

# ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΑΠΕΙΛΗΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΙΔΗΣΗ ΤΩΝ ΕΜΠΟΡΩΝ ΤΟΥ ΙΣΤΟΡΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ: ΜΥΘΟΙ ΚΑΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΕΣ

Ροϊνιώτη Ελένη\*

## 1. Εισαγωγή

Η έννοια της *απειλής* εμφανίζεται στον ακαδημαϊκό λόγο εννοιολογικά πολυκερματισμένη. Το περιεχόμενό της, με έντονο το στοιχείο της αυτοαναφορικότητας, συστήνεται κάθε φορά στη βάση είτε προσδιορισμών, όπως, για παράδειγμα, οικονομική/πολιτική/εθνική απειλή, στερεοτυπική απειλή (*stereotype threat*), φυλετική απειλή (*racial threat*), είτε ορίζεται και προσδιορίζεται στη βάση των αντιθετικών της στοιχείων, όπως ασφάλεια, αυτοσυντήρηση, είτε, τέλος, ενεργοποιείται από τις επιμέρους νοηματικές συνισταμένες της, όπως φόβος, κόστος, ρίσκο, αστάθεια. Στο παρόν άρθρο θα επιχειρήσουμε να παρουσιάσουμε μια θεωρία περί της απειλής έτσι ακριβώς όπως **αναπαρίσταται** στην συνείδηση των εμπόρων που δραστηριοποιούνται στο ιστορικό εμπορικό κέντρο της Αθήνας. Στόχος, κατ' επέκταση, δεν είναι μια μακρο-κοινωνιολογική μελέτη των προβλημάτων που τείνουν να δυσχεραίνουν την ομαλή διεξαγωγή του εμπορίου· αντίθετα, σκοπός μας είναι η ανάλυση των απειλών εκείνων οι οποίες ως κοινωνικές αναπαραστάσεις ενυπάρχουν και αναπαράγονται στην σκέψη των εμπόρων. Το ενδιαφέρον μας επικεντρώνεται εν ολίγοις στις πρακτικές της *κοινής γνώσης* (Jodelet, 1995, σ. 124), οι οποίες αποτελούν το απόσταγμα ψυχολογικών, πολιτιστικών και κοινωνικών διαδικασιών, οι οποίες, μεταφερόμενες στο πεδίο του κοινωνικού γίνεσθαι, μετατρέπονται σε κοινές κατηγορίες νοηματοδότησης και επεξεργασίας της πραγματικότητας.<sup>1</sup>

Αναλύοντας το λόγο και τις δράσεις των εμπόρων του ιστορικού κέντρου των Αθηνών, σε συνδυασμό με τα δεδομένα που προέκυψαν από το ερευνη-

---

\* Κοινωνιολόγος, Υποψήφια Διδάκτωρ στο τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου.

1. Για την οργάνωση της κοινής εμπειρίας μέσω της συγκρότησης της κοινής γνώμης έχουν διεξοδικά αναφερθεί η σχολή της εθνομεθοδολογίας αλλά και της κοινωνικής διαντίδρασης.

τικό πρόγραμμα που πραγματοποιήθηκε από το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών,<sup>2</sup> θα επιχειρήσουμε σε τελική ανάλυση να αποφανθούμε για τους μύθους και τις πραγματικότητες που συστήνουν την έννοια της απειλής και επί των οποίων συγκροτείται η κοινή συναίνεση.

Προκειμένου να πετύχουμε τον σκοπό μας, θα ασχοληθούμε διεξοδικά με την ανάλυση δύο περιπτώσεων απειλής, οι οποίες, αν και εκ πρώτης όψεως φαίνονται ανεξάρτητες μεταξύ τους, επί της ουσίας στοιχειοθετούνται και αναπαράγονται σε μια κοινή βάση. Η πρώτη αναφέρεται στην *απειλή του συναθροίζεσθαι* ή με άλλα λόγια στο πρόβλημα που δημιουργείται από τη διενέργεια πορειών και διαδηλώσεων στο κέντρο της Αθήνας, ενώ η δεύτερη αφορά την *απειλή του παράνομου εμπορίου* και στον τρόπο με τον οποίο βιώνεται από τους ίδιους τους εμπόρους.

## 2. Η απειλή του «συναθροίζεσθαι» και η αντίδραση των εμπόρων

Ένα από τα βασικά προβλήματα που, εκ πρώτης τουλάχιστον όψεως, φαίνεται να απασχολεί τον εμπορικό επιχειρηματικό κύκλο του ιστορικού κέντρου των Αθηνών είναι οι διαδηλώσεις και πορείες, οι οποίες, και σύμφωνα πάντα με τα λεγόμενα των επιχειρηματιών, έχουν *μετατραπεί σε παράγοντα ανασταλτικό για την εύρυθμη λειτουργία της αγοράς*. Το ζήτημα της μη ελεγχόμενης άσκησης του δικαιώματος του συναθροίζεσθαι και της οικονομικής και κοινωνικής αταξίας, που, κατ' επέκταση, επιφέρει αυτό, φαίνεται στη συνείδηση των εμπόρων να διογκώνεται κυρίως από το 2006 και έπειτα. Μάρτυρας της τεταμένης αυτής κατάστασης η σύσταση του άτυπου κοινωνικού μορφώματος των «εργαζομένων και κατοίκων του εμπορικού τριγώνου Αθηνών» και η δραστηριοποίησή τους –σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα από το 2006 και εντεύθεν– γύρω από το πρόβλημα των πορειών στον αντίστοιχο διαδικτυακό χώρο. Η αντίδρασή τους φαίνεται να κορυφώνεται στις 2 Δεκεμβρίου του 2006, όπου και οργάνωσαν μια συλλογική διαμαρτυρία στην οδό Κολοκοτρώνη αναρτώντας χαρτόνια με συνθήματα μπροστά στα καταστήματά τους. Μεταξύ των άλλων, σκοπός τους ήταν να προτάξουν έναν εναλλακτικό τρόπο διακυβέρνησης των μαζικών κινητοποιήσεων κατά τρό-

---

2. Το εν λόγω έργο υλοποιήθηκε στο πλαίσιο του υποέργου «Αθήνα και Μετανάστευση: Εμείς και οι “Άλλοι”, οι “Άλλοι” και Εμείς» του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα» (Γ' ΚΠΣ, Αριστεία σε ερευνητικά Ινστιτούτα Γ.Γ.Ε.Τ, 2ος κύκλος, Υπουργείο Ανάπτυξης).

πο που να μην παρεμβαίνει στην ομαλή διεξαγωγή του εμπορίου. Εν συνεχεία συντάχθηκε και υπογράφηκε από 70 εμπόρους ψήφισμα για τη σύνταξη νομοσχεδίου ρυθμιστικού των πορειών, το οποίο και κατατέθηκε στο Υπουργείο Δημόσιας Τάξης. Συνοδοιπόρος στον αγώνα τους ήταν το επίσημο συνδικαλιστικό τους όργανο, ο Εμπορικός Σύλλογος Αθηνών.

Οι προαναφερθείσες δράσεις ή αντιδράσεις των επιχειρηματιών σηματοδοτούν ένα και μόνο γεγονός, το ότι οι πορείες/ διαδηλώσεις τείνουν να λαμβάνουν το χαρακτήρα οικονομικής απειλής για τους ίδιους. Στα πλαίσια ενός γενικευμένου αισθήματος αποστέρησης σχετικά με το επίπεδο ικανοποίησης που θα μπορούσαν αλλά και δικαιούνται να επιτύχουν<sup>3</sup> (Gurr, 1970), οι έμποροι στο κέντρο της Αθήνας, προσπάθησαν να επωφεληθούν από τις υπάρχουσες «πολιτικές ευκαιρίες»<sup>4</sup> (Tarrow, 1998), με σκοπό να συμμετάσχουν εκ νέου στο δημόσιο πολιτικό διάλογο προκειμένου να υπερασπιστούν, όπως αναφέρουν στα άρθρα τους, το αίτημα της ελεύθερης διακίνησης ανθρώπων, αγαθών και υπηρεσιών.

Η δράση τους, όπως μπορούμε να διακρίνουμε, ήταν διττή. Επιβεβαιώνοντας το σκεπτικό ότι τα όρια μεταξύ συμβατικής (θεσμοποιημένης, ορθολογικής, εργαλειακής, βασιζόμενης κυρίως σε πρακτικές διαπραγμάτευσης) και μη συμβατικής συλλογικής δράσης (άτυπης, επιθετικής, οριζόντιας ιεράρχησης, βασιζόμενης κυρίως σε μια διάθεση για υπερβατική πολιτική πρακτική) συνιστούν θεωρητικούς ιδεότυπους και δεν αντανακλούν το σύγχρονο πολιτικό ανταγωνισμό αγαθών και υπηρεσιών (McAdam, Tarrow and Tilly, 2001, σ. 6), ο συνδικαλισμός συνδυάστηκε με πρακτικές που, ως ένα σημείο, προσιδιάζουν με τον πολιτικό ακτιβισμό. Οι ενέργειες που έλαβαν χώρα σε επίπεδο μη θεσμικής πολιτικής δράσης ήταν σαφέστατα στοχοθετημένες στην λεγόμενη συγκρότηση της κοινής συνείδησης και κινητοποίησης αυτής (Tilly, 2002, σ. 89) αλλά και στην ενεργοποίηση της ταυτότητας των εμπλεκομένων, η οποία στην παρούσα περίπτωση, απολαμβάνει συγκεκριμένο ταξικό χαρακτήρα – εκείνον της μικρομεσαίας εμπορικής τάξης. Κεντρικός φαίνεται να έχει αποβεί εδώ και ο ρόλος<sup>5</sup> των λεγόμενων παλιών (εκπομπή της

---

3. Χωρίς φυσικά αυτό να συνεπάγεται την εκδήλωση βίαιων συμπεριφορών, αλλά περισσότερο μια αιτία ανάδυσης ενός τέτοιου τύπου συλλογικής κινητοποίησης.

4. Σύμφωνα με τον Tarrow η έννοια των πολιτικών ευκαιριών αναφέρεται στα λεγόμενα «ανοίγματα» του πολιτικού συστήματος, στις ευκαιρίες δηλαδή που εμφανίζονται ή δημιουργούνται για πολιτική δράση. Σημαντικός εδώ αναγνωρίζεται ο ρόλος των ΜΜΕ.

5. Στο σημείο αυτό αποδεχόμαστε μια γκραμισιανή-αλτουσεριανή προσέγγιση του ρόλου που τείνουν να λαμβάνουν σήμερα τα ΜΜΕ (Κωνσταντινίδου, 2002, σ. 159). Σε αντίθεση δηλα-

κινητοποίησης από πανελλαδικής εμβέλειας τηλεοπτικά κανάλια) και νέων (χρήση του διαδικτύου) μέσω των επικοινωνιών ως διαύλων επικοινωνιών και επαναδιαπραγμάτευσης με τα θεσμικά κέντρα πολιτικών αποφάσεων.

Η προαναφερόμενη έννοια της αποστέρησης, τόσο στα δημοσιευμένα κείμενα του Εμπορικού Συλλόγου Αθηνών, όσο και στην επίσημη ιστοσελίδα των εργαζομένων και κατοίκων του Εμπορικού Τριγώνου Αθηνών, σε ένα πρώτο τουλάχιστον επίπεδο, φαίνεται ότι μεταφράζεται στις ακόλουθες επαναλαμβανόμενες κατηγορίες: πτώση τζίρου, ζημιά, δικαίωμα, αποκλεισμός. Εφαρμόζοντας τη μέθοδο της ανάλυσης περιεχομένου και συγκεκριμένα της κωδικοποίησης ανοικτού τύπου (open coding)<sup>6</sup> στα δημοσιευμένα κείμενα, οι προαναφερόμενες κατηγορίες αποκτούν όχι μόνο μια κοινωνικοπολιτική αλλά σαφέστατα και μια ιστορική διάσταση, αναδεικνύοντας τους λανθάνοντες εκείνους μηχανισμούς που, σε τελική ανάλυση, συστήνουν και συντηρούν την έννοια της «απειλής του συναθροίζεσθαι» και οι οποίοι συσχετίζονται με τις νέες σχέσεις εξουσίας που διαγράφονται μεταξύ κράτους και εμπορικής τάξης.

Μέσα από τα προαναφερόμενα κείμενα μπορούμε να διακρίνουμε τους δύο εκείνους ρόλους οι οποίοι συνυφαίνουν το πορτρέτο της ελληνικής εμπορικής τάξης. Ο πρώτος, ο οποίος συνιστά και το έκδηλο περιεχόμενο του λόγου των επιχειρηματιών, αναφέρεται στους έμπορους ως *επιχειρηματικές μονάδες*: εδώ η βαρύτητα δίνεται στην υπόστασή τους ως οικονομικών/παραγωγικών μορφωμάτων. Ο ρόλος τους στην ελληνική αγορά είναι αδιαμφισβήτητος, αφού μέσω των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων συνεισφέρουν στον εθνικό προϋπολογισμό και στην εθνική οικονομία, ενώ, παράλληλα, ενισχύουν και την αγορά εργασίας.<sup>7</sup> Ο δεύτερος, ο οποίος συνιστά το λανθάνον περιεχόμενο των «διακυρήξεων» των εμπόρων, αναφέρεται στους εμπόρους ως *μετόχους επίσημων πολιτικών πρακτικών*: εδώ η βα-

---

δή με πλουραλιστικές θεωρητικές προσεγγίσεις σύμφωνα με τις οποίες τα ΜΜΕ είτε αποτελούν τον καθρέφτη μιας αντικειμενικής πραγματικότητας, είτε προβάλλουν μια διαστρεβλωμένη οπτική των πραγμάτων, η γκραμισιανή-αλτουσεριανή θεώρηση θα υποστηρίξει ότι ο ιδεολογικά φορτισμένος λόγος των ΜΜΕ –ο οποίος και απορρέει από την κυρίαρχη ιδεολογική ατμόσφαιρα της εποχής– συντελεί καθοριστικά στη διαδικασία διαμόρφωσης της κοινής συναίνεσης.

6. Για ποιοτικές μεθόδους ανάλυσης περιεχομένου βλ. Silverman D., 1997, *Qualitative research: Theory, method and practice*, London, Sage, όπως και Krippendorff K., 1989, *Content analysis: An introduction to its methodology*, California, Sage και Strauss and Corbin, 1990, *Basics of Qualitative Research*, London, Sage

7. Στα εν λόγω άρθρα επαναλαμβάνεται το επιχειρήμα ότι η πτώση του τζίρου των επιχειρηματιών συνεπάγεται μείωση του εργατικού δυναμικού της επιχείρησης (υποχρεωτικές απολύσεις) και φυσικά ύφεση της αγοράς.

ρύτητα δίνεται στις τυπικές και άτυπες σχέσεις των εμπόρων με τους επίσημους κρατικούς μηχανισμούς και τον ενεργητικό τους ρόλο στη διαμόρφωση των όρων εκείνων οι οποίοι θα ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας. Η πρόοδος και ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας είναι που συστήνουν την ημερήσια ατζέντα διαβουλεύσεων μεταξύ των εμπόρων και του κράτους– κοινή συνισταμένη η ενδυνάμωση και ευημερία του ελληνικού εμπορίου (Χατζηϊωάννου, Μαυροειδή, 2000).

Η «αδυναμία» του κράτους να ρυθμίσει το πρόβλημα, που προκαλείται από τις πορείες/ διαμαρτυρίες, τείνει να πλήττει και τις δύο αυτές όψεις της επαγγελματικής δράσης των εμπόρων. Από τη μια πλευρά, λαμβάνει χώρα μια, όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν, «ομηρία του κέντρου», αποκλείοντας τους επιχειρηματίες του ιστορικού κέντρου Αθηνών από το σύγχρονο εμπορικό ανταγωνισμό. Από την άλλη, η κατ' επανάληψη αθέτηση των υποσχέσεων του κράτους για την εφαρμογή ενός ρυθμιστικού σχεδίου των πορειών συνεπάγεται εμπαιγμό κατά της εμπορικής τάξης, απαξιώνοντάς την πολιτικά. Ο λόγος, όμως, περί αθέτησης υποσχέσεων σχετίζεται με μια εγγενή αδυναμία αντίδρασης από πλευράς του κράτους ή, στην συνείδηση των εμπόρων, πρόκειται για στοχοθετημένη κρατική πολιτική πρακτική, η οποία τείνει να διενεργείται εις βάρος τους;

Σύμφωνα πάντα με τα λεγόμενά τους, η κρατική αυτή απραξία δεν αφορά τίποτα άλλο παρά την απόληξη *ενός ευρύτερου σχεδίου απαξίωσης του ιστορικού εμπορικού κέντρου εις όφελος των νέων επενδύσεων σε πολυχώρους που βρίσκονται στην περιφέρεια Αττικής*. Το γεγονός ότι ο επίσημος κρατικός μηχανισμός άλλοτε σχεδόν συναινεί στη αταξία που δημιουργείται και έπεται των διαδηλώσεων –αφού αρνείται σχεδόν να θέσει σε εφαρμογή μέτρα και πρακτικές που από καιρό έχει προκηρύξει– και άλλοτε τείνει να επιβάλλει ακραία ρυθμιστικά μέτρα, ιδιαίτερα κατά την επίσκεψη υψηλά υφιστάμενων προσώπων, αποδεικνύει περίτρανα τη μεροληψία του ή, με άλλα λόγια, την επιλεκτική διάθεση των δυνάμεων του κράτους.

Βαρύνουσα σημασία εδώ αποκτά ο όρος «απαξίωση». Η ετυμολογική ερμηνεία του όρου «απαξίωση» ως απόρριψη κάτι/κάποιου ως ανάξιου, μας παραπέμπει στη φιλοσοφική έννοια της αξίας, της οποίας το περιεχόμενο ανήκει καθαρά στο χώρο του ιδεολογικοπολιτικού λόγου. Οι αξίες ως καθολική κατηγορία νόησης υφίστανται ως διαμεσολαβητές ανάμεσα στο υποκειμενικό και το διυποκειμενικό, συστήνοντας, όπως αναφέρει και ο Παπανούτσος, *υπερατομικές και υπερυποκειμενικές ισχύος κανονιστικές ιδεατές σχέσεις*, οι οποίες και *προβάλλουν σημαντικές πτυχές της κοινωνικής συνείδησης και του επικοινωνιακού* (Παπανούτσος, 1949). Οι αξίες υποδηλώνουν σχέσεις, ιδε-

ώδη, θεσμούς, οι οποίοι δεν στερούνται κοινωνικού περιεχομένου, του να ντύνονται αποτελούν παράγωγα μιας συγκεκριμένης κάθε φορά ιστορικής διαδικασίας, κυοφορώντας ταξικές και πολιτικές συνιστώσες (Collins, 1996).

Κατ' επέκταση, η ακούσια ή έστω και εκούσια χρήση του προαναφερόμενου όρου έρχεται όχι μόνο να επισημάνει μια εκ των άνω ειλημμένη («ενός ευρύτερου σχεδίου») απο-συμβολοποίηση του ιστορικού εμπορικού κέντρου, ενός κέντρου που ανέκαθεν υπήρξε καμβάς σημαντικών πολιτισμικών και οικονομικών δράσεων και δραστηριοτήτων, αλλά και μια σχεδόν βίαιη αποποίηση του ρόλου που παραδοσιακά<sup>8</sup> διαδραμάτισαν οι κοινωνικοί του, οι οποίοι δεν είναι άλλοι από τους επιχειρηματίες του εμπορικού τριγώνου. Οι μεταβολές αυτές, στη σκέψη των εμπόρων, αποτελούν το απόσταγμα μιας σειράς διαδικασιών που υποκινεί το ίδιο το κράτος, διαδικασίες οι οποίες τοποθετούν στο βάθρο των ευνοουμένων *τα νέα συμφέροντα*.

Εκπέμποντας μια πατερναλιστική διάθεση προς το κράτος<sup>9</sup> («εις όφελος», έκφραση η οποία εσωκλείει σύγκριση και συστήνει το δίπολο εύνοια/ δυσμένεια), οι έμποροι επί της ουσίας κάνουν λόγο για τη νέα οικονομική γεωγραφία που σταδιακά λαμβάνει χώρα στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας («των νέων επενδύσεων σε πολυχώρους που βρίσκονται στην περιφέρεια Αττικής»). Στο σημείο αυτό ο λόγος των εμπόρων στρέφεται ενάντια στο κρατικό αναπτυξιακό σχεδιασμό,<sup>10</sup> ο οποίος, μεταξύ των άλλων, προωθεί την ταχύτητα<sup>11</sup> ανάπτυξη εμπορικών πολυχώρων στην περιφέρεια της Αττικής. Στη συ-

8. Η παρουσία και δράση των εμπόρων του ιστορικού κέντρου συνοδοιπορεί με την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας αφού, και σύμφωνα με τα δεδομένα της παρούσας έρευνας, το 26,8% των υπό εξέταση καταστημάτων άρχισαν να λειτουργούν από τα μέσα περίπου της πρώτης μεταπολεμικής περιόδου, δηλαδή από το 1958 ως το 1977 (σε αντιπαράθεση με καταστήματα άλλων περιοχών τα οποία συγκεντρώνουν ένα ποσοστό της τάξεως του 19,6%), μια περίοδος η οποία σηματοδοτεί την άνοδο της ελληνικής καπιταλιστικής αγοράς. Μεγαλύτερο ενδιαφέρον όμως προκαλεί το γεγονός ότι το 11,4% των καταστημάτων στο κέντρο ανέφεραν ότι λειτουργούν πριν το 1937, σε αντίθεση με άλλες περιοχές στις οποίες το ποσοστό ήταν μηδενικό (0,0%). (Σημειώνουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό (37%) των καταστημάτων που δραστηριοποιούνται σε άλλες περιοχές άρχισε να λειτουργεί κατά την περίοδο 1988-1997). «Όταν έχεις δει στο ημερολόγιο της επιχείρησης “κλειστό λόγω πολέμου” τίποτα δεν σε απογοητεύει», διά στόματος ενός επιχειρηματία αναδεικνύεται, έστω και αποσπασματικά, ο ιστορικός χαρακτήρας των περισσότερων επιχειρήσεων.

9. Γεγονός το οποίο επιβεβαιώνει ότι το κράτος κατά τον 20ό αιώνα αναδεικνύεται ως ο μεγαλύτερος επενδυτής, καταναλωτής και εργοδότης (Σεραφεϊνίδου, 2002, σ. 202).

10. Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας, ως απόρροια της συνόδου κορυφής της Λισαβόνας το Μάρτιο του 2000 εκφράζεται από το Γ' κοινοτικό πλαίσιο στήριξης (2000-2006)

11. Με βάση το νόμο Ν.3342/2005 εκχωρήθηκαν οι ολυμπιακές εγκαστάσεις του Ολυμπιακού Γυμναστηρίου Γαλατσίου και του Διεθνούς Κέντρου Ραδιοτηλεόρασης Αμαρουσίου σε ιδιώτες επενδυτές για τη δημιουργία εμπορικών πολυχώρων, όπως το ήδη υπάρχον Mall.

νειδίηση των εμπόρων, βρισκόμαστε ενώπιον μιας νέας εποχής ενδο-αστικής ανάπτυξης, η οποία χαρακτηρίζεται από τη δημιουργία νέων και σημαντικών επιχειρηματικών και οικονομικών κόμβων μέσα στα όρια της πόλης. Οι νέοι αυτοί, όμως, επιχειρηματικοί κόμβοι, όπως φαίνεται και από τα πρακτικά της διάσκεψης Φορέων Εμπορίου και Ιδιοκτητών Ακινήτων που έλαβε χώρα τον Ιούνιο του 2007,<sup>12</sup> υπάγονται σε ευνοϊκότερο καθεστώς ανέγερσης και λειτουργίας από ό,τι ισχύει για τις συνήθεις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου. Το αίτημά τους αφορά την άμεση εφαρμογή του Ν. 3377/2005 περί αδειοδότησης των επιχειρήσεων στους επερχόμενους εμπορικούς πολυχώρους, καταγγέλοντας, κατ' αυτόν τον τρόπο, την μεροληπτική στάση του κράτους. Βασιζόμενοι κυρίως στο άρθρο 10, παράγραφος 5<sup>13</sup> του προαναφερόμενου νόμου, επί της ουσίας οι έμποροι αντιτίθενται στις νέες συνθήκες ανταγωνισμού, οι οποίες πρόκειται να αποβούν επιζήμιες για τις μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις, κυοφορώντας τις επακόλουθες άμεσες και έμμεσες συνέπειες:

- α. Εντείνει τον εμπορικό ανταγωνισμό –με μη ευνοϊκές συνθήκες έναντι του παραδοσιακού επιχειρηματία– και τίθενται ζητήματα εκσυγχρονισμού και προσαρμογής στις νέες απαιτήσεις της αγοράς.
- β. Μετατοπίζεται η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών από το κέντρο σε άλλες αγορές
- γ. Υποβαθμίζεται το κέντρο ως εμπορική μήτρα και «ενεργειακός άξονας» της Αθήνας. Οι συνέπειες αυτές καταλήγουν στην απώλεια του πολιτικο-οικονομικού ρόλου που ανέκαθεν διαδραμάτισαν οι επιχειρηματίες του ιστορικού εμπορικού κέντρου.

Εν κατακλείδι, αναλύοντας το λόγο και τις δράσεις των εμπόρων του ιστορικού τριγώνου Αθηνών παρατηρούμε ότι στη συνείδηση των εμπόρων το πρόβλημα ή η απειλή του συναθροίζεσθαι λαμβάνει ευρύτερες κοινωνικο-πολιτικές προεκτάσεις, σηματοδοτώντας τους νέους συσχετισμούς των δυνάμεων εκείνων που δρουν και αναπτύσσονται στο σύγχρονο ελληνικό γίγνεσθαι.

---

12. Τα πρακτικά της διάσκεψης βρίσκονται ηλεκτρονικά στη διεύθυνση: <http://www.esathena.gr/modules/article/view/article.php/337>

13. Μεταξύ των άλλων η παράγραφος 5 του άρθρου 10 επισημαίνει ότι ως προϋπόθεση για την παροχή άδειας λειτουργίας σε νέες επιχειρήσεις λαμβάνονται υπόψη οι επιπτώσεις που θα επιφέρει στον ανταγωνισμό μεταξύ ομοειδών επιχειρήσεων, στην οικονομία της περιοχής, στην απασχόληση και στην επίδραση επί της λειτουργίας των μικρομεσαίων και μικρών επιχειρήσεων.

### 3. Η απειλή του παράνομου εμπορίου

Τον Απρίλιο του 2007, ο Εμπορικός Σύλλογος Αθηνών δημοσίευσε ένα ερασιτεχνικό βίντεο με τίτλο «Η εξαργύρωση της Ολυμπιακής Επενδύσεως». Σκοπός ήταν να προβάλει στο ευρύ κοινό καθημερινές εικόνες του ιστορικού εμπορικού κέντρου, εστιάζοντας στα ορατά προβλήματα που αντιμετωπίζουν τόσο οι καταναλωτές όσο και οι έμποροι. Το βασικό πρόβλημα με το οποίο καταπιάνεται το συγκεκριμένο βίντεο είναι το φαινόμενο του παράνομου εμπορίου ή, όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται, του *λαθρεμπορίου*, αναδεικνύοντας και αποδεικνύοντας μια απειλή η οποία τείνει να μεταβάλλει το νόμιμο εμπόριο σε ξενιστή.

Η ανάλυση προϊόντων οπτικοακουστικού υλικού, όπως είναι οι φωτογραφίες ή στην προκειμένη περίπτωση τα φιλμ, για την κοινωνιολογική και ανθρωπολογική παράδοση αποτελεί ζωτικής σημασίας πηγή επιστημονικής γνώσης, αφού μέσω αυτών αποτυπώνονται ίχνη και πληροφορίες της κοινωνικής και πολιτισμικής ζωής, οι οποίες θα ήταν σχεδόν αδύνατο να ανακτηθούν με οποιοδήποτε άλλο τρόπο. Το εν λόγω βίντεο κέντρισε το ερευνητικό μας ενδιαφέρον, όχι ως καθαυτό τεκμήριο, αλλά ως οπτικοποιημένο ντοκουμέντο της κοινωνικής αναπαράστασης του παράνομου εμπορίου, όπως εκφράζεται από τους ίδιους τους επιχειρηματίες και ως τέτοιο τίθεται υπό εξέταση στην παρούσα μελέτη.<sup>14</sup> Κατ' επέκταση, και ενστερνιζόμενοι το γεγονός ότι το υλικό που θέτουμε υπό εξέταση αποτελεί ένα επικοινωνιακό συμβάν στα πλαίσια του πολυαναφερόμενου τομέα της μαζικής επικοινωνίας,<sup>15</sup> θα επιχειρήσουμε να το μελετήσουμε σημειολογικά στη βάση των ακόλουθων κατηγοριών: Πομπός (ποιος λέει) – Περιεχόμενο μηνύματος (τι λέει) – Μέσο (ποιον τρόπο χρησιμοποιεί) – Δέκτης (σε ποιον απευθύνεται) – Αντιδράσεις (τι επίδραση αναμένεται να έχει).<sup>16</sup>

14. Η αξία του ως επιστημονικού τεκμηρίου τίθεται υπό αμφιβήτηση, αν εξετασθεί με αυστηρά μεθοδολογικά κριτήρια, αφού δεν μπορεί να καταχωριστεί ούτε ως φιλμ ή κινηματογραφικό δημιούργημα (σκοπός του βίντεο δεν είναι η μυθοπλασία αλλά μια «ρεαλιστική» απεικόνιση της πραγματικότητας), ούτε όμως ως εθνογραφικό ή έστω δραματοποιημένο ντοκουμαντέρ, αφού το στοιχείο της επιρροής ως πρόθεση για την κινηματογραφική δημιουργία είναι που συστήνει τη βάση του συγκεκριμένου βίντεο. Για περισσότερες πληροφορίες πάνω στο ζήτημα αυτό, βλ. Banks, 1998, *Ποια φιλμ είναι εθνογραφικά;*, στο Νικολακάκης (επιμ.), 1998, Αθήνα, Αιγόκερως, σ. 113-127.

15. Για τη μαζική επικοινωνία βλ. McQuail, 1987, *Mass Communication theory: An introduction*, London, Sage και Stevenson, 1996, *Understanding media cultures: Social theory and mass communication*, London, Sage

16. Η οργάνωση της έρευνας στη βάση των προαναφερθέντων κατηγοριών προσιδιάζει στο γραμμικό μοντέλο επικοινωνίας του Lasswell, το οποίο και χρησιμοποιήθηκε κατά κύριο



Κατ' αρχάς, η πρωτοβουλία, επιμέλεια και το μοντάζ του συγκεκριμένου υλικού έγινε από έναν έμπορο, η οικογενειακή επιχείρηση του οποίου βρίσκεται στο ιστορικό εμπορικό κέντρο, και η οποία, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας πεδίου που διεξήχθη, δραστηριοποιείται από το 1930. Ο συγκεκριμένος επιχειρηματίας είναι από τα ιδρυτικά μέλη της ένωσης των «Εργαζομένων και Κατοίκων του Εμπορικού Τριγώνου Αθηνών» και πολιτικά ενεργό μέλος του Εμπορικού Συλλόγου Αθηνών.

Η αντικειμενική ματιά της κάμερας, ως αμερόληπτου μέσου καταγραφής της πραγματικότητας, έχει έντονα αμφισβητηθεί στο πεδίο της έρευνας του οπτικού πολιτισμού.<sup>17</sup> Ως αποτέλεσμα έρχεται η αναγνώριση και αποδοχή των προϊόντων οπτικοακουστικού υλικού ως κοινωνικοπολιτικών κατασκευών αξιακού περιεχομένου. Κατ' επέκταση, και όσον αφορά το υπό εξέταση βίντεο, η οπτική του συγκεκριμένου εμπόρου, που δεν είναι άλλη από την οπτική ενός επιχειρηματία με μακρόχρονη παρουσία στο εμπορικό χώρο των Αθηνών, με αναπτυγμένη ταξική συνείδηση, είναι που αντικατοπτρίζεται στο υπό εξέταση βίντεο. Θα πρέπει φυσικά στο σημείο αυτό να τονίσουμε ότι ως φορέας διάθεσης και παραγωγής του εν λόγω βίντεο αναγνωρίζεται ο Εμπορικός Σύλλογος Αθηνών, η πρωτοβάθμια επαγγελματική συνδικαλιστική οργάνωση των εμπόρων, ενεργά μέλη της οποίας είναι επιχειρηματίες οι οποίοι δραστηριοποιούνται στην ευρύτερη περιοχή των Αθηνών.<sup>18</sup>

Ως περιεχόμενο μηνύματος αντιλαμβανόμαστε το βίντεο, ως επικοινωνιακό σύστημα σημαινόντων και σημαινομένων στοιχείων. Η ερμηνευτική πλοήγηση του μηνύματος στην παρούσα περίπτωση δεν παρουσιάζει ιδιαίτερες δυσκολίες, αφού τα πλάνα είναι επαναλαμβανόμενα, ακολουθώντας ένα

---

λόγο στον τομέα της πολιτικής επικοινωνίας και κυρίως της πολιτικής προπαγάνδας, δίνοντας ιδιαίτερη βαρύτητα στην πρόθεση του πομπού και στη διαδικασία πειθούς του δέκτη (Μακουέιλ, Βιντάλ, 1991, σ. 38). Για την ανάλυση της επικοινωνιακής διαδικασίας έχουν προταθεί πολλά μοντέλα, άλλα επισημαίνοντας το στοιχείο της ανάδρασης από πλευράς του δέκτη (Braddock, 1958) και άλλα δίνοντας βαρύτητα στο επικοινωνιακό πράττειν ως κοινωνική σχέση μη νομοτελειακού χαρακτήρα (Schramm, 1954 και Riley and Riley, 1959).

17. Πρώτον, ο κινηματογραφιστής είναι που επιλέγει εκ των προτέρων ποιες σκηνές θα καταγραφούν. Δεύτερον, η κάμερα από τη φύση της δεν μπορεί να θεωρηθεί αντικειμενικός παρατηρητής, αφού η επιλογή των σκηνών είναι αναπόφευκτη λόγω του περιορισμένου οπτικού πεδίου των φακών και, τρίτον, η διαδικασία του μοντάζ συνεισφέρει καταλυτικά στη διαδικασία διαμόρφωσης του τελικού κινηματογραφικού προϊόντος (Balıkcı, 1998, σ. 104).

18. Καθόλη τη διάρκεια του βίντεο εμφανίζεται το διακριτικό σήμα του Εμπορικού Συλλόγου. Το γεγονός επίσης ότι το συγκεκριμένο υλικό υλοποιήθηκε υπό την αιγίδα του Εμπορικού Συλλόγου Αθηνών αναδεικνύεται και από τους εναρκτήριους τίτλους, οι οποίοι και περιλαμβάνουν την εξής πρόταση «Ο Εμπορικός Σύλλογος Αθηνών παρουσιάζει: Η εξαργύρωση της Ολυμπιακής Επενδύσεως».

συγκεκριμένο μοτίβο εικονοληψίας και μουσικής επένδυσης, χρησιμοποιώντας τέλος λεζάντες<sup>19</sup> συνοδευτικές της προβαλλόμενης εικόνας. Κατ'επέκταση, η σημειολογική ανάλυση του μηνύματος στην παρούσα περίπτωση παρουσιάζει την εξής εσωτερική δομή: ξεκινώντας με ένα μακρινό («long shot») μικρής γωνίας πλάνο («low-angle») (η κάμερα είναι επί της ουσίας είναι στραμμένη προς τα πάνω) της Βουλής των Ελλήνων (σημαίνον), απεικονίζει τη δύναμη και εξουσία που αντιπροσωπεύει η Βουλή ως σύμβολο της πολιτειακής εξουσίας (σημαινόμενο). Πρόκειται, όμως, για μια εξουσία, που, αν και φαίνεται να δεσπόζει επιβλητικά, τα θεμέλιά της νοσούν. Το στοιχείο της μετωνυμίας<sup>20</sup> («metonymy») είναι ιδιαίτερα ορατό στο πλάνο αυτό. Η βουλή παρουσιάζεται ως η κορυφή του παγόβουνου, στους πρόποδες του οποίου βρίσκεται ο εμπορικός δρόμος της Ερμού, αναπαραστώντας κατ'αυτόν τον τρόπο τη δυναμική των σχέσεων εμπορίου και κράτους.<sup>21</sup>

Πώς απεικονίζεται όμως το παραπάνω δίπολο; Από τη μια, προβάλλονται εικόνες της άτυπης αγοράς. Χρησιμοποιώντας μακρινά πλάνα, τα οποία καταγράφουν την ευρύτερη κατάσταση, δίνοντας έμφαση στην κίνηση της αγοράς και στις ευρύτερες συνθήκες που λαμβάνουν χώρα τα αφηγούμενα γεγονότα, μεταδίδονται εικόνες μεταναστών μικροπωλητών (σημαίνον) που δραστηριοποιούνται στην περιοχή του ιστορικού εμπορικού τριγώνου. Τα πλάνα σχεδόν επαναλαμβάνονται, συνοδευόμενα με την ίδια μουσική επένδυση, με τη διαφοροποίηση μόνο ότι η κάμερα ανά περιόδους εστιάζει («zoom in») στα προς πώληση εμπορεύματα. Σκοπός δεν είναι η προσωποποίηση του προβλήματος<sup>22</sup> αλλά η καταγραφή και προβολή ενός νοσηρού για το νόμιμο εμπόριο περιβάλλοντος υπό το βλέμμα ενός εξωτερικού παρατη-

19. Οι λεζάντες συστήνουν το γλωσσικό μήνυμα το οποίο εξυπηρετεί έναν και μόνο σκοπό: το να στρέψει την οπτική του ακροατή προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση. Όπως αναφέρει και ο Barthes «...μέσα από ένα συχνά λεπτεπίλεπτο *dispatching*, έναν κατανομέα, τον τηλεκατευθύνει (τον αναγνώστη/ακροατή) προς μία εκ των προτέρων επιλεγμένη έννοια» (Barthes, 1988, σ. 48), ένα στοιχείο το οποίο είναι πολύ έντονο στο συγκεκριμένο βίντεο.

20. Στην σημειολογία η μετωνυμία χρησιμοποιείται για να εκφράσει την ύπαρξη συσχετίσεων και σχέσεων μεταξύ σημείων οι οποίες στηρίζονται σε κοινά αποδεκτούς κώδικες σκέψης και επεξεργασίας νοημάτων (Berger, 1982, σ. 33).

21. Στο σημείο αυτό η μουσική επένδυση (η οποία έχει ένα μονότονο αλλά γρήγορο τέμπο) σε ανατολίτικους ρυθμούς, σε συνδυασμό με τη λεζάντα «Σάββατο, 14/04/2007, Μεσημέρι, 150μ. από τη Βουλή των Ελλήνων», της οποίας προηγείται ένα *fade out* (κλείσιμο του πλάνου) και έπεται ένα *fade in* (άνοιγμα του πλάνου), έρχεται να ενισχύσει τη δυναμική της εικόνας και να επισημάνει την έναρξη της αφήγησης περί σχέσεων εμπορίου και κράτους.

22. Γι' αυτό άλλωστε δεν χρησιμοποιούνται κοντινά πλάνα («close-up») αλλά προτιμούνται τα μακρινά ή ακόμα και τα μεσαία.

ρητή. Η λεζάντα που επαναλαμβάνεται είναι «Παράνομο εμπόριο (λαθρεμπόριο), κατάληψη πεζοδρομίου, φοροδιαφυγή, αθέμιτος ανταγωνισμός», κατηγορίες οι οποίες αντανakλούν τις διαστάσεις που τείνει να λαμβάνει το πρόβλημα τόσο για τους καταναλωτές (κατάληψη πεζοδρομίου), για το κράτος (φοροδιαφυγή) και για τους ίδιους τους εμπόρους (αθέμιτος ανταγωνισμός).

Το άλλο πρόσωπο του Κάιν είναι οι παραβάσεις που κατ'εξακολούθηση γίνονται από τους ίδιους τους επιχειρηματίες. Ιδιωτικά αυτοκίνητα σταθμευμένα σε πεζόδρομους (παράνομη στάθμευση), προϊόντα στοιβαγμένα στα πεζοδρόμια (παράνομη κατάληψη πεζοδρομίου), φορτηγά σταθμευμένα σε πεζοδρόμια (μη τήρηση ωραρίου τροφοδοσίας, παράνομη στάθμευση), πάγκοι μικροπωλητών (αμφίβολη άδεια), συστήνουν μια άλλη σημαντική κατηγορία σημαινόντων. Η εικονοληψία ακολουθεί και στο σημείο αυτό το ίδιο μοτίβο, με μακρινά πλάνα («long shots») και την ίδια μουσική επένδυση, προκειμένου να καταγράψει τη χαοτική<sup>23</sup> κατάσταση που επικρατεί στο εμπόριο.

Η χαοτική αυτή κατάσταση, όμως, διαιωνίζεται χωρίς καμία παρέμβαση ή προθυμία από την πλευρά της πολιτείας για επίλυση του ζητήματος. Τα εκτελεστικά όργανα, που στην προκειμένη περίπτωση είναι η δημοτική αστυνομία, φαίνεται να διακατέχονται από μια άκρατη αναληγσία και απροθυμία δράσης. Η στάση αυτή της δημοτικής αστυνομίας απεικονίζεται στα ακόλουθα πλάνα:<sup>24</sup> α. Μεσαίο πλάνο («medium shot») – το οποίο χρησιμοποιείται για να αποδώσει τη σχέση των ατόμων με το γύρω περιβάλλον – δύο αστυνομικών να στέκονται στη μέση του δρόμου και να συζητάνε ενώ τριγύρω λαμβάνουν χώρα αποκάλυπτα παράνομες εμπορικές δραστηριότητες. Η λεζάντα που χρησιμοποιείται είναι «Μα πού είναι η Δημοτική Αστυνομία;» και η μουσική επένδυση είναι ένα νανούρισμα, το οποίο εξυπηρετεί δύο σκοπούς: πρώτον, τη διακωμώδηση της απραξίας της ιθύνουσας αρχής και, δεύτερον, τη δυσκαμψία των αρχών έναντι κυκλωμάτων τα οποία δρουν και συνδιαλέγονται με εκπληκτικούς ρυθμούς. β. Με μεσαίο πλάνο («medium shot») απεικονίζεται ένας αστυνομικός να διώχνει με χειρονομίες αλλοδαπούς μικροπωλητές, οι οποίοι, με τη σειρά τους, νωχελικά μαζεύουν τα προϊόντα τους. Ως μουσική επένδυση χρησιμοποιείται εδώ στρατιωτικό εμβατήριο και η λεζάντα «Φύγετε από εδώ παλιόπαιδα». Ενώ το σημαινόμενο περιεχόμενο

23. Η λέξη Χάος επαναλαμβάνεται ως λεζάντα κατά τη διάρκεια του video.

24. Επιλέξαμε να παρουσιάσουμε την ανάλυση κάποιων επιλεγμένων στιγμιότυπων, το περιεχόμενο των οποίων παρουσιάζει κάποια σημειολογική διαφοροποίηση και όχι να προβούμε σε μια εξονυχιστική περιγραφή όλων των σκηνών.

είναι το ίδιο όπως και στην προηγούμενη περίπτωση, ενδιαφέρον έχει η επιλογή του εμβλητικού το οποίο συνδέεται με την ενίσχυση του πολεμικού πνεύματος, της τάξης και πειθαρχίας και διαφύλαξης της ασφάλειας. Με τρόπο καυστικό αποδίδονται εδώ οι συνθήκες υπό τις οποίες λαμβάνει χώρα ο «πόλεμος» κατά του παράνομου εμπορίου. Θα πρέπει να επισημάνουμε στο σημείο αυτό το γεγονός ότι η χρήση του εμβλητικού –όπως και σε επόμενες σκηνές με σημαίνοντα σημεία την αρβύλα<sup>25</sup> και μοτοσυκλέτα αστυνομικών<sup>26</sup>– συστήνουν βασικούς κωδικούς,<sup>27</sup> μέσω των οποίων αναπαρίσταται και διαχέεται η έννοια της ομηρίας του νόμιμου εμπορίου και αναληθσίας των ιθυνόντων. Τα προαναφερόμενα σημεία αποτελούν κοινά αναγνωρίσιμα σύμβολα εξουσίας και πολιτικής προστασίας,<sup>28</sup> τα οποία είναι στενά συνδεδεμένα με την έννοια του κράτους και αυτοσυντήρησης αυτού. Οι συνειρμοί που ενεργοποιούν μάλιστα στη κοινή συνείδηση διακατέχονται από ένταση, παράγοντας δίπολα όπως εχθρός-σύμμαχος, ασφάλεια-απειλή.

Η δημοτική, όμως, αστυνομία κατέχει τη θέση εκτελεστικού οργάνου εξουσίας. Ως κύριος υπεύθυνος της προαναφερθείσας αταξίας αναγνωρίζεται και καταδεικνύεται η πολιτειακή εξουσία. Χρησιμοποιώντας μακρινά πλάνα («long shots») της πλατείας Κοιζιά, η κάμερα αρχικά εστιάζει σε μετανάστες μικροπωλητές που κάθονται στην πλατεία, ενώ έπειτα εστιάζει («zoom in») στο δημαρχείο. Τα παραπάνω δύο πλάνα λειτουργούν ως οπτικοακουστική καταγγελία της αναληθσίας που επιδεικνύουν οι ιθύνοντες. Η απειλή δεν είναι άορατη, αφού τείνει να δραστηριοποιείται ακόμα και μπροστά από το δημαρχείο, το οποίο αποτελεί μία από τις παρυφές της πολιτειακής εξουσίας. Η μουσική που συνοδεύει τα παραπάνω πλάνα είναι το τρα-

25. Σε επόμενη σκηνή η κάμερα ακολουθεί δύο αστυνομικούς, οι οποίοι περνούν μπροστά από αλλοδαπούς μικροπωλητές, χωρίς επί της ουσίας να παρεμβαίνουν στα τεκταινόμενα. Η κάμερα εστιάζει («zoom in»), όταν ο ένας αστυνομικός σηκώνει με το πόδι του ένα χαρτόνι που καλύπτει την κούτα ενός αλλοδαπού μικροπωλητή. Συνοδευόμενη λεζάντα: «Τι να χρησιμοποιούν οι αρβύλες των δημοτικών αστυνόμων»

26. Με μεσαίο πλάνο για μία ακόμα φορά παρουσιάζεται ένας αστυνομικός σε μοτοσυκλέτα, ο οποίος σταματάει μπροστά στους αλλοδαπούς και περιμένει να φύγουν. Ως μουσική επένδυση χρησιμοποιείται η σάλπιγγα του ιππικού, σηματοδοτώντας την παρουσία και διενέργεια του «έφιππου» σώματος ασφαλείας.

27. Πρόκειται για τους αποκαλούμενους manifestation codes, οι οποίοι υποδηλώνουν κοινωνικούς ρόλους.

28. Εδώ πρόκειται επί της ουσίας για μια κοινή τακτική των μαζικών μέσων επικοινωνίας. Το μήνυμα κωδικοποιείται στη βάση κοινών αναπαραστάσεων, οι οποίες με τη σειρά τους είναι πολιτισμικά και κοινωνικά παραγόμενες (Eco, 1972).

γούδι Nikita του Elton John, από το οποίο υποτιτλίζονται<sup>29</sup> μόνο μερικοί στίχοι και το οποίο, σε τελική ανάλυση, επιτελεί δύο βαρύνουσας σημασίας σημειολογικές λειτουργίες. Πρώτον, το πρόβλημα προσωποποιείται. Σε αντίθεση με προηγούμενα πλάνα, εδώ οι ευθύνες επιρρίπτονται στο δήμαρχο των Αθηνών ως κεφαλή μιας αρχής η οποία εμφανίζεται ανίκανη να επιτελέσει το βασικό της ρόλο: να διασφαλίσει τη βιωσιμότητα του δήμου. Το ερώτημα, όμως, είναι: πρόκειται περί ανικανότητας ή αδιαφορίας; Η απάντηση βρίσκεται στο περιεχόμενο των στίχων που επέλεξαν να υποτιτλίσουν- «Με βλέπεις ποτέ στον ύπνο σου; Διαβάζεις ποτέ τα γράμματά μου;»- το οποίο επιβάλλει να σταθούμε σε ένα δεύτερο σημείο ανάλυσης. Μέσω των προαναφερόμενων στίχων εκφράζεται με λυρικό τρόπο α. η κατάσταση του σύγχρονου ελληνικού πολιτικού γίνεσθαι, με έμφαση στην απόσταση που υφίσταται μεταξύ κυβερνομένων και κυβερνόντων, και β. η αδιαφορία που επιδεικνύουν οι ιθύνοντες απέναντι στα προβλήματα που αντιμετωπίζει το κύριο σώμα του λαού.<sup>30</sup>

Τέλος, μια άλλη αναλυτική οπτική του υλικού σχετίζεται με την πολιτιστική κληρονομιά της Ελλάδας, τη θέση της στην παγκόσμια κοινωνία και το κόστος που καλείται να πληρώσει από την άναρχη εικόνα που παρουσιάζει η αγορά του σήμερα. Η έννοια αυτή εκφράζεται μέσω της ακόλουθης σεκάνς σκηνών: αρχικά έχουμε ένα μακρινό πλάνο («long shot») της πλατείας Μοναστηρακίου και των παράνομων εμπορικών δραστηριοτήτων που λαμβάνουν χώρα εκεί. Η λεζάντα που συνοδεύει το πλάνο είναι «Ευρωγιουσουρούμ».<sup>31</sup> Εν συνεχεία μεταφερόμαστε στην οδό Άρεως, ακολουθώντας ένα group με τουρίστες που επισκέπτεται την Αρχαία Αγορά. Με μεσαίο πλάνο («medium shot») η κάμερα καταγράφει τα αρχαία μνημεία και η λεζάντα που

29. Ο υποτιτλισμός λαμβάνει χώρα εδώ προκειμένου να δώσει έμφαση στο περιεχόμενο των στίχων, το οποίο στην προκειμένη περίπτωση λειτουργεί ως σημειολογικός κώδικας.

30. Σύμφωνα και με τα πορίσματα της έρευνας πεδίου, το 78,7% των ερωτωμένων του κέντρου έδωσαν αρνητική απάντηση στο ερώτημα αν πιστεύουν ότι οι αρμόδιες υπηρεσίες του κράτους ενδιαφέρονται για τα προβλήματά τους. Το 3,3% ανέφεραν ναι, ενώ τέλος το 10,5% απάντησαν εν μέρει.

31. Η λέξη *Ευρωγιουσουρούμ* αποτελεί ένα νεολογισμό ο οποίος συντάσσεται στη βάση των εξής εννοιών: του ευρωπαϊκού ανήκειν και του γιουσουρούμ. Θα πρέπει να σταθούμε στο γεγονός ότι η ιδέα του ευρωπαϊκού ανήκειν όσον αφορά την περίπτωση της Ελλάδας δεν είναι απόλυτα αποσφηνισμένη. Μια σειρά από ιστορικές και πολιτικοοικονομικές μελέτες καταδεικνύουν ένα και μόνο γεγονός, ότι το ελληνικό κράτος ή πιο συγκεκριμένα η ελληνική κοινωνία, ακόμα και σήμερα ταλανίζεται από ένα σημαντικό για τη συγκρότηση της ταυτότητά της ερώτημα: «Ανήκουμε στην Ανατολή ή στη Δύση;» (Για περισσότερες πληροφορίες πέρα από το κλασικό πα έργο του Ρενιέρη (1942), «Τι είναι η Ελλάς; Ανατολή ή Δύσις», μεγάλο ενδιαφέρον πα-

χρησιμοποιείται εδώ αναφέρει «Τι υπέροχος διάκοσμος για τα μνημεία μας». Το βίντεο τελειώνει με την εξής φράση: «Τέλος, δυστυχώς δεν υπάρχει τέλος», η οποία εκφράζει το φαύλο κύκλο μέσα στον οποίο έχει εγκλωβιστεί το ελληνικό εμπόριο.

Το εν λόγω υλικό, σύμφωνα και με τα ποιοτικά δεδομένα που προέκυψαν από την επιτόπια έρευνα που διεξήχθη, προοριζόταν να προβληθεί από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και μάλιστα από γνωστό τηλεοπτικό σταθμό. Σκοπός ήταν να μεταδοθούν τα προαναφερόμενα οπτικοακουστικά μηνύματα στο ευρύ κοινό, μια τακτική η οποία και επρόκειτο να εξυπηρετήσει τα εξής: πρώτον, να γνωστοποιήσει με καταγγελτικό τρόπο το γεγονός ότι, ενώ η αγορά μαστίζεται από την απειλή του παρεμπορίου, μια απειλή η οποία είναι ορατή, παράλα αυτά δεν λαμβάνονται τα απαραίτητα μέτρα για την αντιμετώπισή της· δεύτερον, έχει ως σκοπό, από τη μια, την κινητοποίηση της κοινής γνώμης και, από την άλλη, την ενεργοποίηση της ταυτότητας του σώματος των εμπόρων. Στόχος είναι, και στις δύο αυτές περιπτώσεις, η συγκρότηση της κοινής συναίνεσης και κατ' επέκταση η έμμεση προώθηση των προτεινόμενων μέτρων προς αντιμετώπιση της απειλής τού, όπως επανειλημμένα αναφέρουν οι ίδιοι, λαθρεμπορίου. Τα μέτρα αυτά αφορούν προτάσεις που επίσημα έχει καταθέσει ο εμπορικός σύλλογος Αθηνών, που όμως δεν έλαβαν την απαραίτητη προσοχή από το κράτος.<sup>32</sup>

Αναλύοντας την παραπάνω αντίδραση του Εμπορικού Συλλόγου Αθηνών παρατηρούμε ότι η αναπαράσταση του παράνομου εμπορίου έχει οικονομικές, κοινωνικές και πολιτικές διαστάσεις. Αυτό που δεν είναι άμεσα αντιληπτό και αποτελεί ένα δεύτερο επίπεδο «ανάγνωσης» είναι το γεγονός ότι πίσω από την απειλή του παράνομου εμπορίου υποβόσκει για μία ακόμα φορά η απαξίωση που εισπράττουν οι επιχειρηματίες του κέντρου των Αθηνών από τους «άρχοντες» του κρατικού μηχανισμού. Το παρόν βίντεο έχει επί της ουσίας ένα κεντρομόλο νοηματικό άξονα: τη στάση των αρχών έναντι μιας κα-

---

ρουσιάζουν τα δημοσιευμένα πρακτικά του Α' Ευρωπαϊκού Συνεδρίου Νεοελληνικών Σπουδών που έλαβε χώρα στο Βερολίνο τον Οκτώβριο του 1998). Η επιθυμητή πολιτισμική και κοινωνική σύμπραξη με τα αναπτυσσόμενα κράτη της Δύσης έρχεται στην ελληνική συνείδηση σε σύγκρουση με τους άρρηκτους δεσμούς που την ενώνουν με την Ανατολή, γεγονός που με τη σειρά του παράγει μια σχιζοφρενική σχεδόν αντίληψη για τη θέση της Ελλάδας στην παγκόσμια κοινωνία, από τη μια, αλλά για την συγκρότηση της εθνικής ταυτότητας, από την άλλη (για ζητήματα κατασκευής της εθνικής ταυτότητας βλ. Anderson B., 1997, *Φαντασιακές κοινότητες: Στοχασμοί για τις απαρχές και τη διάδοση του εθνικισμού*, μτφ. Χαντζαρούλα, Αθήνα, Νεφέλη).

32. Την επίσημη θέση του Εμπορικού Συλλόγου –σύμφωνα με τα πεπραγμένα του ΔΣ τον Ιούνιο του 2007 – μπορεί κανείς να αναζητήσει στο <http://www.esathena.gr/modules/article/view.article.php/c101/313>.

τάστασης, η οποία τείνει να διαιωνίζεται και να αναπαράγεται χωρίς, όπως αναφέρουν οι ίδιοι οι έμποροι, να υπάρχει κάποιο τέλος. Στο επίκεντρο της διαμάχης για μια ακόμα φορά τοποθετούνται οι σχέσεις εμπόρων και κράτους και η αγωνία από την πλευρά του εμπορικού κύκλου των Αθηνών να ανακτήσει τον έλεγχο των συνθηκών της σύγχρονης αγοράς.

#### 4. Συμπεράσματα – προς μία σύνθεση

Στις προηγούμενες ενότητες παρακολουθήσαμε πώς οι έμποροι του ιστορικού κέντρου της Αθήνας προσεγγίζουν, αντιδρούν και, σε ένα δεύτερο επίπεδο ανάλυσης, νοσηματοδοτούν δύο μείζονος σημασίας προβλήματα: τις διαδηλώσεις, από τη μια, και το παράνομο εμπόριο, από την άλλη. Το σημείο εκείνο, όμως, που παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον είναι ότι σύμφωνα με τα στατιστικά δεδομένα της έρευνας πεδίου που διεξήχθη από το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών, στην ερώτηση «ποια θεωρείτε τη μεγαλύτερη απειλή για το κατάστημα/επιχείρησή σας»<sup>33</sup> το 11,8% των επιχειρηματιών του κέντρου απάντησε αυθόρμητα ο ανταγωνισμός, το 11,4% η οικονομική κρίση, ενώ οι πορείες/απεργίες συγκέντρωσαν μόλις το 7% και οι αλλοδαποί το 2,9%. Θα πρέπει, επίσης, να επισημάνουμε ότι το 4,6% ανέφερε ως μεγαλύτερη απειλή για τη βιωσιμότητα της επιχείρησής τους την πολιτική του κράτους.

Το στοιχείο εκείνο που αναδεικνύεται μέσα από τα δεδομένα είναι ότι, ενώ το πρόβλημα των πορειών και του παρεμπορίου αναγνωρίζεται ως παράμετρος ανασταλτική για την υγιή λειτουργία της αγοράς, από την άλλη πλευρά οι συνθήκες οικονομικού ανταγωνισμού είναι που *συγκριτικά* απασχολούν πιο έντονα τους επιχειρηματίες. Ο ελεύθερος ανταγωνισμός, η αναδιάρθρωση της οικονομικής γεωγραφίας με την ανάπτυξη νέων εμπορικών κόμβων και την ενίσχυση των λεγόμενων εμπορικών πολυχώρων αποτελούν πια γεγονότα τα οποία τείνουν να απειλούν τη βιωσιμότητα των ευάλωτων μικρομεσαίων επιχειρήσεων, επιφέροντας σημαντικές αλλαγές στον εμπορικό και καταναλωτικό κόσμο εν γένει. Από την άλλη πλευρά, η διενέργεια του παράνομου εμπορίου έρχεται να επισημάνει στη συνείδηση των εμπόρων το γεγονός ότι η σύγχρονη ελληνική αγορά ταλανίζεται από απειλές οι οποίες δρουν ανε-

---

33. Τονίζουμε ότι τα υψηλότερα ποσοστά συγκέντρωσε η κατηγορία κλοπές αλλά θα πρέπει να επισημάνουμε ότι το αποτέλεσμα αυτό οφείλεται στη σύνταξη και δομή του ερωτηματολογίου και πιθανότατα όχι στις πραγματικές πεποιθήσεις των ερωτώμενων.

ξέλεγκτα υπό την ανοχή της κρατικής εξουσίας. Κατ' επέκταση, το κράτος από συνεργάτη του παραδοσιακού εμπορικού κόσμου, φαίνεται να μετατρέπεται τώρα σε απλό παρατηρητή και πολλές φορές θιασάρχη μιας κατάστασης η οποία στρέφεται εις βάρος των ίδιων. Οι σχέσεις κράτους και του παραδοσιακού εμπορικού κύκλου, όπως είναι εμφανές, έχουν αρχίσει ήδη να αλλάζουν και να αναδιαρθρώνονται σε μια καινούργια βάση.

Κατ' επέκταση, αν και η απειλή του συναθροίζεσθαι και του παρεμπορίου συστήνουν ορατά προβλήματα, στην προκειμένη περίπτωση τείνουν να καταλαμβάνουν τη θέση του αποδιοπομπαίου τράγου (Douglas, 1995), να μετατρέπονται δηλαδή σε εξιλαστήρια θύματα για την οικονομική και πολιτική εκτόνωση της πίεσης που υφίστανται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Το αίτημα για προσαρμογή, στις νόρμες του σύγχρονου οικονομικού ανταγωνισμού, όπως είναι φυσικό, συνεπάγεται προβλήματα και δυσχέρειες, οι οποίες και γίνονται ακόμα πιο πιεστικές με τη φαινομενική τουλάχιστον άρση της εύνοιας του κράτους. Η αδιαφορία του κράτους να προβεί και να υλοποιήσει ένα ρυθμιστικό σχέδιο όσον αφορά τις πορείες αλλά και το παράνομο εμπόριο, η, κατά την άποψη των εμπόρων, άρνησή του να περιφρουρήσει τις επιχειρήσεις στο κέντρο της Αθήνας, αποτελούν για τους επιχειρηματίες ένδειξη της πολιτικής και κοινωνικής απαξίωσής τους. Μοναδικός τρόπος αποσυμφόρησης μιας τέτοιας τεταμένης οικονομικό-πολιτικής κατάστασης, η μεταβίβαση των ευθυνών σε δύο ήδη υπάρχοντα προβλήματα και η συλλογική-θεσμική και μη θεσμική-αντίδρασή τους ως μοναδική και δυνατότητα δράσης τους.

Τα ερωτήματα που φυσικά παραμένουν ανοικτά είναι τι σηματοδοτούν οι εξελίξεις αυτές και ποιες θα είναι οι επιπτώσεις στο σύγχρονο κοινωνικό ιστό. Ερωτήματα τα οποία όμως απαιτούν μια διαφορετικού τύπου ανάλυση η οποία και ξεπερνάει τα όρια αλλά και τους στόχους της παρούσας μελέτης.

## Βιβλιογραφία

### Ελληνόγλωσση

- Balíkci, 1998, «Η κάμερα και ο άνθρωπος», στο Νικολακάκης (επιμ.), *Εθνογραφικός κινηματογράφος και ντοκιμαντέρ: θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις*, Αθήνα, Αιγόκερως, σ. 76-101.
- Banks M., 1998, «Ποια φιλμ είναι εθνογραφικά;», στο Νικολακάκης (επιμ.), *Εθνογραφικός κινηματογράφος και ντοκιμαντέρ: θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις*, Αθήνα, Αιγόκερως, σ. 113-127.



- Barthes R., 1988, *Εικόνα-Μουσική-Κείμενο* (μτφ. Σπανός), Αθήνα, Πλέθρον.
- Jodelet D., 1995, «Κοινωνική αναπαράσταση: Φαινόμενα, έννοια και θεωρία», στο Παπαστάμου-Μαντόγλου (επιμ.), *Σύγχρονες έρευνες στην κοινωνική ψυχολογία-κοινωνικές αναπαραστάσεις*, Αθήνα, Οδυσσέας, σ. 124-163.
- Κωνσταντινίδου Χ., 2001, «Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και η παραγωγή νοήματος. Θεωρητικές προσεγγίσεις και προοπτικές», στο *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, τεύχ. 108-109, Β' - Γ', σ. 139-189.
- McQuail D., and Windahi S., 1993, *Μοντέλα επικοινωνίας: για τη μελέτη των μέσων μαζικής ενημέρωσης* (μτφ. Παπαθανασόπουλος Σ.), Αθήνα, εκδ. Καστανιώτης.
- Νικολακάκης Γ. (επιμ.), 1998, *Εθνογραφικός κινηματογράφος και ντοκιμαντέρ*, Αθήνα, Αιγόκερως.
- Παπανούτσος Ε., 1949, *Ηθική*, Αθήνα, Ίκαρος.
- Σεραφετινίδου Μ., 2002, *Εισαγωγή στην Πολιτική Κοινωνιολογία*, Αθήνα, Gutenberg.
- Χατζηγιάννου Μ.Χ. και Μαυροειδή Μ., 2002, *Εμπορικός Σύλλογος Αθηνών 1902-2002: Ιστορική αναδρομή στη συλλογική συνείδηση των εμπόρων*, Αθήνα, Κέρκυρα.

### Ξενογλώσση

- Berger A., 1982c, *Media analysis techniques*, Beverly Hill, Sage.
- Collins, 1996, *Marxism and law*, Oxford University Press.
- Douglas T., 1995, *Scapegoats: Transferring blame*, London, Routledge.
- Eco U., 1972, «Towards a semiotic inquiry into the television message», Corner and Hathorn (eds), *Communication Studies: an introductory reader*, 1989, London, Edward Arnold.
- Gurr T. R., 1970, *Why men rebel*, N.J, Princeton University Press.
- Lasswell H. D., 1948, «The structure and function of communication in society», in Bryson (ed.), *The Communication of Ideas*, ed. Bryson, New York, Harper and Brothers.
- McAdam D., Tarrow S. and Tilly C., 2001, *Dynamics of contention*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Riley J.W. and Riley M.W., 1959, «Mass communication and the social system», in Merton R.K. et al. (eds), *Sociology Today*, New York, Basic Books.
- Schramm W., 1954, «How communication works», W. Schramm (ed.), *The process and effects of mass communication*, Urbana, University of Illinois Press.
- Tilly C., 2002, *Stories, identities and political change*, Lanham, Rowman & Littlefield.
- Tarrow S., 1998, *Power in movement: social movements and contentious politics*, Cambridge, Cambridge University Press.

