο από την οδό Αμερικής, λειτούργησε ως χορευτική αίθουσα από το 1935 μέχρι το 1949 που άρχισε να λειτουργεί ως κινηματογράφος. Το 1961 ανακαινίσθηκε με βάση το διεθνές λεξιλόγιο του μεταπολεμικού μοντερνισμού και η νέα διαρρύθμιση απέδωσε 1000 θέσεις θεατών. Το 1971 μετατρέπεται σε θέατρο Αλίκη χωρητικότητας 850 θέσεων. Ως αίθουσα χορού - καμπαρέ φιλοξένησε ξένες ορχήστρες, χορούς συλλόγων, χορευτικά τσάγια και επιδείξεις μόδας που μαρτυρούν μεν τη γαλλικής προελεύσεως νοοτροπία διασκέδασης, σε ελληνική εντούτοις εγγραφή. Εκτός του ονόματος, δάνειο από το ομώνυμο παρισινό καμπαρέ, αναφορές σε ευρωπαϊκά πρότυπα ανευρίσκονται και στο σχεδιασμό του πολυτελούς εσωτερικού χώρου και πάλι με διακοσμητικές λεπτομέρειες art deco και ιδιαίτερα προσεγμένο φωτισμό όπως και στην αίθουσα του Παλλάς.

Το μέγαρο Μ.Τ.Σ. στέγαζε τρία ιστορικά καφέ - ζαχαροπλαστεία, τα οποία, εκτός από τόποι προσφιλούς συνεύρεσης, υπήρξαν πυρήνες μιας ολόκληρης γενιάς που σημαδεύει ακόμη με την παρουσία και το έργο της την πνευματική πορεία της χώρας. Τα Brazilian, Zonar's και Floca υπήρξαν κάτι πολύ περισσότερο από «κλασικά στέκια».

Το «Brazilian» πρωτοάνοιξε το 1933 ως πρατήριο καφέ Λουμίδη σε συνεργασία Σαραβάνου - Λουμίδη. Ο μόλις 35 τ. μ. χώρος του Brazilian θα λειτουργήσει ως πρότυπο πρατήριο καφέ και θα εισάγει για πρώτη φορά στην Ελλάδα τον καφέ εσπρέσσο. Η ηρεμία, ο διακριτικός φωτισμός, η ελληνικότητα που απέπνεε η μορφολογία του αρχιτέκτονα Ι. Λυγίζου και η εξ' ανάγκης εγγύτητα, ανέδειξαν ένα χώρο διαφορετικού ύφους από τις υπόλοιπες χρήσεις του Μ.Τ.Σ.. «Όσον αφορά τη μορφολογία, υπήρχε πλήρης διαφοροποίηση με τους υπόλοιπους χώρους του κτηρίου και σαφής προσανατολισμός προς τοπικά ιδιώματα, στο πλαίσιο μιας προσωπικής ερμηνείας της ελληνικότητας, που χαρακτήριζε, άλλωστε, και το μεγαλύτερο τμήμα του έργου του Λυγίζου».³

Το «Zonar's» στη γωνία Πανεπιστημίου και Βουκουρεστίου, με είσοδο από την τελευταία, εγκαινιάστηκε τον Αύγουστο του 1940 και παρά το βαρύ κλίμα (τορπιλισμός της »Έλλης»), τα εγκαίνια χαιρετίστηκαν με ενθουσιασμό από την αθηναϊκή κοινωνία.⁴ Το «Zonar's», μαζί με το γειτονικό Φλόκα, υπήρξε ισχυρός πόλος έλξης για την κοινωνία της μεταπολεμικής Αθήνας που αναζητούσε νέους τρόπους επικοινωνίας και αναψυχής, αντιγράφοντας πρότυπα και συνήθειες της Ευρώπης.⁵

Η έναρξη του καφέ - εστιατορίου «Φλόκα» τοποθετείται χρονικά το φθινόπωρο του 1940. Χώρος πολυτέλειας και υψηλής αισθητικής, στέκι της νεοελληνικής διάνοησης και του πολιτικού χώρου, απευθύνεται στα μεγαλοαστικά στρώματα της αθηναϊκής κοινωνίας και «θα αποτελέσει την αθηναϊκή εκδοχή του παρισινού Café de Flore, στο St. Germain des Pres, δίπλα στο εξίσου δημοφιλές αλλά πιο τουριστικό Les Deux Magots, με το οποίο, τηρουμένων των αναλογιών, θα μπορούσε κανείς να συγκρίνει το Zonar's».⁶

Οι χρήσεις των υπολοίπων ισογείων χώρων και ορόφων του Μ.Τ.Σ. ολοκληρώνουν την εικόνα της πρώτης περιόδου του Μεγάρου, δηλαδή έως και το 2000-2001 που ξεκινούν οι εργασίες αποκατάστασης και ανακαίνισης. Οι όροφοι χρησιμοποιήθηκαν ως γραφεία εταιρειών, εφημερίδων και κρατικών υπηρεσιών. Όσον αφορά στους ισόγειους χώρους, το μέτωπο της οδού Σταδίου, οι οδοί Αμερικής και Βουκουρεστίου έως τη στοά Σπυρομήλιου και το εσωτερικό της στοάς εκατέρωθεν, στέγασαν τα εμπορικά όνειρα της αστικής Αθήνας, με ένα πολύχρωμο μωσαϊκό εταιρειών και ετερόκλητων προϊόντων για κάθε γούστο και ανάγκη: νεωτερισμοί και παιχνίδια, υποδήματα, υφάσματα και ενδύματα πολυτελείας, διεθνής οίκος μόδας, κοσμηματοπωλεία, οπτικά, είδη λαϊκής τέχνης και αντίγραφα, χαρτικά- είδη γραφείου, είδη δώρων, είδη πολυτελείας, συσκευές ήχου, ηλεκτρικά είδη και οικιακός εξοπλισμός, κουρείο, φωτογραφείο, κατάστημα επίπλων, αεροπορικές εταιρείες, άλλα καφέ, ζαχαροπλαστεία και bar, νυχτερινά κέντρα - club στο υπόγειο επί της οδού Αμερικής, πολυκατάστημα του Μ.Τ.Σ. για αποκλειστική χρήση των μελών, γραφείο ενημέρωσης κοινού της

αεροπορίας, γραφεία του ΕΟΤ, τα ταμεία του Φεστιβάλ Αθηνών-Επιδαύρου, σουηδικές αριθμομηχανές.⁷

Την περίοδο της δικτατορίας ξεκίνησαν σενάρια και σκέψεις περί κατεδάφισης του Μ.Τ.Σ. και προκηρύχτηκε διαγωνισμός μελέτης αξιοποίησης του οικοπέδου, ενώ στη συνέχεια θα προκηρυσσόταν δεύτερος διαγωνισμός για το οικοδομικό πρόγραμμα.⁸

Το 1981 εγκαταλείφθηκαν οριστικά οι όποιες σκέψεις περί κατεδάφισης του κτηρίου - τοπόσημο, καθώς με προεδρικό διάταγμα οι όψεις του κυρρήχθηκαν διατηρητέες. Το 1984 ακολούθησε νέο διάταγμα το οποίο χαρακτήριζε το κτήριο διατηρητέο και προέβλεπε περιορισμούς σε περίπτωση επισκευής ή οποιασδήποτε επέμβασης. Τελικά το 1989, με την υπουργική απόφαση ΥΠΠΟ/ΔΙΛΑΠ/Γ/1901/33661/24.7.89, το μέγαρο χαρακτηρίζεται ως «ιστορικό διατηρητέο μνημείο», αφού αποτελεί χαρακτηριστικό δείγμα αρχιτεκτονικής δημοσίων κτηρίων της εποχής του μεσοπολέμου. Μια δεκαετία περίπου αργότερα με υπουργική απόφαση ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ., καθορίζονται ως διατηρητέες και οι χρήσεις των Zonar's, Brazilian, Αλίκη και Παλλάς.⁹

Η διοίκηση του Μ.Τ.Σ. αποφάσισε να αναθέσει τη διαχείριση του μεγάρου σε τρίτους και προκήρυξε σχετικό διαγωνισμό στα τέλη του 1999. Οι προτάσεις κατετέθησαν από κοινοπραξίες τραπεζών και τα αποτελέσματα οδήγησαν σε ενστάσεις. Η κατακύρωση του διαγωνισμού έγινε τον Απρίλιο του 2000 με νέο διαχειριστή τον όμιλο Real Estate της Τράπεζας Πειραιώς (Picar). Η διαχείριση διατηρείται για 50 έτη με καταβολή μισθώματος προς το Μ.Τ.Σ.¹⁰

«Οι χρήσεις αλλάζουν και οι χώροι των κοινωνικών συναθροίσεων και των πνευματικών συζητήσεων μετατρέπονται σε απρόσωπους χώρους οικονομικών και εμπορικών συναλλαγών. [...] Απομένει να δούμε αν οι νέοι ιδιοκτήτες θα σεβαστούν την ιστορία τους».¹¹

¹ Κολώνας Β., 2006, «Το Μέγαρο του Μετοχικού Ταμείου Στρατού», «Αρχιτέκτονες», Περιοδικό του ΣΑΔΑΣ-ΠΕΑ, τεύχος 58 – περίοδος Β, Ιούλιος/Αύγουστος, σσ 70

² Κολώνας Β., ό.π., σσ. 104 - 114

³ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 153

⁴ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 163

⁵ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 173

⁶ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 174

⁷ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 178 - 196

⁸ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 238 - 241

⁹ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 241

¹⁰ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 243

¹¹ Κολώνας Β., ό.π., σσ. 178

4.2 ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΧΡΗΣΕΙΣ

Η ολοκλήρωση των εργασιών αποκατάστασης του μεγάρου Μ.Τ.Σ. που στοίχισαν πάνω από 250 εκ. € παρέδωσε το κτήριο CityLink - Attica.¹ Η εξωτερική όψη του πρώην μεγάρου Μ.Τ.Σ. αναπαλαιώθηκε, δηλαδή συντηρήθηκε χωρίς αλλαγές, όπως και κάποια βασικά στοιχεία της εσωτερικής μορφολογίας και υλικών στα πρώην Zonar's, Brazilian και στα θέατρα Παλλάς και Αλίκη (που επίσης διατηρήθηκαν κατόπιν ανακαίνισης). Τα υφιστάμενα πολυτελή υλικά διατηρήθηκαν με αποκατάσταση τμημάτων που έλλειπαν.

Παρόλαυτα η αισθητική του τελικού αποτελέσματος αποτελεί μια νέα μορφή που διαφοροποιείται από την προϋπάρχουσα. Την αρχιτεκτονική μελέτη αποκατάστασης και την έκδοση σχετικής άδειας από το Κεντρικό Συμβούλιο Νεωτέρων Μνημείων, ανέλαβε το γραφείο «Στέλιος Αγιοστρατίτης και Συνεργάτες», ενώ το γραφείο αρχιτεκτονικών μελετών «Γιάννης Κίζης και Συνεργάτες», (γνωστό για τις πρότερες αναπλάσεις και αναπαλαιώσεις διατηρητέων κτηρίων), ανέλαβε την αρχιτεκτονική μελέτη συνολικής αναθεώρησης του έργου, καθώς και τη μελέτη αποκατάστασης και εκσυγχρονισμού των διατηρητέων στοιχείων (στοά Σπυρομήλιου, θέατρα Παλλάς και Αλίκη). Η φιλοσοφία του γραφείου Κίζη και Συνεργατών διέπεται από τη σαφήνεια και τη μελετημένη απλότητα των αισθητικών επιλογών, που διατηρούν τον κορμό του προς ανάπλαση κτηρίου αφ' ενός, αφ' ετέρου εξυπηρετούν στην οργανική ένταξη σύγχρονων στοιχείων που θα παρατείνουν τη ζωή του κτηρίου. Σύμφωνα με τον Γιάννη Κίζη «για να ξαναζήσει ένα κτήριο, για να κερδίσει μια παράταση ζωής, έχει ανάγκη σύγχρονων στοιχείων που θα το περάσουν στην επόμενη εποχή.[...] Το νέο και το παλιό πρέπει να ζουν παράλληλα και διακριτά. Και η αγάπη (όπου αγάπη ίσον γνώση) σου δίνει το δικαίωμα να κάνεις εγχειρητικές τομές».² Η χρηστικότητα, η εξοικείωση και η ανάμειξη των χρήσεων αποτέλεσαν τα ζητούμενα της μελέτης ανάπλασης.

Στο πλαίσιο των σύγχρονων χειρονομιών της νέας εικόνας δημιουργήθηκαν ένας κρυστάλλινος διάδρομος στο δάπεδο και το γυάλινο στέγαστρο της στοάς σε ύψος 25 μέτρων, πεζοδρομήθηκε η οδός Βουκουρεστίου και διαμορφώθηκε η κρυστάλλινη όψη του Παλλάς.³ Οι παρεμβάσεις στη στοά Σπυρομήλιου (εικ.47) προστατεύουν από τις κλιματικές συνθήκες, ταυτοχρόνως όμως προσδίδουν μοντέρνα όψη και μεγαλοπρέπεια στο χώρο. Η ανάπλαση του πεζοδρόμου, απέδωσε στο ύψος της Πανεπιστημίου επιπλέον δυνατότητα εστίασης για το le café d' Athenes στον υπαίθριο υπερυψωμένο χώρο με σόμπες, κατά το πρότυπο των παρισινών και ιταλικών καφέ. Κυριότερα όμως, η πεζοδρόμηση της Βουκουρεστίου παρέδωσε στην πόλη ένα καλαίσθητο και φροντισμένο πέρασμα μαζί με τη στοά Σπυρομήλιου.

Όσον αφορά στις νέες χρήσεις του CityLink, τα σχέδια αξιοποίησης προέβλεπαν τη δημιουργία «εμπορικής οάσεως καταστημάτων, συγκροτημάτων γραφείων, χώρων εστίασης και ψυχαγωγίας».⁴ Παρόλο που το πρόγραμμα χρήσεων προσεγγίζει σε γενικές γραμμές εκείνο του Μ.Τ.Σ., η νέα εικόνα του μεγάρου, όπως ήδη αναφέρθηκε, όσον αφορά στην ατμόσφαιρα και την αισθητική των υλικών είναι απολύτως καινούργια. Με την ολοκλήρωση των εργασιών ανακατασκευής περί το 2004, οι επιμέρους χώροι παραδόθηκαν στους ενοικιαστές για την αποπεράτωση των εργασιών στο εσωτερικό τους. Αυτοί οι χώροι διαμορφώθηκαν με βάση τις ανάγκες του κάθε ενοικιαστή τις περισσότερες φορές αγνοώντας τα στοιχεία της αυθεντικής εσωτερικής μορφής.

Αρχικά ολοκληρώθηκε και παραδόθηκε το εμπορικό κέντρο Attica (εικ.46). Με έκταση 25.000 τ.μ., 8 επίπεδα υψηλών προδιαγραφών και με πλήρη τμήματα γυναικείας, ανδρικής και παιδικής μόδας, αξεσουάρ και καλλυντικών με πολλές αποκλειστικότητες για την Ελλάδα, το Attica διαθέτει πάνω από 350 shop in a shop και 860 διαφορετικά brand names. ενώ στον 6ο όροφο στεγάζεται το καφέ - εστιατόριο Bread and Butter.⁵ Σε αυτόν παρέχεται και η μοναδική οπτική φυγή σε ένα κατά τα άλλα χαμηλοτάβανο, πυκνοστημένο και εσωστρεφές χώρο.



Εικ. 46, «Το πολυκατάστημα Attica»

Έκτοτε άρχισαν να παραδίδονται τμηματικά και οι υπόλοιποι χώροι: στοά Σπυρομήλιου και πεζόδρομος οδού Βουκουρεστίου, Παλλάς, Αλίκη, Μικρό Παλλάς. Η διαχείριση και των τριών θεάτρων έχει δοθεί στην «Ελληνική Θεαμάτων». Η έξωση των προηγούμενων διαχειριστών των Zonar's και Brazilian απέδωσε νέους ανακαινισμένους χώρους με την προσθήκη και άλλων και διαχειρίστρια την εταιρεία Everest⁶: το καφέ Clemente στη θέση του πρώην Brazilian, το καφέ – εστιατόριο Zonar's / le café d' Athenes στη θέση του πρώην Zonar's, το εστιατόριο - μεζεδοπωλείο Pasaji εντός της στοάς. Επιπλέον λειτουργεί το Zonar's / chocolaterie, στον ισόγειο χώρο δίπλα από το νέο Zonar's, σαν ντελικάτέσεν τύπου Fauchon στα πρότυπα του Παρισιού.⁷

Στο κέντρο του εμπορίου πολυτελείας, οι υπόλοιποι ισόγειοι χώροι του City Link φιλοξενούν επώνυμους οίκους διαμορφώνοντας ένα πολυτελές τοπίο, κατ' αρχήν στο μέτωπο των οδών Βουκουρεστίου και Σταδίου, κατά δεύτερον στην οδό Αμερικής και στη μια πλευρά της στοάς Σπυρομήλιου: Nak - Bally, Cartier, Dolce & Gabbana, Hermes, Liana Vourakis, Links of London, Modern Times, Mont Blanc, Salvatore Ferragamo, Tous, Brooks Brothers, Van Cleef & Arpels.

Το τοπίο συμπληρώνεται με το **Holmes Place Health & Fitness Club**, του οποίου οι παροχές, στην έκταση των 3.000 τ.μ. που καλύπτει, περιλαμβάνουν: μεγάλη εσωτερική πισίνα στο υπόγειο της στοάς Σπυρομήλιου με jacuzzi και hamam, πολυτελές SPA, υπερσύγχρονες αίθουσες για ομαδικά και προσωπικά προγράμματα, spinning, pilates, yoga, hamam, sauna και club room με café-restaurant.⁸

Στο μέγαρο στεγάζονται και τα κεντρικά γραφεία της Τράπεζας Πειραιώς, με είσοδο από την οδό Αμερικής και διακριτική αλλά πυκνή χρήση λογοτύπησης της Τράπεζας περιμετρικά του κτηρίου και σε προνομιακά εμφανή σημεία.

Με βάση τα λεγόμενα του Διευθύνοντος Συμβούλου της Πειραιώς Real Estate, Σορτίκου Γ., η συνολική πρωτοβουλία στόχευε στην «αναβίωση του αστικού και εμπορικού χαρακτήρα του συγκροτήματος» και την



Εικ. 47, «Το νέο πέρασμα της στοάς Σπυρόμηλου»

εδραίωση «του City Link ως το νέο πόλο έλξης της μητρόπολης των Αθηνών, δίνοντας στο κέντρο αίγλη και κοσμοπολίτικο χαρακτήρα».⁹ Άλλωστε το «χρυσό τετράγωνο»¹⁰ του κέντρου της πόλης σήμερα σφύζει από ζωή και διαφημίζεται ως ο απόλυτος προορισμός για shopping στο κέντρο της Αθήνας.¹¹

Η αποκατάσταση και επανάχρηση του πρώην Μ.Τ.Σ. αποτελεί ένα αξιοσημείωτο γεγονός. Είναι από τις μοναδικές περιπτώσεις μιας τόσο εκτεταμένης ανακαίνισης κτηρίου για χρήση εμπορίου, γεγονός που τοποθετεί την Αθήνα μεταξύ των μητροπόλεων του κόσμου.¹² «Είναι η πρώτη φορά που ένα διατηρητέο αρχιτεκτονικό μνημείο στο κέντρο της πόλης διαμορφώνεται σε σύγχρονων προδιαγραφών πολυχώρο που συγκεντρώνει τα μεγαλύτερα διεθνή ονόματα από το χώρο της μόδας και του **lifestyle**».¹³

Συνοψίζοντας, οι σύγχρονες λειτουργίες προσεγγίζουν αυτές που υπήρχαν στον αρχικό σχεδιασμό του 1928, κάποιες από αυτές όμως ή δεν πραγματοποιήθηκαν ή εξέπεσαν ως χρήσεις με την πάροδο του χρόνου και τις νέες ανάγκες. Το υδροθεραπευτήριο που δεν έγινε στο παρελθόν είναι το σημερινό spa-γυμναστήριο, το department store που επίσης δεν έγινε, υλοποιήθηκε με το σημερινό Attica (στο κτήριο όμως της Πανεπιστημίου και όχι της Σταδίου όπως προοριζόταν με βάση τον αρχικό σχεδιασμό). Τα καταστήματα, τα καφέ-εστιατόρια, διατηρήθηκαν ως χρήσεις, ανακαινίστηκαν και πολλαπλασιάστηκαν. Κατόπιν στατικών και αντισεισμικών ενισχύσεων αλλά και εσωτερικών διαμορφώσεων, διατηρήθηκαν τα θέατρα Παλλάς και Αλίκη, ενώ δημιουργήθηκε κι ένα τρίτο, το Μικρό Παλλάς.(εικ.48)

¹ Τσακίρη Τ., 2007, «Στου Zonar's τον Οκτώβριο για καφέ», άρθρο στην εφημερίδα Το Βήμα, 9 Σεπτεμβρίου, Αθήνα, <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=183452>

² Βατόπουλος Ν., 2007, «Όσμωση παλιού και νέου στις αναπλάσεις», άρθρο στην εφημερίδα Καθημερινή, 4 Φεβρουαρίου, Αθήνα

³ <http://www.citylink.gr/istoriko>

⁴ Κολώνας Β., 2006, «Το Μέγαρο του Μετοχικού Ταμείου Στρατού», Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σσ. 243

⁵ <http://www.citylink.gr/shopping/attica>, <http://www.citylink.gr/lifestyle/dining/breadbutter>

⁶ Τσακίρη Τ., 2007, «Στου Zonar's τον Οκτώβριο για καφέ», άρθρο στην εφημερίδα Το Βήμα, 9 Σεπτεμβρίου, Αθήνα, <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=183452>

⁷ <http://www.e-go.gr/timeout/article.asp?catid=16193&subid=2&pubid=417731>

⁸ <http://www.holmesplace.gr/gr-gr/services/index.php#.../layout/images/slideshow/CLUBS/01.jpg>

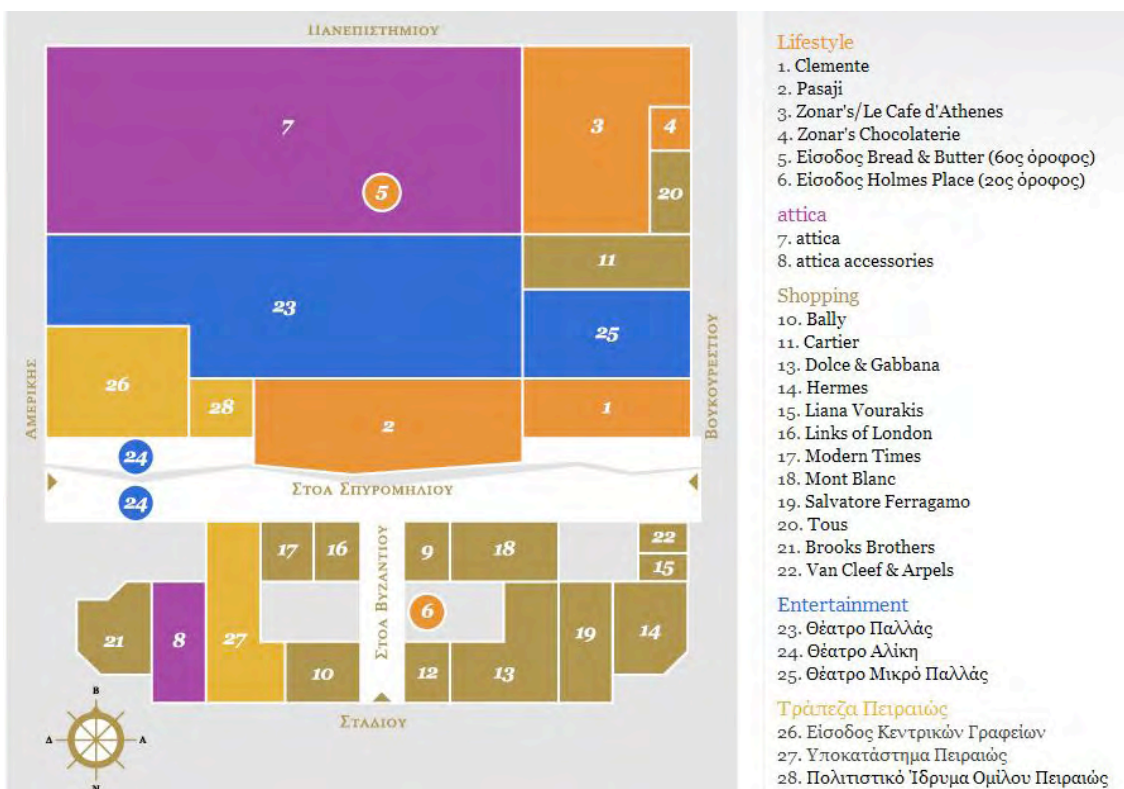
⁹ Τάφας Π., «Το Attica αλλάζει το εμπορικό τοπίο του κέντρου», <http://www.neo.gr/modules.php?name=News&file=article&sid=3145>

¹⁰ http://alphaioniki-bank.blogspot.com/2011/01/blog-post_23.html

¹¹ <http://www.citylink.gr/>

¹² «Στο παρελθόν οι μεταβολές της ταυτότητας των πόλεων προκαλούνταν από σοβαρές εθνικές και οικονομικές κρίσεις και ανακατατάξεις. Τα τελευταία χρόνια οι τοπικές αρχές έχουν επινοήσει μια σειρά από τεχνάσματα για την αναβάθμιση της ταυτότητας των πόλεων, όπως είναι η ανάληψη σημαντικών διεθνών εκδηλώσεων και η δημιουργία νέων κτιρίων γοήτρου. Οι δυνατότητες παρέμβασης της σύγχρονης υψηλής αρχιτεκτονικής στον αστικό χώρο σε μεγάλο βαθμό προδιαγράφονται από τα πρότυπα που έχει θέσει διεθνώς η νέα αυτή τάση, η οποία έχει γίνει γνωστή και ως σύνδρομο του Bilbao», Δραγώνας Π., «Η ανάγκη ανακαίνισης της αθηναϊκής αστικής ταυτότητας», στο Κάλμπαρη Χ., Ντάφλος Κ. (επιμέλεια), 2005, «Η Μετάβαση της Αθήνας», εκδόσεις futura, Αθήνα, σσ. 176

¹³ Τάφας Π., «Το Attica αλλάζει το εμπορικό τοπίο του κέντρου», <http://www.neo.gr/modules.php?name=News&file=article&sid=3145>



Εικ. 48, «Κάτοψη του CityLink»

4.3 Η ΚΑΡΔΙΑ ΤΟΥ ΘΥΛΑΚΑ...

Στις πόλεις με σημαντικό ιστορικό παρελθόν η ιστορική παράμετρος αποτελεί κυρίαρχη αρχή της συμβολικής τους διάστασης, επηρεάζει και διαμορφώνει τις ασυνείδητες πλευρές της γενικότερης συμπεριφοράς μέσα στον αστικό χώρο.¹ Μια τέτοια πόλη είναι η Αθήνα. Η πόλη σαν χώρος συνδέει το υποκειμενικό με το αντικειμενικό και το συλλογικό και πολλές φορές ένα αντικείμενο (μνημείο ή κτήριο) ή και περισσότερα μπορεί να τη συμβολίζουν και να την αντιπροσωπεύουν. Όμως ο αρχιτεκτονικός και ο πολεοδομικός κώδικας εμπεριέχει πολλές συμβολικές αναφορές και κατά τον **R. Barthes** η συμβολική ερμηνεία του αστικού χώρου εμπεριέχει κινδύνους. Αυτό συμβαίνει στο βαθμό που η αρχιτεκτονική έχει διπλή ιδιότητα. Αποτελεί τέχνη, οπότε είναι ή μπορεί να είναι συμβολική, αλλά ταυτόχρονα εντάσσεται στην κοινωνική παραγωγή και επομένως αποτελεί οικονομική δραστηριότητα.²

Με βάση τα παραπάνω, καθώς και όσα αναφέρθηκαν σε προηγούμενα κεφάλαια, η προστασία παλαιών κελυφών, η αναπαλαίωση, η επανάχρηση ή η αποκατάσταση ιστορικών κτηρίων αποτελούν διαδικασίες συμβολικά και ιδεολογικά φορτισμένες. «Η προστασία της παράδοσης είναι μια στάση που εκδηλώνεται κάθε φορά που η πολιτιστική κληρονομιά, οι αρχιτεκτονικές μνήμες, η κουλτούρα ενός λαού απομακρύνονται, αλλάζουν, χάνονται, κινδυνεύουν με ολοκληρωτικό αφανισμό. Η προστασία της παράδοσης εκφράζει μια αντίληψη που γεννιέται από την ανάγκη της συνέχειας που νιώθουν οι ανθρώπινες κοινωνίες στην ιστορική τους πορεία, από την πάλη και την ενότητα ανάμεσα στο παρελθόν και στο παρόν. Όμως αυτή η στάση, αυτή η ανθρώπινη ανάγκη της προστασίας συχνά διαστρεβλώνεται, γίνεται μια στείρα υπερμνησία, οδηγώντας στην παραποίηση του αληθινού, στο μιμητισμό, στη στείρα αναπαραγωγή ή στην προσπάθεια αναπαραγωγής παλαιών μορφών, έξω από το χώρο και τον χρόνο. Με αυτόν τον τρόπο η προστασία της

παράδοσης, γίνεται συνώνυμη με μια απλουστευτική διαδικασία σκέψης που ταυτίζει το παλιό με το αληθινό και το ωραίο, και το καινούργιο με το ψεύτικο, το άσχημο και το φθηνό.»³

Τοποθετημένο στην καρδιά του ιστορικού κέντρου της Αθήνας, με εύκολη πρόσβαση και γειτνιάζοντας με πλήθος προτάσεις ιστορικού και αρχαιολογικού ενδιαφέροντος, εξόδου, διασκέδασης και ακριβής διαμονής για τους εύπορους περαστικούς και τουρίστες, το CityLink συνιστά ένα οπτικό σύμβολο της πόλης. Ως καινούργιο τοπόσημο με αρχιτεκτονική μορφή - αναφορά στο παρελθόν αποτελεί κομμάτι ενός συμβολικού παιχνιδιού, που στοχεύει στο φαντασιακό των κοινωνικών ρόλων, συμπυκνώνοντας οικονομικές, τουριστικές, αθλητικές και πολιτιστικές δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου σε μια χωρική λύση. (Χάρτης 2)

Οι νέοι χώροι του CityLink προσφέρουν υπηρεσίες σύγχρονης αισθητικής, προσπαθώντας να καλύψουν τα γούστα και τις απαιτήσεις του πιο απαιτητικού κοσμοπολίτη καταναλωτή - πελάτη. Ενώ το κτήριο ως νέα πρόταση θέλει να απευθύνεται σε διευρυμένη αγοραστική ομάδα, οι τιμές είναι παντού υψηλές, με δικαιολογία την κατανάλωση της ιστορικότητας σε συνδυασμό με τα υψηλής αισθητικής, τεχνογνωσίας και ποιότητας επώνυμα υλικά.⁴ Στόχο του αποτελεί όλο το λεκανοπέδιο, αλλά αρχικά το CityLink απευθύνεται στην μερίδα του ποιοτικού - εύπορου καταναλωτή, εγχώριου και τουρίστα. Χρησιμοποιώντας την τελευταία μερίδα καταναλωτών σαν «δόλωμα» διευρύνει δυνητικά και το εύρος της αγοραστικής μερίδας που απευθύνεται, καθώς η πολυπληθής μεσαία τάξη προσπαθεί με κάθε τρόπο να υιοθετήσει το **lifestyle** που εμπορεύεται το CityLink. Ο πολυχώρος και οι δραστηριότητές του διαφημίζονται σαν εμπειρία που πρέπει να βιώσει ο καθένας τουλάχιστον μια φορά,⁵ ενώ το πολυκατάστημα Attica χρησιμοποιώντας σαν μότο τη φράση: «The image maker», προτείνει την υιοθέτηση προτύπων - ρόλων και τη δημιουργία της εικόνας. Άλλωστε στις μέρες μας παντού απαιτείται η προώθηση μιας εικόνας, παρόλο που η καταναλωτική κοινωνία έχει συχνά κατηγορηθεί για τη δημιουργία πλαστών αναγκών και για την κατασκευή ενός κόσμου

ΠΑΛΑΤΙΑ
ΟΜΟΝΟΙΑΣ

Χάρτης 2, «Περιοχή μελέτης. Η «καρδιά» του θύλακα μελέτης και οι δύο άξονες»

ΑΞΟΝΑΣ ΣΤΑΔΙΟΥ

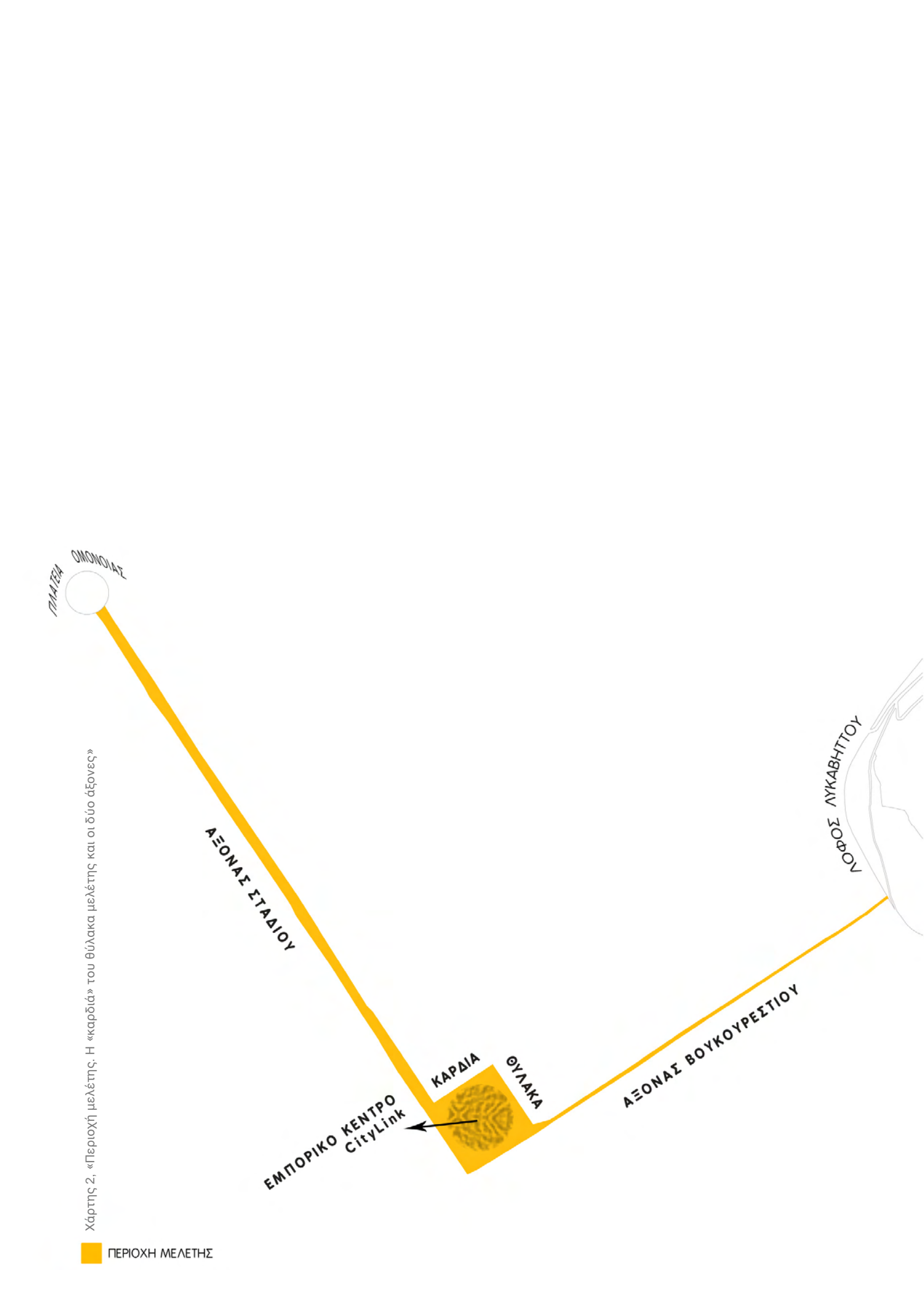
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ
CityLink

ΚΑΡΔΙΑ
ΘΥΛΑΚΑ

ΑΞΟΝΑΣ ΒΟΥΚΟΥΡΕΣΤΙΟΥ

ΛΟΦΟΣ ΛΥΚΑΒΗΤΤΟΥ

ΠΕΡΙΟΧΗ ΜΕΛΕΤΗΣ

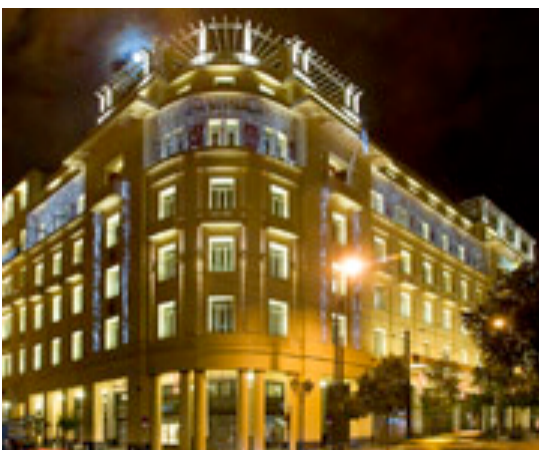


ειδώλων, εικόνων, ενός κόσμου πλανημένου, αλλοτριωμένου, ενός κόσμου-εμπορεύματος, ενός δυστυχημένου κόσμου.⁶

Παρά την ποικιλία ανθρώπινων τύπων (επιτυχημένοι από τον επιχειρηματικό κόσμο, από τον κόσμο της show biz, αλλά και όσοι ονειρεύονται και προσπαθούν να γίνουν επιτυχημένοι), σιγά σιγά εξαφανίζονται οι προηγούμενοι θαμώνες (ηλικιωμένοι κύριοι και κυρίες, καλλιτέχνες και διανοούμενοι της παλιάς γενιάς). Τα διακοσμητικά στοιχεία στο εσωτερικό των χώρων που διατηρήθηκαν, λειτουργούν ως ανάμνηση αν και δεν παραπέμπουν στη μοναδική ατμόσφαιρα των χώρων του πρώην Μ.Τ.Σ.

Στους χώρους του CityLink είναι έκδηλη η κουλτούρα της κατανάλωσης. Οι αποσπασματικές εμπειρίες στους κατακερματισμένους χώρους δηλώνουν το τέλος του κοινωνικού και την αδιαμφισβήτητη κοινωνικοποίηση του φανταστικού. Οι χώροι των ισόγειων καταστημάτων, εστιατορίων και καφέ αποτελούν υπερμεγέθεις βιτρίνες μέσα από τις οποίες παρουσιάζονται και προωθούνται σαν ζωντανά εκθέματα τα είδωλα της κοινωνικής ζωής και τα πρότυπα της καθημερινότητας. Ο καθένας μπορεί να έχει πρόσβαση στο θέαμα αυτό. Οι δημοσιοποιημένοι εσωτερικοί χώροι επιτρέπουν στο περαστικό να γίνει κοινωνός της φαντασμαγορίας των εικόνων, των βιτρινών και του θεάματος.⁷ Όλοι οι χώροι του αποτελούν το σκηνικό προβολής και επίδειξης και ολική έκφραση της κυρίαρχης κουλτούρας (ιδεολογία, πολιτιστικές αξίες και πρότυπα, πεποιθήσεις). Στους χώρους αυτούς η αγορά των εμπορευμάτων αποκτά νόημα, καθώς ολοκληρώνεται στιγμιαία η φαντασίωση στο πλαίσιο του παιχνιδιού των εντυπώσεων. Το CityLink προσφέρει μια πανδαισία εικόνων κοσμοπολιτισμού και αφθονίας καθ' όλη τη διάρκεια του 24ώρου, αφού ακόμα και κατά τη διάρκεια της νύχτας μέσω του φαντασμαγορικού φωτισμού αναδεικνύεται σε σύμβολο ευημερίας του αστικού πολιτισμού. (εικ.49, 50)

Μαζί με άλλα διατηρητέα, που ανακαινίστηκαν και αυτά για εμπορικούς σκοπούς, τα υφιστάμενα εμπορικά καταστήματα του κέντρου και τις



Εικ. 49, 50, «Όψεις του CityLink τη νύχτα»

προτάσεις για την ανάπλαση του ιστορικού κέντρου και την ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων φαίνεται να συμπληρώνεται η προσπάθεια που θέλει να διεκδικήσει και πάλι την αναζωογόνηση του εμπορικού κέντρου αλλά και να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα της πόλης με τη χρήση του πολιτισμού και την επανανακάλυψη της παράδοσης.

¹ Νικολαΐδου Σ.,1993, «Η κοινωνική οργάνωση του αστικού χώρου», Αθήνα, εκδόσεις Παπαζήση, σσ. 271

² Νικολαΐδου Σ.,ό.π., σσ. 266

³ Νικολαΐδου Σ.,ό.π., σσ. 355

⁴ «Μέσα σ' έναν ιστορικό χώρο, στο μοναδικό διατηρητέο τετράγωνο της Αθήνας, το εμπορικό κέντρο Attica συνδυάζει την αίγλη της εποχής του Μεσοπολέμου, με μάρμαρα και σπειροειδή κλιμακοστάσια, μαζί με ιδιαίτερα αρχιτεκτονικά στοιχεία σύγχρονης αισθητικής»,
http://www.atticadps.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=55&Itemid=118

⁵ «Το Attica από την πρώτη ημέρα λειτουργίας του αποτελεί τον απόλυτο προορισμό για shopping στο κέντρο της Αθήνας», <http://www.citylink.gr/shopping/attica>

⁶ Νικολαΐδου Σ.,1993, «Η κοινωνική οργάνωση του αστικού χώρου», Αθήνα, εκδόσεις Παπαζήση, σσ. 215

⁷ Παπαϊωάννου Τ., 2006, «Εδώ η βιτρίνα αναγορεύεται σε υπέρτατο αγαθό και λειτουργεί σαν το παράθυρο μέσα από το οποίο ο καταναλωτής κοιτάζει εκστατικός τα νέα προϊόντα. Τα ίδια τα κτίρια μετατρέπονται σε κτίρια βιτρίνες...Αυτό που έχει σημασία είναι το κτίριο να τραβήξει την προσοχή του αδιάφορου και εθισμένου στο καινοφανές, περαστικού. Όπως το νέο μοντέλο αυτοκινήτου, το νέο ρούχο ή το κουτί του απορρυπαντικού στο σούπερ μάρκετ», «Η αρχιτεκτονική της βιτρίνας», περιοδικό Greek Architects, www.greekarchitects.gr/printnews.php?pnwid=110



4.4 ...ΚΑΙ ΟΙ ΔΥΟ ΑΞΟΝΕΣ

Η Αθήνα αποτελεί πολιτιστικό και αρχαιολογικό πυρήνα παγκόσμιας ακτινοβολίας. Σε αυτό τον πυρήνα περιλαμβάνονται και τα κτήρια των διαφόρων ιστορικών περιόδων. Κτήρια αξιόλογης αρχιτεκτονικής συναντάει κανείς σε όλο το ιστορικό κέντρο. Πολλά από αυτά τα κτήρια βρίσκονται τόσο στην οδό Σταδίου όσο και στην οδό Βουκουρεστίου, ενώ ήδη αρκετά από αυτά έχουν χαρακτηρισθεί «διατηρητέα» σύμφωνα με τη διεύθυνση πολεοδομικού σχεδιασμού του Υπουργείου Περιβάλλοντος Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής.¹

Η Σταδίου και η Βουκουρεστίου είναι δύο από τους οδικούς άξονες που οριοθετούν το οικοδομικό τετράγωνο που καταλαμβάνει το CityLink και παράλληλα αποτελούν δύο από τους σημαντικότερους εμπορικούς άξονες του κέντρου της πόλης των Αθηνών.

Η Βουκουρεστίου, ξεκινώντας από την οδό Σταδίου και καταλήγοντας στο λόφο του Λυκαβηττού, είναι ο ακριβότερος δρόμος για αγορές στην Αθήνα και η επιτομή του στυλ και των διεθνών τάσεων της μόδας. Φιλοξενεί κατά κύριο λόγο πολυτελείς boutique επώνυμων εταιρειών ένδυσης παγκοσμίου εμβέλειας.

Το πρώτο τμήμα της οδού από την συμβολή της με την οδό Σταδίου ως την οδό Ακαδημίας έχει αποδοθεί στους πεζούς. Η πεζοδρόμηση πραγματοποιήθηκε την περίοδο 1978-79, αποτελώντας την πρώτη καθαρά εμπορική πεζοδρόμηση στην Αθήνα. Η πεζοδρόμηση προχώρησε στα πλαίσια ενός φιλόδοξου προγράμματος για την αναβάθμιση και ανάπλαση των κοινόχρηστων χώρων της Αθήνας.² Είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι οι πεζοδρομήσεις οδηγούν στη δημιουργία δικτύου αναβαθμισμένων κοινόχρηστων χώρων τόσο από άποψη περιβαλλοντική όσο και από άποψη κοινωνική. Η παρέμβαση τέτοιου είδους αυξάνουν την πεζή μετακίνηση, τονώνουν τις εμπορικές δραστηριότητες αναψυχής και την αγοραστική κίνηση των καταστημάτων, μειώνουν τους θόρυβος και τα καυσαέρια,



Εικ. 51, 52, 53, 54, 55, 56,

«Boutique στην οδό Βουκουρεστίου»

παρέχουν δυνατότητα αβίαστης κίνησης πεζών και συμβάλουν στην ανάπτυξη συναισθημάτων ασφάλειας και άνεσης.³

Ως δημόσιος χώρος ο πεζόδρομος επιτρέπει τη στάση και την επικοινωνία μεταξύ των χρηστών αλλά και του αστικού περιβάλλοντος, βελτιώνει τη δυνατότητα μετάδοσης των μηνυμάτων αυξάνοντας την κοινωνικότητα των ατόμων και επανασυνδέει τον ιδιωτικό με το δημόσιο χώρο. Η δημιουργία στον αστικό χώρο περιοχών αποκλειστικής χρήσης πεζών οδηγεί στην επανένταξη του πεζού σ' αυτόν και δίνει στο δημόσιο χώρο της πόλης πιο ανθρώπινη διάσταση.⁴

Ο Φιλιππίδης Δ. στο βιβλίο του για την «Ελληνική πόλη», αναφέρει χαρακτηριστικά: «Με τον καιρό η Βουκουρεστίου απέκτησε διαστάσεις συμβόλου: από τη μία μεριά ως σύμβολο κυβερνητικής ισχύς γύρω από σκοπιμότητες και προτεραιότητες παρέμβασης από την άλλη ως δείγμα γραφής μιας πολιτικής βούλησης που εξωραϊζει με στόχο την εξυπηρέτηση των κατοίκων της πόλης».⁵

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθεί ότι ειδικά στο πεζοδρομημένο τμήμα της Βουκουρεστίου, το οποίο ξεκινάει από το οικοδομικό τετράγωνο που καταλαμβάνει το CityLink, φιλοξενείται η «ελίτ» των boutique διάσημων οίκων μόδας, όπως Prada, Dior, Louis Vuitton, Ralph Lauren, Mulberry, Longchamp, Tod's, Hermes (CityLink), Tous (CityLink). Όπως έχει ήδη αναφερθεί μια εκ των όψεων του CityLink βρίσκεται στον πεζόδρομο, ενοποιώντας το υφολογικά με τους παραπάνω χώρους και την περίοπτη θέση του στο εμπόριο και τις παροχές πολυτελείας.(εικ.51, 52, 53, 54, 55, 56)

Ο δεύτερος άξονας, η οδός Σταδίου, ενώνει την πλατεία Ομονοίας (εικ. 57) με την πλατεία Συντάγματος και σφύζει από ζωή όλες τις ώρες της ημέρας και της νύχτας. Τουλάχιστον έσφυζε για πολλές δεκαετίες καθώς αποτελούσε έναν από τους πιο εμπορικούς δρόμους της Αθήνας.

Αποτελώντας ιστορικό δρόμο και κομμάτι από την καρδιά της πρωτεύουσας στις μέρες μας η εικόνα της παλιάς αίγλης της Σταδίου έχει περάσει. Η κίνηση στα εμπορικά καταστήματα έχει μειωθεί



Εικ. 57, «Οδός Σταδίου και πλατεία Ομόνοιας»

δραματικά και τα μαγαζιά κλείνουν το ένα μετά το άλλο με ταχείς ρυθμούς.⁶ Η κατάσταση κρίνεται ιδιαίτερα κρίσιμη καθώς το ποσοστό των κλειστών επιχειρήσεων αυξήθηκε σε ένα χρόνο από 17% στο 24%.⁷ Το τοπίο στην οδό αλλάζει, οι μικρές επιχειρήσεις κλείνουν και τη θέση τους παίρνουν πολυεθνικές αλυσίδες «μαζικής» ένδυσης και υπόδησης (Zara, Berscha, Sfera, Intimissimi, Calzedonia, Tezenis, H&M) (Χάρτης 3, 4). Την παλιά αίγλη της Σταδίου θυμίζουν ακόμα οι ιστορικές ελληνικές boutique Στρογγυλός, Αναγνωστόπουλος και Vardas που βρίσκονται όλες σε διατηρητέα κτήρια εξαιρετικής αρχιτεκτονικής.

Στην Αθήνα καθώς το ιστορικό κέντρο διαθέτει μεγάλο κτηριακό απόθεμα σημαντικής αρχιτεκτονικής και ιστορικής αξίας είναι συχνό το φαινόμενο της ανακαίνισης με διατήρηση του κελύφους και επανάχρησης των κτηρίων. Στο πλαίσιο της επανάχρησης για εμπορικούς σκοπούς εντάσσονται πολλές αναπαλαιώσεις και ανακατασκευές στο ιστορικό κέντρο: η διατηρητέα οικία Ράλλη στη γωνία Κοραή και Πανεπιστημίου, το πρώην ξενοδοχείο «Ομόνοια» στην ομώνυμη πλατεία είναι ο σημερινός Hondos Center, το Μέγαρο Πάλλη στην πλατεία Συντάγματος έγινε το πολυκατάστημα πολυμέσων, μουσικής και βιβλίων, τα διάσπαρτα νεοκλασικά κτήρια που χρησιμοποιούν οι πολυεθνικές ένδυσης Zara και H&M (πρώην ξενοδοχείο «Grand Hotel d' Athens», που ανήκε στο Χατζηκυριάκειο Ίδρυμα κ.α.), τα εμπορικά Fokas και Notos

Χάρτης 3, «Βεληνεκές καταστημάτων ένδυσης»



Χάρτης 4. «Ταξινόμηση καταστημάτων σε σχέση με τον τύπο ρουχισμού»



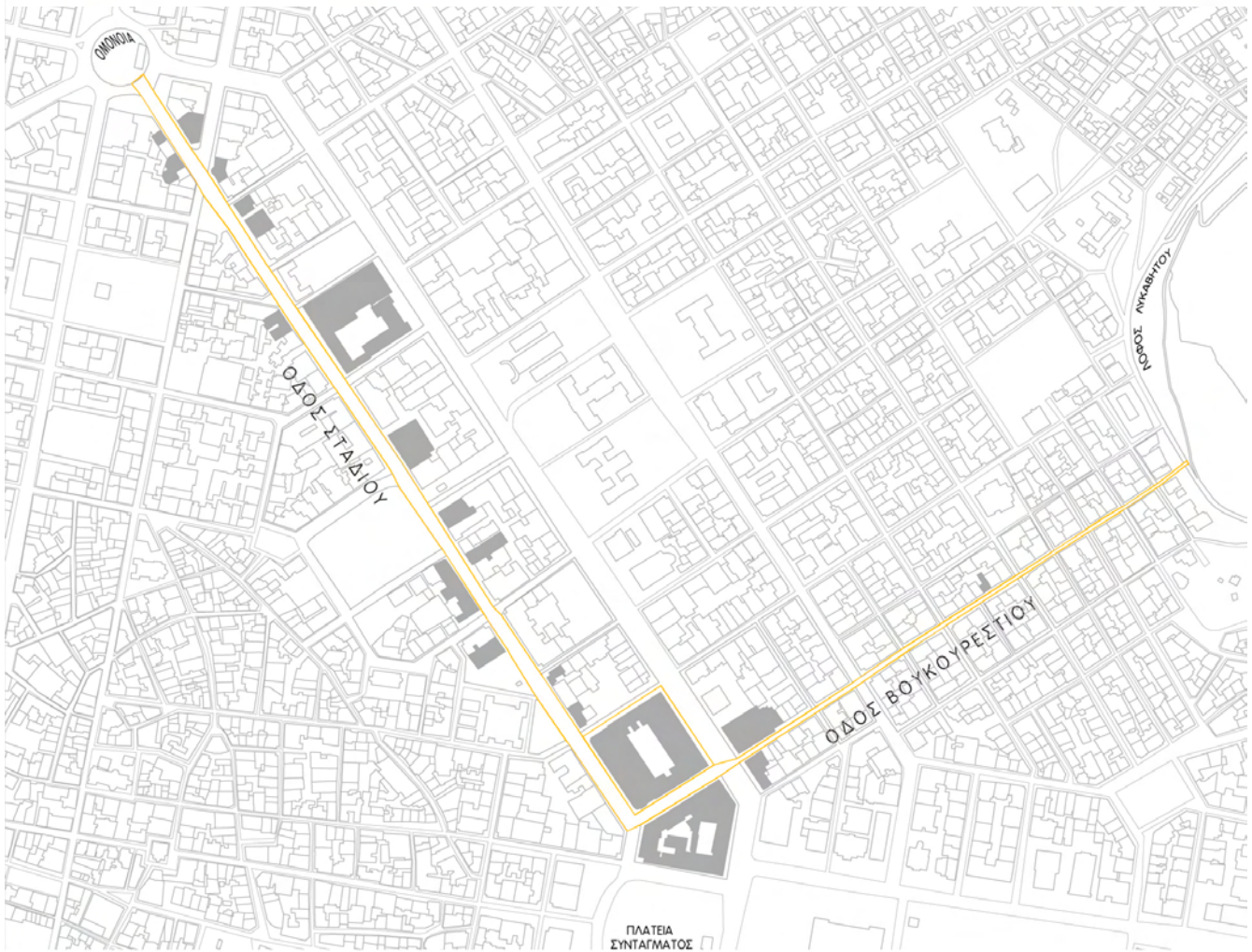
ΠΕΡΙΟΧΗ ΜΕΛΕΤΗΣ

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΔΥΣΗΣ

ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

ΒΟΥΤΙΚΕ

Χάρτης 5. «Διατηρήτέα κτήρια»



ΠΕΡΙΟΧΗ ΜΕΛΕΤΗΣ

ΔΙΑΤΗΡΗΤΕΑ ΚΤΗΡΙΑ

Galleries.(Χάρτης 5)

Τέτοιου είδους ανακατασκευές συνήθως στοχεύουν στην ένθεση νέων νοημάτων σε παλιότερες χρήσεις, έτσι ώστε ο καταναλωτής να ταυτίζεται συναισθηματικά με την αίγλη του παρελθόντος. Έτσι διατηρείται το εξωτερικό κέλυφος - η εικόνα, ενώ το εσωτερικό, είτε καλύπτεται είτε ξηλώνεται, αφαιρώντας κάτι από τη μνήμη της πόλης. «Η ιστορία, που είναι παρούσα σε όλο το βάθος της κοινωνίας, τείνει να απωλεσθεί στην επιφάνεια».⁸

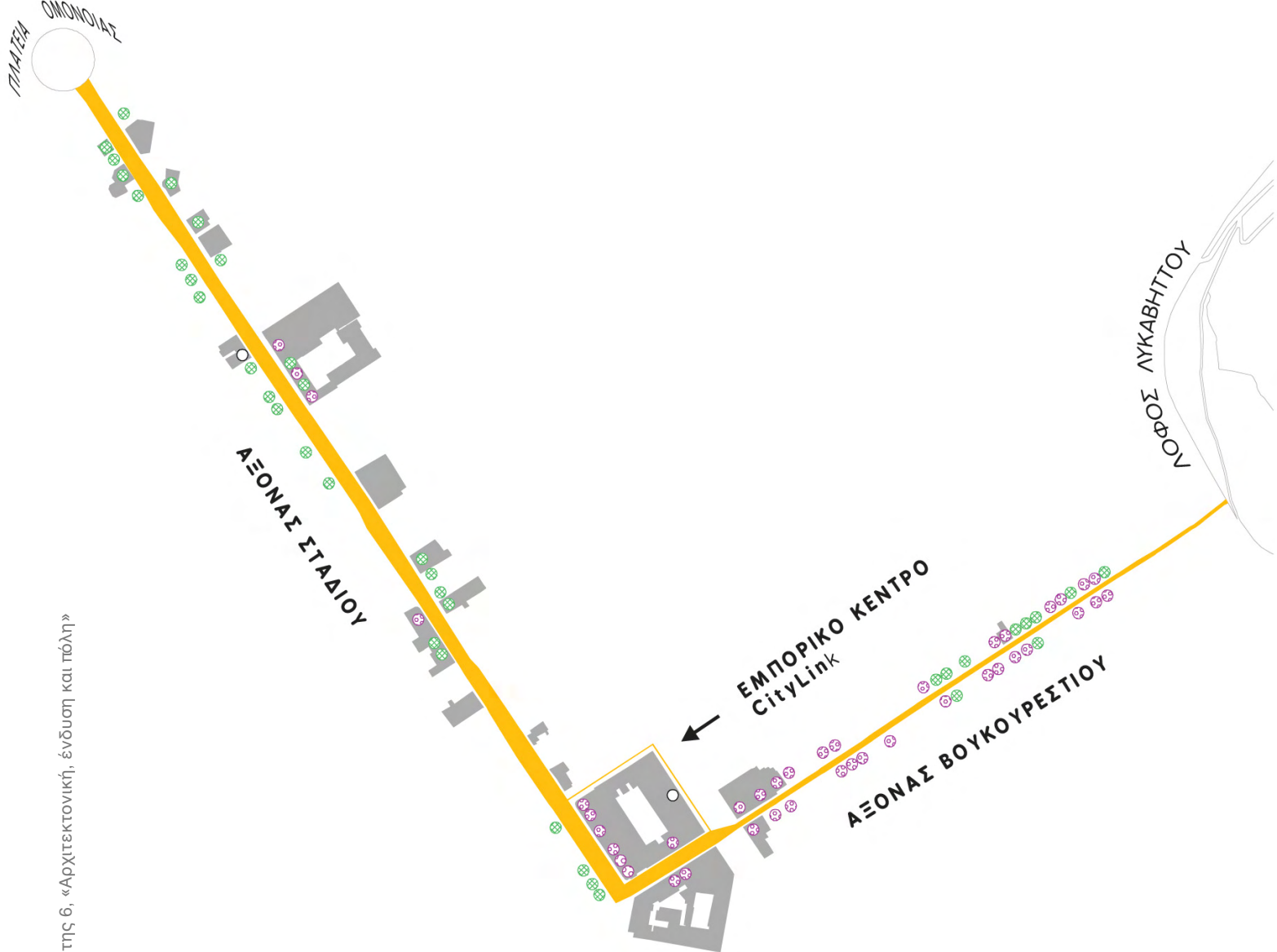
Είναι άξιο παρατήρησης πως στην Αθήνα οι πλειονότητα των διεθνών οίκων μόδας προτίμησαν τα ελληνικά παραρτήματά τους να φιλοξενηθούν σε ανακαινισμένα κτήρια νεοκλασικής, μεσοπολεμικής ή **εκλεκτιστικής** αρχιτεκτονικής, χρησιμοποιώντας την συμβολική ιδιότητα της αρχιτεκτονικής, και όχι να κατασκευάσουν νέα **flagship stores**. Με τον τρόπο αυτό ενισχύουν τον πολυτελή χαρακτήρα τους, αφού διατηρώντας το εξωτερικό κέλυφος επιμερίζονται και απολαμβάνουν το γόητρο που αποπνέει το κτήριο ενώ διαμορφώνοντας τον εσωτερικό χώρο σύμφωνα με τις ανάγκες τους δηλώνουν και την εταιρική τους ταυτότητα. Επίσης επιτυγχάνουν να συνδέσουν το προϊόν, την επωνυμία και το εμπορικό τους concept με την τοπική κουλτούρα και κοινωνία.

Την παραπάνω στρατηγική ακολουθούν και κάποιες πολυεθνικές αλυσίδες «μαζικής ένδυσης», με στόχο όχι να ενισχύσουν αλλά να αποκτήσουν κύρος και αίγλη η επωνυμία τους και τα προϊόντα τους. «Σημειώνεται ότι η Zara αλλά και οι υπόλοιπες επωνυμίες (Zara Home, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Oysho) του ευρύτερου Ομίλου Inditex, ακολούθησαν το μοντέλο που εφαρμόζει διεθνώς ο όμιλος βάσει του οποίου οι απαιτήσεις για τη θέση του ακινήτου, την αισθητική του, και εν τέλει για την αποδοτικότητά του είναι υψηλές. Ο όμιλος επιλέγει να μην επενδύσει σε διαφημιστική προβολή αλλά να κατευθύνει κονδύλια στην ανάπτυξη της λιανικής θέσης του, εκτιμώντας ότι ο εμπορικός χώρος των καταστημάτων του διεθνώς αποτελεί το αποτελεσματικότερο μέσο προβολής του. Στο πλαίσιο αυτό, επενδύει σημαντικά ποσά στη μίσθωση



Εικ. 58, 59, 60, 61, 62, 63, «Διατηρητέα κτήρια στα οποία στεγάζονται πολυεθνικές αλυσίδες μαζικής ένδυσης»

ΠΛΑΤΕΙΑ ΟΜΟΝΟΙΑΣ



Χάρτης 6. «Αρχιτεκτονική, ένδυση και πόλη»

- ΠΕΡΙΟΧΗ ΜΕΛΕΤΗΣ
- ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΔΥΣΗΣ
- ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑ
- ΒΟΥΤΙΚΕ
- ΔΙΑΤΗΡΗΤΕΑ ΚΤΗΡΙΑ

και αναπαλαίωση εμβληματικών κτηρίων στις κατά τόπους αγορές».⁹ Μετατρέποντας, με μια σειρά αρχιτεκτονικών παρεμβάσεων, χαρακτηριστικά κτήρια σε εμπορικούς χώρους για λογαριασμό του ομίλου χωρίς να αλλοιωθεί η εξωτερική όψη τους, οι παγκόσμιας λογικής προδιαγραφές του δικτύου μοιάζουν να προσομοιώνονται στην τοπική αγορά.(εικ. 58, 59, 60, 61, 62, 63)

«Αντιλαμβανόμαστε και βιώνουμε τις πόλεις με ένα πλήθος αντιφατικών και όμως συμπληρωματικών τρόπων. Η σχέση ανάμεσα στην πραγματική πόλη της προσωπικής βιωμένης εμπειρίας και της φαντασιακής πόλης της αναπαράστασης είναι θεμελιώδης. Η πρώτη είναι η χειροπιαστή πόλη που απαρτίζεται από επιφάνειες - μονοπάτια, οικοδομήματα και δρόμους. Η δεύτερη είναι ο χώρος του ευρείας απήχησης πολιτισμού, των ιστοριών και της μνήμης».¹⁰

Οι πόλεις παίζουν κεντρικό ρόλο στην κατασκευή και στην βίωση του πολιτισμού της καθημερινότητας και στους χώρους τους δομούνται και αποδομούνται συλλογικά ή ατομικά νοήματα και διαμορφώνονται ταυτότητες.¹¹ Οι αρχιτεκτονικές παρεμβάσεις και ο αστικός σχεδιασμός συμβάλλουν στη δημιουργία των αστικών πολιτισμών και ταυτόχρονα διαμορφώνουν την ιδιαίτερη εικόνα της πόλης. «Η ιδιαίτερη εικόνα της πόλης και ο δομημένος ιστός της, καθώς και οι δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα σε αυτόν, γίνονται αντικείμενα του «τουριστικού βλέμματος» και στοιχεία της αστικής ταυτότητας. Το διπλό αυτό ενδιαφέρον για το αστικό θέαμα και το αστικό τοπίο ως θέαμα αναπτύχθηκε παράλληλα με την αυξανόμενη παγκοσμιοποίηση του καπιταλισμού [...] και την μετατόπιση του ενδιαφέροντος από την παραγωγή και τους χώρους της στην κατανάλωση, το χαρακτήρα και τις δυνατότητες των αστικών πολιτισμών, την πολυμορφία και τους αντίστοιχους χώρους. Στο προσκήνιο πια βρίσκονται η αστική ταυτότητα και η αστική εμπειρία, με το lifestyle και τον τουρισμό να αναδεικνύονται σε στυλοβάτες της νέας οικονομίας των υπηρεσιών».¹²



¹ <http://estia.minenv.gr/EXEC>

² Κουρκάκης Κ, «Πεζοδρομήσεις στο Ιστορικό Κέντρο της Αθήνας», courses.arch.ntua.gr/fsr/132669/12_KOYRKAKHS.pdf

³ Νικολαΐδου Σ., 1993, «Η κοινωνική οργάνωση του αστικού χώρου», Αθήνα, εκδόσεις Παπαζήση, σσ. 371-374

⁴ Νικολαΐδου Σ., ό.π., σσ. 370,-371

⁵ Κουρκάκης Κ, «Πεζοδρομήσεις στο Ιστορικό Κέντρο της Αθήνας», courses.arch.ntua.gr/fsr/132669/12_KOYRKAKHS.pdf

⁶ <http://www.newsbeast.gr/greece/arthro/140336/odos-stadiou-odos-louketon/>

⁷ <http://www.tovima.gr/society/article/?aid=414580>

⁸ Debord G., 2010, «Η κοινωνία του θεάματος», Αθήνα, Διεθνής Βιβλιοθήκη, σσ. 114

⁹ «Zara Hellas: Διπλασιασμός δικτύου καταστημάτων έως το 2008», <http://news.pathfinder.gr/finance/business/173251.html>

¹⁰ Stevenson D., 2007, «Πόλεις και αστικοί πολιτισμοί», επιμ. Γιαννιτσιώτης Γ., Αθήνα, εκδόσεις Κριτική, σσ. 177, 178

¹¹ Stevenson D., ό.π., σσ. 95

¹² Stevenson D., ό.π., σσ. 149, 150

5 ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ

Η διπλωματική αυτή εργασία διαπραγματεύτηκε τον συσχετισμό που αναπτύσσεται ανάμεσα σε δύο κλάδους του πολιτισμού, στην αρχιτεκτονική και στην ένδυση, και τον κοινό τους ρόλο στην διαμόρφωση του πολιτισμού της καθημερινότητας στο σύγχρονο αστικό περιβάλλον.

Αρχικά ερευνήθηκε η αλληλεπίδραση αρχιτεκτονικής και ένδυσης στα πλαίσια επιλεγμένων παραμέτρων του σύγχρονου μεταμοντέρνου αστικού περιβάλλοντος. Αυτοί οι παράμετροι έχουν δυναμική σχέση με το αστικό περιβάλλον, αφού διαμορφώνονται από αυτό αλλά και το διαμορφώνουν.

Λαμβάνοντας το ανθρώπινο σώμα σαν γνώμονα, στον οποίο απεικονίζονται οι κοινωνικές διαστάσεις της ενδυμασίας και στοιχείο που εντάσσεται στον αρχιτεκτονικό χώρο και τον προσδιορίζει, με συνδυαστικό κρίκο την κλίμακα η αρχιτεκτονική και η ένδυση συγκλίνουν.

Οι αλλαγές του αστικού περιβάλλοντος, συνυφασμένες με την αύξηση της κινητικότητας και την ανάγκη παρατεταμένης απομάκρυνσης από την προσωπική στέγη, οδήγησαν την αρχιτεκτονική αλλά και την ένδυση, να ερευνήσουν τη λειτουργία της ανθρώπινης ύπαρξης στο περιβάλλον, να συλλέξουν και να επεξεργαστούν τις ανθρώπινες πληροφορίες, προσπαθώντας να ικανοποιήσουν αυτές τις απαιτήσεις.

Η αύξηση της κινητικότητας παίρνει μορφή στις ραγδαίες κοινωνικές, πολιτιστικές και οικονομικές μεταβολές της σύγχρονης αστικής πραγματικότητας, θέτοντας δεδομένα που η αρχιτεκτονική και η ένδυση καλούνται να προσαρμοστούν και να αντικατοπτρίσουν. Η ένδυση ανέκαθεν απορροφούσε άμεσα αυτές τις μεταβολές, έχοντας μια δυναμική σχέση με την έννοια του εφήμερου και του παροδικού. Η

αρχιτεκτονική προσπαθώντας να ακολουθήσει τις ραγδαίες μεταβολές γίνεται πιο ευέλικτη, «ελαφριά» και αποκτά τη δυνατότητα να προσαρμόζεται στις εκάστοτε μεταβλητές, αλλάζοντας λειτουργία, τόπο και μορφή.

Στο επίπεδο της παραγωγικής διαδικασίας και της μορφολογίας της αρχιτεκτονικής και της ένδυσης, η αποδόμηση παρέχει τη θεωρητική βάση για μια διαφορετική κατανόηση του χώρου και θέτει αρχές που χρησιμοποιούνται με νέο τρόπο.

Η αρχιτεκτονική και η ένδυση δημιουργούν συνθήκες αλληλεπίδρασης και όσμωσης αναμεσά τους. Αυτή η όσμωση των δύο δραστηριοτήτων, εντοπίζεται σε επίπεδο σχεδιασμού και ιδέας, μεθόδων κατασκευής, επικοινωνίας και συναλλαγής με το περιβάλλον τους. Η αρχιτεκτονική υιοθετεί τους τρόπους, τις συνήθειες και τις δομές της ένδυσης και η ένδυση δανείζεται μεθόδους παραγωγής, δομές και υλικά που χρησιμοποιούνται από την αρχιτεκτονική.

Το σύγχρονο αστικό περιβάλλον έχει οικονομική βάση και στοχεύει στην υπεραξία. Αρχιτεκτονική και μόδα εντάσσονται σε αυτό το πλαίσιο και ακολουθούν τους κανόνες της αγοράς. Για την αρχιτεκτονική, οι κανόνες αυτοί ενθαρρύνουν το σχεδιασμό καταστημάτων μόδας, τα οποία όμως λειτουργούν ως χώροι βίωσης του νεοαστικού τρόπου ζωής, αφού αντικατοπτρίζουν και προωθούν τις συνήθειες, συμπεριφορές και επιθυμίες του σύγχρονου ανθρώπου. Αρχιτεκτονική και ένδυση αλλάζουν τον τρόπο που οι άνθρωποι ντύνονται και κινούνται στην πόλη και δίνουν τη δυνατότητα διαμόρφωσης ταυτοτήτων.

Πολλές φορές η παραπάνω σχέση συνεργασίας ανάμεσα στους δύο κλάδους κρύβει ρόλους «θύτη» και «θύματος». Η αρχιτεκτονική τάσσεται στην υπηρεσία των βιομηχανιών ένδυσης, εξυπηρετώντας αυστηρά το κέρδος τους, παράγοντας χώρους που φιλοξενούν εμπορεύματα και πολλές δόσεις φαντασμαγορίας. Στην ουσία όμως τόσο η αρχιτεκτονική όσο και η ένδυση αποτελούν «θύματα» του καπιταλισμού και της κατανάλωσης.

«Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, η αρχιτεκτονική δημιουργεί χωρικές δομές που αποτελούν τους ακρογωνιαίους λίθους του καπιταλισμού, στεγάζουν την καταναλωτική παραγωγή ενώ ταυτόχρονα οικοδομείται και η ίδια πάνω σε αξίες της κατανάλωσης. Μεταβαίνουμε με αυτό τον τρόπο στη σύγχρονη χωρική κατάσταση όπου όλοι οι αξιοθαύμαστοι τόποι στον κόσμο σήμερα παρουσιάζουν τον εαυτό τους σαν προϊόντα προς κατανάλωση».¹ Βιώνουμε την εποχή της «εμπορευματοποίησης» της αρχιτεκτονικής και της καθολικής αποδοχής των εμπορικών κέντρων ως σύγχρονα αστικά τοπόσημα.

Προσεγγίζοντας το CityLink (πρώην Μ.Τ.Σ.), εμπορικό κέντρο-κτήριο ναυαρχίδα στο κέντρο της πόλης των Αθηνών, καθώς και δύο εμπορικούς άξονες σε άμεση γειτνίαση με αυτό διερευνήθηκε η σχέση της αρχιτεκτονικής με την εταιρική ταυτότητα των ενδυμάτων καθώς και ο από κοινού ρόλος τους στην διαμόρφωση του πολιτισμού της καθημερινότητας.

Μέσα από την ανάλυση της καρδιάς του θύλακα μελέτης (CityLink), έγινε αντιληπτό πως η συμβολική και η αρχιτεκτονική αξία που αποκτά ο χώρος με την πάροδο του χρόνου, διατηρεί επιλεκτικά κοινωνικά και πολιτιστικά στοιχεία, με σκοπό την αποτελεσματικότερη πρόσληψη των νέων καταναλωτικών εικόνων. Η ιστορική αναδρομή στο κτήριο και τις λειτουργίες του μεγάρου Μ.Τ.Σ., βοήθησε στην κριτική και συγκριτική ανάλυση της παρούσας εικόνας και των στόχων που αυτή ευαγγελίζεται, σε σχέση με τη διατήρηση της ιστορικότητας του χώρου (επανάχρηση).

Το CityLink και οι άξονες της Σταδίου και της Βουκουρεστίου στεγάζουν το αστικό όνειρο της Αθήνας που συμπυκνώνεται στην αναζήτηση αίγλης προσαρμοσμένη για κάθε βαλάντιο. Έτσι την αίγλη των διατηρητέων κτηρίων με όλη τη συμβολική και αρχιτεκτονική τους αξία επιζητούν και

ΕΙΔΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΒΑΣΗ ΤΥΠΟΥ ΡΟΥΧΙΣΜΟΥ			
	ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΔΥΣΗΣ	ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑ	BOUTIQUE
ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ / Δ.Α.	 ΔΙΑΤΗΡΗΤΕΑ ΚΤΗΡΙΑ		 ΔΙΑΤΗΡΗΤΕΑ ΚΤΗΡΙΑ
ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ		 ΔΙΑΤΗΡΗΤΕΑ ΚΤΗΡΙΑ	 ΔΙΑΤΗΡΗΤΕΑ ΚΤΗΡΙΑ

Πίνακας 1, «Σχέση αρχιτεκτονικής και τύπου ένδυσης»

εκμεταλλεύονται τόσο οι πολυτελείς οίκοι μόδας όσο και οι πολυεθνικές αλυσίδες μαζικής ένδυσης (Πίνακας 1).

Στην αρχή της διπλωματικής εργασίας τέθηκαν κάποιες υποθέσεις εργασίας σχετικά με την αλληλεπίδραση της αρχιτεκτονικής και της ένδυσης καθώς και την από κοινού χρήση και εκμετάλλευση τους για την ενίσχυση της κατανάλωσης στα πλαίσια πάντα του σύγχρονου αστικού περιβάλλοντος.

Σύμφωνα με την ανάλυση, η αλληλεπίδραση μεταξύ αρχιτεκτονικής και ένδυσης δύναται να χαρακτηριστεί εμφανής (εικ.64). Η σχέση αλληλεπίδρασης έχει διαμορφώσει σχέσεις συνεργασίας που υποδηλώνουν και σχέσεις εκμετάλλευσης. Επίσης εντοπίστηκε η χρήση του πολιτισμού, σε συνδυασμό με άλλες κοινωνικές και οικονομικές πολιτικές, σαν εργαλείο για την αναζωογόνηση του αστικού τοπίου και την αναγέννηση της τοπικής οικονομίας. Ενώ η ένδυση συνιστά εμφανές και διαδεδομένο εργαλείο της κατανάλωσης, τροφοδοτώντας τη μαζική και γρήγορα εναλλασσόμενη παραγωγή «προϊόντων», όπως φαίνεται ούτε η αρχιτεκτονική μένει αμέτοχη απέναντι στις απαιτήσεις της καταναλωτικής κοινωνίας. Ακόμα και το ζήτημα των αναπαλαιώσεων και παρεμβάσεων εντάσσεται στο γενικότερο πλαίσιο συνδυασμού των αισθητικών παρεμβάσεων στην πόλη με μοναδικό σκοπό την οικονομική ανταπόδοση. Οι κατασκευή ευπώλητων καταναλωτικών χώρων και η ανανέωση της εικόνας της πόλης μπορεί να συνεπάγονται μικρές μόνο παρεμβάσεις στο δομημένο περιβάλλον, [...] συχνά όμως αυτές οι περιορισμένης έκτασης αναμορφώσεις αποτελούν μέρος ενός ευρύτερου και πιο φιλόδοξου προγράμματος ανοικοδόμησης και ανάπτυξης.² Μέσα από την αστική ανάπτυξη και άλλες διαδικασίες όπως το μάρκετινγκ του τόπου και το image-making, που έχουν στόχο την παραγωγή εμπορευματοποιημένων χώρων αναψυχής, τα κυβερνητικά και επιχειρησιακά συμφέροντα επιδιώκουν να προσελκύσουν νέες εμπορικές επενδύσεις για την πόλη και πιο συγκεκριμένα το κέντρο της, να συγκεντρώσουν το ενδιαφέρον των τουριστών και να πυροδοτήσουν την ανάκαμψη της τοπικής οικονομίας.³ Στα πλαίσια των προαναφερθέντων

δεν προκάλεσαν εντύπωση οι συζητήσεις της κοινοπραξίας της Τράπεζας Πειραιώς, πριν μια πενταετία, για ενδεχόμενη πώληση του CityLink σε ξένους επενδυτές, παρά την εξαιρετική πορεία που διέγραφε και διαγράφει και την εντυπωσιακή του οικονομική απόδοση.⁴

Η κατανάλωση συνδέεται όλο και περισσότερο με την μορφή και τη λειτουργία της πόλης και τη διαμόρφωση της αστικής κουλτούρας. Η κατανάλωση διαμορφώνει την ταυτότητα, τη λειτουργία και τον χαρακτήρα των χώρων της πόλης, την σχέση των χρηστών με αυτόν, αλλά και τη σχέση που διαμορφώνεται μεταξύ τους. Η πόλη γίνεται χώρος παραγωγής, συσκευασίας, αγοράς και κατανάλωσης του ελεύθερου χρόνου, της διασκέδασης και του θεάματος.⁵ Η καταναλωτική κουλτούρα έχει γίνει βάρομετρο των διεθνών πόλεων και κρίνεται αναγκαία η απεξάρτηση από αυτή και ο επαναπροσδιορισμός των νοημάτων και της σημασίας της πόλης μέσα από το σχεδιασμό. Σκοπός είναι η πόλη να λειτουργήσει δημοκρατικά, χωρίς τον καταναγκασμό που επιβάλλει ο πολιτισμός της κατανάλωσης, μέσα σε ένα περιβάλλον όπου ευνοούνται οι πρακτικές ελευθερίας.

¹ Πανταζή Μ., Φιλίππου Α., 2006, «Shopping malls...αναζητώντας ταυτότητα στους καταναλωτικούς μη-τόπους της σύγχρονης πραγματικότητας», «Αρχιτέκτονες», Περιοδικό του ΣΑΔΑΣ-ΠΕΑ, τεύχος 58 – περίοδος Β, Ιούλιος/Αύγουστος, σσ. 82

² Stevenson D., 2007, «Πόλεις και αστικοί πολιτισμοί», επιμ. Γιαννιτσιώτης Γ., Αθήνα, εκδόσεις Κριτική, σσ. 160

³ Stevenson D., 2007, ό.π., σσ. 159

⁴ Λάμπρου Κ., 2005, «Επαφες Πειραιώς για την πώληση του City Link. Η τράπεζα δέχθηκε προτάσεις από ενδιαφερόμενα ξένα funds», Ελευθεροτυπία, http://archive.enet.gr/online/online_text/c=114,dt=13.11.2005,id=26383760

⁵ Stevenson D., 2007, ό.π., σσ. 159



Εικ. 64, «Κολάζ που απεικονίζει τη μορφολογική σύγκλιση αρχιτεκτονικής και ένδυσης»

6 ΑΝΤΙ ΕΠΙΛΟΓΟΥ

Η εργασία αποτελεί προσπάθεια ερμηνείας της σύγχρονης αστικής πραγματικότητας. Η ανάλυση που προηγήθηκε, οδήγησε στη διαπίστωση ότι η αρχιτεκτονική και η ένδυση είναι κλάδοι που όχι μόνο βρίσκονται σε συνθήκες όσμωσης αλλά αποτελούν κοινά εργαλεία του οικονομικού συστήματος για την ενίσχυση της κατανάλωσης. Η τελευταία σχετίζεται όλο και περισσότερο με την μορφή και τη λειτουργία της πόλης και τη διαμόρφωση της αστικής κουλτούρας μετασχηματίζοντας τον αστικό χώρο και αλλάζοντας τον τρόπο με τον οποίο αυτός βιώνεται.

Η παραπάνω έρευνα είναι ενδεικτική. Έγινε καταγραφή και ανάλυση μιας περιοχής, στην καρδιά του κέντρου της Αθήνας, και στη συνέχεια διατύπωση των διαπιστώσεων που προέκυψαν.

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε αποτελεί τη συνέχεια ενός προβληματισμού σχετικά με την σχέση αρχιτεκτονικής και ένδυσης όσον αφορά στη μορφή, στα υλικά παραγωγής και στην ιδέα πίσω από το σχεδιασμό κτηρίων και ενδυμάτων, που διερευνήθηκε σε αρχικό στάδιο στα πλαίσια εργασίας που διεκπεραιώθηκε κατά τη διάρκεια των προπτυχιακών σπουδών μου.¹ Η παρούσα εργασία θα μπορούσε με τη σειρά της να αποτελέσει τη βάση για περαιτέρω έρευνα. Καθώς η εξελικτική διαδικασία του περιβάλλοντος συνεχίζει ασταμάτητα, μια μελλοντική κατεύθυνση είναι η καταγραφή και ανάλυση περιοχών σε διαφορετικό χωρόχρονο (π.χ. που βρίσκονται σε προάστια της Αθήνας), ώστε να εξεταστεί η σχέση της αρχιτεκτονικής και της ένδυσης με τον αστικό ιστό και ο τρόπος που οι δύο κλάδοι διαμορφώνουν τον πολιτισμό της καθημερινότητας, σε περιοχές με διαφορετικά χωρικά, κοινωνικά, οικονομικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά. Απαραίτητη προϋπόθεση αποτελεί η διεπιστημονική προσέγγιση, αφού όποια προσέγγιση αφορά το σύγχρονο περιβάλλον, φυσικό και δομημένο, θα πρέπει να εναρμονίζεται

με την πολυδιάστατη και ολοκληρωμένη φύση της φυσικής και κοινωνικοοικονομικής πραγματικότητας.²

¹ Κοκκοτή Γ., Ράλλη Ο., 2007, «Πειραματίσου, Συνδύασε, Σχεδίασε, Κατασκεύασε», Ερευνητική εργασία, Πολυτεχνική Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών του Πανεπιστημίου Πατρών, Πατρα

² Ρόκος Δ., 2001, «Από την "βιώσιμη" ή "αιεφόρο" στην αξιοβίωτη ολοκληρωμένη ανάπτυξη», σημειώσεις Δ.Π.Μ.Σ.: Περιβάλλον και Ανάπτυξη, Αθήνα

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Castle H., 2000, «Fashion + Architecture», London, Wiley
- Debord G., 1986, «Η κοινωνία του θεάματος», εκδ. Ελεύθερος Τύπος, Αθήνα
- Foucault M., 1995, «Discipline & Punish: The Birth of the Prison», NY, Vintage Books, σσ. 195-228
- Frampton K., 1981, «Τόπος, παραγωγή και σκηνογραφία: διεθνής θεωρία και πρακτική μετά το 1962», «Μοντέρνα Αρχιτεκτονική, Ιστορία και κριτική», Λονδίνο, Θεμέλιο, 1981, σσ. 251
- Hanisch R. 2006, «Absolutely fabulous!», New York, Prestel
- Harvey D., 2007, «Η κατάσταση της μετανεωτερικότητας. Διερεύνηση των απαρχών της πολιτισμικής μεταβολής», Αθήνα, εκδόσεις Μεταίχμιο
- Klein C., 2005, «Cool shops Milan», Kempen, teNeues
- Leatherbarrow D., Mostafari M., 2002, «Surface Architecture», Cambridge, MIT Press
- Lefebvre H., 1991, «The production of space», english translation Donald Nicholson-Smith, Blackwell, Oxford UK & Cambridge USA
- Loos A., 2007, «On Architecture», Ariadne Press
- Mores M. C., 2006, «From Fiorucci to the Guerilla stores: Shop Displays in Architecture, Marketing and Communications», Marsilio Fondazione Pitti Discivery
- Papadakis A., Papadaki A., 2001, «Innovation - from experimentation to realisation», BIS publishers
- Quinn B., 2003, «The Fashion of Architecture», Berg

- Rossi A., 1991, «Η αρχιτεκτονική της πόλης», επιμ. Λ. Παπαδόπουλος, Γ. Παπακώστας, Γ. Τσιτιρίδου, μτφρ. Β. Πετρίδου, Θεσσαλονίκη: Σύγχρονα Θέματα
- Safran Y., Wang W., 1985, «The architecture of Adolf Loos», An Arts Council Exhibition, London, Arts Council
- Shields R. (edited by), 1994, «Lifestyle Shopping, The Subject of Consumption», Routledge, London & New York
- Stevenson D., 2007, «Πόλεις και αστικοί πολιτισμοί», επιμ. Γιαννιτσιώτης Γ., Αθήνα, εκδόσεις Κριτική
- Tschumi B., 1994, «Architecture and Disjunction», Cambridge, London, MIT Press
- Venturi R., Scott B. D., Izenour S. T, 1972, »Learning from Las Vegas», Cambridge, MIT Press
- Vyzoviti S., 2003, «Folding Architecture: Spatial, Structural and Organizational Diagrams», BIS publishers
- Wagner O., 1996, «Modern architecture», Getty Trust Publications: Getty Research Institute for the History of Art and the Humanities, πρώτη έκδοση το 1988
- Wigley M., 1995, «White Walls, Designer Dresses, the Fashioning of Modern Architecture», Cambridge, MIT Press

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Κολώνας Β., 2006, «Το Μέγαρο του Μετοχικού Ταμείου Στρατού», Αθήνα:Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς
- Λαζαρίδης Π.,1979, «Η εμπορευματοποίηση της ποιότητας. Η κοινωνική λειτουργία της τέχνης και της αρχιτεκτονικής», Θεσσαλονίκη, Παρατηρητής
- Λέφας Π. [επιμ.], 2003, «Αύριο οι πόλεις», Αθήνα: εκδ. Πλέθρον
- Νικολαΐδου Σ, 1993, «Η κοινωνική οργάνωση του αστικού χώρου», Αθήνα, εκδόσεις Παπαζήση

- Παναγιωτάτου Ε., Σαγιάς Ι., 2009 -2010, «Χωρικές, Οικονομικές, Κοινωνικές, Πολιτισμικές και Περιβαλλοντικές Διαστάσεις της Ανάπτυξης και του Σχεδιασμού», σημειώσεις Δ.Π.Μ.Σ.: Περιβάλλον και Ανάπτυξη, Αθήνα
- Παναγιωτάτου Ε., 1983, «Θέματα ανάπτυξης του χώρου», σημειώσεις Δ.Π.Μ.Σ.: Περιβάλλον και Ανάπτυξη, Αθήνα
- Ρόκος Δ., 2001, «Από την "βιώσιμη" ή "αιφόρο" στην αξιοβίωτη ολοκληρωμένη ανάπτυξη», σημειώσεις Δ.Π.Μ.Σ.: Περιβάλλον και Ανάπτυξη, Αθήνα
- Σημαιοφορίδης Γ., 2005, «Διελεύσεις – Κείμενα για την Αρχιτεκτονική και τη Μεταπόλη», Αθήνα, εκδόσεις Metropolis Press
- Σιόλας Α., «Άνθρωπος και χώρος», σημειώσεις Ε.Μ.Π., Τομέας Γεωγραφίας και Περιφερειακού Σχεδιασμού, Αθήνα
- Σταυρίδης Σ. (επιμέλεια), 2006, «Μνήμη και Εμπειρία του Χώρου», εκδόσεις Αλεξάνδρεια, Αθήνα
- Σταυρίδης Σ., 1996, «Διαφήμιση και το νόημα του χώρου», Αθήνα, εκδόσεις στάχυ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΕΚΘΕΣΕΩΝ

- Hodge B., Mears P., Sidlauskas S., 2006, «Skins and bones: parallel practices in fashion and architecture», London, Thames and Hudson
- Ζηνιαδάκης Β., 2007, «Χρασαατς! Μόδα από χαρτί», Αθήνα, Atopos

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

- AMOMA, Koolhaas R., Brown S., Link J., 2004, «Content», Germany, Taschen
- «Urban poetry: the beauty of the ordinary», 2006, guerrillazine 4

- «Form follows fashion», 2005, περιοδική έκθεση του Συλλόγου Αρχιτεκτόνων Θεσσαλονίκης, Αρχιτεκτονική ως τέχνη, τεύχος 13, Απρίλιος – Μάιος - Ιούνιος
- «Αρχιτέκτονες», 2006, Περιοδικό του ΣΑΔΑΣ-ΠΕΑ | τεύχος 58 – περίοδος Β | Ιούλιος/Αύγουστος
- «Αρχιτέκτονες», 2003, Περιοδικό του ΣΑΔΑΣ-ΠΕΑ | τεύχος 37, Ιανουάριος/Φεβρουάριος

ΑΡΘΡΑ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ / ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ

- Baldauf A., 2005, «Brandscapes», archplus, 175, Decemper, σσ. 67-70
- Casciani S. & Sudjic, D., 2001, «Ando and Armani», Domus 842, November, σσ. 48-63
- Goulthorpe M., 2002, «Notes on Digital Nesting: A Poetics of Evolutionary Form», Architectural Design, Vol 72 No2, σσ. 21-22
- Lee S., 2000, «Fashioning space», Architectural design (Space Architecture), Vol 70 No 2, March, σσ.40-43
- Loos A., 1998, «Ornament and Crime» (1929), «Adolf Loos ornament and crime: selected essays». Riverside, CA, Ariadne Press
- Loos A., 1998, «Mens Fashion» (1898), »Adolf Loos ornament and crime: selected essays». Riverside, CA, Ariadne Press
- Loos A., 1998, «Ladies Fashion» (1898/1902), «Adolf Loos ornament and crime: selected essays». Riverside, CA, Ariadne Press
- Misik R., 2005, «Kulturkapitalismus», archplus, 175, Decemper, σσ. 71-73
- Onishi W., «New century modern», Domus, February, σσ. 14-25
- Radulski J. P., 2006, «Cooley Monato Studio casts a Glamorous glow on two Marc Jacobs boutiques in Los Angeles», Architectural record, May, σσ. 188-192
- Sorkin M., 2002, «Riffon Rem: Sorkin's take on multinational style critique», Architectural record, January, σσ. 51-52

- Sowa A., 2005, «L'architecte et la chaussure chic», The architect and the chic shoe, raconte avec Toyo Ito, L'architecture d'aujourd'hui, 360, September, σσ. 72-75
- Trelcat S., 2005, «Magasin de moda Dover Street Market. Comme des Garçons, Londres, RU, Rei Kawakubo designer», L'architecture d'aujourd'hui, 360, September, σσ. 86-91
- Wagner O., 1993, «The Evolutionary Way to Modern Architecture», Mallgrave H.F. ed., «Otto Wagner: Reflections on the Raiment of Modernity», Sta. Monica Getty Centre
- Βατόπουλος Ν., 2007, «Το νέο σπίτι για τον 21ο αιώνα: Τρεις αρχιτέκτονες μιλούν για την Αθήνα που αλλάζει ύφος εκ των έσω και για τον νέο τρόπο ζωής στο αστικό διαμέρισμα», άρθρο στην εφημερίδα Καθημερινή, Κυριακή, 11 Μαρτίου
- Βατόπουλος Ν., «Η νέα Αθήνα τυλιγμένη σε χρυσή κορδέλα», άρθρο στην εφημερίδα Καθημερινή, 16.12.2007
- Βένιου Ε., 2011, «Κεραίες στα ρούχα μας», άρθρο στην εφημερίδα Το Βήμα, ΒΗΜΑΣCIENCE, Κυριακή 18 Σεπτεμβρίου, σσ. 3
- Καζέρος Ν., 2002, «Το ιδιωτικό και το δικό του», Αρχιτέκτονες, Νο 34, Αθήνα, σελ. 81-83
- Παπαϊωάννου Τ., «Η αρχιτεκτονική της ματιοδοξίας», Ελευθεροτυπία, Παρασκευή 14 Αυγούστου 2009
- Πυργιώτη Ε., 2006, «Πολ Πουαρέ», ΒήμαDonna, Οκτώβριος, σσ. 142 –150
- Ρεγκούκου Σ., 2006, «Ζαν Πολ Γκοτιέ», ΒήμαDonna, Οκτώβριος, σσ. 218 – 224
- Σακελλαρίδου Α., Χατζηκωνσταντίνου Ε., 2006, «Το εμπορικό κέντρο ως αστικός προορισμός», Αρχιτέκτονες, τεύχος 58–περίοδος Β /Ιούλιος/ Αύγουστος, Αθήνα, σσ. 61-62
- Σιδηρόπουλος Γ., 1982, «Παρίσι, Biennale '82», «Άνθρωπος + Χώρος», Τεύχος 19, Οκτώβριος - Δεκέμβριος
- Σπέντζα Μ., 2006, «Μόδα και αρχιτεκτονική», Κτίριο, Μάρτιος, σσ. 57-62
- Φιλιππίδης Μ., «Ζαν Νουβέλ, ο δεξιότεχνης της ασάφειας», ΒΗΜΑGAZINO, σσ. 66-69

- Φιλιππίδης Μ., «Φαντασία από μπετόν, η Ζάχα Χαντίντ χτίζει ιδέες», ΒΗΜΑGΑΖΙΝΟ, σσ. 78-82

ΑΡΘΡΑ ΣΕ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

- Καφαντάρης Φ., 2011, «Η ανάδυση των εμπορικών κέντρων στην Ελλάδα: Λεκανοπέδιο Αττικής, κέντρο ή προάστια;», παρουσίαση στα πλαίσια εκδήλωσης ΟΡΣΑ-ΕΣΕΕ με θέμα: «Εμπόριο και πόλη. Η σχέση με το νέο ρυθμιστικό σχέδιο Αττικής 2020», 16 Φεβρουαρίου

ΑΡΘΡΑ ΣΕ ΔΙΚΤΥΑΚΟΥΣ ΤΟΠΟΥΣ

- Βατόπουλος Ν., 2007, «Οι μικρές πόλεις μέσα στη μεγάλη, Η διάχυση των εμπορικών πάρκων στην Ελλάδα επαναφέρει ζητήματα ορισμού της σχέσης μας με το αστικό τοπίο και τον ελεύθερο χρόνο», Καθημερινή, 28 Ιανουαρίου, Αθήνα, http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_civ_1_28/01/2007_213510
- Δεμερτζής Ν., «Παγκοσμιοποίηση, Κοινότητα και Δημόσιος Χώρος», http://old.media.uoa.gr/people/demertzis/pages_gr/articles/docs/2000/glob_publSpace.php#_edn12
- Καμπύλης Τ., 2008, «Golden Hall_ Ένα χρυσό Κολωνάκι για τους Βόρειους», Καθημερινή, 4 Δεκεμβρίου, Αθήνα, http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_columns_2_04/12/2008_294606
- Καραϊσκάκη Τ., 2005, «Ψυχαγωγία στη γυάλα», Καθημερινή, 2 Δεκεμβρίου, Αθήνα, <http://11dim-kaval.kav.sch.gr/main/keimena/gyala.htm>
- Κουλούρη Χ., 2002, «Η γλώσσα» της μόδας, Το Βήμα, 10 Φεβρουαρίου, Αθήνα, <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=140241>
- Λαμπρόπουλος Β., 2002, «Ο άγνωστος φάκελος Βαγγέλης Λάμπρου. Οι εμπρησμοί των πολυκαταστημάτων, ο χορός των ενδείξεων για τον ΕΛΑ και τα

- νέα δεδομένα», Το Βήμα, 10 Νοεμβρίου, Αθήνα, <http://www.tovima.gr/relatedarticles/article/?aid=146746>
- Λάμπρου Κ., 2005, «Επαφες Πειραιώς για την πώληση του City Link. Η τράπεζα δέχθηκε προτασεις από ενδιαφερόμενα ξένα funds», Ελευθεροτυπία, 13 Νοεμβρίου, Αθήνα, http://archive.enet.gr/online/online_text/c=114,dt=13.11.2005,id=26383760
 - Ντελέζος Κ., 2009, «Εμπορικό κέντρο 40.000 τετραγωνικών στον Πειραιά», Τα Νέα, 26 Μαρτίου, Αθήνα, <http://www.tanea.gr/oikonomia/article/?aid=4508954>
 - Πουρνάρα Μ., 2008, «Το εμπορικό κέντρο του 21ου αιώνα», Καθημερινή, 18-Ιανουαρίου, Αθήνα, http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_world_2_18/01/2008_255875
 - Παπαϊωάννου Τ., «Η αρχιτεκτονική ως περιτύλιγμα», <http://www.greekarchitects.gr/gr/αρχιτεκτονικες-ματιες/η-αρχιτεκτονική-ως-περιτύλιγμα-id1492>
 - Σημαιοφορίδης Γ., 1997, «Η εξαφάνιση της πολεοδομίας», Το Βήμα, 27 Ιουλίου, Αθήνα, <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=89942>
 - Τσακίρη Τ., 2007, «Στου Zonar's τον Οκτώβριο για καφέ», άρθρο στην εφημερίδα Το Βήμα, 9 Σεπτεμβρίου, Αθήνα, <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=183452>
 - Χριστοδουλάκης Α. Γ. - Τσακίρη Τ., 2007, «Στα εμπορικά κέντρα η Ελλάδα διασκεδάζει», Το Βήμα, 29 Ιουλίου, Αθήνα, <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=182683>

ΑΔΗΜΟΣΙΕΥΤΕΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ

- Κοκκοτή Γ., Ράλλη Ο., 2007, «Πειραματίσου, Συνδύασε, Σχεδίασε, Κατασκεύασε», Ερευνητική εργασία, Πολυτεχνική Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών του Πανεπιστημίου Πατρών, Πατρα

ΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

- www.archpedia.com
- www.artcyclopedia.com
- www.greatbuildings.com
- <http://en.wikipedia.org>
- <http://el.wikipedia.org>
- www.wired.com
- www.prada.com
- www.yohjiyamamoto.co.jp
- www.carlosmiele.com.br
- www.freitag.ch
- www.isseymiyake.com
- www.paulsmith.co.uk
- www.tods.com
- www.LondonFashionBus.com
- www.mandarinaduck.com
- www.hermes.com
- www.fashion.dior.com
- www.elietahari.com
- www.unit-f.at
- www.sabinedesign.com
- www.vuitton.com
- www.urbicide.blogspot.com/2006_11_01_archive.htm
- www.urbicide.blogspot.com/2006/10/blog-post_116229964438480429.html
- www.greekarchitects.gr

- www.nea-poli.gr
- www.sadas-pea.gr
- [www,chrstojeanneclaude.net](http://www.christojeanneclaude.net)
- www.studio-orta.com
- www.storiesofhouses.blogspot.com
- www.findarticles.com
- www.news.kathimerini.gr
- www.urbicide.blogspot.com
- www.diaplous.org
- www.treehugger.com
- www.narchitects.com/
- www.dramatispersonae.org
- <http://www.citylink.gr/istoriko>
- http://www.citylink.gr/sites/default/files/_1.pdf
- <http://estia.minenv.gr/EXEC>
- <http://christiannaloupa.wordpress.com/η-αθηνα-καποτε-beautiful-old-athens/>
- <http://www.monumenta.org/article.php?IssueID=2&lang=gr&CategoryID=3&ArticleID=181>
- www.ellthea.gr

8.1 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΙΚΟΝΩΝ ΚΑΙ ΧΑΡΤΩΝ

- Εικ. 1, «Σύνθεση απο πατρόν», πηγή: www.normadesign.gr/maximize.html
- Εικ. 2, «Διάγραμμα χρήσης χώρων για το general staff building στο Hermitage, Koolhaas, R.», πηγή: AMOMA, Koolhaas R., Brown S., Link J., »Content», Germany, Taschen, 2004, σσ. 411
- Εικ. 3, «Πατρόν», πηγή: www.normadesign.gr/maximize.html
- Εικ. 4, «Επεξεργασμένη τομή του Eyebeam museum των Diller + Scofidio», πηγή μη επεξεργασμένης τομής: www.metropolismag.com/html/content_1102/eye/index.html-49k-, «Patent for inertss modified, Koolhaas, R.», πηγή: AMOMA, Koolhaas R., Brown S., Link J., «Content», Germany, Taschen, 2004, σσ. 83, «πατρόν», πηγή: www.normadesign.gr/maximize.html
- Εικ. 5, «Εικονογράφιση των ψυχολογικών επιδράσεων των οπτικών σχεδίων», από το περιοδικό τέχνης του Walter Gropius, M., πηγή: Wigley, M., «White Walls, Designer Dresses, the Fashioning of Modern Architecture», Cambridge, MIT Press, 1995, σσ. 103
- Εικ. 6, «Crystal Palace», Great Exhibition, 1851, πηγή: www.ourwardfamily.com
- Εικ. 7, «Κριολίνο», πηγή: Hodge, B., Mears, P., Sidlauscas, S., «Skins and bones: parallel practices in fashion and architecture», London, Thames and Hudson, 2006, σσ. 10
- Εικ. 8, «Society dress», Peter Behrens, πηγή: Wigley, M., «White Walls, Designer Dresses, the Fashioning of Modern Architecture», Cambridge, MIT Press, 1995, σσ. 137
- Εικ. 9, «Διαφήμιση αυτοκινήτου Mercedes Benz 8/38, με φόντο την Weissemhofseidlung κατοικία των Le Corbusier και Jeanneret», 1927, πηγή: Wigley, M., «White Walls, Designer Dresses, the Fashioning of Modern Architecture», Cambridge, MIT Press, 1995, σσ. 317
- Εικ. 10, 11, «Walking cities», Archigram, 1964, πηγή: www.designmuseum.org/design/archigram
- Εικ. 12, «Final Home», Kosuke Tsumura, πηγή: www.finalhome.com/archives/index.php

- Εικ. 13, «Modular Architecture», Lucy Orta, πηγή: www.contemporarymagazine.com/Issues/Issue%2087/img004a.jpg
- Εικ. 14, «Refuge wear», Lucy Orta, πηγή: Quinn, B., «The Fashion of Architecture», Berg, 2003, σσ. 165
- Εικ. 15, «Transformables», CP Company, πηγή: 2000-2001 www.cpcompany.com
- Εικ. 16, «Naked Wall House», Shigeru Ban, πηγή: 2000 www.designboom.com/history/ban_naked.html
- Εικ. 17, 18, «Τοποθέτηση των κοντέινερ και είσοδος των Freitag στη Ζυρίχη», πηγή: www.freitag.ch
- Εικ. 19, «Guerilla store», πηγή: «Urban poetry: the beauty of the ordinary», guerrillazine 4, 2006, οπισθόφυλλο, www.guerrilla-store.com, www.coolhunting.com, www.mugmagazine.com
- Εικ. 20, «Πανοπτικόν», Jeremy Bentham, 1786, πηγή: www.arch.columbia.edu
- Εικ. 21, 22, Hussein Chalayan, «Panoramic», autumn / winter 1998-1999, πηγή:(17) www.designboom.com/contemporary/hc.html, (18) www.husseinchalayan.com
- Εικ. 23, «Επιτήρηση», πηγή: Quinn, B., «The Fashion of Architecture», Berg, 2003, σσ. 20, 30, www.husseinchalayan.com, Mores, M. C., «From Fiorucci to the Guerilla stores: Shop Displays in Architecture, Marketing and Communications», Marsilio Fondazione Pitti Discivery, 2006, σσ. 124
- Εικ. 24, «Δοκιμαστήρια στο Prada store της Νέα Υόρκης», πηγή: www.flickr.com
- Εικ. 25, «Αισθητήρες και καλώδια προσαρμοσμένα σε ύφασμα», My studio, 2001, πηγή: Hodge, B., Mears, P., Sidlauskas, S., «Skins and bones: parallel practices in fashion and architecture», London, Thames and Hudson, 2006, σσ. 258
- Εικ. 26, 27, «Gehry's Residence», Santa Monica, California, Frank Gehry, πηγή: www.netropolitan.org, www.pbs.org/wnet/americanmasters/database/gehry_House.html
- Εικ. 28, «Apartement Building and Observation Tower», Rotterdam, Rem Koolhaas, πηγή: Hodge, B., Mears, P., Sidlauskas, S., «Skins and bones: parallel practices in fashion and architecture», Thames and Hudson, 2006, σσ. 39
- Εικ. 29, «The Peak», Hong Kong, Zaha Hadid, πηγή: www.fba.fh-darmstadt.de

- Εικ. 30, «Lace Sweater», Comme des Garçons, collection 1982, πηγή: Hodge, B., Mears, P., Sidlauskas, S., «Skins and bones: parallel practices in fashion and architecture», London, Thames and Hudson, 2006, σσ. 27
- Εικ. 31, «Αποδομητικό ένδυμα» Rei Kawakubo, πηγή: www.rei.kawakubo.com
- Εικ. 32, 33, «Ενδύματα του Martin Margiela», 9/4/1615, εγκατάσταση στο Brooklyn Anchorage, Νέα Υόρκη, 1999, πηγή: (41) Hodge, B., Mears, P., Sidlauskas, S., «Skins and bones: parallel practices in fashion and architecture», London, Thames and Hudson, 2006, σσ. 29, (42) Hodge, B., Mears, P., Sidlauskas, S., «Skins and bones: parallel practices in fashion and architecture», London, Thames and Hudson, 2006, σσ. 28
- Εικ. 34, «Guggenheim Museum», Bilbao, πηγή: en.wikipedia.org/wiki/Bilbao
- Εικ. 35, 36, 37, «Blur building», Diller + Scofidio, πηγή: www.dillerscofidio.com/blur.html, www.designboom.com
- Εικ. 38, «Afterwords collection», Η. Chalayan, φθ./χ. 2000-2001, πηγή: Quinn, B., «The Fashion of Architecture», Berg, 2003, σσ. 125-128
- Εικ. 39, 40, «Η οδός Σταδίου τη δεκαετία του '30», πηγή: <http://christianaloupa.wordpress.com/η-αθηνα-καποτε-beautiful-old-athens/>
- Εικ. 41, «Ανοικοδόμηση του κτηρίου της οδού Σταδίου», πηγή: Κολώνας Β., 2006, «Το Μέγαρο του Μετοχικού Ταμείου Στρατού», Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σσ. 70
- Εικ. 42, 43, «Το κτήριο της οδού Σταδίου», πηγή: Κολώνας Β., 2006, «Το Μέγαρο του Μετοχικού Ταμείου Στρατού», Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σσ. 80, 81
- Εικ. 44, «Ανοικοδόμηση του κεντρικού κτηρίου», πηγή: Κολώνας Β., 2006, «Το Μέγαρο του Μετοχικού Ταμείου Στρατού», Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σσ. 87
- Εικ. 45, «Το κτήριο της οδού Πανεπιστημίου», πηγή: Κολώνας Β., 2006, «Το Μέγαρο του Μετοχικού Ταμείου Στρατού», Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σσ. 95
- Εικ. 46, «Το πολυκατάστημα Attica», πηγή: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=206665>

- Εικ. 37, «Το νέο πέρασμα της στοάς Σπυρόμηλου», πηγή: http://www.visitgreece.gr/portal/site/eot/menuitem.f6461d577e1bafc0ace49610451000a0/?vgnnextoid=6154ee5500eb1310VgnVCM100000010a0a0aRCRD&lang_choose_n=el
- Εικ. 48, «Κάτοψη του CityLink», πηγή: <http://www.citylink.gr/locator/anazeteseekatastematos>
- Εικ. 49, 50, «Όψεις του CityLink τη νύχτα», πηγή: <http://www.citylink.gr/>, <http://www.citylink.gr/locator/anazetese-katastematos>
- Εικ. 51, «Boutique στην οδό Βουκουρεστίου», πηγή: <http://www.freshmess.com/category/greece/page/2/>
- Εικ. 52, «Boutique στην οδό Βουκουρεστίου», πηγή: Φωτογραφική λήψη Κοκκοτή Γ.
- Εικ. 53, «Boutique στην οδό Βουκουρεστίου», πηγή: <http://lafashionelle.blogspot.com/2010/09/coverage-athensfashionnightout-part-iii.html>
- Εικ. 54, «Boutique στην οδό Βουκουρεστίου», πηγή: <http://www.flickr.com/photos/frenchpilot2004/3589002345/>
- Εικ. 55, «Boutique στην οδό Βουκουρεστίου», πηγή: http://www.studiozip.com/joomla5/index.php?option=com_content&view=article&id=165%3Ashopping-centralathens&catid=114%3Ainsider-guide-shopping&Itemid=129&lang=en
- Εικ. 56, «Boutique στην οδό Βουκουρεστίου», πηγή: http://www.visualphotos.com/image/1x8361705/kolonaki_voukourestiou_street_tods_shop
- Εικ. 57, «Οδός Σταδίου και πλατεία Ομόνοιας», πηγή: http://www.greecetravel.com/photos/athens/everyday-athens/PhotoAlbum1/omonias_jpg_view.htm
- Εικ. 58, 59, 60, 61, 62, 63, «Διατηρητέα κτήρια στα οποία στεγάζονται πολυεθνικές αλυσίδες μαζικής ένδυσης», πηγή: Φωτογραφικές λήψεις Κοκκοτή Γ.
- Εικ. 64, «Κολάζ που απεικονίζει τη μορφολογική σύγκλιση αρχιτεκτονικής και ένδυσης», πηγή: Κοκκοτή Γ., Ράλλη Ο., 2007, «Πειραματίσου, Συνδύασε, Σχεδίασε, Κατασκεύασε», Ερευνητική εργασία, Πολυτεχνική Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών του Πανεπιστημίου Πατρών, Πατρα
- Χάρτης 1: «Περιοχή μελέτης», Υπόβαθρο Χάρτη: βιβλιοθήκη χαρτών ΣΑΤΜ

- Χάρτης 2: «Περιοχή μελέτης. Η καρδιά του θύλακα και οι δύο άξονες», Υπόβαθρο Χάρτη: βιβλιοθήκη χαρτών ΣΑΤΜ
- Χάρτης 3: «Βεληνεκές καταστημάτων ένδυσης», Υπόβαθρο Χάρτη: βιβλιοθήκη χαρτών ΣΑΤΜ
- Χάρτης 4: «Ταξινόμηση καταστημάτων σε σχέση με τον τύπο ρουχισμού», Υπόβαθρο Χάρτη: βιβλιοθήκη χαρτών ΣΑΤΜ
- Χάρτης 5: «Διατηρητέα κτήρια», Υπόβαθρο Χάρτη: βιβλιοθήκη χαρτών ΣΑΤΜ
- Χάρτης 6: «Αρχιτεκτονική, ένδυση και πόλη», Υπόβαθρο Χάρτη: βιβλιοθήκη χαρτών ΣΑΤΜ