

Κοινωνικοχωρική διαλεκτική, χώρος και ετεροτοπία στα σύγχρονα εμπορικά κέντρα: Μια προσέγγιση με αφορμή την εμπειρική έρευνα στο Mediterranean Cosmos στη Θεσσαλονίκη

Ιωάννης Φραγκόπουλος¹, Χριστίνα Παπασυμεών²,
Δημήτρης Κουρκουρίδης³

1 Επίκουρος Καθηγητής ΑΠΘ,

2 Μηχανικός Χωροταξίας κ Ανάπτυξης ΑΠΘ,

3 Μηχανικός Χωροταξίας Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Msc. ΑΠΘ
yfrago@plandevel.auth.gr

Περίληψη: Στο παρόν άρθρο εξετάζουμε την κοινωνικο-χωρική συγκρότηση του σύγχρονου εμπορικού κέντρου μέσω μιας κοινωνιολογικής και ανθρωπολογικής συλλογιστικής που αξιολογεί τα εννοιολογικά θεωρητικά εργαλεία της ετεροτοπίας (Foucault, 1989) ως χώρου άσκησης της εξουσίας, καθώς και της παραγωγής του χώρου. Για την παραγωγή του χώρου, ο Lefebvre αναπτύσσει την έννοια της κοινωνικοχωρικής διαλεκτικής με βάση τις συλλογικές αναπαραστάσεις του χώρου, τις χωρικές πρακτικές και τους χώρους αναπαραστάσεων (Lefebvre, 1991). Η ετεροτοπία είναι ένας ιδιαίτερος χώρος, μέσα σε άλλους χώρους, οι λειτουργίες του οποίου είναι διαφορετικές ή αντίθετες με αυτές του συνόλου (Foucault, 1987). Μεθοδολογικά εργαστήκαμε με διττό τρόπο. Αφενός με μια διαχρονική προσέγγιση, κατά την οποία μελετώντας τις κοινωνικοχωρικές διαστάσεις των χωροθετήσεων των εμπορικών δραστηριοτήτων από την αρχαιότητα μέχρι και τη σημερινή εποχή, καταλήξαμε σε διακριτές περιόδους κοινωνικοχωρικής συγκρότησης και μορφών ετεροτοπίας. Αφετέρου με μια συγχρονική προσέγγιση μέσω της εμπειρικής έρευνας στο εμπορικό κέντρο Mediterranean Cosmos στη Θεσσαλονίκη εξετάζουμε την εσωτερική συγκρότηση του χώρου αυτού ως σύγχρονης ετεροτοπίας που νοηματοδοτείται από τα κοινωνικοχωρικά και πολιτισμικά προφίλ και τις χωρικές αναπαραστάσεις των ερωτώμενων της μητροπολιτικής και ευρύτερης περιοχής Θεσσαλονίκης και γειτονικών νομών. Η έρευνα πεδίου πραγματοποιήθηκε με ερωτηματολόγια, από τον Απρίλιο έως και τον Μάιο του 2012, σε δείγμα 466 ατόμων.

Εισαγωγή – Θεωρητικές έννοιες – Μεθοδολογία

Για την παραγωγή του χώρου, ο Lefebvre αναπτύσσει την κοινωνικοχωρική διαλεκτική που συγκροτείται γύρω από τις κοινωνικές αναπαραστάσεις του χώρου, τις συλλογικές χωρικές πρακτικές και τους χώρους συλλογικών αναπαραστάσεων (Lefebvre, 1991; Φραγκόπουλος, 2015). Σύμφωνα με τον Foucault η εξουσία απαιτεί

την ύπαρξη του χώρου (Foucault, 1977b), προκειμένου να ασκηθεί και να δημιουργήσει ένα ιεραρχικό πλέγμα κοινωνικών σχέσεων που ορίζεται από κανόνες πειθαρχίας (Foucault, 1987) και στο οποίο εγκλείονται οι ετεροτοπίες, δηλαδή χώροι που οι λειτουργίες τους διαφέρουν ή είναι αντίθετες με αυτές του συνόλου (Foucault, 1977a). Στο άρθρο αυτό εξετάζουμε την κοινωνικοχωρική συγκρότηση του σύγχρονου εμπορικού κέντρου μέσω μιας κοινωνιολογικής και ανθρωπολογικής συλλογιστικής που επιχειρεί με διττό τρόπο να αξιοποιήσει τις ανωτέρω εννοιολογικές προσεγγίσεις. Αφενός διαχρονικά, εξετάζοντας τις κοινωνικοχωρικές διαστάσεις των χωροθετήσεων των εμπορικών δραστηριοτήτων από την αρχαιότητα μέχρι και τη σημερινή εποχή. Αφετέρου συγχρονικά εξετάζοντας μέσω της εμπειρικής έρευνας που διεξήγαμε στο εμπορικό κέντρο Mediterranean Cosmos (E.K) στη Θεσσαλονίκη τις λειτουργίες, την εσωτερική συγκρότηση και το αίσθημα των δρώντων κοινωνικών υποκειμένων στον εσωτερικό του χώρου αυτού.

Μεθοδολογικά η έρευνα στηρίζεται σε επιστημονικές βιβλιογραφικές πηγές, τόσο ξένες όσο και ελληνικές, σε επιστημονικά άρθρα και σε δευτερεύοντα ποσοτικά δεδομένα, χάρτες, τοπογραφικά διαγράμματα και φωτογραφικό υλικό. Με βάση το θεωρητικό υπόβαθρο ερμηνεύονται τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων που συντάχθηκαν και αναλύθηκαν, και αφορούσαν μεταξύ άλλων παραμέτρων, την ελκτικότητα του E.K. σε γεωγραφική βάση, την αίσθηση ασφάλειας και ελευθερίας που έχει ο πελάτης στο Mediterranean Cosmos στη Θεσσαλονίκη.

1. Διαχρονική προσέγγιση: Κοινωνικοχωρική διαλεκτική και ετεροτοπία από την αρχαία Αγορά στο σύγχρονο E.K 5^ο – 21^ο αιώνας

1.1. Αρχαία κοινωνία, θεμελίωση της πόλης στην πολιτική και η "Αγορά": Η κεντρική ισοτοπία της δημοκρατίας

Ξεκινώντας την διαχρονική προσέγγιση, η πρώτη περίοδος μελέτης μας είναι η κλασική αρχαιότητα (5ος-4ος αι. π.Χ.) στην Αθήνα, όπου η Αρχαία Αγορά στο κέντρο της πόλης, διαδραμάτιζε ρόλο πολυσήμαντο και πολυλειτουργικό (Vidal, 1989). Σε αυτή την περίοδο όλες οι βασικές λειτουργίες της πόλης ήταν συγκεντρωμένες στην Αρχαία Αγορά. Η πολιτική, η θρησκεία, η οικονομία, ο πολιτισμός, η διοίκηση και η δημόσια ζωή, αρθρώνονται γύρω από την εμπορική πρακτική. Η Αρχαία Αγορά αποτελούσε τη μικρογραφία της αρχαίας πόλης (Zanker, 2000; Jackson, 1984). Έντονος ήταν ο συμβολικός χαρακτήρας της Αγοράς, με την ύπαρξη πολύ σημαντικών κτιρίων και αντίστοιχων λειτουργιών, όπως ο Άρειος Πάγος, η Ακρόπολη, το Διονυσιακό Θέατρο, το Βουλευτήριο, διάφορα μνημεία, ιερά και ηρώα (Τραυλός, 1993).

Έτσι η πόλη της Αθήνας αποτελούσε ένα κολάζ από εικόνες που αναδείκνυαν την προσπάθεια, τη βούληση, τον στοχασμό, την πνευματικότητα. Από την αντιπαράθεση αυτή των εικόνων γεννιούνται οι μεγάλοι συμβολισμοί (Levebnre, 2007). Στη

συνείδηση του πολίτη ήταν εντυπωμένος αυτός ο πολυδιάστατος χαρακτήρας του κέντρου της πόλης, απόλυτα συνυφασμένος με την δημοκρατία, η οποία βρισκόταν στο λίκνο της εκείνη την περίοδο. Ο Μ. Weber στο έργο του για τη μεσαιωνική πόλη θα εξηγήσει την θεμελιακή αιτιότητα συγκρότησης της αρχαίας πόλης στην πολιτική και όχι στην οικονομία ώστε να αναφέρεται στον αρχαίο πολίτη της Αθήνας ως homo politicus (Φραγκόπουλος, 2008). Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Ober (1996:4) για την κλασική περίοδο στην Αθήνα «...αδιαμφισβήτητα συνέβαινε κάτι ιστορικά και πολιτικά αξιολογούμενο». Μέχρι και σήμερα η Αρχαία Αγορά παραμένει το σύμβολο της κοινωνίας, το ιδεατό (Levebvre, 2007). Μέσα σε αυτό το ιδεατό και πολυλειτουργικό κέντρο, εντοπίζονται οι πρώτες ετεροτοπίες. Η Αρχαία Αγορά αποκλείει τις γυναίκες, τους σκλάβους και τους ξένους. Οι ισοτοπίες των βασικών λειτουργιών της αγοράς, συνυπάρχουν με τις κεντρικές ετεροτοπίες. (Levebvre, 2007).

1.2. Από την δημοκρατική ισοτοπία στην ανάδυση του Imperium και τις κεντρικές ετεροτοπίες

Κατά τη δημοκρατική περίοδο στην Αρχαία Ρώμη, περνάμε από την δημοκρατική ισοτοπία της αρχαίας Αγοράς στην ανάδυση του Imperium και τη διατήρηση κεντρικών ετεροτοπιών. Κατά την περίοδο αυτή διατηρείται η κεντρικότητα της αγοράς, ωστόσο είναι έντονη η έλλειψη της δημοκρατικής έκφασής της. Η Ρωμαϊκή Αγορά, το λεγόμενο Forum Romanum, ήταν χωροθετημένη στο κέντρο της πόλης όπως και η αντίστοιχη Αρχαία Αγορά στην Αθήνα (Boldrini, Castellucci, Giuntoli, 1995) και τοποθετούνταν στην τομή των δύο κεντρικών αρτηριών, των λεγόμενων decumanus και cardo (Νικολαΐδου, 1993). Ήταν το συνώνυμο της αρχαίας αγοράς της Ελλάδας (Aloi, 1959).

Ο χώρος του Forum, σε αντίθεση με οποιαδήποτε ελληνική Αγορά, οπτικά κυριαρχούνταν από ναούς. Ήταν το επίκεντρο της δημόσιας και πολιτικής ζωής και είχε χαρακτήρα ενός συμβολικού χώρου στον οποίο επιδεικνυόταν η κρατική δύναμη αλλά και η συλλογική συνείδηση των πολιτών (Zanker, 2000). Οι Ρωμαίοι ήθελαν να προβάλλουν την εξουσία και την επιβολή τους, για αυτό και κατασκεύασαν κτίρια επιβλητικά και μεγαλόπρεπα. Σε αυτό λοιπόν τον χώρο, εμφανίζονται κεντρικές ετεροτοπίες, όπως είναι τα πορνεία, οι συνοικίες ηδονής και τα λουτρά (Foucault, 1987).

1.3. Από τον ιδεολογικά ενιαίο χώρο της φεουδαλικής ιδιοκτησίας στην ανάδυση της μεσαιωνικής πόλης και στις ετεροτοπίες εντός και εκτός των τειχών

Στον δυτικό Μεσαίωνα (4^{ος}-16^{ος} αι.) το φεουδαρχικό σύστημα κάνει την εμφάνισή του και εδραιώνεται και σε συνδυασμό με τις αναπτυσσόμενες βιοτεχνίες και συντεχνίες, οικοδομείται η βάση του καπιταλισμού (Pirenne, 1946). Οι μεσαιωνικές πόλεις, αποτελέσαν κόμβους εμπορευματικής δραστηριότητας με την βοήθεια και

των αναπτυγμένων συντεχνιών, διαδραμάτισαν δραστικό ρόλο στην κατάργηση των υπαρχουσών σχέσεων της φεουδαρχίας και έδωσαν την ώθηση για την ανάπτυξη του καπιταλιστικού συστήματος (Μπούρας, 2001; Rowling, 1992; Pirenne, 1946). Η αύξηση καταμερισμού της εργασίας και οι συντεχνίες με τις βιοτεχνίες, ενεργοποίησαν μετέπειτα ένα νέο είδος παραγωγής. Και σε αυτά τα χρόνια η Αγορά διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο, αφού αποτελούσε την καρδιά της μεσαιωνικής πόλης και της κοινωνικής ζωής, μαζί με την αναδυόμενη αστική τάξη (Γοσποδίνη, 1995). Η μεσαιωνική πόλη είχε την μορφή ενός προκαπιταλιστικού τύπου άστεως.

Μία σημαντική διαφορά που επισημαίνει ο Weber ανάμεσα στην αρχαία πόλη και την μεσαιωνική, ως αστιακές μορφές και κοινωνικοί τύποι οργάνωσης, είναι η βαρύτητα που δίνεται σε κάθε μία από αυτές, σε ένα συγκεκριμένο πεδίο. Στην μεν αρχαία πόλη, οι πολίτες διακατέχονται έντονα από το πολιτικό αίσθημα και αυτό κι έτσι ο αρχαίος πολίτης καλείται και ως *homo politicus*. Από την άλλη, η μεσαιωνική πόλη, μέσω της πολιτικής δύναμης των συντεχνιών και στηριζόμενη στην εμπορική οικονομία, ωθεί ουσιαστικά τον πολίτη στον μονόδρομο της βιομηχανίας, που δίκαια χαρακτηρίζεται και ως *homo economicus* (Φραγκόπουλος, 2008). Τα μεσαιωνικά τείχη απαγορεύουν την είσοδο σε όσους απειλούν την ουσιαστική λειτουργία της πόλης, λειτουργώντας ως θύλακες ετεροτοπιών (Foucault, 1987).

1.4. Νεωτερικότητα, αρχική εκβιομηχάνιση, κεντρικές ταξικές ετεροτοπίες και «ολικά ιδρύματα»

Από τον 18^ο έως και τον 19^ο αιώνα στο Παρίσι, η εξέλιξη της στοάς, γνωστής και ως *passage*, πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της ανάπτυξης του βιομηχανικού καπιταλισμού (Geist, 1985). Το δημόσιο στοιχείο τους ήταν έντονο, όπως και το πολιτικό γιατί συχνά γίνονταν συζητήσεις πάνω σε επίκαιρα θέματα. Ουσιαστικά οι στοές αποτέλεσαν ένα καινοτόμο τρόπο αγοράς και ένα νέο τύπο δημόσιου χώρου για εμπορικές συναλλαγές και ανταλλαγές (Suau, Bauza, 2009). Επίσης η στοά συνδέεται άμεσα με την ανάπτυξη της αστικής τάξης και φυσικά με την ανάγκη προβολής των νέων βιομηχανικών προϊόντων. Ο πλάνης, ο μποέμ και η πόρνη ήταν φιγούρες που η παρουσία τους μετέτρεπε τις στοές σε «ετεροτοπίες της νεωτερικότητας» (Stevenson, 2007).

Κατά τον 18^ο αιώνα, ο Jeremy Bentham οραματίστηκε το *Panopticum*, μία πρότυπη φυλακή βασισμένη σε μία χωρική διάταξη, που επιτρέπει την επιτήρηση προς κάθε σημείο της, ένα ιδεατό αρχιτεκτόνημα ιδανικό για τους εξουσιαστές. Στο *Panopticum* η ορατότητα είναι μια παγίδα που ενισχύει τον φόβο και τον έλεγχο. Με βάση αυτή την φυλακή ο Foucault έκανε λόγο για την ετεροτοπία που δημιουργείται μέσα σε αυτό τον χώρο, στον οποίο ουσιαστικά εγκλείεται το περιθωριοποιημένο και η «ετερότητα» (Foucault, 1989).

Ωστόσο η επανάσταση στον χώρο του λιανικού εμπορίου συντελέστηκε με την εμφάνιση των λεγόμενων *magasins de nouveaute* ή αλλιώς καταστήματα νεωτερι-

σμού, στις αρχές του 19ου αιώνα, στην Γαλλία. Αποτέλεσαν τον άμεσο πρόγονο των πολυκαταστημάτων και ήταν τα κέντρα του εμπορίου των ειδών πολυτελείας (Walter, 1999). Τα πολυκαταστήματα γνωστά και ως department stores διαδέχθηκαν τις στοές αποτελώντας το περιεκτικό σύμβολο των καπιταλιστικών κοινωνικών σχέσεων. Εδώ κάνουμε πλέον λόγο για την εμφάνιση των ετεροτοπιών μαζικής κατανάλωσης.

1.5. Βιομηχανικός καπιταλισμός, συμβολική αποδόμηση του κέντρου και οικονομικές ετεροτοπίες στην περιφέρεια

Οδεύοντας προς τον 20^ο αιώνα, η εδραίωση του καπιταλισμού, το αποκορύφωμα της επιρροής του φορντισμού, ο υπερκαταναλωτισμός, το φαινόμενο της προαστιοποίησης, η αυξανόμενη διάδοση του αυτοκινήτου ως ιδιωτικό μέσο μεταφοράς, οι άθλιες συνθήκες του κέντρου και η ραγδαία αύξηση του πληθυσμού, οδήγησαν στην έκρηξη του κέντρου, την μετακίνηση των υψηλά εισοδηματικών στρωμάτων προς τα προάστια και την αντικατάστασή τους από τα κατώτερα λαϊκά (Frangoroulos, Dalakis, Kourkouridis, 2009). Το παραδοσιακό κέντρο της πόλης υποβαθμίζεται, διασπάται και δημιουργούνται νέα κέντρα τα οποία και μεταφέρονται στα προάστια. Το κέντρο χάνει τον συμβολικό χαρακτήρα, η κοινωνία και ο χώρος πλέον αποκόπτονται και νέες λειτουργικές εξειδικεύσεις αναδύονται (Καραλέτσου, Παπαγεωργίου, 1998).

Δημιουργούνται έτσι τα περιφερειακά εμπορικά κέντρα, τα οποία διαμορφώνουν μία νέα πραγματικότητα γύρω τους, αυτόνομα περιβάλλοντα, αποκομμένα από τον αστικό ιστό (Καραλέτσου, Παπαγεωργίου, 1998). Με την πάροδο του χρόνου τα κέντρα αυτά εξελίσσονται κτιριακά και μορφολογικά και εμφανίζονται τα σύγχρονα εμπορικά κέντρα, γνωστά και ως mall. Τα νέα αυτά κέντρα είναι εσωστρεφείς και περίκλειστοι χώροι, που συγκεντρώνουν πέρα από καταστήματα λιανικού εμπορίου και υπηρεσίες ψυχαγωγίας (Giddens, 2002). Κάνουμε λοιπόν λόγο πλέον για την *ετεροτοπία των προαστίων*. Ωστόσο υπήρχαν και κάποιοι στοχαστές, όπως ο Victor Gruen, ο οποίος οραματίστηκε το ιδανικό περιφερειακό εμπορικό κέντρο, το οποίο θα στηριζόταν πάνω στη δομή της Αρχαίας Αγοράς της Αθήνας.

2. Συγχρονική προσέγγιση: Κοινωνικοχωρική διαλεκτική, συλλογικές αναπαραστάσεις και μορφές ετεροτοπίας στο σύγχρονο ΕΚ.

2.1. Το Εμπορικό Κέντρο Mediterranean Cosmos στη Θεσσαλονίκη

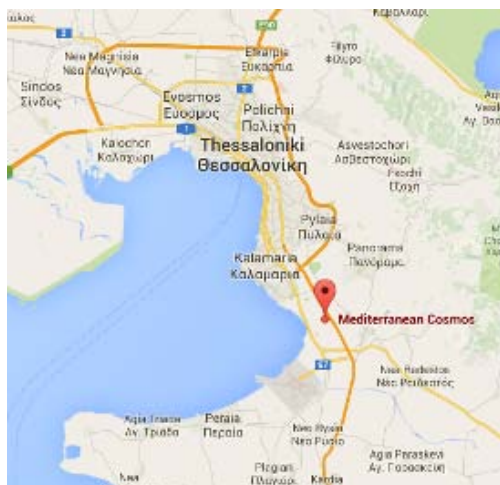
Στην περιοχή της Θεσσαλονίκης, τη δεκαετία του '80, παρατηρήθηκε μία τάση επέκτασης των περιοχών έξω από τα όρια του πολεοδομικού ιστού, όπου και συγκεντρώνονται μεγάλα καταστήματα εμπορικών χρήσεων. Η τάση αυτή αποτέλεσε την πρώτη ένδειξη, πως ήδη από την δεκαετία του 1980, έκανε την εμφάνισή του ένα νέο μοντέλο ανάπτυξης του τριτογενούς τομέα στον περιφερειακό χώρο, που είναι μία πρώτη μορφή των περιφερειακών εμπορικών κέντρων (Καυκαλάς, 1999).

Αυτό σε συνδυασμό με το φαινόμενο της αστικής διάχυσης στην περιοχή της Θεσσαλονίκης και την έκρηξη της κινητικότητας, είχε ως αποτέλεσμα την εμφάνιση στο προσκήνιο νέων τόπων δραστηριότητας, στο πλαίσιο των οποίων έχουμε και μεγάλα εμπορικά καταστήματα (Frangopoulos, Dalakis, Kourkouridis, 2009). Τα καταστήματα αυτά κυρίως βρίσκονταν κοντά σε συνοικίες ιδιαίτερα υψηλού βιοτικού επιπέδου, όπως η περιοχή της Καλαμαριάς και της Επανομής. Αργότερα εξελίχθηκαν κι εμφανίστηκαν σε κεντρικές κυρίως περιοχές, με διαφορετική μορφή. Επρόκειτο για επεκτάσεις κτιρίων και χρήσεων, που περιελάμβαναν πέρα από τις εμπορικές δραστηριότητες, γραφεία, χώρους αναψυχής, ξενοδοχεία και συνεδριακά κέντρα. Απαραίτητος ήταν ο συνδυασμός των παραπάνω με ειδικούς χώρους στάθμευσης.

Εξέλιξη λοιπόν των εμπορικών καταστημάτων της δεκαετίας του 1980 κατά το πρότυπο των mall του εξωτερικού, είναι το Mediterranean Cosmos στη Θεσσαλονίκη. Αποτελεί το μεγαλύτερο εμπορικό και ψυχαγωγικό κέντρο στην Βόρεια Ελλάδα και ξεκίνησε την λειτουργία του το 2005. Βρίσκεται στο 11^ο χιλιόμετρο της Εθνικής Οδού Θεσσαλονίκης- Μουδανίων, στον δήμο Πυλαίας, με εύκολη πρόσβαση για το νότιο μέρος της Χαλκιδικής. Θεωρήθηκε από πολλούς ως μια επένδυση που άλλαξε τελείως τα μέχρι τότε δεδομένα (Δελλαδέτσιμας, 2009). Η τοποθεσία του θεωρείται άκρως στρατηγική, γεγονός το οποίο αυξάνει την ροή των πελατών (Δανιήλ, 2005). Συνδέει ουσιαστικά την ανατολική με την δυτική πλευρά της πόλης. Χωροθετημένο στο νοτιοανατολικό μέρος της πόλης και γειτνιάζοντας με το Αεροδρόμιο ‘Μακεδονία’ από το οποίο απέχει μόλις πέντε χιλιόμετρα, αποτελεί πόλο έλξης καταναλωτών όχι μόνο τοπικών αλλά και επισκεπτών από την νοτιοανατολική Ευρώπη (Smith, 2005). Βρίσκεται επίσης κοντά στην πυκνοκατοικημένη περιοχή της Καλαμαριάς και σε κοντινή απόσταση από το Διαβαλκανικό Ιατρικό Κέντρο, το ξενοδοχείο Hyatt Regency και το Regency Casino. Στην ευρύτερη περιοχή βρίσκονται επίσης και δύο μεγάλοι εμπορικοί πόλοι, το IKEA και το Carrefour που αυξάνουν το εμπορικό ενδιαφέρον της περιοχής.

Όπως παρατηρούμε και στον Χάρτη 1, βόρεια του Mediterranean Cosmos που σημειώνεται με πορτοκαλί κύκλο, βρίσκεται ο Δήμος Καλαμαριάς και συνδέεται με αυτό μέσω της Εθνικής Οδού Θεσσαλονίκης-Μουδανίων αλλά και της Λεωφόρου Γεωργικής Σχολής. Νότια του εμπορικού κέντρου βρίσκεται η περιοχή του Αεροδρομίου ‘Μακεδονία’ με το οποίο συνδέεται τόσο με την Εθνική Οδό Θεσσαλονίκης-Μουδανίων, όσο και με τον δρόμο Αεροδρομίου, ενώ δυτικά με την Εθνική Οδό Θεσσαλονίκης-Πολυγύρου, το εμπορικό κέντρο γίνεται άμεσα προσβάσιμο στο νότιο μέρος της Χαλκιδικής. Πρόκειται σε γενικές γραμμές για δρόμους από τους οποίους διέρχονται καθημερινά εκατοντάδες αυτοκίνητα και αυτό ακριβώς καθιστά το εμπορικό κέντρο άμεσα και εύκολα προσβάσιμο σε μεγάλο αριθμό επισκεπτών.

Το Mediterranean Cosmos βρίσκεται σε οικόπεδο συνολικής επιφάνειας 250.000 τ.μ. και αναπτύσσεται σε δύο κύρια επίπεδα που αναλογούν σε 46.000 τ.μ. διαθέ-



*Χάρτης 1: Η Θέση του Mediterranean Cosmos στο Πολεοδομικό Συγκρότημα Θεσσαλονίκης
(Πηγή: GoogleEarth, Ιδία επεξεργασία)*

σιμου προς χρήση χώρου και τα οποία εξυπηρετούνται με εσωτερικούς πεζόδρομους. Διαθέτει 209 καταστήματα συνολικά, 37 εστιατόρια και καφέ, σούπερ μάρκετ, κινηματογράφους, αίθουσα bowling, υπαίθριο αμφιθέατρο 400 θέσεων, παιδότοπο, ορθόδοξη εκκλησία, πρότυπες βοηθητικές υπηρεσίες και παραδοσιακό ελληνικό χωριό. Σημαντικός είναι και ο διαθέσιμος χώρος που παρέχει για στάθμευση, που φτάνει τις 3.000 θέσεις και ενώ αρχικά ήταν δωρεάν από τα τέλη του 2010 υπάρχει αντίτιμο 1,5€ και τα Σαββατοκύριακα είναι δωρεάν.

2.2. Έρευνα Πεδίου

2.2.1 Πλαίσιο-Ταυτότητα Έρευνας

Η έρευνα πεδίου διεξήχθη με ερωτηματολόγιο που περιελάμβανε 15 ερωτήσεις. Επιλέχθηκε ο συγκεκριμένος τρόπος συλλογής δεδομένων, διότι συγκεντρώνει αρκετά πλεονεκτήματα, όπως την δυνατότητα ποσοτικοποίησης πολλαπλών δεδομένων με την ταυτόχρονη εφαρμογή πολλαπλών τεχνικών ανάλυσης και συσχέτισεων και την τήρηση της συνθήκης της αντιπροσωπευτικότητας. Προκειμένου να διαμορφωθεί το τελικό ερωτηματολόγιο, έγινε πιλοτική έρευνα, μέσα από την οποία προέκυψαν διορθώσεις και βελτιώσεις. Στην έρευνα έλαβαν μέρος συνολικά 478 άτομα. Η διανομή και συλλογή των ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκε, με επιτόπια συγκέντρωση στο μεγαλύτερο ποσοστό (79%) και με την αποστολή των ερωτηματολογίων μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail). Συνολικά η διανομή και συλλογή διήρκεσε από τον Απρίλιο μέχρι και τον Μάιο του 2012 και στη συνέχεια η επεξεργασία του εν λόγω υλικού ολοκληρώθηκε τον μήνα Ιούνιο. Το δείγμα της έρευνας επιλέχθηκε με τυχαίο τρόπο έγινε όμως προσπάθεια να είναι όσο το δυνατό πιο αντιπροσωπευτικό, καθώς σε ένα μεγάλο βαθμό είναι σταθμι-

σμένο ως προς το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και τον τόπο κατοικίας. Τα δεδομένα καταγράφηκαν σε πίνακες, κωδικοποιήθηκαν και ομαδοποιήθηκαν με την χρήση του προγράμματος Microsoft Excel ενώ, δεν ελήφθησαν υπόψη 12 ερωτηματολόγια, ως μη έγκυρα ή αρκετά ελλιπή. Οπότε το τελικό δείγμα αποτελείται από 466 άτομα. Για την περαιτέρω επεξεργασία του υλικού χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα SPSS (Statistical Program for Social Sciences). Προβήκαμε τέλος σε στατιστικούς συσχετισμούς των ερωτήσεων που αφορούσαν το εμπορικό κέντρο και θεωρήσαμε πως τα συμπεράσματα αυτών θα αποσκοπούσαν στην απάντηση βασικών ερωτημάτων της εργασίας, με στόχο να διερευνηθούν οι απόψεις ομάδων κατοίκων ως προς συγκεκριμένα θέματα.

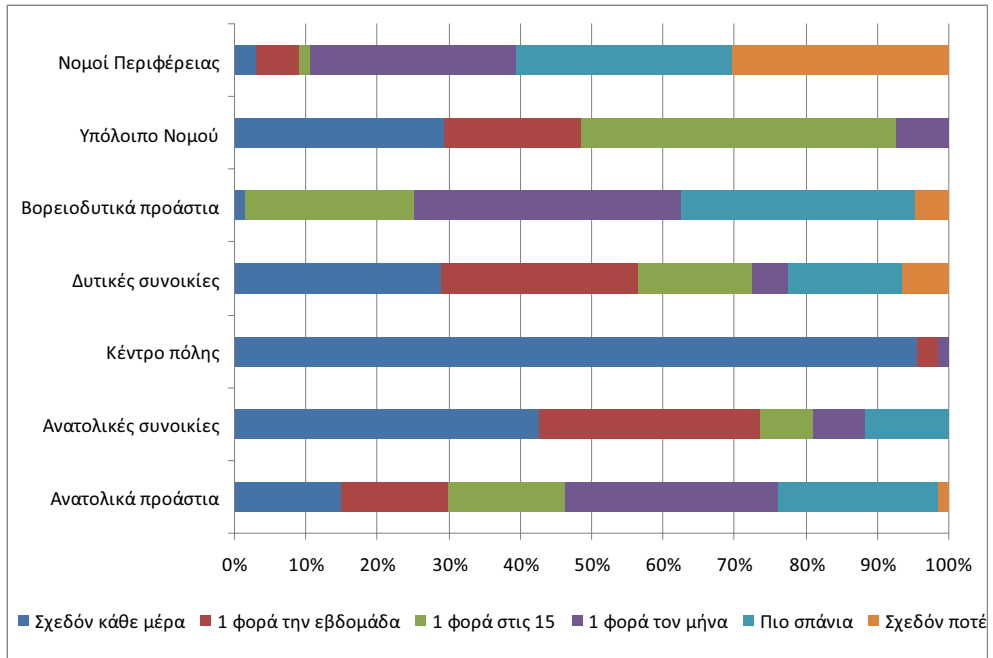
Στο άρθρο μας αυτό αξιοποιούμε τις διασταυρώσεις που σχετίζονται με την κοινωνικοχωρική διαλεκτική στην παραγωγή του χώρου ως συνδυασμού πρακτικών, κοινωνικών αναπαραστάσεων και χώρων αναπαράστασης που αναδεικνύει κοινωνικοχωρικά και πολιτιστικά προφίλ των κατοίκων της πόλης και της ευρύτερης περιοχής και ιδιαίτερα την ετεροτοπία μέσα από το αίσθημα ασφαλείας και επιτήρησης στον εσωστρεφή χώρο του εμπορικού κέντρου.

2.2.2 Πρωτογενής Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

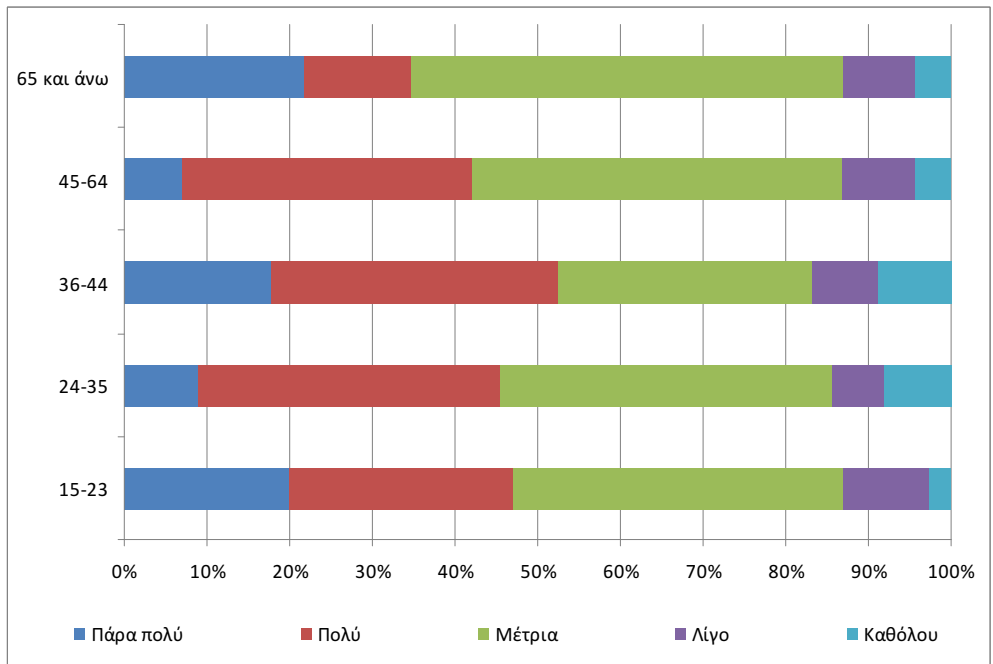
Αναφορικά με το προφίλ του δείγματος, ως προς το φύλο και την ηλικιακή σύνθεση είναι αρκετά μοιρασμένο, όπως επίσης και ως προς την περιοχή κατοικίας. Οι περιοχές κατοικίας χωρίστηκαν σε αντιπροσωπευτικές ομάδες οι οποίες είναι: i. Τα ανατολικά προάστια (π.χ. Θέρμη, Ρύσιο, Πυλαία κλπ.) ii. Οι ανατολικές συνοικίες (π.χ. Τούμπα, Χαριλάου, Καλαμαριά κλπ.) iii. Το κέντρο της πόλης iv. Οι δυτικές συνοικίες (π.χ. Εύοσμος, Σταυρούπολη, Νεάπολη κλπ.) v. Τα βορειοδυτικά προάστια (π.χ. Ρετζίκι, Ασβεστοχώρι, Ωραιόκαστρο κλπ.) vi. Το υπόλοιπο του Νομού Θεσσαλονίκης (π.χ. Λαγκαδάς, Ασπροβάλτα κλπ.) και τέλος vii. Οι υπόλοιποι νομοί της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, πλην της Θεσσαλονίκης δηλαδή (π.χ. νομοί Πιερίας, Κιλκίς, κλπ.). Ως προς την οικογενειακή κατάσταση το μεγαλύτερο ποσοστό είναι έγγαμοι με παιδιά και ως προς την εργασιακή κατάσταση, το μεγαλύτερο ποσοστό εργάζεται. Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος είναι μαθητές/φοιτητές και ελεύθεροι επαγγελματίες, ενώ σε μεγάλο ποσοστό έχουν στην κατοχή τους ιδιωτικό αυτοκίνητο.

2.2.3 Ανάλυση Διασταυρώσεων Μεταβλητών Έρευνας

A. Σχετικά με τη συχνότητα επίσκεψης του εμπορικού κέντρου ανά περιοχή κατοικίας των ερωτηθέντων (βλ. διαγρ. 1), παρατηρούμε ότι οι κάτοικοι των δυτικών συνοικιών πηγαίνουν το ίδιο συχνά στο εμπορικό κέντρο με τους κατοίκους των ανατολικών συνοικιών παρόλο ότι, οι δυτικές συνοικίες βρίσκονται σε μεγαλύτερη απόσταση από το εμπορικό κέντρο σε σχέση με τις ανατολικές συνοικίες. Η συνάφεια των κοινωνικοχωρικών συμπεριφορών δυτικών ανατολικών συνοικιών, παρ' όλες τις κοινωνικοταξικές και πολιτισμικές διαφορές εί-



Διάγραμμα 1: Συχνότητα Επίσκεψης Εμπορικού Κέντρου Mediterranean Cosmos ανά περιοχή κατοικίας των Ερωτηθέντων



Διάγραμμα 2: Ηλικιακή κατανομή των αισθημάτων ασφαλείας μέσα στο Εμπορικό Κέντρο Mediterranean Cosmos

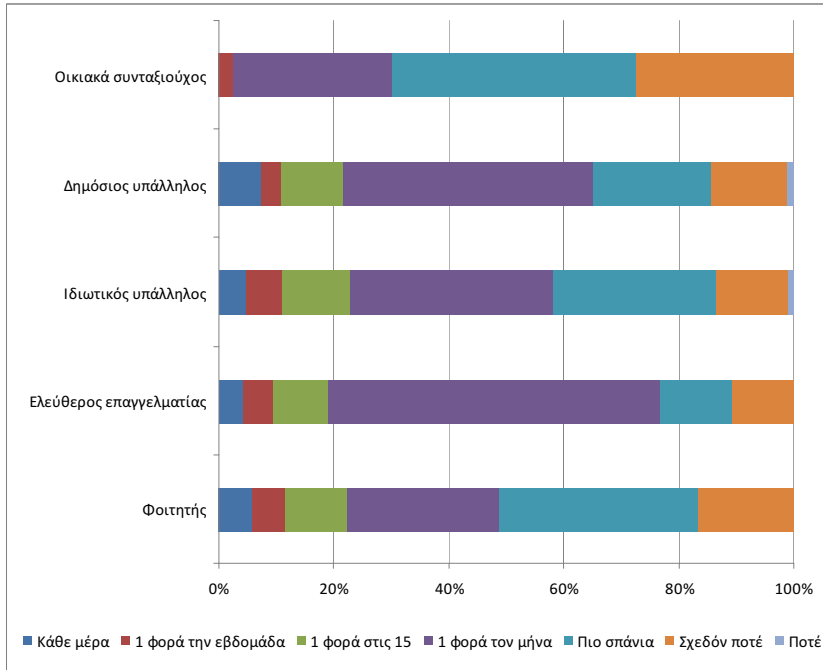
ναι ένα εύρημα από μόνο του. Όπως είναι γνωστό οι μεν πρώτες συντίθενται από μικροαστικά και εργατικά στρώματα, ενώ οι δεύτερες από μεσαία και ανώτερα στρώματα του πληθυσμού. Έχουμε λοιπόν την επιδίωξη ενός κοινού life style που εκφράζει η αναπαράσταση του χώρου του Cosmos.

Ένα ακόμα σχετικό εύρημα αφορά τα πολύ υψηλά ποσοστά των κατοίκων του κέντρου της Θεσσαλονίκης που επισκέπτονται σχεδόν καθημερινά το εμπορικό κέντρο. Θα μπορούσαμε να υποθέσουμε ότι αφορά τις μεσοστρωματικές αναπαραστάσεις της μητροπολιτικής μετά-νεωτερικότητας που ανακλά το σύγχρονο εμπορικό κέντρο, πρόσφατο απόκτημα της ευρύτερης Θεσσαλονίκης με κυριαρχία πολλών χρήσεων ελεύθερου χρόνου και ψυχαγωγίας.

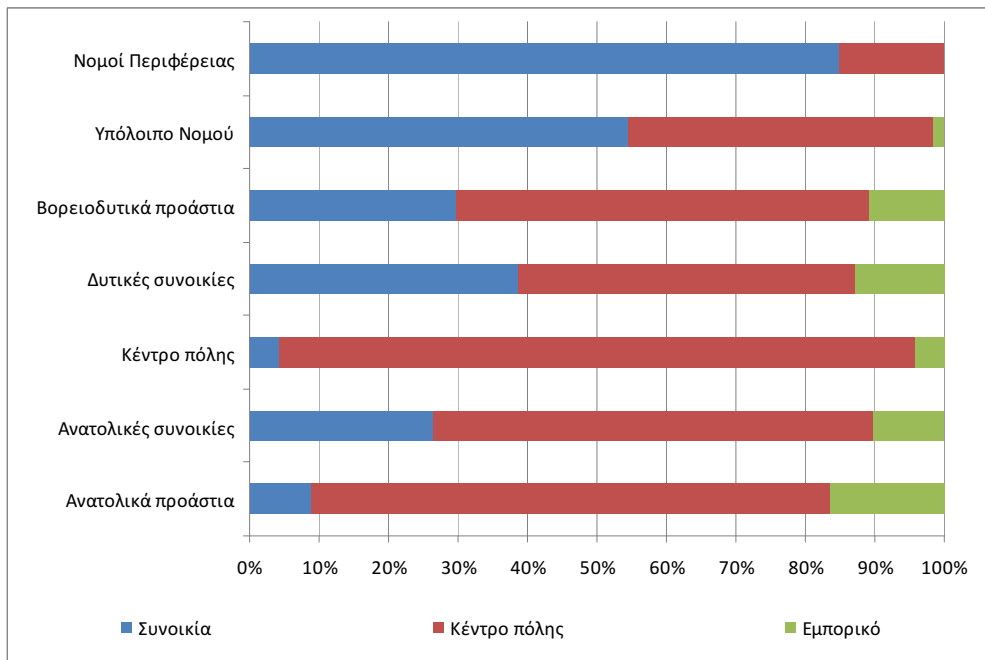
Β. Όσον αφορά την ηλικιακή κατανομή των αισθημάτων ασφαλείας μέσα στο εμπορικό κέντρο βλέπουμε στο παρακάτω διάγραμμα μια συνάφεια στις απαιτήσεις της ομάδας μέσης ηλικίας 36-44 ετών με αυτή των εφήβων και νέων 15-23 ετών. Αφενός πρόκειται α) για οικογενειάρχες αν συνδυάσουμε με την ύστερη γονιμότητα κατά τις τελευταίες δεκαετίες στην Ελλάδα και β) έφηβους-νέους που γαλουχήθηκαν με την ιδέα του ελεγχόμενου χώρου (κάμερες, σκευουριτάδες κλπ.) ως "ασφαλούς" σε σχέση με το "απροσδόκητο" που «γεννά» η ετερογένεια του αστικού κέντρου. Θα μπορούσαμε να μιλήσουμε για ενδείξεις πολιτισμικής ηγεμονίας μεσοστρωματικών αναπαραστάσεων περί ασφάλειας-επιτήρησης-ελέγχου στον χώρο του εμπορικού κέντρου.

Γ. Σχετικά με τη διασταύρωση της μεταβλητής επάγγελμα με τη συχνότητα επίσκεψης στο εμπορικό κέντρο Cosmos (βλέπε παρακάτω διάγραμμα 3) διαπιστώνουμε ότι οι ελεύθεροι επαγγελματίες επισκέπτονται συχνότερα (35%) το εμπορικό κέντρο. Γνωρίζουμε από τη βιβλιογραφία (European Commission, 2014) ότι οι αυτοαπασχολούμενοι είναι οι πλέον "χτυπημένοι" από την οικονομική κρίση και αν συνδυάσουμε με ευρήματα συνεντεύξεων από την ομάδα αυτή οδηγούμαστε στην υπόθεση ότι στο χώρο του εμπορικού κέντρου ζουν την ετεροτοπία της προ κρίσεως επιχειρηματικής τους ευμάρειας. Αυτό διότι στο συγκεκριμένο χώρο τα μορφολογικά χαρακτηριστικά της κρίσης δεν διακρίνονται εύκολα και μάλιστα η μικροεπιχειρηματικότητα και η εμπορική κίνηση στα καταστήματα του εμπορικού κέντρου (εστίαση, καφέ, μπαρ κλπ.) δείχνει να διατηρείται αλώβητη. Η ετεροτοπία αυτή προσφέρει το όραμα της ελπίδας ανάκαμψης που δυσκολεύονται να δουν αλλού π.χ. στο εμπορικό κέντρο της πόλης ή στις συνοικίες όπου έχουν κλείσει και κλείνουν διαρκώς επιχειρήσεις.

Δ. Όσον αφορά τη διασταύρωση της μεταβλητής περιοχής κατοικίας με την επιλογή τόπου αγορών μεταξύ εμπορικού κέντρου και του παραδοσιακού κέντρου της Θεσσαλονίκης (βλ. παρακάτω διάγρ. 4) παρατηρούμε εκ νέου μια σύγκλιση των δυτικών συνοικιών (σημειώνουμε ότι βρίσκονται σε μεγαλύτερη εγγύτητα με το κέντρο πόλης) με τις ανατολικές συνοικίες όσον αφορά την κατανα-



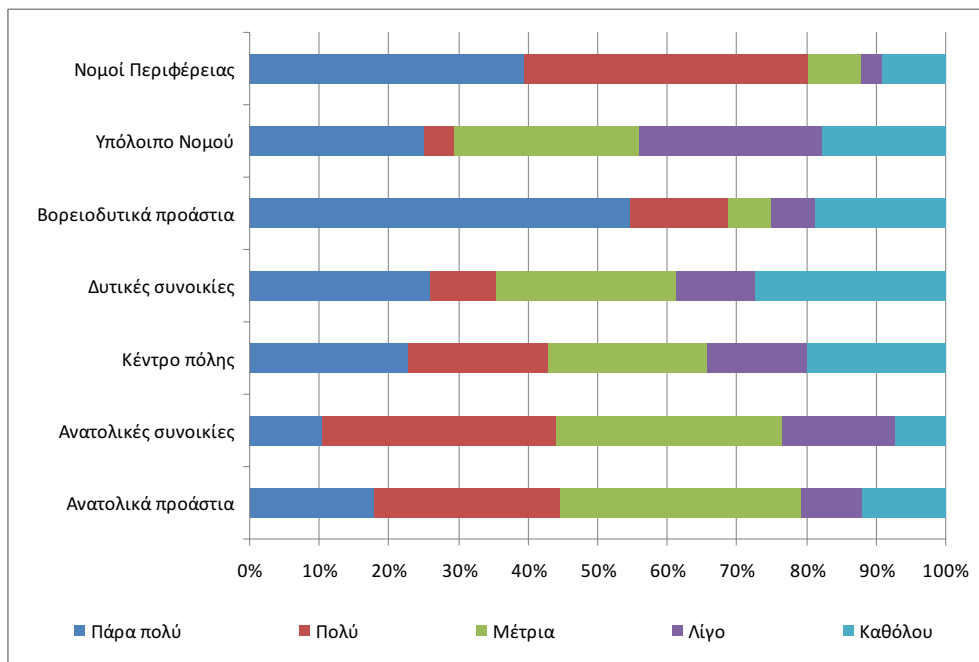
Διάγραμμα 3: Επάγγελμα και Συχνότητα επίσκεψης στο Εμπορικό Κέντρο Mediterranean Cosmos



Διάγραμμα 4: Περιοχή Κατοικίας Ερωτηθέντων και Επιλογή Τόπου Αγορών

λωτική τους συμπεριφορά. Επιβεβαιώνουμε τη συνάφεια των κοινωνικοχωρικών συμπεριφορών ανάμεσα στις δυο ομάδες με έμφαση στα μικροαστικά-εργατικά στρώματα που φαίνεται να υιοθετούν μεσοστρωματικές χωρικές αναπαραστάσεις που εκφράζει το εμπορικό κέντρο Cosmos.

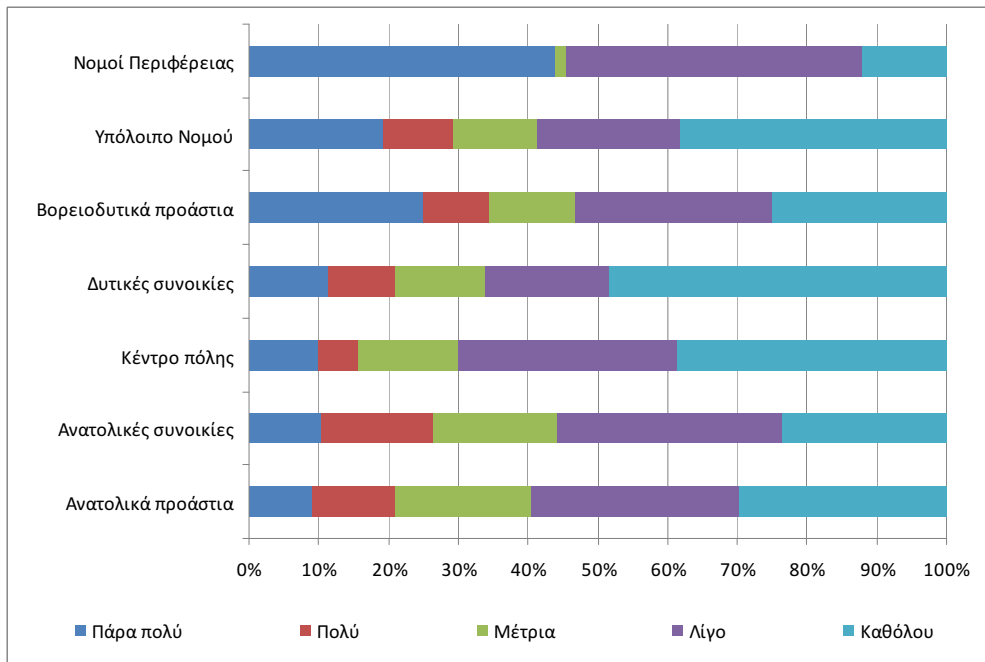
Ε. Η διασταύρωση της μεταβλητής της περιοχής κατοικίας των ερωτηθέντων με την παραμονή στο εμπορικό κέντρο περισσότερο χρόνο από όσο είχαν αρχικά υπολογίσει (βλ. παρακάτω διάγρ. 5), διαπιστώνουμε ότι τα βορειοδυτικά προάστια (Ωραιόκαστρο κ.α.) έχουν τα πιο υψηλά ποσοστά από όλες τις περιοχές: Αναρωτόμεθα γιατί; Παίρνοντας υπόψη ευρήματα συνεντεύξεων θα αναφερθούμε σε ενδείξεις τάσεων φυγής από την καθημερινή πίεση που προκαλεί η οικονομική κρίση. Η "χρονική ετεροτοπία" αφορά την επιμήκυνση του χρόνου παραμονής μέσα σε ένα μεσοαστικό πρότυπο ευμάρειας, glamorous space, πλούτου και κατανάλωσης. Εστω και αν δεν έχεις πλέον τη δυνατότητα κατανάλωσης που είχες στο παρελθόν, καταναλώνεις "χρόνο ετεροτοπίας" και "mode de vie"!



Διάγραμμα 5: Περιοχή Κατοικίας Ερωτηθέντων και Παραμονή στο εμπορικό κέντρο περισσότερο χρόνο από όσο είχαν αρχικά υπολογίσει

ΣΤ. Αν τα παραπάνω συνδυαστούν με το ερώτημα "όταν πάω στο Cosmos σχεδόν πάντα ψωνίζω ακόμα και αν δεν ήταν αυτός ο αρχικός μου σκοπός" (βλέπε πα-

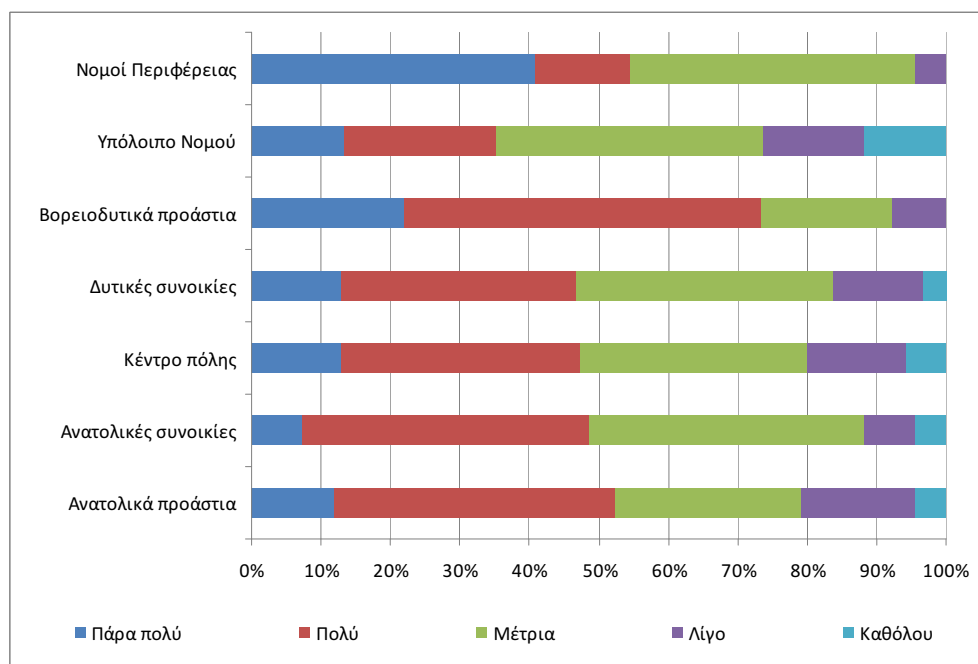
ρακάτω διάγραμμα 6), τα βορειοδυτικά προάστια αν και περιόρισαν τις επισκέψεις τους στο εμπορικό κέντρο λόγω κόστους μετακίνησης (30-40 km η συνολική απόσταση μιας επίσκεψης στο εμπορικό κέντρο από το Ωραιόκαστρο με 1,7€/lit η τιμή της βενζίνης) εκτός του "ετεροτοπικού χρόνου" επαναλαμβάνουν συμπεριφορές κατανάλωσης μιας περιόδου του προ κρίσης, "ευ ζην", «αγοράζοντας κάτι χωρίς να το έχω στο πρόγραμμα όταν επισκέπτομαι το Ε. Κέντρο».



Διάγραμμα 6: Περιοχή κατοικίας και αγορές χωρίς ήταν αυτός ο αρχικός σκοπός της Επίσκεψης

Ζ. Τέλος η διασταύρωση της μεταβλητής της περιοχής κατοικίας με το "αίσθημα ελευθερίας στο Cosmos" δίνει υψηλά ποσοστά στους ερωτηθέντες των βορειοδυτικών προαστίων (73,4% έναντι άλλων περιοχών που παρουσιάζουν αρκετά χαμηλότερα ποσοστά). η κοινωνική σύνθεση των περιοχών αυτών συγκροτείται από μεσαία και μικρομεσαία στρώματα (βιοτέχνες, ελεύθεροι επαγγελματίες κλπ.) σε αντίθεση με τα ανατολικά προάστια που έχουν μεσαία στρώματα που εργάζονται στον τριτογενή τομέα (διευθυντικά στελέχη, δημόσιοι υπάλληλοι, ελίτ εξειδίκευσης και γνώσης). Ως εκ τούτου έχουν "τρωθεί" καίρια από την οικονομική κρίση που ολοκλήρωσε τη μακροχρόνια κρίση στη μεταποίηση λόγω ανάδυσης νέων τόπων παραγωγής βιοτεχνικών προϊόντων (Βουλγαρία και Κίνα). Βιώνουν λοιπόν στο Cosmos την "ετεροτοπία" της αρμονικής προ κρίσεως κατάστασης και νιώθουν πραγματικά ελεύθεροι.

Δευτερευόντως βλέπουμε στο παρακάτω διάγραμμα αρθ. 7, υψηλά ποσοστά στους ερωτώμενους από άλλους νομούς της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας. Σε συνδυασμό με ευρήματα συνεντεύξεων οι επισκέπτες της επαρχίας έλκονται από το απελευθερωτικό-μοντέρνο πρότυπο της αγοράς-δημόσιου χώρου του εμπορικού κέντρου που εκπέμπει μεν οικειότητα, δίνει δε το αίσθημα του μοντέρνου lifestyle της μητρόπολης. Από την άλλη πλευρά η επιτήρηση και η "πειθαρχία" μέσα στο περικλείστο χώρο του εμπορικού κέντρου (κάμερες κλπ.) αποκλείει την μητροπολιτική ελευθερία-"αταξία" και παρέχει ένα "καθαρό περιβάλλον" χωρίς απρόσμενες, ανεπιθύμητες και «ενοχλητικές» συναντήσεις (ζητιάνοι, μικροπωλητές, φτωχοί, ξένοι κλπ.).



Διάγραμμα 7: Περιοχή Κατοικίας Ερωτηθέντων και "Αίσθημα Ελευθερίας στο Εμπορικό Κέντρο Mediterranean Cosmos

Συμπεράσματα

Εξετάζοντας την κοινωνικοχωρική συγκρότηση του σύγχρονου εμπορικού κέντρου, μέσα από τις έννοιες της κοινωνικοχωρικής διαλεκτικής, υπό το πρίσμα μιας κοινωνιολογικής και ανθρωπολογικής συλλογιστικής, αναλύσαμε αφενός τη σύνθεση δημόσιου χώρου και εμπορικής λειτουργίας από την αρχαία αγορά ως το σύγχρονο εμπορικό κέντρο. Αφετέρου εξετάσαμε τις στάσεις, τις συμπεριφορές και τις αναπαραστάσεις των χρηστών του εμπορικού κέντρου Cosmos στην Θεσσαλονίκη.

Η διαχρονική προσέγγιση ανέδειξε διακριτές περιόδους κοινωνικοχωρικής συγκρότησης του δημόσιου χώρου – εμπορικής λειτουργίας: Α) Αρχικά στην αρχαία Αθήνα η «πόλις» θεμελιώνεται στην «αγορά» μιας αναδύμενης Δημοκρατίας σε χωρική βάση (Κλεισθένης-Τριττύες) , παράγει ισοτοπίες (αγορά, ιερά, βουλευτήριο, δικαστήριο) και αποτελεί στον κεντρικό αυτό χώρο μια ετεροτοπία στο μέτρο που αποκλείει την συμμετοχή γυναικών, ξένων και σκλάβων. Β) Η δημοκρατική ισοτοπία της αρχαίας Αθήνας αντικαθίσταται στην αρχαία Ρώμη από την ανάδυση του Imperium Romanum και σε χωρική βάση με το Forum το οποίο αναδεικνύει την ισχύ και μεγαλοπρέπεια της αυτοκρατορίας και ενσωματώνει κεντρικές ετεροτοπίες όπως οίκους ανοχής, συνοικίες ηδονής και λουτρά. Γ) Κατά τον ευρωπαϊκό Μεσαίωνα 4^ο -17^ο αιώνα, παρά τις έντονες διαφοροποιήσεις χρονικά και τοπικά, εκκινώντας από το κάστρο του ηγεμόνα και τη χωροδεσποτεία της αγροτικής παραγωγής φθάνουμε στην μεσαιωνική πόλη της εμποροβιοτεχνικής παραγωγής. Μια πόλη περιτοιχισμένη που αποκλείει όσους απειλούν την λειτουργία της και εξασφαλίζει τις ετεροτοπίες που εγκλείει στο εσωτερικό της. Δ) Την εποχή της νεωτερικότητας και της εκβιομηχάνισης αναδύονται οι ταξικές ετεροτοπίες σε κεντρικές περιοχές των πόλεων όπως οι στοές ως ετεροτοπίες ταξικής κατανάλωσης αρχικά της αστικής τάξης και στην συνέχεια στα magasins des nouveautés-πολυκαταστήματα ως ετεροτοπίες μαζικής κατανάλωσης των εργατικών στρωμάτων (αρχές 19^ο αιώνα). Παράλληλα οι «ετεροτοπίες απόκλισης» (Φουκώ, 1984) όπως φυλακή, ψυχιατρεία συστηματοποιούνται εγκλείοντας την «απειλή». ΣΤ) Τέλος, με τον βιομηχανικό καπιταλισμό (20ος-21^{ος} αιώνας) η χωρική και συμβολική αποδόμηση των κέντρων των πόλεων, η προαστιοποίηση κ.α οδηγούν σε ετεροτοπίες κατανάλωσης υλικών και άυλων (πολιτισμικών, συμβολικών κλπ) προϊόντων αποκλείοντας σειρά ομάδων όπως φτωχοί, οικονομικοί μετανάστες κ.α.

Η συγχρονική προσέγγιση στο Ε.Κ. Med. Cosmos, ανέδειξε α) την συνάφεια των κοινωνικοχωρικών συμπεριφορών δυτικών και ανατολικών συνοικιών παρόλη την διαφορά κοινωνικής στρωμάτωσης. Η ελκτικότητα του Ε.Κ. ως χώρου αναπαραστάσεων για τις δυτικές φτωχότερες συνοικίες δηλώνει την επίδραση του στις συλλογικές χωρικές αναπαραστάσεις. Η επίδραση του ΕΚ στους κατοίκους του παραδοσιακού κέντρου της πόλης δηλώνει την ηγεμονία των μεσοστρωματικών αναπαραστάσεων της μητροπολιτικής μετανεωτερικής ευδαιμονίας. β) Την ελκτικότητα του ΕΚ ως χώρου αναπαραστάσεων που παρέχει ασφάλεια αποκλείοντας το απρόσμενο του αστικού κέντρου και αναδεικνύει την ιδεολογική ηγεμονία των μεσοστρωματικών αναπαραστάσεων περί ασφάλειας – επιτήρησης – ελέγχου, έλκοντας με το κριτήριο αυτό τις μεσαίες ηλικιακές ομάδες 36-44 ετών και εφήβους- νέους 15-23 ετών. γ) Την τάση να βιώσουν στο ΕΚ την ετεροτοπία μιας προκρίσεως επιχειρηματικής ευμάρειας οι επαγγελματικές ομάδες που θίγονται καιρία από την κρίση εφόσον σε ποσοστό 35% και σαφώς υψηλότερο από τις άλλες ομάδες επισκέπτονται το Ε.Κ. δ) Τις κοινές συμπεριφορές λαϊκών στρωμάτων με τα μεσαία στρώματα ως προς τον τόπο αγορών που αναδεικνύει την υιοθέτηση χωρι-

κών αναπαραστάσεων μεσαιών στρωμάτων από λαϊκά στρώματα του πληθυσμού που κατοικούν στις δυτικές συνοικίες και εντούτοις αντί του παρακείμενου παραδοσιακού κέντρου της Θεσσαλονίκης επιλέγουν για αγορές το Ε.Κ Cosmos απόστασης τουλάχιστον 20 χλμ. ε) Την υπέρβαση του χρόνου παραμονής στο ΕΚ πέραν του αρχικώς προγραμματισμένου για τους κατοίκους των βορειοδυτικών προαστίων. Τα μεσαιά και κατώτερα στρώματα αυτών των περιοχών (πχ Ωραιόκαστρο) επιδιώκουν μια «χρονική ετεροτοπία» δηλαδή παράταση χρόνου παραμονής μέσα στο ΕΚ τροποντινά μιας «ετεροτοπίας ευμάρειας», glamorous space έστω κι' αν δεν αφορά την απευθείας κατανάλωση προϊόντων αλλά αφορά την κατανάλωση χρόνου ετεροτοπίας. Αυτό το γεγονός επιβεβαιώνει και η επομένη διασταύρωση (διαγρ. 6) όπου οι ίδιες κοινωνικοχωρικές ομάδες (βορειοδυτικά προάστια), καθώς «αγοράζουν κάτι έστω και αν δεν το σχεδίαζαν» όταν επισκέπτονται το ΕΚ επαναλαμβάνουν πρακτικές κατανάλωσης μιας προ-κρίσεως περιόδου «ευ ζην». Τέλος ως προς το αίσθημα ελευθερίας μέσα στο ΕΚ, οι χωρικές αναπαραστάσεις των μεσαιών και κατώτερων στρωμάτων (ΒΔ. Προάστια) δείχνουν τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης σε αυτήν την ομάδα που οικειοποιείται τα αισθήματα του χώρου αναπαραστάσεων του ΕΚ ως ετεροτοπίας προ-κρίσεως «ελευθερίας». Η αίσθηση ελευθερίας εδώ, δεν εμποδίζεται διόλου από τις κάμερες επιτήρησης αλλά μάλλον ταυτίζεται με την ελευθερία που παρέχει το αίσθημα οικονομική ασφάλειας της ετεροτοπίας αυτής.

Σε σχέση με τον χώρο αναπαραστάσεων του ΕΚ η ελκτικότητα που ασκεί στους περιφερειακούς νομούς αναδεικνύει το απελευθερωτικό μοντέρνο πρότυπο της αγοράς – δημόσιου χώρου που είναι μεν οικείο, αποκλείει δε την μητροπολιτική αταξία και τις ανεπιθύμητες συναντήσεις με μετανάστες, ξένους, ζητιάνους κ.α.

Βιβλιογραφία

- Boldrini, F., Castelucci, L., Giuntoli, S. 1995. *The Golden Book of Rome*. Italy: Bonechi
- Δανιήλ, Μ. 2005. Το εμπορικό κέντρο ως χώρος συλλογικών δραστηριοτήτων, *Η Αρχιτεκτονική ως τέχνη*, 12, 12-15
- Δελλαδέτσιμας, Π. 2009. Τα εμπορικά κέντρα στην Ευρώπη και την Ελλάδα: Ζητήματα σχεδιασμού και ρύθμισης. *Γεωγραφίες*, 15, 133-165
- Ellin, N., 1997. Shelter from the storm or form follows fear and vice versa. στο Ellin (Ed.), 1997. *Architecture of fear*. pp. 13-45. New York: Princeton Architectural Press.
- Epstein, D., 1997. Abject Terror. A Story of Fear, Sex and Architecture. στο Ellin (Ed.), 1997. *Architecture of fear*. pp. 133-142. New York: Princeton Architectural Press.
- European Commission, 2014. Enterprise and Industry 2014 SBA Fact Sheet Greece http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2014/greece_en.pdf [Προσπελάστηκε την 07-03-2015]
- Foucault, M., 1977a. Discipline and Punish, Panopticism. in *Discipline & Punish: The Birth of the Prison*. Sheridan, A. (edit.), 195-228. New York: Vintage Books

- Foucault, M., 1977b. *Power/Knowledge: Selected interviews and other writings 1972-1977*. Gordon C. (edit.), New York: Pantheon
- Foucault, M., 1987. *Εξουσία, γνώση και ηθική*. Αθήνα: Ύψιλον βιβλία
- Foucault, M., 1989. *Επιτήρηση και τιμωρία. Η γέννηση της φυλακής*. Αθήνα: Εκδόσεις Ράππα
- Φουκώ, Μ., 1984. [1967]. *Περί αλλοτινών χώρων (Des espaces autres)*, http://biennale1.thessalonikibiennale.gr/pdf/MICHEL_FOUCAULT_HETEROTOPIA_S_GR.pdf, [Προσπελάστηκε την 13-2-2015]
- Frangopoulos, I., Dalakis, N., Kourkouridis, D. 2009. Urban structure and mobility in the context of sustainable development: citizens opinion about the Thessaloniki submerged tunnel. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 4(4), 333-344
- Φραγκόπουλος Ι., 2008. Για μία κοινωνιολογική προσέγγιση του χώρου της πόλης μέσα από το έργο των κλασικών: Marx, Weber, Durkheim, Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών, 126, 3-38
- Φραγκόπουλος, Ι. 2015. Κοινωνιολογικές και πολιτισμικές διαστάσεις του χώρου: από τους κλασικούς στη Σχολή του Σικάγο και στην γαλλική μαρξιστική κοινωνιολογία της πόλης, Επετειακός Τόμος για τα 10 χρόνια του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας και Ανάπτυξης, Α.Π.Θ., Θεσσαλονίκη: Ζήτη, υπό έκδοση.
- Geist, J. 1985. *Arcades, The History of a building Type*. Massachusetts: MIT Press
- Giddens, A. 2002. *Κοινωνιολογία*. Αθήνα: Gutenberg
- Γοσποδίνη, Α. 1995. Ιστορία της πόλης και της πολεοδομίας. Πανεπιστημιακές Σημειώσεις, Πανεπιστήμιο
- Jackson J., B. 1984. *Discovering the Vernacular Landscape*, New Heaven: Yale University Press
- Jencks, C., 1997. Hetero-Architecture for the Heteropolis. The Los Angeles School. στο Ellin (Ed.), 1997. *Architecture of fear*. pp. 217-225. New York: Princeton Architectural Press.
- Καραλέτσου Κ., Παπαγεωργίου Ρ. 1998. Δομή του αστικού χώρου και κοινωνικές επιπτώσεις, Πανεπιστημιακές Σημειώσεις, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης Πολυτεχνική Σχολή, Τμήμα Αρχιτεκτόνων, Θεσσαλονίκη
- Καυκαλάς, Γ. 1999. Θεσσαλονίκη, Μείωση της μονοκεντρικότητας στο πολεοδομικό συγκρότημα και ο ρόλος του τριτογενούς τομέα. Θεσσαλονίκη: Ζήτη
- Νικολαΐδου, Σ. 1993. Η κοινωνική οργάνωση του αστικού χώρου. Αθήνα: Παπαζήση
- Lefebvre, H., 1991. *The production of space*. Oxford, UK: Sage Blackwell
- Lefebvre, H., 2007. *Δικαίωμα στην πόλη, χώρος και πολιτική*. Αθήνα: Κουκίδα
- Ober, J., 1996. *The Athenian Revolution: Essays on Ancient Greek Democracy and Political Theory*. New Jersey: Princeton University Press
- Pirenne, H. 1946. *Medieval Cities, Their origins and the revival of trade*. New Jersey: Princeton University Press

- Rowling, M. 1992. *Λαοί και πολιτισμοί, Η καθημερινή ζωή στον Μεσαίωνα*. Αθήνα: Δημ. Ν. Παπαδήμα
- Σαρηγιάννης Γ., Μ. 1993. Η πρωταρχική αστικοποίηση, Στον ελλαδικό χώρο της 2ης Χιλιετίας, Αθήνα: Δωδώνη
- Smith, D. 2005. Greece's bureaucrats loosen grip on development — a bit. *Shopping Centers Today*. Διαθέσιμο στο:
http://www.icsc.org/srch/sct/sct0405/around_the_globe_2.php,
 [Πρόσβαση στις 09/04/2012]
- Stevenson, D., 2007. *Πόλεις και αστικοί πολιτισμοί*. Αθήνα: Κριτική
- Suau C., Bauza M., 2009. The mall in the online shopping era. *4th International Conference of the International Forum on Urbanism, Amsterdam*, Διαθέσιμο στο:
http://newurbanquestion.ifou.org/proceedings/2%20The%20New%20Urban%20Economy/A0161_Suau_Cristian_The%20Mall%20in%20the%20Online%20Shopping%20Era.pdf, [Πρόσβαση 22/06/2011]
- Τραυλός Ι. 1993. *Πολοδομική εξέλιξι των Αθηνών*, Αθήνα: Καπόν
- Tuan, Y.F.M 1977. *Space and Place*. USA: University of Minnesota Press
- Vidal, P., 1989. *Cleisthenes the Athenian*. Athens: Euryle.
- Walker, C.B.F., 1987. *Reading the past*, London: The British Museum Press
- Walter, B. 1999. *The Arcades Project*. London: The Belknap Press of Harvard University
- Zanker, P., 2000. The City as Symbol: Rome and the creation of an urban image. In: Romanization and the City, Creation, transformations, and failures. Portsmouth. *Journal of Roman Archaeology Supplementary*, Suppl. 38, pp. 25-41.