

Ειρήνη Μίχα*

ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η επίδραση των εικόνων στον αστικό χώρο είναι σήμερα ιδιαίτερα έκδηλη. Ενδεικτικό παράδειγμα είναι οι θεματικές παρεμβάσεις καθώς ακολουθούν τυποποιημένα εικονικά πρότυπα. Εμφανίζονται κυρίως σε ψυχαγωγικούς χώρους, όπως τα θεματικά πάρκα που αναπτύσσονται σταδιακά από τις αρχές του 19ου αιώνα μέχρι σήμερα. Η ανάδειξή τους ωστόσο σε πρακτική της σύγχρονης μεταβιομηχανικής πόλης, με στόχο την «αναβάθμιση» και την «εξυγίανση» ευρύτερων αστικών περιοχών, εδραιώνει στην αντίληψη του χώρου μια νοοτροπία «θωράκισης». Η θεματοποίηση περιορίζει και πλήττει τη φαντασία. Ακόμα, ως εργαλείο της πολιτικής για την ασφάλεια, διαμορφώνει ομοιογενείς, οχυρωμένους χώρους, οι οποίοι, καθώς επιβάλλουν τη σκηνική τους εικονογραφία και τους κανόνες λειτουργίας τους, οδηγούν σε νέες μορφές κοινωνικού αποκλεισμού στην πόλη.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην ιστορική εξέλιξη των ανθρώπινων κοινωνιών ο ρόλος των εικόνων ήταν πάντα καθοριστικός στον τρόπο με τον οποίο τα άτομα βιώνουν και διαμορφώνουν τον αστικό χώρο. Ωστόσο, είναι πια κοινά αποδεκτό ότι οι τεχνολογικές εξελίξεις στην παραγωγή και διάδοση εικόνων καθώς και η εφεύρεση στη συνέχεια της κινητής εικόνας μετέβαλαν τόσο τις μεθόδους με τις οποίες παράγονται οι εικόνες όσο και τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι προσλαμβάνουν και ερμηνεύουν τη γύρω τους πραγματικότητα. Ιδιαίτερα στη σύγχρονη εποχή της τηλεόρασης και του internet, οι εικόνες κυριαρχούν στις περισσότερες αστικές κοινωνίες με συνέπεια τα άτομα να είναι διαρκώς εκτεθειμένα στην αισθητική, στις ερμηνείες και στις τεχνικές τους.

* Δρ αρχιτεκτονικής, ΑΠΘ, Τμήμα αρχιτεκτόνων.

Στο άρθρο αυτό γίνεται προσπάθεια να διερευνηθεί η επίδραση της αναπαραστατικής δημιουργίας στη σύγχρονη εικονογραφία της πόλης εστιάζοντας στην ιστορική εξέλιξη και ανάπτυξη των θεματικών παρεμβάσεων στον αστικό χώρο. Υπό αυτό το πρίσμα προσεγγίζεται αρχικά η ιστορία των θεματικών πάρκων και τα χαρακτηριστικά τους. Εντοπίζεται ο τρόπος με τον οποίο σταδιακά, μέσω κυρίως της βιομηχανίας του τουρισμού, στήνεται ένας μηχανισμός που αποσκοπεί στην πραγμάτωση του «ονείρου», στην προβολή δηλαδή του απλουστευμένου, νοούμενου όμως ως «ιδανικού» κόσμου των εικόνων στον πραγματικό χώρο της πόλης, και αναδεικνύεται ο καθοριστικός ρόλος που ανακτά η αρχιτεκτονική ως εργαλείο των θεματικών παρεμβάσεων. Στη συνέχεια εξετάζονται ορισμένες σύγχρονες μορφές θεματοποίησης του αστικού χώρου μέσα από τις οποίες διαφαίνεται η καταλυτική επίδραση που ασκούν σήμερα οι εικόνες τόσο στις διαμορφώσεις της πόλης όσο και στη σχέση των ανθρώπων με αυτή.

ΤΑ ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΠΑΡΚΑ: ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Ο όρος «θεματικά πάρκα» χαρακτηρίζει περιοχές με διακριτά όρια και συγκεκριμένη θεματική λειτουργία, ψυχαγωγικού συνήθως χαρακτήρα. Διαμορφωμένα με την, κατεξοχήν δυτικής προέλευσης, πρακτική προβολής εικόνων στον πραγματικό χώρο, τα θεματικά πάρκα πρωτοεμφανίστηκαν στις αρχές του 19ου αιώνα στην Ευρώπη, αναπτύχθηκαν και εξελίχθηκαν ιδιαίτερα μετά τα μέσα του 20ού αιώνα στις ΗΠΑ και σταδιακά εξαπλώθηκαν σ' όλο τον κόσμο, σε βαθμό που σήμερα μπορεί να διακρίνει κανείς τη λογική που τα υπαγορεύει σε ποικίλες μορφές παρέμβασης στον αστικό χώρο.

Πάρκα, ως χώροι πρασίνου υπήρχαν ήδη στα τέλη του 18ου και ορισμένα είχαν μετατραπεί σε χώρους διασκέδασης, όπως, για παράδειγμα, το Prater στη Βιέννη, με καφενεία, κυλικεία, χώρους ιππασίας και ευρύ χώρο για πυροτεχνήματα, που προσέλκυε πολυάριθμους επισκέπτες. Δεν είχαν όμως συνδεθεί με την αναμόρφωση συγκεκριμένων περιοχών, κάτι που συμβαίνει συχνά τον 19ο αιώνα, και ο κοινωνικός τους ρόλος δεν ήταν παντού ο ίδιος (Pinol, 2000, σ. 142). Ωστόσο το Tivoli, ιδιωτικός κήπος της γαλλικής αριστοκρατίας στο κέντρο του Παρισιού, αναμορφώθηκε ήδη από το 1795 σε χώρο ψυχαγωγίας και άνοιξε τις πύλες του σε όσους μπορούσαν να πληρώσουν το εισιτήριο, βάζοντας έτσι τα θεμέλια για την πρακτική διαμόρφωσης των θεματικών πάρκων. Στα 8 εκτάρια του κήπου είχε

στηθεί ένα σκηναίο, το οποίο το φώτιζαν πολύχρωμες λάμπες λαδιού, και στο οποίο είχαν κατασκευαστεί πολυάριθμοι χώροι διασκέδασης για ενήλικους επισκέπτες.¹ Από το 1827 άρχισε η καταπάτηση των εκτάσεων του υπό την πίεση της οικιστικής ανάπτυξης, καθώς όμως η δημοτικότητά του είχε προλάβει να ξεπεράσει τα σύνορα της Γαλλίας, δημιουργήθηκαν αντίστοιχα πάρκα, με το ίδιο όνομα, σε άλλες πόλεις της Ευρώπης. Το πιο γνωστό, το Tivoli της Κοπεγχάγης, λειτουργεί μέχρι σήμερα και υπολογίζεται ότι έχει δεχθεί περισσότερους από 260 εκατομμύρια επισκέπτες (Infoparks, 1997).

Η μόδα των πρώτων θεματικών παρεμβάσεων πέρασε γρήγορα, η επανάληψη απλοϊκών παιχνιδιών και τα πανομοιότυπα διακοσμητικά μοτίβα φαίνεται πως κούρασαν τους επισκέπτες. Εξάλλου, κατά τον 19ο αιώνα η διαμόρφωση των πάρκων συνδέθηκε κυρίως με τον εξωραϊσμό των πόλεων ή την ανάπτυξη πολυτελών συνοικιών, οπότε ο σχεδιασμός της ψυχαγωγικής τους λειτουργίας ερχόταν σε δεύτερη μοίρα. Ενδεικτική των κυβερνητικών προθέσεων της εποχής όσο και της κοινωνικής τους υποδοχής είναι τη δεκαετία του 1840 η περίπτωση του Victoria Park στο Λονδίνο, και η απογοήτευση του εμπνευστή του Sir James Pennethorne, επειδή οι εργατικές οικογένειες χρησιμοποιούσαν τις διαμορφωμένες λίμνες για την προσωπική τους καθαριότητα. Στην ανάγκη «πνευμόνων πρασίνου» αναφερόταν επίσης ο βαρόνος Georges Haussmann για το Παρίσι, ενώ στα τέλη του αιώνα ένας Σκωτσέζος γιατρός υποστήριξε ότι κάθε πάρκο, κάθε έκταση πρασίνου, κάθε γήπεδο ποδοσφαίρου ή κρίκετ απομακρύνει τη φυματίωση (Pinol, 2000, σ. 143-144).

Εκτός από τα πάρκα μπορεί κανείς να διακρίνει τα χαρακτηριστικά της θεματικής παρέμβασης και σε άλλες μορφές ψυχαγωγίας που εξελίχθηκαν παράλληλα σ' όλη τη διάρκεια του 19ου αιώνα και εξακολουθούν σήμερα να περικλείουν θεαματικές, επαναλαμβανόμενες διαμορφώσεις. Για παράδειγμα, ο Michael Sorkin (1992, σ. 208-212) και η Sharon Zukin (1991, σ. 225-226) συσχετίζουν την πρακτική αυτή με την εικονογραφία των Διεθνών Αρχιτεκτονικών Εκθέσεων, καθώς οι εγκαταστάσεις τους βασίζονται στις τεχνολογικές εξελίξεις, παραπέμπουν άμεσα στον εξιδανικευμένο

1. Στο Λονδίνο επίσης από τα μέσα του 18ου αιώνα είχαν δημιουργηθεί δύο ψυχαγωγικοί κήποι, το Vauxhall και το Ranelagh, που, όμως, περιελάμβαναν λιγοστές δραστηριότητες – μία ροτόντα για ορχήστρα και χορό και ορισμένες εξωτικές παρεμβάσεις. Οι κήποι αυτοί λειτουργούσαν αρχικά ως προέκταση προς την ύπαιθρο των ιδιωτικών κλαμπ της αριστοκρατίας και της υψηλής μπουρζουαζίας, και όπως το Tivoli στο Παρίσι, από τα τέλη του 18ου αιώνα άρχισε σταδιακά ο «εκδημοκρατισμός» τους (Langlois, 1992, σσ. 50, 53-54).

κόσμο των εικόνων και προσφέρουν στους επισκέπτες παραστάσεις από τις πόλεις του πλανήτη σε ένα πρωτότυπο είδος ξενάγησης στον οριοθετημένο χώρο του φαντασμαγορικού και από κάθε άποψη ελεγχόμενου σκηνικού τους περιβάλλοντος. Ανάλογα χαρακτηριστικά παρουσιάζουν οι πόλεις-θέρετρα που έπαιξαν σημαντικό ρόλο για την κοινωνική ελίτ του 19ου αιώνα. Ενδεικτικό παράδειγμα η πόλη του Bath, στην οποία ήδη από τον 18ο αιώνα αναδείχθηκε μια νέα μορφή αστικής ζωής για την «υψηλή» κοινωνία στις μεγάλες λεωφόρους περιπάτου σε ευθύγραμμο ή ημικυκλικά πολεοδομικά σύνολα, περικυκλωμένα από τα φυσικά τοπία. Οι διαμορφώσεις αυτές αποτέλεσαν παράδειγμα προς μίμηση για όλα τα βρετανικά νησιά και από τα τέλη του 18ου αιώνα η νέα τάση οδήγησε στη δημιουργία της λουτρόπολης. Ορισμένες ιδίως παραθαλάσσιες πόλεις γνώρισαν εκείνα τα χρόνια μεγάλη ανάπτυξη. Το Brighton, για παράδειγμα, στις ακτές της Μάγχης υπήρξε πρότυπο για κάθε περιοχή που απέβλεπε να προσελκύσει την ανώτερη κοινωνική τάξη, έτσι σύντομα, ακόμα και πέραν του Ατλαντικού, εμφανίστηκαν πολλά ομώνυμα ξενοδοχεία – τα Brighton Hotels. Στις ΗΠΑ το 1852 άρχισε να αναπτύσσεται επίσης το Atlantic City στις ακτές του New Jersey. Όπως γράφει ο Jean-Luc Pinol (2000, σ. 59), «οι επιχειρηματίες της πόλης επεδίωκαν να προσελκύσουν λαϊκή πελατεία και στα διαφημιστικά τους φυλλάδια άφηναν να εννοηθεί ότι στα γιγάντια πάρκα αναψυχής οι γιοι των εργατών έπαιζαν μαζί με τα παιδιά των εκατομμυριούχων». Με άλλα λόγια, οι πόλεις-θέρετρα πέραν του Ατλαντικού προσαρμόστηκαν στον αμερικανικό τρόπο ζωής και απευθύνονταν σε ευρύτερα κοινωνικά στρώματα, ενώ παράλληλα στην Ευρώπη οι λαϊκές τάξεις, αποκλεισμένες από τις λουτρόπολεις και τους ψυχαγωγικούς κήπους της αριστοκρατίας, διασκέδαζαν στις εμποροπανηγύρεις που αποχωρούσαν σταδιακά από τα αστικά κέντρα για να ακολουθήσουν κι αυτές εν μέρει τη λογική της ψυχαγωγικής θεματοποίησης.

Μέχρι τα τέλη του 19ου αιώνα τα πανηγύρια, που λειτουργούσαν ως χώροι μαζικής συνεύρεσης και ψυχαγωγίας, φιλοξενούσαν μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις² και στήνονταν περιοδικά σε διαθέσιμες εκτάσεις στα αστικά κέντρα. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας και την έντονη οικο-

2. Οι οικογενειακές αυτές επιχειρήσεις πουλούσαν προϊόντα και οργάνωναν αυτοσχέδια παιχνίδια για τη διασκέδαση του κόσμου. Για παράδειγμα, μεταμφιέζονταν οι ίδιοι σε φαντάσματα για να «τρομάξουν» τους επισκέπτες, ή έστηναν τα γνωστά μέχρι σήμερα carousels, τα οποία όμως τότε κινούσαν με εκπαιδευμένα άλογα. Στα τέλη του 19ου αιώνα στις πανηγυρικές εκδηλώσεις προστέθηκαν οι προβολές των πρώτων κινηματογραφικών ταινιών.

δομική δραστηριότητα στις πόλεις, τα παιχνίδια άρχισαν να μηχανοποιούνται, ενώ οι διαμαρτυρίες των κατοίκων των γύρω περιοχών ανάγκασαν τους δήμους να απομακρύνουν τις πανηγυρικές εκδηλώσεις ως οχλούσες και μη συμβατές στην οικιστική ανάπτυξη, παραχωρώντας τους εκτάσεις έξω από τις πόλεις. Έτσι οι οικογενειακές επιχειρήσεις είτε αναγκάστηκαν τελικά να κλείσουν ή να ενσωματωθούν σε άλλες δραστηριότητες, όπως το τσίρκο, είτε με τη βοήθεια του κράτους διέυρυναν τις δραστηριότητές τους, προς την ίδια κατεύθυνση με τα θεματικά πάρκα των αρχών του αιώνα. Είναι η εποχή των πρώτων εντυπωσιακών Luna Parks, που θα αποτελέσουν για πολλές δεκαετίες κατεξοχήν μαζική μορφή διασκέδασης σε όλο τον δυτικό κόσμο, χάνοντας μόνο μέρος της αίγλης τους από τα μέσα του αιώνα, όταν τον Ιούλιο του 1955 στην Anaheim της Καλιφόρνιας ανοίγει η πρώτη Disneyland με την υπόσχεση να αποτελέσει πρότυπο για κάθε μεταγενέστερη θεματική διαμόρφωση.

Η εποχή της Disneyland

Η καινοτομία της Disneyland, που την οδήγησε στην άμεση επιτυχία, ήταν η σύνδεσή της με συγκεκριμένες εικόνες, οικείες στο κοινό αρκετά χρόνια πριν τα εγκαίνιά της. Το πάρκο διαμορφώθηκε με βάση κινηματογραφικές ταινίες του Hollywood και τα κινούμενα σχέδια του Walt Disney, που πρόβαλλε η τηλεόραση συστηματικά από τη δεκαετία του 1920 και ήδη τη δεκαετία του 1930 είχαν αγαπηθεί από τα παιδιά, που ως ενήλικοι πια προσδοκούσαν να «ξαναζήσουν» αναμνήσεις ή να τις «μοιρασθούν» με τη νεότερη γενιά.³ Εξάλλου το ABC, ένα από τα μεγαλύτερα τηλεοπτικά κανάλια των ΗΠΑ, συμμετείχε στο 1/3 του κόστους κατασκευής, έναντι μετοχών, ενώ το 1995 απορροφήθηκε από την Εταιρεία, συγκροτώντας τον όμιλο Disney-ABC (Ghirardo, 1996, σ. 62). Κεντρικό σημείο αναφοράς του πάρκου της Disneyland είναι το *Κάστρο της ωραίας κοιμωμένης*. Γύρω του εκτείνονται ακτινωτά 5 θεματικοί χώροι: η *Main Street USA* αναπαριστά την εξιδανικευμένη εικόνα της αμερικανικής κομόπολης του 19ου αιώνα, η *Fantasyland* παραπέμπει στους πιο γνωστούς χαρακτήρες του Disney, η *Frontierland* αναφέρεται στην αμερικανική Δύση των καουμπούκων ταινιών, η *Adventureland* συγκεντρώνει τις εξωτικές εικόνες περιπέτειας, και, τέλος, η *Tomorrowland* αντιπροσωπεύ-

3. Στον εναρκτήριο λόγο του ο Walt Disney επισήμανε χαρακτηριστικά: «Στη Disneyland οι πιο μεγάλοι από σας θα ξαναζήσουν γλυκές αναμνήσεις, ενώ οι νεότεροι θα γευθούν τις ευκαιρίες και τις υποσχέσεις του μέλλοντος» (Disneyland resort Paris, 2002, σ. 2).

ει την εικόνα του μέλλοντος, της τεχνολογικής ανάπτυξης και των επιτευγμάτων της αμερικανικής ηπείρου. Ο βασικός αυτός κορμός αποτελεί την ταυτότητα της θεματικής οργάνωσης της Disneyland και επαναλήφθηκε σε όλα τα μεταγενέστερα ψυχαγωγικά πάρκα της Εταιρείας: στη Disney World Resort, που άνοιξε τις πύλες της το 1971 στο Orlando της Φλόριντας και ολοκληρώθηκε όταν αργότερα στα περίχωρά της διαμορφώθηκε το σκηνικό της «κοινότητας του μέλλοντος» (EPCOT),⁴ στη Disneyland του Τόκιο, το 1983 το πρώτο πάρκο της Εταιρείας εκτός ΗΠΑ, και, τέλος, στη EuroDisney, το 1992 λίγο έξω από το Παρίσι, που ήδη σήμερα αποτελεί τον κυριότερο τουριστικό προορισμό στην Ευρώπη.

Με το μηχανισμό αλληλοστήριξης μεταξύ ονειρικών εικόνων και σκηνικής τους πραγμάτωσης στο χώρο του πάρκου εξασφαλίζεται επίσης η απαραίτητη ανανέωση των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων και των διακοσμητικών μοτίβων, που είχε σταθεί βασικό εμπόδιο στην εξέλιξη των πρώτων θεματικών πάρκων στις αρχές του 19ου αιώνα, και αιτία για τα προβλήματα που περιοδικά παρουσίαζε το είδος αυτό ψυχαγωγίας. Με άλλα λόγια, η πηγή από την οποία αντλούν τη θεματολογία τους τα πάρκα του Disney είναι αστείρευτη, καθώς η ίδια η Εταιρεία παράγει κινηματογραφικές ταινίες και ιστορίες κόμικς που τα τροφοδοτούν με ήδη διαδεδομένες και αναγνωρίσιμες εικόνες.

Μετά το θάνατο του Disney το 1966, τη διαχείριση των θεματικών πάρκων ανέλαβε η ομώνυμη εταιρεία, ενώ στα μέσα της δεκαετίας του 1980 ο Michael Eisner χρίστηκε διευθυντής της, αναλαμβάνοντας το δύσκολο έργο να ξεπεράσει τη γενικευμένη κρίση που αντιμετώπιζαν οι χώροι ψυχαγωγίας στη δύσκολη για τον δυτικό κόσμο εκείνη εποχή. Η εταιρεία του Disney ανέκαθεν χρησιμοποιούσε δικό της επιτελείο σχεδιαστών,⁵ που αριθμούν σήμερα περίπου 1.200 μέλη και μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1980 εκπονούσαν όλες τις αρχιτεκτονικές μελέτες των θεματικών πάρκων. Ο Eisner προσπάθησε να ανανεώσει την εικονογραφία της Εταιρείας επιχειρώντας άνοιγμα στην αρχιτεκτονική κοινότητα. Αρχικά επώνυμοι αρχιτέκτονες ανέλαβαν τη μελέτη ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων στη Φλόριντα και των γραφείων της Εταιρείας στην Καλιφόρνια. Λίγα χρόνια αργότερα οι πιο δημοφιλείς Αμερικάνοι αρχιτέκτονες κλήθηκαν προκειμένου να ολοκληρωθεί το σχέδιο της Celebration City

4. Experimental Prototype Community of Tomorrow (Πειραματικό Πρότυπο Κοινότητας του Μέλλοντος).

5. Τους γνωστούς ως Disney's imagineers.

στους χώρους της EPCOT, ενώ ορισμένες από τις μελέτες της EuroDisney ανατίθενται σε Ευρωπαίους ομότεχνούς τους. Με άλλα λόγια, με το «άνοιγμα» αυτό η αρχιτεκτονική καθίσταται βασικό εργαλείο στην επιθυμητή σκηνική προβολή του φανταστικού κόσμου των εικόνων.

Τα θεματικά πάρκα του Disney υπολογίζεται ότι προσελκύουν πάνω από 50 εκατομμύρια επισκέπτες το χρόνο. Οι διαχειριστικές επιλογές του Eisner σε συνδυασμό με τη γενικότερη κρίση στον τουρισμό ανέβασαν το τραπεζικό χρέος της Εταιρείας· όμως, στις αρχές του 2004 η συγχώνευσή της με την εταιρεία καλωδιακών και διαδικτυακών επιχειρήσεων Comcast δημιούργησε έναν υπερκολοσσό, τον μεγαλύτερο στη βιομηχανία του θεάματος και των επικοινωνιών κάθε μορφής. Έτσι, σήμερα η εταιρεία του Disney κυριαρχεί απόλυτα στην παγκόσμια αγορά εικόνας και πληροφόρησης, εξασφαλίζοντας βέβαια και την ηγεμονία των πάρκων της στον τομέα της θεματικής ψυχαγωγίας.

Τα τελευταία 15 χρόνια η εξάπλωση των θεματικών πάρκων σε όλο τον κόσμο είναι εντυπωσιακή. Μόνο στη Γαλλία, εκτός από την EuroDisney, λειτουργούν σήμερα περισσότερα από 200 ψυχαγωγικά πάρκα, καλύπτοντας ευρύ φάσμα θεματολογίας: το πάρκο του Astérix, το Στρομφωχωριό, το Ευρωπαϊκό πάρκο κινούμενης εικόνας, πάρκα νερού, περιπέτειας κ.ο.κ. Συνήθως μεγάλες εταιρείες, όπως του Disney, κατέχουν «αλυσίδα» από πανομοιότυπα πάρκα. Ο όμιλος Six Flags, π.χ., διαχειρίζεται συνολικά 35 πάρκα εκ των οποίων τα 7 σε ευρωπαϊκές χώρες. Η Universal Studios έχει επεκταθεί κυρίως στην Κίνα και την Ιαπωνία, εκπροσωπείται όμως και στην Ευρώπη με το Port Aventura στην Ισπανία, ένα πλούσιο σκηνικό με εικόνες του Far West, του πολιτισμού των Μάγισ και των Ατζέκων, αλλά και αναπαραστάσεις από τα χωριά και το βυθό της Μεσογείου (*Infopark*, 1997).

Στην Ελλάδα η μόδα των θεματικών πάρκων δεν έχει ακόμα τον ανάλογο αντίκτυπο. Ωστόσο, στην Αθήνα επί της Πέτρου Ράλλη λειτουργεί ήδη το Allou fun Park –μαζί με το Kidom για μικρότερα παιδιά–, στο οποίο έχουν αναπαραχθεί, έστω σε μικρογραφία, τα χαρακτηριστικά της παγκόσμιας πρακτικής θεματοποίησης. Ακόμα, στην Αττική έχουν ανοίξει ορισμένοι μικρότεροι υπαίθριοι θεματικοί χώροι, όπως της αλυσίδας Playmobil fun Park στην Κηφισιά και του παιδότοπου Hohocam στη λεωφόρο Βάρης-Κορωπίου. Ο χώρος αυτός καταλαμβάνει έκταση 4,5 στρεμμάτων και φιλοξενεί εξωτικά ζώα από διάφορα μέρη του κόσμου καθώς και «αυθεντικούς Ινδιάνους του Καναδά», που υπόσχονται στους νεαρούς επισκέπτες να τους «ξεναγήσουν» στις ομορφιές της «ειρηνικής τους φυλής» – όπως υποδηλώνει και το όνομα του πάρκου (www.hohocom.gr).

Το σκεπτικό της θεματοποίησης

Η πρακτική με την οποία κατασκευάζονται και λειτουργούν τα θεματικά πάρκα διαμορφώθηκε προοδευτικά τον 19ο αιώνα στις κοινωνικο-ιστορικές συγκυρίες που ανέδειξαν την αστική κοινωνία και την κουλτούρα της. Αποκρυσταλλώθηκε, όμως, μετά τα μέσα του 20ού αιώνα, όταν οι κανόνες της ψυχαγωγίας αφορούσαν πια ευρύτερα στρώματα του πληθυσμού. Έτσι, η Disneyland και τα θεματικά πάρκα που τη μιμήθηκαν αντανακλούν την ανάπτυξη και εδραίωση της μαζικής επικοινωνίας στη βάση της οπτικής κατανάλωσης, και συγκεντρώνουν όλα τα χαρακτηριστικά που πιστοποιούν και ενδυναμώνουν αυτή τη μορφή εικονικής ψυχαγωγίας. Παρόλο το ευρύ φάσμα της θεματολογίας τους, τα θεματικά πάρκα σε όλο τον κόσμο διατηρούν λίγο πολύ το ίδιο μοντέλο λειτουργίας. Πρόκειται για ιδιωτικές, θωρακισμένες περιοχές, στις οποίες καλείται η οικογένεια της ανώτερης και κυρίως της μεσαίας τάξης να ψυχαγωγηθεί με τρόπο τόσο σαφώς προκαθορισμένο, που θα έλεγε κανείς ότι γονείς και παιδιά εκτελούν ρόλους σύμφωνα με το σενάριο των κανόνων λειτουργίας, ενισχύοντας έτσι την ευταξία του χώρου. Στην ουσία τα θεματικά πάρκα είναι επιχειρήσεις που πουλούν ψυχαγωγία, παράλληλα, όμως, αναπαράγουν ένα νοούμενο ως καθαρό, ασφαλές και διασκεδαστικό πρότυπο χώρου, το οποίο επαναλαμβάνεται πανομοιότυπα σε κάθε πάρκο τόσο ως προς την αρχιτεκτονική του εικονογραφία όσο και προς την κοινωνική του ομοιογένεια.

Βασικό χαρακτηριστικό του τιθασειμένου αυτού κόσμου είναι ότι η εικόνα, καθώς προβάλλεται στον πραγματικό χώρο, διατηρεί απόφια τα χαρακτηριστικά της. Έτσι, για παράδειγμα, στη Main Street της Disneyland στα κτίρια ο πρώτος όροφος έχει κατασκευαστεί με βάση τις ανθρώπινες διαστάσεις, οι επόμενοι όροφοι όμως δεν είναι επισκέψιμοι, έχουν διαμορφωθεί σε μικρογραφική κλίμακα, εξυπηρετώντας μόνο στη σκηνική παρουσία της πρόσοψης. Αντίστοιχα, το κεντρικό Κάστρο σε όλα τα πάρκα του Disney έχει νότιο προσανατολισμό, έτσι ώστε οι επισκέπτες που τραβούν φωτογραφίες να έχουν τον καλύτερο δυνατό φυσικό φωτισμό (Dunlop, 1996, σ. 103). Στην εξοικείωση του κόσμου με τις εικονικές αναπαραστάσεις δε συμβάλλουν μόνο η τηλεόραση, ο κινηματογράφος και τα κόμικς, αλλά και το γεγονός ότι η μορφολογία των πάρκων αναπαράγεται και διαδίδεται εύκολα. Ενδεικτικό είναι ότι στη Disney World υπάρχει μια μικρογραφία της πρώτης Disneyland, που προστίθεται στο σκηνικό του πάρκου ως ιστορικό μνημείο του εξιδανικευμένου κόσμου των εικόνων, διαμορφώνοντας στο χώρο κάτι σαν δεύτερου βαθμού αναπαραστάση.

Ο χώρος των θεματικών πάρκων αποτελεί στην ουσία την τρισδιάστατη απόδοση ενός εικονικού προτύπου, που προσφέρεται στον επισκέπτη για να ψυχαγωγηθεί μακριά από τη «μη ιδανική», πεζή πραγματικότητα της καθημερινότητας. Το αληθοφανές σκηνικό των χώρων αυτών αποσκοπεί να πείσει ότι αναπαριστά μια καλύτερη, ή πιο βαθιά, εκδοχή του πραγματικού κόσμου. Στο διαφημιστικό φυλλάδιο ενός πάρκου της Virginia αναφέρεται χαρακτηριστικά: «αν θέλετε να δείτε την Ευρώπη, πηγαίνετε διακοπές στη Virginia... έχει όλη τη διασκέδαση και τα χρώματα της παλιάς Ευρώπης, όμως είναι πολύ πιο κοντά» (στο Sorokin, 1992, σ. 215-216). Με άλλα λόγια η Disneyland δείχνει πώς θα έπρεπε να είναι ο κόσμος – ή, όπως χαρακτηριστικά επισημαίνει η Ada Louise Huxtable (1997, σ. 12-13), «The way it never was». Έτσι, από την εξιδανικευμένη εικόνα της αμερικανικής κομπόλης, που αναπαριστά η Main Street στη Disneyland, απουσιάζουν η βιομηχανία, οι κοινωνικές αντιξοότητες και οι πολιτικές διαμάχες του 19ου αιώνα, αυτό όμως δεν έχει σημασία γιατί η πραγματική Main Street αναμορφώνεται σήμερα για να θυμίσει το αυθεντικό αρχέτυπο που κατασκεύασε ο Disney (Dunlop, 1996, σ. 127). Ανάλογα στην Ιταλία, η Via Veneto προσπαθεί να προσαρμοστεί στην κινηματογραφική της εικόνα «για να ικανοποιήσει τους νοσταλγούς της *Dolce Vita*»,⁶ και ακόμα αναβαθμίζεται, εξυγιαίνεται και θεματοποιείται ο αστικός χώρος στις μεγαλουπόλεις της Ευρώπης και της Αμερικής για να αντεπεξέλθει στις προσδοκίες και απαιτήσεις της σύγχρονης κυρίαρχης «κοινής γνώμης». Υπό μια έννοια πρόκειται για θρίαμβο του θεάματος, ευδιάκριτο τόσο στις αλλαγές που συντελούνται τα τελευταία 25 περίπου χρόνια στον καθημερινό διάκοσμο της πόλης, όσο και στον τρόπο με τον οποίο ο κόσμος συμμορφώνεται όλο και περισσότερο σε τυπικές σεναριακές επιταγές του κινηματογράφου, των κόμικς, ή της τηλεόρασης.

Η ΘΕΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΩΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΠΟΛΗ

Η Celebration City και τα «παράγωγά» της

Ενδεικτικό παράδειγμα θεματικής διαμόρφωσης ενός «ολοκληρωμένου» αστικού σκηνικού αποτελεί η κοινότητα της Celebration City. Κτι-

6. Ο Federico Fellini (2002, σ. 23) αναφέρει στην αυτοβιογραφία του: «στην ταινία μου παρουσίασα μια ανύπαρκτη Via Veneto, μεγεθύνοντάς τη και παραμορφώνοντάς τη με τη φαντασία, δίνοντάς της τις διαστάσεις μιας πελώριας αλληγορικής νοπογραφίας. Είναι γεγονός ότι η ταινία είχε αντίκτυπο να αλλάξει η Via Veneto, να καταβάλει τρομακτική προσπάθεια να προσαρμοστεί στην εικόνα που της είχα δώσει στην ταινία».

σμένη δίπλα στο θεματικό πάρκο Disney World Resort στη Φλόριντα των ΗΠΑ, σχεδιάστηκε και λειτουργεί με βάση τις αρχές της Νέας Πολεοδομίας.⁷ Ταυτόχρονα αποτελεί ξεχωριστή περίπτωση καθώς αναφέρεται συχνά στη βιβλιογραφία ως πρότυπο ημι-ιδιωτικής πόλης. Η κατασκευή της ξεκίνησε το 1994 σε ιδιόκτητη έκταση της Εταιρείας Disney νοτιοδυτικά της πόλης του Orlando στην κομητεία Osceola. Το μεγαλύτερο τμήμα της έκτασης χρησιμοποιήθηκε για τη διαμόρφωση νησίδας πρασίνου που περιλαμβάνει την πόλη διαχωρίζοντάς την από τους υπόλοιπους οικισμούς της κομητείας. Στο πρότυπο της βρετανικής κηπούπολης, η Celebration City είναι μικρής κλίμακας κοινότητα, σχετικά πυκνοδομημένη (τουλάχιστον στο κέντρο της), με διακριτά όρια, διαθέτει δίκτυο πεζοδρόμων και στους βασικούς άξονες περιπάτου συστεγάζονται κατοικίες και επιλεκτικά μερικά εμπορικά καταστήματα. Η ευρύτερη περιοχή περιλαμβάνει επίσης «βιομηχανικό» πάρκο έκτασης περίπου 400 στρεμμάτων με γραφεία και το νοσοκομειακό συγκρότημα της πόλης. Το θεματικό χαρακτήρα της πόλης ενισχύει και η αρχιτεκτονική της. Οι διεθνώς αναγνωρισμένοι αρχιτέκτονες⁸ που ανέλαβαν το σχεδιασμό των κτιρίων, σε συνεργασία με την Εταιρεία Disney, επέλεξαν 5 παραδοσιακές τεχνολογίες: την κλασική, τη βικτοριανή, τη γαλλική, των παραθαλάσσιων κοινοτήτων της Αμερικής και των οικισμών της Μεσογείου.

Στα μέσα της δεκαετίας του 1990, με την ολοκλήρωση της οικοδόμησης του κέντρου της πόλης και τμήματος από τις 8.000 κατοικίες που προέβλεπαν τα σχέδια, έγινε μια μορφή ανοικτής κλήρωσης για τη διάθεση των πρώτων 474 σπιτιών και διαμερισμάτων. Η επιτυχία της όλης διαδικασίας και η σημαντική ανταπόκριση του κόσμου (στην πρώτη λотаρία παρουσιάστηκαν γύρω στους 5.000 ενδιαφερομένους) είχε αποτέλεσμα να επιταχυνθεί το πρόγραμμα της δεύτερης φάσης και να αυξηθούν βέβαια αισθητά οι τιμές των ακινήτων – σήμερα η τιμή για την αγορά διαμερίσματος ή κατοικίας κυμαίνεται από 400.000 \$ έως 1.000.000 \$.

Η Celebration City διοικητικά υπάγεται εν μέρει στην κομητεία Osceola, τουλάχιστον σε ό,τι αφορά την αστυνόμευση και τη χρήση υποδομών που δεν υπάρχουν στην έκτασή της (στα σχέδια της πόλης δεν έχει προβλεφθεί

7. Το κίνημα της Νέας Πολεοδομίας εμφανίστηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1980, με αφηρητά το σχεδιασμό της παραθαλάσσιας κοινότητας Seaside, και σύντομα απέκτησε σημαντική δημοτικότητα κυρίως στις ΗΠΑ αλλά και στον υπόλοιπο δυτικό κόσμο, εκφράζοντας την αντίθεσή του στο μοντερνισμό και παραπέμποντας σε παραδοσιακά πολεοδομικά μοντέλα και πρότυπα.

8. Μελέτες ανέλαβαν οι Philip Johnson, Michael Graves, Robert Venturi, Denise Scott Brown, Charles Moore, Aldo Rossi, Arata Isozaki και αρκετοί άλλοι.

χώρος για νεκροταφείο), ωστόσο δε λειτουργεί υπό το καθεστώς αυτόνομου δήμου όπως οι υπόλοιποι της κομητείας. Τα εσωτερικά ζητήματα της πόλης ρυθμίζονται βάσει ενός καταστατικού που έχει συντάξει η εταιρεία Disney, η οποία διατηρεί στην κατοχή της τη συνολική έκταση του κέντρου καθώς και ορισμένα διάσπαρτα κτίρια με εμπορική χρήση. Σε πρώτη φάση την εφαρμογή του καταστατικού ελέγχει η Εταιρεία της Celebration – εκπρόσωπος της Disney. Για το μέλλον προβλέπεται, μετά την πώληση όλων των κατοικιών, η διοίκηση της πόλης να επέλθει στην Ένωση ιδιοκτητών, όμως το καταστατικό ορίζει απεριορίστη ισχύ στο δικαίωμα της Εταιρείας να μην εγκρίνει ορισμένες παρεμβάσεις (Didier, 1999). Σήμερα η Celebration City λειτουργεί σε μεγάλο βαθμό ως τμήμα του θεματικού πάρκου. Εξάλλου, ο κεντρικός εμπορικός δρόμος της θυμίζει αρκετά τη Main Street της Disneyland και ακόμα για το πλήθος κόσμου που την επισκέπτεται καθημερινά αποτελεί τουριστικό θέλγητρο με δωρεάν είσοδο, γεγονός που ενισχύει τόσο τη δημοτικότητά της όσο και τη συμβολική σημασία της εικόνας της.

«Κάποτε υπήρχε ένα μέρος όπου οι γείτονες χαιρετιόντουσαν μεταξύ τους στην καλοκαιρινή ησυχία, τα παιδιά κυνήγαγαν πυγολαμπίδες και η κούραση της ημέρας έφευγε στο απαλό λίκνισμα της αιώρας. Τα Σάββατα το οικογενειακό σινεμά έπαιζε κινούμενα σχέδια. Ο μπακάλης έφερε τις προμήθειες στο σπίτι και υπήρχε ένας δάσκαλος που ήξερε ότι ήσασταν κάτι το εξαιρετικό. Το θυμάστε αυτό το μέρος; Ίσως από μια μακρινή παιδική ανάμνηση. Ή πάλι μόνο από αφηγήσεις. Είχε τη δική του μαγεία. Τη μαγεία μιας αμερικανικής κομόπολης». Από το διαφημιστικό φυλλάδιο της πόλης (στο Peterson, 1999).

Η Celebration City παραπέμπει σε μια εξιδανικευμένη μορφή χώρου ενός παρωχημένου χρόνου που νοείται ως σταθερή, διαχρονική αξία: πρόκειται για την πόλη της παιδικής ηλικίας και των διακοπών, τη γειτονιά του χωριού ή των παλιών συνοικιών που γνωρίζει ο κόσμος μόνο από διηγήσεις, ταινίες και μυθιστορήματα. Ακόμα, ο απλουστευμένος αυτός χώρος αποκτά στις περιγραφές του ποικίλες λεπτομέρειες που αποσκοπούν στην ανάκληση συναισθημάτων, λεπτομέρειες δηλαδή που αφορούν οικογενειακές παραδόσεις, ήθη και έθιμα (ταξικά ή εθνικά), θρησκευτικές πεποιθήσεις και συμβολικά φορτισμένους χώρους. Στην πράξη, η πραγματοποίηση του «ονείρου» επιχειρείται μέσω ενός επιμελημένα (λεπτομερειακά) σκηνοθετημένου αστικού περιβάλλοντος με τη μορφή καταφύγιου από τον απειλητικό «έξω» κόσμο – χώρου δηλαδή που προβάλλεται ως αντίδοτο στη σύγχρονη πραγματικότητα, στα πολύπλοκα ζητήματα της μεγαλόπολης και τα προβλήματα της καθημερινότητας.

Την πρακτική διαμόρφωσης ανάλογων χώρων συναντάμε και στη Δυτική Ευρώπη. Για παράδειγμα, ιδιαίτερα μετά τα τέλη της δεκαετίας του 1970, πολλές κυβερνήσεις επιδιώκουν την αναζωογόνηση των αστικών κέντρων με εργαλείο πολιτιστικές πολιτικές, που υπόσχονται την ποικιλομορφία της τοπικής οικονομικής βάσης και την επίτευξη μεγαλύτερης κοινωνικής συνοχής, αλλά συχνά καταλήγουν σε σκηνογραφικές παρεμβάσεις με συμβολικά φορτισμένες λεπτομέρειες. Ακόμα, τα τελευταία χρόνια τα κέντρα των ευρωπαϊκών πόλεων γίνονται πεδίο σημαντικών πολεοδομικών αναπλάσεων που στοχεύουν συνήθως στον εμπλουτισμό των λειτουργιών με εγκαταστάσεις γραφείων, ψυχαγωγίας και εμπορίου υψηλής ποιότητας, αλλά, επίσης, και στην ενίσχυση της ιδιαίτερης «εικόνας» και της «ταυτότητας» του χώρου με κατάλληλες σχεδιαστικές και αρχιτεκτονικές παρεμβάσεις (Μαντουβάλου, 1996, σ. 55).

Στην Ελλάδα χαρακτηριστικά παραδείγματα περιοχών που μετασηματίστηκαν σε σύντομο χρονικό διάστημα βάσει της πολιτικής αναβάθμισης του χώρου αποτελούν τόσο τα Λαδάδικα στη Θεσσαλονίκη όσο και το Θησείο, ο Ψυρρής και το Μεταξουργείο, στο πλαίσιο της ευρύτερης ανάπλασης του ιστορικού κέντρου της Αθήνας. Οι επιτόπιες έρευνες στις περιοχές αυτές δείχνουν ότι ο σημερινός μονολειτουργικός, ψυχαγωγικός, κυρίως, χαρακτήρας τους είναι περισσότερο συνέπεια σύνθετων διεργασιών μιας κοινωνικής δυναμικής καθώς και πολιτικών συγκυριών και αποφάσεων, παρά το γραμμικό αποτέλεσμα μιας συγκεκριμένης πολεοδομικής πρακτικής. Ωστόσο είναι σαφές ότι τόσο ο «παραδοσιακός» διάκοσμος των μεξεδωπαλείων και η μεταμοντέρνα αρχιτεκτονική των πιο νεανικών κέντρων διασκέδασης, όσο και η ενοχοποίηση του παλαιού βιοτεχνικού χαρακτήρα ως παράγοντα υποβάθμισης (που οδήγησε τελικά στην εκδίωξη συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων από τις περιοχές αυτές) εντάσσονται σε μια ευρύτερη πολιτική βούληση προσκείμενη, θα μπορούσαμε να πούμε, στη Celebration City και στην πρακτική θεματοποίησης που την υπαγορεύει. Κοινός παρονομαστής δεν είναι μόνο η απλουστευτική ερμηνεία του χώρου και η αντίληψη για τις «θεματικές» χρήσεις και λειτουργίες του, αλλά επίσης οι μέθοδοι με τις οποίες ο διαμορφωμένος χώρος «επικυρώνεται» στα μάτια του κόσμου. Ο αστικός χώρος καθίσταται ελκυστικός μέσω επιλεγμένων αναφορών, προβαλλόμενος ως διαμετρικά αντίθετος της σύγχρονης πραγματικότητας, με ερμηνείες που συχνά αντιφάσκουν, και ακόμα με σκηνοθετικές μεθόδους που προσδίδουν στο χώρο ευρέως αναγνωρίσιμους συμβολισμούς και άμεσα κατανοητά στον κόσμο νοήματα. Επιλεκτική, για παράδειγμα, είναι η ταύτιση της γειτονιάς με την έννοια της κοινωνικότητας ή η αναγωγή του πλουραλισμού σε

σκηνικό ποικίλων αρχιτεκτονικών τεχνοτροπιών. Τα προγράμματα αναβάθμισης του αστικού χώρου έχουν σκοπό να εξαλείψουν τα σύγχρονα χαρακτηριστικά του (συνήθως τη ρύπανση, την αισθητική ανομοιογένεια και την εγκληματικότητα) διαμορφώνοντας χώρους ευταξίας που δίνουν την *αίσθηση* της καθαριότητας, της αρμονικής ομοιογένειας και της ασφάλειας. Η αίσθηση αυτή συχνά προκαλείται μέσω μιας αναχρονιστικής θεώρησης της πόλης. Οι σκηνικές διαμορφώσεις οφείλουν να είναι αληθοφανείς ως προς το εικονικό πρότυπό τους. Εξάλλου, περιοχές σαν του Ψυχρής ιστορικά ποτέ δεν παρουσίαζαν την εικόνα που τους προσδίδεται. Και ακόμα ο προ της ανάπλασης βιοτεχνικός χαρακτήρας του συγκεκριμένου χώρου διαμορφώθηκε σταδιακά ως αναπόσπαστο μέρος της κοινωνικοοικονομικής εξέλιξης της πόλης, μιας πορείας που συνεχίζεται αν λάβει κανείς υπόψη του την «αθέατη» σύγχρονη όψη της περιοχής, των «άτυπων» δραστηριοτήτων με τις αυθαίρετες αρχιτεκτονικές προσθήκες, τις συναλλαγές της παραοικονομίας και τους μετανάστες που βιώνουν τις συνθήκες παράνομης εργασίας. Το ιδανικό αστικό μοντέλο δεν είναι η Main Street της Marceline στο Missouri των ΗΠΑ όπου πέρασε τα παιδικά του χρόνια ο Disney, αλλά εκείνη στα θεματικά πάρκα που σκιαγραφεί, όπως και η Via Veneto του Federico Fellini, πώς θα έπρεπε να ήταν οι κοινότητες του παρελθόντος. Παραπέμποντας άμεσα στο εξιδανικευμένο αυτό πρότυπο ο James H. Kunstler (1996) εξηγεί ότι το μοντέλο ζωής σε πόλεις τύπου Celebration City δεν μπορεί παρά να είναι αρεστό καθώς *«ανταποκρίνεται απόλυτα στην πιο αγαπημένη φαντασίωση εκατομμυρίων ανθρώπων που πληρώνουν 40 δολάρια για να ζήσουν έστω και για λίγο μια απλουστευμένη του μορφή στον κόσμο του Disney»*.

Οι εικόνες της μαζικής κουλτούρας ως πρότυπο για τη διαμόρφωση του σύγχρονου αστικού χώρου διοχετεύουν σε αυτόν την αντίληψη που τις υπαγορεύει και ορισμένα χαρακτηριστικά τους. Κυρίως, όμως, γίνονται οι ίδιες «τεκμήριο» της αληθοφάνειας του σκηνικά διαμορφωμένου χώρου. Ακόμα και όταν οι δημιουργοί της μαζικής τέχνης αντιμετωπίζουν με σάτιρα και κυνισμό το νοούμενο ως «ιδανικό» μοντέλο κόσμου λειτουργούν ενισχυτικά στη διαδικασία αυθεντικοποίησής του. Για παράδειγμα, κινηματογραφικές ταινίες ή τηλεοπτικές σειρές όπως η πολυβραβευμένη «Νοικοκυρές σε απόγνωση» του Marc Cherry, σε παραγωγή της Disney-ABC, που προβάλλεται σήμερα σε 153 χώρες του κόσμου, ενώ διακωμωδούν, με απολαυστικό θα έλεγε κανείς τρόπο, τη ζωή σε κοινότητες τύπου Celebration City, μοιάζουν να είναι το πιο αποτελεσματικό μέσο διαφήμισής τους. Διαβάζουμε ότι το στιλιστικό ύφος που αντιπροσωπεύει καθεμία από τις «νοικοκυρές» της διάσημης σειράς ενέπνευσε τους σχε-

διαστές μόδας, ενώ στην Αυστραλία κτίζεται ήδη οικισμός παρόμοιος με αυτόν της τηλεοπτικής γειτονιάς. Και όλα αυτά μολονότι στο φανταστικό κόσμο των εικόνων οι κάτοικοι του «ιδανικού» αυτού χώρου, όταν δεν οδηγούνται στην αυτοκτονία, μέμφονται, εκβιάζουν ή ακόμα και δολοφονούν το γείτονά τους.

Θωράκιση και θεματοποίηση

Άμεσα συνυφασμένη με τη θεματοποίηση του αστικού χώρου είναι, επίσης, η ιδεολογία της ανασφάλειας και ο συνακόλουθος αυστηρότερος έλεγχος, που διαμορφώνουν τα τελευταία χρόνια μια τάση με ιδιαίτερη δυναμική σε όλο σχεδόν τον κόσμο. Το κατασταλακτικό πρόγραμμα που εφάρμοσε το 1993 στη Νέα Υόρκη ο τότε δήμαρχος Rudolph Giuliani, κωδικοποιημένο σήμερα ως *πολιτική της μηδενικής ανοχής*, υιοθετείται πια από πολιτικούς φορείς της Ευρώπης τόσο στο τοπικό επίπεδο της πόλης όσο και στο ευρύτερο πλαίσιο στρατηγικών στόχων της ΕΕ, και είναι στενά συνδεδεμένο με τα χαρακτηριστικά της μεταβιομηχανικής πόλης. Επιγραμματικά, μπορεί κανείς να επισημάνει ότι το σύγχρονο σύστημα της «παγκόσμιας» οικονομίας απαιτεί ένα αυστηρότερα ελεγχόμενο αστικό περιβάλλον –χώρους δηλαδή ελκυστικούς και «τακτοποιημένους», ικανούς να προσελκύσουν επενδυτές και επισκέπτες–, ενώ την ιδεολογία της ανασφάλειας εδραιώνουν επίσης οι μεταλλαγές που υφίσταται τα τελευταία 25 χρόνια ο κοινωνικός ιστός στις πιο ανεπτυγμένες χώρες της Δύσης. Η αύξηση του αριθμού των ανθρώπων κάτω από το όριο της φτώχειας και, παρόλληλα, η εμφάνιση μιας όλο και πιο ενδυναμωμένης ανώτερης τάξης εντείνουν την κοινωνική δυαδικότητα, που συχνά αντανακλάται και στο χώρο της πόλης, παίρνοντας τη μορφή, από τη μια πλευρά, εγκαταλελειμμένων «επικίνδυνων» συνοικιών και, από την άλλη, επιλεκτικά διαμορφωμένων, θωρακισμένων περιοχών για την «ασφαλή» στέγαση των νεοεμφανιζόμενων επιχειρήσεων και των ανώτερων στελεχών τους.⁹ Στην ενίσχυση του «αμυντικού» αστικού προγραμματισμού

9. Μελέτη του Census Bureau των ΗΠΑ το 1994 έδειξε ότι η ανισότητα των εισοδημάτων συνέχισε να αυξάνεται με το ανώτερο 1/5 των αμερικανικών νοικοκυριών να κατέχει το 1993 το 48,2% του συνολικού εισοδήματος, ενώ το κατώτερο 1/5 μόνο το 3,6% (Castells, 2003, σ. 60-61). Στην Ευρώπη χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Τουλούζη στη Νότια Γαλλία, όπου από το 1982 κάθε χρόνο ο παραδοσιακός οικονομικός τομέας χάνει περίπου 7.000 θέσεις εργασίας, ενώ ο αριθμός των ανώτερων στελεχών αυξάνεται κατά 13.000, σε ένα σύνολο πληθυσμού που το 1999 πλησίαζε τους 400.000 κατοίκους. Σήμερα στα προάστια της πόλης έχουν κατασκευαστεί περίπου 20 θωρακισμένες περιοχές κατοικίας σε μικρή απόσταση από τις παλιές εργατικές πολυκατοικίες (Belmessous, 2002, σ. 39).

συντέλεσε η κρίση του κράτους πρόνοιας και της Αριστεράς γενικότερα. Τα μέτρα ελέγχου γίνονται εργαλείο για την ιδιωτικοποίηση του χώρου και για την «κοινωνική στρατηγική» επιστροφής σε ένα πιο αυταρχικό μοντέλο διακυβέρνησης – πολιτική που εισήγαγαν η Margaret Thatcher και ο Ronald Reagan και τείνει να καθιερωθεί υιοθετούμενη απ' όλο και περισσότερες ηγετικές παρατάξεις στον κόσμο. Ωστόσο, αυτή η μορφή «ηθικού πανικού» στηρίζεται περισσότερο σε στερεότυπες εικόνες και αντιλήψεις που αναπαράγουν καθημερινά τα ΜΜΕ, παρά σε προσωπικές εμπειρίες ή στατιστικά στοιχεία από τον αστικό χώρο που βιώνει κάθε άτομο. Από τη μια πλευρά, η μαζική διάδοση εικόνων «βίας και τρόμου» διαμορφώνει ένα αίσθημα απειλής και προκαλεί γενικότερα σύγχυση γύρω από τους κινδύνους του αστικού χώρου.¹⁰ Από την άλλη, με μέτρα, θα λέγαμε, κυρίως *κατασταλτικού εντυπωσιασμού* η πολιτική της μηδενικής ανοχής νομιμοποιείται και σταδιακά καθιερώνεται ως μόνη δυνατή λύση αντιμετώπισης ενός σε κάποιο βαθμό «κατασχευασμένου» εχθρού.

Η ιδεολογία της ανασφάλειας λειτουργεί συχνά ως εργαλείο ή πρόσχημα του αστικού σχεδιασμού για την «αναβάθμιση» ή «εξυγίανση» των «επικίνδυνων, υποβαθμισμένων» περιοχών και τη δημιουργία νέων χώρων κατοικίας και ψυχαγωγίας «θωρακισμένων» από κάθε μορφή εγκληματικού στοιχείου. Για παράδειγμα, στη διαδικασία αναμόρφωσης του Χάρλεμ της Νέας Υόρκης, που ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 1990 από τον πρώτο Μαύρο δήμαρχο της πόλης David Dinkins, είναι σαφές ότι σημαντικό ρόλο έπαιξε η αфро-αμερικανική μεσοαστική τάξη, όμως, επίσης, ο πρόσφατος μετασχηματισμός της περιοχής σε αριστοκρατική συνοικία οφείλεται σε μεγάλο βαθμό και στα κατασταλτικά μέτρα που εφάρμοσε ο Giuliani. Με την αύξηση της παρουσίας της αστυνομίας, τις μεθόδους εκδίωξης των αδύναμων κοινωνικά ομάδων που διέμεναν στην περιοχή και την προσέλκυση του ενδιαφέροντος επενδυτών, στην πρώην «κακόφημη» και από την εποχή του οικονομικού κραχ εγκαταλελειμμένη συνοικία των Μαύρων έχει σήμερα διαμορφωθεί ένα «ασφαλές» περιβάλλον όπου στεγάζονται υποκαταστήματα γνωστών εμπορικών επιχειρήσεων, συχνάζουν διάσημοι πολιτικοί και καλλιτέχνες, ενώ «αναβιώνουν» και ορισμένες από τις ιστορικές μουσικές σκηνές της τζαζ, ως σύμβολα της απώτερης «καλής εποχής» της δεκαετίας του 1920 (Γιαννούτσου, 2001, σ. 69-76).

10. Για παράδειγμα, όπως χαρακτηριστικά επισημαίνει ο Eric Macé (1999, σ. 63), η βασικότερη διαφορά μεταξύ «αστικής» και «επαρχιακής» βίας είναι ότι η πρώτη αντιμετωπίζεται στα δελτία ειδήσεων της τηλεόρασης ως κεντρικό πολιτικό ζήτημα, ενώ η δεύτερη ως γεγονός δευτερεύουσας σημασίας, περιθωριακό ή και ασυνήθιστο.

Προσκειμένες στη λογική της Celebration City και άμεσα συνυφασμένες με την πολιτική εξυγίανσης του αστικού χώρου είναι οι «θωρακισμένες κοινότητες» (Gated Communities) που συναντά κανείς σήμερα στις περισσότερες χώρες του κόσμου. Πρόκειται για ιδιωτικοποιημένες, περιτειχισμένες περιοχές (συγκροτήματα κατοικιών ή ολόκληρες πόλεις) που υπόσχονται στο εσωτερικό τους ασφαλή διαμονή και κυκλοφορία, τις απαραίτητες κοινωνικές υποδομές, καθημερινή 24ωρη αστυνόμευση, προηγμένα συστήματα παρακολούθησης και ποικίλες ακόμα ανέσεις, ανάλογες με την κοινωνική τάξη στην οποία απευθύνονται.

Χώρους αμυντικά απομονωμένους από το γύρω περιβάλλον μπορούμε να εντοπίσουμε σε όλη την ιστορία αστικής ανάπτυξης, ακόμα και σε περιόδους που ο κίνδυνος πολεμικής σύρραξης ήταν περιορισμένος. Ωστόσο, η γεωμετρική πρόοδος με την οποία αυξάνονται σε παγκόσμιο επίπεδο τα τελευταία χρόνια προβληματίζει τόσο για τα αίτια δημιουργίας τους όσο και για τα χαρακτηριστικά και τον αντίκτυπό τους στη λειτουργία της ευρύτερης πόλης.¹¹ Το 1999 υπολογίζεται ότι στις ΗΠΑ περίπου 9 εκατομμύρια άνθρωποι διέμεναν στις 20.000 θωρακισμένες κοινότητες της χώρας, ενώ πιο πρόσφατα στοιχεία αναφέρουν 30 εκατομμύρια «έγκλειστους» κατοίκους, αριθμός δηλαδή που αντιστοιχεί στο 12% του συνολικού πληθυσμού. Κλειστές περιοχές κατοικίας έχουν δημιουργηθεί και στη Λατινική Αμερική, τη Νότια Αφρική, την Αυστραλία, την Ευρώπη και πιο πρόσφατα την Ασία – στην Κίνα συγκεκριμένα κατασκευάζεται σήμερα οχυρωμένη πόλη που προβλέπεται να στεγάσει πάνω από 200.000 κατοίκους. Έρευνες φανερώνουν ότι βασικό κίνητρο όσων επιλέγουν να εγκατασταθούν στις κοινότητες αυτές είναι η ασφάλεια, αλλά επίσης η ανώτερη κοινωνική θέση και οι επιταγές μιας μόδας που καταδεικνύει το πρότυπο διαβίωσης σε «γειτονιές» όπου «αναβιώνει» ένα παρωχημένο και εξιδανικευμένο μοντέλο ασφάλειας και κοινωνικότητας. Εξάλλου, η εξάπλωση του φαινομένου σε όλο τον κόσμο οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην προσέλκυση ευρύτερων κοινωνικών στρωμά-

11. Στη σύγχρονη μορφή τους οι οχυρωμένες κοινότητες αρχίζουν να αναπτύσσονται στη δεκαετία του 1980 ως περιοχές διαμονής αποκλειστικά της ανώτερης τάξης. Ενδεικτικό παράδειγμα που καταδεικνύει επίσης ως αφετηρία της πρακτικής ιδιωτικοποίησης του χώρου τις πολιτικές επιλογές κατάργησης του κοινωνικού κράτους αποτελεί η εγκατάσταση του ζεύγους Thatcher στα μέσα της δεκαετίας του 1980 στη συνοικία Dulwich νότια του Λονδίνου, σε μία από τις πρώτες ευρωπαϊκές ιδιωτικές περιοχές κατοικίας που προσκομίζει σήμερα στην κατασκευάστρια εταιρεία Barratt Developments Plc καθαρά κέρδη της τάξεως των 430 εκατομμυρίων ευρώ το χρόνο.

των και κυρίως στη μαζική κατασκευή οχυρωμένων περιοχών για τη μεσαία τάξη (Glasze and Meyer, 2000).¹²

Αυτή η μορφή θωράκισης του χώρου οδηγεί εν τέλει στη θεματοποίησή του, σε ψυχαγωγικά ή επιχειρηματικά πάρκα, εμπορικά κέντρα, πολιτιστικά κτίρια και τουριστικά θέρετρα που ακολουθούν το πρότυπο του Λας Βέγκας και αναπαράγουν το οικείο, με την έννοια του τακτοποιημένου και φιλικού, πρότυπο της Disneyland. Ένα αληθοφανές, λεπτομερειακά επιμελημένο σκηνικό δίνει στην περίπτωση αυτή την *αίσθηση ασφάλειας* προβάλλοντας στο χώρο αποσπασματικά εξιδανικευμένες εικόνες της πραγματικότητας. Το West Edmonton Mall, ένα από τα μεγαλύτερα εμπορικά κέντρα του κόσμου στον Καναδά, με έκταση περίπου 570.000 τ.μ., άνοιξε το 1986. Περιέχει 800 καταστήματα, 11 συγκροτήματα κατοικιών, 110 εστιατόρια, ξενοδοχεία, θέατρα, κινηματογράφους, κέντρα διασκέδασης, θεματικούς χώρους πρασίνου και μια λίμνη που φιλοξενεί αντίγραφο της Santa Maria του Κολόμβου (Crawford, 1992, σ. 3-4).¹³ Το Herald Center της Νέας Υόρκης υπό μια έννοια αναπαριστά την πόλη καθέτως, αφού στους θεματικούς ορόφους του συναντά κανείς καταστήματα και αρχιτεκτονικά στοιχεία που παραπέμπουν στις πιο δημοφιλείς συνοικίες της. Χαρακτηριστικό είναι και το παράδειγμα του εμπορικού κέντρου που κατασκευάζει σήμερα η Time Warner στη Μαδρίτη, όπου δίνεται η δυνατότητα στους λάτρεις των χειμερινών σπορ να κάνουν σκι μακριά από τις αντίξοες και επικίνδυνες συνθήκες της φύσης. Το καλοκαίρι του 2002 στο Παρίσι, η όχθη του Σηκουάνα και το ποδοσφαιρικό γήπεδο Stade de France μετατράπηκαν σε τεχνητά διαμορφωμένες «εξωτικές» παραλίες, ενώ ως απομονωμένα θεματικά θέρετρα λειτουργούν σήμερα υπερωκεάνια ή και κατασκευασμένα πλωτά νησιά.

Με πιο αργούς ίσως ρυθμούς και σε σαφώς μικρότερης κλίμακας χώρους οι θεματικές παρεμβάσεις πληθαίνουν τα τελευταία χρόνια και στην Ελλάδα, καθώς κατασκευάζονται όλο και περισσότερα ψυχαγωγικά πάρκα, πολυσινεμά και εμπορικά κέντρα – με πιο πρόσφατο παράδειγμα το The Mall της Lamda Development στο Μαρούσι. Όμως ακόμα, με

12. Σε μια εκτενή έκθεση οι Edward J. Blakely και Mary Gail Snyder (1997) αποκαλύπτουν ότι 1/3 των θωρακισμένων κοινοτήτων στις ΗΠΑ αφορά τα ανώτερα κοινωνικά στρώματα, 1/3 σχετικά εύπορους συνταξιούχους και, τέλος, 1/3 τη μεσαία τάξη ή και εργατικούς πληθυσμούς με σταθερή εργασία και σχετικά υψηλό μορφωτικό επίπεδο.

13. Ενδεικτικό της λογικής της θεματοποίησης είναι και το διαφημιστικό σλόγκαν της γιγαντιαίας αυτής επιχείρησης «σε ποια χώρα επιθυμείτε να κοιμηθείτε σήμερα το βράδυ;» (Huxtable, 1997, σ. 101).

πρωτοβουλία της Δημόσιας Επιχείρησης Πολεοδομίας και Στέγασης (ΔΕΠΟΣ) και του ΥΠΕΧΩΔΕ έχει ήδη υλοποιηθεί στην Πελοπόννησο το πρώτο θεματικό χωριό. Το «Αρκαδικό χωριό», που προσφέρει εξοχική κατοικία με ευνοϊκούς όρους σε Έλληνες μετανάστες στις ΗΠΑ, βρήκε από τα πρώτα χρόνια λειτουργίας του ανταπόκριση από την ομογένεια, έτσι η ΔΕΠΟΣ σχεδιάζει την κατασκευή του «Θεσσαλικού χωριού» και αντίστοιχους οικισμούς στη Λέσβο και την Ηλεία (Οικονόμου, 2001, σ. 20). Τη λογική των θωρακισμένων κοινοτήτων ακολουθούν και οι Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΟΤΑ) που επιδοτεί ο ΕΟΤ από τα μέσα της δεκαετίας του 1990, προσφέροντας στους επισκέπτες το κυρίαρχο μοντέλο ασφαλούς διαμονής σε αποκομμένες από το γύρω χώρο, οριοθετημένες εκτάσεις 10 στρεμμάτων με ξενοδοχεία υψηλής στάθμης, κατοικίες, συνεδριακά κέντρα, μαρίνες, γήπεδα γκολφ και ποικίλες ακόμα ανέσεις.

Όπως παρατηρεί ο σχεδιαστής και παραγωγός θεματικών πάρκων Jack Rouse, «*θεματοποίηση σημαίνει υπεραξία*» (Hannigan, 2000, σ. 89). Εξάλλου οι πρακτικές οχύρωσης και εξυγίανσης του χώρου ανεβάζουν την καθαρή αξία της γης. Στο Λος Άντζελες, για παράδειγμα, από τις αρχές ήδη της δεκαετίας του 1990 ορισμένοι κτηματομεσίτες εκτιμούσαν ότι η διαδικασία θωράκισης του κέντρου της πόλης μπορεί να ανεβάσει το κόστος των ακινήτων κατά 40% μέσα σε 10 χρόνια (Davis, 1998, σ. 34), ενώ στο Χάρλεμ με τα μέτρα του Giuliani οι τιμές των κατοικιών από 50.000 \$ έφτασαν τα 500.000 \$ μέσα σε 5 μόλις χρόνια (Γιαννούτσου, 2001, σ. 76).

Ωστόσο, σε ό,τι αφορά την ασφάλεια, η αποτελεσματικότητα των θεματικών παρεμβάσεων αμφισβητείται, καθώς έρευνες δείχνουν ότι τα ποσοστά εγκληματικότητας στις θωρακισμένες κοινότητες και στις αναβαθμισμένες περιοχές δε διαφέρουν πολύ από τον εθνικό μέσο όρο κάθε χώρας. Επομένως, η ιδεολογία της ανασφάλειας, ως πρόσχημα, είναι σαφές ότι επιφέρει κέρδη σε όσους εμπλέκονται στην οικονομία της ιδιωτικοποίησης, απαλλάσσοντας συχνά και το κράτος από το κόστος ορισμένων κοινωνικών δαπανών που αναλαμβάνει το ιδιωτικό κεφάλαιο. Όμως, επίσης, διαμορφώνει στο χώρο της πόλης νέες μορφές εντάσεων και αποκλεισμού που οδηγούν εν τέλει στην ενίσχυση του φόβου και στη συναίνεση απέναντι στα μέτρα ελέγχου που εφαρμόζονται.

Οι θωρακισμένες κοινότητες, επισημαίνει ο Thierry Pacquot (2000), είναι χώροι «ιδιωτικοποιημένοι». Ηθελήμενα αποτραβηγμένοι από τη δημόσια σφαίρα, προσφέρουν υπηρεσίες «προσωποποιημένες» (επί πληρωμή και κατ' επιλογήν), και συγκεντρώνουν ομάδες πληθυσμού κοινωνικά «τυποποιημένες». Η λειτουργική και κοινωνική ομοιογένεια των ελεγ-

χόμενων περιοχών συμβαδίζει με την ενισχυμένη σήμερα τάση των ανθρώπων να τοποθετούν τον εαυτό τους σε «ομάδες ταυτότητας», με κριτήρια προσωπικά, π.χ., φυλετικά ή ηλικιακά, σε κάθε περίπτωση νοούμενα ως δεδομένα. Έτσι οι θεματικές κοινότητες «ηλικιωμένων», «νέων ζευγαριών», ή «ομόθρησκων» ενδυναμώνουν την πεποίθηση ότι υπάρχουν κάποια υπαρκτά, αναλλοίωτα στο χρόνο χαρακτηριστικά που φέρει κάθε ομάδα ταυτότητας, και αντίστοιχα ορισμένες «εγγενείς» αξίες που υποχρεούνται τα μέλη της να ενστερνίζονται. Ακόμα, αυτή η μορφή «γκετοποίησης» της πόλης οδηγεί στη συλλογική αποποίηση του κοινωνικού ρόλου κάθε ομάδας, καθώς τα μέλη της, ως «θύματα» των σύγχρονων αστικών δεδομένων, απομονώνονται για να νιώσουν ασφαλή στο οικείο, «οικογενειακό» τους περιβάλλον. Συνεπώς, η πρακτική της οχύρωσης λειτουργεί διπλά, ενάντια στη διαφορετικότητα, αποκλείοντας από τις ελεγχόμενες περιοχές ό,τι δεν εμπίπτει στα χαρακτηριστικά τους, και, παράλληλα, ενισχύει την ανασφάλεια που απολήγει στην κατοχύρωση του μοντέλου ελέγχου αλλά και στη θωράκιση των ανθρώπων απέναντι στην κοινωνική ευθύνη να συμμετέχουν στη διαμόρφωση της ταυτότητάς τους, της κουλτούρας και του δομημένου χώρου της πόλης τους.

Το πρότυπο χώρου που αναδεικνύουν τα σύγχρονα μέτρα για την ασφάλεια μοιάζει να είναι το World Showcase στο θεματικό πάρκο της Disney στη Φλόριντα, που αναπαριστά τη γη σε μικρογραφία. Μια ιδέα που οραματίστηκαν αρκετοί ζωγράφοι στο παρελθόν προβάλλεται στον τρισδιάστατο χώρο του πάρκου, όπου γύρω από μια λίμνη συγκεντρώνονται αντίγραφα υπό κλίμακα των πιο γνώριμων μνημείων-συμβόλων από ορισμένες χώρες του πλανήτη. Ο επισκέπτης, έχοντας στην κατοχή του ένα εισιτήριο εν είδει «διαβατηρίου», ελέγχεται όταν διασχίζει τα «σύνορα» κάθε «κράτους» και αποκτά την ποθητή σφραγίδα που «πιστοποιεί» το πέρασμά του από τα «ομορφότερα» μέρη του κόσμου, σε ένα «ακίνδυνο» ταξίδι στον εξομοιωμένο και τιθασευμένο κόσμο των εικόνων, σε χώρους δηλαδή μονοσήμαντους αλλά από κάθε άποψη οικείου και αληθοφανείς.

Η διεθνοποίηση ενός «κοινά» αποδεκτού λεξιλογίου

Στη θεματοποίηση του χώρου καταλήγει επίσης η στρατηγική για την ενίσχυση της «εικόνας» της πόλης, όταν προσδίδει στο χώρο την επιθυμητή ευαναγνωσιμότητα χρησιμοποιώντας ένα «φιλικό», οικείο λεξιλόγιο, βασισμένο σε αρχέτυπα, φορτισμένο με μαζικά διαδεδομένους συμβολισμούς που ενισχύουν την πεποίθηση ότι υφίσταται σήμερα ένα είδος μνημειακής και συνάμα φαντασμαγορικής αρχιτεκτονικής με «κοινά» αποδεκτή αισθητική.

Για παράδειγμα, στην Ευρώπη τα τελευταία χρόνια παρουσιάζεται η πρακτική ενίσχυσης της «κινηματογραφγένειας» τόσο μεμονωμένων κτιρίων όσο και ευρύτερων τμημάτων του αστικού χώρου, προκειμένου οι πόλεις να χρησιμοποιηθούν ως σκηνικό σε ταινίες, ή να «ταξιδέψει» η εικόνα τους μέσα από τα τηλεοπτικά δίκτυα. Η πρακτική αυτή απαιτεί χώρους συμβολικά φορτισμένους, έτσι, ενώ μέχρι και σήμερα το Παρίσι, το Λονδίνο, το Βερολίνο και η Ρώμη κατέχουν τις πρώτες θέσεις στην προτίμηση των κινηματογραφιστών, μικρότερες πόλεις όπως το Μπορντό και η Μασσαλία οργανώνονται για να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των παραγωγών σε μια επιχείρηση με πολλά έσοδα, συνυφασμένη με τη στρατηγική ανάδειξης και διάδοσης του εικονικού αστικού διακόσμου.¹⁴ Τοπικοί φορείς αναλαμβάνουν να αποδώσουν κινηματογραφικά την πόλη σε ειδικούς καταλόγους και CD-ROM, έτσι το Μπορντό, π.χ., προσφέρει το σκηνικό της κλασικής αρχιτεκτονικής του 17ου και του 18ου αιώνα αλλά και την εικόνα μιας σύγχρονης κοσμοπολίτικης πόλης. Όπως χαρακτηριστικά αναγράφεται στη σχετική μπροσούρα, μέχρι σήμερα η πόλη «έχει παίξει όλους του ρόλους: Παρίσι, Βοστώνη, Λονδίνο, Βρυξέλλες ή Σεβίλλη» (Gravari-Barbas, 1999). Στην Ισπανία πάλι ο δήμαρχος του Bilbao, αναφερόμενος στο νέο μουσείο Guggenheim, που αποτελεί ήδη σημαντικό τοπόσημο της πόλης, περηφανεύεται ότι «ακόμα και η τελευταία ταινία του James Bond αφιέρωσε ολόκληρη σκηνή στο διάσημο κτίριο» (Gras, 2001, σ. 49). Στις ΗΠΑ η Νέα Υόρκη και το Λος Άντζελες παραμένουν οι πιο κινηματογραφημένες πόλεις, όμως και το San Diego κατάφερε τα τελευταία χρόνια να μειώσει τον ελλειμματικό του προϋπολογισμό κατά 5.000.000 \$ από εταιρικές χορηγίες. Στο πρότυπο των αθλητικών συλλόγων, που επιχορηγούνται για να προσθέσουν στο όνομά τους το λογότυπο μιας πολυεθνικής, 92 δημοτικά γήπεδα στο Portland του Oregon φέρουν σήμερα το όνομα της Nike, ενώ στο Asheville της Βόρειας Καρολίνας ο δήμος έχει βγάλει σε πλειστηριασμό ονομασίες για τα δημόσια κολυμβητήρια, για γήπεδα τένις καθώς και για ένα μεγάλο πάρκο της πόλης (Ζηργάνος, 2003, σ. 45). Οι εικονογραφικές απαιτήσεις του κινηματογράφου και των διαφημιζόμενων εταιρειών ενισχύουν τη φωτογένεια του αστικού χώρου προσδίδοντάς του μια γνώριμη «γραφικότητα» που επικυρώνει

14. Σύμφωνα με τη μελέτη της Maria Gravari-Barbas (1999) στα τέλη του 20ού αιώνα στη Γαλλία γυρίζονταν κάθε χρόνο περίπου 320 τηλεοπτικές και 120 κινηματογραφικές ταινίες, αποφέροντας στις πόλεις που υποδέχονταν την εκάστοτε παραγωγή μέχρι 600.000 € και 5.000.000 €, αντίστοιχα.

την πρωτοκαθεδρία της όσο διαδίδεται μαζικά είτε ως εικόνα είτε ως ανασκόπια στοιχείο του σύγχρονου δομημένου περιβάλλοντος.

Στην Αθήνα οι επιρροές της κυρίαρχης αισθητικής είναι πολλαπλές και θα μπορούσε να επισημάνει κανείς ότι κατά την προετοιμασία για τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, έστω και με αμήχανο ίσως τρόπο, ακολουθήθηκαν οι βασικές αρχές της στρατηγικής για την ανάδειξη μιας συγκεκριμένης αστικής εικονογραφίας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ήταν οι προκαθορισμένες διαδρομές που κατεύθυναν τους επισκέπτες να γνωρίσουν την «αυθεντική» παλιά πόλη στην Πλάκα και το Μοναστηράκι, όταν περιοχές όπως οι δυτικές συνοικίες και η πλατεία Εξαρχείων θύμιζαν εκείνες τις μέρες περισσότερο την αυγουστιάτικη έρημη όψη τους, κρυμμένες πίσω από τα επιλεκτικά τοποθετημένα διαφημιστικά πανό ή απλώς απύσες από τους τουριστικούς οδηγούς που μοιράζονταν στα περίπτερα πληροφοριών. Την τελευταία δεκαετία η ευαναγνωσιμότητα του αθηναϊκού κέντρου ενισχύεται, καθώς οικεία σύμβολα της δυτικοευρωπαϊκής αστικής επίπλωσης καλλωπίζουν τους δρόμους σε μια προσπάθεια να επικυρωθεί η πορεία «εκσυγχρονισμού» της πόλης, περιοχές αναλαμβάνουν διακριτούς εμπορικούς και ψυχαγωγικούς ρόλους, ενώ, επίσης, αναδεικνύεται η νεοκλασική αρχιτεκτονική (της «ιδανικής» πόλης του παρελθόντος) από όλο και περισσότερες επιχειρήσεις που επιλέγουν να στεγαστούν σε διατηρητέα κτίρια, επιστρατεύοντας την παράδοση για να προσδώσει αίγλη στην εικόνα τους και στο φωταγωγημένο τη νύχτα κέντρο της πόλης. Εξάλλου, τόσο τα τυποποιημένα χρώματα και τα διακοσμητικά στοιχεία των νεοκλασικών κτιρίων ή των απομιμήσεών τους στις κατοικίες των βορείων προαστίων, όσο και ο τεχνητός φωτισμός σε πλατείες, επιλεγμένα οικοδομικά τετράγωνα και μνημεία υπαγορεύονται από τους κανόνες της σύγχρονης εικονοπλασίας και ακολουθούν το κυρίαρχο σήμερα ύφος αισθητικής.

Στην επικρατούσα απαίτηση για αληθοφανές περιβάλλον ανταποκρίνεται σήμερα και η τουριστική βιομηχανία «τρόμου» διαμορφώνοντας «στοιχειωμένους» πύργους στη Βρετανία με τεχνητά ψυχρά ρεύματα, παράξενους ήχους και κεριά που αναβοσβήνουν (Λαϊνας, 2003, σ. 42), πρωτότυπα εστιατόρια, όπως το Unsicht-bar στο Βερολίνο όπου οι θαμώνες δειπνούν στο απόλυτο σκοτάδι, γοτθικά πάγκα στη Ρουμανία με πρότυπο τις τρομακτικές ιστορίες του «εθνικού ήρωα» κόμη Δράκουλα, αλλά και πάγκα θέασης εξωγήινων όντων, όπως αυτό που επιθυμούν να κατασκευάσουν πολιτικοί φορείς της Σκωτίας εκμεταλλευόμενοι τα αποτελέσματα «έρευνας» που αποκαλύπτει ότι την περιοχή επισκέπτονται τουλάχιστον 300 ιπτάμενοι δίσκοι το χρόνο (Παναγιωτάκης, 2002, σ. 31). Χαρα-

κτηριστική είναι επίσης η περίπτωση του βραβευμένου ξενοδοχείου El Molino στις Αστούριες της Ισπανίας, όπου οι ένοικοι εφοδιάζονται με «ταυτότητα» ιδιωτικού ντετέκτιβ και καλούνται να εξιχνιάσουν το μυστήριο μιας δήθεν δολοφονίας που σκηνοθετείται κάθε Σαββατοκύριακο (Κανελλοπούλου, 2002, σ. 22). Την προσδοκώμενη «αυθεντικότητα» υποσχονται και τα λιγότερο τρομακτικά αλλά εκκεντρικά δωμάτια των καλλιτεχνικών ξενοδοχείων (art hotels) που πληθαίνουν σήμερα και στην Ελλάδα. Στο πρότυπο του Propeller Island City Lodge στο Βερολίνο, που διαθέτει σειρά θεματικών χώρων (όπως, π.χ., το δωμάτιο «κελί φυλακής», το «μεσογειακό δωμάτιο» με κορμούς ακατέργαστου ξύλου, ή ακόμα της «γιαγιάς» του καλλιτέχνη και εμπνευστή του συγκροτήματος, Lars Stroschen, με τη φωτογραφία της αναρτημένη στον τοίχο), οι ξενώνες τέχνης της αλυσίδας Tsimaras Art Hotels στη Μύκονο, τη Σαντορίνη και σε πιο προσιτές τιμές στα Καλάβρυτα και την Πάτρα περιλαμβάνουν χώρους με πολύτιμα έργα τέχνης (πορσελάνες, κεραμικά, υδατογραφίες κ.ο.κ.), όπως επίσης και διαμερίσματα με διάκοσμο που παραπέμπει σε γνωστά κινηματογραφικά έργα (Βενάρδου, 2002, σ. 4-6).

Εργαλείο της στρατηγικής ενίσχυσης της «εικόνας» της πόλης αποτελούν συχνά και οι μεγάλες πολιτιστικές ή αθλητικές διοργανώσεις. Έτσι στην Αθήνα το πέραςμα στη νέα χιλιετία γιορτάστηκε επίσημα στους πρόποδες της Ακρόπολης με πυροτεχνήματα που φώτισαν τον αττικό ουρανό προβάλλοντας μια πρωτοφανή φαντασμαγορική όψη του Παρθενώνα. Την ίδια νύχτα πάνω από δύο εκατομμύρια άνθρωποι συγκεντρώθηκαν στην «αναβαθμισμένη» Times Square της Νέας Υόρκης όπου παραδοσιακά από το 1907 λαμβάνουν χώρα ποικίλες εκδηλώσεις για την αλλαγή του έτους. Ήταν η μεγαλύτερη προσέλευση κόσμου στην περιοχή μετά την πανηγυρική γιορτή για το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου τον Αύγουστο του 1945. Η Times Square γνώρισε εποχή άνθησης και δόξας στις αρχές του 20ού αιώνα, όταν η μεταφορά των γραφείων της εφημερίδας *New York Times* στον νεοεγερθέντα ουρανοξύστη της 42ης Οδού σηματοδοτούσε τη μετέπειτα ανάπτυξη της περιοχής. Με αφετηρία, όμως, την οικονομική κρίση του 1929 άρχισε σταδιακά να υποβαθμίζεται. Άντρο πορνείας, κυκλωμάτων διακίνησης ναρκωτικών και γενικότερα του υποκόσμου, μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1990 θεωρούνταν μία από τις πιο επικίνδυνες συνοικίες της Νέας Υόρκης. Η σημερινή «εικόνα» της πλατείας οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στο σχέδιο εξυγίανσης που ακολούθησε ο Giuliani. Ενισχύοντας την αστυνόμευση του χώρου και διαμορφώνοντας ένα «ασφαλές και καθαρό» περιβάλλον για την προσέλκυση του ιδιωτικού κεφαλαίου, κατάφερε μέσα σε σύντομο διάστημα να αναδείξει την Times

Square σε έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς των Αμερικανών και ξένων τουριστών. Στο έργο του δημάρχου της Νέας Υόρκης σημαντική ήταν η συμβολή της εταιρείας Disney στην οποία παραχωρήθηκε από το κράτος δάνειο 26.000.000 \$ υπό τον όρο να επενδύσει στην περιοχή τουλάχιστον 8.000.000 \$. Στη «μετά-Disney» εποχή, όπως την αποκαλούν οι ιδιοκτήτες των γύρω ακινήτων, το ανακαινισμένο New Amsterdam Theater φιλοξενεί παραστάσεις των κλασικών έργων του Disney, μεγάλα διαφημιστικά πανό διακοσμούν τις όψεις των κτιρίων, γνωστές επιχειρήσεις «θεματικών» εστιατορίων και εμπορικών καταστημάτων εγκαινιάζουν παραρτήματά τους, ενώ ιδιωτικές υπηρεσίες καθαριότητας και ασφάλειας έχουν αναλάβει την προστασία του χώρου από κάθε ανάρμοστο προς αυτόν στοιχείο (Gottdiener, 2001, σ. 130-132). Το «αναβαθμισμένο» σκηνικό της Times Square αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα για την προσαρμοσμένη στους όρους των εικόνων πρακτική παρέμβασης στην πόλη. Με βάση το εικονικό πρότυπο ενός εξιδανικευμένου παρελθόντος δημιουργήθηκε στην ουσία «μία πόλη μέσα στην πόλη», ένας ιδιωτικά ελεγχόμενος ψυχαγωγικός χώρος που, σε αντίθεση με τις γύρω του συνοικίες, ανταποκρίνεται τόσο στις επιταγές της κυρίαρχης εικονογραφικής φαντασμαγορίας όσο και στην ενισχυμένη κοινωνική απαίτηση για ασφάλεια – χώρος δηλαδή που εκπλήρωσε τα απαραίτητα κριτήρια για να λάβει μέρος στην «παγκόσμια» τηλεοπτική γιορτή με την οποία η ανθρωπότητα αποχαιρέτησε τον 20ό αιώνα.

Συνέπειες και ερωτήματα

Ο αστικός προγραμματισμός, που εφαρμόστηκε σε συνοικίες όπως η Times Square της Νέας Υόρκης και που ακολουθείται σήμερα με μικρές παραλλαγές σε πολλές χώρες του κόσμου, διαμορφώνει μια νέα, ίσως συγκεχυμένη, μορφή διπολισμού στην πόλη. Όμως ακόμα γεννά ερωτήματα που αφορούν το χαρακτήρα τόσο των ελεγχόμενων κοινοτήτων όσο και των εγκαταλελειμμένων από το σύστημα χώρων της πόλης. Από τη μια πλευρά, οι θεματοποιημένες περιοχές εμφανίζονται μονοσήμαντες και «αποστειρωμένες», καθώς απαντούν στις ανάγκες ενός προκατασκευασμένου εικονικού προτύπου. Αντίθετα, η άλλη πλευρά, αν και κρυμμένη συνήθως από τα φώτα της δημοσιότητας, περικλείει τα ποικίλα άλυτα ζητήματα της πόλης. Έτσι, στους οχυρωμένους χώρους η πολυπλοκότητα της πραγματικής πόλης προβάλλεται σαν ψυχαγωγικό διάλειμμα από τη μονοτονία και την πλήξη της καθημερινότητας. Με τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων, για παράδειγμα, όπου αστυνομικές και δικαστικές υποθέσεις μετατρέπονται σε μυστηριώδη και εντυπωσιακά θεάματα, με τουριστικές ξεναγή-

σεις σε σημεία της πόλης όπου δολοφονήθηκαν διάσημοι πολιτικοί και καλλιτέχνες (Ryan, 1998) ή ακόμα και με τη μορφή «απαγωγών» που αναλαμβάνει να σκηνοθετήσει με κάθε αληθοφάνεια ένας 26χρονος Νεοϋορκέζος επιχειρηματίας για όσους επιθυμούν να «απολαύσουν» την αγωνία και το φόβο μιας ακραίας εμπειρίας (Αναστασόπουλος, 2002, σ. 32). Οι «αποκλεισμένοι» βιώνουν άμεσα τις συνέπειες της κοινωνικής έντασης και διάκρισης, ενώ, παράλληλα, όσοι έρχονται αντιμέτωποι με τις μαζικά διαδεδομένες και εξωραϊσμένες εικόνες από τις «κλειστές» περιοχές αναζητούν τρόπους πραγμάτωσης του τυποποιημένου ονείρου ή έστω μίμησης των κυρίαρχων προτύπων διαμόρφωσης και χρήσης του χώρου.

Ο Jean Baudrillard (2002, σ. 38) παρατηρεί πως τα γεγονότα της 11ης Σεπτεμβρίου «έχοντας ταυτόχρονα εξωθήσει στα άκρα την παγκόσμια κατάσταση πραγμάτων, εξώθησαν στα άκρα και τη σχέση της εικόνας με την πραγματικότητα», σαν να υπήρχε μεταξύ τους ένα είδος μονομαχίας για το ποια από τις δύο θα εμφανιστεί πιο αδιανόητη. Η εικόνα του τρόμου ήταν ήδη γνωστή και οικεία, στην προκειμένη περίπτωση, όμως, προστέθηκε σε αυτήν το πραγματικό σαν προσφορά-δώρο τρόμου, σαν ένα επιπλέον δέος που επιβεβαίωσε αναντίρρητα την «αλήθεια» της και ενίσχυσε ακόμα περισσότερο τη συμβολική της σημασία. Η κατάληξη αυτής της «μονομαχίας» δε μετατρέπει την πραγματικότητα σε μυθολογία. Δεν είναι πλασματική η εγγληματικότητα στον αστικό χώρο ούτε η ανασφάλεια που νιώθουν οι άνθρωποι. Είναι, όμως, απλουστευτική η σύνδεσή τους, διογκωμένη η σημασία τους και ιδίως αναποτελεσματικά τα συμβολικά μέτρα αντιμετώπισής τους. Με άλλα λόγια, όσο εξελίσσεται η αντιπαράθεση αυτή, οι εικόνες δεν καταφέρνουν να υπερνικήσουν την ποικιλομορφία της αστικής πραγματικότητας –ακόμα και αν περιστασιακά η πόλη «ντύνεται» για να μιμηθεί τον ωραιοποιημένο κόσμο τους–, επιβάλλουν, όμως, την αισθητική και τα τεχνάσματά τους ως μοναδικά ικανό πλαίσιο λειτουργίας της αντίληψης των ανθρώπων.

Όπως στις ΗΠΑ, έτσι και στην επαρχία Odaiba κοντά στο Τόκιο συναντά κανείς αντίγραφο του πύργου του Άιφελ αλλά και της πιο γνωστής γέφυρας του Σαν Φρανσίσκο, ενώ στο μεγάλο εμπορικό κέντρο της περιοχής, Venus Fort, οι επισκέπτες διατηρούν την ψευδαίσθηση ότι κυκλοφορούν σε ιστορική πόλη της Ιταλίας. Τα στατιστικά στοιχεία για τη μεταολυμπιακή τουριστική κίνηση στη χώρα μας δείχνουν ότι η καμπάνια του Υπουργείου Τουρισμού με σύνθημα «Ζήσε το μύθο σου στην Ελλάδα» δεν είχε την αναμενόμενη ανταπόκριση, και ίσως το βασικό ερώτημα που προκύπτει είναι αν η αποτυχία της στρατηγικής που ακολουθήθηκε οφείλεται στην έλλειψη μιας ανάλογης με της Ιαπωνίας φαντασμαγορικής σκηνο-

γραφίας ή αν ο «μύθος» χάνει σταδιακά την ελκυστικότητά του, εφόσον οι δυνάμει επισκέπτες μπορούν να «τον ζήσουν» σε πανομοιότυπους θεματικούς χώρους σε διάφορα μέρη του κόσμου.

Η μαζική διάδοση εικόνων οικείων και αληθοφανών ως προς ένα προκαθορισμένο «ιδανικό» πρότυπο διαμορφώνει μια συγκεκριμένη νοοτροπία στην αντίληψη της πραγματικότητας και ακόμα φθείρει την επιθυμία για φαντασία, υποκαθιστώντας κάθε άλλη εκδοχή του αστικού χώρου είτε πιο «αυθεντική» είτε πιο μυθοπλαστική. Η χολιγουντιανή όψη του Παρθενώνα στη μεγάλη γιορτή της Αθήνας για την αλλαγή της χιλιετίας ήταν πράγματι εντυπωσιακή. Ο βράχος όμως της Ακρόπολης μπορεί να είναι εξίσου υποβλητικός και κάτω από το φως του ήλιου, στη βροχή ή την ομίχλη, μπορεί, επίσης, να «ταξιδεύει ανέερος σαν μεγάλη γαλέρα με όλα τα πανιά της ανοιγμένα» κάτω από το «νερωμένο και εύκολο» φως του φεγγαριού, όπως την είδε ο Γιώργος Σεφέρης (1989, σ. 166) σε μια από τις *Έξι νύχτες στην Ακρόπολη* – ακόμα και αν η «εικόνα» αυτή μάλλον δε θα επαλήθευε σήμερα τον προσδοκώμενο «μύθο» που καλούνται να «ζήσουν» οι επισκέπτες της Ελλάδας.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Baudrillard Jean, 2002, *Το πνεύμα της τρομοκρατίας*, Αθήνα, Κριτική.
- Belmessous Hacène, 2002, «Ιδιωτικές πόλεις “γαλλικού τύπου”», *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία: Le Monde diplomatique*, 42, σ. 39.
- Blakely Edward J., Gail Snyder Mary, 1997, «Gating America», www.asu.edu
- Castells Manuel, 2003, *Ο μετασχηματισμός της εργασίας και της απασχόλησης: δικτυακοί εργάτες, άνεργοι και ελαστικοί*, Αθήνα, Λέσχη Κατασκόπων του 21ου αιώνα.
- Crawford Margaret, 1992, «The world in a shopping mall», στο Sorkin Michael (ed.), *Variations on a theme park*, New York, Hill and Wang, σ. 3-30.
- Davis Mike, 1998, *Πέρα από το Blade Runner: αστικός έλεγχος – η οικολογία του φόβου*, Αθήνα, Futura.
- Didier Sophie, 1999, «Disney urbaniste: la ville de Celebration en Floride», *Cybergeog*, www.cybergeog
- Disneyland Resort Paris*, 2002, The Walt Disney Company.
- Dunlop Beth, 1996, *Building a dream: The art of Disney architecture*, New York, Harry N. Abrams Inc.
- Fellini Federico, 2002, «Via Veneto», στο Πανελλήνια Ένωση Κριτικών Κινηματογράφου, *Κινηματογραφημένες πόλεις*, Αθήνα, Πατάκης, σ. 22-31.
- Ghirardo Diane, 1996, *Architecture after modernism*, London, Thames and Hudson.

- Glasze Georg, Meyer Gunter, 2000, «Workshop Gates Communities – Global expansion of a new kind of settlement», www.nogoland.com
- Gottdiener Mark, 2001, *The theming of America: American dreams, media fantasies, and themed environments*, Colorado, Westview Press.
- Gras Pierre, 2001, «Vu de Bilbao: la culture comme moyen de gouvernance?», *Urbanisme*, hors-série: 14, σ. 44-51.
- Gravari-Barbas Maria, 1999, «La ville-decor: accueil de tournages de films et mise en place d'une nouvelle esthétique urbaine», *Cybergeo*, www.cybergeo.presse.fr
- Hannigan John, 2000, *Fantasy city: pleasure and profit in the postmodern metropolis*, London & New York, Routledge.
- Huxtable Ada Louise, 1997, *The unreal America: architecture and illusion*, The New York Press.
- Infoparks, 1997, «Petite histoire des parcs d'attractions», www.infoparks.com
- Kunstler James Howard, 1996, «Home from nowhere», *The Atlantic Monthly*, 3(278), www.theatlantic.com
- Langlois Gilles Antoinès, 1992, *Jours de fête. De Tivoli à Eurodisneyland*, Paris, Syros Alternatives.
- Macé Eric, 1999, «Les violences dites "urbaines" et la ville. Du désordre public au conflit dans l'espace public», *Les Annales de la recherche urbaine*, 83-84, σ. 59-64.
- Paquot Thierry, 2000, «Ville privées ou privatisées?», *Urbanisme*, 312, www.urbanisme-mag.tm.fr
- Peterson Debra K., 1999, «Nostalgia's knocking at the New Urbanist door: Disney and Celebration», www.english.wayne.edu
- Pinol Jean Luc, 2000, *Ο κόσμος των πόλεων τον 19ο Αιώνα*, Αθήνα, Πλέθρον.
- Ryan Joal, 1998, «Next stop: something Morbid», www.eonline.com
- Sorkin Michael (ed.), 1992, *Variations on a theme park*, New York, Hill and Wang.
- Zukin Sharon, 1991, *Landscapes of Power: from Detroit to Disney World*, Berkeley, Los Angeles & London, University of California Press.

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αναστασόπουλος Δημήτρης, 2002, «Απαγωγές για... απόλαυση!», *Ελευθεροτυπία*, 25 Σεπτεμβρίου, σ. 32.
- Βενάδου Ευάννα, 2002, «Η τέχνη των διακοπών», *Κυριακάτιξη Ελευθεροτυπία: & 7 Η τέχνη της ζωής*, 35, σ. 4-8.
- Γιαννούτσου Κωνσταντίνα, 2001, «Οι νέοι κάτοικοι του Χάρλεμ», *Κυριακάτιξη Ελευθεροτυπία: Ήφιλον*, 532, σ. 66-76.
- Ζηργάνος Νικόλας, 2003, «Πόλεις στο σφυρί», *Κυριακάτιξη Ελευθεροτυπία*, 29 Ιουνίου, σ. 45.
- Κανελλοπούλου Βάσω, 2002, «Πουαρό για ένα Σαββατοκύριακο», *Κυριακάτιξη Ελευθεροτυπία: Ήφιλον*, 564, σ. 22.

Λαΐνας Θεόδωρος, 2003, «Το σπίτι των (ψεύτικων) πνευμάτων», *Το Βήμα: Βημαgazino*, 151, σ. 42-44.

Μαντουβάλου Μαρία, 1996, «Κέντρο πόλης, κοινωνική ανισότητα και πολιτισμική ετερότητα», *Μανδραγόρας*, 12-13, σ. 54-55.

Οικονόμου Τάσος, 2001, «Village, sweet village», *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία: Έψιλον*, 525, σ. 20.

Παναγιωτάκης Αλέξανδρος, 2002, «Βρέχει UFO στη Σκοτία», *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία: Έψιλον*, 587, σ. 30-31.

Σεφέρης Γιώργος, 1989 (1974), *Έξι νύχτες στην Ακρόπολη*, Αθήνα, Ερμής.