Μοντέρνα Κουτιά (Μαριάννα Τζιαντζή)

Categories : ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Date : 19 Ιανουαρίου, 2006

"*Έχει ειπωθεί πως όλο και περισσότερο βλέπουμε τον κόσμο μπροστά ή πίσω από ένα γυαλί: είτε εκείνο του παρμπρίζ του αυτοκινήτου είτε της οθόνης της τηλεόρασης ή του υπολογιστή.*"

Τί κοινό έχει το νέο εμπορικό κέντρο, το Mall, με το στέγαστρο Καλατράβα, πέρα από τη χωρική τους γειτνίαση; Και τα δύο θα μπορούσαν να υψώνονται παντού, στο Τέξας, στο Ντουμπάι, στη Λιθουανία. Καμία σχέση με το αττικό τοπίο, την αρχιτεκτονική μας παράδοση, την ιστορία, τη μνήμη. Εννοείται ότι μιλάμε για σχέση έμμεση και υπαινικτική και όχι για μορφολογική μίμηση ή διακοσμητικές και αυτάρεσκες αναφορές στο παρελθόν. Το Mall (για την ακρίβεια, το «The» Mall, όπως λέμε είσαι «ο The Boss της καρδιάς μου) υπακούει στις βασικές αρχές σχεδιασμού και λειτουργίας που διέπουν τα χιλιάδες εμπορικά κέντρα σε όλο τον κόσμο. Αρχές ορθολογικές που στην επεξεργασία τους έχουν συμβάλει ευφυείς άνθρωποι πολλών επιστημονικών ειδικοτήτων. Από μία άποψη, τα κτίρια αυτού του τύπου είναι το σύγχρονο έπος της συλλογικότητας, αλλά ένα έπος ψυχρό και άχαρο, προβλέψιμο, μετρήσιμο, επιτηρούμενο.
Έχει ειπωθεί πως όλο και περισσότερο βλέπουμε τον κόσμο μπροστά ή πίσω από ένα γυαλί: είτε εκείνο του παρμπρίζ του αυτοκινήτου είτε της οθόνης της τηλεόρασης ή του υπολογιστή. Η περιπλάνηση, η άσκοπη διαδρομή στην πόλη μυρίζει ναφθαλίνη. Οι άξονες έχουν τον λόγο, οι ασφαλτοστρωμένοι ιμάντες πάνω στους οποίους κινείται το ανθρώπινο εμπόρευμα σε μια γιγάντια αλυσίδα παραγωγής και αναπαραγωγής: από τον τόπο κατοικίας στους τόπους εργασίας, ψυχαγωγίας και κατανάλωσης χωρίς ενδιάμεσες στάσεις και παρεκτροπές.
Μια περιφραγμένη πόλη στην έρημο της πόλης είναι το εμπορικό κέντρο. Εδώ δεν φτάνουν καραβάνια για να ξαποστάσουν, οι ταξιδιώτες δεν αφηγούνται ιστορίες από το μεγάλο ταξίδι, αλλά έρχονται για να ξοδέψουν και να ξοδευτούν. Τα χρώματα ζωηρά, όπως στα καζίνο για την καταπολέμηση της υπνηλίας. Θερμοκρασία, φωτισμός, διαδρομές, όλα ελεγχόμενα, σαν να απευθύνονται σε ανθρώπους με σύνδρομο αδυναμίας συγκέντρωσης της προσοχής (short attention span). Όπως κάνουμε ζάπινγκ στην τηλεόραση, έτσι κι εδώ κάνουμε ζάπινγκ στις βιτρίνες, στους πάγκους των προσφορών, στα πρόσωπα ή μάλλον στις φιγούρες των άλλων πελατών. Εδώ, στο αρχιτεκτονικό ισοδύναμο του MTV, δεν θα διασταυρωθούμε με επαίτες, μικροπωλητές, παπατζήδες, απατεωνίσκους, καμάκια, πολιτικολογούντες, ρήτορες και προφήτες, επαρχιώτες και μετανάστες, λυπημένους και χαρούμενους μπεκρήδες όπως στο κέντρο της πόλης. Δεν θα αντικρίσουμε ανορθόγραφες αφίσες, μισοσβησμένα συνθήματα, τσαλακωμένες προκηρύξεις, εκκλήσεις για βοήθεια, ίχνη

και αποτυπώματα. Εδώ κάθε μέρα είναι μια καινούργια μέρα, ίδια με τις άλλες, φρέσκια σαν φρεσκοαγορασμένο χάμπουργκερ. Η γοητεία και η έκπληξη είναι ανεπιθύμητες. Όποιος στέκεται στο ρεύμα μπορεί να κρυολογήσει.
Τα μοντέρνα αυτά κουτιά είναι η σύγχρονη λαϊκή (και όχι αριστοκρατική) μορφή κατανάλωσης και θα ήταν ανόητο το να τα επικρίνουμε από τη σκοπιά της νοσταλγίας και της υπεράσπισης του μικρού μπακάλη της γειτονιάς, ενώ οι οικονομικές και πολεοδομικές επιπτώσεις τους υπερβαίνουν το απλοϊκό δίπολο «μου αρέσουν / δεν μου αρέσουν». Αυτοί οι σύγχρονοι μητροπολιτικοί ναοί της κατανάλωσης, το βασίλειο του χαρτζιλικωμένου μαθητή, είναι ο προπομπός ή η συνέχιση της νέας αλλοτρίωσης με άλλα μέσα.

(Πηγή: 'ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ' 4/12/2005)