

Οδός Ιπποκράτους: απόπειρα χαρτογράφησης ενός δρόμου στο κέντρο της πόλης

Ρωζάνη Κανταντζόγλου

Στο παρόν κείμενο συνοψίζονται τα ευρήματα έρευνας που πραγματοποιήθηκε το 2007-8 στο πλαίσιο της Αριστείας II του ΙΑΑΚ *Τάσεις κοινωνικού μετασχηματισμού στον αστικό χώρο: κοινωνική αναπαραγωγή, κοινωνικές ανισότητες και κοινωνική συνοχή στην Αθήνα του 21^{ου} αιώνα*.

Η θεώρηση του χώρου ως αδρανούς και δεδομένου πλαισίου όπου φιλοξενούνται και αποτυπώνονται κοινωνικές σχέσεις έχει εγκαταλειφθεί εδώ και δεκαετίες, με τη λεγόμενη «χωρική στροφή» και τις συναφείς διερευνήσεις των σχέσεων και της αλληλόδρασης του χωρικού και του κοινωνικού. Στο πλαίσιο αυτό, ο δρόμος, «καταστατικό στοιχείο και προϋπόθεση του αστικού» (Brody 2005: 12-14), προσεγγίζεται μέσω ποικιλίας οπτικών, οι οποίες έχουν σταθεί κριτικά απέναντι στην απαξίωσή του από τους πολεοδόμους και θεωρητικούς του μοντερνισμού (Anderson 1986, Fyfe 2003, Lynch 1960, Celik et al. 1994, Jacobs 1993 [1961], Fournier & Mazzella 2004). Η κριτική αυτή ματιά αναδεικνύει το δρόμο ως προνομιούχο πεδίο διερεύνησης αλλά και ενεργό συνδιαμορφωτή κοινωνικό-χωρικών φαινομένων, τόπο κοινωνίας (Czarnowski 1986), κοινωνικών διεκδικήσεων και συγκρούσεων, μνημονικών επιτελέσεων (Halevi & Blumen 2011, Αθανασίου 2010, Hebbert 2005) συνύπαρξης διαφορετικών ταυτοτήτων και μορφών κοινωνικότητας (Edensor 2003, Καντζά 2010, Σταυρίδης 2010).

Με αφετηρία λοιπόν την παραδοχή του χώρου ως ενεργά εμπλεκόμενου στην παραγωγή κοινωνικών σχέσεων και αντιλήψεων, αποπειράθηκε η «χαρτογράφηση» της οδού Ιπποκράτους στο κέντρο της πόλης, η οποία εστίασε στα εμπορικά καταστήματα του δρόμου, αποδίδοντας ιδιαίτερη σημασία στη διερεύνηση των σχέσεων των καταστηματαρχών με το χώρο που «ενοικούν», ως επιμέρους όψης της ευρύτερης σχέσης του χωρικού με το

κοινωνικό. Η έρευνα ξεκίνησε με την οπτική παρατήρηση της καθημερινότητας του δρόμου, το σχεδιασμό «χαρτών» ανά τετράγωνο και τη λήψη φωτογραφιών. Καταγράφηκαν περί τα 250 καταστήματα που τότε λειτουργούσαν. Στη συνέχεια δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο με σκοπό τη δημιουργία σώματος ποσοτικών δεδομένων. Τέλος πραγματοποιήθηκαν ανοικτές συνεντεύξεις με αριθμό καταστηματαρχών οι οποίες επικεντρώθηκαν στους τρόπους βίωσης και αντίληψης του δρόμου στον οποίον εργάζονται.

Η επιλογή της συγκεκριμένης κατηγορίας «χρηστών» του δρόμου υπογορεύτηκε από το διαθέσιμο για την έρευνα πεδίου χρόνο. Θεμελιώθηκε όμως και στο γεγονός ότι η πολύωρη καθημερινή παραμονή των καταστηματαρχών στον τόπο εργασίας τους παράγει κοινωνικά σημαντικές –και σημαίνουσες– σχέσεις με το ανθρώπινο και υλικό περιβάλλον τους.

Το πεδίο της έρευνας

Η οδός Ιπποκράτους, μήκους σχεδόν 2 χλμ, ξεκινά από την λεωφόρο Αλεξάνδρας και καταλήγει στην Λ. Πανεπιστημίου. Αποτελεί σημαντική αρτηρία πρόσβασης στο κέντρο. Στο μεγαλύτερο μέρος της κυριαρχεί η μικτή χρήση, όπου συνυπάρχει η κατοικία με εμπορικές χρήσεις στα ισόγεια και επαγγελματικές χρήσεις –δικηγορικά γραφεία, ιατρεία, εταιρείες– στους ορόφους των πολυκατοικιών. Το φάσμα των εμπορικών καταστημάτων είναι εξαιρετικά ευρύ, καλύπτοντας κάθε είδους καταναλωτική ανάγκη. Ωστόσο, ήδη από την εποχή της έρευνας, δηλαδή πριν την οικονομική κρίση, το τοπίο των συνεχόμενων εμπορικών επιχειρήσεων κατά μήκος του δρόμου διέκοπταν κλειστά και εγκαταλειμμένα καταστήματα, ιδίως στο «μεσαίο τμήμα» του.

Ως αξιοσημείωτα χαρακτηριστικά του δρόμου εμφανίζονταν οι διαφοροποιήσεις σε ποικίλα επίπεδα: ένα από αυτά αποτελεί η διαφοροποίηση των *χρήσεων* του δρόμου κατά τμήματα. Η οπτική παρατήρηση εντόπισε τμήματα όπως εκείνα μεταξύ της Λ. Αλεξάνδρας και της οδού Φαναριωτών και μεταξύ των οδών Καλλιδρομίου και Διδότου με χαρακτηριστικά τοπικής

γειτονιάς (κατοικίας και εμπορικών τα οποία εξυπηρετούν τις ανάγκες της). Για παράδειγμα, στο πρώτο τετράγωνο που ξεκινά από τη Λ. Αλεξάνδρας, υπήρχε –και διατηρείται ακόμη– μια πλήρης αγορά τροφίμων: δυο κρεοπωλεία, ένα ιχθυοπωλείο, ένα μανάβικο-μπακάλικο, ένα κατάστημα τυροκομικών και ένας φούρνος. Στα αμέσως επόμενα οικοδομικά τετράγωνα, βρίσκονταν, μαζί με εμπορικά πιο «υπερτοπικού» είδους, επιχειρήσεις τεχνιτών – υδραυλικών, ηλεκτρολόγων, κ.λπ., που και αυτές εξυπηρετούσαν και εξυπηρετούν τοπικούς κατοίκους. Αυτά ελαττώνονται καθώς αναπτύσσεται ο δρόμος προς το κεντρικό του τμήμα, ενώ το τμήμα που ξεκινά από τη Σόλωνος και καταλήγει στην Πανεπιστημίου διαφοροποιείται σαφώς ως περιοχή υπερτοπικού χαρακτήρα, όπου κυριαρχούν εμπόριο, επαγγελματική στέγη και θέατρα.

Ένα δεύτερο επίπεδο διαφοροποίησης εντοπίζεται στους *τύπους* χρηστών: πεζοί, οχήματα, περαστικοί, επαγγελματίες και κάτοικοι της περιοχής συνθέτουν το ευρύ και ποικίλο φάσμα των χρηστών του δρόμου.

Αισθητές ήταν –και παραμένουν– και οι διαφορές στο επίπεδο της *εμφάνισης* –όψης, βιτρίνας– των εμπορικών καταστημάτων κατά μήκος της Ιπποκράτους. Καθώς αυτή αναπτύσσεται από το άκρο της Λ. Αλεξάνδρας προς το κέντρο, η εμφάνιση σαφώς πιο σύγχρονων, φροντισμένων και υπερτοπικού είδους εμπορικών διαδέχεται την αισθητική που παραπέμπει σε προηγούμενες δεκαετίες.

Τα παραπάνω οδήγησαν σε δυο μεθοδολογικές επιλογές: καταρχάς, το χωρισμό του δρόμου σε τρία τμήματα με κριτήριο αυτήν την διαφοροποίηση. Το πρώτο –ή «βόρειο»– τμήμα περιέχει τα τετράγωνα από τη συμβολή της Ιπποκράτους με τη Λεωφόρο Αλεξάνδρας έως την οδό Τσιμισκή, το δεύτερο –ή «μεσαίο»– τμήμα τα τετράγωνα από την Τσιμισκή ως την οδό Διδότου και το τρίτο –«νότιο»– τμήμα εκείνα μεταξύ της Διδότου και της κατάληξης της Ιπποκράτους στη συμβολή της με τη Λ. Πανεπιστημίου. Επίσης, ορισμένα είδη εμπορικών συγκεντρώθηκαν σε μια κατηγορία που ονομάστηκε «γειτονιά-κατοικία», με κριτήριο το ότι εξυπηρετούν ανάγκες τοπικών κατοίκων.

Τα 225 ερωτηματολόγια που συμπληρώθηκαν συγκέντρωσαν στοιχεία για την τοποθεσία, την ηλικία και το είδος του εμπορικού, το καθεστώς (ιδιοκτησία ή ενοίκιο) την προηγούμενη χρήση του καταστήματος, τη γεωγραφική κινητικότητα του, τον τόπο κατοικίας του καταστηματάρχη.¹

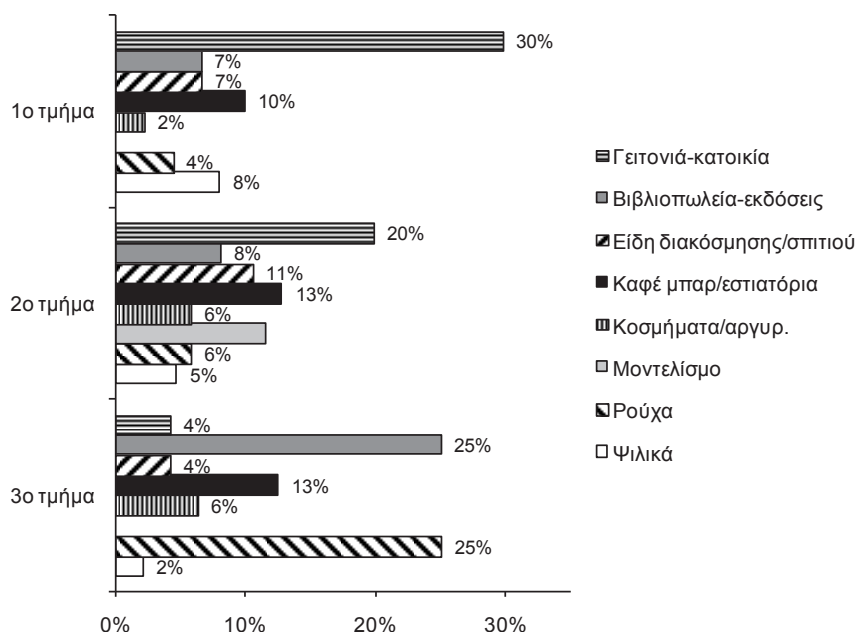
Κατά την περίοδο διεξαγωγής της έρευνας, το 48% των καταστημάτων λειτουργούσε από 0 έως 10 χρόνια, το 16% από 11-20 χρόνια και το 36% πάνω από 21 χρόνια. Το 83% των εμπόρων δήλωσαν ενοικιαστές του χώρου τους, το 17% ιδιοκτήτες. Το 59% παρέμενε στο χώρο της πρώτης εγκατάστασής του, το 12% είχε μετακινηθεί στην τότε τοποθεσία του από άλλο σημείο επί της Ιπποκράτους, το 11% είχε έρθει από άλλο δρόμο της ίδιας περιοχής και το 18% από άλλη περιοχή. Το 30% των εμπόρων κατοικούσαν στην ίδια ή σε κοντινές περιοχές (Γκύζη, Αμπελόκηποι κ.ά).

Παρατηρήσεις και ποσοτικά δεδομένα

Η οπτική παρατήρηση είχε ήδη διαπιστώσει τη σχέση μεταξύ της χωροθέτησης των καταστημάτων και του είδους τους. Τη σχέση αυτή επαλήθευσαν τα ποσοτικά ευρήματα: το 70% των καταστημάτων διατροφής, το 62.5% των κομμωτηρίων και κουρείων, το 54.5% των χρωματοπωλείων και τεχνιτών (υδραυλικών ηλεκτρολόγων, κ.ο.κ.) βρίσκονται στο πρώτο τμήμα της Ιπποκράτους. Τα βιβλιοπωλεία και τα καταστήματα ρούχων, είδη τα οποία θεωρούνται υπέρ-τοπικά, αυξάνονταν θεαματικά στο τελευταίο τμήμα της Ιπποκράτους (Γράφημα 1).

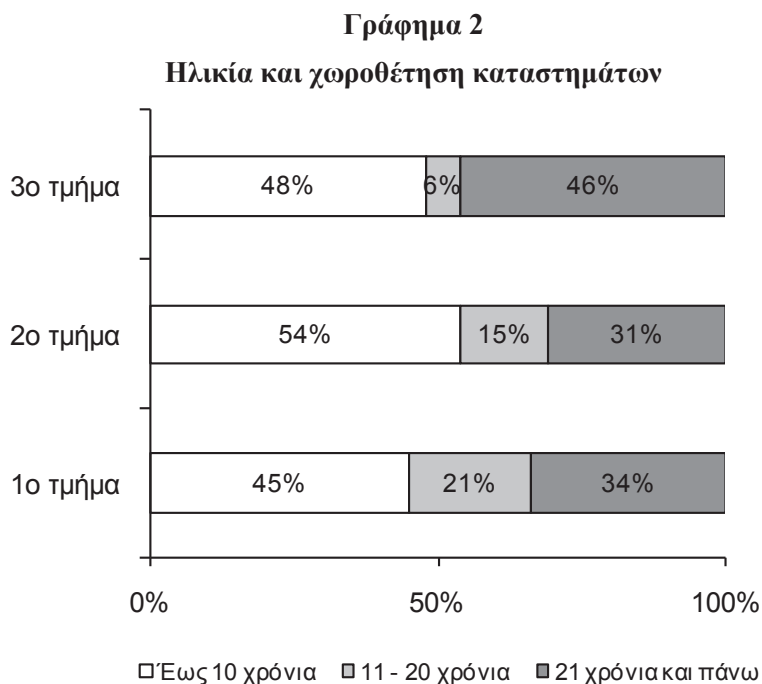
¹ Οι τότε φοιτήτριες του Τμήματος Κοινωνικής Ανθρωπολογίας του Παντείου Φαίη Ράντου και Αφροδίτη Καραγιώργη ανέλαβαν την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων. Συνέβαλαν σημαντικά στο όλο εγχείρημα με τις παρατηρήσεις τους για τη λειτουργικότητα του ερωτηματολογίου και τη μεταφορά των εμπειριών τους στο πεδίο. Ο συνάδελφος Τόλης Λιναρδής με βοήθησε με πολλούς τρόπους στη δημιουργία του ερωτηματολογίου, του αρχείου στατιστικών δεδομένων και τη μορφοποίηση των γραφημάτων. Στην στατιστικό Αντωνία Κορρέ, χρωστώ την επεξεργασία των δεδομένων και την ερμηνεία τους με τρόπο «κοινωνιολογικά κατανοητό». Τους ευχαριστώ όλους.

Γράφημα 1
Είδος και χωροθέτηση καταστημάτων



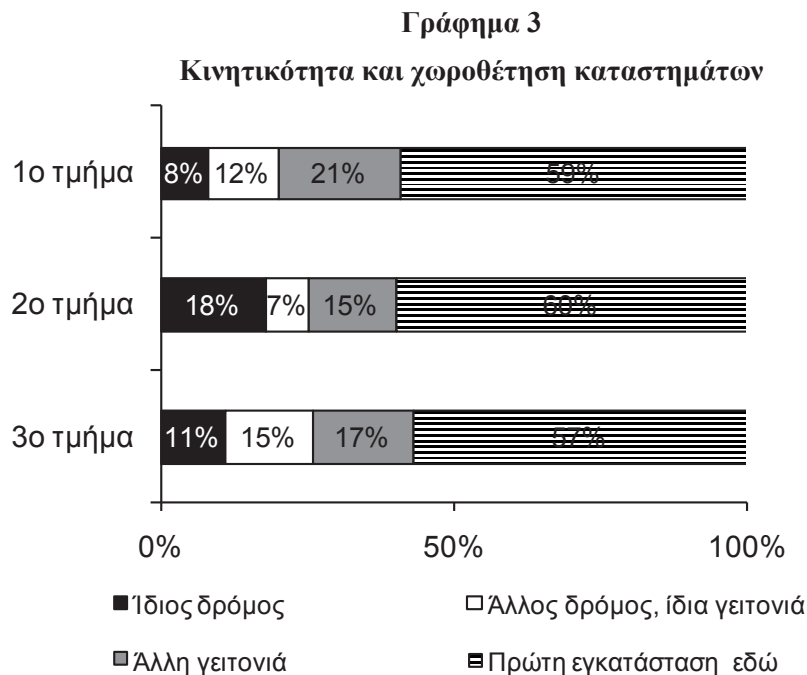
Η ισορροπημένη κατανομή των καταστημάτων εστίασης –καφέ-μπαρ, ψητοπωλεία, μαγειρεία και εστιατόρια– κατά μήκος του δρόμου, αντανακλά το χαρακτήρα της Ιπποκράτους ως «περάσματος» προς το κέντρο. Τα καταστήματα αυτά εξυπηρετούν τοπικές ανάγκες κατοίκων και επαγγελματιών όσο και περαστικών. Στα 2 πρώτα τμήματα της Ιπποκράτους κυριαρχούν ψητοπωλεία και μαγειρεία, ενώ στο 3^ο τμήμα πιο «κοσμοπολίτικης», «σύγχρονης» εμφάνισης καταστήματα.

Ξεχωριστή περίπτωση αποτελεί η «πιάτσα» των καταστημάτων μοντέλων-μοντελισμού, τα οποία βρίσκονται συγκεντρωμένα στο δεύτερο τμήμα της Ιπποκράτους, μεταξύ των οδών Αραχώβης και Διδότου. Αυτά έχουν τη δική τους ιστορία εγκατάστασης στην Ιπποκράτους και αποτελούν «ιδιαιτερότητα» του εμπορικού τοπίου.



Καθόλο το μήκος του δρόμου υπερτερούσαν τα νεότερα καταστήματα (ηλικίας έως 10 ετών). Στο τρίτο, υπερτοπικό τμήμα, υπερτερούσαν ελάχιστα τα νεότερα καταστήματα από τα παλαιότερα (το 46% του συνόλου), ενώ στο πρώτο τμήμα της Ιπποκράτους υπερτερούσαν με σημαντικότερη διαφορά τα νεότερα (45%) έναντι των παλαιότερων (34%). Το υψηλότερο ποσοστό των νεότερων εμπορικών και το χαμηλότερο των παλαιότερων εντοπίστηκαν στο δεύτερο τμήμα του δρόμου (Γράφημα 2).

Ο υπολογισμός με βάση την ηλικία των εμπορικών έδειξε ότι το υψηλότερο ποσοστό των νεότερων εμπορικών (42% του συνόλου) βρίσκεται στο 2^ο τμήμα, ακολουθεί το 1^ο τμήμα με 37%, και το μικρότερο ποσοστό τους (21%) βρίσκεται στο 3^ο τμήμα. Στο δεύτερο –μεσαίο– τμήμα εντοπίστηκαν τα περισσότερα κλειστά μαγαζιά, ένδειξη μιας ήδη τότε φθίνουσας πορείας του εμπορίου.



Με δεδομένη την περιορισμένη γεωγραφική κινητικότητα των εμπορικών, ενδιέφερε να εξεταστεί το κατά πόσο η χωρική σταθερότητα –η διατήρησή της επιχείρησης στο ίδιο σημείο του χώρου– συσχετίζεται με τη θέση τους επί της Ιπποκράτους. Δεν φάνηκε όμως να ισχύει κάτι τέτοιο, καθώς τα ποσοστά τα οποία συγκεντρώνουν τα «σταθερά» εμπορικά δεν διέφεραν σημαντικά κατά τμήμα του δρόμου (Γράφημα 3).

Παρόμοια εικόνα εξάγεται και από τη διασταύρωση γεωγραφικής κινητικότητας και ηλικίας καταστημάτων: σε όλες τις ομάδες ηλικίας υπερτερούσαν τα μαγαζιά που έχουν εγκατασταθεί εξ αρχής στη σημερινή τους θέση (στις νεότερες επιχειρήσεις αποτελούσαν το 52%, στις μεσαίας ηλικίας το 65% και στα παλαιότερα καταστήματα το 66%).

Υψηλά ποσοστά εμφάνιζε η αλλαγή *είδους* του εμπορικού: το 73% των τότε εμπορικών είχε προκύψει από αλλαγή είδους/χρήσης. Οι αλλαγές αφορούσαν πρωτίστως καταστήματα διατροφής τα οποία είχαν κλείσει οριστικά στο πρώτο τμήμα της Ιπποκράτους, καφέ-μπαρ και εστιατόρια (κυρί-

ως στο μεσαίο τμήμα του δρόμου) και χρωματοπωλεία, μαγαζιά υδραυλικών, ηλεκτρολόγων, και άλλων τεχνιτών, κάτι που υποδεικνύει το μετασχηματισμό του χαρακτήρα του δρόμου καθώς και τις διαφορές μεταξύ των τμημάτων του.

Το 23% των εμπορικών είχε εγκατασταθεί σε ίδιο είδους μαγαζί, χωρίς δηλαδή να υπάρξει αλλαγή χρήσης/εμπορεύματος. Στο πρώτο και το τελευταίο τμήμα της Ιπποκράτους τα καταστήματα είχαν υψηλότερο βαθμό τέτοιας σταθερότητας από εκείνα του μεσαίου τμήματος.

Το σχετικό ερώτημα είχε ως στόχο μια πρώτη αποτύπωση της πρόσληψης του περιβάλλοντος εργασίας τους από τους καταστηματάρχες (Γράφημα 4). Θα πρέπει όμως εδώ να σταθούμε στην επιλογή του όρου «γειτονιά», έννοιας που δοκιμάζεται έντονα από μέρος της θεωρίας του αστικού χώρου, παραμένοντας ταυτόχρονα στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος της κοινωνικής έρευνας.

Ο επιστημονικός λόγος περί παγκοσμιοποίησης και «κοσμοπολιτισμού» αμφισβητεί αυτή καθεαυτή την ύπαρξη της οντότητας «γειτονιά» και τη λογική της «εδραιότητας» (sedentariness), της εγγύτητας και της ομοιογένειας που θεμελιώνουν την παραδοχή της οντότητας αυτής ως πρωτογενούς κυττάρου της αστικής κοινωνίας. Αμφισβητεί επίσης την αναλυτική χρησιμότητα μιας έννοιας που θεωρείται πως παραπέμπει σε παρωχημένο σχηματισμό και είναι ανεπαρκής για την ερμηνεία των σύγχρονων κοινωνικό-χωρικών πρακτικών, τις οποίες οφείλουμε να προσεγγίζουμε με εννοιολογικά εργαλεία της «κινητικής κοινωνιολογίας» («mobile sociology»): «δίκτυα», «ροές», «ρευστότητα» (Urry 2000).

Το κατά πόσο η εικόνα της ομοιογενούς, οικείας, και αλληλέγγυας γειτονιάς αντέχει στην εμπειρική διερεύνηση της κοινωνικής πραγματικότητας, είναι, όπως γνωρίζουμε, αμφίβολο. Εάν ωστόσο προσεγγιστεί από μια λιγότερο εξιδανικευτική οπτική, όπως προτείνει ο Authier (1992), «οι γειτονιές μπορούν ακόμη να αποτελέσουν τόπους σημαντικών χρήσεων (που ποικίλλουν ανάλογα με πληθυσμούς και συμφραζόμενα), αφετέρου (μπορεί να αποδειχθεί πως) αστικές κινητικότητες και σταθερή παραμονή

στον τόπο δε συνιστούν κατ' ανάγκη αντιθετικούς τρόπους του κατοικείν στην πόλη».

Παρά λοιπόν το αναμφισβήτητο μυθοποιητικό και στερεοτυπικό φορτίο της έννοιας «γειτονιά», δεν έχει σημαίνει η ώρα της οριστικής εγκατάλειψής της, ιδιαίτερα όσον αφορά την οπτική που επικεντρώνεται, πέρα από την εμπειρική επαλήθευση μιας «πραγματικότητας», στις αναπαραστάσεις των υποκειμένων γι' αυτήν την «πραγματικότητα». Ακόμη και εάν δεν αποτελεί την καταλληλότερη έννοια για να προσεγγισθούν υλικές μορφές του γεωγραφικού χώρου, είναι αδύνατο να παραγνωριστεί η σημασία της στη σφαίρα του ιδεατού (Lussault 1993).

Όπως και η συγγενική από ορισμένες απόψεις έννοια της «κοινότητας», η «γειτονιά» αποτελεί αναγνωρίσιμο και οικείο όρο του «κοινού λόγου». Η σημασιοδότησή της ποικίλλει και χρησιμοποιείται για να περιγράψει καταστάσεις που διαφέρουν πολύ μεταξύ τους: όπως επισημαίνει η Humain-Lamoure (2006, 47), η έννοια μπορεί να αναφέρεται τόσο σε μια περικλειστη φρουρούμενη κοινότητα (όπως η «gated community») όσο και σε ένα γκέτο. Σε γενικές γραμμές ωστόσο, η «γειτονιά» παραπέμπει σε μια χωρική ενότητα με αναγνωρίσιμα όρια, όπου κατοικούν υποκείμενα τα οποία έχουν σε βάθος χρόνου αναπτύξει μεταξύ τους σχέσεις οικειότητας και αλληλεγγύης, με αυξημένο βαθμό κοινωνικής συνοχής. Η πρόσθετη ιδεοληπτική αντίληψη της γειτονιάς ως «κόσμου που έχουμε χάσει», συμβάλλει στην ισχυρή εικονικότητα της έννοιας. Τόσο η «γειτονιά» όσο και η «κοινότητα» αντιπροσωπεύουν αξίες που επικαλούνται, συχνά μέσω της «ρητορικής της απώλειας», πολιτικοί, επιχειρηματίες, χωροτάκτες, όπως άλλωστε και ομάδες και κινήσεις πολιτών με στόχο συχνά αντικρουόμενες διεκδικήσεις του χώρου.²

² Η ρητορική των επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται στις «εξευγενιστικές» αναπλάσεις των κέντρων των πόλεων υπόσχεται σε υποψήφιους αγοραστές μια ζωή «γειτονιάς» με όλα τα συμπαρομαρτούντα στοιχεία οικειότητας ομοιογένειας και ασφάλειας. Σε άλλες περιπτώσεις, πολιτικο-κοινωνικές ομάδες διεκδίκησης του χώρου επιστρατεύουν την έννοια της γειτονιάς, είτε προς την κατεύθυνση της κάθαρσης -εξάλειψης της ετερότητας από έναν χώρο «δικό τους», είτε προς την αντίθετη κατεύθυνση της

Η προσέγγιση και αποτύπωση των αντιλήψεων των υποκειμένων για το φυσικό περιβάλλον τους που επιχειρήθηκε θεμελιώθηκε στην παραδοχή πως η ισχύς και η «πραγματικότητα» των εννοιών δεν εξαρτώνται από την εμπειρική επαλήθευση του αντικειμένου στο οποίο αναφέρονται. Η «γειτονιά» προσεγγίζεται εδώ ως προϊόν αναπαραστάσεων.

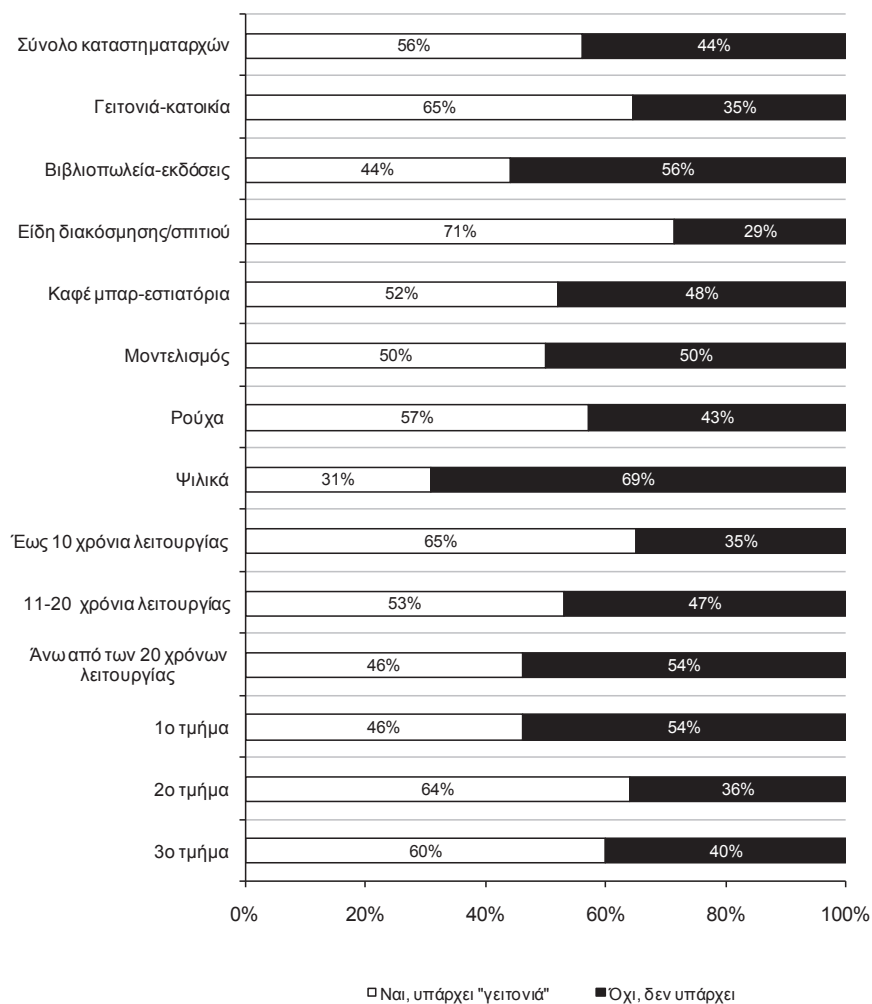
Η ευρύτητα του φάσματος σημασιοδοτήσεων της έννοιας «γειτονιά» λειτούργησε προς όφελος του ερευνητικού εγχειρήματος. Το ερώτημα απαντήθηκε χωρίς δυσκολία, «μη-στοχαστικά», και σε πολλές περιπτώσεις οι συνομιλητές επεκτάθηκαν, πέραν της απάντησης ναι/όχι, δικαιολογώντας την με τρόπο που αποκάλυπτε υποκειμενικές ερμηνείες και αποδόσεις περιεχομένου στην έννοια «γειτονιά». Οι ποικίλες σημασιοδοτήσεις αυτής της έννοιας αποτελούν άλλωστε και ενδιαφέρον εύρημα της μελέτης, το οποίο επιβεβαιώθηκε και από τις συνεντεύξεις.

Το Γράφημα 4 δείχνει σχετική πλειοψηφία θετικών απαντήσεων (οι συνδηλώσεις της λέξης «γειτονιά» μάς επιτρέπουν να συνάγουμε θετική τοποθέτηση όσων απάντησαν καταφατικά απέναντι στο περιβάλλον εργασίας τους). Απομένει βέβαια να επιχειρηθεί η ερμηνεία του ευρήματος αυτού, αναζητώντας τους παράγοντες που δομούν τις σχέσεις επαγγελματιών/χρηστών του χώρου με αυτόν.

Η σχέση μεταξύ του είδους καταστήματος και της αντίληψης για το περιβάλλον εργασίας αποδείχθηκε σημαντική μόνο στην περίπτωση των εμπορικών που εξυπηρετούν καταναλωτικές ανάγκες των κατοίκων (κατηγορία «γειτονιά-κατοικία») και, σε μικρότερο βαθμό, εκείνη των βιβλιοπωλείων. Σε ό,τι αφορά τα υπόλοιπα είδη εμπορικών, δεν παρατηρείται σημαντική συσχέτιση της μεταβλητής «είδος εμπορικού» με την αντίληψη του περιβάλλοντος χώρου.

υπεράσπισης του δικαιώματος συμμετοχής όλων στη «γειτονιά». Σχετικά με την πρώτη περίπτωση, βλ. το κείμενο του Γ. Κανδύλη στον παρόντα τόμο.

Γράφημα 4
Αντιλήψεις για το περιβάλλον εργασίας



Ο υπολογισμός με βάση το «είδος καταστήματος» έδειξε ότι το 65% των μαγαζιών που εξυπηρετούν τοπική πελατεία απάντησε θετικά. Υψηλά ποσοστά καταφατικών απαντήσεων προέκυψαν όμως και στα εμπορικά

«υπερτοπικού» είδους (έργα τέχνης-ατελιέ 75%, κινητή τηλεπικοινωνία 67%, τεχνικές κατασκευές 71%), οδηγώντας στην υπόθεση πως η παρουσία τοπικής πελατείας δεν επηρεάζει σημαντικά την πρόσληψη του περιβάλλοντος. Μεταξύ εκείνων που απάντησαν αρνητικά την ερώτηση περί «γειτονιάς», τα υψηλότερα ποσοστά προέρχονται από τα βιβλιοπωλεία και τις εκδόσεις, τα καφέ-μπαρ και εστιατόρια, τα καταστήματα ρουχισμού και τα ψιλικά.

Την αντίληψη του περιβάλλοντος εργασίας τους, επηρεάζει σαφώς η ηλικία των εμπορικών καταστημάτων, ιδιαίτερα στις ομάδες των παλαιότερων καταστημάτων και των νεότερων. Το 65% των καταστηματάρχων πιο πρόσφατης εγκατάστασης απάντησε καταφατικά. Το ποσοστό αυτό μειώνεται όσο αυξάνονται τα χρόνια λειτουργίας, στο 53% για τους «ενδιάμεσης» ηλικίας (11-20) και στο 46% για τους παλαιότερους. Διαψεύδεται επομένως η υπόθεση ότι οι «παλαιότεροι» καταστηματάρχες θα είχαν ενισχυμένη αίσθηση «γειτονιάς» και θετικότερη άποψη για τον τόπο εργασίας τους.

Η κινητικότητα της επιχείρησης φαίνεται να μην επηρεάζει την αντίληψη του περιβάλλοντος: η «προέλευση» των εμπορικών εντός της μεταβλητής ναι/όχι διαφοροποιείται ελάχιστα. Τα θετικά αισθήματα και η οικειότητα με τον χώρο εργασίας δε συνδέονταν με τη γεωγραφική σταθερότητα –τη διατήρηση του καταστήματος στην ίδια τοποθεσία– και αντίστροφα.

Σε ό,τι αφορά τη σχέση μεταξύ χωροθέτησης των εμπορικών και αντίληψης του περιβάλλοντος, διαψεύδεται και πάλι η υπόθεση ότι η αίσθηση «γειτονιάς», η οικειότητα και τα θετικά αισθήματα για το περιβάλλον θα απαντούσαν περισσότερο μεταξύ εκείνων που διατηρούν εμπορικά στο πιο «τοπικό» τμήμα του δρόμου, δηλαδή στο πρώτο καταρχάς τμήμα της Ιπποκράτους και θα μειώνονταν καθώς αυτή αναπτύσσεται προς το «υπερτοπικό» τμήμα της.

Οι αρνητικές απαντήσεις υπερτερούσαν σαφώς μεταξύ των εμπόρων του πρώτου τμήματος της Ιπποκράτους (54%). Στο δεύτερο, «ενδιάμεσο»

τμήμα, αντιθέτως, υπερτερούσαν οι «θετικές» απαντήσεις (64%), καθώς και στο τρίτο «υπερτοπικό» τμήμα, αν και με μικρότερη διαφορά (60%).

Οι συνεντεύξεις

Με την περάτωση του κάθε ερωτηματολογίου, οι καταστηματάρχες ερωτήθηκαν εάν θα συμφωνούσαν στη διεξαγωγή συνέντευξης. Από την ομάδα όσων είχαν ανταποκριθεί θετικά, έγινε επιλογή με στόχο τη δημιουργία όσο το δυνατόν αντιπροσωπευτικότερου «δείγματος», διαφορετικών εμπορικών ως προς το είδος, την ηλικία, και τη χωροθέτηση. Πραγματοποιήθηκαν 27 μαγνητοφωνημένες ανοικτές συζητήσεις, διάρκειας περίπου μιας ώρας, με στόχο την αποτύπωση υποκειμενικών προσλήψεων, βιωμάτων και σχέσεων των καταστηματάρχων με το «υλικό» περιβάλλον – την ευρύτερη περιοχή, το δρόμο αυτόν καθ' αυτόν, τα πεζοδρόμια, τα κτήρια- όσο και το «ανθρώπινο» –τακτικούς πελάτες, διερχόμενους, κατοίκους της περιοχής, κ.ά.- και τους άλλους εμπόρους της Ιπποκράτους.

Υφίσταται άραγε στην αντίληψη των υποκειμένων ένας «τοπικός κόσμος», ανεπτυγμένης κοινωνικότητας, επικεντρωμένος γύρω από τον τόπο εργασίας τους; Εάν ένα από τα κεντρικά ερωτήματα που θέτει «η πόλη των μετασχηματισμών» έχει να κάνει με το κατά πόσο στην παρούσα συνθήκη υπάρχει αποδυνάμωση της «γειτονιάς» ως τόπου και κλίμακας κοινωνικών πρακτικών και σχέσεων, οφείλει κανείς να αναζητήσει τους παράγοντες εκείνους που συμβάλλουν στην τάση αυτήν ή, αντίστροφα, δημιουργούν δεσμούς με έναν τόπο (μορφολογικές και κοινωνικές ιδιότητες του τόπου, θέσεις και βιογραφικές τροχιές των υποκειμένων).

Ο κύριος Α., *«τρίτη γενεά στο ίδιο επάγγελμα και στο ίδιο κατάστημα»*, διατηρεί, μαζί με τη σύζυγό του, κρεοπωλείο στο πρώτο τμήμα της Ιπποκράτους. Εκεί, εμπορικά με δεκαετίες παρουσίας συγκροτούσαν έναν εύκολα ορατό τόπο καθημερινών συναλλαγών. Ο συνομιλητής μου τόνιζε τις διαπροσωπικές σχέσεις που έχουν χτιστεί με άλλους εμπόρους και με την πελατεία:

«...σίγουρα για να τους δώσω το κλειδί μου, τους το δίνω γιατί η εμπιστοσύνη είναι απεριόριστη... το θέμα αυτό της φιλικότητας, της εμπιστοσύνης, βέβαια υπάρχει... με άλλα έχεις μια πιο στενή σχέση, με κάποια μόνο μια καλημέρα... ναι, γειτονιά είναι... έχει διατηρηθεί, κι ας είναι κεντρικός δρόμος... Εγώ πιστεύω ότι από τη στιγμή που ο κόσμος θα 'ρθεί για κρέας, έχει το τυρί δίπλα του ακριβώς, του αρέσει η ποιότητα που πουλάει ο τυράς, ε, θα το πάρει από 'δω... υπάρχει πολύς κόσμος ο οποίος δε θέλει να πάει στο σουπερμάρκετ, πηγαίνει αναγκαστικά και μόνο γιατί δεν μπορεί να κάνει αλλιώς.. είναι πάρα πολύς ο κόσμος αυτός... έχει πάρα πολύ δουλειά... γιατί; Διότι... μετράει πολύ η καλημέρα, μετράει πολύ ότι ξέρει τα δουλειά του, ενώ ο υπάλληλος του σουπερμάρκετ, η δεν την ξέρει ή δεν τον απασχολεί να την ξέρει, έτσι κι αλλιώς αυτός εξακόσια ευρώ θα πάρει... αν κάτι πάρει και δεν του αρέσει, ξέρει όταν μπει στο μαγαζί το συνοικιακό, ότι ο άλλος θα τον ακούσει με προσοχή... ξέρει ότι το λογαριάζεις... γιατί όλα τα μαγαζιά στην Ιπποκράτους τουλάχιστον αυτά που ξέρω εγώ, τα δουλεύουν τα αφεντικά τους, άσχετο αν έχουν υπαλλήλους μέσα, είναι μέσα οι ιδιοκτήτες, και πουλάνε οι ιδιοκτήτες... είναι μεγάλη υπόθεση αυτή...

Εδώ το μεγαλύτερο ποσοστό είναι κάτοικοι, μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής... κάποιοι περαστικοί λόγω της κεντρικότητας του δρόμου, αλλά ως επί το πλείστον, οι κάτοικοι... λόγω του ότι είναι παλιά, ξέρω 'γώ, το είδος, δημιουργούμε πολύ καλή σχέση με τους πελάτες δηλαδή εμείς θ' ακούσουμε εκατό καλημέρες την ημέρα, από αυτούς που θα μπούμε μέσα στο μαγαζί και αυτούς που θα 'ρθούνε να πούνε μια καλημέρα... υπήρξε μια περίοδος από το '85 μέχρι το '95 ας πούμε που έφενγε ο κόσμος ο καλός από εδώ, πιο πολύ προς βόρεια ... υπήρξε μια κάμψη της γειτονιάς παντού, καταρχήν και στις τιμές των σπιτιών, πουλιόντουσαν πολλά, έφενγε ο κόσμος από τη γειτονιά... από το 2000-2002 και μετά άρχισαν να γυρνάνε πίσω.. λοιπόν, μ' αυτόν τον κόσμο δουλεύουμε εμείς.

Τα προβλήματα κίνησης είναι το βασικότερο... από κει και πέρα, δεν ξέρω, τα άλλα, δεν ξέρω αν κάτσουμε να το σκεφτούμε, θα βρούμε προβλήματα, α-

πλώς τὰ 'χουμε συνηθίσει και δεν τα βλέπουμε ... το σημαντικότερο είναι αυτό, δεν μπορεί ένα αυτοκίνητο να σταματήσει να μας κατεβάσει πράγματα, είμαστε αναγκασμένοι να 'ρχόμαστε πολύ πρωί για να κάνουμε τη δουλειά μας...».

Στην περίπτωση του κ. Α., η θέση, το είδος του εμπορεύματος και η ηλικία της επιχείρησης του συνιστούν καθοριστικά στοιχεία διαμόρφωσης θετικής πρόσληψης του περιβάλλοντος: η τακτική τοπική πελατεία και η πολύχρονη γνωριμία με τους εγγύτερους σε εκείνον εμπόρους εμφανίζονται ως παράγοντες που ενισχύουν την αίσθηση της οικειότητας και της αντίληψης του άμεσου περιβάλλοντός ως «γειτονιάς».

Άλλοι καταστηματάρχες του τμήματος αυτού της Ιπποκράτους, κυρίως στα πρώτα τετράγωνα, μοιράζονται τα θετικά αισθήματα για το περιβάλλον, επισημαίνοντας όμως τις αλλαγές που έχουν επέλθει. Ο κ. Χ, με μαγαζί με εσώρουχα στο ίδιο οικοδομικό τετράγωνο, αναφέρεται σε αυτές:

«Εδώ, ωωω... μεγάλες, [αλλαγές] γιατί η Ιπποκράτους ήταν εμπορικό κέντρο, στο Γκύζη τότε δεν ήταν τίποτε, εδώ ήταν τα πάντα, από ταχυδρομείο, από τράπεζες, από μαγαζιά παντός είδους... όλη η ιστορία ήταν από τη Λ. Αλεξάνδρας μέχρι τη Φαναριωτών, ένα δυο τετράγωνα, από κει και κάτω είχε λίγα πράγματα, δεν είχε, δεν είχε εμπορική δραστηριότητα. Τώρα, ανέβηκε σιγά-σιγά η Γκύζη, γινήκανε καλά μαγαζιά και κατέβηκε η Ιπποκράτους και ειδικά από τότε πού 'γινε δακτύλιος και τα αυτοκίνητα μια μπαίνουνε μια δε μπαίνουνε, η δουλειά έχει κατέβει πολύ .. δεν γινήκανε καινούργια μαγαζιά... η Ιπποκράτους δεν έχει την κίνηση που είχε παλιά... Έφυγε ο καλός κόσμος που αγόραζε.. Ναι... ε τώρα, έχουμε πολλούς άλλο-δαπούς, πάρα πολλούς εδώ στην περιοχή, οι οποίοι ακόμη δε μπαίνουνε στα δικά μας μαγαζιά, θα ψωνίσουνε από τη λαϊκή, θα ψωνίσουνε από τους Κινέζους, που έχουνε γίνει σε κάθε γωνία κι ένα κινέζικο...».

Η παρουσία των «αλλοδαπών» βιώνεται αμφίσημα: από την μια πλευρά θεωρούνται δυνάμει πελάτες («ακόμη δε μπαίνουν στα δικά μας μαγαζιά») και από την άλλη φαίνεται να απειλούν τα αισθήματα «ιδιοκτησίας» του χώρου. Έμπορος στο «μεσαίο τμήμα» που είχε απαντήσει αρνητικά σχολιάζει:

*«...εγώ λυπάμαι γιατί εδώ μεγάλωσα, βλέπω βρωμιά, σκουπίδια, ροχάλες, δεν είναι ο κόσμος... δεν είναι Αθηναίος κι αν βγεις εδώ σε πληροφορώ εδώ στην Ιπποκράτους, θα δεις ότι στους δέκα οι εφτά δεν είναι ούτε Έλληνες...»
«... τα τελευταία 20 χρόνια που ζω το σημείο αυτό έχω δει μια διαφοροποίηση στο πληθυσμό.... φεύγουν οι Έλληνες και τα σπίτια που είναι.... παλιώνουν, δε τ' ανακαινίζουν, έρχονται ξένοι, μετανάστες και κατοικούν. Στις αρχές του '90 ήταν πολλοί Πολωνοί που ζούσαν... αυτοί τώρα έχουν εκκτοπισθεί και βλέπουμε κυρίως από τη Ρωσία και από την Αλβανία κατοίκους.. Απέναντι, ο Νίκος, τα στρώματα, Αλβανός..., πιο πάνω ψιλικατζίδικο... Αλβανός πιο πάνω, Αλβανός πιο κάτω. Πιάνουν τα ισόγεια ή και τα υπόγεια... οι πολυκατοικίες έτσι και αλλιώς είναι σε άθλια κατάσταση... δεν τις προσέχουν...».*

Στο «μεσαίο» τμήμα της Ιπποκράτους, τη «δύσκολη περιοχή» με τα περισσότερα ξενοίκια καταστήματα, η αντίληψη των εμπόρων για το περιβάλλον τους δεν ήταν απόλυτα αρνητική, ωστόσο εκφράζονταν ανησυχίες για τη βιωσιμότητα της Ιπποκράτους ως εμπορικού δρόμου, ως αγοράς: ο κ. Τ. που διατηρεί κατάστημα δίσκων βινυλίου στο μεσαίο τμήμα εξηγούσε την επιλογή της τοποθεσίας:

«γιατί διάλεξα την Ιπποκράτους; ... είναι λίγο πιο ψηλά από το κέντρο και τα ενοίκια είναι πιο φτηνά ... αν ήμουνα προς το κέντρο, κάτω, Ακαδημίας θα 'τανε πιο ακριβά... και από δω περνάνε όλα τα λεωφορεία ... τώρα ως προς τη γειτονιά, εδώ γύρω-γύρω στο ύψος που είμαι εγώ, είναι πολύ ήσυχη γειτονιά, δεν υπάρχουν προβλήματα, ούτε και με κυκλοφοριακό υπάρχει

πρόβλημα, το μόνο πρόβλημα είναι το πάρκιν... αλλά ο κόσμος είναι πολύ καλός, πολύ ευγενικός, παρόλο που εντάζει, οι περισσότεροι είναι σε εργατική τάξη αλλά υπάρχει και το Κολωνάκι δυο στενά από πάνω που έχει πιο καλό κόσμο, καλό εντός εισαγωγικών, καταλάβετε... εγώ πιστεύω ότι είμαι πολύ καλά εδώ και μου αρέσει ο χώρος και η Ιπποκράτους μ' αρέσει...».

Ωστόσο, όπως και ο καταστηματούχος με τα εσώρουχα στο πρώτο τμήμα, ο κ. Τ. επεσήμανε την υποχώρηση του εμπορικού χαρακτήρα του δρόμου, τονίζοντας τη στασιμότητα στο τοπικό εμπόριο και την ιδιότητα που αποκτά η Ιπποκράτους ως «πέραςμα»:

«...τα τελευταία 2 χρόνια υπάρχουν πάρα πολλά ξενοίκιαστα μαγαζιά... κλείνουν και μένουν κλειστά, γιατί συμβαίνει αυτό; διότι η Ιπποκράτους είναι ένα πέρασμα δεν είναι αγορά, καταλάβετε; ένα πέρασμα που θα περάσει ο άλλος να πάει στο κέντρο... θέλω να πω ότι η Ιπποκράτους είναι ένας στάσιμος δρόμος, στάσιμος... γιατί έχουν κλείσει πάρα πολλά μαγαζάκια, έχουν παραμείνει κλειστά, είναι στάσιμος ο δρόμος, πώς να σας πω... δεν υπάρχει κάποια ανάπτυξη, κατάλαβες;... όση ώρα θα κοιτάξετε έξω είναι πέρασμα ... πώς, καθώς περνάτε από τη κουζίνα σας να πάτε στο σαλόνι και περνάτε ένα διάδρομο, αυτή είναι η Ιπποκράτους, ένας διάδρομος... είναι πέρασμα, είναι ένας στάσιμος διάδρομος χωρίς εμπορική κίνηση, καταλάβετε τι σας λέω;».

Το λόγο περί υποβάθμισης, του επαγγέλματος και του περιβάλλοντος, εκφράζει και ο κ. Λ, που διατηρούσε κορνιζάδικο στο ίδιο τμήμα της Ιπποκράτους:

«...έτσι ήρθα σ' αυτή τη γειτονιά, βέβαια δεν ήταν η Ιπποκράτους αυτό που είναι τώρα, ήταν ένας πολύ ωραίος δρόμος, ωραίος δρόμος, όχι μονάχα εμπορικός αλλά και ανθρώπινος δρόμος... πάντως δεν είναι οι παλιοί καλοί καιροί όχι μόνο για το εμπόριο μονάχα αλλά και γενικότερα για την ποιότητα

όλης της ζωής, γιατί δεν είναι η δουλειά μόνο, παράλληλα είναι η ζωή σου κι ο άνθρωπος... Εδώ στην περιφέρεια μας, στο κομμάτι αυτό οι πολυκατοικίες είναι σάπιες, 40 ετών και βάλε, όλα τα μωσαϊκά τα υδραυλικά... και όμως είναι πανάκριβα, πανάκριβα, και στο νοίκι και στην αγορά, πώς να βγει ο άλλος, κι όταν λέμε να βγει, τι εννοούμε; Μικρομαγαζάκια είναι που δουλεύουν, ξέρεις, και όταν λέω δουλεύουν, κινούνται ανθρώπινα, έτσι, δουλεύει ο χασάπης, ο Δημήτρης, δεν έχει αλλάξει κι εγώ εκεί ψωνίζω λέει μια καλημέρα χαμογελάει, όταν πας κι είναι με μούτρα ο άλλος, ε, δεν ξαναπάς...».

Ένθερμος υποστηρικτής της Ιπποκράτους, ο κ. Π. διατηρεί κουρείο από το 1972 στο μεσαίο τμήμα. Πελάτες του είναι κυρίως κάτοικοι της γειτονιάς και δηλώνει απερίφραστα ότι δεν έχει «κανένα παράπονο» με το τόπο εργασίας του:

«...βέβαια στην Ιπποκράτους συνδέομαι, γιατί τόσα χρόνια συνεχώς... την αγαπώ πάρα πολύ, και τους ανθρώπους βέβαια, και τους ανθρώπους, δηλαδή έκαμα φίλους... στενή φιλία, θυμάμαι τώρα, με τον Ν. ο οποίος ήτανε στη γωνία Ερεσού και Ιπποκράτους και το κομμωτήριο του είναι τώρα Ακαδημίας... είχαμε επικοινωνία, άμεση επικοινωνία, σας λέω... ωραία έχω ζήσει εδώ και παλιά και σήμερα... άλλαξαν τα πράγματα, μαγαζιά οπωσδήποτε πολλά κλείσανε, άλλα έμειναν, άλλα ήρθαν κι ανοίξανε, άμα όμως την έχεις την επικοινωνία, μια με το πελάτη που θα σου φέρει και το παλικάρι του, μια με τον απέναντι που κι αυτός έχει χρόνια εδώ....

Το είδος του καταστήματος αποδεικνύεται σημαντικό για τις καθημερινές πρακτικές που συνυφαίνουν το πλέγμα της οικειότητας και των τοπικών δεσμών. Ο κ. Κ., που άνοιξε το πρώτο μαγαζί με είδη μοντελισμού στην Ιπποκράτους δεν θεωρεί πως υφίσταται «γειτονιά». Οι σχέσεις με τους κατοίκους της πολυκατοικίας και τους κοντινούς καταστηματάρχες περιορίζονται σε τυπικούς χαιρετισμούς, «...εκτός από μια καλημέρα απλώς, με τους κατοίκους της πολυκατοικίας και με τους άλλους μαγαζάτορες πού 'ναι

γύρω γύρω...». Η πελατεία του είναι «υπερτοπική» και έρχεται μόνο για το συγκεκριμένο εμπόρευμα. Ο ίδιος μετακινήθηκε πριν είκοσι χρόνια στην Ιπποκράτους:

«...από μια στοά στη Σταδίου... εκεί δε μας έβλεπε ο ήλιος, δε μας βλέπανε οι περαστικοί, δουλεύαμε μόνο με συστημένους πελάτες, και θέλαμε να βρούμε στο δρόμο, να μας βλέπει ο κόσμος, και αυτό έγινε το 1988... Εδώ τα μαγαζιά τριγύρω ήταν... σχεδόν να κλείσουνε, δεν υπήρχε ζωντάνια, ήτανε ηλικιωμένοι αυτοί που τα είχανε, δεν είχανε εμπόρευμα, περιμένανε να 'ρθει η ώρα της σύνταξης... έτσι λοιπόν βρεθήκαμε σε μια Ιπποκράτους πολύ υποτονική, παρηκμασμένη... παραμένει υποτονική, παραμένουν πολλά κλειστά, πολλά άκτιστα και τα λοιπά, ... τα μαγαζιά που μπορούν να 'χουνε έσοδα δε θ' ανοίξουν ποτέ στην Ιπποκράτους».

Κατά τον ίδιο, η υποβάθμιση αυτή αφορά και το δρόμο ως τόπο κατοικίας:

«...ο κόσμος που ζει στην Ιπποκράτους είναι χαμηλού εισοδήματος, πολύ χαμηλού εισοδήματος, κι αραιώνει... πριν 18 χρόνια, βλέπαμε, ήταν γειτονιά... υπήρχαν οικογένειες με τα παιδιά τους... οι περισσότεροι έχουν πάει μακριά... και καινούργια παιδιά δεν βλέπουμε.. καρτσάκι μωρού δύσκολα βλέπουμε... παλιά στον Άγιο Νικόλαο παίζανε παιδιά μπάλα, τώρα... ακόμη και τα παιδιά του σχολείου έχω την εντύπωση ότι έχουν μειωθεί... έπειτα, δύσκολα παρκάρεις αυτοκίνητο δεν έχεις που να το βάλεις, ... όλα αυτά... απομακρύνουν τον κόσμο... Οι κάτοικοι έχουν αραιώσει... όλοι ηλικιωμένοι, δε βλέπουμε νέο κόσμο, νέες οικογένειες αν είναι, είναι μετανάστες, οι ελληνικές που κληρονομήσανε το σπίτι του πατέρα, φεύγουν μακριά... μετά, υπάρχει πολλή βρώμα, είναι πολλά ερειπωμένα, πολλά χαλασμένα... δεν είναι ιδανικός τόπος να βγάλεις μια καρέκλα και να κάτσεις στο πεζοδρόμιο...».

Στο τελευταίο τμήμα της Ιπποκράτους οι συνεντεύξεις επιφύλαξαν εκπλήξεις. Εκεί οι μετρήσεις είχαν δείξει σημαντικά ποσοστά παλαιότητας καταστημάτων και, παράλληλα, θετικής πρόσληψης του περιβάλλοντος εργασίας, ευρήματα δηλαδή παρόμοια με εκείνα από το πρώτο τμήμα της Ιπποκράτους. Αν και πρόκειται, όπως είδαμε, για σαφώς διαφορετικό, «υπερτοπικό» περιβάλλον, αρκετοί καταστηματάρχες θεωρούσαν ότι εργάζονται σε περιοχή που «είναι γειτονιά».

Ο κ. Δ. διατηρεί εδώ και δεκαεφτά χρόνια κατάστημα ψιλικών και ΠΡΟΠΟ στο τελευταίο τετράγωνο της Ιπποκράτους, μεταξύ Ακαδημίας και Πανεπιστημίου. Στο ερωτηματολόγιο είχε απαντήσει καταφατικά την ερώτηση εάν διατηρείται γειτονιά:

«πάντα ήτανε κόσμος εδώ, πήγαιναν έρχονταν... και το βράδυ εδώ δε σταματάει ο κόσμος... ζωντάνια είναι όμως αυτό... και για μας καλό, όλο και κάτι θα ψωνίσουν... Η πελατεία; Απ' όλες τις φυλές του Ισραήλ... εδώ έρχονται και τουρίστες βλέπεις, έχω όμως και τους τακτικούς, θα κατέβουν κάθε μέρα να πάνε στη δουλειά, μ' αυτούς θα πούμε μια καλημέρα, θα μπει να πάρει ότι χρειάζεται πριν πάει στη δουλειά, ε, άμα τον εβλέπεις τον άλλο κάθε πρωί δέκα χρόνια... Γειτονιά; Αν θες, πες το έτσι, κέντρο διερχομένων και γειτονιά μαζί, αυτό, γιατί τόσα χρόνια στο σημείο αυτό, ε δε μπορεί, γίνεται γειτονιά σου. Είμαστε και μαζί, με τον απέναντι, με τις παντόφλες, αυτόν τον εβρήκα όταν πρωτοήρθα, ήταν πιο πέρα ο κύριος Σούλης με τις σφραγίδες θεός χωρέστον, μ' αυτόν πίναμε καφεδάκι το πρωί με το που ανοίγαμε, πολλά χρόνια..., πώς να μην υπάρξει μια κουβέντα... κοίταξε να δεις δεν είναι όλα ίδια, με κάποιους θα πούμε μόνο μια καλημέρα αλλά με τους άλλους, έχουμε μια ζωή εδώ, με ξέρουνε τους ξέρω... εδώ διατηρήθηκαν μαγαζιά έτσι όπως τα βρήκα, άνοιξαν βέβαια καινούργια, όταν ήρθα ο Χόντος δεν ήταν, τώρα όλο και μεγαλώνει και εδώ παραπάνω, πού 'ταν τα σουβλάκια και τα κοτόπουλα, έγινε χαρτοπωλείο, βιβλιοπωλείο τι είναι αυτό... μ' αυτούς ούτε που γνωρίζομαστε, οι κοπέλες του Χόντου θα 'ρθουν γιατσιγάρα, αλλά οπωσδήποτε δεν είναι όπως με τους άλλους, τους παλιούς...».

Η κ. Μ. έχει κατάστημα παπουτσιών στο ίδιο οικοδομικό τετράγωνο από το 1967. Με την πελατεία της δεν θεωρεί ότι δημιουργείται σχέση γειτονιάς, αλλά στο διάστημα παραμονής της στο σημείο αυτό και παρά τις αλλαγές που έχει ζήσει, έχει δημιουργήσει με τους κοντινούς εμπόρους της σχέσεις «γειτονιάς», όπως τις χαρακτηρίζει:

«μια ζωή εδώ στο ίδιο μέρος, κοπελίτσα ήμουν, μπορώ να σου πω ότι καλύτερα ξέρω τον εδώ κόσμο παρά στο σπίτι μου γύρω. Γειτονιά υπάρχει μεταξύ μας, γνωριζόμαστε, τα λέμε άμα μπορούμε, άμα προλαβαίνουμε... βέβαια, άλλοι έχουν πεθάνει, κάποιοι βγήκαν στη σύνταξη, ήρθαν καινούργιοι, αλλά αν με ρωτήσεις θα σου πω ότι μεταξύ μας υπάρχει γειτονιά, μη βλέπεις που δεν υπάρχουν σπίτια εδώ τριγύρω... με την έννοια αυτή, της παλιάς γειτονιάς, ίσως να 'χει πιο πάνω, εμείς εδώ είμαστε επαγγελματίες...».

Στο παραπάνω οικοδομικό τετράγωνο ο κ. Σ. έχει εδώ και 8 χρόνια βιβλιοπωλείο. Και εκείνος έχει απαντήσει καταφατικά και εξηγεί γιατί:

«...παραδίπλα είναι τράπεζα, από την άλλη θέατρο. Τι γειτονιά να είναι εδώ θα μου πείτε; Όμως και μέσα σε μια τέτοια κατάσταση εδώ είναι γειτονιά, τα παλιά μαγαζιά γνωριζόμαστε Άμα θα βγούμε στη σύνταξη δε ξέρω πως θα εξελιχθούν τα πράγματα, άμα ανοίξουν μεγάλα βιβλιοπωλεία, εκδότες... οπωσδήποτε πιστεύω θα εκλείψει αυτό το... πώς να το πω, η αίσθηση πως γνωριζόμαστε...».

Οι συνεντεύξεις στο υπερτοπικό τμήμα της Ιπποκράτους διέψευσαν την υπόθεση ότι το «κέντρο» λειτουργεί αποξενώνοντας τους ανθρώπους. Η πολυετής συνύπαρξη μικρών εμπορικών επιχειρήσεων καταστημάτων φαίνεται να έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη σχέσεων κοινωνικότητας μεταξύ των επιχειρηματιών, οι οποίες τους επιτρέπουν να βιώνουν και να περιγράφουν το περιβάλλον αυτό, μ' όλα τα χαρακτηριστικά του κέντρου που το διακρίνουν, ως «γειτονιά». Με μια σημαντική διαφορά, που σχετίζεται με

την πολλαπλότητα σημασιοδοτήσεων του όρου: στην περίπτωση του υπερτοπικού αυτού τμήματος η εκτίμηση του περιβάλλοντος χώρου στηρίζεται πρωτίστως σε σχέσεις μεταξύ επαγγελματιών και δευτερευόντως στον παράγοντα της πελατείας. Εκεί, οι έμποροι δεν συναλλάσσονται με τοπικούς κατοίκους και δεν διατηρούν αναμνήσεις μιας –έστω και εξιδανικευμένης– τοπικότητας. Κατά συνέπεια, δεν υφίστανται συγκρίσεις τέτοιες που να δημιουργούν αρνητικές προσλήψεις του σημερινού περιβάλλοντος εργασίας, όπως εκείνες που συναντήσαμε στα άλλα τμήματα της Ιπποκράτους.

Συμπεράσματα

Η μελέτη της οδού Ιπποκράτους αποκαλύπτει χαρακτηριστικές όψεις ενός αστικού περιβάλλοντος που φιλοξενεί μεικτές χρήσεις και λειτουργίες και παρουσιάζει στην χωρική ανάπτυξή του ενδιαφέρουσες διαφοροποιήσεις. Η υποβάθμιση του υλικού περιβάλλοντος σε συνδυασμό με την προβληματική επιβίωση των μικρών επιχειρήσεων κατά μήκος του δρόμου αυτού συνυπάρχει με τις διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ των επαγγελματιών αφενός, εκείνων και της πελατείας τους αφετέρου, σχέσεις που διατηρούν ως ένα βαθμό την αίσθηση οικειότητας και κοινωνικής συνοχής.

«Τα φώτα σβήνουν στην Αθήνα», έγραψε πρόσφατα ο Πέτρος Μάρκαρης, περιγράφοντας πώς η Πατησίων βυθίζεται στο σκοτάδι, όχι εξαιτίας ελλιπούς κεντρικού φωτισμού, αλλά των καταστημάτων που κλείνοντας, έσβησαν για πάντα τα φώτα τους.

Τα φώτα σβήνουν και στην Ιπποκράτους: αν ήδη πριν την κρίση ήταν εμφανής η «σημειακή» δυσπραγία του εμπορίου, σήμερα κλείνουν το ένα μετά το άλλο τα μικρά καταστήματα κατά μήκος της. Η ζωτικότητα που της προσέδωσαν το μικρό εμπόριο και η ετερογένεια χρήσεων και λειτουργιών απειλείται από την προοπτική της κατάληψής της από μεγάλες εμπορικές μονάδες και συνάμα από τη μετατροπή της στο «διάδρομο» του κ. Τ., (τη δική του εκδοχή της «μηχανής κυκλοφορίας», που οραματίστηκαν οι πολεοδόμοι του ακραίου μοντερνισμού). Ταυτόχρονα, η απουσία πολιτικής και

παρεμβάσεων που θα ανέστρεφαν την πορεία υποβάθμισης, υποστηρίζοντας τη συμβίωση μικρού εμπορίου και κατοικίας, απειλεί, εντέλει, ό,τι αναγνωρίζουμε και οφείλουμε να προασπιστούμε, ως «πολιτισμό του δρόμου».

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Αθανασίου Α., 2010, «Το μαύρο στην πλατεία: Χαρτογραφώντας την απαγορευμένη μνήμη», στο Κ. Γιαννακόπουλος και Γ. Γιαννιτσιώτης, (επιμ.), *Αμφισβητούμενοι χώροι στην πόλη. Χωρικές προσεγγίσεις του πολιτισμού*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια, σσ. 228-261.
- Anderson St., (ed.), 1986, *On Streets*, Cambridge, Massachusetts, London, MIT Press.
- Authier J-Y., 1992, «Le quartier à l'épreuve des mobilités «métropolitaines»», *Espaces, Populations, Sociétés*, 2, pp. 291-306.
- Authier J-Y., Bacque M-H., Guerin-Pace F., (sous la dir. de), 2007, *Le quartier. Enjeux scientifiques, actions politiques, et pratiques sociales*, Paris, La Découverte.
- Brody J., (sous la dir. de), 2005, *La Rue*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail.
- Γιαννακόπουλος Κ., Γιαννιτσιώτης Γ., (επιμ.), 2010, *Αμφισβητούμενοι χώροι στην πόλη. Χωρικές προσεγγίσεις του πολιτισμού*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
- Çelik Z., Favro D., Ingers R. (eds.), 1994, *Streets. Critical Perspectives on Public Space*, Berkeley, Los Angeles, London, University of California Press.
- Edensor T., 2003, «The Culture of the Indian Street» in N. Fyfe, (sous la dir. de), *Images of the Street*, London, New York, Routledge, pp 213-221.
- Fournier P., Mazella S., (sous la dir. de), 2004, *Marseille, entre ville et ports. Les destins de la rue de la République*, Paris, La Découverte.
- Fyfe N., (sous la dir. de), 2003, *Images of the Street*, London, New York, Routledge.

- Gutman R., 1986, «The Street Generation», in St. Anderson (ed.), *On Streets*, Cambridge, Massachusetts, London, MIT Press, pp. 249-264.
- Edensor T., 2003, «The Culture of the Indian Street», in N. Fyfe (sous la dir. de), *Images of the Street*, London, New York, Routledge, pp. 213-221.
- Gutwirth J., Petonnet C., (sous la dir. de), 1987, *Chemins de la ville. Enquêtes ethnologiques*, Paris, éditions du C.T.H.S.
- Hebbert M., 2005, «The street as locus of collective memory», *Environment and Planning D: Society and Space*, 23, pp. 581-596.
- Humain-Lamoure A-L., 2007, «Le quartier comme objet en géographie», in Authier J-Y., Bacque M-H., Guerin-Pace F., (sous la dir. de), 2007, *Le quartier. Enjeux scientifiques, actions politiques, et pratiques sociales*, Paris, La Découverte, pp. 41-51.
- Jacobs J., 1993, [1961], *The Life and Death of Great American Cities*, New York, Random House.
- Καντζά Β., 2010, «Περπατώντας αγκαλιασμένες στους δρόμους της Αθήνας: Ομόφυλες σεξουαλικότητες και αστικός χώρος», στο Κ. Γιαννακόπουλος και Γ. Γιαννιτσιώτης, (επιμ.), *Αμφισβητούμενοι χώροι στην πόλη. Χωρικές προσεγγίσεις του πολιτισμού*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια, σσ. 195-225.
- Lussault M., 1993, «Le mythe du quartier», *Les dossiers de l'observatoire*, 4.
- Lynch K., 1960, *The Image of the City*, Cambridge, MIT Press.
- Markaris P., 2011 (1 Δεκεμβρίου), «In Athen gehen die Lichter aus», *Die Zeit*, 49.
- Σταυρίδης Σ., 2010, «Οι δρόμοι της μεγαλόπολης ως αμφισβητούμενοι χώροι» στο Κ. Γιαννακόπουλος και Γ. Γιαννιτσιώτης, (επιμ.), *Αμφισβητούμενοι χώροι στην πόλη. Χωρικές προσεγγίσεις του πολιτισμού*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια, σσ. 59-75.
- Urry J., 2000, «Mobile sociology», *British Journal of Sociology*, 51 (1), pp. 185-204.