

**ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ**

**Τίτλος: «Πολιτισμός και Τοπική Ανάπτυξη: Ο ρόλος
των πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών στη
σύγχρονη πόλη»**

ΝΙΚΟΛΑΟΣ – ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΚΑΡΑΧΑΛΗΣ

ΜΑΙΟΣ 2007

**Η παρούσα διατριβή πραγματοποιήθηκε με υποτροφία του
Ιδρύματος Κρατικών Υποτροφιών**

Η έγκριση της διδακτορικής διατριβής από το Πάντειο Πανεπιστήμιο δεν υποδηλώνει την αποδοχή των γνώμων του συγγραφέα (N. 5343/42, άρθρο 202, παράγραφος 2).

Αφιερωμένη στη μνήμη του πατέρα μου

Πρόλογος

Η παρούσα διδακτορική διατριβή με τίτλο «Πολιτισμός και Τοπική Ανάπτυξη: Ο ρόλος των πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών στη σύγχρονη πόλη» εκπονήθηκε το διάστημα 2002-2007 στο τμήμα Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου με επιβλέπουσα καθηγήτρια την κ. Ντόρα Κόνσολα. Η εκπόνηση της διδακτορικής διατριβής πραγματοποιήθηκε με υποτροφία του Ιδρύματος Κρατικών Υποτροφιών.

Η μελέτη επικεντρώνεται στις «πολιτιστικές περιοχές» και αναλύει χαρακτηριστικές περιπτώσεις σε πόλεις του εξωτερικού και την Ελλάδα. Παρουσιάζονται πέντε μελέτες περίπτωσης στο εξωτερικό: στο Μάντσεστερ, στο Δουβλίνο, στο Τίλμπουργκ, στο Ελσίνκι και στη Βιέννη. Ως κύρια περίπτωση μελέτης παρουσιάζεται η ευρύτερη περιοχή του Ψυρή, η οποία από την δεκαετία του 1990 μέχρι σήμερα παρουσιάζει τα χαρακτηριστικά μιας πολιτιστικής περιοχής. Πραγματοποιήθηκε έρευνα πεδίου στις πολιτιστικές επιχειρήσεις του Ψυρή (τα αποτελέσματα αφορούν το πρώτο εξάμηνο του 2006) με ερωτηματολόγιο και επιτόπιες συνεντεύξεις. Γενικά, η διεξαγωγή της έρευνας πεδίου τόσο στο εξωτερικό όσο και στην Αθήνα δεν συνάντησε ιδιαίτερες δυσκολίες, απεναντίας η ανταπόκριση των εκπροσώπων των οργανισμών, επιχειρήσεων, φορέων, κ.λπ. ήταν θετική. Οι όποιες δυσκολίες οφείλονται κυρίως στο γεγονός ότι το θέμα είναι νέο και ο αριθμός των ατόμων που εμπλέκεται πολύ μεγάλος.

Η επιλογή του θέματος οφείλεται στην γενικότερη ενασχόλησή μου με θέματα που σχετίζονται με τον πολιτιστικό και τουριστικό τομέα της πόλης τα τελευταία χρόνια. Πιστεύω ότι τα επόμενα χρόνια τα θέματα αυτά θα αποτελούν ολοένα και πιο δημοφιλή πεδία συζήτησης και σχεδιασμού.

Κατά τη διάρκεια της έρευνας και της συγγραφής της διατριβής είχα την εξαιρετική τύχη να συναντήσω ή να συνεργαστώ με ανθρώπους που με βοήθησαν σημαντικά στην ολοκλήρωση της παρούσας διατριβής. Θέλω να ευχαριστήσω κατ' αρχήν του καθηγητές Derrek Wynne, Jan Vewijnen, Justin O' Connor, Hans Mommaas και Panu Lehtuvori για την υποστήριξη τους σε πρακτικά και μεθοδολογικά θέματα. Επίσης θέλω να ευχαριστήσω την Ineke Van Hamersveld του Boekman Institute στο Άμστερνταμ, τον Timo Cantell του Helsinki Urban Facts και τη Sandra Prassel του Museumsquartier. Ευχαριστώ επίσης τους καθηγητές Λυδία Δρακάκη, Ζωή Φωτιάδη, Ζωή Καραμάνου, Παύλο Λουκάκη, Αθανάσιο Παπαδασκαλόπουλο, Νίκο Κόνσολα και Μανώλη Χριστοφάκη για την υποστήριξή τους σε διάφορα ειδικά θέματα που σχετίζονται με τη διατριβή. Χρήσιμα στοιχεία και ερεθίσματα μου έδωσαν κατά τη διάρκεια των μαθημάτων και της εκπόνησης εργασιών οι φοιτητές του προπτυχιακού και μεταπτυχιακού προγράμματος του

Τ.Ο.Π.Α. του Παντείου Πανεπιστημίου. Ευχαριστίες για τις χρήσιμες συμβουλές και την πρακτική βοήθεια που μου έδωσαν θέλω να δώσω ακόμη στους Γιάννη Ιωαννίδη και Ευάγγελο Κυριαζόπουλο. Όσον αφορά την περιοχή του Ψυρή, πολύ σημαντική ήταν η βοήθεια και οι κατευθύνσεις που μου έδωσαν οι Ελένη Τζιρτζιλάκη, Νίκος Καζέρος, Μαρίνα Φωκίδη, Τάσος Μπαντής και Νίκο Κοντοπριάς, καθώς και η κ. Παρασκευοπούλου από το ΥΠΕΧΩΔΕ.

Μεγάλη ευγνωμοσύνη οφείλω σε όλους όσους δέχτηκαν πρόθυμα να με βοηθήσουν στις περιοχές του Ψυρή, του Northern Quarter, του Temple Bar, του Museumsquartier, του Veemarktkwartier και του Cable Factory. Οι πολύωρες, ιδιαίτερα χρήσιμες συζητήσεις με ανθρώπους που ζουν και εργάζονται στις πολιτιστικές περιοχές αποτέλεσε ανεκτίμητη βοήθεια και μου έδωσε την ευκαιρία να βιώσω από κοντά τη δουλειά και τις επιθυμίες τους. Για τη βοήθεια στην στατιστική επεξεργασία των ερωτηματολογίων, ευχαριστώ πολύ τον στατιστικόλόγο Σπύρο Τσαγκαράτο. Για τη συνεχή υποστήριξη της και τις χρήσιμες διορθώσεις ευχαριστώ ιδιαίτερα την Φωτεινή Ζήκα. Θερμές ευχαριστίες οφείλω στα μέλη της τριμελούς επιτροπής καθηγητή Παναγιώτη Γετίμη και επικ. καθηγητή Αλέξη Δέφνερ για την συνεχή βοήθεια και υποστήριξη στη διδακτορική έρευνα. Τέλος, θέλω να εκφράσω τις ιδιαίτερες ευχαριστίες μου στην επιβλέπουσα καθηγήτρια Ντ. Κόνσολα. Η συνεχής και συστηματική παρακολούθηση της επίπονης επιστημονικής μου προσπάθειας συνέβαλε αποφασιστικά στην οριοθέτηση των θεματικών ενοτήτων της διατριβής, τη μεθοδική ταξινόμηση και επεξεργασία των στοιχείων της θεωρητικής και εμπειρικής έρευνας και στην τελική διαμόρφωση των ιδεών, των επιχειρημάτων και των πολιτιστικών αξιών που αναδεικνύονται στην εργασία αυτή.

“Πολιτισμός και Τοπική Ανάπτυξη: Ο ρόλος των πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών στη σύγχρονη πόλη”

- Πρόλογος

- Αναλυτικά Περιεχόμενα

- Εισαγωγή - Μεθοδολογία

ΜΕΡΟΣ Α: Πολιτιστικές Περιοχές: Η Ευρωπαϊκή Εμπειρία

Κεφ. 1: Πόλη και Πολιτισμός

1. Πόλεις και πολιτισμός τον 21^ο αιώνα	1
Α. Σύγχρονες πόλεις και πολιτισμός	1
Β. Η εξέλιξη της αστικής πολιτικής	4
Γ. Παγκοσμιοποίηση, πόλεις και πολιτισμός	7
2. Πολιτισμός, Πολιτιστικές Βιομηχανίες και Πολιτιστική Πολιτική	10
Α. Πολιτισμός, Κατανάλωση και Πολιτιστικές Βιομηχανίες	10
Β. Πολιτιστικές Βιομηχανίες και Επιχειρήσεις	13
Γ. Οικονομικά του Πολιτισμού	18
Δ. Η έννοια του πολιτιστικού επιχειρηματία	20
Ε. Πολιτιστική Πολιτική	23
3. Αστικές Πολιτιστικές Πολιτικές	28
Α. Πολιτισμός και Τοπική Ανάπτυξη	28
Β. Σύγχρονη Πολιτιστική Πολιτική και Νέες Τάσεις στην Αστική Πολιτιστική Πολιτική	32
Γ. Νέες τάσεις που επηρεάζουν την αστική πολιτιστική πολιτική	36
1. Νέα Πρότυπα Πολιτιστικής Παραγωγής και Κατανάλωσης	
2. Αστικός Ανταγωνισμός και City Marketing	
3. Αστικός Τουρισμός	
4. Φεστιβάλ και Εκδηλώσεις Μεγάλης Κλίμακας (Mega Event)	
5. Μνημειακή Αρχιτεκτονική και εμβληματικά έργα	
6. Η έκρηξη των μουσείων	
7. Λειτουργική ανασύνθεση και Πολιτιστικές Περιοχές	
Δ. Κριτική - Αρνητικά της πολιτιστικής επένδυσης	49
4. Θεωρητικά μοντέλα αστικής πολιτιστικής ανάπτυξης	52
Α. Τα μοντέλα αστικής πολιτιστικής ανάπτυξης	52
Β. Η θεωρία της δημιουργικής πόλης (Creative City)	54
Γ. Η θεωρία της δημιουργικής τάξης	57

Κεφ. 2: Αστικός Τουρισμός

1. Ορισμοί – Χαρακτηριστικά	63
2. Σύγχρονα πρότυπα αστικού τουρισμού	67
3. Κοινωνικά και Οικονομικά Χαρακτηριστικά του Αστικού Τουρισμού	71
4. Αστικός Τουρισμός και Πολιτισμός: Σχέση αλληλεξάρτησης	73
5. Οικονομική Θεωρία και Πολιτισμός – Τουρισμός	78

Κεφ. 3: Αναπλάσεις Αστικών Περιοχών και ο ρόλος του Πολιτισμού	82
1 Ανάπλαση αστικής περιοχής	82
Α. Η έννοια της ανάπλασης αστικής περιοχής	
Β. Κατηγορίες Περιοχών για εξυγίανση και ανάπλαση	
Γ. Επεμβάσεις σε υποβαθμισμένες αστικές περιοχές	
Δ. Κύριοι άξονες επεμβάσεων σε υποβαθμισμένες περιοχές	
2. Αναπλάσεις Λιμενοβιομηχανικών ζωνών	89
3. Επιπτώσεις της Ανάπλασης Αστικής περιοχής	
Α. Επιπτώσεις της ανάπλασης και κριτική	
Β. Ποιοτική ανάπλαση (Gentrification)	
4. Κατοικία στο αστικό κέντρο	102
Κεφ. 4: Επιχειρηματικές Περιοχές ή Επιχειρηματικά Clusters	107
1 Μορφές Επιχειρηματικής Συγκέντρωσης	107
α. Η έννοια των επιχειρηματικών περιοχών ή επιχειρηματικών clusters	
β. Τυπολογία Μορφών συγκέντρωσης	
γ. Τα κύρια χαρακτηριστικά των clusters	
δ. Η οικονομική σημασία της συνύπαρξης	
ε. Η έννοια και η σημασία του Δημιουργικού περιβάλλοντος	
2 Μορφές συγκέντρωσης και πολιτιστικές επιχειρήσεις	122
Κεφ. 5: Πολιτιστικές Περιοχές	126
1. Πολιτιστικές Περιοχές	126
Α. Ορισμός της πολιτιστικής περιοχής	126
Β. Η εξέλιξη των πολιτιστικών περιοχών	129
Γ. Χαρακτηριστικά της πολιτιστικής περιοχής	132
Δ. Οι κύριες προβληματικές και απειλές για τις πολιτιστικές περιοχές	138
Ε. Τυποποίηση - κριτήρια	141
ΣΤ. Στρατηγικές Δημιουργίας Πολιτιστικών Περιοχών	151
Ζ. Μοντέλα Ανάπτυξης και Διοίκησης Πολιτιστικών Περιοχών	156
Η. Μέθοδοι Αξιολόγησης και Μέτρησης	159
2 Ιστορικές και Τουριστικές Πολιτιστικές Περιοχές	164
3 Λοιπές Εξειδικευμένες Αστικές Περιοχές	168
Κεφ. 6: Μελέτες Περίπτωσης Εξωτερικού	171
1. Εισαγωγή	171
Α. Οι πολιτιστικές περιοχές ως παγκόσμιο φαινόμενο	171
Β. Παραδείγματα Πολιτιστικών Περιοχών	173
2. Μελέτες Περίπτωσης	189
1. Northern Quarter – Μάντσεστερ, Μ. Βρετανία	189
2. Temple Bar - Δουβλίνο, Ιρλανδία	205
3. Veemarktkwartier-Τίλμπουργκ, Ολλανδία	219
4. Cable Factory – Ελσίνκι, Φινλανδία	234
5. Museumquartier – Βιέννη, Αυστρία	245
3. Συμπεράσματα	258

ΜΕΡΟΣ Β: Ο ρόλος των πολιτιστικών περιοχών στην Ελλάδα

Κεφ. 7: Ελληνική πόλη και πολιτιστική ανάπτυξη	265
1 Τα χαρακτηριστικά της Ελληνικής Πόλης	265
α. Εισαγωγή	
β. Το Νομοθετικό Πλαίσιο της Αστικής Ανάπλασης στην Ελλάδα	
2. Ο πολιτιστικός τομέας των ελληνικών πόλεων	270
3. Κύρια ζητήματα αστικής πολιτιστικής πολιτικής στην Ελλάδα	273
4. Πολιτιστικές Περιοχές σε άλλες ελληνικές πόλεις	277
1. Θεσσαλονίκη - Λαδάδικα	280
2. Λοιπές Περιπτώσεις Πολιτιστικών και Τουριστικών Περιοχών	283
Κεφ. 8: Πολιτιστική υποδομή και δραστηριότητα στην Αθήνα	286
1. Η πόλη της Αθήνας – Γενικά στοιχεία	286
2. Το πολιτιστικό - τουριστικό προφίλ της Περιφέρειας Αττικής και της Αθήνας σελ. 294	287
Α. Πολιτιστική κληρονομιά και σύγχρονη πολιτιστική δημιουργία	287
Β. Αστικός Τουρισμός	291
3. Κεντρικές περιοχές της Αθήνας με πολιτιστική – τουριστική δραστηριότητα	294
Α. Κέντρο	296
Β. Πλάκα	297
Γ. Εξάρχεια	300
Δ. Μεταξουργείο – Κεραμεικός – Ακαδημία Πλάτωνος	300
Ε. Γκάζι	302
Στ. Θησείο	303
Ζ. Οδός Πειραιώς	304
Κεφ. 9: Η Πολιτιστική Περιοχή του Ψυρή	
1. Η περιοχή του Ψυρή	307
Α. Η Επιλογή της Περιοχής του Ψυρή ως Περίπτωση Μελέτης	307
Β. Περιγραφή - Ιστορία	308
Γ. Πολεοδομική Εξέλιξη	310
Δ. Η σημερινή εξέλιξη της περιοχής	311
Ε. Το Προεδρικό Διάταγμα 233Δ/1998 και οι επιπτώσεις του	313
Στ. Σύγχρονα Χαρακτηριστικά του Ψυρή	316
Ζ. Η επιρροή της ανάπλασης στην αγορά ακινήτων	319
2. Πολιτιστική Περιοχή του Ψυρή	321
Α. Πολιτιστικές Επιχειρήσεις και Οργανισμοί	321
Β. Άλλες επιχειρήσεις με πολιτιστική δραστηριότητα	323
Γ. Προβολή - Οδηγοί	324
Δ. Αποχωρήσεις - Εκτοπισμός	326
Ε. Δημόσια Παρέμβαση στην Πολιτιστική Περιοχή	327
Στ. Διαβούλευση – Μαρτυρίες – Ψηφίσματα - Μελέτες	331
Ζ. Συλλογικότητες και Ομάδες Συμφερόντων	333
3. Προβλήματα	340
4. Έρευνα Πεδίου στην περιοχή του Ψυρη	345
Α. Στοιχεία Έρευνας	345

B. Αποτελέσματα Έρευνας Πεδίου (Ποιοτική Επεξεργασία)	347
Γ. Αποτελέσματα Έρευνας Πεδίου (Ποσοτική Επεξεργασία)	351
5. Συμπεράσματα έρευνας πεδίου	415
Α. Κύριες Διαπιστώσεις	415
Β. Μπορεί το Ψυρή να χαρακτηριστεί cluster πολιτισμού	425
Γ. Το μέλλον της περιοχής του Ψυρή	429
Κεφ. 10: Γενικά Συμπεράσματα	
1. Πόλη και Πολιτιστικές Περιοχές: Κύριες Διαπιστώσεις	438
Α. Παλαιότερες και Σύγχρονες Θεωρητικές Διαπιστώσεις	438
Β. Υποδείγματα Χωρικών Συγκεντρώσεων	440
Γ. Ο ρόλος του Τουρισμού και της Πολιτιστικής Επιχειρηματικότητας	441
Δ. Χάραξη Πολιτικής και Αντιμετώπιση Απειλών	442
2. Συγκριτική Παρουσίαση Περιπτώσεων Μελέτης	443
3. Πολιτιστική Περιοχή Ψυρή	455
4. Προς ένα νέο μοντέλο στρατηγικής για τις πολιτιστικές περιοχές	459
5. Επίλογος	462
Βιβλιογραφία	465
- Παραρτήματα	494

Εισαγωγή – Μεθοδολογία

«... είναι μάταιο να καθορίσεις αν η Ζηνοβία μπορεί να ταξινομηθεί στις ευτυχισμένες ή στις δυστυχισμένες πόλεις. Δεν έχει νόημα να χωρίζεις τις πόλεις σε αυτές τις δύο κατηγορίες, αλλά μάλλον σε δύο άλλες: αυτές που συνεχίζουν μέσα από χρόνια και αλλαγές να δίνουν τη μορφή τους στις επιθυμίες κι εκείνες όπου οι επιθυμίες ή καταφέρνουν να σβήσουν την πόλη ή σβήνουν από αυτήν».

(Ιταλο Καλβίνο, *Αόρατες Πόλεις*, σελ. 48)»

A. Εισαγωγή

Η πρόσφατη ανάδυση των «πολιτιστικών περιοχών» (cultural quarters) σε κεντρικό θέμα της πολιτιστικής πολιτικής των πόλεων έχει προκαλέσει ιδιαίτερο ενδιαφέρον στη διεθνή ακαδημαϊκή κοινότητα και στο πεδίο της αστικής πολιτικής. Ο ρόλος του πολιτισμού στην αστική αναζωογόνηση θεωρείται πολύ σημαντικός και οι πολιτιστικές επενδύσεις κατατάσσονται στις προτεραιότητες του προγραμματισμού των πόλεων. Η τουριστική διάσταση των πολιτιστικών περιοχών τις καθιστά πλέον κεντρικό στοιχείο στη διαφημιστική προβολή. Δεν πρέπει, επομένως, να προκαλεί εντύπωση που πολλές πόλεις επιζητούν να αποκτήσουν ζωντανές, κοσμοπολίτικες, δημιουργικές περιοχές και εφαρμόζουν πλέον οργανωμένες στρατηγικές πολιτιστικής συγκέντρωσης. Πρόκειται για μια πρόσκαιρη τάση, μια έννοια «του συρμού» ή αποτελούν πράγματι οι δραστηριότητες πολιτισμού, τουρισμού και ελεύθερου χρόνου την κύρια αστική δραστηριότητα;

Ο πολιτισμός, ο τουρισμός και η τοπική ανάπτυξη είναι έννοιες που σχετίζονται μεταξύ τους άμεσα. Οι αναπτυξιακές διαστάσεις της αξιοποίησης της πολιτιστικής κληρονομιάς και της σύγχρονης πολιτιστικής δραστηριότητας συνδέονται άμεσα με την αναζωογόνηση αστικών περιοχών και την τουριστική ανάπτυξη. Στο πλαίσιο της νέας πραγματικότητας που επιβάλλει η παγκοσμιοποίηση και η κοινωνία της πληροφορίας σε όλες τις χωρικές ενότητες παγκοσμίως, οι πόλεις δέχονται το μεγαλύτερο κύμα πιέσεων και αλλαγών (Verwijnen 1996, Ash and Amin 1998). Ολοένα και περισσότερο στρέφονται προς νέες πολιτικές και πρακτικές προκειμένου να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στον αυξανόμενο ανταγωνισμό για έδρες επιχειρήσεων, επενδύσεις, κατοίκους, τουρίστες, κ.λπ. Ο πολιτισμός εισέρχεται σε μια νέα φάση όπου αναγνωρίζεται ως σημαντικό πλεονέκτημα κάθε πόλης λόγω των οικονομικών και κοινωνικών πλεονεκτημάτων που επιφέρει, αλλά και ιδιαίτερα λόγω της άμεσης σύνδεσής του με τον αστικό τουρισμό. Αποτελεί έναν από τους κύριους άξονες στον οποίο οι

πόλεις στηρίζουν την ανάπτυξή τους στο σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, δίνοντας έμφαση στη συμβολική οικονομία (Zukin 1995). Πλέον, από την ιδεολογία της ελευθερίας της τέχνης και της πολιτιστικής δημοκρατίας η αστική πολιτική έχει περάσει στην εξειδικευμένη διαχείριση γεγονότων και εμπειριών, στο πολιτιστικό και τουριστικό μάρκετινγκ, στο city branding και την αποθέωση της πολιτιστικής επένδυσης. Πέρα από τη νεοφιλελεύθερη ιδεολογική στροφή που ενδεχομένως υπονοούν οι όροι αυτοί, είναι αδιαμφισβήτητο ότι ο πολιτισμός αντιμετωπίζεται ως το σημαντικότερο συγκριτικό πλεονέκτημα στη σύγχρονη πόλη αποτελώντας πολιτική προτεραιότητα (Zukin 1995, Hall 1999, Montgomery 2004, Shorthouse 2004, Greffe 2005, Markusen and Schrock 2006).

Η στενή σχέση πόλης και πολιτισμού δεν αποτελεί, προφανώς, ένα νέο φαινόμενο, αφού η ανάπτυξη των τεχνών και των γραμμάτων συνδέεται σε όλες τις ιστορικές περιόδους με την έννοια των πόλεων (Hall 1999). Παρουσιάζει μια αξιοπρόσεκτη ιστορική συνέχεια από την εποχή των αρχαίων ελληνικών, ρωμαϊκών, και βυζαντινών πόλεων, στις πόλεις της Αναγέννησης και της βιομηχανικής ανάπτυξης. Ωστόσο, μόλις τις τελευταίες δεκαετίες μελετάται συστηματικά η αλληλεπίδρασή τους. Η σημασία που έχει ο πολιτισμός για τις πόλεις αναγνωρίζεται σε μεγάλο βαθμό αμέσως μετά τον πόλεμο, αλλά οι οικονομικές και κοινωνικές προτεραιότητες εκείνης της εποχής δεν επέτρεψαν να καταλάβει ο πολιτισμός υψηλή θέση στις εθνικές και τοπικές πολιτικές. Σήμερα οι έννοιες του πολιτιστικού τουρισμού και της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας αποτελούν αντικείμενο σχεδιασμού κατά προτεραιότητα για τις περισσότερες πόλεις στον κόσμο (Pratt 2004).

Τα τελευταία 10-15 χρόνια οι πολιτικές δημιουργίας και διαχείρισης «πολιτιστικών περιοχών» αποτελούν δημοφιλή, εναλλακτική λύση για την πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη των πόλεων. Πρόκειται για αναμίξεις πολιτιστικών λειτουργιών και δράσεων οι οποίες μπορεί να περιορίζονται στο χώρο ενός συγκροτήματος ή να αφορούν μια εκτεταμένη αστική περιοχή. Πολύ συνηθισμένη είναι η χρήση πρώην βιομηχανικών κτιρίων, χωρίς αυτό να αποκλείει και τη δημιουργία νέων κτιρίων. Σε αρκετές περιπτώσεις οι στρατηγικές αφορούν κατά κύριο λόγο τις πολιτιστικές και καλλιτεχνικές δραστηριότητες, συνδυάζονται πολύ συχνά όμως με υποδομές αναψυχής και διασκέδασης (μπαρ, εστιατόρια, χώροι συναυλιών, καταστήματα, κ.ά.). Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις βρίσκονται στο επίκεντρο των εξελίξεων και κατέχουν κεντρικό ρόλο στην ανάπτυξη των πολιτιστικών περιοχών (Moommaas 2004:507). Η δημιουργία και η διατήρηση του κατάλληλου κλίματος (creative milieu) μέσα στο οποίο μπορούν να αναπτυχθούν οι νέες πολιτιστικές επιχειρήσεις δεν αποτελεί καθόλου εύκολη υπόθεση, αφού απαιτεί την άμεση συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων πλευρών. Στις περιπτώσεις

των πολιτιστικών περιοχών εμπλέκονται φορείς και επιχειρήσεις από το δημόσιο, τον ιδιωτικό και τον εθελοντικό τομέα (Roodhouse 2006).

Σκοπός του διδακτορικού είναι ακριβώς να αναλυθούν οι παράμετροι που καθορίζουν τις νέες πολιτικές ή πρακτικές που οδηγούν στη δημιουργία πολιτιστικών περιοχών. Κύρια αφορμή για την επιλογή του θέματος ήταν η αυξανόμενη ανάγκη για συστηματική διερεύνηση των πολιτικών για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις στο πλαίσιο των πόλεων και η παγκόσμια τάση χάραξης πολιτικών συγκέντρωσης τους στο πλαίσιο συγκεκριμένων αστικών περιοχών. Η έλλειψη σχετικής μελέτης στην Ελλάδα, καθώς και οι ελάχιστες μελέτες και έρευνες που είναι διαθέσιμες για τα οικονομικά χαρακτηριστικά του πολιτιστικού τομέα στην Ελλάδα, καθιστούν τη διερεύνηση του θέματος ιδιαίτερα χρήσιμη για την ακαδημαϊκή κοινότητα και τον πολιτιστικό - τουριστικό τομέα γενικότερα. Στόχος είναι να απαντηθούν βασικά ερωτήματα που σχετίζονται με τις κυρίαρχες τάσεις και πρακτικές όσον αφορά τη δημιουργία πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών στη σύγχρονη πόλη και τη συγκριτική αξιολόγησή τους, λαμβάνοντας υπόψη τις νέες τάσεις της σχέσης πολιτισμού και τουρισμού, τις παλαιότερες και σύγχρονες θεωρητικές προσεγγίσεις της αστικής πολιτιστικής πολιτικής και της τοπικής ανάπτυξης και τα πρότυπα χωρικής συγκέντρωσης πολιτιστικών επιχειρήσεων.

Σε μια εποχή όπου ο παγκοσμιοποιημένος αστικός χώρος γίνεται ολοένα και πιο ανταγωνιστικός, ο πολιτισμός και η δημιουργικότητα αποτελούν τις αιχμές του δόρατος για την αστική ανάπτυξη και τη δημιουργία συγκριτικού πλεονεκτήματος σε όλους τους τομείς της οικονομίας. Η επιρροή της αστικής πολιτιστικής δραστηριότητας είναι σημαντική και συνεχής στο αισθητικό, οικονομικό, κοινωνικό και συμβολικό επίπεδο της πόλης (Amin and Graham 1998). Ο Featherstone μας δίνει μια εκτεταμένη περιγραφή σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο η πολιτιστική κατανάλωση έχει μεταλλαχθεί και έχει αποκτήσει αυξημένη σημασία στη μεταμοντέρνα πόλη: η έμφαση πλέον δίνεται στην εντυπωσιακή αρχιτεκτονική και το ντιζάιν, σε τεχνοτροπίες με τοπική ιδιαιτερότητα, στην κοσμοπολίτικη διαφορετικότητα και την αστική κοινωνικότητα. Τα στοιχεία που έχουν τον κύριο λόγο στη διαδικασία αυτή είναι η αισθητική αναβάθμιση της καθημερινής ζωής, τα μεγάλα θεάματα και το στυλιστικό κολάζ (Featherstone 1991). Ο επισκέπτης ή ο κάτοικος της πόλης μετατρέπεται πλέον σε περιηγητή ή πλάνητα (flaneur) -όπως τον περιγράφει ο Benjamin- που αντιμετωπίζει την πόλη ως περιπέτεια, απόλαυση και εμπειρία (Wilson 1995).

Η Zukin περιγράφει αυτή τη νέα πραγματικότητα για το ρόλο του πολιτισμού και τη συμβολική του δύναμη ως εξής (Zukin 1995:23):

"... κατέχει κυρίαρχο ρόλο στις στρατηγικές αστικής ανάπτυξης βασιζόμενη στη διατήρηση της τοπικής ιστορικής κληρονομιάς. Με την εξαφάνιση της βιομηχανίας και βιοτεχνίας και με περιοδικές κρίσεις στην τοπική διοίκηση και οικονομία, ο πολιτισμός είναι όλο και περισσότερο η δραστηριότητα της πόλης – η βάση της τουριστικής πολιτικής και η πρωτότυπη, ανταγωνιστική αιχμή. Η αύξηση της πολιτιστικής κατανάλωσης (τέχνη, μόδα, φαγητό, μουσική, τουρισμός) και των πολιτιστικών βιομηχανιών που τη στηρίζουν, δίνουν τροφή στη συμβολική οικονομία, στην ορατή ικανότητά της να παράγει σύμβολα και χώρους".

Ερευνώντας την ιστορία των πόλεων μπορεί κανείς να παρατηρήσει ότι οι «πόλεις του πολιτισμού» ταυτίζονται με τα μεγάλα εμπορικά κέντρα ή τις πρωτεύουσες των αυτοκρατοριών (Hall 1995). Σήμερα ο αστικός πολιτισμός βιώνει μια αναγέννηση που επεκτείνεται πέρα από τα παραδοσιακά πολιτιστικά κέντρα και τις μεγάλες μητροπόλεις, σε πόλεις και μέρη σε όλο τον κόσμο και σε περιπτώσεις που κανείς δεν θα μπορούσε να είχε προβλέψει (Van Aalst 1997, Evans, 2001). Το περιοδικό Newsweek σε ειδικό αφιέρωμα¹ αναφέρεται εκτενώς στο γεγονός αυτό: οι παραδοσιακές μητροπόλεις του πολιτισμού όπως το Παρίσι, το Λονδίνο και η Νέα Υόρκη δεν προσελκύουν πια νέους καλλιτέχνες (κυρίως λόγω του υψηλού κόστους ζωής), με αποτέλεσμα πόλεις οι οποίες μέχρι πρότινος δεν ήταν γνωστές ως πολιτιστικά κέντρα ή αντιμετώπιζαν προβλήματα να έχουν μεταβληθεί σε επίκεντρα πολιτιστικής παραγωγής και νέων καλλιτεχνικών ρευμάτων². Λόγω των νέων τεχνολογιών και της παγκοσμιοποίησης, οι καλλιτέχνες δεν είναι απαραίτητο να ζουν στις μητροπόλεις που συγκεντρώνουν μεγάλες πολιτιστικές βιομηχανίες.

Ένα επίκαιρο παράδειγμα σχεδιασμού έρχεται να αποδείξει τη σημασία που αποδίδεται παγκοσμίως στο σχεδιασμό πολιτιστικών περιοχών. Η διαδικασία σχεδιασμού του νησιού Σαντιγιάτ στο Αμπού Ντάμπι των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων προκειμένου να μετατραπεί σε πολιτιστικό κέντρο διεθνούς εμβέλειας αποτελεί ένα παράδειγμα μεγάλου πολιτιστικού προγραμματισμού. Πρόκειται για ένα νησί που απέχει μόλις 500 μέτρα από την ακτή της πόλης και έχει έκταση 27 τετραγωνικά χιλιόμετρα. Με βάση το ρυθμιστικό σχέδιο που εκπονήθηκε, σκοπός είναι να μετατραπεί σε μια πολιτιστική περιοχή, συνδυάζοντας χρήσεις αναψυχής. Για το σκοπό αυτό οι αρχές του εμιράτου συνεργάζονται με ορισμένα από τα σημαντικότερα μουσειακά ιδρύματα του κόσμου (το Λούβρο και το Γκουγκενχάιμ, το Πανεπιστήμιο του Γέιλ) ανέθεσαν σε ορισμένους από τους σημαντικότερους σύγχρονους αρχιτέκτονες να σχεδιάσουν τους πολιτιστικούς

¹ Βλ. Newsweek 10 Ιουλίου 2002.

² Σύμφωνα με το αφιέρωμα, πόλεις που παρουσιάζουν αυτά τα χαρακτηριστικά είναι η Αμβέρσα, η Τυχουάνα, το Κέηπ Τάουν, η Ζονγκουαγκούν, το Νιούκαστλ, αλλά και η μεταπολεμική Καμπούλ!

χώρους: ο Φρανκ Γκέρι θα φτιάξει το Μουσείο Γκούγκενχαϊμ, η Ζάχα Ζαντίντ ένα συγκρότημα θεάτρων, ο Ταντάο Άντο το Ναυτικό Μουσείο και ο Ζαν Νουβέλ το παράρτημα του Λούβρου. Το νησί αναμένεται να δεχτεί και 150.000 κατοίκους και θα αρχίσει να λειτουργεί τμηματικά από το 2012 και θα ανοίξει ένα νέο κεφάλαιο στο υπό εξέταση θέμα (Φιλιππίδης 2007).

Ο χωρικός ανταγωνισμός παγκοσμίως αφορά ολοένα και περισσότερο τις αστικές μητροπολιτικές περιοχές παρά τα ίδια τα κράτη, ενώ μέχρι σήμερα οι πόλεις γίνονταν περισσότερο αντιληπτές ως πρωτεύουσες κρατών ή ως μέρος των εθνικών αστικών συστημάτων (Verwijnen 1999). Ειδικά για την Ευρώπη, η σημασία του ανταγωνισμού μεταξύ πόλεων δεν έγινε αντιληπτή έγκαιρα και το γεγονός ότι οι πόλεις έπρεπε πλέον να διεκδικήσουν τις έδρες επιχειρήσεων έγινε αντιληπτό τη δεκαετία του 1980 επιφέροντας την αντίστοιχη γεωγραφική ανασφάλεια και αβεβαιότητα. Αντίθετα, οι Αμερικάνικες πόλεις είχαν καταλάβει έγκαιρα τη σημασία της εξέλιξής τους σε επιχειρηματικές πόλεις. Ο αστικός ανταγωνισμός αποτελεί βασικό στοιχείο στη διαδικασία ολοκλήρωσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αφού τόσο η κατάργηση των συνόρων όσο και ανάπτυξη διευρωπαϊκών μεταφορικών υποδομών, άνοιξαν νέα πεδία για τις πόλεις (Meinhof and Kiwan 2005).

Παράλληλα οι πόλεις γίνονται ολοένα και πιο δημοφιλείς ως τουριστικοί προορισμοί με ιδιαίτερη έμφαση στον πολιτιστικό τουρισμό. Ο αστικός τουρίστας συμμετέχει στην πολιτιστική ζωή της πόλης που επισκέπτεται είτε ως καταναλωτής πολιτιστικών προϊόντων (προϊόντα των πολιτιστικών βιομηχανιών) και υπηρεσιών (επισκεπτόμενος μουσεία, εκθέσεις, μνημεία, κ.ά.), είτε ως μέτοχος σε πολιτιστικές εμπειρίες (βίωση της «ατμόσφαιρας» ή της «αυθεντικής εμπειρίας» της πόλης, πολιτιστικοί περίπατοι, εκπαιδευτικά προγράμματα, κ.ά.). Οι πολιτιστικές περιοχές τείνουν να βρίσκονται στο επίκεντρο της τουριστικής πολιτικής των πόλεων αποτελώντας παράλληλα και τουριστικούς προορισμούς. Το ζήτημα της αυθεντικότητας της αστικής εμπειρίας και της «ατμόσφαιρας» μιας πολιτιστικής περιοχής είναι από τα σημαντικότερα θέματα που ανακύπτουν στη συζήτηση για μια σύγχρονη αστική πολιτιστική πολιτική (Richards 1996, Scott 2000, Hughes 2000, Kotkin 2005a).

Οι στρατηγικές πολιτιστικής συγκέντρωσης (cultural clustering strategies) εκφράζουν μια ενδιαφέρουσα στροφή της σύγχρονης αστικής πολιτιστικής πολιτικής. Ενώ μέχρι πρόσφατα οι τοπικές πολιτιστικές πολιτικές περιοριζόνταν σε ένα διαμεσολαβητικό ρόλο μέσα σε ένα πλαίσιο καθετοποιημένης δημόσιας πολιτιστικής πολιτικής, σήμερα προχωρούν με περισσότερες πρωτοβουλίες και αρμοδιότητες λαμβάνοντας υπόψη οριζόντιες διασυνδέσεις. Πρόκειται για πολιτικές που υπολογίζουν τις εξωτερικές οικονομικές επιδράσεις και τις χωρικές επιπτώσεις,

σε αντίθεση με παλαιότερες πολιτικές που είχαν στο επίκεντρο την καλλιτεχνική παραγωγή και την πολιτιστική δημοκρατία. Παράλληλα, οι φορείς που εμπλέκονται στη τοπική πολιτιστική πολιτική διευρύνονται περιλαμβάνοντας αναπτυξιακές εταιρίες, εταιρίες διαχείρισης ακινήτων, ιδιώτες, κ.ά. Ο πολιτισμός έως πρόσφατα θεωρούνταν ότι δεν επιδεχόταν παρεμβάσεις και ότι έπρεπε να διατηρεί την ανεξάρτητη φυσιογνωμία του, ενώ σήμερα βασικός προσδιοριστικός παράγοντας είναι μια πιο αναπτυξιακή λογική στις πολιτιστικές δραστηριότητες σε συνδυασμό με ορισμένες νέες δυναμικές που αναπτύσσονται στον αστικό χώρο, δημιουργώντας προστιθέμενη αξία (Mortmaas 2004, Κόνσολα 2006).

Οι πολιτικές πολιτιστικής συγκέντρωσης αποτελούν τη μετεξέλιξη των λεγόμενων πολιτικών αστικής ανάπλασης με βάση τον πολιτισμό (Μπιανκίνι και Πάρκινσον 1994). Στις δεκαετίες του 1970 και του 1980 η κυρίαρχη τάση αυτή ταυτιζόταν με μεγάλα έργα ανάπλασης και έργα – ναυαρχίδες. Πολλά έργα ανάπλασης οδήγησαν τελικά στον εκτοπισμό των παλαιότερων χρηστών ή – σε αρκετές περιπτώσεις – ακόμα και των ίδιων των πολιτιστικών χρηστών³. Σήμερα, ωστόσο, οι περισσότερες πόλεις έχουν ολοκληρώσει με μεγαλύτερη ή μικρότερη επιτυχία τα μεγάλα έργα ανάπλασης (π.χ. μουσεία, αναπλάσεις μετώπων) και έχουν καθιερωθεί ως διοργανωτές σημαντικών φεστιβάλ. Επομένως, οι τοπικές πολιτιστικές στρατηγικές με σκοπό την αναζωογόνηση περνούν πλέον σε μια πιο ώριμη φάση όπου το ζητούμενο είναι η ενθάρρυνση πολιτιστικών συγκεντρώσεων για την πολιτιστική παραγωγή και κατανάλωση.

Ωστόσο, τόσο σε προηγούμενες περιόδους όσο και σήμερα έχουν επικρατήσει αλληλοσυγκρουόμενες απόψεις σχετικά με τη χρήση του πολιτισμού, αν δηλαδή αντιμετωπίζουμε ένα γνήσιο ενδιαφέρον για την πολιτιστική ανάπτυξη ενός τόπου ή εάν, όπως υποστηρίζει η Zukin, οδηγούμαστε στη λειτουργική εκμετάλλευση του πολιτισμού με σκοπό τη δημιουργία «τοπίων κατανάλωσης» που να εξυπηρετούν τις προνομιούχες ομάδες του πληθυσμού. Αν πράγματι τα πράγματα έχουν όπως τα περιγράφει η Zukin, το ερώτημα που προκύπτει είναι από ποιο σημείο και έπειτα και σε τι βαθμό αυτό μετατρέπεται σε πρόβλημα. Δηλαδή εάν οδηγούμαστε έτσι σε μια έκπτωση των αυθεντικών πολιτιστικών αξιών και σε μια αναδιανομή των πολιτιστικών χώρων ή εάν οδηγούμαστε σε μια νέα, πιο πολύπλοκη σχέση μεταξύ πολιτισμού και οικονομίας η οποία πλέον απορρίπτει την έννοια της πολιτιστικής εξαίρεσης⁴ που θεωρεί ότι η αγορά και ο πολιτισμός είναι δύο εν δυνάμει ανταγωνιστικές έννοιες. Επίσης, ένα άλλο σημαντικό θέμα είναι η οικονομική και διοικητική συμμετοχή των κρατικών και τοπικών αρχών στις

³ Η διαδικασία αυτή περιγράφεται με τον αγγλικό όρο *gentrification*.

⁴ Πρόκειται για τη γαλλική έννοια *l'exception culturelle* που εκφράζει μια δυναμική πολιτική στάση που ξεκίνησε από τη Γαλλία η οποία ζητούσε, αρχικά, την εξαίρεση του πολιτισμού από τις διαπραγματεύσεις στην GATT – το μετέπειτα Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου – και εξελίχθηκε σε ένα γενικότερο προβληματισμό σχετικά με την εμπορική ιδιότητα του πολιτισμού.

σχετικές διαδικασίες (Evans 2001). Η πολιτιστική επιχειρηματικότητα που προβάλλεται στα σχετιζόμενα έργα, συγκαλύπτει συχνά άμεσους και έμμεσους τρόπους χρηματοδότησης (Zukin 1991).

Τα παραπάνω ερωτήματα είναι ιδιαίτερα σημαντικά για την αξιολόγηση των πολιτικών πολιτιστικής συγκέντρωσης. Η διαδικασία αυτή δεν είναι καθόλου απλή, ούτε μπορεί να γίνει με απλή βιβλιογραφική έρευνα με βάση το τι έχει καταγραφεί σε προηγούμενες περιόδους. Κατ' αρχήν, όπως εξηγείται και παραπάνω, μια σειρά παραγόντων επηρεάζουν πλέον την πολιτιστική πολιτική μιας πόλης: οι εξελίξεις στις επικοινωνίες, η βελτίωση του μορφωτικού επιπέδου, οι νέες σχέσεις μεταξύ οικονομίας και πολιτισμού, η σχέση του πολιτισμού με τη ψυχαγωγία, οι πολύπλοκες σχέσεις των πολυεθνικών πολιτιστικών εταιριών με μικρότερες εταιρίες, οι τεχνολογικές καινοτομίες στον πολιτιστικό τομέα, κ.ά. είναι παράγοντες που καθιστούν πιο δύσκολη την εξαγωγή εύκολων συμπερασμάτων. Σε αξιολογήσεις όπου γίνεται συγκριτική παρουσίαση πολιτιστικών περιοχών, όπως στην παρούσα διατριβή, είναι απαραίτητο να λάβει κανείς υπόψη τους παράγοντες αυτούς σε συνδυασμό με το εθνικό και τοπικό πλαίσιο στο οποίο αναπτύσσονται. Πολύ σημαντικό ρόλο παίζουν τα αντίστοιχα διοικητικά καθεστώτα, σχήματα χρηματοδότησης και οι εξωτερικές οικονομίες που επηρεάζουν προς διαφορετική κατεύθυνση σε κάθε περίπτωση.

Ιδιαίτερα στην περίπτωση της Ελλάδας, η πρακτική της πολιτιστικής συγκέντρωσης δεν έχει αποτελέσει αντικείμενο πολιτικού ενδιαφέροντος ή σχεδιασμού, παρά το γεγονός ότι οι περισσότερες ελληνικές πόλεις εντάσσονται ή επιθυμούν να ενταχθούν στο ανταγωνιστικό πεδίο του τουρισμού. Το ακαδημαϊκό ενδιαφέρον είναι μάλλον περιορισμένο για το θέμα και μόλις πρόσφατα χρησιμοποιούνται οι σχετικοί όροι (βλ. Κόνσολα 2006, Γοσποδίνη και Μπεριάτος 2006). Στην πράξη, έχουν προκύψει πολιτιστικές περιοχές στα αστικά κέντρα των μεγάλων ελληνικών πόλεων περισσότερο λόγω συγκυριών και λιγότερο λόγω σχεδιασμού. Η περιοχή των Λαδάδικων στη Θεσσαλονίκη και η περιοχή του Ψυρή στην Αθήνα αποτελούν τα πλέον χαρακτηριστικά παραδείγματα.

Κύριος στόχος της έρευνας είναι να αναλυθούν οι οικονομικές και πολιτιστικές παράμετροι που καθορίζουν τις αστικές και πολιτιστικές περιοχές και οι συνεπακόλουθες εννοιολογικές και διαχειριστικές προσεγγίσεις που τις χαρακτηρίζουν. Επιπρόσθετα, εξετάζονται οι αρχές, τα χαρακτηριστικά και τα κριτήρια επιτυχίας τους ως μέρος ευρύτερων αστικών πολιτικών και οι τρόποι με τον οποίο επηρεάζουν την οικονομική, κοινωνική, περιβαλλοντική και τουριστική πολιτική της πόλης. Παρουσιάζονται μελέτες περιπτώσεων από το εξωτερικό, και κατόπιν αναλύεται η ελληνική εμπειρία στον τομέα αυτό κυρίως μέσα από τη διεξοδική έρευνα της πολιτιστικής περιοχής του Ψυρή. Η διατριβή σκοπεύει να

συνεισφέρει στην καλύτερη κατανόηση των σύνθετων πολιτιστικών και οικονομικών δυνάμεων που διαμορφώνουν μια πολιτιστική περιοχή και καθορίζουν τη βιωσιμότητά της. Μπορούν έτσι να αναλυθούν και να σχεδιαστούν καλύτερα τα σχετικά μοντέλα αστικής πολιτιστικής πολιτικής που θα οδηγήσουν τις πόλεις στην καλύτερη αξιοποίηση του πολιτιστικού τους δυναμικού, στην προσέλκυση επενδύσεων και στην καλύτερη αντιμετώπιση του αστικού ανταγωνισμού.

Η διατριβή κινείται σε δύο βασικούς άξονες, οι οποίοι και έχουν βαρύνουσα σημασία για το θέμα της τοπικής πολιτιστικής και τουριστικής πολιτικής και ειδικότερα των πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών. Ο πρώτος αφορά στην προσπάθεια συμβολής στη διαμόρφωση ενός θεωρητικού πλαισίου για τη συγκέντρωση πολιτιστικών επιχειρήσεων και ο δεύτερος στον προσδιορισμό ενός βασικού πλαισίου σχεδιασμού και πολιτικής για τις πολιτιστικές και τουριστικές περιοχές, σύμφωνα με τις ιδιαίτερες συνθήκες που χαρακτηρίζουν την πολιτιστική επιχειρηματικότητα.

Η διάρθρωση της διδακτορικής διατριβής είναι η εξής:

Η διατριβή περιλαμβάνει δύο βασικά μέρη: Το Πρώτο μέρος αποτελείται από έξι κεφάλαια και αφορά τη θεωρητική προσέγγιση του θέματος και την αναλυτική παρουσίαση περιπτώσεων μελέτης σε Ευρωπαϊκές πόλεις. Το Δεύτερο μέρος αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια και αφορά την εμπειρία των ελληνικών πόλεων και, πιο συγκεκριμένα, την πολιτιστική περιοχή του Ψυρή όπου πραγματοποιήθηκε έρευνα πεδίου με ερωτηματολόγια.

Πιο συγκεκριμένα:

Α' Μέρος

Στο **Πρώτο κεφάλαιο** γίνεται συνοπτική παρουσίαση του θεωρητικού πλαισίου που διακρίνει τη σχέση πόλης και πολιτισμού. Παρουσιάζονται οι βασικές έννοιες και οι σύγχρονες θεωρήσεις που αφορούν την πόλη, καθώς και οι επιδράσεις της παγκοσμιοποίησης και της διαδικασίας της Ευρωπαϊκής Ενοποίησης όσον αφορά τις σύγχρονες ευρωπαϊκές πόλεις. Παρουσιάζονται οι βασικές έννοιες και τάσεις που χαρακτηρίζουν τη σύγχρονη πολιτιστική παραγωγή και κατανάλωση και γίνεται εκτενής αναφορά στα πρότυπα πολιτιστικής κατανάλωσης και τα χαρακτηριστικά των πολιτιστικών βιομηχανιών και της σχέσης πολιτισμού και οικονομίας. Ιδιαίτερη αναφορά πραγματοποιείται σε σύγχρονα υποδείγματα και θεωρητικές προσεγγίσεις της αστικής πολιτιστικής πολιτικής μέσα από την θεωρία της «Δημιουργικής

Πόλης» του Charles Landry, τη θεωρία της Δημιουργικής Τάξης του Richard Florida, κ.ά. Σε συνέχεια αυτού αναφέρονται οι τάσεις που χαρακτηρίζουν τις σύγχρονες αστικές πολιτιστικές πολιτικές, σε σχέση με την κρατική πολιτιστική πολιτική και τον πολιτιστικό προγραμματισμό.

Το **Δεύτερο Κεφάλαιο** αφορά το θέμα του αστικού τουρισμού στις σύγχρονες πόλεις. Με δεδομένο το γεγονός ότι ο τουρισμός των πόλεων αποτελεί ανερχόμενη τάση παγκοσμίως, παρουσιάζονται συνοπτικά τα κύρια χαρακτηριστικά και οι λόγοι που εξετάζεται ως ξεχωριστό πεδίο της τουριστικής πολιτικής. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στο ρόλο που κατέχει η πολιτιστική κληρονομιά και η σύγχρονη πολιτιστική δημιουργία στον αστικό τουρισμό και στους νέους τρόπους προβολής και μάρκετινγκ.

Στο **Τρίτο Κεφάλαιο** γίνεται εκτενής αναφορά στην έννοια των αναπλάσεων αστικών περιοχών. Εξετάζονται οι τρόποι παρέμβασης σε υποβαθμισμένες περιοχές και οι επιπτώσεις που έχει η ανάπλαση στον πληθυσμό και στην αγορά ακινήτων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη διαδικασία της ποιοτικής ανάπλασης (gentrification) και της τάσης των πιο εύπορων κοινωνικών ομάδων να κατοικούν σε κεντρικές περιοχές των πόλεων. Εξετάζεται επίσης η τάση της επανάχρησης βιομηχανικών χώρων και λιμενοβιομηχανικών ζωνών (waterfront development), η οποία υιοθετείται από τις περισσότερες πόλεις με σκοπό την οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική αναζωογόνηση και σχετίζεται άμεσα με το θέμα των πολιτιστικών περιοχών.

Στο **Τέταρτο Κεφάλαιο** γίνεται αναφορά στα υποδείγματα που χρησιμοποιεί η περιφερειακή οικονομική επιστήμη για τις χωρικές συγκεντρώσεις επιχειρήσεων (clusters, δίκτυα, επιχειρηματικές περιοχές, κ.λπ.) και τις ιδιαίτερες συνθήκες που ισχύουν για τον πολιτιστικό τομέα.

Το **Πέμπτο Κεφάλαιο** αναφέρεται στην έννοια και τη σημερινή εξέλιξη των πολιτιστικών περιοχών, όπου και επιχειρείται η κατηγοριοποίηση τους ανάλογα με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Παρουσιάζονται οι κύριες προβληματικές σε σχέση με τις πολιτιστικές περιοχές και γίνεται μία πρώτη προσπάθεια για κατηγοριοποίηση, τυποποίηση και θέσπιση κριτηρίων πολιτιστικών περιοχών. Τέλος παρουσιάζονται μέθοδοι στατιστικών μετρήσεων και αξιολόγησης των πολιτιστικών περιοχών.

Στο **Έκτο Κεφάλαιο** παρουσιάζονται οι πιο χαρακτηριστικές μελέτες περιπτώσεων πολιτιστικής περιοχής στην Ευρώπη. Παρουσιάζονται διεξοδικά πέντε

παραδείγματα πολιτιστικών περιοχών σε πέντε αντίστοιχες ευρωπαϊκές πόλεις: το Northern Quarter στο Μάντσεστερ, το Temple Bar στο Δουβλίνο, το Veemarktkwartier στο Τίλμπουργκ, το Cable Factory στο Ελσίνκι και το Museumsquartier στη Βιέννη. Οι πιο χαρακτηριστικές περιπτώσεις από την Ευρώπη, την Αυστραλία και τη Β. Αμερική αναφέρονται περιληπτικά.

Β' Μέρος

Στο **Έβδομο Κεφάλαιο** παρουσιάζεται η ελληνική εμπειρία στον τομέα του αστικού σχεδιασμού, την πολιτιστική και τουριστική πολιτική. Αναφέρεται επίσης η εμπειρία των πολιτιστικών περιοχών στην Ελλάδα (εκτός Αθήνας) με έμφαση στην περίπτωση της περιοχής των Λαδάδικων της Θεσσαλονίκης.

Στο **Όγδοο Κεφάλαιο** παρουσιάζεται η περίπτωση της Αθήνας. Με έμφαση στον αστικό χώρο της Αθήνας, παρουσιάζονται περιληπτικά οι κυριότερες εξελίξεις των λεγόμενων πολιτιστικών περιοχών της Αθήνας (Πλάκα, Μεταξουργείο, Γκάζι, Εξάρχεια-Νεάπολη, Θησείο, Άξονας οδού Πειραιώς).

Στο **Ένατο Κεφάλαιο** παρουσιάζεται διεξοδικά η πολιτιστική περιοχή του Ψυρή. Παρουσιάζονται τα γεωγραφικά και οικονομικά χαρακτηριστικά της περιοχής, οι κύριοι παράγοντες εξέλιξής της και το σχετικό θεσμικό πλαίσιο. Κατόπιν παρουσιάζεται η λειτουργία της ως πολιτιστική περιοχή με βάση την έρευνα με ερωτηματολόγια που διεξήχθη στο πλαίσιο της διατριβής στους υπεύθυνους των πολιτιστικών επιχειρήσεων. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται σε δύο υποενότητες: η πρώτη αφορά στην ποιοτική επεξεργασία των απαντήσεων και η δεύτερη στην ποσοτική. Κατόπιν παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της έρευνας, όπου ως πιο σημαντικά στοιχεία αναδεικνύονται η έλλειψη στρατηγικής για την περιοχή, οι ιδιαιτερότητες της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας, η αμήχανη στάση των δημόσιων φορέων, ενώ ανατρέπεται η επικρατούσα άποψη της «πολιτιστικής παρακμής» της περιοχής και του σταδιακού κλεισίματος. Επίσης, θίγονται τα σημεία που ξεχωρίζουν το Ψυρή από άλλες πολιτιστικές περιοχές, όπως είναι το υψηλό ποσοστό ιδιοκτησίας των πολιτιστικών επιχειρήσεων, η γειτνίαση με το ιστορικό κέντρο της πόλης, η έλλειψη προβολής και πολιτιστικών γεγονότων, η έλλειψη χρηματοδότησης από το δημόσιο τομέα, κ.ά. Ακόμη, γίνονται ορισμένες ενδιαφέρουσες προτάσεις, για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας του σχεδιασμού για την πολιτιστική περιοχή του Ψυρή στο μέλλον. Οι διαπιστώσεις και προτάσεις αυτές μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο περαιτέρω επιστημονικής διερεύνησης και προβληματισμού.

Τέλος, στο **Δέκατο Κεφάλαιο** γίνεται η ανακεφαλαίωση και παρουσιάζονται τα γενικά συμπεράσματα της διδακτορικής έρευνας όσον αφορά το θεωρητικό μέρος και τις περιπτώσεις μελέτης και διατυπώνονται προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

Ακολουθούν το τμήμα με τις βιβλιογραφικές αναφορές και το παράρτημα το οποίο περιλαμβάνει πίνακες, χάρτες, πληροφοριακό υλικό, διατάγματα, κ.ά.

B. Μεθοδολογία

B1. Παραδοχές

Μεθοδολογικά, η διδακτορική διατριβή βασίζεται σε ορισμένες γενικές παραδοχές για τη σχέση πόλης και πολιτισμού, καθώς και σε παραδοχές που σχετίζονται άμεσα με το αντικείμενο των πολιτιστικών περιοχών. Η κύρια γενική παραδοχή είναι ότι στο πεδίο της αστικής πολιτιστικής πολιτικής διαμορφώνεται πλέον ξεκάθαρα μια τάση ενθάρρυνσης της δημιουργίας πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών, η οποία παρουσιάζει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και προβλήματα.

Όσον αφορά τις πολιτιστικές περιοχές τρεις είναι οι κύριες παραδοχές που υιοθετούνται στη παρούσα διατριβή και εξετάζονται ως προς την ορθότητά τους:

- Πρώτον, οι πολιτιστικές περιοχές δεν έχουν ενιαία χαρακτηριστικά αλλά διαφέρουν σε μέγεθος, τύπο οργάνωσης, πολιτιστικό χαρακτήρα, καθώς και στον τρόπο με τον οποίο αναπτύχθηκαν (εκ των άνω ή από τη βάση).
- Δεύτερον, οι πολιτιστικές περιοχές χαρακτηρίζονται και σχετίζονται άμεσα με τη λειτουργία και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των πολιτιστικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται εκεί. Το επιχειρηματικό κλίμα στην περίπτωση μιας πολιτιστικής περιοχής καθορίζεται από τον τρόπο λειτουργίας τους, τη δικτύωση, τη μακροβιότητα, την εξωστρέφεια και την αισθητική τους.
- Τρίτον, οι πολιτιστικές περιοχές διατρέχουν μεγάλο κίνδυνο αποτυχίας που μπορεί να σχετίζεται με παράγοντες όπως η αλλοίωση της ατμόσφαιρας της πολιτιστικής περιοχής, οι πιέσεις της αγοράς ακινήτων ή προβλήματα ρυθμίσεων και ασφάλειας, κ.ά. Η πολιτιστική βιωσιμότητα αποτελεί επομένως κύριο στόχο τους.

Αλληλένδετες με την παραπάνω βασικές παραδοχές είναι οι και εξής παραδοχές:

- Οι πόλεις αναπτύσσονται ανταγωνιστικά μεταξύ τους σε περιφερειακό, εθνικό, ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο. Πολύ έντονος είναι ο αστικός ανταγωνισμός και στον τομέα του πολιτισμού και ο βασικός σκοπός των αντίστοιχων πολιτιστικών ή τουριστικών πολιτικών (που περιλαμβάνουν τη διοργάνωση φεστιβάλ, την ίδρυση νέων θεσμών, τη φιλοξενία mega-event, την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, το τουριστικό μάρκετινγκ και branding, κ.ά.) και υποδομών (νέα μουσεία, εντυπωσιακά αρχιτεκτονικά μνημεία, αναπλάσεις, κ.λπ.) είναι πλέον η απόκτηση συγκριτικού πλεονεκτήματος.
- Η πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη μιας πόλης έχει υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις ευεργετικές συνέπειες και σε άλλους τομείς της αστικής ζωής (οικονομία, ποιότητα ζωής, αντιμετώπιση κοινωνικού αποκλεισμού, κ.ά.)
- Ο αστικός τουρισμός αποτελεί ανερχόμενη τάση (ειδικά λόγω των city breaks) και αφορά πλέον όλες τις πόλεις. Επίκεντρο του είναι η πολιτιστική κληρονομιά και ο σύγχρονος πολιτισμός. Επομένως, η δημιουργία των πολιτιστικών περιοχών εντάσσεται πλέον στη προσπάθεια ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας και η ανάλυσή τους οφείλει να βασίζεται και σε αυτόν τον τομέα.
- Η ανάπτυξη πρώην βιομηχανικών περιοχών με την εισροή πολιτιστικού κεφαλαίου (culture led regeneration) είναι ένα ολοένα και πιο σύνηθες φαινόμενο. Η διαδικασία αυτή οδηγεί στη δημιουργία ελκυστικών περιοχών για κατοικία και διασκέδαση με πολλά πλεονεκτήματα (οικονομίες κλίμακας, εξωτερικές οικονομίες) αλλά και απειλές (εκτοπισμός).
- Είναι σαφές ότι οι παραδοσιακές πρακτικές που αφορούν την πολιτιστική πολιτική δεν μπορούν να ανταποκριθούν στις νέες συνθήκες και ανάγκες που δημιουργούνται στο πλαίσιο των πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών της πόλης. Στην Ελλάδα το πρόβλημα αυτό είναι εμφανές στις περιπτώσεις ανάπτυξης των περιοχών αυτών και απαιτείται αλλαγή αντιλήψεων και μεθόδων τόσο στο επίπεδο του πολιτιστικού σχεδιασμού, όσο και στην αστική διαχείριση γενικότερα.
- Τα πρότυπα χωροθέτησης επιχειρήσεων, όπως διατυπώνονται στο πλαίσιο των θεωριών της Περιφερειακής Επιστήμης, μπορούν –υπό όρους- να αποδειχτούν χρήσιμα για την ανάλυση των πολιτιστικών περιοχών. Στον πολιτιστικό τομέα, η εγγύτητα παραμένει σημαντικός παράγοντας χωροθέτησης επιχειρήσεων, ενώ πολύ σημαντική παραμένει η προσωπική απευθείας επαφή, η οποία παραμένει αναντικατάστατη όσον αφορά τη σημασία της για την επιχειρηματικότητα (Storper 1997).

Τέλος, εξετάζεται η ορθότητα των παραπάνω παραδοχών για την ελληνική πραγματικότητα (περίπτωση περιοχής Ψυρή) και αν υπάρχουν στοιχεία ή

πρακτικές που διαφοροποιούνται από τις πρακτικές που συναντώνται στον ευρωπαϊκό χώρο.

B2. Ερευνητική Μέθοδος

Σκοπός της έρευνας είναι, αφού παρουσιαστούν οι νέες τάσεις στη σχέση του πολιτισμού και του τουρισμού με τις πόλεις, να περιγραφούν τα βασικά χαρακτηριστικά των πολιτιστικών περιοχών με βάση μια πολυεπιστημονική προσέγγιση.

Με βάση τις παραδοχές που διατυπώνονται παραπάνω, το βασικό ερώτημα θα είναι το εξής:

- ο Ποιες είναι οι κυρίαρχες τάσεις και πρακτικές όσον αφορά τη δημιουργία πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών στη σύγχρονη πόλη και πώς μπορούν να αξιολογηθούν συγκριτικά;

Ορισμένα από τα ερωτήματα που επιχειρείται να απαντηθούν είναι τα εξής:

- ο Πώς επηρεάζουν οι νέες τάσεις της σχέσης πολιτισμού και τουρισμού με την πόλη την ανάπτυξη των πολιτιστικών περιοχών;
- ο Σε ποιο βαθμό μπορούν να χρησιμοποιηθούν οι παλαιότερες και οι σύγχρονες θεωρητικές προσεγγίσεις της αστικής πολιτιστικής πολιτικής και της τοπικής ανάπτυξης όσον αφορά την ανάλυση του θέματος των πολιτιστικών περιοχών;
- ο Ανταποκρίνονται τα πρότυπα χωρικής συγκέντρωσης στα πρότυπα συγκέντρωσης των πολιτιστικών επιχειρήσεων;
- ο Ποια είναι τα οικονομικά, κοινωνικά και οργανωτικά χαρακτηριστικά της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας;
- ο Τι είδους συνεργασίες και τι είδους αντιπαλότητες μπορούν να δημιουργηθούν σε μια πολιτιστική περιοχή; Ποιος φορέας είναι ή θα 'πρεπε να είναι υπεύθυνος για το ρυθμιστικό έλεγχο; Ποιός είναι ο ρόλος των κρατικών και ιδιωτικών φορέων;
- ο Πώς επηρεάζουν οι επιμέρους παράγοντες (προβολή, πολιτιστικά γεγονότα, την ανάπτυξη μιας πολιτιστικής περιοχής; Πώς μπορεί να εξασφαλιστεί η πολιτιστική βιωσιμότητα μιας πολιτιστικής περιοχής;
- ο Πώς μπορεί μια ελληνική πόλη να εφαρμόσει μια αποτελεσματική πολιτική συγκέντρωσης πολιτιστικών επιχειρήσεων; Μπορεί να χρησιμοποιήσει βέλτιστες πρακτικές από περιπτώσεις του εξωτερικού; Στην περίπτωση της περιοχής του Ψυρή ποια είναι τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και πώς αντιλαμβάνονται οι εκπρόσωποι των πολιτιστικών επιχειρήσεων τη λειτουργία της;

Στην έρευνα πραγματοποιείται συστηματική καταγραφή και παρουσίαση περιπτώσεων πολιτιστικών περιοχών στην Ευρώπη ως case studies. Παρουσιάζονται αναλυτικά οι εξής μελέτες περιπτώσεων από το εξωτερικό: το Northern Quarter στο Μάντσεστερ, το Temple Bar στο Δουβλίνο, το Veemarktkwartier στο Τίλμπουργκ, το Cable Factory στο Ελσίνκι και το Museumsquartier στη Βιέννη. Η επιλογή των πέντε αυτών παραδειγμάτων έγινε βάσει τριών κριτηρίων: α) την εύκολη πρόσβαση σε πληροφοριακό υλικό, β) την αντιπροσωπευτικότητα των περιπτώσεων όσον αφορά το εθνικό πλαίσιο, το μέγεθος, κ.ά., και γ) τους διαφορετικούς τύπους οργάνωσης. Αποφεύγεται η εκτενής παρουσίαση πολιτιστικών περιοχών που έχουν αναπτυχθεί στις λεγόμενες «παγκόσμιες πόλεις», αφού η διαφορά μεγέθους και λειτουργιών αυτών των πόλεων απαιτεί ξεχωριστή αντιμετώπιση. Αναφορές γίνονται ακόμη σε πολιτιστικές περιοχές άλλων πόλεων σε όλο τον κόσμο (Νέα Υόρκη, Παρίσι, Λονδίνο, Σίδνεϋ, Βερολίνο, Μιλάνο, Βαρκελώνη, Πεκίνο κ.ά.).

Σαν πρωταρχικό υλικό χρησιμοποιούνται οι συνεντεύξεις και τα ευρήματα της έρευνας που εκπόνηθηκε κατά τη διάρκεια του προγράμματος Master of Arts "European Urban Cultures". Στην έρευνα για τη μεταπτυχιακή μου εργασία, είχα την ευκαιρία να γνωρίσω και να μιλήσω με υπεύθυνους του πολιτιστικού τομέα στις πόλεις της Αμβέρσας, της Μπριζ, των Βρυξελλών, του Τίλμπουργκ, του Άμστερνταμ, του Μάαστριχτ, του Ρότερνταμ, του Μάντσεστερ, του Χάντερσφιλντ, του Ληντς, του Ελσίνκι, του Πόρι, της περιφέρειας Λάνσι-Οουουσίμα, καθώς και της Αθήνας. Στη βιβλιογραφία αναφέρονται οι συγκεκριμένες συνεντεύξεις.

Η υπάρχουσα βιβλιογραφία στο θέμα είναι περιορισμένη, καθώς πρόκειται για ένα πρόσφατο αστικό φαινόμενο. Έμφαση δίνεται στο υπόδειγμα της «Δημιουργικής Πόλης» όπως περιγράφεται στη σχετική βιβλιογραφία (Bianchini, Landry 1992, 1994, 2000) και στο υπόδειγμα της «Δημιουργικής Τάξης» (Florida 2002, 2004). Επίσης παρουσιάζονται οι σύγχρονες θεωρίες για τα cluster και τις τεχνολογικές περιοχές και η πιθανή εφαρμογή τους στον πολιτιστικό τομέα.

Η διατριβή περιλαμβάνει την παρουσίαση των παρακάτω εννοιών: Τοπική ανάπτυξη, παγκοσμιοποίηση, «glocalization», νέες τεχνολογίες και πόλη, ποιοτική ανάπτυξη (gentrification), αστικό μάρκετινγκ και προώθηση, αστικός ανταγωνισμός και ιεράρχηση πόλεων, αστικός τουρισμός, μεταβιομηχανική και μεταμοντέρνα πόλη, πολιτιστικές βιομηχανίες, πολιτιστικοί μεσάζοντες, αστικός τουρισμός, city branding, κατανάλωση πολιτιστικών αγαθών και τρόπος ζωής (lifestyle), 24ωρη πόλη, παγκοσμιοποίηση του πολιτισμού, αστικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, αυθεντικότητα, χωρικές συγκεντρώσεις, clusters, πολιτικές clustering, τεχνοπόλεις, εθνικές περιοχές, πολιτιστική επιχειρηματικότητα,

πολιτιστική βιωσιμότητα, πολιτιστικά γεγονότα-καταλύτες (φεστιβάλ, πολιτιστικοί θεσμοί, μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις, κ.λπ.) υπόδειγμα της δημιουργικής πόλης (creative city) και υπόδειγμα της δημιουργικής τάξης (creative class), ευρωπαϊκά προγράμματα (θεσμοί και πολιτικές).

Η συνεισφορά της διατριβής αφορά στην καλύτερη κατανόηση των σύνθετων πολιτιστικών και οικονομικών δυνάμεων που διαμορφώνουν μια πολιτιστική περιοχή και καθορίζουν τη βιωσιμότητά της. Μπορούν έτσι να αναλυθούν και να σχεδιαστούν καλύτερα τα σχετικά μοντέλα αστικής πολιτιστικής πολιτικής που θα οδηγήσουν τις πόλεις στην καλύτερη αξιοποίηση του πολιτιστικού τους δυναμικού, στην προσέλκυση επενδύσεων και αστικού τουρισμού και στην καλύτερη αντιμετώπιση του αστικού ανταγωνισμού. Η συγκριτική παρουσίαση και ανάλυση περιπτώσεων σε ευρωπαϊκό επίπεδο είναι απαραίτητη για την διεξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων και αποτελεί πρωτότυπη συνεισφορά στη σχετική επιστημονική συζήτηση.

Τέλος, η έρευνα μου επικεντρώνεται στον ελληνικό αστικό χώρο, όπου παρουσιάζονται ανάλογα παραδείγματα και στη σχετική βιβλιογραφία, εστιάζοντας στις ιδιαιτερότητες και τις διαφορές σε σχέση με άλλες χώρες. Η ελληνική εμπειρία στον τομέα αυτό παρουσιάζεται κυρίως μέσα από την πολιτιστική περιοχή του Ψυρή και τη δράση των πολιτιστικών επιχειρήσεων που έχουν επιλέξει τις συγκεκριμένες περιοχές.

Η επιτόπια έρευνα διεξήχθη με τη χρήση ερωτηματολογίου το οποίο συμπληρωνόταν κατά τη διάρκεια συνέντευξης. Το δείγμα αποτελούν οι επιχειρήσεις, οργανισμοί και επαγγελματίες με κύριο αντικείμενο την πολιτιστική δραστηριότητα και βρίσκονται στην περιοχή του Ψυρή. Η έρευνα για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις της περιοχής του Ψυρή πραγματοποιήθηκε στο διάστημα 13-2-2006 έως 8-5-2006 σε 58 πολιτιστικές επιχειρήσεις (εκ των οποίων δέχθηκαν να απαντήσουν τελικά οι 53).

Χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της προσωπικής συνέντευξης του επιχειρηματία ή εκπροσώπου στο χώρο της επιχείρησης με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου 38 πληροφοριακών πεδίων. Οι περισσότερες ερωτήσεις ήταν κλειστές με πολλαπλές επιλογές. Υπήρξαν επίσης τέσσερις ανοιχτές ερωτήσεις και δύο ερωτήσεις-φίλτρο. Συμπληρωματικά, πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις με τους εκπροσώπους των σημαντικότερων θεσμικών και συλλογικών φορέων της περιοχής και της πόλης, προκειμένου να καταγραφούν συνολικές απόψεις και προγραμματικές θέσεις. Συμπληρωματικά χρησιμοποιούνται άρθρα εφημερίδων, ειδικές μελέτες, διαδικτυακές πηγές, κ.ά. Με τον τρόπο αυτό παρουσιάζεται μια ολοκληρωμένη εικόνα της πολιτιστικής περιοχής, καταγράφεται η ιστορική συνέχεια και εκφράζονται οι αντικρουόμενες απόψεις.

B3. Περιορισμοί της Έρευνας

Στις περιπτώσεις του εξωτερικού η έρευνα πραγματοποιήθηκε με τους περιορισμούς που χαρακτηρίζουν μία προσπάθεια που πραγματοποιείται από απόσταση, ωστόσο η ανταπόκριση στις περιπτώσεις των επισκέψεων ή των επαφών μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας ήταν πολύ ικανοποιητική. Όσον αφορά στην έρευνα πεδίου στην περιοχή του Ψυρρή δεν υπήρξαν προβλήματα πρόσβασης και συλλογής δεδομένων με δεδομένο ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εκπροσώπων συμμετείχαν με μεγάλη προθυμία στην έρευνα. Ο βαθμός αντικειμενικότητας είναι ικανοποιητικός, παρά το σημαντικό κίνδυνο που υπάρχει σε αυτούς τους είδους τη μέθοδο, με δεδομένο ότι η προσωπική συνέντευξη και η συμπλήρωση έγινε παρουσία του ερευνητή.

Ένα πρόβλημα που προκύπτει από την επεξεργασία του ερωτηματολογίου είναι η σχετική δυσκολία να προσδιοριστούν οι πραγματικοί λόγοι εξαιτίας των οποίων σκοπεύουν να φύγουν (ή έφυγαν) ορισμένοι επιχειρηματίες από την περιοχή. Η «αντίδραση για λόγους γοήτρου» είναι ένα συνηθισμένο πρόβλημα στις απαντήσεις ενός ερωτηματολογίου⁵ και στην περίπτωση των επιχειρηματιών είναι δύσκολο να παραδεχτεί κανείς μια πραγματική κατάσταση, π.χ. τους πραγματικούς λόγους μετακόμισης ή πρόθεσης μετακόμισης. Σε πολλές περιπτώσεις μπορεί να έχουν προηγηθεί λανθασμένες επιχειρηματικές επιλογές ή να έχει παίξει ρόλο η γενικότερη κρίση στον τομέα. Το ερωτηματολόγιο προσφέρει την ευκαιρία στους ερωτώμενους να αποφύγουν σχετικές απαντήσεις αποδίδοντας τα παραπάνω στην παρακμή της περιοχής.

Ένα δεύτερο πρόβλημα προκύπτει στην ανεύρεση των πολιτιστικών επιχειρήσεων της περιοχής. Οι περισσότερες επιχειρήσεις είτε έχουν ιστοσελίδα είτε έχουν ενταχθεί στη βάση του www.psirri.gr ή και σε κάποια άλλη βάση επιχειρήσεων. Η αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος είναι ικανή για να θεωρηθούν τα συμπεράσματα σημαντικά και αντιπροσωπευτικά για τον πολιτιστικό τομέα, εφόσον μόλις τρεις από το συνολικό καταγεγραμμένο δείγμα αρνήθηκαν ή δεν κατέστη δυνατό να συμμετάσχουν. Είναι πιθανόν ωστόσο να μην έχουν εντοπιστεί επαγγελματίες που χρησιμοποιούν το Ψυρρή σαν έδρα επιχείρησης ή μεμονωμένοι καλλιτέχνες που διαμένουν στην περιοχή και ασκούν επιχειρηματική δράση. Ο αριθμός τους ωστόσο κρίνεται ότι δεν θα μπορούσε να αλλάξει τα αποτελέσματα της έρευνας.

⁵ Βλ. Javeau 1996: 128-130. Κυριαζή 2002.

ΜΕΡΟΣ Α: Πολιτιστικές Περιοχές: Η Ευρωπαϊκή Εμπειρία

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Πόλη και Πολιτισμός

1. Πόλεις και Πολιτισμός τον 21^ο αιώνα

A) Σύγχρονες Πόλεις και Πολιτισμός

Η επιστημονική διερεύνηση της έννοιας των πολιτιστικών περιοχών επηρεάζεται από τις διαφορετικές παραμέτρους της σύγχρονης σχέσης πόλης και πολιτισμού. Ο αστικός πολιτισμός βρίσκεται σε μια μεταβατική φάση με τις διαδικασίες της παγκοσμιοποίησης, της κοινωνίας της πληροφορίας να επηρεάζουν τα διαφορετικά χαρακτηριστικά του. Οι μετασχηματισμοί των αστικών τοπίων παρουσιάζονται σε έναν μεγάλο αριθμό μελετών, οι οποίες παρουσιάζουν την παγκοσμιοποίηση, τις κοινωνικές αλλαγές, τον αστικό ανταγωνισμό και την κοινωνία της πληροφορίας ως αλληλένδετους παράγοντες που έχουν μεταβάλλει τη σύγχρονη πόλη (Castells 1989,1996, Knox and Taylor 1995, Verwijnen and Lehtuonori 1996, Amin and Graham 1998, Sassen 2001, Hall 2005, Chesire κ.ά. 2005, Amin 2006). Παράλληλα, οι πόλεις, ολοένα και περισσότερο, επανέρχονται στο προσκήνιο των κοινωνικών και οικονομικών σπουδών και χαρακτηρίζονται από μεγάλες αλλαγές σε όλα τα επίπεδα (Zukin 1995, Amin & Graham 1998). Τις τελευταίες δύο δεκαετίες περίπου παρατηρείται μια μεγάλη αλλαγή στις σχετικές θεωρήσεις και οι επιστήμες της πόλης έχουν καθιερωθεί σε όλα τα επιστημονικά επίπεδα (Ρέντζος 2006:181).

“Τρεις είναι οι κύριοι λόγοι, υποστηρίζουμε εμείς, που ανακαλύφθηκε ξανά η πόλη και είναι υπεύθυνοι για την ολοένα και πιο σημαντική εικόνα που έχει: α) ο επαναπροσδιορισμός της αστικής κεντρικότητας, β) η έμφαση στις πόλεις ως μηχανές εθνικής ανάπτυξης και γ) η συζήτηση για τη σημασία των δημιουργικών πόλεων, δηλαδή τη δημιουργία ενός διαφοροποιημένου και πολύπλοκου πολιτιστικού, μαθησιακού, εκπαιδευτικού και επικοινωνιακού περιβάλλοντος για την υποστήριξη της ελαστικής δημιουργικότητας” (Amin & Graham 1998:413).

Είναι πολύ σημαντικό να εξεταστεί το αστικό τοπίο μέσα σε ένα πολυεπιστημονικό πλαίσιο, για δύο λόγους. Πρώτον διότι οι περιγραφές του δομημένου περιβάλλοντος μπορούν να δώσουν μόνο μια περιορισμένη αντίληψη της διαδικασίας αστικοποίησης. Αγνοούν ερωτήματα όπως γιατί χτίστηκε κάτι, από ποιους, ποιες ήταν οι εναλλακτικές λύσεις που είχαν και πώς αντικατοπτρίζουν τις σχέσεις εξουσίας (Zukin 2002:345). Δεύτερον, ο ισχυρισμός ότι η πόλη αντανakλά αλλαγές στις διαδικασίες αυτές, ενώ είναι ορθός, αποκαλύπτει μόνο ένα μέρος της σχέσης αυτής.

Οι σημερινές θεματικές στις ανθρωπιστικές, πολιτιστικές και κοινωνικές επιστήμες επικεντρώνονται στα αστικά τοπία ως τόπους συμβολισμού και αντιπροσώπευσης, κατανάλωσης, πολιτικής, κοινής μνήμης και τοπικής δημοκρατίας (Amin & Graham 1998, Savage & Ward 1993). Από τη δεκαετία του '80 και έπειτα οι πόλεις καταβάλουν προσπάθειες που στρέφονται προς την αναγέννηση και τον ανασχεδιασμό τους, δηλαδή τη μετατροπή τους σε ελκυστικά μέρη για δουλειά, διαμονή ή επίσκεψη. Το γεγονός αυτό σχετίζεται με τον αυξανόμενο αστικό ανταγωνισμό με τις πόλεις να λειτουργούν ως εναλλακτικές θέσεις χωροθέτησης για επιχειρήσεις και κατοίκους και να προσπαθούν να βελτιώσουν το οικονομικό, κοινωνικό και πολιτιστικό τους περιβάλλον (Jensen-Butler κ.ά., 1997). Οι στρατηγικές που χρησιμοποιήθηκαν σε πολλές περιπτώσεις υπήρξαν επιτυχημένες, χωρίς ωστόσο να μπορεί κανείς να ισχυριστεί ότι δεν υφίσταται πλέον αστική κρίση. Τα οφέλη και οι ζημιές έχουν κατανεμηθεί δυσανάλογα, ενώ ακόμη και στις περιπτώσεις επιτυχημένων πόλεων τα οφέλη δεν έχουν μοιραστεί ισότιμα σε όλες τις περιοχές (Harvey 1989). Η πόλη της μεταβιομηχανικής εποχής είναι οργανωμένη σε παγκόσμια δίκτυα, χαρακτηρίζεται ως τριτογενής και πολυκεντρική και η οικονομία της χρησιμοποιεί ως πρώτη ύλη την πληροφορία (Fainstein 1990:34-35, Hall 2005:40-48).

Ο ρόλος των δραστηριοτήτων πολιτισμού και αναψυχής στις νέες αστικές πολιτικές και στις στρατηγικές αστικής αναζωογόνησης, όπως περιγράφεται παρακάτω, θεωρείται πλέον πολύ σημαντικός. Συγκεκριμένα, κυριαρχεί η άποψη ότι οι δραστηριότητες αυτές βοηθούν στη βελτίωση της εικόνας της πόλης, την αύξηση της ελκυστικότητάς της προς τους επενδυτές, τους επισκέπτες και τους κατοίκους, την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και την άμεση αύξηση της απασχόλησης. Παράλληλα, η πολιτιστική κληρονομιά και η σύγχρονη πολιτιστική δραστηριότητα αποκτούν κεντρική θέση στον αστικό σχεδιασμό αποτελώντας τον παράγοντα κλειδί για τις αντίστοιχες τοπικές στρατηγικές.

Η ανάδυση νέων αστικών μορφών και προκλήσεων μετά τη δεκαετία του 1990 έχουν οδηγήσει σε ένα γενικότερο μετασχηματισμό του πολεοδομικού σχεδιασμού (Οικονόμου 2004, Kotkin 2005, Bock 2006, Γοσποδίνη και Μπεριάτος 2006). Η εμφάνιση νέων αστικών μορφών δεν είναι τυχαία, αλλά είναι η ορατή εξέλιξη μιας ολόκληρης σειράς από περίπλοκες οικονομικές, πολιτικές, κοινωνικές και πολιτιστικές διαδικασίες. Η πόλη αρχίζει να θεωρείται και πάλι σε ένα μεγάλο βαθμό αυτοτελής οντότητα, ειδικά σε οικονομικό και πολιτικό επίπεδο (Κουσιδώνης 2003:254, Hall 2005). Η πολεοδομική πολιτική αποκτά νέα χαρακτηριστικά βάσει νέων παραγόντων. Στο πλαίσιο αυτό, επανεκτιμάται ο ρόλος των μητροπολιτικών σχηματισμών ως επίκεντρα οικονομικών και πολιτικών διεργασιών, αυξάνεται η σημασία στα κοινωνικά ζητήματα που συνδέονται με τον αστικό σχεδιασμό, καθώς

και η σημασία στην εταιρική σχέση δημοσίου και ιδιωτικού τομέα όσον αφορά την πολιτική χρηματοδότησης και διοίκησης έργων (Συμπράξεις Δημοσίου και Ιδιωτικού Τομέα). Παράλληλα παρατηρείται στροφή από την οριζόντια ανάπτυξη πόλεων στην επανάχρηση και τον επανασχεδιασμό των υφιστάμενων αστικών χώρων και απαξιωμένων κτιριακών αποθεμάτων. Αισθητικοποιείται η καθημερινή ζωή και αναδύονται νέα πρότυπα αστικού σχεδιασμού με βάση τις μεταμοντέρνες επιταγές για στυλιστική και συμβολική αναβάθμιση του αισθητικού παράγοντα. Τέλος ιδιαίτερη έμφαση δίνεται σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος και αειφόρου ανάπτυξης και αυξάνεται η σημασία που αποδίδεται στις δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου και πολιτισμού (Γετίμης 1999, Οικονόμου 2004:4-5, Γοσποδίνη και Μπεριάτος 2006).

Παρά τις επιμέρους διαφωνίες, όλοι γενικά συμφωνούν ότι οι σύγχρονες πόλεις είναι κατακερματισμένες στη μορφή τους, πιο χαοτικές στη δομή τους και έχουν συγκροτηθεί μέσω διαφορετικών διαδικασιών από τις παλαιότερες (Jacobs 1961, Castells and Hall 1994). Η συζήτηση για την φαινομενική μεταμόρφωση από το μοντέρνο στο μετά-μοντέρνο χαρακτήρα της κοινωνίας είναι εκτεταμένη. (Hall 2005:128-130). Στην πραγματικότητα πολλές πόλεις συνδυάζουν μοντέρνα αστικά χαρακτηριστικά με νεότερες μετά-μοντέρνες αστικές μορφές (π.χ. clusters). Για παράδειγμα, παράκτιες περιοχές που έχουν πρόσφατα αναπλαστεί περιβάλλονται από μεγάλες ενδοαστικές περιοχές που έχουν επηρεαστεί ελάχιστα από τις μεταμοντέρνες διαδικασίες. Στις περισσότερες περιπτώσεις η συνολική δομή της πόλης ακόμα αντανakλά τις μοντέρνες διαδικασίες αστικοποίησης του βιομηχανικού κεφαλαίου και σχεδιασμού. (Kotkin 2005, Amin 2006).

Ένα πολύ σημαντικό τμήμα της συζήτησης των αναδυόμενων αστικών μορφών έχει σαν βάση τον όρο της αποβιομηχάνισης και τη μετα-βιομηχανική πόλης. Η μορφολογία της πόλης εκφράζεται και σχετίζεται άμεσα με τις παραγωγικές διαδικασίες και τις οικονομικές συνθήκες που επικρατούν σε αυτήν. Γενικά, η μεταβιομηχανική οικονομία βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην καινοτομία και τα νέα προϊόντα, καθώς και στην ανάπτυξη των υπηρεσιών (Verwijnen 1999, Sassen 1991,1994).

Οι αστικοί πολιτισμοί και ο τρόπος που εκφράζονται χωρικά βιώνουν επομένως σημαντικές αλλαγές. Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της σύγχρονης πόλης αποτελεί η συγκέντρωση δραστηριοτήτων σε περιοχές και η επακόλουθη λειτουργική ανασύνθεση της σε τμήματα με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά (Bell and Jayne 2004). Στο πλαίσιο αυτό, ιδιαίτερο ρόλο στον αστικό σχεδιασμό αποκτούν οι πολιτικές χωρικής συγκέντρωσης δραστηριοτήτων (clustering). Οι συγκεντρώσεις

(clusters) αυτές¹ δεν αποτελούν νέο φαινόμενο αφού αποτελούν πρακτική η οποία εμφανίζεται σε πόλεις σε διάφορες εποχές, σήμερα όμως αποκτούν μια ιδιαίτερη σημασία και συμβολισμό (Mommmaas 2004, Γοσποδίνη 2006:28).

Ο Featherstone, αλλά και άλλοι θεωρητικοί, περιγράφουν αναλυτικά ποιοι είναι οι λόγοι για τους οποίους η πολιτιστική κατανάλωση έχει αυξηθεί και έχει γίνει σημαντικό στοιχείο για τη μεταμοντέρνα πόλη (Featherstone 1991, Olalquiaga 1993, Βέλτσος 1998). Η ιστορική κληρονομιά και οι ιδιαιτερότητες της κάθε πόλης χρησιμοποιούνται ως φόρμα έκφρασης και σχεδιασμού και αποκτούν έναν αναβαθμισμένο ρόλο στη διαμόρφωση της αστικής ταυτότητας.

Ουσιαστικά, ο ρόλος του αστικού πολιτισμού αναβαθμίζεται αφού η επίδραση του σε όλους τους τομείς της πόλης θεωρείται πλέον ιδιαίτερα κρίσιμη. Όσον αφορά τον πολεοδομικό σχεδιασμό αυτό σημαίνει ότι από το πεδίο των δράσεων για την κοινωνική αναμόρφωση το πεδίο δράσης των πόλεων έχει μεταφερθεί στην «αύξηση της επενδυτικής ελκυστικότητας, ανταγωνιστικότητας και εμπορευσιμότητας των επιχειρηματικών πόλεων της ευέλικτης συσσώρευσης, πόλεων εύπλαστης φαντασίωσης, εφήμερου καταναλωτικού θεάματος και μυθοπλαστικών συμβολισμών» (Κουρλιούρος 2001: 100). Ο αστικός πολιτισμός έχει επηρεαστεί σημαντικά από την έννοια της μεταμοντέρνας πόλης, κύριο χαρακτηριστικό της οποίας είναι η υπόσταση της ως τόπος κατανάλωσης και όχι ως τόπος παραγωγής (Harvey 1989, Featherstone 1991, O'Connor 1998). Η μετά-μοντέρνα αστική μορφή είναι σημαντικά διαφορετική ως προς τη μορφή, τα πρότυπα των αξιών γης, τις κοινωνικές γεωγραφίες και τα τοπία, σχετικά με την μοντέρνα πόλη.

Β) Η εξέλιξη της αστικής πολιτικής

Το σύστημα αστικού σχεδιασμού, που αποτελεί τον κύριο ρυθμιστικό μηχανισμό της αστικοποίησης, έχει επίσης εξελιχθεί σημαντικά τις τελευταίες δεκαετίες. Κατά τη διάρκεια του 20ου αιώνα μπορεί να διακρίνει κανείς τρία διαφορετικά πρότυπα: τη προ-μοντερνιστική πόλη -η οποία επικράτησε το πρώτο μισό του αιώνα-, η μοντερνιστική πόλη -η οποία εμφανίζεται μετά το 1950- και τη μεταμοντερνιστική πόλη -η οποία κυριαρχεί από το 1980 μέχρι και σήμερα- (Γοσποδίνη 2006:27-28). Η προ-μοντερνιστική πόλη χαρακτηρίζεται κυρίως από την κυριαρχία των μικτών χρήσεων γης, την ιεράρχηση του αστικού ιστού και την μονοπυρηνική δομή, όπου το κέντρο της πόλης αποτελεί και το οικονομικό,

¹ Η έννοια των clusters και η ανάδειξή τους σε σύγχρονο πρότυπο σχεδιασμού εξετάζεται και στο 4ο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής. Η παρούσα διατριβή ασχολείται με μια από τις κυριότερες εκφάνσεις της η οποία αφορά τις πολιτικές πολιτιστικής συγκέντρωσης (cultural clustering) και τις πολιτιστικές περιοχές που προκύπτουν.

διοικητικό και κοινωνικό της επίκεντρο. Η θεωρία που οδήγησε στη μοντερνιστική πόλη ξεκίνησε να σχηματίζεται όταν το 1933, σε ένα αρχιτεκτονικό συνέδριο που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα με τη συμμετοχή των γνωστότερων εκείνη την εποχή αρχιτεκτόνων –μεταξύ άλλων και ο Λε Κορμπυζιέ-, καταρτίστηκε η «Χάρτα των Αθηνών», ένας καταστατικός κώδικας που όριζε τις βασικές αρχές της πολεοδομικής πρακτικής για το μέλλον. Βασιζόταν στη δημιουργία μονολειτουργικών ζωνών με αυστηρό διαχωρισμό των χρήσεων που συνδέονται μεταξύ τους με ένα εκτεταμένο μεταφορικό δίκτυο. Εισάγει την ιδέα του απόλυτα ιεραρχημένου, φονξιοναλιστικού αστικού ιστού με διακριτές χρήσεις γης και πόλεις δορυφόρους και περιγράφεται σε μοντέλα, όπως αυτό των ομόκεντρων κύκλων (1925) του Burgess και το τομεακό μοντέλο (1933) του Hoyt. Τέτοιες πόλεις, που αναπτύχθηκαν στην πορεία του εικοστού αιώνα, έχουν κατά κανόνα ομογενείς ζώνες χρήσης γης και κοινωνικών ομάδων καθώς και αξίες γης που μειώνονται με κανονικότητα όσο απομακρυνόμαστε από το κέντρο της πόλης. Ωστόσο, με την εφαρμογή της Χάρτας, από το 1950 και μετά φαίνονται οι αδυναμίες του και η αποτυχία του μετα-πολεμικού σχεδιασμού να παραδώσει τις κοινωνικές ουτοπίες που είχε υποσχεθεί. Η Χάρτα της Αθήνας, η οποία συνεχίζει μέχρι και σήμερα να καθορίζει τις πρακτικές του πολεοδομικού σχεδιασμού, κατακρίνεται έντονα αφού θεωρείται ότι οδήγησε στα σύγχρονα αδιέξοδα των αστικών συστημάτων λόγω των υπηνούπολεων και των αποκομμένων τμημάτων που δημιούργησε στην πόλη, της αποθέωσης του αυτοκινήτου ιδιωτικής χρήσης, κ.λπ. (Γετίμης 1998, Χριστοφιλόπουλος 2002: 38-39, Fainstein and Campbell 2005).

Με την εμφάνιση των μεταμοντέρνων θεωριών στον αστικό σχεδιασμό και την αρχιτεκτονική, ο παρεμβατικός σχεδιασμός αντιμετωπίστηκε ως ένα εμπόδιο στην επιτυχημένη ελεύθερη λειτουργία της αγοράς. Ο σχεδιασμός κατά ζώνες (zoning) θεωρήθηκε ως αρνητική πρακτική και οι νεοφιλελεύθερες πολιτικές συνδυάστηκαν με προσπάθειες μείωσης της επιρροής του σχεδιασμού στην ελεύθερη λειτουργία της αγοράς, ως τμήμα μιας εκκαθαριστικής ευρύτερης μεταρρύθμισης του δημοσίου τομέα. Παράλληλα, οι μεταμοντέρνες αστικές θεωρήσεις επανέφεραν την μίξη των χρήσεων της γης με ιδιαίτερη έμφαση στη μίξη κατοικίας με το εμπόριο, τις υπηρεσίες, τον πολιτισμό και την αναψυχή (Feathertone 1991, Hall 2005, Γοσποδίνη 2006:28-29). Αυτή η στροφή που πραγματοποιήθηκε με την απομάκρυνση από το ρυθμιστικό ρόλο του σχεδιασμού οδήγησε σύμφωνα με ορισμένους συγγραφείς στην αποσπασματική ανάπτυξη του αστικού περιβάλλοντος. Ο σχεδιασμός στις δεκαετίες του 1980 και 1990 είχε γίνει κάτι περισσότερο από ένα στήριγμα αυτής της αποσπασματικής προσέγγισης αστικής ανάπτυξης (Harvey 1996, Hall 2005).

Με τη γενίκευση των νέων μορφών αστικής διακυβέρνησης, πολλές πόλεις τείνουν να υιοθετούν τρόπους διακυβέρνησης οι οποίοι είναι ομοιόμορφοι και να αλληλοεπηρεάζονται. Χαρακτηριστική είναι η έννοια της «μεσογειοποίησης» (Medditeranneanisation) που χρησιμοποιούν κυρίως Βρετανοί συγγραφείς για να χαρακτηρίσουν την τάση των Βορειοευρωπαϊκών πόλεων να χρησιμοποιούν πρότυπα σχεδιασμού και χρήσης των δημόσιων χώρων και των χώρων διασκέδασης που χαρακτηρίζουν τις μεσογειακές πόλεις, δηλαδή τους μεγάλους ανοιχτούς χώρους, υπαίθρια καφέ, κ.λπ. (Featherstone 1992, Λεοντίδου 2004, 2006). Γενικότερα, ο τρόπος με τον οποίο αλληλοεπηρεάζονται οι πόλεις είναι εμφανής και σε θέματα σχεδιασμού: το τοπίο που προέκυψε από την ανάπλαση του θαλασσίου μετώπου της Βαρκελώνης μοιάζει, σύμφωνα με ορισμένους με το τοπίο της Βαλτιμόρης (Λεοντίδου 2004: 296).

Στο επίπεδο της αστικής διοίκησης, μπορούμε να εντοπίσουμε νέες πολιτικές στη διοίκηση και το σχεδιασμό (Hall 1999, Fassbinder 1996, Verwijnen 1996, 1999). Οι παραδοσιακές τακτικές σχεδιασμού που βασίζονταν στις γραμμικές δομές, τις χρήσεις γης, τις οικιστικές ζώνες, τις μοντερνιστικές δομές, κ.λπ., έχουν αντικατασταθεί από διαδικασίες πιο ελαστικές, λιγότερο γραφειοκρατικές, με νέα εργαλεία, νέους φορείς και σχέδια (Fassbinder 1996). Οι διαδικασίες αυτές θυμίζουν πολλές φορές επιχειρηματικές κινήσεις και συχνά η πόλη διοικείται σαν να ήταν ιδιωτική εταιρία. Στο πλαίσιο που ορίζουν οι νέες διεθνείς οικονομικές συνθήκες οι αστικές διοικήσεις επαναπροσδιορίζουν τις πολιτικές τους σε νέες μορφές, οι οποίες στη διεθνή βιβλιογραφία αναφέρονται ως New Urban Politics – N.U.P (Gospodini and Beriatos 2003). Προκειμένου να ανταποκριθούν οι πόλεις αναγκάζονται να βελτιώσουν τα στοιχεία που ελκύουν τις οικονομικές δραστηριότητες (π.χ. φορολογικά κίνητρα, ακίνητα, μεταφορές, κ.ά.) ή τα στοιχεία που βελτιώνουν τη συνολική εικόνα της πόλης.

Μια άλλη νέα τάση στον αστικό χώρο αποτελεί ο σχηματισμός μητροπολιτικών περιοχών και οι αντίστοιχες πρακτικές διοίκησής τους². Στην Ευρώπη η οργάνωση των μητροπολιτικών κέντρων εμφανίζει μια πολυμορφία που κυμαίνεται από το επίπεδο μιας «χαλαρής συνεργασίας» έως το επίπεδο μιας «συμπαγούς και ενιαίας μορφής» (βλ. Μπεριάτος 1996, Ι.Π.Α., Τ.Ε.Δ.Κ.Ν.Α. 2001). Πλέον είναι αρκετά συνηθισμένες οι συνεργασίες μεταξύ μητροπολιτικών

² Ως μητρόπολη ορίζουμε ένα δυναμικό αστικό κέντρο με πληθυσμό 500 χιλιάδες κατοίκους και άνω, το οποίο περιβάλλεται από δορυφόρες πόλεις με εξειδικευμένες και συμπληρωματικές λειτουργίες και συνδέεται μαζί τους με ένα δίκτυο σχέσεων και ροών. Πρέπει να τηρεί τις εξής προϋποθέσεις: α) Επαρκές πληθυσμιακό μέγεθος και μέγεθος αγορών προϊόντος και εργασίας, β) Επαρκείς και υψηλής απόδοσης υποδομές και γ) Προωθητικές δραστηριότητες που ανήκουν βασικά στον δευτερογενή τομέα ή τριτογενή τομέα και μέσω των ροών και των προϊόντων και των εισοδημάτων που προέρχονται από αυτές, ευνοούν την ανάπτυξη άλλων δραστηριοτήτων, που βρίσκονται σε τεχνική σχέση με αυτές – τεχνική πολιτική συγκέντρωση –ευνοούν περαιτέρω την πρόοδο του τριτογενή τομέα μέσω των εισοδημάτων και αυξάνουν το συνολικό περιφερειακό εισόδημα. προκαλώντας μια προοδευτική συγκέντρωση νέων δραστηριοτήτων (Παπαδάσκαλόπουλος, 1995).

περιοχών (π.χ. Randstad στην Ολλανδία) ή και περιφερειών από γειτονικά κράτη (π.χ., μητροπολιτική περιοχή Βιέννης – Μπρατισλάβας).

Ο έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των πόλεων τοπικά και παγκόσμια αποτελεί ένα από τα κύρια αίτια αλλαγών στο σύγχρονο αστικό πεδίο και στις αντίστοιχες πολιτικές. Ο έντονος ανταγωνισμός σε όλα τα επίπεδα έχει δημιουργήσει την ανάγκη για στατιστικές μετρήσεις, ιεραρχήσεις, συγκριτικές μελέτες, κ.ά. (Jensen-Butler κ.ά. 1996). Στη παρούσα διατριβή επιχειρείται να γίνει σύγκριση μεταξύ διαφορετικών πόλεων ώστε να εμπλουτιστεί η σχετική επιστημονική συζήτηση, ειδικά όσον αφορά την πολιτιστική πολιτική.

Γ. Παγκοσμιοποίηση, πόλεις και πολιτισμός

Η μη αναστρέψιμη διαδικασία της παγκοσμιοποίησης είναι σήμερα πλέον η κυρίαρχη έννοια σε κάθε τομέα. Η έννοια αυτή εμπεριέχει πολλές παραμέτρους και ερμηνείες, σε βαθμό που η χρήση της να καθίσταται προβληματική. Ένα στοιχείο που είναι ουσιαστικό, είναι ότι μέσα από τη διαδικασία αυτή δημιουργείται αυξανόμενη αλληλεξάρτηση μέσω των συνεχών ροών κεφαλαίου, εμπορίου, πληροφοριών, ανθρώπινου δυναμικού, κ.ά., με μεγάλη ταχύτητα λόγω κυρίως των νέων τεχνολογιών και επιτυγχάνεται η λεγόμενη συμπίεση χώρου-χρόνου (Lash and Urry 1994, Waters 1995, Παναγιωτοπούλου κ.ά. 2003, Wallerstein 2004).

Ο όρος παγκοσμιοποίηση προσδιορίζεται ως: α) η αυξανόμενη διασύνδεση (ή συνδετικότητα ή υπερεδαφικότητα κατά κάποιους συγγραφείς) του κόσμου ως συνόλου που δεν είναι απλώς διεθνής αλλά πολύ ευρύτερη. β) η αυξανόμενη παγκόσμια συνείδηση (Robertson 2002, Waters 1995). Ορίζει μια διαδικασία όπου γεγονότα, αποφάσεις και δραστηριότητες σε ένα μέρος του κόσμου μπορεί να επιφέρουν σημαντικές επιπτώσεις σε μεμονωμένα άτομα ή κοινωνίες σε διαφορετικά σημεία του κόσμου. Είναι προφανές ότι πρόκειται για μια έννοια πολυδιάστατη, η οποία –λανθασμένα- ταυτίζεται συχνά με την επιρροή και την εξουσία που ασκούν τα πολυεθνικά οικονομικά συμφέροντα, η Αμερική ως παγκόσμια υπερδύναμη και οι διεθνείς οικονομικοί οργανισμοί όπως η Παγκόσμια Τράπεζα ή το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο. Από τη μελέτη του φαινομένου, έχει καταστεί σαφές πως η παγκοσμιοποίηση αναδεικνύει μια νέα, περίπλοκη, γεωγραφία της εξουσίας, στην οποία παλαιότεροι τρόποι κυριαρχίας προσδιορίζονται από πλέον σύγχρονες διαδικασίες εξουσίας σε τοπική, περιφερειακή, διαπεριφερειακή, εθνική και διεθνή κλίμακα. Ταυτοχρόνως, το τοπικό, το περιφερειακό, το εθνικό και το διεθνές σχετικοποιούνται και τα μεταξύ τους όρια καθίστανται όλο και πιο πορώδη (Δεμερτζής και Λίποβατς 2006).

Οι αλλαγές στα διεθνή οικονομικά, στις πολιτικές, στην κοινωνία και στον πολιτισμό δεν αποτυπώθηκαν στις πόλεις χωρίς αντίσταση (Harvey 1990). Αντίθετα, σε τοπικό επίπεδο η αποτύπωσή τους είναι μάλλον ανομοιογενής και αμφισβητούμενη: σε ορισμένες περιπτώσεις δημιουργήθηκαν αντιστάσεις, αντιδράσεις και παρανοήσεις, ενώ σε άλλες ενθαρρύνθηκαν από οργανισμούς, φορείς και κοινωνικές ομάδες στις πόλεις. Οι εντάσεις μεταξύ της λειτουργίας αυτών των διαδικασιών και των τοπικών ομάδων έχουν ως αποτέλεσμα να δημιουργείται ένταση η οποία επηρεάζει τα αποτελέσματα αυτών των παγκόσμιων διαδικασιών σε τοπικό επίπεδο όπως εκφράζεται από την έννοια του *glocalisation*³ (Jessop 2002).

Στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης, η λειτουργική χρήση του πολιτισμού έχει σαν στόχο την ενδυνάμωση της τοπικής ανταγωνιστικότητας μέσα από τη συνέργεια του πολιτισμού και της τοπικής ανάπτυξης. Η παγκοσμιοποίηση είναι και τα δύο: ομοιομορφία και ποικιλότητα, χειραγώγηση και χειραφέτηση, συγκεντρωτισμός και αποκέντρωση, καθολικότητα και μερικότητα, παγκοσμιότητα και τοπικότητα κ.ο.κ. (Δεμερτζής και Λίποβατς 2006). Μέσα από τη διαδικασία αυτή η τοπική ιδιαιτερότητα επιμένει και ενισχύεται με αποτέλεσμα να μπορεί κανείς να ισχυριστεί ότι η παγκοσμιοποίηση, αντίθετα με την κοινή πεποίθηση δεν εκμηδενίζει το τοπικό αλλά το αναδεικνύει. Την κατάσταση αυτή εκφράζει ο νεολογισμός *glocalisation* (διεθνο-τοπικοποίηση), που είναι μια σύνθεση των εννοιών παγκοσμιοποίηση (*globalization*) και τοπικότητα (*localisation*) και χρησιμοποιείται κατά κόρον στη σχετική βιβλιογραφία (Robertson 2002, Waters 1995, Jessop 2002, Gospodini and Beriatos 2003, Λεοντίδου 2004:291).

Αν και θεωρείται ότι η παγκοσμιοποίηση έχει εξελιχθεί κυρίως στον οικονομικό τομέα, στο τομέα του πολιτισμού είναι επίσης πολύ σημαντική. Όπως αναφέρει ο Featherstone (1990), οι ροές πληροφοριών, ιδεών, αξιών και προτιμήσεων που διακινούνται παγκοσμίως δημιουργούν συνθήκες για τον παγκόσμιο πολιτισμό που έχουν σαν αποτέλεσμα, πρώτον, τη σύνδεση κοινωνιών που πριν ήταν απομονωμένες και ομοιογενείς και τη συσχέτιση τους και, δεύτερον, την αντανakλαστική αντίδραση των κοινωνιών αυτών οι οποίες επιβάλλουν εκ νέου τις κυρίαρχες ιδέες τους υπό την απειλή της απορρόφησης στοιχείων άλλων πολιτισμών.

Παρά τη μακρόχρονη ιστορία των παγκόσμιων λειτουργιών υπάρχουν διάφοροι λόγοι για τους οποίους η αναγνώριση της διεθνούς διάστασης της αστικοποίησης γνωρίζει ένα ανανεωμένο ενδιαφέρον. Στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης, οι πόλεις έχουν αποκτήσει νέο ρόλο σε πολλούς τομείς. Η οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ζωή περιστρέφεται γύρω από πόλεις, οι

³ Ο όρος μεταφράζεται ως διεθνο-τοπικοποίηση (βλ. Γοσποδίνη και Μπεριάτος 2006: 16).

οποίες πλέον αποκτούν πιο περίπλοκες και «επιχειρηματικές» συνθήκες διακυβέρνησης και διοίκησης. Η διαδικασία αυτή περιγράφεται με τον όρο *glurbanisation*⁴ από τις έννοιες *global* και *urban* (Storper 1997, Smith 2001, Amin 2004).

Η διαδικασία αυτή περιλαμβάνει παράλληλα την εξασθένιση των εθνικών ταυτοτήτων, την αύξηση της γεωγραφικής κινητικότητας και την μετανάστευση και την πολιτιστική ομοιομορφία (Zukin, 1995). Η άλλη πλευρά της παγκοσμιοποίησης είναι η αναβίωση της τοπικής αυτονομίας. Το φαινόμενο αυτό είναι αναγνωρίσιμο, τόσο στην ενδυνάμωση τοπικών ταυτοτήτων, όσο και στην αύξηση της πολιτικής και διοικητικής αυτονομίας σε τοπικό επίπεδο. Ο δυϊσμός αυτός που χαρακτηρίζει τη διαδικασία αυτή της παγκοσμιοποίησης εκφράζεται ακριβώς από την έννοια «*glocalization*».

Η δημιουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι, παραδόξως, μέρος της διαδικασίας της παγκοσμιοποίησης και παράλληλα αντίδραση προς αυτήν (Corijn & Mommaas 1995). Η ενοποίηση συνοδεύεται από άνιση ανάπτυξη, η οποία εκφράζεται από τις εξής έννοιες: α) μέσα από τη σχέση κέντρου-περιφέρειας, όπου ως κέντρο ορίζονται οι ανεπτυγμένες, βιομηχανικές περιοχές και ως περιφέρεια οι αναπτυσσόμενες αγροτικές, β) από τη μεταφορική έννοια της “μπλε μπανάνας” (δηλαδή της νοητής ενότητας που ξεκινά από το Λονδίνο, περνάει τις χώρες της Benelux και την κοιλάδα του Ρουρ και καταλήγει στο Μιλάνο) και γ) από την αντίθεση Βορρά και Νότου που ουσιαστικά εντοπίζει τη διαφορά βιομηχανικών και αγροτικών περιοχών (Corijn & Mommaas 1995, Λεοντίδου 2004)

Στο πλαίσιο του παγκόσμιου και του ευρωπαϊκού χωριού δημιουργείται έντονος συναγωνισμός μεταξύ τους για την εξασφάλιση μεγαλύτερων ροών αγαθών, κεφαλαίου, εταιριών, κ.λπ. Χαρακτηριστικό είναι ότι έχουν δημιουργηθεί ιεραρχίες με τις οποίες οι πόλεις κατατάσσονται σύμφωνα με μια σειρά από δείκτες. Οι ιεραρχίες αυτές λαμβάνονται σοβαρά υπόψη όσο αφορά τη χωροθέτηση οικονομικών ή άλλων δραστηριοτήτων. Έτσι, το αστικό *management* και η προώθηση μιας πόλης είναι βασικές έννοιες για τις πολιτικές αποφάσεις που λαμβάνονται στο επίπεδο της αστικής πολιτικής (Jensen-Butler κ.ά. 1997). Στις ιεραρχίες αυτές κορυφαίες θέσεις καταλαμβάνονται από τις λεγόμενες «παγκόσμιες πόλεις» (*world cities*) οι οποίες χαρακτηρίζονται από την κυρίαρχη θέση τους στην παγκόσμια αγορά (στη κατηγορία αυτή ανήκουν η Νέα Υόρκη, το Τόκιο, το Λονδίνο, η Σιγκαπούρη, κ.ά.). Λόγω της αυξημένης κινητικότητας των κεφαλαίων και της μειωμένης σημασίας των φυσικών παραγόντων χωροθέτησης οι

⁴ Πρόκειται για νεολογισμό στα πρότυπα του *glocalisation* και τον χρησιμοποιούν συχνά οι γεωγράφοι στα κείμενα τους.

πόλεις τείνουν να διαφοροποιούνται μεταξύ τους μέσω των κοινωνικών πολιτιστικών και συμβολικών χαρακτηριστικών τους.

Ο ρόλος των νέων τεχνολογιών είναι κεντρικός, αφού έχουν επηρεάσει όλες τις διαδικασίες και σχέσεις παραγωγής και κατανάλωσης. «Η νέα οικονομική και κοινωνική οργάνωση που βασίζεται στις πληροφοριακές τεχνολογίες, σκοπεύει στην αποκέντρωση του μάνατζμεντ, στην εργασιακή αυτονομία και στην ενοποίηση των αγορών, και κατ' επέκταση στην τμηματοποίηση της εργασίας και των κοινωνιών. Οι νέες τεχνολογίες επιτρέπουν ταυτόχρονα την αποκέντρωση των εργασιακών θέσεων και τον συντονισμό τους στα πλαίσια ενός αλληλεπιδρόμενου δικτύου σε πραγματικό χρόνο, είτε αυτό γίνεται μεταξύ διαφορετικών ηπείρων, είτε μεταξύ διαφορετικών ορόφων» (Castells 1996). Η διαδικασία αυτή, σε συνδυασμό με τη μεταπήδηση από το φορντικό μοντέλο παραγωγής στο μεταφορντικό σε παγκόσμιο επίπεδο, έχει οδηγήσει σε μια σειρά από ανακατατάξεις των δυνάμεων μεταξύ των διαφόρων χωρικών ενότητων (Sassen 1991, Smith 2001). Ο κοινωνιολόγος Manuel Castells μας παρέχει ένα πολύ αναλυτικό υπόβαθρο προκειμένου να αναλύσουμε το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης μέσα από την έννοια της «δικτυωμένης κοινωνίας». Ο συνδυασμός της κοινωνίας της πληροφορίας και της διεθνούς αγοράς έχει οδηγήσει σε μια νέα λογική όσον αφορά τον οικονομικό χώρο, ο οποίος ορίζεται ως «χώρος ροών». Ο «χώρος ροών» αντιπαρατίθεται στο «χώρο χώρων», δηλ. τις τοπικότητες που σχηματοποιούν την καθημερινότητα των ατόμων (Lash and Urry 1995). Η «δικτυωμένη κοινωνία» όπως την ορίζει ο Castells αφορά πρώτον την αυξημένη χρήση πληροφοριακών και επικοινωνιακών τεχνολογιών σε παγκόσμιο επίπεδο, και δεύτερον την διαφοροποίηση της φύσης κάθε εργασίας στο πλαίσιο αυτό. Υπάρχει βέβαια πάντα και η απαισιόδοξη θεώρηση που αναφέρεται στις επιπτώσεις της παγκόσμιας κοινωνίας της πληροφορίας στην πόλη, με την κατάργηση κτιρίων και δραστηριοτήτων λόγω της τεχνολογικής ανάπτυξης και οδηγούμαστε στη δημιουργία της «μετάπολης», της ενός ανεξέλεγκτου αστικού χώρου.

2. Πολιτισμός, Πολιτιστικές Βιομηχανίες και Πολιτιστική Πολιτική

A. Πολιτισμός, Κατανάλωση και Πολιτιστικές Βιομηχανίες

Η εννοιολογική παρουσίαση του πολιτισμού είναι ιδιαίτερα δύσκολη και περίπλοκη λόγω των πολλαπλών ερμηνειών τις οποίες καλύπτει. Αν και πρόκειται για μια έννοια που χρησιμοποιείται ευρύτατα σε καθημερινή βάση, δεν έχει ξεκάθαρο περιεχόμενο. Γενικότερα, χρησιμοποιώντας την έννοια «πολιτισμός»

εννοούμε το σύνολο των υλικών και πνευματικών αξιών που δημιουργήθηκαν από την ανθρώπινη φύση και τη διαχρονία (Χριστόγιαννης 2004). Η συχνή ταύτιση της έννοιας του πολιτισμού με την τέχνη είναι επίσης δύσκολη στην ανάλυσή της, αφού και η ίδια η έννοια της τέχνης δεν μπορεί να οριοθετηθεί με σαφήνεια με δεδομένο ότι ο πρωταρχικός της εννοιολογικός προσδιορισμός αφορούσε την δεξιότητα. Η αγγλική λέξη *culture* υπόκειται επίσης σε εννοιολογικούς περιορισμούς και έχει χαρακτηριστεί ως «μία από τις δύο-τρεις πιο περίπλοκες έννοιες της αγγλικής γλώσσας» (Hall and Neitz 1993:4-6). Η οριοθέτηση της έννοιας πραγματοποιείται συχνά μέσα από αντιθετικές έννοιες, π.χ. υλικός – άυλος πολιτισμός, «υψηλός»-λαϊκός πολιτισμός, πολιτικός επιχειρηματικός πολιτισμός (Hesmondhalgh 2002).

Προκειμένου να γίνει κατανοητή η σημασία του πολιτισμού για μια πόλη, είναι σημαντικό να αναλυθούν οι αλλαγές που έχουν επέλθει τόσο στον ορισμό του πολιτιστικού αγαθού, όσο και στα πρότυπα κατανάλωσης που το χαρακτηρίζουν. Σήμερα, ως πολιτιστικά αγαθά μπορούν να καταταχθούν πολύ περισσότερα αγαθά και δραστηριότητες πέρα από τις κλασικές οριοθετήσεις των καλών τεχνών, των γραμμάτων και της αρχιτεκτονικής: τα μέσα μαζικής επικοινωνίας, η μόδα, οι δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου, ο αθλητισμός,⁵ κλπ. Παρατηρούμε δηλαδή μια διεύρυνση του ορισμού στην οποία μπορεί κανείς να κατατάξει πολλά. Έναν χρήσιμο διαχωρισμό των πολιτιστικών αγαθών δίνει ο Scott, κατατάσσοντάς τα σε τρεις κατηγορίες: α) κατασκευασμένα πολιτιστικά αγαθά (ρούχα, κοσμήματα, έπιπλα, κ.λπ.), β) υπηρεσίες (θέατρο, συναυλίες, τουρισμός, διαφήμιση, κ.λπ.), γ) υβριδικά αγαθά (ταινίες, βιβλία, μαγνητοφωνήσεις, κ.λπ.) (Scott, 1997). Ο ορισμός αυτός δείχνει την ευρύτητα του πολιτιστικού τομέα, αλλά και τη δυσκολία να κατηγοριοποιηθεί μια δραστηριότητα ή ένα αγαθό ως πολιτιστικό. Το πρόβλημα αυτό είναι εμφανές και στην ελληνική και διεθνή νομοθεσία (Βουδούρη 1991, Βερνίκος κ.ά. 2005, Κόνσολα 1995,2006).

Αναμφισβήτητα ο πολιτιστικός τομέας αναπτύσσεται ραγδαία, αφού οι αριθμοί που αφορούν τόσο το κεφάλαιο όσο και την απασχόληση σημειώνουν συνεχή αύξηση (Scott, 1997, Evans 2001, ESPON 2006). Η συμβολική αξία του πολιτισμού χρησιμοποιείται ως εργαλείο προώθησης, ενώ τα πολιτιστικά αγαθά χαρακτηρίζονται ολοένα και περισσότερο από την αγοραστική τους αξία, και όχι τόσο από την καλλιτεχνική. Δύσκολος είναι, ακόμη, ο διαχωρισμός των δημόσιων

⁵ Τα τελευταία χρόνια υποστηρίζεται σθεναρά η άποψη ότι ο αθλητισμός και ο τουρισμός είναι πολιτιστικά αγαθά. Ο κύριος αντίλογος είναι ότι και οι δύο αυτοί τομείς είναι αυτόνομοι και αυτόρκεις και έτσι προτείνεται η ξεχωριστή θεώρησή τους. Στην πράξη παρουσιάζονται προβλήματα όταν οι τομείς αυτοί επικαλύπτονται ή λειτουργούν συμπληρωματικά (Pratt 2004:7). Για παράδειγμα η θεατρική σκηνή του Λονδίνου βασίζεται και τροφοδοτεί με τη σειρά της τον τουριστικό τομέα. Αντίστοιχα, οι μεγάλες ευρωπαϊκές ποδοσφαιρικές ομάδες -όπως η Barcelona ή η Chelsea και Manchester United - πλέον δεν είναι απλοί αθλητικοί σύλλογοι αλλά αποτελούν και ισχυρές εταιρίες στο χώρο των οπτικοακουστικών μέσων (ιδιωτικά κανάλια, κινηματογραφικές παραγωγές, κ.λπ)

πολιτιστικών αγαθών από τα ιδιωτικά, ενώ οι συνεργασίες μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα (PPP-Private-public partnership) στο συγκεκριμένο τομέα αποτελούν πλέον κοινή πρακτική (Pratt 2006).

Σημαντικές διαφοροποιήσεις υπάρχουν επίσης στα πρότυπα πολιτιστικής κατανάλωσης. Στο βιβλίο του " *Η Διάκριση, Κοινωνική Κριτική της Καλαισθητικής Κρίσης*", ο Bourdieu περιγράφει πώς ορισμένοι φορείς ή πρόσωπα -τους οποίους ονομάζει «πολιτιστικούς μεσάζοντες»- χρησιμοποιούν τις γνώσεις τους στο πολιτιστικό γίγνεσθαι προκειμένου να επιβάλουν το προσωπικό τους γούστο. Έτσι η πολιτιστική κατανάλωση συνδέεται άμεσα με την κοινωνική θέση (Bourdieu, 1984, 2003). Σήμερα, οι θέσεις που διατυπώνει αμφισβητούνται αφού κανείς παρατηρεί άτομα διαφορετικών κοινωνικών στρωμάτων να διασκεδάζουν με πανομοιότυπο τρόπο, ενώ δύσκολα συνδέεται ένα συγκεκριμένο είδος διασκέδασης με μια κοινωνική ομάδα. Αντίθετα, χαρακτηριστικό είναι να ανακατεύονται διαφορετικά πρότυπα πολιτιστικής έκφρασης κατά τρόπο τέτοιο που μπορεί να ισχυριστεί κανείς ότι πρόκειται για φαινόμενο πολιτιστικής παμφαγίας (omnivorece) και πλουραλισμού (Featherstone 1991, O'Connor & Wynne 1996).

Πολύ σημαντικές είναι, τέλος, οι αλλαγές που αφορούν τις πολιτιστικές επιχειρήσεις, οι οποίες παρουσιάζονται στο επόμενο κεφάλαιο. Οι παραδοσιακές πολιτιστικές επιχειρήσεις αφορούν κυρίως τη μουσική, τον κινηματογράφο, την τηλεόραση, τις εικαστικές τέχνες και τις εκδόσεις, ενώ οι σύγχρονες ασχολούνται επιπλέον με τα πολυμέσα, το σχεδιασμό και τη ψηφιακή απεικόνιση (Verwijnen, 1999). Πέρα από τις μεγάλες πολιτιστικές βιομηχανίες, έχει επικρατήσει η δημιουργία μικρομεσαίων εταιριών στο χώρο, με βασικό χαρακτηριστικό το μικρό αρχικό κεφάλαιο και το περιορισμένο ανθρώπινο δυναμικό (Du Gay 1995, O'Connor 1999, Scott 1997)

Συνοπτικά, οι κυριότερες δυναμικές που έχουν προκαλέσει αυτές τις νέες συνθήκες στην πολιτιστική αγορά είναι οι εξής (Evans 2001):

- ο Η αυξανόμενη προσπελασιμότητα σε μια σειρά πολιτιστικών αγαθών, που μέχρι πρότινος αφορούσαν συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες (χαρακτηριστική είναι η διάδοση μέσα από τα ΜΜΕ της κλασικής μουσικής ή του ντιζάιν).
- ο Η εξάπλωση και ελαστικότητα των αγορών καταναλωτικών αγαθών, μέσα από τις νέες τεχνολογίες και τη διαφήμιση (π.χ., η Benneton και η προώθηση των προϊόντων της).
- ο Η εμπορευματοποίηση του πολιτισμού οδηγεί στη κατάρριψη των υφιστάμενων οριοθετήσεων και κάνει την ανταλλαγή τους πιο εύκολη.



- ο Οι αλλαγές στη κοινωνική διαστρωμάτωση και η εμφάνιση νέων κοινωνικών ομάδων («νέα μεσαία τάξη», γιάπιας, κ.λπ) δημιουργεί αλληπάλληλες μεταβολές και στις πολιτιστικές προτιμήσεις.
- ο Η εξάπλωση μορφών εξειδικευμένου πολιτισμού που προέρχονται κυρίως από τις Ηνωμένες Πολιτείες και διαφέρουν από τις Ευρωπαϊκές (disneyfication, mcdonaldization) και η συνακόλουθη συζήτηση για το θέμα της αυθεντικότητας.

Στο πλαίσιο των σημερινών κοινωνικών και ψυχολογικών επιταγών που ασκούν τα πρότυπα κατανάλωσης και τρόπου ζωής, ο ατομικισμός και η ανάγκη για προσωπική ικανοποίηση αναγκών και η αναζήτηση για ταυτότητα, έχει διαμορφώσει ένα νέο τοπίο κατανάλωσης. Η νεολαία έχει πλέον την οικονομική δυνατότητα να συμμετέχει στον καταναλωτικό πολιτισμό και χρησιμοποιεί τη μόδα για τη δημιουργία της δικής της ξεχωριστής δημόσιας ταυτότητας. Διαθέτουμε ένα δεδομένο τοπίο διαφορετικών τρόπων ζωής που κινούνται παράλληλα και μας δίνουν την δυνατότητα να τους αναμείξουμε. Επομένως ο εκλεκτισμός είναι το φυσικό επακόλουθο ενός πολιτισμού που δίνει τόσες επιλογές (Λυστάρ 1988, Γκίντενς 2002).

Δύο είναι οι σημαντικότερες από τις πολλές εξελίξεις στον τομέα της κατανάλωσης. Η πρώτη είναι η εξάπλωση της μόδας στις μαζικές (σε αντιπαράθεση με τις ελιτιστικές) αγορές, η οποία κατάφερε να αυξήσει την κατανάλωση, όχι μόνο στο ρουχισμό και τη διακόσμηση αλλά σε ένα εύρος δραστηριοτήτων και υπηρεσιών (αναψυχή, αθλητισμός, μουσική, παιχνίδια, ταινίες, κ.λπ.). Η δεύτερη αφορά την στροφή από την κατανάλωση αγαθών στη κατανάλωση υπηρεσιών, όχι μόνο προσωπικών (ασφάλιση, υγεία, εκπαίδευση, επιχειρήσεις, κ.ά.) αλλά και θεαμάτων, παραστάσεων, αναψυχής, κ.λπ. Ο κύκλος ζωής υπηρεσιών όπως είναι μια επίσκεψη σε ένα μουσείο ή η παρακολούθηση μιας ροκ συναυλίας είναι πολύ μικρότερος από αυτόν ενός πλυντηρίου ή ενός αυτοκινήτου (Harvey 1989: 289).

Β. Πολιτιστικές Βιομηχανίες και Επιχειρήσεις

Η πολιτιστική επιχειρηματικότητα είναι μία από τις κυρίαρχες έννοιες στη βιβλιογραφία της πολιτιστικής πολιτικής και των πολιτιστικών περιοχών. Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις αναφέρονται συχνότερα στη βιβλιογραφία ως «πολιτιστικές βιομηχανίες» ή και «δημιουργικές βιομηχανίες». Συχνά δημιουργείται σύγχυση σχετικά με τον όρο επιχειρηματικότητα που συνδέεται άμεσα με το κέρδος: μια πολιτιστική επιχείρηση μπορεί κάλλιστα να μην είναι κερδοσκοπική ή να μην έχει σαν κύριο σκοπό την κερδοφορία.

Ο όρος «πολιτιστικές βιομηχανίες» αναφέρεται ως ένα από τα μέσα διάδοσης των πολιτιστικών αγαθών, του τρόπου δηλαδή που διαδίδονται τα έργα της πολιτιστικής δημιουργίας τόσο του παρελθόντος όσο και της σύγχρονης εποχής (Κόνσολα 2006:71-73). Ο όρος χρησιμοποιείται πρώτη φορά το 1947 από τους κοινωνιολόγους Theodor Adorno και Mark Horkheimer στη «Διαλεκτική του Διαφωτισμού» και καθιερώνεται μέσα από τη χρήση του στο έργο «Πολιτιστική Βιομηχανία» (Αντόρνο 2000). Η έννοια που απέδωσαν στον όρο δεν έχει μεγάλη σχέση με τη σημερινή αφού αναφέρονταν υποτιμητικά στην διάβρωση των τεχνών από τη μαζική κουλτούρα. Η ανάπτυξη των πολιτιστικών βιομηχανιών συνδέθηκε σε μεγάλο βαθμό με την ανάπτυξη της «μαζικής κουλτούρας» ή μαζικού πολιτισμού, μια σύνδεση που απασχόλησε πολλούς διανοητές του 20^{ου} αιώνα όπως ο Αντόρνο και Χορκχάιμερ. Ο όρος «πολιτιστική βιομηχανία» χρησιμοποιείται στο έργο τους κυρίως με κριτική διάθεση (Hesmondalgh and Pratt, 2005:5). Αντιπαραθέτουν τη μαζική κουλτούρα και τις πολιτιστικές βιομηχανίες με το λαϊκό πολιτισμό συνδέοντάς την κυρίως με τα μεγάλα αστικά κέντρα του 19^{ου} και 20 αιώνα – παρά το γεγονός ότι δύσκολα μπορεί να μιλήσει κανείς για βιομηχανοποιημένη παραγωγή στον πολιτισμό (Evans 2001: 136-137).

Σήμερα ο όρος έχει διευρυνθεί και περιλαμβάνει εκτός από τις «κλασικές πολιτιστικές βιομηχανίες» και τις παραστατικές τέχνες, τις εικαστικές τέχνες, τη λογοτεχνία, την αρχιτεκτονική, τη χειροτεχνία, καθώς και τα μουσεία, τις αίθουσες τέχνης, κ.ά. και γενικά όλες τις δραστηριότητες που σχετίζονται με την παραγωγή και διακίνηση αγαθών με δημιουργική ή καλλιτεχνική αξία και τα οποία έχουν οικονομική αξία (Towse 2001, Hesmondagh 2003).

«Με την ευρύτερη έννοια, ο ορισμός των πολιτιστικών βιομηχανιών ξεκινά από τα *προϊόντα* τους, δηλαδή τις παραστάσεις, τις καλές τέχνες και τη λογοτεχνία, την *αναπαραγωγή* τους, δηλαδή τα βιβλία, τα περιοδικά, τις εφημερίδες, τον κινηματογράφο, το ραδιόφωνο, την τηλεόραση, τις ηχογραφήσεις, και τις *δραστηριότητες* που συνδυάζουν διαφορετικές μορφές τέχνης, όπως είναι η διαφήμιση. Ακόμη περιλαμβάνονται οι διαδικασίες παραγωγής, διανομής και πώλησης τυπογραφίας και μαζικής ενημέρωσης, καθώς και τα μουσεία, οι βιβλιοθήκες, τα θέατρα, τα νυχτερινά κέντρα και οι γκαλερί» (Pratt 1997: 7-8).

Η καταγραφή της προσφοράς των πολιτιστικών αγαθών και των παρεχόμενων πολιτιστικών υπηρεσιών και εξυπηρετήσεων είναι δυνατόν να διενεργηθεί είτε με βάση τους τρόπους που παράγονται, είτε με βάση τους τρόπους που καταναλώνονται. Επειδή όμως η πολιτιστική κατανάλωση αποτελεί ένα ιδιαίτερο και ξεχωριστό θέμα, ταξινομούμε την πολιτιστική παραγωγή με βάση τις

διαφορετικά παραγόμενες μορφές τέχνης και των διαφορετικών πολιτιστικών και καλλιτεχνικών εκφράσεων. Έτσι, στην πολιτιστική παραγωγή είναι δυνατόν να συμπεριλαμβάνονται αγαθά και υπηρεσίες που παράγονται από (Evans 2001, Ιωαννίδης 2004, Κόνσολα 2006):

- τις “προηλεκτρονικές” εικαστικές και σκηνικές τέχνες (θέατρο, μουσική, ζωγραφική, γλυπτική) και τις καλλιτεχνικές μορφές έκφρασης και δημιουργίας που είναι συνυφασμένες με εκπαιδευτικές δομές και λειτουργίες,
- τις καλλιτεχνικές εκφράσεις της προφορικής παράδοσης και της λαϊκής δημιουργίας, που διαδίδονται προφορικά και αποτελούν συλλογικό αποτέλεσμα,
- τις σύγχρονες πολιτιστικές βιομηχανίες (κινηματογράφος, βίντεο, ραδιοφωνία, τηλεόραση, διαφήμιση, ηλεκτρονική μουσική, φωτογραφία, εκδόσεις, ντιζάιν και μόδα) όπως και τους τομείς του τουρισμού, της πολιτιστικής κληρονομιάς και της αναψυχής,
- τον πολιτισμό των νέων μέσων, των ψηφιακών μορφών τέχνης και των καλλιτεχνικών παραγωγών new media (net art, virtual μουσεία, art co-ops στο internet, computer animation, video art, interactive performances, multimedia πολιτιστικές εφαρμογές, web design, κ.λπ).

Η καταγραφή του μεγέθους της προσφοράς πολιτιστικών αγαθών, πολιτιστικών υπηρεσιών και εξυπηρετήσεων σε συσχέτιση με τις διαφορετικές στρατηγικές πολιτιστικής παραγωγής που αναπτύσσονται και ειδικότερα σε σχέση με τους φορείς και τις οργανώσεις που δρουν στο τοπικό επίπεδο, αποτελεί το αναγκαίο πλαίσιο για την καταγραφή των επόμενων παραμέτρων και συνιστωσών της πολιτιστικής παραγωγής. Όσον αφορά τα στάδια πολιτιστικής παραγωγής, αυτά είναι η αρχική σύλληψη, η παραγωγή, η διακίνηση και η πώληση (Marlet και Poort 2005).

Ο διαχωρισμός μεταξύ της παραδοσιακής «υψηλής» τέχνης και της διαδεδομένης λαϊκής κουλτούρας είναι βαθιά ριζωμένη στο δυτικό πολιτισμό. Στο πλαίσιο αυτό η εύθραυστη υψηλή τέχνη μπορεί να ανθήσει μόνο υπό την επίβλεψη του κράτους, ενώ η εμπορική πολιτιστική βιομηχανία κατευθύνεται από τις δυνάμεις της αγοράς και τη λαϊκή ζήτηση (Evans 2001). Στην πράξη, ωστόσο, ο διαχωρισμός δεν φαίνεται να λειτουργεί ούτε για το κοινό ούτε για τους παραγωγούς. Το κοινό προτιμά να ακούει και την Βίτση και τον Mahler, αποφασίζει μεταξύ της αγοράς ενός πίνακα ή ενός κουστουμιού γνωστού σχεδιαστή ή παρακολουθεί την ταινία «300» την Πέμπτη και την Ζιζέλ την Παρασκευή.

Το γεγονός ότι και οι δύο αυτοί τομείς περισσότερο συγκλίνουν παρά αποκλίνουν γίνεται αντιληπτό από τους πολιτικούς και τους υπεύθυνους σε θέματα

πολιτισμού, ενώ ενισχύονται οι συνεργασίες με τον ιδιωτικό τομέα και τους μη κερδοσκοπικούς φορείς.

Μια διαφορετική προσέγγιση για τον ορισμό του πολιτισμού και των πολιτιστικών βιομηχανιών κάνει τους εξής διαχωρισμούς (βλ. πίνακα 1.3). Διαχωρίζει καταρχήν τα κινητά και πολιτιστικά ακίνητα αγαθά, κατόπιν σε τελική και ενδιάμεση κατανάλωση και τέλος καθορίζει τα αγαθά (Grefe 2005).

Πολιτισμός	Κινητά Αγαθά	Τελική Κατανάλωση	Προσωρινή	Μνημεία Μουσεία Παραστατικές Τέχνες
			Μόνιμη	Εκθέσεις Μπιενάλε Φεστιβάλ
		Ενδιάμεση Κατανάλωση		Αρχιτεκτονική
	Ακίνητα Αγαθά	Τελική Κατανάλωση		Πολιτιστικές Βιομηχανίες Μόδα Σχεδιασμός Επίπλων Γραφικές Τέχνες
				Κινηματογράφος/Βίντεο Βιομηχανικός Σχεδιασμός
		Ενδιάμεση Κατανάλωση		

Πίνακας 1.3

Στη δεκαετία του 1990, στη σχετική βιβλιογραφία, αλλά και σε πολιτικά κείμενα, ο όρος πολιτιστικές βιομηχανίες αντικαθίσταται συχνά με τον όρο «δημιουργικές βιομηχανίες». Δεν υπάρχει μία συγκεκριμένη εξήγηση για τις διαφορές των δύο όρων: μία άποψη είναι ότι πρόκειται για μια αποκλειστικά βρετανική υπόθεση, αφού η Εργατική κυβέρνηση του Μπλερ ήθελε να κρατήσει αποστάσεις από την ορολογία πιο «αριστερών» κειμένων και διακηρύξεων της δεκαετίας του 1980. Άλλοι υποστηρίζουν ότι η αλλαγή του όρου εκφράζει μια νέα πραγματικότητα για τις πολιτιστικές βιομηχανίες που κατέχουν μεγάλο πλούτο, αλλά και νέες μορφές πολιτιστικής έκφρασης (Hesmondhalgh and Pratt, 2005:7). Οι πολιτιστικές βιομηχανίες παρουσιάζουν ιδιαίτερα υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης (στην Ευρωπαϊκή Ένωση ο ρυθμός ανάπτυξης υπολογίζεται στο 5-20%), δημιουργούν νέες, βιώσιμες θέσεις εργασίας υψηλής ποιότητας⁶.

⁶ Αρκεί να αναλογιστεί κανείς ότι οι μεγαλύτερες εταιρίες παγκοσμίως το 1950 ήταν βιομηχανίες και εταιρίες εμπορίου πρώτων υλών όπως η Φορντ, η Στάνταρντ Όιλ και η Τζένεραλ Ελέκτρικ. Το 2004 οι

Παρά την τάση για συγκέντρωση την οποία παρουσιάζουν οι επιχειρήσεις που παράγουν πολιτιστικά αγαθά, τα προϊόντα τους παρουσιάζουν μεγάλη κινητικότητα που συχνά επεκτείνεται και εκτός συνόρων. Ειδικά τα πολιτιστικά προϊόντα που επιδέχονται ψηφιοποίηση κινούνται με μεγάλη ευκολία στην παγκόσμια αγορά. (Pratt, 2005). Από την άλλη πλευρά, παραδόξως, η παγκοσμιοποίηση δεν οδηγεί κατά κανόνα στην αποκέντρωση της παραγωγής, αντίθετα δείχνει να ενισχύει τη συγκέντρωση. Στις περισσότερες περιπτώσεις η συγκέντρωση μειώνει σημαντικά το κόστος παραγωγής και η ύπαρξη εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού σε μια περιοχή (π.χ. σε μια πόλη) αποτελεί σημαντικό παράγοντα. Το φαινόμενο αυτό έχει οδηγήσει ορισμένους συγγραφείς να εκφράσουν την άποψη σε ορισμένες περιπτώσεις και υπό συγκεκριμένες κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες ότι οι διαδικασίες της παγκοσμιοποίησης και της συγκέντρωσης είναι συχνά αλληλένδετες (Storper 1997, Scott 2004:472). Σε πολλές άλλες περιπτώσεις, οι νέες τεχνολογίες και η παγκοσμιοποίηση οδηγούν στην ανάπτυξη νέων μορφών πολιτιστικής εργασίας και διακίνησης πολιτιστικών αγαθών. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση διακίνησης μουσικού ή εικαστικού υλικού στο διαδίκτυο, τα ψηφιακά μουσεία και οι on-line συναυλίες.

Τέλος υπάρχουν ορισμένες περιπτώσεις που δημιουργούνται συγκεντρώσεις με δορυφορικό ρόλο. Ο Scott αναφέρει την περίπτωση της βιομηχανίας κινηματογράφου του Χόλιγουντ, το οποίο τα τελευταία χρόνια έχει αναπτύξει δορυφορικές συγκεντρώσεις σε διάφορα μέρη του κόσμου (Τορόντο, Σύνδνεϋ, κ.ά.) που αναλαμβάνουν εργολαβικά τμήματα της παραγωγής των κινηματογραφικών ταινιών (Scott 2005).

Γενικά, οι πολιτιστικές βιομηχανίες ή επιχειρήσεις έχουν αρκετές ιδιαιτερότητες όσον αφορά τα οικονομικά τους χαρακτηριστικά, οι οποίες δεν συμβαδίζουν με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις. Η αντίληψη ότι η επιχειρηματικότητα στις τέχνες και στον πολιτισμό δεν είναι «σοβαρή», αλλά αποτελεί δραστηριότητα δημιουργικής έκφρασης, συνεχίζει να υπάρχει (Greffé 2005). Πέρα από τα προβλήματα που προκύπτουν στον ορισμό της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας, η βιβλιογραφία στα οικονομικά του πολιτισμού αναφέρεται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των πολιτιστικών προϊόντων. Η «συμβολική αξία» των προϊόντων αυτών (ταινίες, μουσικά έργα, κ.ά.) είναι σημαντικότερη από τη χρηστική και βασίζεται στις ιδιαίτερες προτιμήσεις του κοινού και δεν μεταφράζεται απαραίτητα σε οικονομική αξία (Heilbrun and Gray 2001, Frey 2000).

μεγαλύτερες εταιρίες παγκοσμίως ήταν εκδοτικές εταιρίες, εταιρίες σχεδιασμού λογισμικού, εταιρίες οπτικοακουστικής παραγωγής, όπως η Microsoft, η AOL Time Warner, η News Corporation, η Disney, η Bertelsmann, κ.ά.

Μια σημαντική διαφοροποίηση όσον αφορά τα πολιτιστικά αγαθά είναι αυτή μεταξύ ιδιωτικών και δημόσιων πολιτιστικών αγαθών. Κύρια χαρακτηριστικά του δημόσιου αγαθού είναι ότι παρουσιάζει αδιαιρετότητα και δεν μπορεί να αποκλειστεί κανείς από την κατανάλωσή τους. Αυτό ισχύει και για τα δημόσια πολιτιστικά αγαθά, όπως είναι μια παράσταση δρόμου ή ένα γλύπτο. Η ενεργός ζήτηση για τον πολιτισμό είναι συχνά μικρότερη από την πραγματική ζήτηση ή κατανάλωση πολιτιστικών αγαθών λόγω ακριβώς της φύσης του πολιτιστικού προϊόντος (Britto and Barros 2006:84-86).

Γ. Οικονομικά του Πολιτισμού

Η οικονομική αποτίμηση των πολιτιστικών αγαθών γενικά έχει γίνει αντικείμενο διαφωνιών, ειδικά τα τελευταία χρόνια που επικρατεί η νεοφιλελεύθερη οικονομική ιδεολογία. Όπως λέει ο Scott χαρακτηριστικά «γίνεται ολοένα και πιο δύσκολο να καθοριστεί που ξεκινάει η πολιτιστική οικονομία και που σταματάει η υπόλοιπη καπιταλιστική οικονομία, αφού τα πολιτιστικά αγαθά αποκτούν αυξανόμενη εμπορική αξία εφόσον η τάση του καπιταλιστικού συστήματος είναι να προσδίδει αξία σε ένα μεγάλο αριθμό αγαθών με αισθητική αξία» (Scott 2000:10). Η βασική παραδοχή της μεγιστοποίησης του κέρδους ως κύριο κίνητρο της ενασχόλησης με τον πολιτιστικό τομέα αμφισβητείται πρακτικά τόσο από τους ίδιους τους οικονομολόγους όσο και από επιστήμονες άλλων κοινωνικών κλάδων. Έννοιες όπως η δημιουργικότητα, το status, η καλλιτεχνική έμπνευση, κ.λπ., δύσκολα εξηγούνται με την ορολογία της νεοκλασικής οικονομικής σχολής (Frey 2002:364, Klamer 2006:4-6).

Η σύγχρονη οικονομία του πολιτισμού χαρακτηρίζεται από τομείς που παράγουν αγαθά, τα οποία κατά κανόνα εμπεριέχουν μεγαλύτερη συμβολική από ότι χρηστική αξία (Scott 2004:462). Ο Bourdieu, ανάγει τη σχετική συζήτηση σε επίπεδο κοινωνιολογικής ανάλυσης και αναφέρει ότι οι τομείς αυτοί έχουν κοινωνικές επεκτάσεις συμβολικού χαρακτήρα (Bourdieu 1984, 2002). Σύμφωνα με τον Scott, «οι βιομηχανίες που παράγουν πολιτιστικά αγαθά και υπηρεσίες συνιστούν έναν τομέα της οικονομίας που προσφέρει: α) εισροές υπηρεσιών που εστιάζουν στη ψυχαγωγία, την εκπαίδευση και την πληροφόρηση (π.χ. μουσεία, εκδόσεις, οπτικοακουστικά έργα) και β) προϊόντα (π.χ. κοσμήματα ή ρούχα σχεδιαστών) μέσω των οποίων οι καταναλωτές δημιουργούν διακριτές ατομικές ταυτότητες, αυτοπροσδιορίζονται και προσλαμβάνουν κοινωνική θέση» (Scott 1999). Η οικονομία του πολιτισμού συνιστάται επομένως από ένα ανομοιογενές σύνολο βιομηχανιών, το οποίο παρουσιάζει ορισμένα βασικά κοινά σημεία. Πρώτον, παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες με αισθητική και εννοιολογική αξία.

Δεύτερον, η κατανάλωση των προϊόντων που παράγουν οι βιομηχανίες αυτές αυξάνεται σε πολλαπλάσιο βαθμό όσο αυξάνεται το διαθέσιμο εισόδημα. Τρίτον, υπόκεινται σε ανταγωνιστικές πιέσεις που υποχρεώνει τις μεμονωμένες επιχειρήσεις να συσπειρώνονται σε περιοχές ή clusters και παράλληλα έχουν να αντιμετωπίσουν την παγκοσμιοποιημένη αγορά.

Η διερεύνηση των παραπάνω ζητημάτων αποτελεί το αντικείμενο του κλάδου των Οικονομικών του Πολιτισμού ή των Πολιτιστικών Οικονομικών (αγγ. Economics of Art ή Cultural Economics), ο οποίος τείνει να αποτελέσει ξεχωριστό υποκλάδο της οικονομικής επιστήμης, απασχολώντας ολοένα και συχνότερα την επιστημονική κοινότητα τα τελευταία χρόνια⁷. Ένας απλοϊκός ορισμός του κλάδου είναι ότι «πρόκειται για την εφαρμογή της οικονομικής μεθοδολογίας στον τομέα του πολιτισμού». Η σχέση πολιτισμού και οικονομίας, καθώς και ο τρόπος κρατικής παρέμβασης στα οικονομικά του πολιτισμού είναι ένα ζήτημα το οποίο εμπεριέχει διαφορετικές πτυχές. Ένας διαχωρισμός μπορεί να γίνει σχετικά με την οικονομική διάσταση της πολιτιστικής δραστηριότητας είναι σε μικροοικονομικό επίπεδο και σε μακροοικονομικό επίπεδο (Κόνσολα 2006:23-25).

Η καλλιτεχνική και πολιτιστική δημιουργία θεωρείται ότι έχει σε μεγάλο βαθμό το χαρακτήρα δημόσιου αγαθού, ενώ η κατανάλωση του σε αρκετές περιπτώσεις (π.χ., στη δημόσια τέχνη) είναι δωρεάν (ΚΕΠΕ 2000:34). Πολλοί οικονομολόγοι θεωρούν τον πολιτισμό καταναλωτικό προϊόν πολυτελείας, το οποίο αγοράζεται είτε από ιδιώτες είτε από κράτη και άλλες ομάδες από το πλεόνασμα της οικονομικής του ανάπτυξης. Επίσης, ο πολιτισμός δεν έχει μόνο οικονομική αξία αλλά και εκπαιδευτική, κοινωνική και συμβολική, ιδιαίτερα όταν η κατανάλωση του συνδέεται με θέματα κοινωνικής θέσης (status). Από την άλλη πλευρά η παραγωγή πολιτιστικών αγαθών αποτελεί στην πλειοψηφία των περιπτώσεων επιχειρηματική δράση και συνδέεται με το κέρδος. Με δεδομένο ότι ο πολιτισμός αποτελείται από ένα σύνολο δραστηριοτήτων που παράγεται χρησιμοποιώντας πόρους που είναι σπάνιοι ενδιαφέρει ιδιαίτερα την οικονομική επιστήμη (Frey 2000).

⁷ Η μελέτη-σταθμός για τα οικονομικά του πολιτισμού θεωρείται το άρθρο των William Baumol και William Bowen με τίτλο «Performing Arts: the Anatomy of their Economic Problems», το οποίο δημοσιεύτηκε το 1965 και προκάλεσε ιδιαίτερο ενδιαφέρον στους κύκλους των οικονομολόγων (ένα χρόνο αργότερα οι συγγραφείς κυκλοφόρησαν και αντίστοιχο βιβλίο). Αν και ακολούθησαν και άλλες έρευνες, μέχρι και τη δεκαετία του 1980 η οικονομική διάσταση του πολιτισμού δεν θεωρούνταν σημαντική και οι περισσότεροι οικονομολόγοι έτειναν να θεωρούν την οικονομία και τον πολιτισμό ως δύο ασύμβατες έννοιες, επειδή θεωρούσαν ότι ο πολιτισμός δεν έχει χρηστική αλλά μόνο συμβολική και ανθρωπιστική αξία (Grefe 2005:15, Κόνσολα 2006).

Δ. Η έννοια του πολιτιστικού επιχειρηματία

Σήμερα, η οικονομική και επιχειρηματική διάσταση του πολιτισμού αποτελεί δημοφιλές αντικείμενο επιστημονικής διερεύνησης. Η έννοια του πολιτιστικού επιχειρηματία πρωτοεμφανίζεται στη βιβλιογραφία το 1982 από τον Dimaggio ο οποίος διαπραγματεύεται σε ένα άρθρο την εμφάνιση και τον ιστορικό ρόλο της τέχνης στην πόλη της Βοστώνης από τον 19^ο αιώνα. Εκεί εισάγει την έννοια του πολιτιστικού επιχειρηματία ή «πολιτιστικού καπιταλιστή», συνδυάζοντας την ανάλυση του με τα κοινωνικά χαρακτηριστικά και το status (Klamer 2006:4-5).

Ως πολιτιστική επιχειρηματικότητα ορίζεται η διαδικασία προώθησης του πολιτιστικού προϊόντος (ταινία, παράσταση, cd, κ.λπ.) από τον πολιτιστικό παραγωγό στον καταναλωτή. Η πολιτιστική επιχειρηματικότητα δεν αφορά μόνο μεγάλες εταιρίες οπτικοακουστικών προϊόντων, αλλά και ένα μεγάλο αριθμό επαγγελματιών με ατομικές ή πολύ μικρές επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, οι ηθοποιοί, οι σκηνοθέτες, οι χορευτές, οι αίθουσες τέχνης, οι συγγραφείς, κ.ά., δουλεύουν στη συντριπτική τους πλειοψηφία ως ελεύθεροι επαγγελματίες με αυτασφάλιση. Πολλές φορές δεν επιθυμούν να λειτουργήσουν ως επιχειρηματίες αλλά αναγκάζονται προκειμένου να μπορέσουν να συνεχίσουν τη δημιουργική πορεία τους. Ως σημαντικά στοιχεία που διαφοροποιούν την πολιτιστική επιχειρηματικότητα από άλλους τομείς παρουσιάζονται τα εξής (Raffo κ.ά. 2000, Jeffcut and Pratt 2002):

- Ενώ οι περισσότερες επιχειρήσεις ξεκινούν με αφετηρία τις ανάγκες της αγοράς, πρώτα αναζητούν δηλαδή τις ανάγκες της αγοράς και μετά παράγουν το προϊόν, οι πολιτιστικές επιχειρήσεις ξεκινούν από την δημιουργία του προϊόντος και μετά προσπαθούν να δημιουργήσουν την ανάγκη αγοράς του (χωρίς φυσικά να λείπουν και οι εξαιρέσεις, όπως η μουσική βιομηχανία).
- Συνδυάζουν την ατομική εργασία με τη συλλογική δράση. Ο πολιτιστικός επιχειρηματίας αναγκάζεται να υιοθετήσει διαφορετικούς ρόλους ως υπεύθυνος για το σχεδιασμό, τη δημιουργία, την εκτέλεση, την προώθηση και την πώληση του προϊόντος ή των υπηρεσιών του. Οι μεσάζοντες και η δικτύωση είναι επίσης κρίσιμοι παράγοντες.
- Η καλλιτεχνική εκπαίδευση (έως σήμερα τουλάχιστον) δεν προσφέρει γνώσεις στην οικονομική διαχείριση και την επιχειρηματικότητα. Η αντιμετώπιση των νέων καλλιτεχνών από τις τράπεζες και τους δημόσιους οργανισμούς συχνά διαφέρει από την αντιμετώπιση που έχουν άλλα επαγγέλματα.

- Η λειτουργία τους σε ομάδες ή δίκτυα είναι ιδιαίτερα σημαντική για την επιβίωσή τους. Συχνά η συνύπαρξη αυτή μπορεί να οδηγήσει στην καθιέρωση μίας τοπικής σκηνής ή μιας καλλιτεχνικής τάσης.
- Τα οικονομικά ανταποδοτικά οφέλη στις περισσότερες περιπτώσεις είναι μικρά και δεν μπορούν να προβλεφθούν με ακρίβεια. Σε αρκετές περιπτώσεις είναι το προσωπικό ενδιαφέρον και η ενασχόληση με ένα συγκεκριμένο καλλιτεχνικό τομέα και όχι η προσδοκία υψηλού κέρδους που παρακινεί ένα άτομο να δημιουργήσει την πολιτιστική επιχείρηση.
- Όσον αφορά τις μικρότερες πολιτιστικές επιχειρήσεις και τους επαγγελματίες έχουμε συμβατικά επιχειρηματικά δίκτυα, με χαμηλό βαθμό αλληλεξάρτησης και ενσωμάτωσης, όπου π.χ. συγγραφείς, σκηνοθέτες, ηθοποιοί, φωτογράφοι, τεχνικοί ήχου και άλλοι συνεργάζονται για συγκεκριμένο έργο (την ταινία) συγκροτώντας ένα δίκτυο, που διαλύεται, όταν το έργο αυτό ολοκληρωθεί. Στην άμεση αυτή παραγωγική δραστηριότητα συγκαταλέγονται ο σχεδιασμός portals και οι ιστοσελίδες πολιτισμικού περιεχομένου, καθώς και η παραγωγή ψηφιακών προϊόντων πολιτισμικού περιεχομένου, καθώς και ηλεκτρονικά συστήματα πληροφόρησης σε αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία, ιστορικούς τόπους κ.ά.

Πώς προκύπτουν ή διευκολύνονται αυτές οι αλλαγές; Μεγάλες και σημαντικές αλλαγές στην πολιτιστική επιχειρηματικότητα (όπως και στις περισσότερες μορφές επιχειρηματικότητας) έχει επιφέρει η ανάπτυξη της τεχνολογίας και ειδικά του διαδικτύου. Σε πολλούς πολιτιστικούς τομείς πλέον, το διαδίκτυο είναι ο κύριος παράγοντας επιχειρηματικότητας, π.χ. υπάρχουν μουσικά συγκροτήματα που προβάλλονται και πραγματοποιούν τις πωλήσεις τους αποκλειστικά από το διαδίκτυο (π.χ., μέσα από τους διαδικτυακούς τόπους όπως το www.youtube.com και www.myspace.com).

Οι Jefcutt και Pratt προσθέτουν μια πολύ σημαντική διάσταση στα ειδικά χαρακτηριστικά των πολιτιστικών επιχειρήσεων η οποία σχετίζεται με την συνεχή ανάγκη για καινοτομία. Τοποθετούν τις πολιτιστικές επιχειρήσεις σε μία ειδική κατηγορία επιχειρήσεων, των «επιχειρήσεων ευπώλητων» (chart businesses), οι οποίες επιβιώνουν λόγω της αξιολόγησης του προϊόντος τους στην αγορά ως βέλτιστο για μια μικρή χρονική περίοδο. Αναφέρονται στο παράδειγμα των computer games, των οποίων ενώ ο σχεδιασμός είναι πολύμηνος, το προϊόν κρίνεται σε ένα διάστημα τεσσάρων βδομάδων από την αγορά. Αν το παιχνίδι λάβει καλές κριτικές και βρεθεί σε υψηλή θέση στις σχετικές λίστες πωλήσεων θα συνεχίσει να πωλείται, ειδάλλως θα θεωρηθεί αποτυχημένο και θα αποσυρθεί από τα ράφια. Σε ένα διαφορετικό βαθμό –ενδεχομένως και σε αρκετά διαφορετική ένταση– αυτό ισχύει και για άλλες πολιτιστικές επιχειρήσεις όπως το βιβλίο, η

μουσική, ο κινηματογράφος, κ.λπ. (Jefcutt και Pratt 2002: 228). Σύμφωνα με τον οικονομολόγο του πολιτισμού Arjo Klamer, παρά την ιδιαίτερη δυναμική της, η πολιτιστική επιχειρηματικότητα, δεν έχει διερευνηθεί επαρκώς από τη σχετική βιβλιογραφία. Πράγματι από τη διερεύνηση βιβλιογραφικών πηγών σχετικά με τα οικονομικά του πολιτισμού οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι οι περισσότεροι συγγραφείς υποβαθμίζουν ή αγνοούν τον όρο (Caves 2000, Frey 2000, Heilbrun and Gray 2001, Throsby 2001, Towse 2003). Στην πράξη όμως ο όρος καθιερώνεται από πολιτικούς⁸ οι οποίοι θέλουν να δείξουν ότι τέχνες και ο πολιτισμός στρέφονται προς την αγορά. Χαρακτηριστικό είναι δε ότι ολοένα και αυξάνονται τα προγράμματα σπουδών με κατεύθυνση το πολιτιστικό management και την πολιτιστική επιχειρηματικότητα⁹ (Klamer 2006:7).

Γενικά, οι εξελίξεις στην πολιτιστική παραγωγή και την πολιτιστική επιχειρηματικότητα, έχουν προφανώς και ιδιαίτερες επιπτώσεις στους καλλιτέχνες. Το πιο σημαντικό, ίσως, χαρακτηριστικό των σημερινών καλλιτεχνών είναι η μειωμένη εξάρτηση από την κηδεμονία του κράτους. Επίσης, το γεγονός ότι η χαμηλού κόστους τεχνολογία καθιστά συχνά την τέχνη φτηνότερη (π.χ., αναπαραγωγή CD και DVD, ψηφιακή φωτογραφία), αποτελεί κίνητρο για τα άτομα να ασχοληθούν με καλλιτεχνικά επαγγέλματα. Περισσότεροι καλλιτέχνες σημαίνει μεγαλύτερη καλλιτεχνική παραγωγή, δηλαδή μεγαλύτερη προσφορά, ενώ στο επίπεδο της ζήτησης οι «καταναλωτές» έχουν γίνει πιο απαιτητικοί. Παράλληλα το κοινό συχνά καλείται να συμμετάσχει, γίνεται δημιουργικό και αποτελεί μέρος της πολιτιστικής παραγωγής. Η δημιουργικότητα δεν αντιμετωπίζεται πλέον ως «μαγική» ή «ρομαντική» έννοια, επομένως η τέχνη γίνεται μια ανθρώπινη δραστηριότητα. Στο πλαίσιο αυτό οι καλλιτέχνες αναγκάζονται να επαναπροσδιορίσουν το ρόλο τους με βάση το περιεχόμενο, τη διαδικασία, τις εμπειρίες και τις αρχές και λιγότερο όσον αφορά το τελικό προϊόν. Επομένως οι καλλιτέχνες εξετάζονται ως προς την επιχειρηματική τους δράση, αλλά και ως διαμορφωτές τάσεων και απόψεων.

Η δημιουργία εξωτερικότητας (externalities) είναι ένα από τα σημαντικά αποτελέσματα της παραγωγής και κατανάλωσης του πολιτισμού. Οι εξωτερικότητες δημιουργούν κόστη και οφέλη τα οποία δεν ενσωματώνονται στις τιμές που καθορίζει η αγορά, όπως π.χ. όταν λόγω της χωροθέτησης ενός θεάτρου σε μια περιοχή ανοίγουν δίπλα μπαρ, εστιατόρια και καφέ (Heilbrun and Gray, 2001). Τα

⁸ Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το πολιτικό κείμενο του πρώην Ολλανδού Υπουργού Πολιτισμού (οικονομολόγου) Rick Van Der Ploeg με τίτλο «Ο Πολιτισμός ως Επιχείρηση». Εκεί θέτει μερικούς πολύ ενδιαφέροντες ορισμούς και προσπαθεί να αποδείξει την ανάγκη για επιχειρηματική αντίληψη στην πολιτιστική πολιτική με βάση τη ζήτηση και όχι την προσφορά (βλ. Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, «Een Ondernemende Cultuur», Den Haag 1999).

⁹ Στην Ελλάδα προσφέρονται μεταπτυχιακά προγράμματα στην πολιτιστική διαχείριση και τη διοίκηση πολιτιστικών μονάδων. Στο εξωτερικό η προσφορά αντίστοιχων προγραμμάτων και η εξαδίκευση σε συγκεκριμένους τομείς είναι πολύ μεγαλύτερη.

δημόσια αγαθά είναι μία από τις ακραίες περιπτώσεις εξωτερικότητων αφού δημιουργούν οφέλη για τα οποία ο δικαιούχος δεν πληρώνει. Επομένως, εφόσον δεν μπορούν να ληφθούν πληρωμές από όσους ωφελούνται ή να αποκλειστούν κάποιοι από τη χρήση τους, ο ιδιωτικός τομέας δεν μπορεί να καλύψει το κόστος τους (Towse, 2001:465). Στις περιπτώσεις που έχουμε είτε θετικές είτε αρνητικές εξωτερικές οικονομίες το κράτος παρεμβαίνει στη μεν περίπτωση με πολιτική επιδοτήσεων, στη δε με αντικίνητρα (π.χ., υψηλή φορολογία).

Γενικά, το πάγιο ερώτημα όσον αφορά τα οικονομικά του πολιτισμού είναι εάν νομιμοποιείται η επιστήμη της οικονομίας να παρεμβαίνει σε έναν τομέα που έχει ευρύτερους εκπαιδευτικούς στόχους και παράγεται σε πολλές περιπτώσεις εκτός αγοράς. Επίσης, πολλά ερωτήματα προκύπτουν σχετικά με την παρέμβαση του κράτους μέσω άμεσων ή έμμεσων επιδοτήσεων: πώς μπορεί να κρίνει το κράτος που θα κατευθύνει τις επιδοτήσεις και κατά πόσο πρέπει να λάβει υπόψη τις προτιμήσεις του καταναλωτή (Klamer 2006).

Ε. Πολιτιστική Πολιτική

Η παρέμβαση του κράτους στην πολιτιστική οικονομία σε εθνικό ή τοπικό επίπεδο και οι λόγοι που διαφοροποιούν τον πολιτιστικό τομέα από άλλους τομείς απασχολούν την ακαδημαϊκή κοινότητα τα τελευταία χρόνια (Heilbrun and Gray 2002, McCuigan 2004). Οι όροι πολιτιστική πολιτική, πολιτιστική διαχείριση και πολιτιστικό μάνατζμεντ έχουν γίνει ιδιαίτερα δημοφιλείς και αρκετά πανεπιστήμια – κυρίως στο εξωτερικό- προσφέρουν πλέον σχετικά προπτυχιακά και, κυρίως, μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών¹⁰.

Κεντρική έννοια στη σχετική συζήτηση αποτελεί ο όρος «πολιτιστική πολιτική». Η έννοια της πολιτιστικής πολιτικής βασίζεται καταρχήν στον ορισμό της πολιτικής: “πολιτική είναι ένα σύστημα τελικών σκοπών, πρακτικών στόχων και μέσων, που επιδιώκονται από μια ομάδα και εφαρμόζονται από μια αρχή”, σύμφωνα με την άποψη του Girard (βλ. Κόνσολα 2006:27). Όπως κάθε πολιτική, έτσι και η πολιτιστική πολιτική αποτελείται από “συγκλίνουσες συλλογικές πράξεις που στοχεύουν στην επίτευξη ορισμένων σκοπών με τον προγραμματισμό της χρήσης ορισμένων πόρων”. Ένας απλός αλλά περιεκτικός ορισμός που θα διευκολύνει ίσως περισσότερο ένα διοικητικό στέλεχος στην άσκηση και εφαρμογή της πολιτιστικής πολιτικής στην πρακτική της διάσταση, είναι ο παρακάτω:

¹⁰ Με το τομέα αυτό μπορούν να ασχοληθούν άτομα από τους τομείς των Οικονομικών ή της Διοίκησης, αλλά και άτομα που ήδη έχουν εξειδικευτεί στους χώρους της Τέχνης και του Πολιτισμού, όπως είναι οι ιστορικοί τέχνης, οι θεατρολόγοι, οι μουσειολόγοι και οι μουσικοί. Στα αντίστοιχα προγράμματα σπουδών συναντά κανείς μαθήματα όπως είναι τα οικονομικά του πολιτισμού, η διοίκηση πολιτιστικών μονάδων, το δίκαιο του πολιτισμού, το μάρκετινγκ και η καλλιτεχνική παραγωγή. Οι πολιτιστικοί μάνατζερ στην Ελλάδα μπορούν να εργαστούν στο Υπουργείο Πολιτισμού, σε πολιτιστικά ιδρύματα, μουσεία, αίθουσες τέχνης, στο καλλιτεχνικό ρεπορτάζ εφημερίδων, στη δισκογραφία, των κινηματογράφο, και σε πολλούς ακόμα χώρους, αλλά και σε μεγάλο βαθμό στην Τοπική Αυτοδιοίκηση.

Πολιτιστική πολιτική είναι ένα σύστημα σκοπών, μέσων και φορέων, που συνδυάζονται σε ένα πρόγραμμα για να επιτευχθεί η γνώση, η ενίσχυση και η διάδοση του πολιτιστικού φαινομένου μιας κοινότητας για μια δεδομένη χρονική περίοδο (Κόνσολα 2006:28).

Η πολιτιστική πολιτική, ανάλογα με το πεδίο εφαρμογής της, ορίζεται ως «Εθνική πολιτιστική πολιτική» όταν πεδίο εφαρμογής της είναι ολόκληρη η χώρα και ως «Αστική ή Τοπική ή Περιφερειακή πολιτιστική πολιτική» όταν αφορά μια συγκεκριμένη περιοχή (πόλη, νομό, περιφέρεια). Όταν δε αναφέρεται σε έναν συγκεκριμένο πολιτιστικό τομέα (εικαστικά, μουσική, κινηματογράφο, κ.ά.) ονομάζεται Ειδική Κλαδική Πολιτική (Ebert 2004, Κόνσολα 2006). Δύο είναι οι κυρίαρχες τάσεις που χαρακτηρίζουν την πολιτιστική πολιτική: η συγκεντρωτική, όταν δηλαδή η κεντρική διοίκηση κατέχει τις περισσότερες αρμοδιότητες στον πολιτιστικό τομέα και η αποκεντρωτική, όπου οι αρμοδιότητες αυτές ανήκουν στις περιφερειακές τοπικές αρχές (Κόνσολα 2006:83-85). Ο Bruno Frey υποστηρίζει ότι ανάλογα με το εάν το μοντέλο που εφαρμόζεται είναι συγκεντρωτικό ή αποκεντρωτικό, επηρεάζεται αντίστοιχα και η καλλιτεχνική και πολιτιστική δημιουργικότητα: ένα συγκεντρωτικό μοντέλο εξασφαλίζει ποιοτικές παραμέτρους αλλά δεν μπορεί να εξασφαλίσει την ποικιλομορφία της πολιτιστικής παραγωγής, αντίθετα ένα λιγότερο παρεμβατικό, αποκεντρωτικό μοντέλο εξασφαλίζει την ελευθερία του καλλιτέχνη προσφέροντάς του εναλλακτικές λύσεις χρηματοδότησης (Frey 2002:363-4). Είναι σαφές ότι η άποψη αυτή δεν είναι η μοναδική, άλλωστε όπως εξηγείται και στο κεφάλαιο το οποίο αναλύει τη σχέση οικονομίας και πολιτισμού, οι απόψεις των οικονομολόγων διίστανται, ενώ διαμετρικά αντίθετες θέσεις σχετικά με τα κίνητρα των καλλιτεχνών έχουν οι ιστορικοί τέχνης, οι κοινωνιολόγοι, κ.λπ.

Ορισμένες από τις βασικές απόψεις που χαρακτηρίζουν τον πολιτιστικό τομέα και επηρεάζουν τον σχεδιασμό της πολιτιστικής πολιτικής είναι οι εξής:

- Η ρομαντική ιδέα του φτωχού καλλιτέχνη – ιδιοφυΐα ο οποίος δουλεύει αποκλειστικά για τη τέχνη του.
- Ο πολιτισμός είναι ένα δημόσιο αγαθό που πρέπει να είναι διαθέσιμο σε όλους.
- Η πραγματική αξία της τέχνης δεν μπορεί να υπολογιστεί και η νομισματική αξία της τέχνης δέχεται στρεβλώσεις αφού η «αγορά» δεν μπορεί να καθορίσει αυτόματα τις τιμές.
- Υπάρχει η ιδεαλιστική – ανθρωπιστική άποψη ότι ο πολιτισμός βελτιώνει το βιοτικό επίπεδο και έχει μια εκπολιτιστική διάσταση (Hesmondalgh and Pratt 2005:12).

Ο φόβος της βιομηχανοποίησης της τέχνης και του πολιτισμού καθόρισε σημαντικά την άσκηση πολιτιστικής πολιτικής. Ειδικά στα ευρωπαϊκά κράτη οδήγησε σε χάραξη πολιτικών με βάση τον εκδημοκρατισμό, τη συμμετοχή και την πρόσβαση με μορφές που καθιστούσαν τον πολιτισμό «κτήμα των λαών» ενώ παράλληλα επιδοτούσαν επιλεκτικά ορισμένες μορφές «υψηλού» πολιτισμού αποκλείοντας αυτές που σχετίζονται με πιο λαϊκές μορφές πολιτιστικής έκφρασης. Αν και η ανάπτυξη των πολιτιστικών βιομηχανιών βοήθησε να αναπτυχθεί η πολιτιστική πολιτική, παραδόξως δεν αποτέλεσαν αντικείμενο της πολιτιστικής πολιτικής αλλά τον «αντίπαλό» της που έπρεπε να καταπολεμηθεί μέσω των επιδοτήσεων αλλά και των δημόσιων μέσων επικοινωνίας (Hesmondalgh and Pratt, 2005:5). Η έννοια της πολιτιστικής πολιτικής έχει κατά κύριο λόγο τομεακό χαρακτήρα, σε αντίθεση με την έννοια του πολιτιστικού προγραμματισμού η οποία έχει ένα ευρύτερο χωρικό και αναπτυξιακό χαρακτήρα (Frey 2002:363-4, Ghilardi 2005:8). Ο όρος προγραμματισμός μπορεί να υπονοεί επίσης την έννοια του ελέγχου και συχνά παραπέμπει σε κανονιστικές ή διοικητικές πράξεις, όπως αδειοδοτήσεις θεαμάτων, πώλησης αλκοόλ, κ.λπ. (Evans 2001:8).

Στο δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα, λόγω της αύξησης του ελεύθερου χρόνου, της ανάπτυξης του μορφωτικού επιπέδου, της διάδοσης της τηλεόρασης και των τεχνολογικών μέσων και άλλων παραγόντων, η ανάπτυξη των πολιτιστικών βιομηχανιών έγινε πιο εντατική και στις αρχές της δεκαετίας του 1980 ήταν πλέον αδύνατο να αγνοηθεί ο ρόλος τους. Σήμερα ο παρεμβατικός ρόλος του κράτους στην πολιτιστική παραγωγή αμφισβητείται και έχει επικρατήσει η «νεοφιλελεύθερη» αντίληψη της ιδιωτικοποίησης σε πολλές χώρες (βλ. Boorsma κ.ά. 1998).

Ξεχωριστή υποκατηγορία στην πολιτιστική πολιτική αποτελεί η πολιτιστική χορηγία (cultural sponsorship). Οι μαικήνες και η πατρονία των τεχνών αποτελούν μέρος της καλλιτεχνικής παραγωγής εδώ και αιώνες, σήμερα δε η χορηγία αποτελεί την προτεινόμενη λύση στην «αποκρατικοποίηση» της πολιτιστικής παραγωγής (Hitters 1996). Η πολιτιστική χορηγία αποτελεί μία εναλλακτική πρακτική χρηματοδότησης πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Ως πολιτιστική χορηγία ορίζεται η καταβολή χρημάτων ή η παροχή αγαθών ή υπηρεσιών από μια επιχείρηση σε έναν πολιτιστικό οργανισμό, με σκοπό την προβολή του ονόματος, των προϊόντων ή των αντίστοιχων υπηρεσιών της επιχείρησης (Ζούνης 2001). Οι πρακτικές και το θεσμικό πλαίσιο που διακατέχει το θεσμό της πολιτιστικής χορηγίας διαφέρει από χώρα σε χώρα. Στις περισσότερες χώρες παρέχονται φορολογικά κίνητρα για τη χορηγία προς πολιτιστικούς οργανισμούς. Η λειτουργία ειδικών μεσαζόντων μεταξύ των επιχειρήσεων και των πολιτιστικών οργανισμών,

των χορηγικών συμβούλων, έχει ιδιαίτερη βαρύτητα. Στην Ελλάδα η πρόσφατη κατάθεση του νομοσχεδίου για την πολιτιστική χορηγία έχει οδηγήσει σε μια εκτεταμένη συζήτηση¹¹. Το νομοσχέδιο προβλέπει πλήρη φορολογική απαλλαγή (εφόσον δεν υπερβαίνει το 30% των καθαρών κερδών) για του χορηγούς. Παράλληλα, προβλέπει τη λειτουργία ειδικού γραφείου χορηγιών στο ΥΠ.ΠΟ. Το θέμα της πολιτιστικής χορηγίας έχει αποτελέσει αντικείμενο συζητήσεων από τα τέλη της δεκαετίας του 1980¹² και είναι απαραίτητη η ρύθμιση πολλών ζητημάτων που προκαλούν σύγχυση.

Ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο για την πολιτιστική πολιτική και τον πολιτιστικό προγραμματισμό είναι ότι τις δύο τελευταίες δεκαετίες πολλά κράτη χρησιμοποιούν ποσοτικές μεθόδους ανάλυσης στη διαδικασία ολοκλήρωσης της πολιτιστικής τους πολιτικής. Οι σχετικές μελέτες αξιοποιούν: α) το στατιστικό υλικό για όλες τις πολιτιστικές δραστηριότητες, β) τα οικονομικά στοιχεία σε χωροταξική κατανομή, γ) τις στατιστικές "πολιτιστικών" επαγγελματιών, δ) τις έρευνες αξιολόγησης διαφόρων πολιτιστικών "έργων", με την καθιέρωση κοινωνικών δεικτών και ε) τους εθνικούς πολιτιστικούς λογαριασμούς και γενικά, τα οικονομικά χαρακτηριστικά των πολιτιστικών δραστηριοτήτων (Κόνσολα 2006).

Οι προσπάθειες μέτρησης και αξιολόγησης της πολιτιστικής δραστηριότητας και πολιτικής λαμβάνουν διαφορετικές μορφές και συνεχίζουν μέχρι και σήμερα να διαφέρουν από κράτος σε κράτος (Evans 2001, Scullion and Garcia 2005). Το γεγονός αυτό δημιουργεί πολλά προβλήματα στη συγκριτική εξέταση κρατών. Μια κατατοπιστική ανάλυση για το διεθνές πλαίσιο για τις πολιτιστικές στατιστικές και τις κατηγορίες των πολιτιστικών δραστηριοτήτων δίνει ο Ν. Βερνίκος στο βιβλίο με τίτλο «Πολιτιστικές βιομηχανίες, Διαδικασίες, υπηρεσίες, αγαθά», δίνοντας έμφαση στις στατιστικές σειρές και τους ορισμούς που υιοθετεί η Unesco¹³ (Βερνίκος, 2005: 24-38).

Γενικά, τα προβλήματα κοινών μετρήσεων εμφανίστηκαν σε όλες τις προσπάθειες συγκριτικών μελετών. Η Ευρωπαϊκή Ένωση σε συνεργασία με τον πολιτιστικό οργανισμό ERICarts ξεκίνησε εδώ και τέσσερα χρόνια την υλοποίηση μιας εκτεταμένης βάσης δεδομένων που αφορούν τις εθνικές πολιτιστικές πολιτικές των ευρωπαϊκών κρατών. Το Compendium πολιτιστικών πολιτικών¹⁴ αφορά 36 χώρες αποτελώντας έτσι μια σημαντική βάση πληροφόρησης. Έχει ξεκινήσει μια

¹¹ Βλ. Αφιέρωμα περιοδικού Highlights "Χορηγία και Πολιτισμός», τ. 25, Οκτώβριος 2006.

¹² Η λειτουργία ειδικού Ομίλου Επικοινωνίας και Πολιτισμού – ΟΜΕΠΟ - από το 1986 είχε σαν σκοπό την προώθηση της πολιτιστικής χορηγίας και την εναρμόνιση του αντίστοιχου θεσμικού πλαισίου με τα ευρωπαϊκά). Διέκοψε τη λειτουργία του το 1998.

¹³ Ήδη από το 1972, στο πλαίσιο των εργασιών της Unesco, το θέμα του καθορισμού ενός κοινού πλαισίου συγκέντρωσης στατιστικών στοιχείων για τον πολιτισμό αποτέλεσε κύριο θέμα στη Σύνοδο των υπουργών Πολιτισμού, όπου και ανατέθηκε στον τότε διευθυντή της Στατιστικής Υπηρεσίας του Οργανισμού.

¹⁴ Για περισσότερες πληροφορίες και στοιχεία βλ. www.culturalpolicies.net

συγκριτική ανάλυση των κύριων τάσεων που παρατηρούνται στις χώρες που εξετάζει και ανανεώνει τακτικά τις πληροφορίες που περιλαμβάνει το προφίλ κάθε χώρας σε συνεργασία με εξειδικευμένους επιστήμονες σε κάθε χώρα.

Μία από τις πιο ενδιαφέρουσες προσπάθειες καταγραφής του πολιτιστικού αποθέματος και δυναμικού σε ευρωπαϊκό επίπεδο αποτελεί το πρόγραμμα ESPON και ιδιαίτερα το υποπρόγραμμα για τον πολιτισμό (1.1.3). Το Πρόγραμμα ESPON (Δίκτυο Παρατήρησης Ευρωπαϊκού Χωρικού Σχεδιασμού) αποτελεί ένα από τα Ειδικά Προγράμματα της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας INTERREG III. Με το Πρόγραμμα ESPON και με αναφορά στο διευρυμένο, πια, ευρωπαϊκό χώρο καθώς και σε ευρύτερες εδαφικές ενότητες, τα κράτη-μέλη θα έχουν στη διάθεσή τους τη διάγνωση των βασικών χωρικών τάσεων σε ευρωπαϊκό επίπεδο, τη χαρτογραφική αποτύπωση των μεγαλύτερων χωρικών ανισοτήτων και της σχετικής τους έντασης, τη μελέτη χωρικών δεικτών και τυπολογιών για την υποστήριξη της διαμόρφωσης των ευρωπαϊκών προτεραιοτήτων για έναν ισορροπημένο και πολυκεντρικό διευρυμένο ευρωπαϊκό χώρο και τα ολοκληρωμένα και κατάλληλα εργαλεία (βάσεις δεδομένων, δείκτες, μεθοδολογίες για την εκτίμηση των χωρικών επιπτώσεων και συστηματικών χωρικών αναλύσεων) για τη βελτίωση του συντονισμού των τομεακών πολιτικών με χωρική διάσταση.

Η βάση ESPON στο τμήμα που αφορά την καταγραφή πολιτιστικών πόρων τους χωρίζει σε 4 κατηγορίες: Α. Υλική πολιτιστική κληρονομιά, Β. Άυλη πολιτιστική κληρονομιά, Γ. Ενότητες πολιτιστικής κληρονομιάς, Δ. Πολιτιστική Δραστηριότητα. Η χαρτογραφική απεικόνιση και η στατιστική επεξεργασία λαμβάνει υπόψην πολλά ποιοτικά και ποσοτικά στοιχεία. Σύμφωνα με την έκθεση του υποπρογράμματος πολιτισμού που δημοσιεύτηκε το Σεπτέμβριο του 2006, η προσπάθεια εμφανίζει προβλήματα στην απεικόνιση και την πρώτη ανάλυση της πολιτιστικής κληρονομιάς και της πολιτιστικής δραστηριότητας. Ένα χαρακτηριστικό πρόβλημα είναι ότι τα αποτελέσματα συχνά απεικονίζουν την αποτελεσματικότητα των εθνικών αρχών στην καταγραφή των πολιτιστικών πόρων και δραστηριοτήτων και όχι την πραγματική εικόνα (ESPON 2006).

Η πρακτική χρησιμότητα των στατιστικών μετρήσεων του πολιτιστικού τομέα είναι πολλαπλή. Βάσει της μεθόδου της «ιεραρχίας των αναγκών» που βασίζεται σε μία προσέγγιση της επιστήμης της ψυχολογίας για την ανθρώπινη ανάπτυξη, η καταγραφή των αναγκών και προτιμήσεων των ατόμων όπως καταγράφονται σε έρευνες μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τον πολιτιστικό προγραμματισμό. (Evans 2001: 115) Στην πραγματικότητα όμως ελάχιστες περιπτώσεις σχεδιασμού στηρίζονται σε μετρήσεις (Marlet and Poort 2005).

Το κύριο πρόβλημα στις στατιστικές μετρήσεις που αφορούν τον πολιτιστικό τομέα σχετίζονται με τον ορισμό του και την κατηγοριοποίηση του στους

παραδοσιακούς τομείς παραγωγής που χρησιμοποιούν οι εθνικές υπηρεσίες (Pratt, 1997). Οι κλασικές τομεακές κατατάξεις δεν μπορούν να αντεπεξέρθουν στις σύνθετες σχέσεις παραγωγής, διάθεσης, απασχόλησης και κατανάλωσης που χαρακτηρίζουν τον πολιτιστικό τομέα, ειδικά τις δύο τελευταίες δεκαετίες.

Όπως αναφέρει ο Pratt, υπάρχουν πολλές περιπτώσεις όπου δεν είναι ξεκάθαρο εάν ένα επάγγελμα είναι πολιτιστικό ή όχι. Για παράδειγμα ένα τεχνικός που δουλεύει στο πλατό ενός κινηματογραφικού στούντιο που κατατάσσεται; Μια δασκάλα χορού σε σχολείο είναι εκπαιδευτικός ή καλλιτέχνης; Πολλές μελέτες δείχνουν επίσης ότι πολλοί καλλιτέχνες, ηθοποιοί, κ.λπ. δεν δηλώνουν ως κύριο επάγγελμα το καλλιτεχνικό αφού αναγκάζονται να έχουν και δεύτερη δουλειά. Ακόμη πιο περίπλοκες είναι οι περιπτώσεις εθελοντικής εργασίας. Στο καρναβάλι της Πάτρας, για παράδειγμα, η εθελοντική εργασία στις ομάδες δημιουργεί ένα πολιτιστικό γεγονός το οποίο έχει μεγάλα άμεσα και έμμεσα οικονομικά αποτελέσματα, ωστόσο η εργασία τους είναι αφανής και δεν υπολογίζεται στο κόστος.

Τα επαγγέλματα του πολιτιστικού τομέα αφορούν ένα μεγάλο φάσμα δραστηριοτήτων, από την παραγωγή μέχρι την εκπαίδευση και τις πωλήσεις. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, σύμφωνα με έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (1999) παρουσιάζεται το φαινόμενο της συνεχιζόμενης αύξησης της απασχόλησης στα πολιτιστικά επαγγέλματα, όπου σύμφωνα με έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής οι θέσεις εργασίας άγγιζαν το 2,5% περίπου επί του συνόλου, ενώ οι αυξητικές τάσεις είναι ιδιαίτερα σημαντικές. Στην Ελλάδα, αν και οι υπάρχουσες κατηγοριοποιήσεις των στατιστικών στοιχείων δημιουργούν προβλήματα, διαφαίνονται και εδώ αυξητικές τάσεις (Brickwood 2004).

3. Αστικές Πολιτιστικές Πολιτικές

A. Πολιτισμός και Τοπική Ανάπτυξη

Η αναπτυξιακή διάσταση του πολιτισμού τονίζεται ολοένα και περισσότερο σε σχετικές μελέτες και άρθρα, ειδικά όταν αφορά την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη. Η πλέον ορατή και προφανής επίδραση του πολιτισμού στην τοπική ανάπτυξη σχετίζεται με την αύξηση της απασχόλησης και την προσέλκυση τουριστών και την επίδραση που αυτή έχει στο εισόδημα.

Σύμφωνα με τον Greffe ο πολιτισμός μπορεί να επηρεάσει την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη με τους εξής τρόπους (Greffe 2005:19):

- Δημιουργεί σημεία αναφοράς για τους φορείς και τους εμπλεκόμενους στη διαδικασία ανάπτυξης και ενθαρρύνει τις κοινές πρωτοβουλίες.

- Δημιουργεί ένα ελκυστικό περιβάλλον τόσο για τους κατοίκους όσο και για τους επισκέπτες.

- Δημιουργεί τις προϋποθέσεις για τη δημιουργία προϊόντων, υπηρεσιών και θέσεων εργασίας που συνδυάζουν την αισθητική διάσταση με τη χρηστική.

Ο David Throsby αναφέρει τέσσερις βασικές κατηγορίες επίδρασης του πολιτισμού στην πόλη και την αστική ανάπτυξη. Πρώτον, ένα συγκεκριμένο πολιτιστικό στοιχείο (κτίριο, ναός, κ.ά.) μπορεί αυτόνομα να αποτελέσει σύμβολο και στοιχείο αναγνώρισης μιας πόλης. Η Αθήνα ταυτίζεται σε μεγάλο βαθμό με την Ακρόπολη, η Πίζα με τον επικλινή Πύργο της και το Μπιλμπάο με το μουσείο Guggenheim. Δεύτερον, οι περιοχές της πόλης που συγκεντρώνουν πολιτιστική δραστηριότητα τείνουν να αποτελέσουν σήμα κατατεθέν για κάθε πόλη και να αποτελούν στοιχείο οικονομικής ανάπτυξης (π.χ., το Temple Bar στο Δουβλίνο ή η αναπλασμένη περιοχή του λιμένα στη Βαλτιμόρη). Τρίτον, οι πολιτιστικές επιχειρήσεις μπορούν δυνητικά να αποτελέσουν στοιχείο οικονομικής επιτυχίας μιας πόλης. Αυτό δεν αφορά μόνο τις παγκόσμιες μητροπόλεις της τέχνης (Νέα Υόρκη, Λονδίνο, κ.λπ.) αλλά μπορεί να αφορά και μικρότερες πόλεις. Τέταρτον, ο πολιτισμός μπορεί να έχει και μια ευρύτερη επίδραση στην πόλη και τους κατοίκους καθορίζοντας το χαρακτήρα της μέσω της δημιουργίας αισθήματος κοινότητας, συνοχής, αλληλεπίδρασης και δημιουργικότητας (Throsby 2001:124-125).

Τέλος, μια άλλη διάσταση αναδεικνύουν οι Worpole και Greenhalgh επισημαίνοντας ότι «κάθε μορφή αστικού σχεδιασμού είναι εξ ορισμού και μορφή πολιτιστικού προγραμματισμού, αφού πρέπει να λάβει υπόψη τις πολιτιστικές προτιμήσεις, τις θρησκευτικές πεποιθήσεις και τον τρόπο ζωής των κατοίκων, καθώς και τη συμβολή τους στο αστικό γίγνεσθαι» (1999:4).

Ο R. Ebert αναφέρει τρεις τάσεις που διακρίνονται σήμερα στη σχέση μεταξύ της περιφερειακής ανάπτυξης και του πολιτισμού: Στην πρώτη εκδοχή ο πολιτιστικός τομέας έχει το ρόλο του καταλύτη, π.χ. μέσω μιας διεθνούς έκθεσης αρχιτεκτονικής. Στη δεύτερη τάση ο πολιτιστικός τομέας συνδέει τον πολιτισμό με την περιφερειακή ανάπτυξη κυρίως με τον οικονομικό και κοινωνικό τομέα. Αυτή η τάση αποτελεί, όπως αναφέρεται και παραπάνω, τη βάση του πολιτιστικού προγραμματισμού. Και οι δύο αυτές τάσεις δεν είναι ενδογενείς, αλλά σκοπεύουν στην ενσωμάτωση εξωγενών παραγόντων, π.χ. στην ανάπτυξη νέων τουριστικών δραστηριοτήτων. Η τρίτη τάση τονίζει απεναντίας την παράλληλη ύπαρξη του πολιτισμού και της περιφερειακής ανάπτυξης. Σε αυτήν την περίπτωση ο ρόλος του πολιτιστικού προϊόντος είναι υποβαθμισμένος και περιορίζεται σε αυτόνομες ενέργειες (Ebert 2005b). Οι τρεις αυτές τάσεις δεν έχουν μόνο ακαδημαϊκή βάση, αλλά αποτελούν αρχές και στρατηγικές πολιτικής δραστηριοποίησης οι οποίες

εισήχθησαν για πρώτη φορά στην επιστήμη της Περιφερειακής Ανάπτυξης στα τέλη της δεκαετίας του 1970 και, κυρίως, τη δεκαετία του 1980 (Ebert 2005b, Greffe 2005). Εκείνη την εποχή η αμοιβαία σχέση των δύο τομέων τονίστηκε σε πολλές μελέτες και πολιτικά κείμενα. Αιτία ήταν πρώτον οι αναλύσεις των οικονομικών επιδράσεων των πολιτιστικών δραστηριοτήτων αλλά και της σταδιακής εγκατάλειψης της αναπτυξιακής λογικής που στηρίζεται κυρίως στις υποδομές και την παραγωγή. Δεύτερος παράγοντας ήταν η εκ νέου διαμόρφωση των νεωτεριστικών στρατηγικών για τις αναπτυσσόμενες χώρες και των με αυτών συνδεδεμένες αντιλήψεις, αξίες και τρόπου ζωής των πληθυσμών (Gotdiener 1998).

Ιδιαίτερη δυναμική αναπτύσσει ο τομέας της διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς. Σήμερα δεν υπάρχει περιφέρεια που να μην προωθεί τουριστικά κάθε μορφή κληρονομιάς. Και από την πλευρά της ζήτησης, δηλ. των απαιτήσεων των επισκεπτών πολιτιστικών χώρων, π.χ. σε μνημεία ή χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς, παρουσιάζεται μια κατάσταση πολύ πιο πολύπλευρη από ότι πριν λίγα χρόνια. Έτσι πλέον σε μια πολιτιστική επίσκεψη δεν παίζει μόνο το πολιτιστικό προϊόν καθαυτό ρόλο, αλλά και η ποιότητα παραμονής, η ατμόσφαιρα, η αυθεντικότητα κ.λπ. Οι επισκέπτες αναζητούν πολιτιστικές δραστηριότητες σε ασυνήθιστα μέρη, όπως σε γέφυρες, πλοία, αθλητικά στάδια, υποβαθμισμένες αστικές περιοχές, κ.ά. Λόγω της διάθεσης και δυνατότητας της μετακίνησης έχουν επεκταθεί και οι χώροι δραστηριοτήτων, και επομένως οι ταξιδιωτικές διαδρομές και ώρες του κοινού. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να μην επιλέγεται υποχρεωτικά το κοντινότερο προϊόν, κάτι που αυξάνει και τον ανταγωνισμό μεταξύ των περιφερειών σε προσφορά. Επίσης έχουν αλλάξει τα πολιτιστικά ενδιαφέροντα του κοινού π.χ., κάποτε το rock and roll εξέφραζε την κουλτούρα των εφήβων, ενώ σήμερα πλέον η επίσκεψη μιας συναυλίας των Rolling Stones αποτελεί γεγονός για όλη την οικογένεια. Αυτό θα πρέπει να ληφθεί υπόψη στη διαμόρφωση του πολιτιστικού προϊόντος, όσον αφορά σε πολιτιστικούς θεσμούς και προγράμματα (Κόνσολα 1990, 2006, Greffe 2005 Markusen and Schrock 2006).

Ο Ebert (2005b) προσπαθώντας να κάνει μια επισκόπηση της σχέσης περιφερειακής ανάπτυξης και πολιτισμού και των νέων τάσεων που αναδύονται, αναφέρει ότι ο όρος πολιτισμός χρησιμοποιήθηκε στην επιστήμη της Περιφερειακής Ανάπτυξης περιλαμβάνοντας αρχικά κυρίως τις τέχνες. Σήμερα, όπως εξηγείται και σε προηγούμενα κεφάλαια, ο όρος πολιτισμός διευρύνεται και περιλαμβάνει όρους όπως η γαστρονομία, ο αθλητισμός, ο βιομηχανικός πολιτισμός, ο πολιτισμός των μεταναστών, ο πολιτισμός της υπαίθρου, η αρχιτεκτονική, η διαφήμιση, η λαϊκή τέχνη κ.ά. Γενικά, οι σχέσεις αλληλεπίδρασης μεταξύ πολιτισμού και περιφερειακής ανάπτυξης έχουν γίνει πιο περίπλοκες ακόμη και στις παραδοσιακές μορφές πολιτιστικής έκφρασης κάτι που οφείλεται στις διαδικαστικές αλλαγές τόσο στην

πλευρά της προσφοράς όσο και της ζήτησης. Ο πολιτισμός στηρίζεται σήμερα σε τέσσερις πυλώνες όσον αφορά τη σχέση του με την περιφερειακή επιστήμη και την τοπική ανάπτυξη. Πρώτον στον παραδοσιακό πυλώνα, όπου ανήκουν οι δημόσιοι φορείς και θεσμοί, όπως τα δημοτικά θέατρα, μουσεία ή τα δημόσια ωδεία. Τον δεύτερο πυλώνα αποτελούν οι πολιτιστικές πρωτοβουλίες, καλλιτεχνικοί σύλλογοι, θεατρικοί σύλλογοι κ.λπ. Ο τρίτος πυλώνας, η σημασία του οποίου τείνει να υποτιμάται, είναι η πολιτιστική οικονομία, όπου συγκαταλέγονται τα καλλιτεχνικά πρακτορεία, βιβλιοπωλεία, κατασκευαστές μουσικών οργάνων, οι θεατρικές επιχειρήσεις, οι ιδιωτικές σχολές (προσανατολισμένες στο κέρδος) μουσικής και ζωγραφικής. Ο τέταρτος πυλώνας, ο οποίος συνδέεται με τους προηγούμενους τρεις περιλαμβάνει την πολιτιστική «δημιουργική τάξη», δηλαδή τους συγγραφείς, τους καλλιτέχνες κ.λπ. (βλ. σχεδ. 1)

Σχεδ. 1: Οι τέσσερις πυλώνες του πολιτισμού

1^{ος} Πυλώνας: Παραδοσιακός – Κρατικός	2^{ος} Πυλώνας: Πολιτιστικές Πρωτοβουλίες	3^{ος} Πυλώνας: Πολιτιστική Οικονομία	4^{ος} Πυλώνας: Δημιουργική Τάξη
Δημοτικά Θέατρα, Μουσεία, Όπερες, Βιβλιοθήκες, Ωδεία, κ.ά.	Καλλιτεχνικοί Σύλλογοι, Σωματεία, Πολιτιστικοί και Λαογραφικοί Σύλλογοι, κ.ά.	Θεατρικές επιχειρήσεις, Καλλιτεχνικά Πρακτορεία, Κινηματογράφοι, Βιβλιοπωλεία, Μουσικές Σκηνές, κ.ά.	Συγγραφείς, Καλλιτέχνες, Designers, Μουσικοί, κ.ά.

STADTart 2005 (από Ebert 2005b: 25)

Με δεδομένες τις αλλαγές στην πολιτιστική παραγωγή και κατανάλωση και την προσπάθεια για προσαρμογή στις μεταβολές των τάσεων της περιφερειακής επιστήμης (η οποία, μεταξύ άλλων, προσανατολίζεται σε ενδογενείς δυνατότητες τοπικής διοίκησης), το πολιτιστικό προϊόν ως παράγοντας δημιουργίας εικόνας της περιοχής αποκτά νέο ρόλο. Σχετίζεται τόσο με τον εσωτερικό προσανατολισμό προς τη ενδοπεριφερειακή επικοινωνιακή λειτουργία, όπου κύριος σκοπός είναι η ταύτιση των κατοίκων με την περιφέρεια τους, όσο και με την εξωτερική τουριστική εικόνα. Ειδικά ο τρίτος και ο τέταρτος πυλώνας, η πολιτιστική οικονομία και η δημιουργική τάξη δημιουργούν θέσεις εργασίας και αξιόλογα κέρδη (Ebert 2005:26-28). Η ίδρυση περιφερειακών συμπράξεων μεταξύ των συμμετεχόντων δημοσίων θεσμών και ιδιωτών στην τοπική πολιτιστική οικονομία, παρά τις επιφυλάξεις που εκφράζονται, αποτελεί αρκετά συνηθισμένο φαινόμενο

και αποτελεί αναδυόμενη τάση. Παράλληλα, αναδυόμενη τάση αποτελεί η επένδυση στην εκπαίδευση και την μετεκπαίδευση στον πολιτιστικό τομέα (π.χ. σπουδές καλών τεχνών και ντιζάιν). Όλα αυτά τα μέτρα έχουν σχέση με την ένταξη ή τη διασύνδεση του πολιτιστικού τομέα με άλλους τομείς οικονομικούς, κοινωνικούς μιας περιφέρειας. Παράλληλα μια συμπληρωματική πολιτιστική εκδοχή του συσχετισμού της περιφερειακής επιστήμης και του πολιτισμού πρέπει να ελέγχει ποια άλλα πολιτιστικά προϊόντα προκύπτουν από τις οικονομικό-πολιτιστικές αλλαγές που συντελούνται σε μια περιφέρεια (π.χ. αύξηση του μορφωτικού επιπέδου). Τέλος μια ανερχόμενη τάση είναι η δημιουργία πολιτιστικών περιοχών και περιοχών ελεύθερου χρόνου δεύτερης γενιάς σε αστικά κέντρα που να προσελκύουν επισκέπτες ως χωρική συγκέντρωση πολιτιστικών προϊόντων και προϊόντων αναφερόμενα στον πολιτισμό.

Η καταγραφή των πολιτιστικών υποδομών μιας περιφέρειας ή μιας πόλης έχει ιδιαίτερη σημασία για ένα ολοκληρωμένο σχεδιασμό και την αποτελεσματική υλοποίηση της τοπικής πολιτιστικής πολιτικής από φορείς και οργανώσεις του δημόσιου, ιδιωτικού και εθελοντικού τομέα. Η καταγραφή αναδεικνύει ποσοτικά στοιχεία και μεγέθη και κυρίως είναι δυνατόν να προσδιορίσει τη γεωγραφική κατανομή τους όπως και το βαθμό αυτάρκειας μιας χωρικής μονάδας σε υποδομές (Featherstone and Lash 1999).

Β. Σύγχρονη Πολιτιστική Πολιτική και Νέες Τάσεις στην Αστική Πολιτιστική Πολιτική

Η συστηματική διερεύνηση της πολιτιστικής πολιτικής των πόλεων αποτελεί σχετικά πρόσφατη πρακτική η οποία γνωρίζει ιδιαίτερη άνθηση από τα τέλη της δεκαετίας του 1980. Άλλωστε, μεταπολεμικά, την κύρια ευθύνη χάραξης και υλοποίησης της πολιτιστικής πολιτικής είχε το κεντρικό κράτος, με κύριο σκοπό την προώθηση της καλλιτεχνικής δημιουργίας και την πολιτιστική δημοκρατία (Κόνσολα 2002, 2006, Haggroot 2001). Τις τελευταίες δύο δεκαετίες αναγνωρίζεται ο ρόλος του πολιτισμού ως παράγοντας αστικής ανάπτυξης με ευεργετικές συνέπειες στην οικονομία, την απασχόληση και τον τουρισμό (Κόνσολα 2006:104). Ιδιαίτερη επιρροή στον πολιτιστικό τομέα έχουν τα τελευταία χρόνια τα προγράμματα των Διαρθρωτικών Ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως άλλωστε και στα υπόλοιπα κράτη μέλη. Αν και οι πόροι κατευθύνονται σε μεγαλύτερο βαθμό σε άλλους τομείς, η τοπική αυτοδιοίκηση έχει ωφεληθεί σε πολλές περιπτώσεις από σχετικά προγράμματα.

Μια περιοδολόγηση της κρατικής παρέμβασης σε αστικά πολιτιστικά θέματα επιχειρεί η Van Aalst, με βάση τις αντίπαλες τάσεις που εμφανίζονται σε κάθε χρονική στιγμή, διαχωρίζοντας τις εξής περιόδους (1997:62-78):

Περίοδος	Κυρίαρχες τάσεις παρέμβασης	
1950 – 1960	Ελιτιστική Θεώρηση	Πλουραλιστική Θεώρηση
1960 – 1970	Νεομαρξιστική Θεώρηση	Τοπική Ανάπτυξη
1970 – 1980	Μηχανισμοί οικονομικής ανάπτυξης	Αστικά Καθεστώτα (Urban Regimes)
1980+	Πολυκεντρική Θεώρηση	Πολιτιστικός Προγραμματισμός

Στο πλαίσιο των μεταβολών που περιγράφονται στα παραπάνω κεφάλαια, τόσο στο επίπεδο της πόλης όσο και του πολιτισμού, είναι αυτονόητο ότι η αστική πολιτιστική πολιτική σήμερα είναι αντιμέτωπη με καινούριες προκλήσεις. Ο ρόλος της αναβαθμίζεται, αφού επικρατεί η πεποίθηση ότι είναι ο καταλύτης που οδηγεί στην αστική οικονομική ανάπτυξη και στη διάχυση πλεονεκτημάτων.

“... κατέχει κυρίαρχο ρόλο στις στρατηγικές αστικής ανάπτυξης βασιζόμενη στην διατήρηση της τοπικής ιστορικής κληρονομιάς. Με την εξαφάνιση της βιομηχανίας και βιοτεχνίας και με περιοδικές κρίσεις στη τοπική διοίκηση και οικονομία, ο πολιτισμός είναι όλο και περισσότερο η δραστηριότητα της πόλης – η βάση της τουριστικής πολιτικής και η πρωτότυπη, ανταγωνιστική αιχμή. Η αύξηση της πολιτιστικής κατανάλωσης (τέχνη, μόδα, φαγητό, μουσική, τουρισμός) και των πολιτιστικών βιομηχανιών που τη στηρίζουν, δίνουν τροφή στη συμβολική οικονομία, στην ορατή ικανότητά της να παράγει σύμβολα και χώρους” (Zukin 1995)

Τις τελευταίες δεκαετίες καταγράφονται πολλές προσπάθειες ανάπτυξης – αναγέννησης πόλεων στην Ευρώπη και στη Β. Αμερική, μέσω της ανάδειξής τους σε καταναλωτικά και πολιτιστικά κέντρα (Burnet 1991, Hall 2000). Η τάση των πόλεων να επενδύουν και να παρεμβαίνουν στον πολιτισμό τους είναι ουσιαστικά πρόσφατο φαινόμενο. Μπορούμε να διαχωρίσουμε τους τρόπους παρέμβασης στο πολιτιστικό τομέα ως εξής: α) μέσω των «μαικηνών», β) μέσω του κράτους πρόνοιας γ) μέσω της αγοράς. Από την εκ των άνω «top down» στρατηγική αντίληψη που στόχο είχε κυρίως τη δημιουργία πολιτιστικών υποδομών στο κέντρο των πόλεων που συνδέονται με την «υψηλή» τέχνη (όπερα, εικαστικές τέχνες, κ.λπ.) και πολιτιστικών κέντρων στις υπόλοιπες περιοχές περνάμε στην από τη βάση «bottom up» στρατηγικής.

Σταδιακά, τις δεκαετίες του 1970 και -κυρίως- του 1980, με την αποκέντρωση εξουσιών προς την τοπική αυτοδιοίκηση¹⁵ και την ιδεολογική άνθηση της λεγόμενης Νέας Αριστεράς, οι δήμοι αρχίζουν να ασχολούνται εντατικά με την πολιτιστική πολιτική ιδρύοντας ειδικά τμήματα για τον πολιτισμό, με χαρακτηριστική την περίπτωση του Greater London District στο Λονδίνο (βλ. Πάρκινσον και Μπιανκίνι 1994).

Οι προσπάθειες των πόλεων να βελτιώσουν τις υποδομές τους, την εικόνα τους και το περιβάλλον τους μέσω του πολιτισμού εντάσσονται στην προσπάθεια τους για αστική αναζωογόνηση. Ως αναζωογόνηση (regeneration) εννοείται η βελτίωση της οικονομικής και κοινωνικής κατάστασης, του δομημένου περιβάλλοντος και κατ' επέκταση της «πολιτιστικής εικόνας» της πόλης (Κόνσολα 2006:108). Ο Evans διαχωρίζει τις προσπάθειες αυτές σε δύο κατηγορίες: «αναζωογόνηση δια μέσου του πολιτισμού» (Culture-led regeneration) και «αστικής πολιτιστικής αναζωογόνησης» (cultural regeneration). Η πρώτη κατηγορία αφορά προσπάθειες αναζωογόνησης μέσω της πολιτιστικής δραστηριότητας, η οποία αποκτά κυρίως συμβολική αξία και αποτελεί και την κύρια προτεραιότητα. Αυτό συμβαίνει μέσω των λεγόμενων πολιτιστικών έργων ναυαρχίδων, τα οποία συνήθως αναφέρονται στο πολιτιστικό κεφάλαιο μιας πόλης¹⁶: συχνότερα αφορούν μουσεία ή πολιτιστικά κέντρα τα οποία αναπτύσσονται παράλληλα με χρήσεις αναψυχής. Αντίθετα, στις περιπτώσεις αστικής πολιτιστικής αναζωογόνησης, ο πολιτισμός αποτελεί συστατικό μέρος μιας ευρύτερης στρατηγικής και συνυπάρχει με άλλες πρακτικές αναζωογόνησης Evans 2005, McCarthy 2006).

Γενικότερα, η αστική ανάπτυξη με έμφαση στον πολιτισμό στηρίζεται σε τρία κύρια σημεία. Το πρώτο σχετίζεται με την δημιουργία του κατάλληλου κλίματος για την ανάπτυξη καινοτομίας, οικονομικής εξειδίκευσης, δημιουργικότητας, υψηλού επιπέδου εργατικό δυναμικό και πολυπολιτισμικότητα (Μπιανκίνι και Πάρκινσον 1993, Mommaas 2004). Το δεύτερο αναφέρεται κυρίως στη δημιουργία μιας νέας εικόνας για την πόλη η οποία μπορεί να υποστηρίξει και την αντίστοιχη στρατηγική μάρκετινγκ (Ashworth and Turnbridge 1990). Το τρίτο αναφέρεται στην επίτευξη κοινωνικών στόχων και συνοχής.

Στις μέρες μας η χάραξη πολιτιστικής πολιτικής (κρατικής ή τοπικής) έχει να αντιμετωπίσει ένα μεγάλο φάσμα δυσκολιών ως προς τους σκοπούς και τις

¹⁵ Η τάση αυτή δεν εμφανίζεται σε όλες τις χώρες, αλλά εξαρτάται από τις ιστορικές, θεσμικές και πολιτικές συνθήκες κάθε χώρας π.χ., στη Μ. Βρετανία η κυβέρνηση Θάτσερ δεν ευνοεί την αποκέντρωση εξουσίας αλλά αντίθετα περιορίζει τη δύναμη των δήμων.

¹⁶ Πολιτιστικό Κεφάλαιο μιας πόλης μπορεί να θεωρηθεί ένα σημειακό χαρακτηριστικό (κτίριο, μνημείο), μια χωρική ενότητα (παλιά πόλη, θεματικό πάρκο, πολιτιστική περιοχή) ή συνολικά η αστική εμπειρία που προσφέρεται προς κατανάλωση μη μετουσιωμένα αλλά μέσω της διέγερσης των αισθήσεων (Ασπρογέρακας 2004: 43).

μεθόδους της. Παράλληλα, παρατηρούμε ότι στις δεκαετίες του '80 και του '90, η αναγεννημένη αστικότητα αποτέλεσε γόνιμο έδαφος για τα νέα συμφέροντα πολιτικών, αναπτυξιακών εταιριών και επενδυτών, αφού οι ενδοαστικές περιοχές χρησιμοποιούνταν για τη δημιουργία οικονομικού πλεονάσματος (Stewart and Stoker 1993, Mommaas 1999). Σήμερα, με τις στρατηγικές που ευνοούν τις πολιτιστικές και τουριστικές δραστηριότητες, στόχος είναι η περαιτέρω ενδυνάμωση μιας πόλης οικονομικά ή η λύση μακροχρόνιων προβλημάτων της (Stevenson 2003).

Το παράδειγμα της Φρανκφούρτης είναι χαρακτηριστικό: ενώ μέχρι τη δεκαετία του '80 θεωρούνταν μια πόλη «βαρετή» (το προσωνύμιο «Κράνκφουρτ»-άρρωστη πόλη είναι ενδεικτικό), μέσα σε λίγα χρόνια απέκτησε πολλά σημαντικά μουσεία και έντονη καλλιτεχνική ζωή, με σκοπό να κατοχυρώσει τη θέση της ως τραπεζική πρωτεύουσα της Ευρώπης (Μπιανκίνι και Πάρκινσον 1992). Η πολιτιστική πολιτική χρησιμοποιείται σαν πλεονέκτημα στον αστικό ανταγωνισμό, ενώ η συμβολική οικονομία αποτελεί και η ίδια αντικείμενο ανταγωνισμού. Όπως είναι λογικό, η γεωγραφική και οικονομική θέση της πόλης επηρεάζει αντίστοιχα και την πολιτιστική της ανάπτυξη. Όχι τυχαία, οι πόλεις που θεωρούνται πολιτιστικές πρωτεύουσες στην Ευρώπη (Λονδίνο, Παρίσι, Μιλάνο, Αμβέρσα, κ.λπ.) βρίσκονται κατά κύριο λόγο μέσα στα όρια της «μπλε μπανάνας».

Μια ιδιαίτερη κατηγορία πόλεων όσον αφορά τις αστικές πολιτιστικές πολιτικές αποτελούν οι πρώην βιομηχανικές πόλεις. Ο ρόλος της πολιτιστικής πολιτικής ήταν ιδιαίτερα σημαντικός για τις πρώην βιομηχανικές πόλεις. Οι πόλεις αυτές – πρόκειται για δεκάδες παγκοσμίως- αντιμετώπισαν την αποβιομηχάνιση και τις καταστροφικές συνέπειες της στη δεκαετία του 1980 και από τότε αναζητούν νέες λύσεις για οικονομική ανάπτυξη και φυσική αναζωογόνηση. Η διαδικασία αυτή ανάγκασε τις πόλεις αυτές να αναζητήσουν νέα ταυτότητα και να αυτοπροσδιοριστούν εκ νέου με δεδομένη την ανάπτυξη του αστικού ανταγωνισμού όχι μόνο σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο, αλλά σε παγκόσμιο. Οι περισσότερες πόλεις αντιμετώπισαν το γεγονός αυτό προσπαθώντας να αναπτύξουν την επιχειρηματικότητα, την καινοτομία, τις επενδύσεις του ιδιωτικού τομέα, επιβάλλοντας φορολογικά κίνητρα και παρέχοντας στήριξη στην εκπαίδευση. Στη διαδικασία αυτή ο ρόλος της πολιτιστικής πολιτικής είχε δύο διαστάσεις:

Πρώτον, να επηρεάσει την εικόνα της πόλης θετικά, αφού πλέον ο βιομηχανικός χαρακτήρας λειτουργούσε αρνητικά ως στοιχείο στις επενδύσεις. Αυτό στις περισσότερες περιπτώσεις πραγματοποιήθηκε από εξωτερικούς συμβούλους οι οποίοι ωστόσο δεν προχωρούσαν σε έναν γενικό ανασχεδιασμό της πόλης, ούτε έδωσαν μεγάλη σημασία στη δημιουργία υποδομών. Αντίθετα στόχος

τους υπήρξε η πρόσκαιρη δημιουργία εντυπώσεων. Με τον καιρό αναγνωρίστηκε η σημασία του μάρκετινγκ και ο συνδυασμός της ποιότητας ζωής και του τουριστικού προϊόντος μέσα από μία ευρύτερη έννοια του πολιτισμού ως «ατμόσφαιρας» ή «αίσθησης». Οι βρετανικές πόλεις θέλησαν να γίνουν «ευρωπαϊκές», με cafe που σέρβιραν καπουτσίνο, κλαμπ και μπαρ. Το μοντέλο αυτό το οποίο βασιζόταν τόσο στην εικόνα όσο και στη δημιουργία χώρων σε συνδυασμό με την αύξηση των επενδύσεων σε ακίνητη περιουσία σε κεντρικές περιοχές της πόλης θύμιζε πολύ το βορειοαμερικανικό μοντέλο αστικής αναζωογόνησης. Ο πολιτισμός ανανέωνε τα κτίρια, δημιουργούσε καινούρια εικόνα, προσέλκυε τουρίστες και υπογράμμιζε τη έννοια της ζωντανής, «ξενοχτάδικης» ευρωπαϊκής πόλης (Ο' Connor 1997, 1999).

Δεύτερον, ο πολιτισμός θεωρείται παράγοντας αύξησης της απασχόλησης σε μια πόλη. Οι πολιτιστικές βιομηχανίες συνεισφέρουν άμεσα στην αύξηση της απασχόλησης και του εισοδήματος, μέσα από τη δημιουργία, διανομή και πώληση αγαθών και υπηρεσιών, καθώς και μέσα από τη δημιουργία εισροών για άλλους κλάδους. Αυτή είναι ουσιαστικά η κύρια συνεισφορά τους στην τοπική οικονομία, αν και δεν πρέπει να παραβλέπεται η σημασία των υπολοίπων παραγόντων.

Γ. Νέες τάσεις που επηρεάζουν την αστική πολιτιστική πολιτική

Με βάση την πρόσφατη βιβλιογραφία μπορεί κανείς να εντοπίσει επτά βασικούς παράγοντες που επηρεάζουν την αστική πολιτιστική πολιτική και δημιουργούν σχετικές νέες τάσεις (Evans 2001, 2004, Mommaas 2005, Κόνσολα 2006):

1. Νέα Πρότυπα Πολιτιστικής Παραγωγής και Κατανάλωσης
2. Αστικός Ανταγωνισμός και City Marketing
3. Αστικός Τουρισμός
4. Φεστιβάλ και Εκδηλώσεις Μεγάλης Κλίμακας (Mega Event)
5. Μνημειακή Αρχιτεκτονική και εμβληματικά έργα
6. Η έκρηξη των μουσείων
7. Λειτουργική Ανασύνθεση της πόλης και Πολιτιστικές Περιοχές

Οι νέες αυτές τάσεις παρουσιάζονται πιο αναλυτικά παρακάτω:

1. Νέα Πρότυπα Πολιτιστικής Παραγωγής και Κατανάλωσης

Όπως ήδη έχει αναφερθεί παραπάνω, ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που επιφέρουν υποχρεωτικά αλλαγές στην πολιτιστική των πόλεων είναι ότι έχουν αλλάξει σημαντικά τα πρότυπα πολιτιστικής παραγωγής και κατανάλωσης. Η κυρίαρχη τάση έως σήμερα ήταν ότι η εύθραυστη υψηλή τέχνη

μπορεί να ανθήσει μόνο υπό την επίβλεψη του κράτους, ενώ η εμπορική πολιτιστική βιομηχανία κατευθύνεται από τις δυνάμεις της αγοράς και τη λαϊκή ζήτηση. Ακόμη, στην σύγχρονη πολιτική αρένα, η υψηλή τέχνη και η λαϊκή κουλτούρα επιμένουν στην ύπαρξη τους. Στην πράξη, ωστόσο, ο διαχωρισμός δεν φαίνεται να λειτουργεί ούτε για το κοινό ούτε για τους παραγωγούς (Wynne 1992). Ζητούμενο αποτελεί πλέον η βίωση της ξεχωριστής εμπειρίας και η αυθεντικότητα (Schulze 1992).

Επιπρόσθετα, ο ίδιος ο ορισμός του πολιτιστικού αγαθού μεταβάλλεται και τα επαγγέλματα που σχετίζονται με τον πολιτισμό διευρύνονται: περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως είναι ο κινηματογράφος, η λογοτεχνία, οι εκδόσεις, το θέατρο, η δισκογραφία, οι συναυλίες, οι παραστάσεις, η μόδα, το design, η αρχιτεκτονική, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, οι εικαστικές τέχνες, τα μουσεία, οι αίθουσες τέχνης, η χειροτεχνία και ο σχεδιασμός σε υπολογιστή. Η παραγωγή των πολιτιστικών αγαθών έχει μεταβληθεί σημαντικά λόγω της εξέλιξης της τεχνολογίας και της παγκοσμιοποίησης.

2. Αστικός Ανταγωνισμός και City Marketing

Δεύτερον, ο έντονος αστικός ανταγωνισμός τόσο σε τοπικό, όσο και σε εθνικό ή παγκόσμιο επίπεδο υποχρεώνει τις πόλεις να αναζητήσουν συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι των υπολοίπων. Το αστικό μάρκετινγκ και το city branding αποτελούν πλέον καθιερωμένες πολιτικές πρακτικές για πολλές πόλεις. Η εταιρική ταυτότητα μιας πόλης της δίνει το πλεονέκτημα της αναγνωρισιμότητας, καθώς και της ταύτισης, της συνέχειας και της συλλογικής αντιπροσώπευσης. Η ταύτιση της πόλης με μία συγκεκριμένη πολιτιστική εικόνα είναι καταρχήν ένας αποτελεσματικός τρόπος προώθησής της ως τουριστικό προϊόν, ενώ αποτελεί και λόγο υπερηφάνειας και αναγνώρισης για τους κατοίκους της. Ο οικονομικός παράγοντας διαδραματίζει ουσιώδη ρόλο στην κατανόηση της έννοιας και του περιεχόμενου του μάρκετινγκ γενικά, όταν όμως το μάρκετινγκ αφορά προορισμούς ή πόλεις οι σχετικές δραστηριότητες διαφέρουν όσον αφορά τα χαρακτηριστικά τους (Magosse 2005). Η προώθηση αποτελεί σήμερα ένα από τα βασικά στοιχεία των πόλεων στον αστικό ανταγωνισμό. Η διαφήμιση των τόπων και των πόλεων δεν αποτελεί καινοτομία, αφού και σε περασμένους αιώνες υπάρχουν στοιχεία για σχετικές διαφημιστικές καμπάνιες¹⁷.

Σύμφωνα με τον Kotler (1999), «το μάρκετινγκ του τόπου αφορά στη διαδικασία του σχεδιασμού προκειμένου να ικανοποιήσει τις ανάγκες των αγορών-στόχων στις οποίες απευθύνεται. Μπορεί να είναι επιτυχημένο όταν ικανοποιούνται

¹⁷ Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της Βαϊμάρης στη Γερμανία όπου ήδη το 1893 ιδρύθηκε «Σύλλογος για την τουριστική προβολή της Βαϊμάρης» με σκοπό τη προβολή της ιδιαίτερης καλλιτεχνικής ατμόσφαιράς της.

δύο παράμετροι: α) οι επιχειρήσεις και οι κάτοικοι αποκτούν ικανοποίηση από την κατανάλωση των αγαθών και των υπηρεσιών που ο τόπος τους παρέχει και β) οι προσδοκίες των αγορών-στόχων (επενδύσεις, επισκέπτες, κ.ά.) ικανοποιούνται, στο βαθμό που τα αγαθά και οι υπηρεσίες που τους παρέχει ο τόπος είναι και αυτά που επιθυμούν να λάβουν».

Το μάρκετινγκ πόλεων βασίζεται στην παραδοχή ότι όλες οι πόλεις έχουν μία εικόνα ή πιο σωστά έναν αριθμό εικόνων. Οι εικόνες των τόπων σχεδόν πάντα προβάλλουν υπερβολικά ορισμένα στοιχεία τα οποία μπορεί να είναι φυσικά, πολιτιστικά, κοινωνικά, οικονομικά, πολιτικά ή και συνδυασμός αυτών, ενώ παράλληλα αποκλείουν άλλα στοιχεία. Το γεγονός ότι οι πραγματικές συνθήκες στην πόλη μπορεί να έχουν αλλάξει σημαντικά από τότε που σχηματίστηκε η συγκεκριμένη εικόνα της πόλης δεν είναι σημαντικό. Στον κόσμο της αντίληψης η εικόνα είναι πιο σημαντική από την πραγματικότητα, γεγονός το οποίο μπορεί να αποδειχθεί είτε πλεονέκτημα είτε μειονέκτημα για τις πόλεις (Hall 2005:165-166).

Από τη μια πλευρά, σημαίνει ότι μια αστική εικόνα μπορεί να κατευθυνθεί και να μεταλλαχθεί με έξυπνο τρόπο από τους ειδικούς του αστικού μάρκετινγκ χωρίς να χρειάζεται να μπουν στον κόπο να προκαλέσουν ανάλογες αλλαγές στον τόπο. Από την άλλη πλευρά, σημαίνει ότι αρνητικές ή παραπλανητικές εικόνες μπορεί να επιμένουν να υπάρχουν παρά τις σημαντικές αλλαγές που ενδεχομένως έχουν συντελεστεί. Ο πολιτισμός και η κληρονομιά είναι συνήθως το πιο δημοφιλές χαρακτηριστικό που προβάλλεται στις προωθητικές καμπάνιες τόπων ή πόλεων, αφού αντιπροσωπεύουν στοιχεία με τα οποία μπορεί να συνδεθεί πιο εύκολα ο επισκέπτης. Στη διαφήμιση όλα τα στοιχεία πρέπει να προβάλλονται με έναν εύκολα κατανοητό τρόπο και οι πολιτιστικοί πόροι προσφέρονται για τον σκοπό αυτό.

Ο έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των πόλεων και η προσπάθεια τους να ανέβουν στις σχετικές ιεραρχίες είχε σαν αποτέλεσμα να αναπτυχθεί μια μεγάλη βιομηχανία γύρω από την εσκεμμένη παραποίηση και την προώθηση εικόνων τόπων. Ωστόσο, οι προωθητικές εκστρατείες δεν είναι η μόνη μέθοδος με την οποία σχηματίζονται οι εικόνες των τόπων¹⁸. Ορισμένες πόλεις κάνουν μεγάλες προσπάθειες ανατροπής των εικόνων που θεωρούν ότι τις βλάπτουν, π.χ. η Βιέννη προσπαθεί να ανατρέψει την μονοσήμαντη εικόνα της παραδοσιακής, ιστορικής πόλης προβάλλοντας την εικόνα της σύγχρονης πόλης ή -αντίστοιχα- το

¹⁸ Πειστικές αστικές εικόνες μπορούν να σχηματιστούν με διάφορους τρόπους οι οποίοι περιλαμβάνουν: την κάλυψη γεγονότων σε τόπους από τα μέσα ενημέρωσης που γίνονται οι κυρίαρχες εντυπώσεις των τόπων αυτών (παραδείγματα αποτελούν οι μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις και οι εξεγέρσεις σε κέντρα πόλεων), την σάτιρα (όπως για παράδειγμα γνωστός κωμικός που παρουσιάζει τους κατοίκους της Θεσσαλονίκης ως τεμπέληδες), την προσωπική εμπειρία (οι επισκέψεις τουριστών σε πόλεις είναι λόγω συντομίας και περιστάσεων ιδιαίτερα επιλεκτικές) και τις περιγραφές και τις φήμες (οι διηγήσεις άλλων ανθρώπων για πόλεις, είτε βασίζονται σε προσωπική εμπειρία είτε σε περιγραφές, αποτελούν ένα σημαντικό στοιχείο των εντυπώσεων που έχουμε για τόπους).

Άμστερνταμ προσπαθεί να αλλάξει την εικόνα της πόλης που ταυτίζεται με τα ναρκωτικά και το νεανικό τουρισμό και να προβάλει και άλλα στοιχεία (Magosse 2005, WTO/ETC 2005).

Στην Ευρώπη, σύμφωνα με τη Λ. Λεοντίδου, η σύγχρονη αστική διαχείριση προσπαθεί να βελτιώσει την εικόνα της πόλης με τέσσερις κύριες στρατηγικές (Λεοντίδου 1996:55, 2004:289-291):

- Με την επιδίωξη της κεντρικότητας π.χ., με την υπαγωγή στον κεντρικό αναπτυξιακό άξονα της Ευρώπης, τη λεγόμενη «μπλε μπανάνα», που εκτείνεται όπως αναφέρθηκε και παραπάνω από το Λονδίνο μέχρι το Μιλάνο. Κάθε πόλη προσπαθεί να συνδεθεί με τον άξονα αυτό ή να ενταχθεί σε παράλληλους άξονες (π.χ. «ζώνη του ηλίου»).
- Με την φιλοξενία διεθνών αθλητικών ή πολιτιστικών γεγονότων (mega – event) που θα προσελκύσουν επισκέπτες, επενδυτές, καθώς και αυξημένες Ευρωπαϊκές χρηματοδοτήσεις. Τα σημαντικότερα γεγονότα αυτής της κατηγορίας είναι οι Ολυμπιάδες, οι EXPO και οι πολιτιστικές πρωτεύουσες. Παράλληλα, πολλές πόλεις ερίζουν για την έδρα σημαντικών θεσμικών οργάνων και οργανισμών, όπως το Ευρωκοινοβούλιο, η Ευρωπαϊκή Τράπεζα, κ.λπ. ή ακόμα και για μουσεία (π.χ. Γκούγκενχαϊμ) ή για θεματικά πάρκα (π.χ. Ντίσνεϋλαντ). Σε όλες αυτές τις περιπτώσεις πρέπει να συνυπολογίζονται και τα πολύ σημαντικά πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα: ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι οι Βρυξέλλες προσέλκυσαν πολύ μεγάλο αριθμό πρεσβειών, διοικήσεων, τραπεζών, κ.ά. μετά τη χωροθέτηση των υπηρεσιών της Ε.Ε.
- Με την αισθητική αναβάθμιση του αρχιτεκτονικού τοπίου. Το ενδιαφέρον για το τοπίο και για τη συμβολή της φαντασίας και της αισθητικής στο σχηματισμό του αστικού χώρου βρίσκεται σήμερα στο επίκεντρο του αστικού σχεδιασμού, της αστικής διαχείρισης και της πολεοδομίας. Σε αντίθεση με τη μοντερνιστική «λειτουργική μορφή» που εισήγαγε ο Le Corbusier, σήμερα η αισθητική ορίζει τη μορφή.
- Με την «επανανακάλυψη» της παράδοσης και της τοπικής ιδιαιτερότητας. Η ευαισθητοποίηση του κόσμου για την τοπική ιστορία και αρχιτεκτονική κληρονομιά, η «μνημειακότητα» των πόλεων και οι παραδόσεις προβάλλονται και λειτουργούν σαν αιχμές για τη διαφήμιση και την οικονομική ανάπτυξη των πόλεων.

Η αστική προώθηση αποτελεί καιρό τώρα ένα ενδογενές χαρακτηριστικό της αστικής ανάπτυξης και, επομένως, και της αστικής γεωγραφίας και τα αποτελέσματα μετρούνται με την ανταγωνιστικότητα. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ η

ανταγωνιστικότητα ορίζεται ως ο βαθμός ικανότητας μιας χώρας ή περιφέρειας, υπό συνθήκες ελεύθερης αγοράς, να παράγει αγαθά και υπηρεσίες ικανοποιώντας τις απαιτήσεις των διεθνών αγορών ενώ παράλληλα να εξασφαλίζει τη διατήρηση και τη διανομή εισροών/ εισοδημάτων στους πολίτες σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα (βλ. Jensen-Butler 1997). Αντίθετος με τον ορισμό αυτόν είναι ο Krugman, ο οποίος ασκεί αυστηρή κριτική σε όσους ταυτίζουν την ανταγωνιστικότητα των χωρών ή περιφερειών με αυτήν των επιχειρήσεων (Krugman 1996).

Οι στρατηγικές και πρακτικές μάρκετινγκ με τους οποίους προωθούν οι πόλεις την εικόνα τους διαφέρουν κατά περίπτωση και περιλαμβάνουν διανομή οδηγών φυλλαδίων και άλλων πληροφοριών μέσω τουριστικών γραφείων, βιβλιοθηκών και εμπορικών πληροφοριακών υπηρεσιών, μέσω απαντήσεων σε εξ αποστάσεως έρευνες, διαφήμιση με αφίσες (ειδικά σε μέρη όπου πιθανόν να μαζεύεται το αντίστοιχο κοινό, για παράδειγμα μεγάλους σιδηροδρομικούς σταθμούς και αεροδρόμια), μέσω διαφημίσεων στον τύπο, σε ειδικευμένα περιοδικά και μέσω της χρήσης αναγνωρίσιμων σλόγκαν και εμπορικών σημάτων της πόλης. Οι πόλεις υιοθετούν περισσότερο μια παραγωγική άποψη σχετικά με το μάρκετινγκ. Σήμερα οι πόλεις στέλνουν συχνά αντιπροσώπους από τις τοπικές αρχές και την επιχειρηματική κοινότητα στο εξωτερικό για να συναντήσουν πιθανούς πελάτες.

Οι τρόποι με τους οποίους έχει προωθηθεί η πόλη υπήρξαν ποικιλότροποι και κάθε φορά εξαρτώνταν από την τεχνολογία της εποχής¹⁹, αλλά και από τις επιδιώξεις των σχεδιαστών μάρκετινγκ. Οι τρόποι αυτοί περιλαμβάνουν διαφήμιση με αφίσες, διανομή οδηγών και φυλλαδίων, διοργάνωση Φεστιβάλ, διαφημίσεις στον Τύπο, διαφημίσεις στα ΜΜΕ (ραδιόφωνο, τηλεόραση), σλόγκαν και λογότυπους, διαφήμιση στο διαδίκτυο, δημόσιες σχέσεις και σχηματισμό αστικής εταιρικής ταυτότητας (City Brand) (βλ. Μεταξάς και Αυγερινού 2005:378-400). Η έννοια του brand (εταιρική ταυτότητα) έχει εφαρμογή τα τελευταία χρόνια και στο χώρο των πόλεων²⁰. Πολλές πόλεις ταυτίζονται εδώ και πολλά χρόνια με συγκεκριμένες εταιρίες των οποίων αποτελούν έδρα (π.χ. το Αϊντχόβεν με τη Φίλιπς, το Δουβλίνο με την μπύρα Guinness) με εργοστάσια, με ποδοσφαιρικές ομάδες, με γιορτές, με κάποιο προϊόν, κ.λπ. Η εταιρική ταυτότητα μιας πόλης της δίνει το πλεονέκτημα της αναγνωρισιμότητας, καθώς και της ταύτισης, της συνέχειας και της συλλογικής αντιπροσώπευσης (Van Synghele κ.ά. 2002).

¹⁹ Χαρακτηριστικό παράδειγμα για την εξέλιξη των τρόπων προώθησης είναι ότι πρόσφατα ολλανδικές πόλεις όπως το Άμστερνταμ ή το Αϊντχόβεν αγόρασαν νησιά στο διαδικτυακό τόπο Second Life. Η τρέχουσα αξία του νησιού του Άμστερνταμ υπολογίζεται σε 50.000 δολάρια!

²⁰ Για να δημιουργηθεί το brand υπάρχουν τα σχετικά επικοινωνιακά εργαλεία: Το Όνομα (καθορίζεται από παράγοντες που δεν συνδέονται με την αγορά και είναι δύσκολο να τροποποιηθεί), το Slogan (μικρή φράση που περικλύει το όραμα ενός τόπου), το θέμα (μια ιδέα που πληροφορεί για όλες τις δραστηριότητες) τα Σύμβολα (Λογότυπο, χαρακτηριστικό τοπόσημα και κτίρια, διάσημοι άνθρωποι), Γεγονότα και Αθλήματα (Φεστιβάλ, αθλητικά γεγονότα).

Η ταύτιση της πόλης με μία συγκεκριμένη πολιτιστική εικόνα είναι καταρχήν ένας αποτελεσματικός τρόπος προώθησής της ως τουριστικό προϊόν, ενώ αποτελεί και λόγο περηφάνειας και αναγνώρισης για τους κατοίκους της. Τα παραδείγματα από τον διεθνή χώρο είναι πάρα πολλά, ενδεικτικά αναφέρεται η ταύτιση του Gaudí με την Βαρκελώνη ή η ταύτιση των Nirvana με το Σιάτλ. Ορισμένες φορές η ταύτιση αυτή ενδέχεται μακροπρόθεσμα να ζημιώνει την πόλη, αφού δημιουργεί μία πάγια δεδομένη εικόνα που δεν ανατρέπεται εύκολα. Στην περίπτωση δε που συγκεκριμένες πόλεις ταυτίζονται με μία συγκεκριμένη πολιτιστική έκφραση (π.χ. το Μάντσεστερ με την χορευτική σκηνή ή το Άμστερνταμ με την ομοφυλοφιλική σκηνή) υπάρχει ο κίνδυνος να αποθαρρύνει επισκέπτες ή κατοίκους, ειδικά όταν πρόκειται για μια έκφραση που αφορά αποκλειστικά ένα μέρος του πληθυσμού.

Η σημασία της προωθητικής εικόνας σε ορισμένες αγορές είναι αμφιλεγόμενη, αν και σε άλλες σημαντικές αγορές όπως είναι κυρίως ο τουρισμός και ο επαγγελματικός τουρισμός, η σημασία της προωθητικής εικόνας είναι μεγάλη. Σε περιπτώσεις που η μετεγκατάσταση είναι θέμα λίγων ημερών, η εικόνα έχει το σημαντικότερο ρόλο στην απόφαση των πιθανών καταναλωτών. Οι εικόνες της πόλης που δημιουργούνται από τις προωθητικές εκστρατείες και τις διαδικασίες του branding είναι επιλεκτικές και βασίζονται σε συγκεκριμένες θετικές εικόνες και τον αποκλεισμό άλλων μη ελκυστικών, αρνητικών εικόνων. Έχει υποστηριχθεί ότι η διαδικασία αυτή δεν είναι αθώα. Είναι διαπιστωμένο ότι πρόκειται για ένα σημαντικό μέρος της σύγχρονης διαδικασίας αστικοποίησης. Ορισμένοι γεωγράφοι έχουν υποστηρίξει ότι οι θετικές εικόνες που δημιουργούνται μέσα από τις προωθητικές εκστρατείες και την αστική αναζωογόνηση έχουν λειτουργήσει ως «μάσκες», κρύβοντας την πραγματικότητα των αστικών προβλημάτων (Harvey 1988:35). Κατά αυτόν τον τρόπο το αστικό μάρκετινγκ κατηγορείται ως ένα από τα πιο αποτελεσματικά εργαλεία νεοφιλελεύθερης πολιτικής, το οποίο αποτρέπει τις κοινωνικές αντιδράσεις με μία εσφαλμένη εικόνα της πραγματικότητας. Πράγματι, το αστικό μάρκετινγκ – αν και δεν αποτελεί εργαλείο τοπικής πολιτικής καθαυτό – απαιτεί τη προηγούμενη επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων μιας πόλης για να μπορέσει να ανταποκριθεί στους σκοπούς του.

Στη εποχή μας, αν δούμε το branding των πόλεων από οικονομική άποψη, θα παρατηρήσουμε, ότι συνδέεται ουσιαστικά με την επιθυμία κάποιων ανθρώπων να τοποθετήσουν τις πόλεις σε μια υψηλότερη θέση στην ιεραρχία των πόλεων, να τους δώσουν μια δυναμικότητα και να πλημμυρίσουν την αγορά με τοποθεσίες και προορισμούς. Όμως, η οικονομική λειτουργικότητα δεν εξηγεί από μόνη της την έλξη και τη διασημότητα που μπορεί να προσλάβει μια πόλη. Αν δούμε το branding μέσα από μια βαθύτερη κοινωνιολογική τοποθέτηση καταλαβαίνουμε, ότι είναι ένα εργαλείο που ορίζει τους ανθρώπους, τα πράγματα και τα γεγονότα ως ένα σημείο

που αποτελεί τμήμα ενός ευρύτερου συνόλου. Από αυτή την οπτική, το brand των πόλεων δεν είναι ξεκάθαρα μια πηγή που προσφέρει σύγκριση, αλλά είναι και μια ταυτότητα, μια αναδιοργάνωση, μια συνέχεια και μια συλλεκτικότητα. Υπάρχουν δύο προσεγγίσεις για το branding. Η πρώτη έχει να κάνει με το προϊόν και θεωρεί το brand απλώς μια προσθήκη στο προϊόν με σκοπό τον προσδιορισμό της ταυτότητας του προϊόντος και την διαφοροποίησή του από τα άλλα εστιάζοντας στην προώθηση. Η δεύτερη προσέγγιση είναι ολιστική, θεωρώντας το brand ένα αναπόσπαστο κομμάτι του προϊόντος που ανήκει στη φροντίδα των καταναλωτών και εστιάζει στην ενοποίηση όλων των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

Το αστικό μάρκετινγκ χρησιμοποιεί συγκεκριμένες εικόνες για την παρουσίαση διαφορετικών κοινωνικών, περιβαλλοντικών και οικονομικών χαρακτηριστικών της πόλης (βλ. Hall 2005: 168-173). Προωθεί την εικόνα της επιχειρηματικότητας, του πολιτισμού, της κατοικίας και της ποιότητας ζωής, της αρχιτεκτονικής και της ελκυστικής περιβαλλοντικής εικόνας. Η ύπαρξη ζωντανής πολιτιστικής σκηνής είναι ένα από τα στοιχεία κλειδιά για την γενικότερη ανάπτυξη μιας πόλης σύμφωνα με τις τρέχουσες θεωρίες αστικής ανάπτυξης (Landry 2000, Florida 2002, 2004, Evans 2007). Ο ρόλος του πολιτισμού και ο τρόπος που επηρεάζει θετικά την πόλη παρουσιάζεται σε άλλα μέρη της παρούσας διατριβής. Όσον αφορά την διαδικασία του αστικού μάρκετινγκ και branding είναι εμφανής η προσπάθεια των περισσότερων πόλεων να παρουσιάσουν ως κύριο στοιχείο μία συγκεκριμένη πολιτιστική δραστηριότητα ή κάποιο στοιχείο πολιτιστικής κληρονομιάς.

3. Αστικός Τουρισμός

Ο αστικός τουρισμός (ο οποίος παρουσιάζεται στο κεφάλαιο 2 της παρούσας διατριβής) είναι μια από τις ανερχόμενες τάσεις στον τουρισμό παγκοσμίως, κυρίως λόγω της κυρίαρχης τάσης για μικρά ταξίδια όπου συχνά πλέον προτιμούνται αστικοί προορισμοί.

4. Φεστιβάλ και Εκδηλώσεις Μεγάλης Κλίμακας (Mega Event)

Τα πιο εμφανή και αναγνωρίσιμα παραδείγματα τοπικής πολιτιστικής πολιτικής είναι αναμφίβολα τα σύγχρονα φεστιβάλ και τα λεγόμενα «mega events», τα οποία πλέον έχουν εξελιχθεί ιδιαίτερα και σε καμία περίπτωση δεν αντιμετωπίζονται ως απλές εκδηλώσεις ή εορτασμοί. Γενικότερα, ως φεστιβάλ ορίζεται «ένας δημόσιος θεματικός εορτασμός ο οποίος είναι χρονικά καθορισμένος και διοργανώνεται με ένα συγκεκριμένο σκοπό» (Getz 1991 στο Evans 2001:ο.π.). Βέβαια, ο συγκεκριμένος ορισμός αδυνατεί να προσδιορίσει τις διαφορετικές μορφές φεστιβάλ και τον τρόπο οργάνωσής τους: υπάρχουν φεστιβάλ τα οποία

είναι εμπορικά (π.χ. Rockwave Festival) και άλλα τα οποία στηρίζονται αποκλειστικά στην εθελοντική εργασία (Αντιρατσιστικό Φεστιβάλ Αθήνας) ή έχουν θρησκευτικό χαρακτήρα (π.χ. Υακίνθεια).

Οι πόλεις προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν τα φεστιβάλ και τα mega-events προκειμένου να ενισχύσουν την εικόνα τους και να αναγνωριστούν διεθνώς ως πόλοι έλξης. Η μεγάλη προσφορά φεστιβάλ, ο χωρικός ανταγωνισμός για τα μεγάλα πολιτιστικά και αθλητικά γεγονότα και η μεγάλη δημοσιότητα που δίνεται από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, απαιτούν προσεκτική διαχείριση και ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου. Αυτός είναι και ο λόγος που εδώ και λίγα χρόνια έχει αναπτυχθεί ένας ξεχωριστός κλάδος «διαχείρισης γεγονότων» (event management) με ξεχωριστές πρακτικές και απαιτήσεις. Τα φεστιβάλ μουσικής, οι εικαστικές φουαρέ, τα φεστιβάλ κινηματογράφου, αλλά και μεγάλες διοργανώσεις όπως ο εορτασμός της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης και τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα έχουν τη δύναμη να χαρακτηρίζουν μια πόλη και να βοηθούν στην αναγέννησή της (Evans 2001: 236-8, Quinn 2005:928). Οι θεματικές περιοχές των φεστιβάλ, οι σχετικοί προϋπολογισμοί και το μέγεθος τους διαφέρουν σημαντικά και διαχωρίζονται σε mega events, medium events και σε mini events (Freyer 2000).

Η διοργάνωση mega-events στην Ευρώπη δείχνει να αποτελεί δημοφιλή λύση για πολλές πόλεις, ενώ παρατηρείται αυξητική τάση στους σχετικούς προϋπολογισμούς. Πέρα από τα καθιερωμένα φεστιβάλ (π.χ., φεστιβάλ Εδιμβούργου, Σάλτσμπουργκ, Μπάιροιτ) εμφανίζονται πολλά νεωτερικά ή θεματικά φεστιβάλ (π.χ., το φεστιβάλ έθνικ μουσικής Sonar στη Βαρκελώνη) δείχνουν να γίνονται αντικείμενο μεγάλων επενδύσεων και προσεκτικού προγραμματισμού²¹ (Schuster 1995). Η περίπτωση των mega-events διαφέρει από αυτή των απλών φεστιβάλ αφού διοργανώνονται κατόπιν πολιτικών αποφάσεων και ξεφεύγουν από τις καθιερωμένες πρακτικές διοργάνωσης και προγραμματισμού, ενώ σε πολλές περιπτώσεις δεν ακολουθούν ούτε την οικονομική λογική. Τα mega-events, όπως είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες ή οι EXPO έχουν κατά κανόνα σημαντικές επιπτώσεις στην πόλη που τα διοργανώνει λόγω των εκτεταμένων υποδομών και του μεγάλου κόστους που απαιτεί η διοργάνωσή τους (Evans 2001, Schuster 1995). Τα γεγονότα αυτά δεν οργανώνονται περιοδικά σε μια πόλη και χαρακτηρίζονται από τη μακροχρόνια επίδραση ή «κληρονομιά» (legacy) που αφήνουν και μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης (Garcia 2004:140).

Ειδική κατηγορία αποτελούν οι καθιερωμένες εικαστικές εκθέσεις ή φουαρέ οι οποίες επίσης γίνονται αντικείμενο ανταγωνισμού. Εκτός από την Μπιενάλε της

²¹ Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι για τον εορτασμό του έτους Μότσαρτ (2006) στη Βιέννη υπάρχει προϋπολογισμός που υπερβαίνει τα 30 εκατ. Ευρώ.

Βενετίας, πολλές πόλεις προσπαθούν να καθιερώσουν αντίστοιχους θεσμούς, όπως η Αλεξάνδρεια, τα Τίρανα, η Κωνσταντινούπολη και πολλές άλλες πόλεις²².

Ιδιαίτερη περίπτωση αποτελεί ο θεσμός της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης, ένας θεσμός ο οποίος γενικά θεωρείται επιτυχημένος²³ δείχνει την αυξανόμενη σημασία που αποδίδεται στο ρόλο του πολιτισμού στην ανάπτυξη και αναγέννηση μιας πόλης. Στα τέλη του Νοεμβρίου του 1983, οι δέκα Υπουργοί Πολιτισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης συγκεντρώθηκαν στην Αθήνα ύστερα από πρόσκληση της Υπουργού Πολιτισμού Μελίνας Μερκούρη, η οποία ήταν και εκείνη που πρότεινε την ιδέα της πολιτιστικής πρωτεύουσας. Η γενική ιδέα ήταν να επιλέγεται μία ευρωπαϊκή πόλη κάθε χρόνο για την ανάθεση του τίτλου της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης. Από το 1985 (με πρώτη διοργανώτρια την Αθήνα) ο θεσμός διοργανώνεται κάθε χρόνο, με διαφορετικές προσεγγίσεις και αποτελέσματα²⁴. Τις πρώτες χρονιές οι πόλεις που ανέλαβαν τη διοργάνωση αποτελούσαν καθιερωμένα πολιτιστικά κέντρα (Φλωρεντία, Άμστερνταμ, Βερολίνο, Παρίσι) με αποτέλεσμα να μην ξεχωρίσουν οι εορταστικές εκδηλώσεις από τις ήδη καθιερωμένες (Corijn and Mommaas 1995).

Μεγαλύτερο ενδιαφέρον παρουσίασαν αντίθετα, οι περιπτώσεις πόλεων που χρησιμοποίησαν το θεσμό για να πετύχουν την αναγέννηση τους. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η Γλασκώβη, η Αμβέρσα και, πιο πρόσφατα, η Λιλ. Η Γλασκώβη ανακηρύχθηκε Πολιτιστική Πρωτεύουσα το 1990 και με ένα αρκετά πετυχημένο πρόγραμμα, υψηλές χορηγίες και μακροπρόθεσμο σχεδιασμό κατάφερε σε μεγάλο βαθμό να αλλάξει την εικόνα των επισκεπτών για την πόλη και να προσελκύσει το διεθνές ενδιαφέρον (Μπιανκίνι και Πάρκινσον 1995). Ωστόσο υπήρξαν και πολλές κριτικές²⁵ σχετικά με το αποτέλεσμα, αφού θεωρήθηκε ότι η διοργάνωση δεν βελτίωσε τη θέση των μη προνομιούχων στρωμάτων της πόλης και εισήγαγε ξένα προς την πόλη πρότυπα πολιτιστικής έκφρασης (Evans 2001, Garcia 2004). Η αντίθεση προς τη δημιουργία της Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας στη Γλασκώβη το 1990 και η συζήτηση που αναδείχτηκε δείχνει μια άλλη πτυχή των mega event²⁶. Η Αμβέρσα το 1993

²² βλ. Ζενάκος Α., «Ένας κόσμος γεμάτος μπιενάλε», άρθρο στο Βήμα, 17 Σεπ. 2006.

²³ Χαρακτηριστικό είναι ότι πρόσφατα ξεκίνησαν και άλλες περιοχές στον κόσμο παρόμοιους θεσμούς (π.χ., Καναδάς, Ρωσία).

²⁴ βλ. http://europa.eu.int/comm/culture/eac/index_en.html

²⁵ βλ. Περίπτωση Μελέτης Μάντσεστερ.

²⁶ Η «Γλασκώβη, πόλη των εργατών» είναι μια ριζοσπαστική οργάνωση η οποία αποτελείται, μεταξύ άλλων, από συγγραφείς και ακτιβιστές που αντιδρούσαν σθεναρά στο ρόλο της Γλασκώβης ως Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας το 1990. Η βάση της αντίθεσης τους ήταν ότι η άποψη του πολιτισμού της Γλασκώβης που προβαλλόταν κατά τη διάρκεια του έτους εορτασμού απέτυχε να δείξει αυτό που εκείνοι πίστευαν ως «αληθινή» πολιτιστική εμπειρία της πόλης, την εμπειρία της εργατικής τάξης. Οι εορτασμοί περιλάμβαναν περίπου 4.000 εκδηλώσεις που κόστισαν περίπου 50 εκατ. λίρες και περίπου 10.000 τελετές που κόστισαν περίπου πενήντα εκατομμύρια λίρες. Από το ποσό αυτό ο Δήμος κατέβαλε 15 εκατ. λίρες και η περιφέρεια του Strathclyde 12 εκατ. λίρες. Η τοπική οικονομία αναμφίβολα ωφελήθηκε από τους εορτασμούς, ειδικά λόγω των δαπανών των 4 εκατ. επισκεπτών στην πόλη το 1990.

επίσης παρουσίασε ένα πολύ καλό πρόγραμμα με συνεχείς εκδηλώσεις όλη τη χρονιά, που βοήθησε σημαντικά στη μακροχρόνια βελτίωση της πόλης (Palmer and Rae 2004). Η Λιλ, η οποία ήταν πολιτιστική πρωτεύουσα το 2004 μαζί με την Γένοβα, ξεχώρισε με το καινοτομικό της πρόγραμμα το οποίο συζητήθηκε και συγκέντρωσε θετικά σχόλια. Ιδιαίτερη χρονιά αποτέλεσε το έτος 2000: λόγω Χιλιετηρίδας η Ευρωπαϊκή Ένωση όρισε εννιά πολιτιστικές πρωτεύουσες οι οποίες ήταν υποχρεωμένες να επιλέξουν ένα θέμα η καθεμία. Ελληνικές πόλεις που έχουν φιλοξενήσει το θεσμό, εκτός από την Αθήνα την πρώτη χρονιά, είναι η Θεσσαλονίκη το 1997 και η Πάτρα το 2006.

5. Μνημειακή Αρχιτεκτονική και εμβληματικά έργα

Πέμπτον, τα μεγάλα μνημειακά έργα του παρελθόντος αλλά και του παρόντος αποτελούν σημείο αναφοράς για τον πολιτισμό μιας πόλης πάνω στα οποία μπορούν οι πολίτες να σταθούν και να επαναπροσδιορίσουν την εικόνα του τόπου τους. Η αρχιτεκτονική κατέχει κύριο ρόλο στις σύγχρονες διαδικασίες του αστικού μάρκετινγκ. Η θεαματική, φουτουριστική, περίτεχνη, μεταμοντέρνα αρχιτεκτονική χρησιμοποιείται ως εργαλείο αστικής αναζωογόνησης. Η εικόνα των δημιουργιών των αρχιτεκτόνων-σταρ (ενδεικτικά μπορούν να αναφερθούν ο Rem Koolhaas, η Zaha Hadid, ο Norman Foster, ο Jean Nouvel, ο Bernard Tschumi), δείχνει μια προοδευτική, δυναμική πόλη, που επιλέγει να ανανεώσει την εικόνα της. Από την άλλη πλευρά, οι εικόνες της ιστορικής αρχιτεκτονικής ή δείχνουν εικόνες της τοπικής παράδοσης, της αστικής ιστορίας και της αυθεντικότητας.

Με αποκορύφωση την αλλαγή της χιλιετίας τα μεγάλα μνημειακά έργα αποτελούν κοινή πρακτική για πολλές πόλεις. Ο Θόλος της Χιλιετίας του Λονδίνου, ένα πανάκριβο έργο που πραγματοποιήθηκε για να εορταστεί η έλευση της Νέας Χιλιετίας, είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα της κατηγορίας αυτής. Υπήρξε έργο ασύμφορο, με υπερβάσεις στον προϋπολογισμό και χωρίς εμφανή χρησιμότητα, ωστόσο η κυβέρνηση Μπλερ δεν σκέφτηκε ούτε στιγμή να το ματαιώσει (Evans 2004).

“... η κατασκευασμένη μορφή δεν μπορεί απλώς να αναγνωριστεί ως το προϊόν μια εποχής. Είναι μάλλον το προϊόν συγκεκριμένων ομάδων που αγωνίζονται για πολιτιστική ηγεμονία και κοινωνική και πολιτιστική εξουσία. Το κατασκευασμένο περιβάλλον είναι μια αρένα διεκδικήσεων. Κατά συνέπεια, οι αρχιτεκτονικές μορφές της ίδιας περιόδου εκτός του ότι εκφράζουν τις κοινές αξίες της εποχής, μπορούν να αποκλίνουν και να έρχονται σε σύγκρουση μεταξύ τους. Στα

διάφορα κτίρια μιας πόλης μπορεί να ανακαλυφθεί ένας αριθμός εννοιών” (Savage and Ward 2005:231).

Τα περισσότερα έργα αυτού του είδους έχουν τεράστιο κόστος και αμφίβολη οικονομική βιωσιμότητα. Διάσημοι αρχιτέκτονες καλούνται να σχεδιάσουν δημόσια και ιδιωτικά κτίρια με σκοπό την δημιουργία νέας εικόνας και ταυτότητας. Ωστόσο τα έργα αυτά κύριο σκοπό έχουν να τονώσουν την εικόνα της πόλης και να αυξήσουν την παγκόσμια δημοτικότητα τους (Meinhof and Kiwan 2005). Πόλεις όπως είναι το Λονδίνο ή το Παρίσι προσπαθούν να εδραιώσουν την θέση τους ως παγκόσμιες πόλεις στον πολιτιστικό τομέα, ενώ οι μικρότερες περιφερειακές πόλεις όπως το Μπιλμπάο επιδιώκουν την πολιτιστική αυτονομία τους.

Τα μεγάλα αρχιτεκτονικά έργα ή προγράμματα ανάπλασης που έχουν ευρύτερους στόχους περιγράφονται συχνότερα στη σχετικά βιβλιογραφία με τον αγγλικό όρο «flagship projects», δηλαδή έργα-ναυαρχίδες ή εμβληματικά έργα (Loftman and Nevin 1999, Μιχαηλίδης 2005, Κόνσολα 2006:112). Η επιδεικτική προβολή, ο τρόπος με τον οποίο συμβάλλουν στο branding μιας πόλης και η ιδιαίτερη αναγνωρισιμότητά τους τα κατατάσσουν σε μία ξεχωριστή κατηγορία με συμβολικό χαρακτήρα (Gottdiener 1998).

Το Μπιλμπάο αποτελεί μία από τις πλέον χαρακτηριστικές πόλεις παγκοσμίως που βασίστηκαν κυρίως στον πολιτισμό για την αναζωογόνησή τους. Πρόκειται για ένα βιομηχανικό στον Ατλαντικό το οποίο αντιμετώπιζε πολλά προβλήματα λόγω της αποβιομηχάνισης και της αυτονομιστικής δράσης των Βάσκων. Με ένα εκτεταμένο πρόγραμμα αναπλάσεων με έμφαση στην αρχιτεκτονική και με το Μουσείο Γκούγκενχαϊμ με την αναγνωρίσιμη φόρμα του Frank Gehry να είναι η αιχμή του δόρατος, η πόλη έχει καθιερωθεί σήμερα ως παγκόσμιος τουριστικός και πολιτιστικός προορισμός (Baniotopoulou 2001). Η επιτυχία του εγχειρήματος οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στον πολιτισμό και έχει πλέον καθιερωθεί στην διεθνή βιβλιογραφία ο όρος «επίδραση του Γκούγκενχαϊμ» (Guggenheim effect) για να περιγραφεί ο καταλυτικός ρόλος του μουσείου.

6. Η έκρηξη των μουσείων

Τα μουσεία τείνουν πλέον να αποτελούν αυτόνομους προορισμούς στο πλαίσιο των πόλων και ίσως δεν είναι υπερβολικός ο ισχυρισμός ότι «το μουσείο είναι ο καθεδρικός ναός τους 21^{ου} αιώνα» (Van Aalst 1997:29). Η έκρηξη των μουσείων αφορά κυρίως αστικές περιοχές, ενώ ενδεικτικό είναι το στοιχείο ότι στη Μ. Βρετανία ανοίγει ένα μουσείο κάθε τρεις εβδομάδες. Οι σύγχρονες πρακτικές

οικονομική διαχείριση πολιτιστικών οργανισμών και μουσειολογίας έχουν μετατρέψει σημαντικά τη λειτουργία του σύγχρονου μουσείου. Πολλά νέα μουσεία βασίζονται σε καινοτόμες μορφές έκθεσης και περιήγησης (π.χ. το μουσείο Urbis στο Manchester) καθιστώντας την επίσκεψη εμπειρία. Ολοένα και περισσότερο βασίζονται στην κατανάλωση προσφέροντας συμπληρωματικές υπηρεσίες με σκοπό το κέρδος, όπως είναι τα art shop, τα εστιατόρια και καφέ, τα σεμινάρια, κ.ά. Στην Ελλάδα χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του Νέου Μουσείου Μπενάκη στην οδό Πειραιώς που κατά καιρούς διοργανώνει παράλληλα με την εκθεσιακή του δραστηριότητα συναυλίες, ειδικά γεγονότα, διαλέξεις, σεμινάρια, κ.λπ. Η Zukin περιγράφει το σύγχρονο μουσείο ως θεματικό εμπορικό κέντρο με στόχο κυρίως την κατανάλωση (Zukin 1995). Πράγματι, ετός από το κύριο έργο τους που είναι η διαφύλαξη, η συντήρηση, η μελέτη, η ερμηνεία και η ανάδειξη των πολιτιστικών αγαθών, τα σύγχρονα μουσεία λειτουργούν πλέον με κριτήρια κέρδους, καταστρώνουν σχέδια προβολής και μάρκετινγκ και προσελκύουν τουρίστες (Evans 2001, Κόνσολα 2006). Όπως αποδεικνύεται και παρακάτω, σε πολλές περιπτώσεις τα μουσεία ασκούν επίσης σημαντική επιρροή στη διαμόρφωση των πολιτιστικών περιοχών.

Εκτός λοιπόν από τα δημοφιλή παραδοσιακά μουσεία με συλλογές πολιτιστικής κληρονομιάς (π.χ., Λούβρο, Πράντο) δημιουργούνται πλέον μουσεία με θέμα τη φωτογραφία, το design, τη μόδα, τη διαφήμιση, κ.ά. (Κόνσολα 2006:65-67). Η επώνυμη αρχιτεκτονική, όπως περιγράφεται παραπάνω, βρίσκει εφαρμογή στα κτίρια των μουσείων τα οποία συχνά αποτελούν από μόνα τους σύγχρονα μνημεία (Evans 2001). Η έκρηξη στη δημιουργία μουσείων δεν έχει την ίδια ένταση στον ελληνικό αστικό χώρο, αν και καταγράφονται πολλά νέα μουσεία με καινοτομικό χαρακτήρα – το Μουσείο Μπενάκη στην οδό Πειραιώς, το Μουσείο Κινηματογράφου και το Μουσείο Φωτογραφίας στην Θεσσαλονίκη, τα μουσεία του Πολιτιστικού Ιδρύματος Πειραιώς, κ.ά. Η λειτουργία των μουσείων στις ελληνικές πόλεις μπορεί να επιφέρει θετικές οικονομικές επιπτώσεις όταν συνδυάζεται με ανάλογη πολιτική μάρκετινγκ και τουριστικής προώθησης (βλ. Σκαλτσά 1999, Deffner and Metaxas 2006).

7. Λειτουργική Ανασύνθεση και Πολιτιστικές Περιοχές

Τέλος, μια σύγχρονη τάση του αστικού σχεδιασμού είναι η λειτουργική ανασύνθεση και ο διαχωρισμός της πόλης σε εξειδικευμένες περιοχές ή επιλεκτικές χωρικές συγκεντρώσεις με βάση νέες σχέσεις και μορφές²⁷. Ο διαχωρισμός των

²⁷ Η τάση αυτή αναφέρεται συχνά στη ξένη βιβλιογραφία με την έννοια “quartering”, η οποία δεν μπορεί να αποδοθεί με αντίστοιχη έννοια στην ελληνική γλώσσα.

χρήσεων κατά ζώνες (zoning) δεν γίνεται πλέον αποδεκτός ως πρακτική αστικού σχεδιασμού. Το 1989 ο Peter Marcuse εισάγει τον όρο «δυσαιδική πόλη» αναλύοντας τον τρόπο με τον οποίο οι οικονομικές και πολιτικές αλλαγές οδηγούσαν τις Αμερικάνικες πόλεις στην εσωτερική διαφοροποίησή τους σε περιοχές. Διαχώρισε πέντε τύπους περιοχών: την κυριαρχική, την αναπλασμένη, την προαστιακή, την εγκαταλειμμένη και αυτή της λαϊκής κατοικίας. Υποστήριξε ότι αυτές οι περιοχές δεν αποτελούν διακριτά ξεχωριστά κομμάτια μιας πόλης αλλά αλληλοεξαρτώμενες και επικαλυπτόμενες ενότητες, που σχηματίζουν το σύνολο. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα το διαχωρισμό της πόλης όχι με τυχαίο τρόπο, αλλά με τρόπο που αντικατοπτρίζει τα νέα αστικά πρότυπα τα οποία εκφράζουν τις οικονομικές, πολιτιστικές και συμβολικές ιεραρχίες (Marcuse 1989, Smith 1996, Bell and Jayne 2004, Markusen and Schrock 2006).

Στην πόλη εμφανίζονται clusters ή συγκεντρώσεις εμπορίου, αθλητισμού, πολυτελών κατοικίας, αναψυχής, πολιτισμού, κ.ά. δημιουργώντας περιοχές με ειδική ταυτότητα και λειτουργίες (Marcuse 1989:309-11 Γοσποδίνη 2006:30). Οι συγκεντρώσεις αυτές είναι εμφανείς στις περισσότερες μεγάλες πόλεις: χαρακτηριστικό παράδειγμα στην Αθήνα είναι η ανάδειξη της περιοχής του Ολυμπιακού Σταδίου σε περιοχή με έμφαση στο εμπόριο και την αναψυχή (με την λειτουργία του The Mall να αποτελεί την πιο εμβληματική περίπτωση). Ιδιαίτερη σημασία έχει επίσης η 24ωρη λειτουργία ορισμένων περιοχών και η «νυχτερινή οικονομία» με ορισμένες πόλεις να σχεδιάζουν πλέον και αυτό το θέμα (GLA κ.ά, 2002). Η τάση αυτή έχει ιδιαίτερη εφαρμογή στην πολιτιστική οικονομία της πόλης, αφού η συκέντρωση πολιτιστικών δραστηριοτήτων στις σύγχρονες πόλεις είναι ιδιαίτερα δημοφιλής. Η ανάδυση των πολιτιστικών περιοχών, που αναλύονται διεξοδικά στην παρούσα διατριβή, είναι επομένως αποτέλεσμα της τάσης αυτής.

Σε όλο τον κόσμο, καθώς και στην Ελλάδα, οι πόλεις προσπαθούν να προλάβουν τις τάσεις αυτές και υπάρχουν πολλά παραδείγματα πόλεων που προσπαθούν να επεκτείνουν τον πολιτιστικό τους τομέα. Στην ευρύτερη μητροπολιτική περιοχή της Αθήνας παρατηρείται αύξηση των πολιτιστικών υποδομών, τόσο με κρατικά όσο και με ιδιωτικά κεφάλαια (π.χ., Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, Ίδρυμα ΔΕΣΤΕ, Μέγαρο Μουσικής, multiplex αίθουσες κινηματογράφων, νέα θέατρα, λυρική σκηνή, κ.ά.). Η Θεσσαλονίκη, με αφορμή το καταλυτικό γεγονός της πολιτιστικής πρωτεύουσας το 1997, επέκτεινε σημαντικά τον πολιτιστικό της τομέα και κέρδισε πόντους ως βαλκανικό πολιτιστικό κέντρο. Ανάλογη προσπάθεια επιχείρησε η Πάτρα με την διοργάνωση της πολιτιστικής πρωτεύουσας το 2006. Αλλά και άλλες πόλεις έχουν καταφέρει να βελτιωθούν στον πολιτιστικό τομέα δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην πολιτιστική πολιτική τους, όπως η Καλαμάτα, η Βέροια, ο Βόλος, η Λάρισα, τα Χανιά, τα Ιωάννινα, η Πάτρα,

κ.ά. (Δέφνερ 1999). Αναμφίβολα, όμως, υπολείπονται ακόμη των άλλων μεσογειακών και ευρωπαϊκών πόλεων και δεν έχουν εκμεταλλευτεί επαρκώς τις νέες τάσεις με σκοπό την υψηλότερη θέση στις σχετικές ιεραρχήσεις πόλεων.

Δ. Αρνητικές επιπτώσεις της πολιτιστικής επένδυσης

Αδιαμφισβήτητα η συχνή χρήση²⁸ του πολιτισμού σε προγραμματικά κείμενα πόλεων, περιφερειών και αστικών περιοχών και η σημασία που του αποδίδεται κρύβει τον κίνδυνο της υπερεκτίμησης της πραγματικής του αξίας. Η πολιτιστική επένδυση στο πλαίσιο μιας τοπικής πολιτικής σαφώς δεν λύνει όλα τα αναπτυξιακά προβλήματα, ούτε δημιουργεί αυτόματα την πολυπολιτιστική, δημοκρατική κοινωνία όπως υποστηρίζεται. Συχνά η χρήση του γίνεται πανάκεια με μεγάλο κόστος με σκοπό την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.

Ο αυξημένος δι-αστικός ανταγωνισμός παράγει κοινωνικά ασύμφορες επενδύσεις που περισσότερο συμβάλλουν παρά περιορίζουν το πρόβλημα της υπερσυσσώρευσης... Για να το θέσουμε πιο απλά, πόσα επιτυχημένα συνεδριακά κέντρα, αθλητικές εγκαταστάσεις, Disney worlds και μαρίνες μπορούν να υπάρξουν? Η επιτυχία είναι συχνά βραχυπρόθεσμη ή τίθεται σε αμφισβήτηση από ανταγωνιστικές ή εναλλακτικές καινοτομικές λύσεις που δημιουργούνται αλλού.

(Harvey 1989: 273)

Οι πολιτιστικές επενδύσεις συχνά κατηγορούνται ότι είναι ελιτίστικές: δεν προσελκύουν ιδιαίτερα την πλειοψηφία του αστικού πληθυσμού είτε λόγω της φύσης των δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται εκεί είτε λόγω του σχετικού κόστους που συνεπάγονται. Μπορεί επίσης να μην είναι εύκολα προσβάσιμες από άτομα που χρησιμοποιούν τη δημόσια συγκοινωνία τα οποία όταν φτάσουν εκεί πιθανόν να θεωρήσουν το περιβάλλον ως μη φιλικό. Επίσης, είναι πιθανόν τα προγράμματα που προσφέρονται να μην είναι ιδιαίτερα ελκυστικά σε συγκεκριμένες ομάδες, ιδιαίτερα σε εθνικές ή πολιτιστικές μειονότητες των οποίων τα ενδιαφέροντα συνήθως δεν καλύπτονται ιδιαίτερα στα μεγάλα πολιτιστικά έργα (Bianchini κ.ά. 1992). Η ανάπτυξη πολιτιστικών υποδομών με ιδιαίτερη αίγλη, όπως είναι οι διεθνούς επιπέδου αίθουσες συναυλιών, στην πραγματικότητα είναι πιθανότερο να περιορίζουν την πολιτιστική εικόνα των πόλεων. Αυτό συμβαίνει για δύο λόγους. Πρώτον, στις περισσότερες περιπτώσεις η δημιουργία πολιτιστικών υποδομών με ιδιαίτερη αίγλη σχετίζεται με προσπάθειες να προσελκύσουν

²⁸ Ο Pratt αναφέρεται στη χρήση του όρου με την αγγλική έκφραση "fuzziness", εννοώντας ότι γίνεται συχνή χρήση οφείλεται σε παροδική «μόδα» (Pratt 2004:2).

μεγάλους πολιτιστικούς οργανισμούς (για παράδειγμα, γνωστές ορχήστρες ή χορευτικές ομάδες) και να διοργανώσουν πολιτιστικά φεστιβάλ με θέμα τη λογοτεχνία, το θέατρο, τη μουσική, την τηλεόραση ή αθλητικά γεγονότα. Ως αποτέλεσμα, η προσοχή στις πόλεις αυτές μετατοπίζεται προς τις υψηλού επιπέδου πολιτιστικές εκδηλώσεις διεθνούς εμβέλειας με παγκόσμια προβολή.

Πολιτιστικές δραστηριότητες που βασίζονται στις τοπικές κοινότητες και έχουν μικρότερη αίγλη ενδέχεται να υποστούν περικοπές στη χρηματοδότηση τους, με αποτέλεσμα να περιοριστούν ή και να παύσουν οριστικά. Η αύξηση των περικοπών πλήττει κυρίως τις τέχνες των μειονοτήτων, ή των δημοτών ιδιαίτερα όμως των εθνικών μειονοτήτων (Evans 2001).

Οι αντιδράσεις και οι ενστάσεις σε μεγάλα αστικά έργα που περιλαμβάνουν πολιτιστικές επενδύσεις δεν είναι καθόλου σπάνιο φαινόμενο. Άλλωστε η πολιτιστική επένδυση από μόνη της δεν μπορεί να καταστήσει μια πόλη πετυχημένη, ειδικά εάν δεν βασίζεται στην τοπική πολιτιστική ζωή. Στο Μπιλμπάο το νέο μουσείο δεν μπορεί από μόνο του να δημιουργήσει πολιτιστική σκηνή, ενώ οι πόλεις που εισάγουν ξένα μοντέλα πολιτιστικής ανάπτυξης δύσκολα πετυχαίνουν να καθιερωθούν (Baniotopoulou 2000, Evans 2001, 2007).

Ειδικά στα προγράμματα ανάπλασης ή αστικής αναγέννησης, οι διαμαρτυρίες κατοίκων ή κοινωνικών ομάδων είναι συχνές και μπορούν να προκαλέσουν προβλήματα. Η προώθηση πολιτιστικών υποδομών ως τμήμα των προγραμμάτων αστικής ανάπλασης οδήγησε κάποιες ομάδες που αντιπροσωπεύουν μειονοτικούς ή τοπικούς πολιτισμούς να διαμαρτυρηθούν ότι η συνεισφορά τους στη πολιτιστική ζωή των πόλεων αποκρύβεται. Οι ομάδες αυτές, που χαρακτηριστικά αντιπροσωπεύουν ένα ευρύ φάσμα πολιτισμών που περιλαμβάνουν κοινότητες της εργατικής τάξης, εθνικές μειονότητες, γυναικείες οργανώσεις, κοινότητες ομοφυλόφιλων, νιώθουν συχνά ότι η πολιτιστική έκφρασή τους απαξιώνεται επειδή δεν αντιπροσωπεύει ένα «εμπορεύσιμο» αγαθό το οποίο είναι σε θέση να προβληθεί στο πλαίσιο του μάρκετινγκ. Υποστηρίζουν ότι αντιπροσωπεύουν πιο «αυθεντικούς», «οργανικούς» και βαθιά ριζωμένους πολιτισμούς από αυτούς που προωθούνται στις σημερινές πόλεις (Loftman and Nevin 1999). Η ιστορία της ανάπτυξης των Docklands του Λονδίνου από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 χαρακτηρίστηκε από τη διαμαρτυρία κοινοτικών ομάδων ²⁹όπως είναι το Docklands Forum. Ακόμη και στην πολύ πετυχημένη περίπτωση της ανάπλασης της προβλήτας του Μπιλμπάο οι αρχικές επιφυλάξεις και διαμαρτυρίες των κατοίκων ήταν πολλές. Συχνά, η διαμαρτυρία εκφράζεται μέσα από λιγότερο άμεσες μεθόδους που περιλαμβάνουν την διατύπωση προτάσεων για την κοινότητα, την ιστορία και την αίσθηση του ανήκειν σε μια τοποθεσία που

²⁹ Αυτές οι διαδηλώσεις περιλάμβαναν την "People's Armada" το 1984 όπου ένας αριθμός πλοίων που υποστήριζαν τη διαμαρτυρία της κοινότητας έπλευσε κατά μήκος του Κοινοβουλίου

απειλείται από την ανάπλαση. Σε αυτού του είδους τις διαμαρτυρίες περιλαμβάνεται η έκδοση συγγραμμάτων και φυλλαδίων, αφισών, καλλιτεχνικών εκστρατειών, ενημερωτικών δελτίων και αιτήσεων ή επιστολών διαμαρτυρίας προς τις τοπικές και εθνικές αρχές (Hall 2005).

Η φύση και η οργάνωση των αντιτιθέμενων ομάδων παρουσιάζουν ιδιαίτερη ποικιλομορφία. Ορισμένες είναι επαρκώς οργανωμένες –κυρίως οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις - και λαμβάνουν χρηματοδότηση καθώς εστιάζουν την παρέμβασή τους σε εξειδικευμένα θέματα όπως είναι το περιβάλλον, ο δημοκρατικός προγραμματισμός και η ανάπτυξη, και βασίζονται στην ειδική γνώση ερευνητών και ειδικών, π.χ. η Ελληνική Εταιρία, η WWF, η Greenpeace, κ.ά. Άλλες ομάδες χρησιμοποιούν καλλιτεχνικά δρώμενα για να βοηθήσουν στην έκφραση του αισθήματος κοινότητας, όπως για παράδειγμα οι εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στη Δημοτική Αγορά της Κυψέλης με αίτημα τη μετατροπή της σε πολιτιστικό χώρο³⁰.

Άλλες ομάδες μπορεί να είναι πιο ανεπίσημες και αυθόρμητες και σχηματίζονται για να διαμαρτυρηθούν σε συγκεκριμένα έργα ανάπτυξης³¹. Πολλές περιπτώσεις διαμαρτυρίας ή συλλογικών παρεμβάσεων παρουσιάζονται στις μελέτες περιπτώσεων της παρούσας διατριβής. Ορισμένα από τα χαρακτηριστικά για τα οποία προκαλείται αντίδραση είναι οι φυσικές, οικονομικές, πολιτιστικές και ψυχολογικές επιπτώσεις της ανάπλασης στις κοινότητες, η απουσία δημόσιας διαβούλευσης για την ανάπτυξη και η παράκαμψη της υπάρχουσας πολεοδομικής νομοθεσίας, καθώς και η απουσία κοινωνικών και κοινοτικών υποδομών στα νέα έργα (Γετίμης 1999). Η αξιολόγηση των επιπτώσεων και των επιρροών αυτών των ομάδων είναι δύσκολη, με δεδομένη την ανομοιογένεια τους και την διαφοροποίηση των σκοπών και των προσεγγίσεών τους. Η εμπλοκή τους με τις τοπικές αρχές και τις αναπτυξιακές εταιρίες μπορεί να γίνεται μέσα από κλειστές διαβουλεύσεις αλλά και με ξεκάθαρη εχθρότητα και αντιπαραθέσεις. Συχνά οι παραχωρήσεις που δίνονται στους διαμαρτυρόμενους είναι συμβολικές, άλλοτε οι αναπτυξιακοί φορείς φαίνεται ότι λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τα θέματα της κοινότητας, για να προσδώσουν έτσι την εικόνα της δημοκρατίας, της διαβούλευσης και της κοινοτικής εμπλοκής στην ανάπτυξη.

Ειδικά στην περίπτωση των αναπλάσεων και των πολιτιστικών περιοχών, όπως αναφέρεται παρακάτω, οι κριτικές απόψεις είναι αρκετές. Το γεγονός ότι αποτελεί συνήθη πρακτική ο έλεγχος να βρίσκεται ή να περνά σταδιακά στον ευρύτερο δημόσιο τομέα είναι μία από τις πλέον συνηθισμένες κριτικές στάσεις, όπως επίσης και η εμπορευματοποίηση του πολιτισμού (Ο' Connor 2006). Συχνά

³⁰ βλ. www.reconstruction.gr.

³¹ βλ. για παράδειγμα την κίνηση πολιτών κατά της κατεδάφισης των «ηροσφυγικών κατοικιών» στη Λεωφόρο Αλεξάνδρας στην Αθήνα.

ως πρόβλημα αναφέρεται και η δυσκολία με την οποία «εγκλιματίζεται» μια πολιτιστική επιχείρηση σε μια δημόσια πρωτοβουλία (Roodhouse 2006:23)

4. Θεωρητικά μοντέλα αστικής πολιτιστικής ανάπτυξης

A. Τα μοντέλα αστικής πολιτιστικής ανάπτυξης

Οι διαφορετικοί τρόποι με τους οποίους οι πόλεις αντιλαμβάνονται τον πολιτισμό και τοις μορφές με τις οποίες αναπτύσσεται στο πλαίσιο της πόλης έχει οδηγήσει στην διατύπωση μοντέλων, τα οποία εμφανίζονται ολοένα και πιο συχνά στη σχετική βιβλιογραφία. Χρησιμοποιούνται συγκεκριμένα κριτήρια και δείκτες και αναφέρονται χαρακτηριστικά τα οποία θα πρέπει να έχει μια πόλη για να θεωρηθεί «δημιουργική». Οι προσπάθειες για την ανάπτυξη θεωριών και πρακτικών προσεγγίσεων σε σχέση με την αστική πολιτιστική ανάπτυξη είναι αρκετές χωρίς ωστόσο να επικρατεί μία συγκεκριμένη, κοινά αποδεκτή προσέγγιση.

Πολύ ενδιαφέρουσες είναι, κατ' αρχήν ορισμένες γενικότερες διαπιστώσεις που εκφράζει ο γνωστός γεωγράφος Peter Hall σχετικά με τους ιστορικούς λόγους της ανάδυσης ορισμένων πόλεων ως καλλιτεχνικά κέντρα: θεωρεί ότι οι παραδοσιακές, συντηρητικές πόλεις με κύριο χαρακτηριστικό τη σταθερότητα δεν καθιερώνονται ως δημιουργικές πόλεις. Το ίδιο ισχύει και για τις πόλεις στις οποίες κυριαρχεί η αναρχία. Η ιστορία δείχνει, αντίθετα, ότι οι πιο δημιουργικές πόλεις υπήρξαν αυτές που βρέθηκαν σε ένα μεταίχμιο. Σαν παραδείγματα αναφέρει τη Βιέννη του 1900 και το Βερολίνο 1920 (Hall 1998, 2000).

Σήμερα, σε συνάρτηση με την αύξηση του παγκόσμιου αστικού ανταγωνισμού, οι παράγοντες που θεωρούνται κρίσιμοι για την αστική πολιτιστική ανάπτυξη είναι πολλαπλοί, από την πολιτική καινοτομία και την ύπαρξη πανεπιστημίου έως την ποιότητα ζωής και την πολιτιστική δραστηριότητα (Wu 2005). Το γεγονός ότι ο πολιτισμός έχει ολοένα μεγαλύτερη βαρύτητα έχει οδηγήσει στην διατύπωση θεωριών και πρακτικών για τον πολιτιστικό προγραμματισμό και την πολιτιστική ανάπτυξη των πόλεων, οι οποίες στις περισσότερες περιπτώσεις βασίζονται σε καθιερωμένες πρακτικές τις οικονομικής του χώρου και της αστικής διοίκησης.

Καταρχήν μπορούμε να διαχωρίσουμε τρεις βασικούς τύπους όσον αφορά την ανάπτυξη των πόλεων, που βοηθούν στην ανάλυση της αστικής πολιτιστικής πολιτικής : 1. Επιχειρηματική πόλη, 2. Προοδευτική πόλη, 3. Δημιουργική πόλη.

Το μοντέλο της *επιχειρηματικής πόλης* στηρίζεται κατά κύριο λόγο σε οικονομικά κίνητρα, θέτοντας σε δεύτερη μοίρα τους κοινωνικούς στόχους με την προσέλκυση επενδύσεων του ιδιωτικού τομέα με έμφαση στις επικοινωνίες, τον

πολιτισμό και τον τουρισμό να είναι κύριος στόχος του μοντέλου αυτού που στηρίζεται στο χώρο της λεγόμενης «Νέας Οικονομίας». Κύριο μέσο είναι η ανέγερση εντυπωσιακών κτιρίων και η διοργάνωση θεαματικών γεγονότων (mega events) με σκοπό να βελτιωθεί η εικόνα της πόλης. Στην κατηγορία των πόλεων που έχουν χρησιμοποιήσει το μοντέλο αυτό μπορούμε να κατατάξουμε αρκετές αμερικάνικες και ευρωπαϊκές πόλεις, π.χ., New Jersey, το Μπιλμπάο, τη Γλασκώβη, κ.ά. Το μοντέλο αυτό έχει δεχτεί έντονη κριτική για τον τρόπο με τον οποίο ευνοεί τον ιδιωτικό τομέα, δημιουργεί αποκλεισμούς και οδηγεί σε πολιτιστικά τοπία αρεστά στους εύπορους πολίτες και τους τουρίστες, αποκλείοντας τις μεγάλες ομάδες πληθυσμού της πόλης. Επίσης κατακρίνεται το γεγονός ότι η επιτυχία μετράται αποκλειστικά με οικονομικούς δείκτες και αγνοούνται οποιεσδήποτε άλλες επιπτώσεις (Λουκαΐτου-Σιδέρη 2006: 54-56).

Το μοντέλο της *προοδευτικής πόλης*, αντίθετα, απορρίπτει τις αρχές του προηγούμενου μοντέλου, θεωρώντας ότι τα οικονομικά οφέλη από την επιτυχία του καρπώνονται οι ιδιωτικές επιχειρήσεις και δεν διαχέονται στον πληθυσμό. Κύριος σκοπός είναι η καταπολέμηση των ανισοτήτων και τα ενδεικτικά μέσα που χρησιμοποιεί είναι η επέκταση των πολιτιστικών δραστηριοτήτων στις γειτονιές, η φορολογική επιβάρυνση των μεγαλύτερων φορολογικών συντελεστών, τα καλλιτεχνικά προγράμματα, τα δημοτικά πολιτιστικά κέντρα, κ.ά. Το μοντέλο αυτό έχει ρίζες στα κοινωνικά κινήματα της δεκαετίας του 1960 και γνώρισε ιδιαίτερες δόξες την δεκαετία του 1980 από τους διανοητές της «Νέας Αριστεράς» (βλ. Μπιανκίνι και Πάρκινσον 1994 και αναφορές στον πρωτοποριακό ρόλο του Συμβουλίου του Μείζονος Λονδίνου GLC, σελ. 23). Το μοντέλο αυτό είχε απήχηση σε ορισμένες αμερικάνικες πόλεις, οι οποίες λόγω των αυξημένων αρμοδιοτήτων τους, μπορούν να εφαρμόσουν προοδευτικές πολιτικές σε τομείς όπως η εκπαίδευση και ο πολιτισμός. Γενικά, όμως, το μοντέλο χαρακτηρίζεται από τις μεγάλες δυσκολίες πρακτικής εφαρμογής, αφού στο πλαίσιο της καπιταλιστικής οικονομίας η απαίτηση για παραχωρήσεις από τον ιδιωτικό τομέα οδηγεί σε απώλειες επενδύσεων, ανεργία, κ.λπ.

Το μοντέλο της *δημιουργικής πόλης* εμφανίζεται πρόσφατα και διαφοροποιείται σημαντικά από τα δύο προηγούμενα μοντέλα, διατηρώντας ορισμένα χαρακτηριστικά τους. Στο μοντέλο αυτό περιλαμβάνονται μοντέλα πρακτικής εφαρμογής, όπως αυτό του Landry και της εταιρίας Comedia, αλλά και θεωρητικά μοντέλα, όπως αυτό της δημιουργικής τάξης του Richard Florida το οποίο έχει γίνει ιδιαίτερα δημοφιλές. Το μοντέλο της δημιουργικής πόλης έχει μεγάλο ενδιαφέρον στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης αφού περιλαμβάνει πρόσφατες θεωρητικές αναζητήσεις της αστικής πολιτιστικής πολιτικής και αναφέρει ως μέσα επίτευξης τη δημιουργία πολιτιστικών περιοχών και την

συνεργασία ιδιωτικού και δημόσιου τομέα όσον αφορά τον καλλιτεχνικό χώρο (Institut für Stadt- und Regionalplanung der TU Berlin 2003, Λουκαΐτου-Σιδέρη 2006:56-57).

B. Η θεωρία της δημιουργικής πόλης (Creative City)

Μία από τις σημαντικές προσπάθειες δημιουργίας μιας σχετικής με τη σχέση πόλης και πολιτισμού θεωρίας βάσει της δημιουργικής πόλης προέρχεται από την ερευνητική ομάδα Comedia η οποία με επικεφαλής τον Charles Landry και με πολλούς συνεργαζόμενους ακαδημαϊκούς ή ειδικούς (π.χ., F. Bianchini, G. Mulgan), έχει ανοίξει τα τελευταία χρόνια μια έντονη συζήτηση σχετικά με το πώς μια πόλη μπορεί να οργανώσει τον πολιτισμό της.

Οι προσπάθειες της ομάδας Comedia δεν εστιάζουν τόσο στο επίπεδο της θεωρίας αλλά σε σχετικά προγράμματα και παροχή συμβουλών σε πολλές πόλεις, συνέδρια, εκπαίδευση, κ.λπ. (βλ. σχετική βιβλιογραφία στο Landry 2000). Πολλές πόλεις έχουν εφαρμόσει τις πρακτικές αυτές (Ελσίνκι, Καρλσρούη, Λέστερ, Κολωνία, Δρέσδη, Μπρίστολ, Βελιγράδι, κ.ά.) άλλοτε με πολύ ικανοποιητικά αποτελέσματα και άλλοτε με αμφιλεγόμενα (Landry κ.ά., 1993, 1995, 2000, Verwijnen 1999, συνεντεύξεις).

Στις εκδόσεις για τη δημιουργική πόλη και ιδιαίτερα στο βιβλίο με τίτλο *Creative City, A toolkit for urban innovators* αναφέρονται οι τρόποι με τους οποίους ορισμένοι πολιτιστικοί παράγοντες λειτουργούν σαν άξονες ανάπτυξης. Οι παράγοντες αυτοί μπορεί να είναι γεγονότα, στιγμές, επιρροές οι οποίες προκύπτουν μία συγκεκριμένη στιγμή ή μπορεί να είναι η στενότητα ορισμένων πόρων, οι ξεπερασμένες πρακτικές, η τύχη, η επιχειρηματικότητα, οι ηγετικές ικανότητες των διοικούντων κ.ά. (Landry 2000). Αναφέρει συχνά τον όρο "creative spark"³² τον οποίο ορίζει ως εξής: η κατάσταση που δημιουργείται όταν οι κατάλληλοι άνθρωποι βρεθούν στην κατάλληλη θέση την κατάλληλη στιγμή έχοντας τις κατάλληλες γνώσεις και δεξιότητες, πρόσβαση στις νέες τεχνολογίες και υπάρχει υγιής ανταγωνισμός. Ο ορισμός αυτός μπορεί να θεωρηθεί ως μία από τις πιο ολοκληρωμένες προσπάθειες ορισμού της δημιουργικότητας μιας πόλης (Montgomery 2005: 338).

Η θεωρία της δημιουργικής πόλης συνίσταται ουσιαστικά στη παράθεση κριτηρίων-προϋποθέσεων που θα έπρεπε να έχει (ή να προσπαθήσει να αποκτήσει) μια πόλη, προκειμένου να πετύχει να θεωρηθεί «δημιουργική», δηλαδή με μια καινοτόμο και έντονη πολιτιστική ζωή. Τα κριτήρια αυτά στηρίζονται σε ανάλογα παραδείγματα (άριστες πρακτικές) οι οποίες παρατίθενται ως υποδείγματα.

³² μτφ. δημιουργική σπίθα.

Συνοπτικά, τα κριτήρια αυτά είναι (με κάποιες διαφοροποιήσεις στις διαφορετικές χρονικά εκδόσεις) τα εξής (Landry 1995, 2000):

1. Η υπάρχουσα κτιριακή υποδομή (δηλ., η ύπαρξη θεάτρων, βιβλιοθήκης, συναυλιακών χώρων, ωδείων, κλπ.).
2. Η ιστορία της πόλης (η παράδοση και η κληρονομιά λειτουργούν ως καταλύτες για πολιτιστική ανάπτυξη).
3. Η ύπαρξη κατάλληλων προσώπων και οι ανοιχτές διαδικασίες.
4. Η συνεργασία μέσω δικτύων (θεσμοθετημένων ή μη).
5. Κατάλληλες οργανωτικές ικανότητες.
6. Δημιουργία οργανισμών και εκδηλώσεων που λειτουργούν ως καταλύτες.
7. Δημιουργία κατάλληλων πολιτιστικών χώρων.
8. Η καινοτόμος διάθεση και οι νέες αντιλήψεις.
9. Η συνειδητοποίηση ότι υπάρχει ένα πρόβλημα ή μια πρόκληση που πρέπει να αντιμετωπιστεί.
10. Η χρησιμοποίηση απόψεων, συμβουλών, πρακτικών και παραδειγμάτων από άλλες πόλεις.
11. Η κατάλληλη στάση προς το ρίσκο και τις όποιες αποτυχίες.
12. Αυτοδυναμία και στήριξη στον ενδογενή πολιτιστικό τομέα.
13. Η έγκριση και η αναγνώριση από όλους τους φορείς ότι ακολουθούνται οι σωστές διαδικασίες.
14. Η επινόηση συμπληρωματικών ιδεών και πολιτικών που θα ενισχύσουν την έννοια της δημιουργικότητας.

Πέρα όμως από αυτά τα κριτήρια, η θεωρία της δημιουργικής πόλης διακρίνεται από την απόρριψη των παραδοσιακών μεθόδων πολιτιστικού προγραμματισμού. Όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά, «το ζητούμενο δεν είναι η δημιουργία ενός συνολικού ρυθμιστικού σχεδίου το οποίο να καλύπτει τα πάντα, αλλά η επινόηση μιας σειράς μικρών λύσεων για κάθε περίπτωση» (Landry 2000:33). Η έμφαση δίνεται στη μεταφορά γνώσης μεταξύ των πόλεων αφού η κάθε πόλη καλείται να μάθει από άλλες. Προκειμένου να αξιολογηθεί μια πόλη πριν καταρτιστεί ένα σχέδιο πολιτιστικού προγραμματισμού είναι απαραίτητη η ανάλυση σε όρους «αλυσίδας παραγωγής» (Landry 2000, Evans 2001:155-156):

1. **Αρχικό στάδιο:** γέννηση ιδεών, κατοχύρωση δικαιωμάτων, δημιουργικότητα, εκπαίδευση. Στο στάδιο αυτό εξετάζονται η φέρουσα ικανότητα μιας πόλης να παράγει νέες ιδέες, πατέντες, πνευματικά δικαιώματα, καινοτομία, κ.λπ., καθώς και οι εκπαιδευτικές και ερευνητικές της υποδομές.
2. **Παραγωγή:** Στο στάδιο αυτό εξετάζονται οι τρόποι με τους οποίους οι ιδέες μπορούν να πραγματοποιηθούν, αν το ανθρώπινο δυναμικό μπορεί να τις στηρίξει

και αν τα παραγωγικά μέσα που διατίθενται επαρκούν. Η αξιολόγηση που πρέπει να πραγματοποιηθεί αφορά το μέγεθος και την ποιότητα των στόμων (μεσάζοντες, μάνατζερ, καλλιτεχνικοί διευθυντές, υπεύθυνοι επικοινωνίας, παραγωγοί, εκδότες, κ.λπ.) αλλά και τις βασικές πολιτιστικές υποδομές που διαθέτει.

3. Διανομή: Το στάδιο αυτό αφορά την κυκλοφορία, πώληση, προώθηση, και πληροφόρηση από τους φορείς και τους διαμεσολαβητές που εμπλέκονται στο πολιτιστικό προϊόν. Επίσης περιλαμβάνει τα βοηθητικά μέσα που χρησιμοποιούνται στη διαδικασία αυτή.

4. Παράδοση: Το στάδιο αυτό αφορά τους μηχανισμούς και τα μέσα που φέρνουν το πολιτιστικό προϊόν στον καταναλωτή, όπως είναι οι αίθουσες εκδηλώσεων, οι κινηματογράφοι, τα θέατρα, τα μουσεία και τα καταστήματα. Η χρήση νέων τεχνολογιών και πολυμέσων που επιτρέπουν την πρόσβαση και την πληροφόρηση για τα πολιτιστικά προϊόντα έχουν ιδιαίτερη σημασία αφού ουσιαστικά διευκολύνουν την «αλυσίδα παραγωγής» στο να γίνει πιο αποτελεσματική και γρήγορη.

5. Κοινό: Το τελευταίο αυτό στάδιο αφορά τον τρόπο με τον οποίο το κοινό γίνεται δέκτης του προϊόντος και αφορά κυρίως την τιμολογιακή πολιτική, τις εξειδικευμένες αγορές (niche markets) και τις επιλογές των καταναλωτών, αλλά και ενδεχόμενα προβλήματα πρόσβασης στο προϊόν.

Η έντονη απήχηση της μεθόδου έχει επιφέρει και τις ανάλογες κριτικές. Κατ' αρχήν κάποιοι συγγραφείς αμφισβητούν την όλη ιδέα λέγοντας χαρακτηριστικά ότι τέτοιες λύσεις είναι «σαν να βάζεις κραγιόν σε έναν γορίλα» και λειτουργούν σαν «μάσκες καρναβαλιού», εννοώντας ότι τα σοβαρά προβλήματα της πόλης δεν λύνονται με μέτρα που την καθιστούν απλά πιο ελκυστική (Harvey 1999, Bianchini 1993). Επίσης, αμφισβητείται έντονα η επιτυχία τέτοιων πολιτικών, αφού στη σχετική βιβλιογραφία υπερτονίζονται συγκεκριμένες περιπτώσεις πόλεων (Βαρκελώνη, Γλασκώβη) που ήταν πράγματι επιτυχημένες, χωρίς να αναφέρονται και οι αποτυχημένες περιπτώσεις και αυτό αποτελεί παρακινδυνευμένη γενίκευση (Amin & Graham 1997, Chatterton 2000).

Μία πιο εκτεταμένη κριτική πραγματοποιείται από τον Evans ο οποίος αναφέρει ότι οι συγκρίσεις που γίνονται μεταξύ των πόλεων βασίζονται κυρίως σε ποσοτικά χαρακτηριστικά (αριθμός υποδομών, απασχόληση, οικονομικά στοιχεία) και αδυνατούν να λάβουν υπόψη ορισμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά, καθώς και την βιωσιμότητα των εξεταζόμενων περιπτώσεων. Επίσης σε πολλές περιπτώσεις οι πόλεις τείνουν να θεωρούνται ομοιογενείς και να τονίζονται τα θετικά μόνο χαρακτηριστικά. Έτσι για παράδειγμα το Λονδίνο ενώ θεωρείται μία από τις επιτυχημένες και κυρίαρχες πόλεις όσον αφορά τον πολιτισμό, προσφέρει και

σχετικά χαμηλή ποιότητα ζωής λόγω της ακρίβειας, του κυκλοφοριακού, κ.λπ. Καταλήγει στο να χαρακτηρίζει την ιδέα της κοσμοπολίτικης «δημιουργικής πόλης» αστικό μύθο που έχουν εφεύρει οι πολιτικοί και οι εταιρίες ανάπτυξης (Evans 2001:276-77). Η Α. Λουκαΐτου-Σιδέρη αναφερόμενη στην εφαρμογή του μοντέλου της δημιουργικής πόλης στις Ηνωμένες Πολιτείες υποστηρίζει μεταξύ άλλων ότι στην πράξη οι πόλεις συνηθίζουν να ακολουθούν στρατηγικές που αναφέρονται και στα τρία μοντέλα αστικής ανάπτυξης (με το επιχειρησιακό μοντέλο να υπερτερεί στις περισσότερες περιπτώσεις), τα οικονομικά κίνητρα υπερίσχυαν των κοινωνικών στη διαμόρφωση των στρατηγικών αυτών και συνηθίζουν να τις συνδυάζουν με πολεοδομικές παρεμβάσεις. Γενικά καταλήγει στο συμπέρασμα ότι τα πολιτιστικά τοπία γίνονται ολοένα και πιο σημαντικά στις δυτικοευρωπαϊκές και αμερικάνικες πόλεις και οι τοπικές αρχές βασίζονται πλέον στις πολιτιστικές στρατηγικές, αναμένοντας άμεσα και δραστικά αποτελέσματα (Λουκαΐτου-Σιδέρη 2006:59-62).

Γ. Η θεωρία της δημιουργικής τάξης

Σε μια διαφορετική θεωρητική προσέγγιση, ο ειδικός σε θέματα περιφερειακής ανάπτυξης καθηγητής Richard Florida ανέπτυξε τη θεωρία της δημιουργικής τάξης, η οποία έχει σαφώς μεγαλύτερη απήχηση παγκοσμίως. Στο πρόσφατο βιβλίο του *The Rise of the Creative Class* (2002)³³, ο Richard Florida αναλύει τη σχέση αυτή. Ξεκινάει από την παραδοχή ότι η οικονομία πλέον χωρίζεται σε τρεις βασικούς τομείς:

- τον τομέα της βιομηχανίας
- τον τομέα των υπηρεσιών
- τον δημιουργικό τομέα

Ενώ οι βιομηχανικές επιχειρήσεις χωροθετούνται κοντά στις πηγές πρώτων υλών, οι δημιουργικές επιχειρήσεις χωροθετούνται εκεί που ζει η δημιουργική τάξη. Κύριος σκοπός της σύγχρονης πολιτικής τοπικής ανάπτυξης πρέπει επομένως να είναι η δημιουργία των συνθηκών που θα προσελκύσουν τα μέλη της δημιουργικής τάξης.

Ως μέλη της δημιουργικής τάξης, ο Florida ορίζει ένα ευρύτατο φάσμα επαγγελματιών ξεκινώντας από καλλιτεχνικά επαγγέλματα όπως συγγραφείς, σχεδιαστές μόδας, γραφίστες, μουσικούς, ηθοποιούς, συνθέτες, ζωγράφους,

³³ Η μεγάλη εκδοτική επιτυχία του βιβλίου έχει οδηγήσει σε νέα επανέκδοση το 2004, ενώ το 2006 κυκλοφόρησε το βιβλίο *The Flight of the Creative Class*. Παράλληλα η δουλειά του παρουσιάζεται σε πλήθος συνεδρίων, μέσων μαζικής ενημέρωσης, ιστοσελίδων πόλεων, κ.λπ. Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την τρέχουσα ερευνητική δραστηριότητα του βλ. www.creativeclass.org.

γλύπτες, φωτογράφους, χορευτές, σκηνοθέτες και λοιπούς καλλιτέχνες, ενώ εντάσσει στην κατηγορία αυτή και τους ειδικούς στις νέες τεχνολογίες, τους μαθηματικούς, τους αρχιτέκτονες, τους μηχανικούς, τους γιατρούς, τους κοινωνικούς επιστήμονες και τους καθηγητές. Επίσης εντάσσει τα στελέχη επιχειρήσεων, τους οικονομικούς αναλυτές, τους δικηγόρους και τους τεχνικούς, ενώ τονίζει ότι δεν είναι απαραίτητη η πανεπιστημιακή εξειδίκευση για να ανήκει κανείς στη δημιουργική τάξη. Ο ορισμός που χρησιμοποιεί αφορά ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού, το οποίο στις Η.Π.Α. υπολογίζεται στο 30% του συνόλου (Florida 2004:68). Σε σχέση με άλλους ορισμούς που σχετίζονται με την εργασία στις πολιτιστικές βιομηχανίες (π.χ. του Scott), ο Florida δεν χρησιμοποιεί σαν κριτήριο την εξαρτημένη εργασία. Στο βιβλίο του υιοθετεί μια θεώρηση που δεν ξεκινά από τη δημιουργική τάξη αλλά από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που αυτή παράγει. Ως δημιουργικούς κλάδους θεωρεί αυτούς που προσθέτουν αισθητική και συμβολική αξία ή/και προσδίδουν ιδιαίτερη «σημασία» στον καταναλωτή όταν συνδέονται με έναν συγκεκριμένο τρόπο ζωής.

Αναφέρει ότι οι ανθρώπινες σχέσεις έχουν μεταβληθεί σε σημαντικό βαθμό, έχουν αυξηθεί τα ατομικά νοικοκυριά, κανείς δεν παντρεύεται πριν τα τριάντα, ενώ η εργασία που κάποτε ήταν κάτι μόνιμο σήμερα σε μέσο όρο διαρκεί τρία χρόνια, ενώ για άτομα κάτω των τριάντα έναν χρόνο. Αλλάζει επίσης η νοοτροπία για την εργασία, ειδικά στα μέλη της δημιουργικής τάξης, τα οποία κάνουν καθιστική δουλειά και αναζητούν τη βραδινή διασκέδαση, το πολύκοσμο κέντρο της πόλης. Αρέσει το χαλαρό ωράριο, η απουσία κώδικα ντυσίματος, κ.λπ. Θέλουν να ζουν σε ανεκτικές πόλεις με κοινότητες που αποτελούνται από διαφορετικές εθνικές ομάδες, ηλικιακές ομάδες ή ομάδες σεξουαλικού προσορισμού (Florida 2002, Greffe 2005).

Καταλήγει στο συμπέρασμα ότι για να μπορέσει μια πόλη να είναι πετυχημένη σήμερα πρέπει να έχει τα χαρακτηριστικά αυτά που προσελκύουν τη δημιουργική τάξη και έχει κατασκευάσει τις ανάλογες αστικές ιεραρχίες και δείκτες. Προκειμένου όμως να προσελκύσει τη δημιουργική τάξη θα πρέπει μια πόλη ή μια περιοχή της να προσφέρει πολιτιστικές επιλογές, υποδομές αναψυχής, υποδομές νέων τεχνολογιών και ένα περιβάλλον ελευθερίας και σεβασμού στις διαφορετικές πολιτιστικές ταυτότητες. Υπολογίζει μάλιστα ότι το ιδανικό είναι η δημιουργική τάξη να αποτελεί τουλάχιστον το 35% του εργατικού δυναμικού μιας πόλης. Τα μουσεία, οι γκαλερί, οι πολιτιστικοί φορείς, τα θέατρα και τα συνεδριακά κέντρα υποστηριζόμενα από εστιατόρια, καφέ, μπαρ, καταστήματα μόδας και η αντίστοιχη αίσθηση «δημιουργικότητας, καινοτομίας και επιχειρηματικότητας» που δημιουργεί η συνύπαρξή τους σε συγκεκριμένες περιοχές του κέντρου της πόλης

θεωρείται κρίσιμο στοιχείο που συμβάλλει στον αστικό ανταγωνισμό (Florida 2002).

Κεντρική θέση στη θεωρία κατέχουν τρεις παράγοντες (του οποίους ονομάζει τα τρία T) της οικονομικής ανάπτυξης, δηλαδή την τεχνολογία, το ταλέντο και την ανεκτικότητα (Technology, Talent, Tolerance). Η βασική ιδέα της θεωρίας είναι ότι η ανάπτυξη ενισχύεται από δημιουργικά άτομα (ταλέντο) οι οποίοι προτιμούν να εγκατασταθούν σε τόπους οι οποίοι συγκεντρώνουν διαφορετικές εθνότητες και είναι ανοιχτοί σε νέες ιδέες (ανεκτικότητα). Οι συγκεντρώσεις «πολιτιστικού κεφαλαίου» που προκύπτουν όταν στηρίζονται από νέα προϊόντα και διαδικασίες (τεχνολογία) οδηγούν στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, στην δημιουργία θέσεων εργασίας και στην οικονομική ανάπτυξη (Florida 2002, 2004, Montgomery 2005: 338).

Εισάγει ορισμένους αρκετά πρωτότυπους τρόπους κατάταξης των πόλεων με χρήση ειδικών δεικτών, σύμφωνα με τους οποίους μπορεί μια πόλη να προσδιορίσει εάν είναι «δημιουργική». Ο σχετικός δείκτης που έχει δημιουργήσει και τον οποίο ονομάζει «Δημιουργικό Δείκτη» (Creative Index) είναι ένα χρήσιμο εργαλείο των δημιουργικών δυνατοτήτων συγκεκριμένων περιοχών. Ο πίνακας αυτός είναι ένας συνδυασμός τεσσάρων ισοδύναμων παραγόντων: το ποσοστό των λεγόμενων «δημιουργικών εργαζόμενων» στο συνολικό εργατικό δυναμικό, την καινοτομία η οποία μετράται με τον αριθμό κατοχύρωσης πατέντων ανά άτομο, την παρουσία επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και τη διαφορετικότητα που μετράται. Έχει ορίσει και τους αντίστοιχους πίνακες: Melting Pot Index, Good Lifestyles Index, Gay Index, Bohemian Index. Ο δείκτης Melting Pot αναπαριστά τον αριθμό διαφορετικών εθνικοτήτων που ζουν σε μια πόλη, δείκτης ο οποίος σύμφωνα με τον Florida συνδέεται με την ύπαρξη δομών υψηλής τεχνολογίας. Εννοεί ότι οι βιομηχανίες υψηλής τεχνολογίας συγκεντρώνονται σε πόλεις με πολυεθνικούς πληθυσμούς, χωρίς αυτό βέβαια να σημαίνει ότι οι εθνικές ομάδες προκαλούν την εξέλιξη αυτή. Μέσα από τον δείκτη Good Lifestyles χαρακτηρίζονται τόποι με ιδιαίτερη πολιτιστική κληρονομιά και σύγχρονη πολιτιστική ζωή. Μέσα από τον «δείκτη ομοφυλοφιλίας» (Gay Index) υποστηρίζει τη θέση ότι η ύπαρξη ομοφυλόφιλων σε μια πόλη αποτελεί ένδειξη ότι μια πόλη είναι ανεκτική και προσφέρει επιλογές και ποιότητα ζωής, αφού πρόκειται για μια κοινωνική ομάδα με υψηλό εισόδημα που αρέσκεται να ζει στο κέντρο μεγάλων πόλεων.

Αρχικά ο Florida δημιούργησε μοντέλο που εφάρμοσε στις Η.Π.Α. με βάση ένα δείκτη που ονόμασε Bohemian index, στον οποίο συγκρίνονται οι αριθμοί των ατόμων που εξασκούν δημιουργικό επάγγελμα (τους οποίους ονομάζει bohemians) σε μια συγκεκριμένη περιοχή σε σχέση με τον εθνικό όρο. Ως δημιουργικά επαγγέλματα όρισε τους καλλιτέχνες, τους μουσικούς, τους συγγραφείς, οι

σχεδιαστές, τους φωτογράφους και άτομα που απασχολούνται σε παρόμοιους κλάδους. Ανακάλυψε ότι υπάρχει υψηλό επίπεδο συσχέτισης μεταξύ του συγκεκριμένου δείκτη και των δεικτών πολιτιστικών επιχορηγήσεων, του πληθυσμού, εκπαίδευσης και του ανθρώπινου κεφαλαίου. Επίσης ανακάλυψε ότι οι πιο σημαντικές συγκεντρώσεις σε αυτόν τον τομέα των ΗΠΑ ήταν στη Νέα Υόρκη και το Λος Άντζελες. Η αναλογία μεταξύ των συγκεντρώσεων των περιφερειών με τη μεγαλύτερη συγκέντρωση δημιουργικών επαγγελματιών και των περιφερειών με τη μικρότερη συγκέντρωση δημιουργικών επαγγελματιών είναι 1:25. Στις συγκρίσεις μεταξύ ταλέντου και δημιουργικών επαγγελματιών, βρίσκει ότι υπάρχει υψηλή συσχέτιση μεταξύ του τελευταίου ως ανεξάρτητης μεταβλητής και της υψηλής τεχνολογίας ως εξαρτημένης. Η συσχέτιση η οποία είναι 2,055 είναι ιδιαίτερα υψηλή. Το ίδιο ισχύει μέχρι ενός βαθμού και για τη σχέση των δημιουργικών επαγγελματιών με την ανεκτικότητα μιας κοινωνίας (Florida 2002). Πάνω σε αυτές τις διαπιστώσεις ο Florida δημιούργησε τη θεωρία για τη δημιουργική τάξη, η οποία αναζητά πόλεις και περιοχές που προσφέρουν τις κατάλληλες πολιτιστικές συνθήκες (Florida, 2002, 2004, Pratt 2004:25, Greffe 2005:113)

Μετά την δημοσίευση του βιβλίου ο Florida και την επιτυχία που γνώρισε επιχείρησε να εφαρμόσει τους δείκτες και στην Ευρώπη, όπου όμως τα αποτελέσματά που παρουσίασε δέχτηκαν αρκετές επικρίσεις (Florida and Tinagli 2004). Στη Μεγάλη Βρετανία, για παράδειγμα, θεωρεί ως πιο δημιουργική πόλη το Μάντσεστερ και αμέσως μετά το Λέστερ, ενώ το Λονδίνο ακολουθεί. Αυτή η διαπίστωση εμπειρικά δεν στέκει αφού σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να συγκριθεί το Λονδίνο με τις υπόλοιπες βρετανικές πόλεις όσον αφορά την συγκέντρωση πολιτιστικών βιομηχανιών. Το δε Λέστερ κατατάσσεται ψηλά κυρίως λόγω της μεγάλης αναλογίας διαφορετικών εθνικοτήτων, αυτό όμως δεν σημαίνει ότι αποτελεί και δημιουργική πόλη. Αλλά και στις ευρωπαϊκές κατατάξεις μπορεί κανείς να παρατηρήσει στρεβλώσεις: κατατάσσεται σε υψηλή θέση η Μόσχα, ενώ είναι γνωστό ότι αντιμετωπίζει πολύ σοβαρά προβλήματα φτώχειας και εγκληματικότητας, οι Βρυξέλλες, μια πόλη που κανείς δεν συνδέει με τον πολιτισμό και η Φρανκφούρτη που είναι κατεξοχήν οικονομικό κέντρο. Παράλληλα δεν αναφέρονται καθόλου πόλεις όπως το Ελσίνκι, που έχει αναπτύξει τις νέες τεχνολογίες και αποτελεί έδρα της NOKIA (Montgomery 2005:338).

Πολλά είναι τα ερωτήματα που προκύπτουν σχετικά με τους δείκτες και τους πίνακες που χρησιμοποιεί. Μια πολυεθνική και ανοιχτή πόλη είναι όντως πιο δημιουργική ή μήπως συμβαίνει το αντίθετο, δηλαδή μια οικονομικά επιτυχημένη πόλη προσελκύει έναν πιο ανομοιογενή πληθυσμό λόγω των ευκαιριών που προσφέρει; Είναι δυνατόν οι ομοφυλόφιλοι να καθιστούν πιο δυναμικές τις τοπικές

οικονομίες ή μήπως αυτοί με τη σειρά τους προσελκύονται από πόλεις που είναι ζωντανές και ενδιαφέρουσες ακριβώς λόγω της οικονομικής τους ευρωστίας; Σύμφωνα με τον Montgomery η μεγαλύτερη παράλειψη του Florida είναι το γεγονός ότι δεν συσχέτισε την επιτυχία ορισμένων πόλεων με εδραιωμένες αντιλήψεις ή παραδόσεις που προϋπήρχαν, όπως κάνουν άλλοι θεωρητικοί της πόλης, π.χ., ο Peter Hall (Montgomery 2005: 339). Ο Joel Kotkin σε ένα άρθρο που δημοσιεύει στο διαδίκτυο κάνει μια αρκετά σκληρή κριτική στην ιδέα ότι καθιστώντας μια πόλη δημοφιλή λύνεις και τα προβλήματα, μια στρατηγική που την ονομάζει "cool city strategy". Ειρωνεύεται την νέα τάση των «άνετων (cool)» δημάρχων όπως είναι ο Ken Livingstone του Λονδίνου, ο Bertrand Delanoë του Παρισιού, ο Klaus Wowereit του Βερολίνου, κ.λπ. που χρησιμοποιούν τον πολιτισμό ως κύριο παράγοντα επιτυχίας για το μέλλον και αποτελούν τους κύριους πρεσβευτές της θεωρίας του Florida στην Ευρώπη. Κλείνει το άρθρο του λέγοντας ότι οι «στρατηγικές του γκλάμουρ» δεν κοστίζουν πολλά και δεν ενοχλούν κανένα, στην πραγματικότητα όμως δεν προσφέρουν κάτι σημαντικό στην πόλη (Kotkin, 2004). Παρόμοια κριτική επιχειρεί ο Berry σχετικά με την ισχύ των κατατάξεων στη περίπτωση της Μελβούρνης – η οποία κατατάσσεται πολύ χαμηλά σε σχέση με άλλες πόλεις της Αυστραλίας, με χαρακτηριστικό το ειρωνικό τίτλο άρθρου «Μελβούρνη – Υπάρχει ελπίδα μετά τον Florida;» (Berry 2005).

Σε σχέση με αυτή τη διαπίστωση η Α. Λουκαΐτου-Σιδέρη - αναφερόμενη στην εφαρμογή του μοντέλου της δημιουργικής πόλης στις Ηνωμένες Πολιτείες - υποστηρίζει μεταξύ άλλων ότι οι πόλεις συνηθίζουν να ακολουθούν στρατηγικές που αναφέρονται και στα τρία μοντέλα πολιτιστικής ανάπτυξης (με το επιχειρησιακό μοντέλο να υπερτερεί στις περισσότερες περιπτώσεις), τα οικονομικά κίνητρα υπερίσχυαν των κοινωνικών στη διαμόρφωση των στρατηγικών αυτών και συνηθίζουν να τις συνδυάζουν με πολεοδομικές παρεμβάσεις. Γενικά καταλήγει στο συμπέρασμα ότι τα πολιτιστικά τοπία γίνονται ολοένα και πιο σημαντικά στις δυτικοευρωπαϊκές και αμερικάνικες πόλεις και οι τοπικές αρχές βασίζονται πλέον στις πολιτιστικές στρατηγικές, αναμένοντας άμεσα και δραστικά αποτελέσματα (Λουκαΐτου-Σιδέρη 2006:59-62).

Ο γνωστός γεωγράφος Jamie Peck, τέλος, μέσα από το άρθρο του (Peck 2005) ασκεί δριμύτατη κριτική στο Florida, παραθέτοντας και κριτικές από άλλους συγγραφείς. Οι κύριες κριτικές αντιρρήσεις που παρουσιάζει είναι ότι η στατιστική συσχέτιση στην οποία βασίζεται ο Florida δεν αναφέρεται στην αιτιακή σχέση και πολλές φορές οδηγεί σε υπεραπλουστευμένα συμπεράσματα, π.χ. το γεγονός ότι μια ζωντανή τοπική πολιτιστική σκηνή συσχετίζεται με υψηλούς οικονομικούς ρυθμούς δεν σημαίνει απαραίτητα ότι η πολιτιστική σκηνή είναι το αίτιο, αντίθετα πολύ πιθανό είναι η οικονομική ανάπτυξη να δημιουργήσει και τις προϋποθέσεις για

την ανάπτυξή της. Άλλη κριτική στάση αφορά την επιλογή των δημάρχων να χρησιμοποιήσουν την στρατηγική που προτείνει ο Florida: η υιοθέτησή της δεν έχει υψηλό οικονομικό κόστος και δεν σημαίνει την εγκατάλειψη παραδοσιακών εργαλείων αστικής πολιτικής, επομένως οι δήμαρχοι το είδαν περισσότερο σαν μια ευκαιρία προσωπικής προβολής (αναφέρει και αρκετά παραδείγματα δημάρχων) και προώθησης της πόλης τους με μικρό κόστος. Τέλος αμφισβητεί τόσο την πρωτοτυπία της με δεδομένο ότι πολλοί θεωρητικοί είχαν μιλήσει για την τάση που περιγράφει ο Florida με διαφορετική ορολογία, όσο και την προοδευτικότητα των κύριων συνιστωσών της θεωρίας. Αναφέρεται ειρωνικά στην θεωρία ως placebo και απομονώνοντας συγκεκριμένες απόψεις του Florida αναφέρει ότι η βάση της θεωρίας του για την προσέλκυση δημιουργικών επαγγελματιών του «θυμίζει την συνήθεια των ιθαγενών της Νέας Γουινέας να τοποθετούν λωρίδες χαρτί στη ζούγκλα με την ελπίδα κάποιο αεροπλάνο να το περάσει για αεροδιάδρομο προσγείωσης». Παραδέχεται ωστόσο όπως και οι υπόλοιποι επικριτές ότι ο Florida έστρεψε την κοινή γνώμη στην τοπική πολιτική και ότι πολλές φορές οι αστικές διοικήσεις παρερμήνευσαν ή υπεραπλούστευσαν την θεωρία του κατά την εφαρμογή της (Peck 2005: 762).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Αστικός Τουρισμός

1. Ορισμοί – Χαρακτηριστικά

Εδώ και ορισμένα χρόνια η σχέση πόλης και τουρισμού έχει μπει στο επίκεντρο του επιστημονικού και πολιτικού ενδιαφέροντος, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν θεωρούνταν σημαντική πιο πριν. Το γεγονός αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό σε μια σειρά αλλαγών που σχετίζονται με την αναβάθμιση των ιστορικών αστικών κέντρων, την αλλαγή στα πρότυπα πολιτιστικής προσφοράς και κατανάλωσης, την αύξηση του ενδιαφέροντος του κοινού για την πολιτιστική κληρονομιά και την αναζήτηση νέων ενδιαφερόντων και τρόπων αναψυχής. Μεγάλη σημασία έχει επίσης το γεγονός ότι κυριαρχεί η τάση για πολλά σύντομα ταξίδια, όπου πολλές φορές προτιμούνται οι πόλεις ως προορισμός (Van der Berg κ.ά. 1995, Page 1995, Ebert 2005a, Robinson and Picard 2006).

Ο αστικός τουρισμός είναι η μορφή τουρισμού που έχει ως προορισμό μία ή περισσότερες πόλεις. Κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι η περιήγηση στις πόλεις και κυρίως η γνωριμία με την πολιτιστική κληρονομιά και η παρακολούθηση πολιτιστικών εκδηλώσεων, στοιχεία τα οποία είναι συγκεντρωμένα κυρίως σε αστικές περιοχές. Δευτερευόντως, επισκέπτονται πόλεις για ψώνια (τουρισμός εκπνώσεων – αγορών), για νυχτερινή διασκέδαση και για επαγγελματικές υποθέσεις (Σφακιανάκης 2000: 296). Η ανάπτυξη του τουρισμού στις μεγάλες πόλεις συνδυάστηκε με την αστική κρίση που προέκυψε μεταπολεμικά και έφτασε στο αποκορύφωμα της τη δεκαετία του 1970, στρέφοντας το ενδιαφέρον των πόλεων προς τον τομέα των υπηρεσιών. Ο τουρισμός και η αναψυχή αποτέλεσαν τομέα αιχμής για πολλές πόλεις προκειμένου να αντιστρέψουν το αρνητικό οικονομικό κλίμα που έχει δημιουργήσει η αποβιομηχάνιση (Van Der Berg κ.ά. 1995:5-6).

Το γεγονός το οποίο καθιστά τον πολιτιστικό τουρισμό σε μεγάλο βαθμό τομέα αστικού ενδιαφέροντος είναι ότι το μεγαλύτερο μέρος της πολιτιστικής κληρονομιάς και της σύγχρονης πολιτιστικής παραγωγής είναι συγκεντρωμένο στις πόλεις. Ο όρος «αστικός τουρισμός» ταυτίζεται έως ένα σημείο με τον πολιτιστικό τουρισμό, περιλαμβάνοντας και δραστηριότητες αναψυχής και οι πόλεις ανταγωνίζονται μεταξύ τους για να αποκτήσουν περισσότερους τουρίστες (Russo 2000:2). Τα τελευταία χρόνια η έννοια του πολιτιστικού τουρισμού αποτελεί μια από τις κεντρικές έννοιες της τουριστικής πολιτικής, ενώ και το τουριστικό προϊόν καθεαυτό υπόκειται σε αλλαγές. Ο πολιτιστικός τουρισμός προσφέρει ευκαιρίες για πολιτιστική εμπειρία, προσφέρει την περιήγηση στη φυσική, καλλιτεχνική και

πνευματική κληρονομιά μιας περιοχής καθώς και στη σημερινή καλλιτεχνική δημιουργία. Απορροφά ένα μεγάλο μέρος των τουριστών που έχουν ιδιαίτερες προσδοκίες για την επίσκεψη σε χώρους με σημαντική πολιτιστική κληρονομιά, οι οποίοι απαιτούν ειδική οργάνωση και διαχείριση (Richards, 1996, Βασιλειάδης 2003). Αδιαμφισβήτητα λοιπόν μπορεί να θεωρηθεί ότι ο αστικός και ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελούν πεδία εφαρμογής της πολιτιστικής διαχείρισης. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (W.T.O.) υπολογίζει ότι στην παγκόσμια αγορά του Τουρισμού ο πολιτιστικός τουρισμός κατέχει ένα αξιοσημείωτο ποσοστό του 37% και με τάση να αυξάνεται κατά 15% κάθε χρόνο (Roth, 1998:54).

Ο αστικός τουρισμός και η επέκταση της ζήτησης για επισκέψεις σε πόλεις και ιστορικές περιοχές (για εκπαιδευτικούς, οικογενειακούς, επαγγελματικούς λόγους ή για αναψυχή) απαιτεί μια σειρά από υπηρεσίες και υποδομές όπως είναι τα γραφεία πληροφοριών, οι πολιτιστικές διαδρομές, τα ξενοδοχεία, τα μουσεία, τα φεστιβάλ, οι υπηρεσίες αναψυχής, κ.ά. (Van der Borg., Costa and Gotti 1996). Παρά τις προβλέψεις που είχαν διατυπωθεί στο παρελθόν ότι ορισμένες μορφές τουρισμού, όπως ο επαγγελματικός, θα εκλείψουν λόγω της ανάπτυξης των τεχνολογικών δυνατοτήτων – τηλεδιάσκεψη, ηλεκτρονικό εμπόριο, σύγχρονες τηλεπικοινωνίες, εικονικά ταξίδια –, φαίνεται ότι αυτό δεν επαληθεύεται και τα ταξίδια συνεχίζουν να παρουσιάζουν αυξητικές τάσεις. Για να καλυφθούν οι ανάγκες της αυξανόμενης ζήτησης, αλλά και του ανταγωνισμού, οι πόλεις αναθεωρούν και βελτιώνουν συνεχώς το τουριστικό τους προϊόν με τις «πολιτιστικές περιοχές» να αποτελούν αιχμές (Evans 2001: 260-1). Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό που καθιστά τον τουρισμό και την πολιτιστική κληρονομιά τομέα με ξεχωριστή πολιτική από τους άλλους πολιτιστικούς τομείς είναι ότι η κατανάλωση τους γίνεται επί τόπου. Αντίθετα, η μουσική, οι εικαστικές τέχνες, το θέατρο, η όπερα, κ.λπ. μπορούν εύκολα να παρουσιαστούν σε οποιοδήποτε τόπο.

Η επιλογή ενός μεγάλου αριθμού πόλεων να προωθήσουν τον τουρισμό που σχετίζεται με την πολιτιστική κατανάλωση δεν είναι τυχαία αλλά βασίζεται σε οικονομική λογική. Η πολιτιστική κατανάλωση είναι μια ιδιαίτερα κερδοφόρος δραστηριότητα, εφ' όσον τα πολιτιστικά αγαθά έχουν μεγάλη υπεραξία και οι ενδιαφερόμενοι καταναλωτές προέρχονται συνήθως από τα πιο εύπορα τμήματα της κοινωνίας (Heinze 1997, Richards 2001). Ο ανταγωνισμός μεταξύ των πόλεων για το εξειδικευμένο αυτό κομμάτι της αγοράς εμφανίζεται σήμερα πιο έντονος από ποτέ. Ο ανταγωνισμός αυτός μπορεί να είναι και ενδοαστικός, να αφορά δηλαδή διαφορετικές περιοχές της ίδιας πόλης (Mommias 2005: 518). Το κοινό είναι πλέον πιο εκπαιδευμένο και εύπορο, αλλά δεν έχει επάρκεια χρόνου οπότε πρέπει να κάνει επιλογές. Επιπλέον, η στροφή προς πιο αυθεντικές, πρωτότυπες εμπειρίες προτρέπει τους τουρίστες να αναζητήσουν τις πόλεις που τις προσφέρουν

(Richards 2001, Sigala and Leslie 2005). Ο αστικός τουρισμός συνδέεται επίσης άμεσα με τον συνεδριακό και τον επαγγελματικό τουρισμό. Ειδικά ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί μία αναπτυσσόμενη βιομηχανία με τον ευρωπαϊκό συνεδριακό τουρισμό να παρουσιάζει δυναμική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια (European Commission 2000).

Αναμφισβήτητα, η διαδικασία της παγκοσμιοποίησης έχει επηρεάσει σημαντικά και τον τομέα του τουρισμού. Το γεγονός αυτό μπορεί να χαρακτηριστεί θετικό αφού η αλληλεξάρτηση των τουριστικών αγορών δημιουργεί νέες συνέργειες και ξεπερνά τις όποιες αβεβαιότητες, αλλά έχει και αρνητικές συνέπειες, όταν π.χ. αφανίζονται μικρές τοπικές επιχειρήσεις λόγω του ανταγωνισμού. Η πρόσφατες συμμαχίες μεγάλων τουριστικών operator (π.χ. μέσα στο 2007 ανακοινώθηκαν οι συνεργασίες και συγχωνεύσεις της TUI και της First Choise, καθώς και της Thomas Cook και της My Travel) δείχνουν την έντονη τάση συγκέντρωσης του τομέα.

Γενικότερα, παρά τον αυξανόμενο διεθνή ανταγωνισμό, η Ευρώπη παραμένει ο κυριότερος τουριστικός προορισμός του κόσμου. Ο πολυδιάστατος ρόλος του τουρισμού –επιπτώσεις στην οικονομία, στην απασχόληση αλλά και το περιβάλλον- έχει αναδείξει την ανάγκη ξεκάθαρης τουριστικής πολιτικής από κάθε χώρα-τουριστικό προορισμό και την αναγκαιότητα κοινής τουριστικής πολιτικής από την Ευρωπαϊκή Ένωση με στόχο την παροχή κινήτρων για περαιτέρω ανάπτυξη συγκεκριμένων περιοχών, ώστε να διατηρηθεί η υψηλή ανταγωνιστικότητα της Ευρώπης στον τουριστικό τομέα (Sigala and Leslie 2005). Ο αστικός τουρισμός προφανώς διαφέρει σημαντικά ανάλογα με τα χαρακτηριστικά της εκάστοτε πόλης, δηλ. μέγεθος, ιστορία, μνημεία, αγορά, προσβασιμότητα, εγκληματικότητα, κ.ά. Είναι επομένως χρήσιμο να ομαδοποιηθούν οι πόλεις ανάλογα με τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά τους.

Στη παρούσα διατριβή υιοθετείται οι κατηγοριοποίηση σε ομάδες που προτείνεται στη μελέτη της European Travel Commission για το Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO, ETC, 2005:5-7) το οποίο χωρίζει κατ' αρχήν τους αστικούς προορισμούς σε τέσσερις κατηγορίες: κοινότητες (villages), μικρές πόλεις (towns), μεγάλες πόλεις (cities) και μητροπόλεις (metropolis).

Το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν μπορεί να βασιστεί στα εξής στοιχεία:

- ο *Κληρονομιά*: το κυρίαρχο πολιτιστικό προϊόν είναι η πολιτιστική κληρονομιά του προορισμού (μνημεία, πολιτιστικά έργα, μουσεία, κ.λπ)
- ο *Τέχνες*: το κυρίαρχο πολιτιστικό προϊόν είναι οι σύγχρονες παραστατικές και εικαστικές τέχνες

- ο *Πολιτιστικές Βιομηχανίες*: το κυρίαρχο πολιτιστικό προϊόν είναι οι πολιτιστικές βιομηχανίες (design, μόδα, κινηματογράφος, διαφήμιση, αρχιτεκτονική, κ.ά.).

Τύπος / Χαρακτηριστικό	Κοινότητα	Μικρή Πόλη	Μεγάλη Πόλη	Μητρόπολη
Κληρονομιά	Ομάδα 1	Ομάδα 2		
Κληρονομιά και Τέχνες		Ομάδα 3	Ομάδα 4	
Κληρονομιά και Τέχνες και Πολιτιστικές Βιομηχανίες				Ομάδα 6
			Ομάδα 5	

Πίνακας 2.1: Κατηγορίες προορισμών αστικού τουρισμού (Πηγή: WTO, ETC, 2005:5)

Η συγκριτική παρουσίαση θεσμών και τουριστικών πολιτικών πόλεων με διαφορετικά χαρακτηριστικά έχει μεγάλο ενδιαφέρον αφού καταδεικνύει τις διαφορές και την ανάγκη για χάραξη διαφοροποιημένων πολιτικών. Στην παρούσα διατριβή παρουσιάζονται μεγαλύτερες πόλεις (που αντιστοιχούν στις ομάδες 5 και 6 και όχι μικρότερες πόλεις ή κοινότητες. Η κάθε ομάδα έχει διαφορετικά χαρακτηριστικά και καθορίζει διαφορετικά πλαίσια ανάπτυξης τουριστικών και πολιτιστικών υποδομών και κατά συνέπεια αντίστοιχων τουριστικών-πολιτιστικών περιοχών. Η κατηγοριοποίηση που επιχειρείται βάσει αυτού του πίνακα, αν και είναι πολύ γενική, προσφέρει ένα βασικό εργαλείο ανάλυσης για τα βασικά πολιτιστικά χαρακτηριστικά των πόλεων. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται ενδεικτικά ανά κατηγορία ορισμένα στοιχεία:

Ομάδα 2 <i>Μικρή Πόλη με Κληρονομιά</i>	Ομάδα 3 <i>Μικρή Πόλη με Κληρονομιά και Τέχνες</i>	Ομάδα 4 <i>Μεγάλες Πόλεις με Κληρονομιά και Τέχνες</i>	Ομάδα 5 <i>Μεγάλες Πόλεις με Κληρονομιά και Τέχνες και Πολιτιστικές Βιομηχανίες</i>	Ομάδα 6 <i>Μητροπόλεις με Κληρονομιά και Τέχνες και Πολιτιστικές Βιομηχανίες</i>
Αβίλα	Αβινιόν	Αθήνα	Άμστερνταμ	Βερολίνο
Βέρνη	Βασιλεία	Αμβέρσα	Βαρκελώνη	Κωνσταντινούπολη
Χαϊδελβέργη	Κρακοβία	Αμβούργο	Βρυξέλλες	Λονδίνο
Ντελφτ	Τάλιν	Βαρσοβία	Βουδαπέστη	Παρίσι
Οξφόρδη	Βενετία	Βουκουρέστι	Βιέννη	Ρώμη
Πίζα	Ζάγκρεμπ	Γλασκώβη	Δουβλίνο	
Μονακό	Γάνδη	Εδιμβούργο	Κοπεγχάγη	
Γιορκ	Μπαϊρότ	Ελσίνκι	Λισαβόνα	
Γρανάδα	Μπολόνια	Πόρτο	Λυόν	
Καντεμπούρι	Μπρατισλάβα	Πράγα	Μιλάνο	
Λουξεμβούργο	Φλωρεντία	Ρίγα	Νάπολι	
Λευκωσία	Μπριζ	Ρότερνταμ	Στοκχόλμη	
Μπάμπεργκ	Σόφια	Σεβίλλη		

Πίνακας: Κατηγοριοποίηση ευρωπαϊκών πόλεων (Πηγή: WTO, ETC, 2005:5)

Η κατηγοριοποίηση των πόλεων βοηθάει επίσης και στην καλύτερη κατανόηση της πολυπλοκότητας της πολιτιστικής πολιτικής και του μάρκετινγκ κάθε πόλης, καθώς και των ιδιαίτερων παρεμβάσεων. Στην περίπτωση των πολιτιστικών περιοχών, όπως εξηγείται παρακάτω, τα χαρακτηριστικά του αστικού τουρισμού, η αναλογία τουριστών – κατοίκων και τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά της πόλης κατέχουν κεντρικό ρόλο (Fortuna 1997).

2. Σύγχρονα πρότυπα αστικού τουρισμού

Όπως και στην περίπτωση των πολιτιστικών αγαθών, τα πρότυπα του τουρισμού και ιδιαίτερα του αστικού τουρισμού μεταβάλλονται σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Σύμφωνα με την πρόσφατη μελέτη του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για το ρόλο του πολιτισμού στον αστικό τουρισμό, η αναμενόμενη αύξηση των ταξιδιών στην Ευρώπη έως και 50% μέχρι το 2020 αναμένεται να δημιουργήσει μια νέα πραγματικότητα για τις ευρωπαϊκές πόλεις (WTO 2005:65).

Ο κίνδυνος υπερκορεσμού των πόλεων είναι σημαντικός και μπορεί να οδηγήσει σε αρνητικές συνέπειες τόσο για την ποιότητα ζωής των κατοίκων όσο και για το

προσφερόμενο τουριστικό προϊόν¹. Ειδικά η χρήση ιδιωτικών οχημάτων από επισκέπτες μπορεί να δημιουργήσει επιπρόσθετα προβλήματα κίνησης και ρύπανσης σε μία πόλη – προορισμό. Σε αυτές τις περιπτώσεις οι τοπικές αρχές πρέπει να μεριμνούν για την αποτελεσματική λειτουργία των μέσων μαζικής μεταφοράς, την στάθμευση, την πολιτική ενθάρρυνσης χρήσης εναλλακτικών τρόπων μεταφοράς εκτός του αυτοκινήτου ιδιωτικής χρήσης και την απαγόρευση της κυκλοφορίας σε συγκεκριμένες ζώνες στο κέντρο της πόλης (European Commission 2000).

Η αποτελεσματική τουριστική διαχείριση, η στροφή προς εναλλακτικές μορφές και η στόχευση συγκεκριμένων εξειδικευμένων αγορών (niche markets), έχει αποτελέσει έναν από τους τρόπους αντιμετώπισης. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η Love Parade στο Βερολίνο² και η Sensation στο Άμστερνταμ, δύο χορευτικά φεστιβάλ που είναι ιδιαίτερα δημοφιλή σε άτομα που ακούν τη συγκεκριμένη μουσική (Evans 2007). Τα φεστιβάλ αυτά διαδραματίζονται κατά κύριο λόγο στο δημόσιο χώρο της πόλης και προσελκύουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών από άλλες χώρες. Ο τουρισμός που βασίζεται στα φεστιβάλ έχει συγκεκριμένα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Στα πλεονεκτήματα μπορεί να κατατάξει κανείς την ιδιαίτερη δημοσιότητα που αποκτάται και το γεγονός ότι η δαπάνη των τουριστών είναι καθαρή εισροή για την τοπική οικονομία. Από την άλλη πλευρά ως μειονεκτήματα αυτού του τύπου τουρισμού αναφέρονται τα εξής: Πρώτον, πολλοί από τους επισκέπτες των φεστιβάλ δεν έρχονται σε μια περιοχή λόγω του φεστιβάλ αλλά για άλλους λόγους και απλά επισκέπτονται και το φεστιβάλ, οπότε δεν υπάρχει επιπρόσθετο όφελος για την περιοχή. Δεύτερον, σε ορισμένες περιπτώσεις ένα μεγάλο φεστιβάλ μπορεί να αποτρέψει ορισμένες κατηγορίες να επισκεφτούν την περιοχή λόγω συνωστισμού ή λόγω της αντίληψης ότι θα υπάρχουν δυσκολίες στο κλείσιμο δωματίων, την εξυπηρέτηση, κ.λπ. (Hughes 2000:93). Ο τρόπος με τον οποίο ενισχύουν τα φεστιβάλ ή τα πολιτιστικά γεγονότα τον αστικό τουρισμό και το τουριστικό branding έχει εξελιχθεί σημαντικά: γεγονότα όπως οι εβδομάδες μόδας (Fashion Weeks) στο Παρίσι ή στο Βερολίνο, τα κινηματογραφικά φεστιβάλ, κ.ά. μπορούν λόγω της κάλυψής τους από τα διεθνή μέσα επικοινωνίας να προβάλουν την πόλη πιο αποτελεσματικά και από την καλύτερη διαφημιστική καμπάνια (Evans

¹ Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της πόλης της Βενετίας όπου οι μεγάλη συγκέντρωση τουριστών και ο κορεσμός έχουν υποχρεώσει τις τοπικές αρχές να λάβουν ειδικά μέτρα (βλ. Canestrelli and Costa 1991:255-301).

² Το Love Parade ξεκίνησε ένας βερολινέζος dj το 1989, αμέσως μετά την πτώση του Τείχους, και το 1990 συμμετείχαν 2.000 άτομα. Το 1992 ο αριθμός αυτός ανέβηκε στις 50.000 και το 1995 στις 300.000. Η μεγάλη επιτυχία του event υποχρέωσε την διοργάνωση να αλλάξει την πορεία της «παρέλασης» και πλέον το 1999 συμμετείχαν 1.400.000 άτομα, καθώς και 50 όρματα. Οι αρχές της πόλης αντιλαμβανόμενες την μεγάλη επιτυχία του εγχειρήματος άρχισαν να διοργανώνουν πολυήμερες παράλληλες εκδηλώσεις, όπως καλλιτεχνικές παραστάσεις, προβολές, εκθέσεις, κ.ά., έτσι ώστε να συνκροτήσουν τον μεγάλο όγκο επισκεπτών στην πόλη για περισσότερες ημέρες (Evans 2007:4-5).

2007:9). Η κοσμοπολίτικη ατμόσφαιρα, η νεανική πολιτιστική σκηνή, η ανοιχτή καλλιτεχνική κοινότητα και η πλούσια νυχτερινή ζωή είναι χαρακτηριστικά που συμβάλλουν σημαντικά και διαδίδονται σε μεγάλο βαθμό «από στόμα σε στόμα».

Προφανώς, τα φεστιβάλ και τα πολιτιστικά γεγονότα συνδέονται άμεσα με τον αστικό πολιτιστικό τουρισμό. Με δεδομένο ότι τα γεγονότα αυτά είναι μοναδικά και λαμβάνουν χώρα για ένα περιορισμένο χρονικό διάστημα προσφέροντας μία μοναδική εμπειρία αποτελούν επιπρόσθετο λόγο για την επίσκεψη ενός προορισμού. Ένα πετυχημένο πολιτιστικό γεγονός μπορεί να επηρεάσει σημαντικά έναν τουρίστα στην επιλογή του, όπως δείχνουν πολλά παραδείγματα πετυχημένων φεστιβάλ και γεγονότων, προσθέτοντας ένα ακόμη πλεονέκτημα (ECT/WTO 2005:44). Σε ορισμένες περιπτώσεις δε, ορισμένοι προορισμοί στηρίζονται κυρίως στην διοργάνωση ενός φεστιβάλ αφού αλλιώς δεν θα αποτελούσαν επιλογή για ταξίδι³ (Crespi-Vallbona and Richards 2007).

Εξειδικευμένη αγορά μπορεί να αποτελέσει επομένως μία ηλικιακή ομάδα ή μία εθνική ομάδα. Για παράδειγμα ορισμένες ευρωπαϊκές πόλεις, όπως το Άμστερνταμ, η Αμβέρσα και η Πράγα τονίζουν τα τελευταία έτη την εβραϊκή τους κληρονομιά προσελκύοντας έτσι τουρίστες εβραϊκής καταγωγής. Αντίστοιχα, το Παρίσι και το Άμστερνταμ αποτελούν πολύ σημαντικούς νεανικούς προορισμούς, αφού οι νέοι ταυτίζουν τις πόλεις αυτές με την προοδευτική νοοτροπία. Συχνά δημιουργούνται προορισμοί για συγκεκριμένες υποκουλτούρες, όπως π.χ. για τους skaters. Μετά την ανάπλαση της παραλίας της, η Βαρκελώνη έχει μεταβληθεί σε σημαντικό προορισμό για την συγκεκριμένη ομάδα (ECT/WTO 2005:44).

Μια άλλη χαρακτηριστική σύγχρονη τάση είναι η επίσκεψη να συνδυάζεται με το ενδιαφέρον για την ίδια την πόλη της και την αστική ζωή. Πολλοί ταξιδιώτες που επιλέγουν τις πόλεις, συνειδητά ή ασυνείδητα συγκρίνουν τις πόλεις που επισκέπτονται με τη δικιά τους αναζητώντας λύσεις και πρακτικές. Υπάρχει ένας αρκετά μεγάλος αριθμός επαγγελματιών που ασχολείται με ζητήματα της πόλης (αρχιτέκτονες, κοινωνιολόγοι, δημοτικοί υπάλληλοι, κ.ά.) οι οποίοι όταν ταξιδεύουν σε πόλεις αναζητούν συγκεκριμένα στοιχεία και χαρακτηριστικά. Η τάση αυτή δεν θεωρείται καθόλου αμελητέα και αρκετές πόλεις κυκλοφορούν σήμερα εξειδικευμένους οδηγούς αστικής πολιτικής, αρχιτεκτονικής, ιστορίας της πόλης, κ.ά.⁴.

³ Παραδείγματα αποτελούν το φεστιβάλ τζαζ στο Porí της Φινλανδίας, το φεστιβάλ όπερας της Savonlinna στη Φινλανδία, το φεστιβάλ ποίησης στο Watoa του Βελγίου, το site specific φεστιβάλ θεάτρου Oerol στο νησί Terschelling της Ολλανδίας, το φεστιβάλ δρόμου του Valladolid στην Ισπανία, κ.ά.

⁴ Η τάση αυτή εκφράζεται και μέσα από τις αυξανόμενες θεματικές ξεναγήσεις που πραγματοποιούνται στις περισσότερες πόλεις με ιδιαίτερη θεματολογία (π.χ., το Δουβλίνο του Τζόους, το Βερολίνο των εναλλακτικών γκαλερί). Στην Αθήνα η τάση αυτή εμφανίζεται πολύ πρόσφατα, με οργανωμένες ξεναγήσεις π.χ. στην τουριστική αρχιτεκτονική της πόλης, την αρχιτεκτονική του μεσοπολέμου, (βλ. www.arcult.gr)

Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι στην αγορά του αστικού τουρισμού εμφανίζονται πλέον εξειδικευμένα τουριστικά γραφεία είτε με ευθύνη των ιδιωτικών αρχών είτε ιδιωτικά⁵. Σε πολλές πόλεις λειτουργούν εξειδικευμένα γραφεία αστικού τουρισμού που δεν ασχολούνται με τον εξερχόμενο παρά μόνο με τον εισερχόμενο τουρισμό που ενδιαφέρεται για την κληρονομιά και τη σύγχρονη πολιτιστική ζωή της πόλης⁶. Τα τελευταία χρόνια και οι δημοτικές αρχές δημιουργούν εξειδικευμένα γραφεία τουρισμού και προβολής με στόχο την αύξηση του τουριστικού ρεύματος στην πόλη. Στην περίπτωση του Λονδίνου το αντίστοιχο γραφείο λειτουργεί και παραρτήματα στο εξωτερικό, μεταξύ των οποίων και στην Ελλάδα. Η πρόσφατη τουριστική στρατηγική του Λονδίνου έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον: στόχος είναι κάθε πέντε χρόνια να δημιουργούνται νέα αξιοθέατα, να διεξάγονται συνέχειες έρευνες που καθορίζουν και τις αγορές στόχους, να δημιουργούν εξειδικευμένες πολιτιστικές διαδρομές με θέμα π.χ. το Χάρυ Πότερ, κ.ά.

Η αυθεντικότητα είναι το κύριο ζητούμενο της πολιτικής αστικού τουρισμού τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο. Το πρότυπο του μαζικού τουρισμού εγκαταλείπεται και η προώθηση γίνεται πλέον σε επίπεδο εξειδικευμένων προτιμήσεων. Σε πολλές περιπτώσεις (π.χ. στην Καταλονία) ενθαρρύνεται η αναβίωση τοπικών χαρακτηριστικών, όπως η γλώσσα, η γαστρονομία, οι παραδόσεις, κ.λπ. Αυτό συμβαίνει διότι οι τουρίστες υψηλού εισοδήματος αρέσκονται στο να θεωρούν τους εαυτούς τους ταξιδιώτες - και όχι τουρίστες -, με σκοπό την εξερεύνηση. Ο Miles αναφερόμενος στη Βαρκελώνη και τη περιοχή του El Raval περιγράφει γλαφυρά αυτή την τάση: «... η περιοχή διατηρεί μία ιδανική ατμόσφαιρα για τον υποψιασμένο τουρίστα, ο οποίος θεωρεί την ευκαιρία να πει ένα ποτό σε ένα χαρακτηριστικό μπαρ της περιοχής αφού πρώτα έχει συναντήσει πόρνες, τσιγγάνους, Αφρικανούς και καλλιτέχνες στα σκοτεινά, στενά σοκάκια ως την γνήσια αστική εμπειρία της Βαρκελώνης» (Miles 2004:40). Την τάση αυτή περιγράφει και ο όρος «αστικό σαφάρι», όπου η πόλη αντιμετωπίζεται ως αυθεντική περιπέτεια (Evans 2007:5-6). Σε πολλές περιπτώσεις πλέον το τουριστικό προϊόν σχεδιάζεται έτσι ώστε να προσφέρεται η «ψευδαίσθηση» της ανακάλυψης ή της αυθεντικότητας. Αυτό συμβαίνει για παράδειγμα σε εστιατόρια όταν κατεβάζουν τις ξενόγλωσσες πινακίδες, εξαφανίζουν τα μοντέρνα έπιπλα και αναβιώνουν την ατμόσφαιρα της συνοικιακής ταβέρνας. Η αυθεντικότητα αποτελεί έναν από τα σημαντικότερα στοιχεία στον πολιτιστικό και αστικό τουρισμό, οι

⁵ π.χ., στο Άμστερνταμ υπάρχει γραφείο που εξειδικεύεται στον σεξοτουρισμό, καθώς και ταξιδιωτικά γραφεία που απευθύνονται στους ομοφυλόφιλους, στους ταξιδιώτες σακιδίων (backpackers), κ.ά.

⁶ Ιδιωτικά ταξιδιωτικά γραφεία με ειδικευση στον αστικό τουρισμό λειτουργούν σε πολλές ευρωπαϊκές πόλεις, όπως στην Αμβέρσα ή το Βερολίνο, προσφέροντας υπηρεσίες όπως νυχτερινές ξεναγήσεις, προσωπικό σύμβουλο για τα ψώνια, κ.λπ.

σχετικές μελέτες όμως που αναφέρονται στο θέμα είναι ελάχιστες και αυτές εντοπίζουν κυρίως τα ποιοτικά στοιχεία (Chabra and Healy 2003:703).

Γενικά, η πολιτιστική κληρονομιά εντάσσεται πλέον σε ένα σύγχρονο αστικό περιβάλλον, αποσπασμένη από την ιστορική της πραγματικότητα. Είναι γνωστό ότι η διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι συχνά επιλεκτική ως προς τις ιστορικές περιόδους και τον τρόπο με τον οποίο τις προβάλλει. Πρόκειται για μία εκλεκτική διαδικασία η οποία συχνά προβαίνει σε εσκεμμένες ή ακούσιες αλλοιώσεις της πραγματικότητας. Είναι χαρακτηριστικό, για παράδειγμα, ότι στην Αθήνα προβάλλεται κυρίως η κλασική περίοδος και δεν προβάλλονται εξίσου πιο σύγχρονα μνημεία (π.χ. ενετικά, οθωμανικά). Το ίδιο συμβαίνει και στην περίπτωση της σύγχρονης ιστορίας όπου η βιομηχανική κληρονομιά συχνά θεωρείται λιγότερο σημαντική, ενώ συχνή είναι και η προσπάθεια απόκρυψης δυσάρεστων ιστορικών πτυχών της ιστορίας (π.χ. δουλεμπόριο, φυλετική καταπίεση, κ.λπ).

«Στον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού οι προορισμοί, τα αντικείμενα, οι εικόνες, ακόμη και οι άνθρωποι δεν αντιμετωπίζονται ως σύγχρονα στοιχεία. Αντίθετα, θεωρούνται ενδείξεις προγενέστερων εποχών, γεγονότων ή τρόπων ζωής, οδηγώντας στην αντίληψη ότι όλα είναι αυθεντικά» (Chabra and Healy 2003:705).

Γενικά, οι άνθρωποι νοσταλγούν παλαιότερες μορφές ζωής και επιζητούν να τις ζήσουν, έστω και προσωρινά, με τη μορφή της επίσκεψης σε ένα μνημείο, ένα θεματικό πάρκο, μία ιστορική αστική περιοχή, ένα μουσείο, κ.λπ.

3. Κοινωνικά και Οικονομικά Χαρακτηριστικά του Αστικού Τουρισμού

Η συστηματική επιστημονική μελέτη του φαινομένου του αστικού τουρισμού και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του αστικού τουρίστα αναπτύχθηκε πρόσφατα λόγω της ραγδαίας ανάπτυξης του τομέα αυτού. Ο πολιτισμός κατέχει κεντρικό ρόλο, αφού η επίσκεψη σε μια αστική περιοχή κατά κανόνα έχει σαν αποκλειστικό στόχο ή περιλαμβάνει πολιτιστικές δραστηριότητες. Επομένως, ο αστικός τουρισμός σε πολλές περιπτώσεις ταυτίζεται με τον πολιτιστικό τουρισμό (Robinson and Picard 2006).

Μία από τις πιο ενδιαφέρουσες πρόσφατες μελέτες του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού σχετικά με τον πολιτιστικό τουρισμό στις ευρωπαϊκές πόλεις, η οποία βασίστηκε σε υπάρχουσες βάσεις δεδομένων άλλων τουριστικών οργανισμών καταγράφει τις εξής τάσεις (βλ. Παλάσκας κ.ά. 2006: 46-47):

- Οι επισκέπτες των πολιτιστικών υποδομών και γεγονότων των πόλεων είναι κυρίως γυναίκες, υψηλού μορφωτικού επιπέδου και εισοδηματικής στάθμης.
- Ο πολιτιστικός τουρισμός αφορά όλες τις ηλικίες (και όχι μόνο τους ηλικιωμένους όπως είναι η επικρατούσα άποψη), ενώ ιδιαίτερη δυναμική εμφανίζει η ηλικιακή ομάδα 20-30 ετών. Οι τουρίστες άνω των πενήντα ετών ωστόσο τείνουν να επισκέπτονται χώρους πολιτιστικού ενδιαφέροντος σε σχέση με τους νεώτερους.
- Ο πολιτισμός είναι το σημαντικότερο κίνητρο επίσκεψης σε μια πόλη, ωστόσο ένα μικρό μόνο ποσοστό των επισκεπτών αυτοχαρακτηρίζονται ως πολιτιστικοί τουρίστες.
- Τα πολιτιστικά δρώμενα είναι λιγότερο σημαντικά από τους χώρους πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Τα δρώμενα αυτά πρέπει επομένως να είναι άμεσα συνδεδεμένα με χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς, να συνοδεύονται από σχετική πληροφόρηση και να εντάσσονται σε μια προσπάθεια για επιμήκυνση του χρόνου παραμονής του επισκέπτη στην πόλη.
- Η σημαντικότερη πηγή πληροφόρησης για τους πολιτιστικούς τουρίστες παραμένουν η οικογένεια και οι φίλοι, με το Διαδίκτυο να ασκεί αυξανόμενη επιρροή.
- Οι πολιτιστικοί τουρίστες των πόλεων ταξιδεύουν συνήθως με αεροπλάνο και τείνουν να διαμένουν σε ξενοδοχεία – γενικά ξοδεύουν περισσότερα χρήματα από τον μέσο τουρίστα.
- Η πρόσφατη μείωση των διεθνών αφίξεων στις ευρωπαϊκές πόλεις (λόγω της ισχυροποίησης του ευρώ και του δισταγμού των Αμερικάνων να ταξιδεύουν εκτός Η.Π.Α.) έχει αντισταθμιστεί μέχρι ένα βαθμό από την αύξηση της εγχώριας ζήτησης για αστικό τουρισμό.
- Αν και ο πολιτιστικός τουρισμός των πόλεων συνεχίζει μέχρι και σήμερα να αφορά κυρίως τους δημοφιλείς προορισμούς και καθιερωμένες μητροπόλεις, αναπτύσσεται η τάση για εξερεύνηση νέων προορισμών και μη καθιερωμένων περιφερειακών πόλεων.

Σε αντίθεση με προηγούμενες δεκαετίες, σήμερα τονίζεται το γεγονός ότι ολοένα και περισσότερο οι επισκέπτες – τουρίστες κάθε τουριστικού προορισμού δεν αποτελούν ομογενές σύνολο αλλά μπορούν να διαχωριστούν σε επιμέρους κατηγορίες. Επομένως στον τουριστικό σχεδιασμό πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι διαφορετικές ανάγκες και προτιμήσεις κάθε τουρίστα (Opaschowski 2001). Μία ενδιαφέρουσα κατηγοριοποίηση διαχωρίζει τις εξής ομάδες τουριστών (Παλάσκας κ.ά. 2006:44-45):

- α. οι οικογενειάρχες: επιθυμούν μια αλλαγή σκηνικού αλλά όχι τρόπου ζωής, διαθέτουν οικονομική άνεση και κοινωνικό status, τείνουν να ταξιδεύουν περισσότερο με την οικογένειά τους.
- β. οι ψυχοκεντρικοί: αποτελούν τη μεγαλύτερη κατηγορία τουριστών, διακρίνονται από ανασφάλεια, επιθυμούν κοινωνικά και ψυχολογικά καταφύγια, προτιμούν εγκεκριμένα εστιατόρια, οργανωμένες εκδρομές, κ.λπ.
- γ. οι καινοτόμοι: επιθυμούν νέες εμπειρίες, ταξιδεύουν συνήθως ανεξάρτητα και διψούν για νέες ιδέες και πληροφορίες.
- δ. οι περιπετειώδεις: επιθυμούν τον κίνδυνο και γοητεύονται από το άγνωστο και μυστηριώδες.
- ε. οι ακόλουθοι της μόδας: επιλέγουν τουριστικούς προορισμούς με βάση ποιος συχνάζει εκεί.
- στ. οι θαυμαστές: επιλέγουν το ταξίδι τους λόγω του έντονου ενδιαφέροντος για κάποιο θέμα, αντικείμενο ή hobby.
- ζ. οι δραστήριοι: επιθυμούν συνεχείς δραστηριότητες.
- η. οι υπαίθριοι: ενδιαφέρονται κυρίως για τουριστικές δραστηριότητες στην ύπαιθρο.
- θ. οι ακούραστοι: ταξιδεύουν για να καταπολεμήσουν την ανία τους και είναι συνήθως άτομα τρίτης ηλικίας.
- ι. οι κυνηγοί των προσφορών: έχουν την οικονομική άνεση να ταξιδέψουν αλλά γοητεύονται από την εύρεση και εκμετάλλευση ευκαιριών.

Όπως αναφέρεται παραπάνω η μικροοικονομική ανάλυση του αστικού τουρισμού ευνοείται από το μοντέλο των χαρακτηριστικών (βλ. παρακάτω). Για να αναλυθούν οι παράμετροι των προτιμήσεων των τουριστών όσον αφορά τους λόγους και τις προσδοκίες που έχουν όταν επισκέπτονται μία πόλη, σημαντικό είναι να γνωρίζει στοιχεία για το εισόδημα, το μορφωτικό επίπεδο, κ.λπ. βάσει ερευνών (ETC/WTO 2005, Παλάσκας κ.ά. 2006:43-44).

4. Αστικός Τουρισμός και Πολιτισμός: Σχέση αλληλεξάρτησης

Η έννοια του αστικού τουρισμού έχει μία ιδιαίτερη σχέση με την έννοια του πολιτισμού, αφού σε οποιαδήποτε μορφή του (και όχι μόνο στην περίπτωση του πολιτιστικού τουρισμού) εμπεριέχει και την πολιτιστική διάσταση. Ακόμη και όταν σκοπός ενός ταξιδιού είναι η ξεκούραση, εργασιακοί λόγοι ή ησχόλη, ο ταξιδιώτης βιώνει εμπειρίες που σχετίζονται άμεσα με τον πολιτισμό του προορισμού. Από μία άλλη άποψη ο τομέας του τουρισμού μπορεί να θεωρηθεί ως ένας από τους μεγαλύτερους καταναλωτές ή «πελάτες» του πολιτισμού και, κατ' επέκταση, των πολιτιστικών επιχειρήσεων (Throsby 2001: 128-129).

Ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο που εξελίσσεται μέσα από μια διαδικασία μετασχηματισμών και χαρακτηρίζεται από την αναζήτηση νέων τρόπων επικοινωνίας με το παρελθόν. Η αναζήτηση του διαφορετικού μέσα από παραδοσιακές κοινωνικές αξίες αποτελεί μια σύγχρονη τάση των τουριστών παγκοσμίως, οι οποίοι αναζητούν την αυθεντικότητα και την ταυτότητα μέσα από νέες μορφές αναπαραγωγής του παρελθόντος και διαφοροποιημένων προτύπων κατανάλωσης. Οι τάσεις αυτές, οι οποίες έρχονται σε αντίθεση με το μοντέλο του μαζικού τουρισμού, θεωρούνται εκφράσεις της μεταμοντέρνας κατάστασης (Urry 1990, Featherstone 1991, Παλάσκας κ.ά. 2006:18).

Ο πολιτισμός και η πολιτιστική κληρονομιά αποτελούν εκφράσεις αναζήτησης των αξιών του παρελθόντος αλλά και σύγχρονων αξιών και παράλληλα δίνουν την ευκαιρία για εναλλακτικές μορφές τουρισμού που ικανοποιούν τα σύγχρονα ενδιαφέροντα των τουριστών. Ο Urry αναφέρεται στην έννοια του «μεταμοντέρνου τουρίστα», ο οποίος καταναλώνει τοπία και εμπειρίες με τη γνώση και τη φαντασία να είναι τα κύρια μέσα τους (Urry 1995).

Γενικότερα, μπορεί εύκολα να διαπιστωθεί η ανάδειξη του πολιτισμού ως κύριο συστατικό τουριστικής πολιτικής και μάρκετινγκ. Ενώ κατ' εξοχήν τουριστικές χώρες, όπως η Ελλάδα ή η Ιταλία προέβαλαν πάντοτε τον πολιτισμό ως επιχείρημα για την επιλογή της χώρας τους και των πόλεων τους ως προορισμό, τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερες χώρες, περιφέρειες και πόλεις εντάσσουν τον πολιτισμό για την ανάδειξη του τουριστικού τους προϊόντος. Σήμερα, ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μια εξειδικευμένη αγορά (niche market) η οποία προσφέρει μοναδικές εκπαιδευτικές, αισθητικές, διανοητικές, κ.ά. εμπειρίες και πολλά πλεονεκτήματα για τον τόπο προορισμού (Torkindson 1993, Παλάσκας κ.ά. 2006:32).

Τα αίτια εντοπίζονται στη διαφοροποίηση της συμπεριφοράς του τουρίστα (Roth 1998, Δέφνερ 1999):

1. Το υψηλό μορφωτικό επίπεδο ενδυναμώνει το ενδιαφέρον για πολιτιστικά προϊόντα.
2. Η ανάγκη του τουρίστα στις διακοπές του να ζήσει κάτι ξεχωριστό μπορεί να καλυφθεί μέσω πολιτιστικών γεγονότων.
3. Παρόλο που κύριο κίνητρο για διακοπές αποτελεί ακόμη η ξεκούραση και η ανάπαυση, ο τουρίστας θέλει παράλληλα την ψυχαγωγία, κάτι που μπορεί να του προσφέρει και ο πολιτισμός.
4. Το πολιτιστικό προϊόν προωθεί αποτελεσματικά την εικόνα μιας πόλης. Οι ισπανικές πόλεις, για παράδειγμα, δεν διαφημίζονται πλέον στις χώρες της βόρειας Ευρώπης ως φτηνοί οικονομικοί προορισμοί.

Αντίθετα προωθείται ο πολιτιστικός τουρισμός στο εσωτερικό της χώρας και ο αστικός τουρισμός.

Για την καλύτερη δυνατή απόδοση του ορισμού του Πολιτιστικού Τουρισμού είναι απαραίτητο να ληφθούν υπόψη τα παρακάτω:

- 1) Τα ήθη, τα έθιμα και ο τρόπος ζωής ενός λαού. Δεν πρέπει να ταυτίζεται ο πολιτιστικός τουρισμός μόνο με την πολιτιστική κληρονομιά, αλλά και με την καθημερινότητα, την γλώσσα, την γαστρονομία, κ.λπ. Επίσης δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται ως ένα απλό ρομαντικό ταξίδι στο παρελθόν.
- 2) Η διατήρηση και προστασία των μνημείων ως αδιαμφισβήτητα αποδεικτικά στοιχεία της πολιτιστικής κληρονομιάς, η αφύπνιση και η φροντίδα παραδοσιακών τοπικών εθίμων, χωρίς όμως να οδηγήσει στην εμπορευματοποίηση.
- 3) Η ανάδειξη των αφίξεων τουριστών ως κίνητρο για τις περιφέρειες να τονίσουν την τοπική κουλτούρα. Χωρίς την ενεργή συμμετοχή των περιφερειών και την ανάπτυξη της ταυτότητας των φορέων αυτής της κουλτούρας δεν μπορεί να αναπτυχθεί ο πολιτιστικός τουρισμός.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι ως πολιτιστικός τουρισμός θα μπορούσε να ορισθεί η ήπια χρήση πολιτιστικών και ιστορικών στοιχείων και η φροντίδα παραδοσιακών τρόπων ζωής και κατοικίας σε μια περιφέρεια για την ανάδειξη του τουρισμού της (Heinze, 2002). Εναλλακτικά, ένας εννοιολογικός ορισμός είναι ο εξής: «πολιτιστικός τουρισμός είναι η μετακίνηση ατόμων σε πόλους έλξης μακριά από το συνηθισμένο τόπο κατοικίας τους, με σκοπό να μαζέψουνε νέες πληροφορίες και εμπειρίες για την ικανοποίηση των πολιτιστικών τους αναγκών». Τέλος, ένας πιο τεχνικός ορισμός είναι ο εξής: «ο πολιτιστικός τουρισμός αφορά όλες τις μετακινήσεις των ατόμων σε συγκεκριμένους πολιτιστικούς πόλους έλξης, όπως είναι οι τοποθεσίες πολιτιστικής κληρονομιάς, οι καλλιτεχνικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις, οι τέχνες και το θέατρο εκτός της κανονικής περιοχής κατοικίας τους» (Richards 1996).

Κύριο χαρακτηριστικό του πολιτιστικού τουρισμού αποτελεί το γεγονός ότι θεωρείται φιλική προς το περιβάλλον μορφή τουρισμού, αφού απαραίτητη προϋπόθεση ανάπτυξής του είναι η προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, προστασία που αυτή καθαυτή θεωρείται πολιτιστική ενέργεια. Προϋπόθεση ανάπτυξής του είναι η ευαισθητοποίηση του τοπικού πληθυσμού και των τουριστικών φορέων και η εκπαίδευσή τους στον κανονικό τρόπο διαχείρισης και προστασίας του πολιτιστικού πλούτου και τη διάθεση των πολιτιστικών προϊόντων (Σφακιανάκης 2000). Ένα αδιαμφισβήτητο πλεονέκτημα του πολιτιστικού τουρισμού αποτελεί το γεγονός ότι χαρακτηρίζεται από μικρό βαθμό

εποχικότητας, καθώς δεν αναφέρεται μόνο σε παραθαλάσσιες περιοχές ούτε σχετίζεται αποκλειστικά με την καλοκαιρινή περίοδο.

Οι πολιτιστικές δραστηριότητες που έχουν σαν κύριο στόχο τους τουρίστες ως καταναλωτές έχουν και πρόσθετα πλεονεκτήματα για την τοπική οικονομία: βοηθούν, άμεσα και έμμεσα, την ανάπτυξη και βιωσιμότητα των τοπικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίες μπορεί να ποικίλουν από καλλιτεχνικά εργαστήρια (κεραμιστές, αργυροχρυσόχοι, παλαιοπώλες, κ.λπ), πολιτιστικές επιχειρήσεις (διοργανωτές εκδηλώσεων και εκθέσεων, χορευτικά και μουσικά συγκροτήματα, αρχιτεκτονικά γραφεία, γραφεία design, κ.ά.), καταστήματα λιανικής πώλησης (πώληση παραδοσιακών προϊόντων, κ.ά.), επιχειρήσεις αναψυχής (εστιατόρια, μπαρ, καφέ, κ.ά.). Επίσης επηρεάζει θετικά τη τοπική απασχόληση με συμμετοχή όλων των κατηγοριών του πληθυσμού ανεξάρτητα από εκπαίδευση, φύλο ή ηλικία. Ωστόσο, οι τουρίστες συμμετέχουν και με πιο ενεργούς τρόπους όπως μέσω πολιτιστικών διαδρομών και περιπάτων, με τη βίωση της «αυθεντικής ατμόσφαιρας» ιστορικών αστικών κέντρων ή προστατευόμενων οικισμών, με την εκμάθηση χειροτεχνίας, τη συμμετοχή σε δρώμενα (πολιτιστικά, θρησκευτικά, εκπαιδευτικά) ή σε αγροτικές εργασίες, με εκμάθηση γλωσσών, κ.ά. (Παλάσκας κ.ά. 2006:33). Ο πολιτιστικός τουρίστας δεν αποτελεί ένα ενιαίο τύπο τουρίστα αλλά χωρίζεται σε διαφορετικές κατηγορίες, από τον συνειδητοποιημένο ή αυτόν με ειδικά ενδιαφέροντα στον περιστασιακό ή αδιάφορο (Richards 1995).

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποκτά ιδιαίτερη βαρύτητα σήμερα, την εποχή που η Ευρώπη οδεύει στην καθολική ένωση. Στην διαδικασία αυτή, ιδιαίτερη προσπάθεια δίνεται σε επίπεδο οικονομικό και πολιτικό, ενώ εμφανίζεται διαφοροποίηση σε επίπεδο πολιτιστικής ταυτότητας. Δεν μπορούμε να συζητήσουμε ακόμη για ενιαία ευρωπαϊκή πολιτιστική ταυτότητα, εφόσον αυτό προϋποθέτει κοινή ευρωπαϊκή αντίληψη, η οποία απαιτεί επικοινωνία και πληροφορία για τους ευρωπαϊκούς πολιτισμούς. Αυτή είναι μία από τις σημαντικές αποστολές του πολιτιστικού τουρισμού στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Heinze 1997). Ο πολιτικός σχεδιασμός της Ευρωπαϊκής Επιτροπής περιλαμβάνει ολοένα και συχνότερα την έννοια του πολιτιστικού τουρισμού παρά το γεγονός ότι πρόκειται για έναν σχετικά νέο όρο. Συνήθως συνδέεται με την προστασία της υλικής πολιτιστικής κληρονομιάς στην προσπάθεια ορισμού της κοινής «Ευρωπαϊκής Κληρονομιάς» (Pratt 2004:1).

Οι πιο σύγχρονες τάσεις που αφορούν τον πολιτιστικό τουρισμό επικεντρώνονται στη χρήση νέων τεχνολογιών και της Εικονικής Πραγματικότητας⁷

⁷ Ένας περιεκτικός ορισμός της εικονικής πραγματικότητας είναι ο εξής: πρόκειται για μία διεπαφή, η οποία συνδυάζει διαφορετικά τεχνικά συστήματα με σκοπό να δώσει τη δυνατότητα στον χρήστη να αλληλεπιδράσει σε πραγματικό χρόνο με μία εφαρμογή για την απεικόνιση (visualization), την περιγραφή της κίνησης (animation), την παραγωγή (generation) και την μεταβολή (modification) τρισδιάστατων δεδομένων, δημιουργημένων από υπολογιστή τα οποία βλέπει στερεοσκοπικά

για την παρουσίαση ιστορικών και πολιτιστικών στοιχείων. Ο επισκέπτης έχει πλέον την δυνατότητα να ζήσει ιστορικά γεγονότα και να κινηθεί διαδραστικά μέσα σε αυτά (π.χ., μάχες, τελετουργίες, παραδοσιακοί τρόποι παραγωγής), να ξεναγηθεί σε ιστορικούς χώρους με τη βοήθεια οπτικοακουστικών μέσων ή να λάβει τις πληροφορίες που θέλει για την περιοχή που επισκέπτεται με τη βοήθεια σύγχρονων μέσων. Η τάση αυτή εντάσσεται στο κλίμα αναζήτησης αυθεντικών εμπειριών, αλλά και στη γενικότερη τάση ψηφιοποίησης όλων των διαδικασιών στις βιομηχανίες τουρισμού, στις αεροπορικές εταιρίες, στα ξενοδοχεία και στις επιχειρήσεις αναψυχής, μια τάση που περιγράφεται από τον όρο e-tourism (Buhalis, 2003).

Ειδικά στις περιπτώσεις πόλεων με πολιτιστική κληρονομιά, αναπτύσσονται ιδιαίτερες δυναμικές όχι μόνο στις περιοχές που έχουν τα χαρακτηριστικά που προσελκύουν τον πολιτιστικό τουρισμό, αλλά στην ευρύτερη περιφέρεια. Γενικά, ο τουρισμός και η διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς χαρακτηρίζονται από μια στενή, συχνά αμφιλεγόμενη σχέση. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που οι στόχοι των δύο αυτών τομέων θεωρείται ότι συγκρούονται με την έννοια ότι ο τουρισμός αφορά την οικονομική εκμετάλλευση της κληρονομιάς και ότι η λεγόμενη «τουριστικοποίηση» (tourismification) της έχει δυσχερείς επιπτώσεις (Jansen-Verbeke 1998). Η αντίθετη άποψη υποστηρίζει ότι οι δύο αυτοί τομείς δημιουργούν μια θετική συνέργεια με θετικές επιπτώσεις. Επικρατεί δε η άποψη ότι η τουριστική ανάπτυξη ενός προορισμού λειτουργεί σαν αφορμή για την διατήρηση και ανάδειξη της ιστορικής, πολιτιστικής, θρησκευτικής και βιομηχανικής κληρονομιάς ολόκληρης της περιφέρειας (Konsola 1990, Mc Kercher κ.ά. 2004). Αν και δεν είναι σκοπός της παρούσας ανάλυσης να διαπραγματευτεί αυτή τη σχέση, ο πολιτιστικός τουρισμός χαρακτηρίζεται σε μεγάλο βαθμό από τις εντάσεις και τις ιδιαιτερότητες της σχέσης αυτής. Η συζήτηση αυτή έχει προκαλέσει έναν έντονο επιστημονικό διάλογο πάνω στο θέμα, όπου τίθεται και το θέμα της αυθεντικότητας (βλ. παραπάνω). Χαρακτηριστικές είναι οι δηλώσεις του προέδρου του Παγκόσμιου Συμβουλίου Μνημείων κ. Brinkman σχετικά με το Κατάλογο Παγκόσμιας Κληρονομιάς (WTO, ETC 2005: 53): "...το μέλλον των τοποθεσιών που περιλαμβάνονται στον κατάλογο κινδυνεύει, κάτι πρέπει να αλλάξει άμεσα. Είναι σαν το κουτί της Πανδώρας: Σε όλο τον κόσμο οι εικόνες τους έχουν μεταβληθεί σε είδωλα, οι τουρίστες σε παπαράτσι και οι φιλότεχνοι σε πολιτιστικούς βανδάλους. Η εικόνα του αξιοθέατου τελικά χάνεται μπροστά στην οπτική βία που δημιουργούν τα πλήθη των επισκεπτών. Ίσως είναι καιρός να

(www.view.iao.fraunhofer.de). Στην Ελλάδα η χρήση τεχνολογίας εικονικής πραγματικότητας δεν είναι ακόμα ιδιαίτερα διαδομένη, με το Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού και τις πιλοτικές εφαρμογές του προγράμματος RISE να αποτελούν τις εξαιρέσεις (βλ. Καραχάλης 2006).

χαράξουμε πολιτικές αποσυμφόρησης...». Πράγματι τα τελευταία χρόνια ειδικά συστήματα διαχείρισης κοινού (crowd management), εισιτηρίων, κ.λπ., έχουν δημιουργήσει ένα νέο καθεστώς διαχείρισης. Από την άλλη πλευρά και η έλλειψη τουρισμού μπορεί να αποτελέσει πρόβλημα όταν οδηγεί σε απαξίωση των αρχαιολογικών χώρων λόγω έλλειψης ενδιαφέροντος της τοπικής διοίκησης, καθώς και της τοπικής αγοράς⁸. Τέλος μία άλλη διάσταση του πολιτιστικού τουρισμού είναι ότι τείνει να αποτελέσει την «εξευγενισμένη» ή ελιτιστική μορφή του τουρισμού με έμφαση στην υψηλή τέχνη (Pratt 2004:9-10, Crespi-Vallbona and Richards 2007).

5 Οικονομική Θεωρία και Πολιτισμός – Τουρισμός

Η κλασική θεωρία του καταναλωτή, όπου η επιλογή της ποσότητας των διαφορετικών αγαθών προσδιορίζεται από τη μεγιστοποίηση της ευημερίας του υπό τους περιορισμούς που του θέτει το διαθέσιμο εισόδημά του, δεν είναι κατάλληλη για να περιγραφεί η ζήτηση πολιτιστικών ή τουριστικών προϊόντων. Η ακαταλληλότητα αφορά, πρώτον, το γεγονός ότι δεν μπορούν μη πολιτιστικά αγαθά να τοποθετούνται στην ίδια συνάρτηση χρησιμότητας με άλλα μη πολιτιστικά αγαθά (π.χ. υπηρεσίες υγείας, οικιακά είδη, κ.ά.). Η κλασική θεωρία δεν διαθέτει έναν μηχανισμό προσέγγισης αυτού του ζητήματος, επομένως προτείνεται η μέθοδος του διαχωρισμού του εισοδήματος (δηλ. πρώτα να κατανέμονται οι δαπάνες ανά κατηγορία αγαθών και έπειτα να αναλύεται η κατανομή της επιμέρους δαπάνης π.χ. για αναψυχή-τουρισμό-πολιτισμό). Δεύτερον, αδυνατεί να αντιμετωπίσει τη διακριτότητα της καταναλωτικής επιλογής (discrete choice) αφού βασίζεται στην ύπαρξη ενός αντιπροσωπευτικού καταναλωτή πολιτισμού ο οποίος μπορεί θεωρητικά να καταναλώνει όλα τα πολιτιστικά προϊόντα ταυτόχρονα. Ουσιαστικά, όμως αυτό είναι αδύνατο να συμβεί αφού ακόμα και όταν ο καταναλωτής διαθέτει το εισόδημα ούτε επιθυμεί να καταναλώσει διαφορετικά πολιτιστικά προϊόντα ούτε και είναι σε θέση να τα καταναλώσει ταυτόχρονα. Το ίδιο ισχύει δε και για το τουριστικό προϊόν (Heilbrun and Gray 2001, Παλάσκας κ.ά. 2006:41-43).

Στη παρούσα διατριβή υιοθετείται η μεθοδολογική προσέγγιση της μελέτης της Ακαδημίας Αθηνών για τουρισμό πολιτιστικής κληρονομιάς, η οποία προκρίνει τη θεωρία των χαρακτηριστικών ως πιο κατάλληλη για την μικροοικονομική ανάλυση. Η θεωρία αυτή αποδεσμεύει την ευημερία του καταναλωτή από την ποσότητα κατανάλωσης αφού είναι προφανές ότι στην περίπτωση του πολιτισμού η

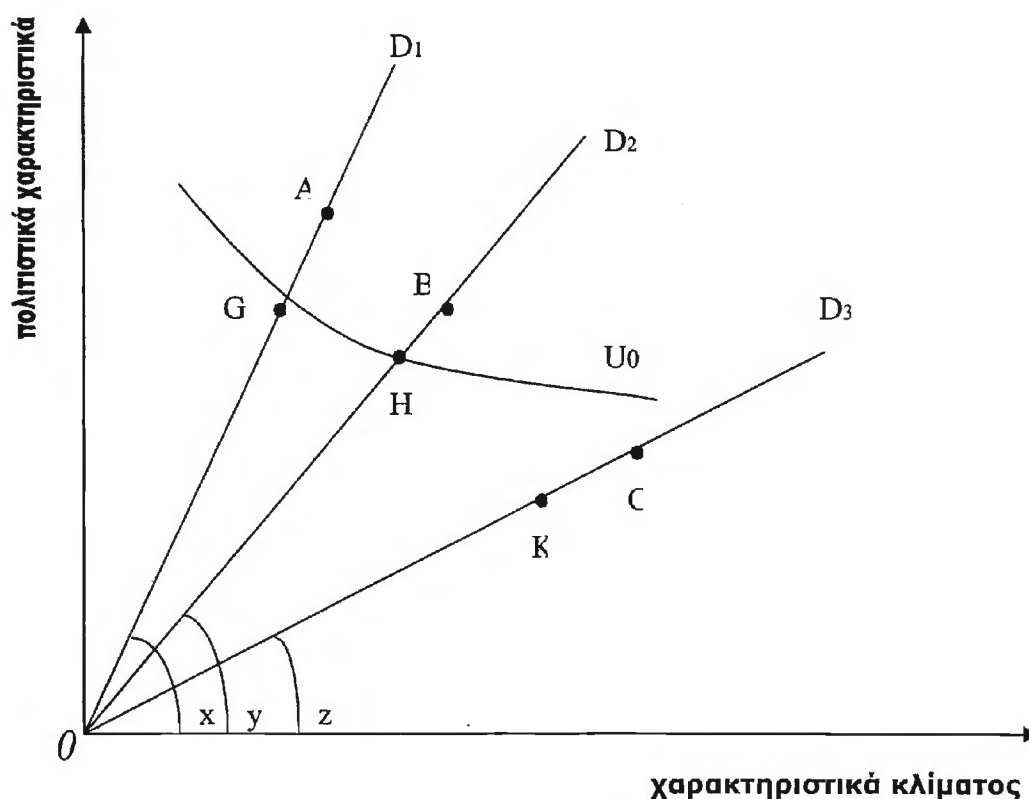
⁸ Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση των ΟΤΑ Α' και Β' βαθμού της ελληνικής περιφέρειας των οποίων πιέσεις προς το ΥΠ.ΠΟ. για χρηματοδότηση εργασιών σε μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους με σκοπό τη τουριστική ανάδειξή τους είναι τεράστιες.

σημασία της υπηρεσίας ή του αγαθού και η συναισθηματική εμπειρία με την οποία συνδέεται είναι σημαντικότερη από την ποσότητα. Όταν, επομένως ένας καταναλωτής επισκέπτεται ένα μουσείο ή μία συναυλία ενός συγκροτήματος δεν καταναλώνει το ίδιο το προϊόν αλλά τα ειδικά χαρακτηριστικά που του προσφέρει (μοναδικότητα, εμπειρία, γνώση, κλπ). Το πλεονέκτημα της συγκεκριμένης θεωρίας είναι ότι δεν βασίζεται σε έναν αντιπροσωπευτικό καταναλωτή και λαμβάνει υπόψη και τον χρονικό περιορισμό της κατανάλωσης ενός πολιτιστικού προϊόντος ή ενός προορισμού. Το υπόδειγμα αυτό είναι ιδιαίτερα χρήσιμο στις περιπτώσεις του πολιτιστικού ή αστικού τουρισμού.

Επειδή η έμφαση δίνεται στα χαρακτηριστικά, η δυνατότητα διαχωρισμού στη δομή των προτιμήσεων γίνεται πολύ πιο εύκολη, καθώς η συγγένεια, συμπληρωματικότητα ή υποκαταστασιμότητα (substitutability) των αγαθών (εν προκειμένω τουριστικών προορισμών και προϊόντων – δραστηριοτήτων) αναλύονται με σαφήνεια. Η θεωρία είναι συμβατή με διακριτές επιλογές, δεν απαιτεί την παρουσία αντιπροσωπευτικού καταναλωτή και λαμβάνει υπόψη της όχι μόνο τον εισοδηματικό αλλά και τον χρονικό περιορισμό, που είναι ιδιαίτερα σημαντικός στον τουρισμό.

Η θεωρία των χαρακτηριστικών έχει εφαρμοστεί με επιτυχία στο χώρο του τουρισμού και επιτρέπει την ταυτόχρονη ανάλυση των συνθηκών ζήτησης και προσφοράς και τη χάραξη της πολιτικής marketing και προώθησης προϊόντος σε ένα πολύ πιο ευέλικτο πλαίσιο από αυτό της κλασικής μικροοικονομικής θεωρίας. Το διάγραμμα που ακολουθεί απεικονίζει γραφικά το παραπάνω υπόδειγμα.

Διάγραμμα 1.1. Θεωρίες χαρακτηριστικών και Πολιτιστικός Τουρισμός



Πηγή: Paratheodorou 2001, στο Παλάσκας κ.ά. 2006: 43.

Για απλούστευση και χωρίς να μειώνεται η ποιότητα της ανάλυσης υποθέτουμε την ύπαρξη τριών μόνο τουριστικών προορισμών, δηλ. των D1, D2 και D3 οι οποίοι συνδέονται με τις ακτίνες χαρακτηριστικών OGA, OHB και OKC αντίστοιχα. Οι τελευταίες προκύπτουν από τις παραμέτρους της καταναλωτικής τεχνολογίας, δηλαδή μιας γραμμικής συνάρτησης μετατροπής των ποσοτήτων ενός αγαθού στα χαρακτηριστικά που υπεισέρχονται στη συνάρτηση ευημερίας του καταναλωτή. Οι ακτίνες χαρακτηριστικών δίνουν το σχετικό συγκριτικό πλεονέκτημα κάθε προορισμού: με βάση το παραπάνω διάγραμμα ο προορισμός D1 σχετίζεται περισσότερο με πολιτιστικό τουρισμό, ο D3 με τουρισμό κλίματος (ήλιου και θάλασσας ή βουνού και χειμερινών αθλημάτων), ενώ ο D2 βρίσκεται στο ενδιάμεσο. Τα σημεία A, B και K δίνουν τις ποσότητες των χαρακτηριστικών που απολαμβάνει ο τουρίστας ως αποτέλεσμα της κατανάλωσης του μέγιστου

αριθμού ημερών με βάση το χρονικό περιορισμό που έχει. Αυτός προσδιορίζεται κυρίως από το μέγεθος της άδειας διακοπών του και περιλαμβάνει και τον απαιτούμενο χρόνο μεταφοράς από και προς τον προορισμό. Αντίστοιχα τα σημεία G, H και C αναφέρονται στον περιορισμό δαπάνης του καταναλωτή, που προσδιορίζεται κυρίως από το εισόδημα και τον πλούτο του. Ως αποτέλεσμα των παραπάνω, ο από κοινού δεσμευτικός περιορισμός δίνεται από τα σημεία G, H και K: ο καταναλωτής είναι σχετικά περισσότερο περιορισμένος ως προς τη δαπάνη για τους D1 και D2 και ως προς το χρόνο για τον D3. Από τη στιγμή που κανένα από τα σημεία G, H και K δεν κυριαρχεί απόλυτα επί των άλλων δύο (δηλαδή κανένα δεν προσφέρει ταυτόχρονα περισσότερα χαρακτηριστικά κλίματος και πολιτισμού) η επιλογή εξαρτάται αποκλειστικά από τις καταναλωτικές προτιμήσεις που στο διάγραμμα δίνονται από την κλίση της καμπύλης αδιαφορίας U_0 . Όσο πιο επίπεδη είναι αυτή, τόσο μεγαλύτερη η σχετική προτίμηση για πολιτιστικά χαρακτηριστικά και αντίστροφα. Επί του προκειμένου ο τουρίστας επιλέγει μια μέση οδό ενός συνδυαστικού τουριστικού προϊόντος, όπως αυτό παρέχεται από τον προορισμό D2.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Αναπλάσεις Αστικών Περιοχών και ο ρόλος του Πολιτισμού

1. Ανάπλαση αστικής περιοχής

A. Η έννοια της ανάπλασης αστικής περιοχής

Η πρόσφατη ανάδειξη των πολιτιστικών περιοχών σε κύρια προτεραιότητα της αστικής πολιτικής σχετίζεται, στις περισσότερες περιπτώσεις, με προγράμματα αστικών αναπλάσεων αστικών περιοχών ή με προσπάθειες αστικής αναγέννησης. Η εγκατάσταση πολιτιστικών χρήσεων και καλλιτεχνών σε μία περιοχή μπορεί να είναι η αιτία που δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την ανάπλαση ή το αποτέλεσμα της (Zukin 1984, Montgomery 2003, Mommaas 2004). Τα τελευταία χρόνια, όπως αναφέρεται και στο προηγούμενο κεφάλαιο, η παγκόσμια αναδιοργάνωση των πολιτικών, οικονομικών, κοινωνικών, πολιτιστικών και χωρικών πρακτικών και διαδικασιών επηρέασε σε σημαντικό βαθμό την αστική ζωή.

Ο όρος ανάπλαση οικισμού ή περιοχής ή αστική ανάπλαση (renovation ή regeneration) αφορά «ένα σύνολο κατευθύνσεων, μέτρων, παρεμβάσεων και διαδικασιών πολεοδομικού, κοινωνικού, οικονομικού, οικιστικού και ειδικού αρχιτεκτονικού χαρακτήρα που αποσκοπούν, κυρίως, στη βελτίωση του δομημένου περιβάλλοντος και των όρων διαβίωσης των κατοίκων, την προστασία και ανάδειξη των πολιτιστικών, ιστορικών και μορφολογικών στοιχείων και χαρακτηριστικών του οικισμού ή της περιοχής» (Χριστοφιλόπουλος 2002: 324). Εναλλακτικά, ένας περιγραφικός ορισμός της ανάπλασης είναι ο εξής: «είναι η πολεοδομική παρέμβαση σε τμήμα του υφιστάμενου αστικού ιστού που περιλαμβάνουν το φυσικό (ανα)σχεδιασμό τους, αλλά δεν εξαντλούνται κατ' ανάγκην σε αυτόν (Οικονόμου 2004:1). Ευρύτερη και πιο πολύπλοκη είναι η έννοια της αστικής αναγέννησης που αφορά μια αστική στρατηγική και περιλαμβάνει οικονομικές, περιβαλλοντικές, κοινωνικές, πολιτιστικές, οικιστικές και αρχιτεκτονικές παρεμβάσεις με σκοπό τη γενική βελτίωση της αστικής ζωής. Συνδυάζεται με μία οργανωμένη προσπάθεια βελτίωσης της εικόνας της πόλης βάσει των επιταγών του αστικού μάρκετινγκ. Μία στρατηγική αστικής αναγέννησης περιλαμβάνει στις περισσότερες περιπτώσεις προγράμματα αστικών αναπλάσεων (Landry 2000:16-18, Κόνσολα 2006:108).

Η ανάπλαση μιας αστικής περιοχής μπορεί να αφορά ένα εκτεταμένο χωρικό σύνολο ή να αφορά μία μικρής έκτασης περιοχή με λίγα οικοδομικά τετράγωνα. Συνήθως όταν γίνεται αναφορά σε ανάπλαση περιοχής, το μέγεθος είναι η συνοικία ή γειτονιά μιας πόλης, που αποτελεί την πρωτογενή μονάδα οργάνωσής της. Ο ορισμός της συνοικίας ή της γειτονιάς προκύπτει από το μέγεθος. Οι σχετικές οριοθετήσεις είναι σχετικές και από διάφορους παράγοντες,

όπως μέγεθος πόλης, πληθυσμιακή πυκνότητα, πολεοδομική εξέλιξη, κ.ά. Ένας ορισμός που τείνει να κυριαρχήσει αφορά τις σχετικές αποστάσεις στο πλαίσιο της. Αναφέρει δηλαδή εάν μπορεί κανείς περπατώντας μέσα σε 15 λεπτά να ψωνίσει είδη καθημερινής ανάγκης, να βρει ελεύθερο χώρο για την ψυχαγωγία του ή προκειμένου να συναντήσει άλλα άτομα, κ.λπ. Στο πλαίσιο της γειτονιάς τα άτομα έχουν την δυνατότητα να συναντηθούν άμεσα σε καθημερινή βάση μέσα από συγκεκριμένες βασικές, οικονομικές, πολιτιστικές και ιστορικές σχέσεις και λειτουργίες (Λουκάκης 1984: 391-395).

B. Κατηγορίες Περιοχών για εξυγίανση και ανάπλαση

Δεν υπάρχει μια ενιαία κατηγορία περιοχών, ούτε συγκεκριμένα χωρικά χαρακτηριστικά που να ορίζουν μια περιοχή ως υποψήφια ανάπλασης ή μετατροπής της σε «πολιτιστική περιοχή». Μπορούμε να εντοπίσουμε περιοχές οι οποίες αποτελούσαν περιοχές εργασίας ή και μικτές περιοχές με κύριες οικονομικές λειτουργίες που σχετίζονται με τη βιομηχανία ή τη βιοτεχνία (αποθήκες, χονδρεμπόριο, λιμενικές λειτουργίες, εγκαταστάσεις μεταφορών, κ.λπ.), ενώ υπάρχουν και περιπτώσεις περιοχών όπου εμφανίζονται και άλλου είδους λειτουργίες (κατοικία, κοινωνικές υπηρεσίες, κ.ά.). Σε διαφορετικές περιπτώσεις αυτές οι οικονομικές χρήσεις είτε συνεχίζουν να υπάρχουν είτε, όπως συμβαίνει πιο συχνά, έχουν εγκαταλείψει την περιοχή στο πλαίσιο της διαδικασίας της αποβιομηχάνισης. Ειδικά όταν εγκαταλείπουν οι βιομηχανίες και οι βιοτεχνίες, οι περιοχές αυτές υποδέχονται παράνομες ή ημιπαράνομες χρήσεις, όπως πορνεία, πώληση ναρκωτικών, παράνομο εμπόριο, κ.λπ. (Αραβαντινός 1997:198). Ευκαιρίες για εγκατάσταση νέων χρήσεων προσφέρουν οι κατοικίες που δημιουργήθηκαν κοντά σε βιομηχανικές και βιοτεχνικές μονάδες προκειμένου να στεγαστούν οι εργάτες, ενώ τα βιομηχανικά κτίρια παρουσιάζουν μεγαλύτερες δυσκολίες όσον αφορά την επανάχρησή τους. Οι εγκαταλειμμένες βιομηχανικές περιοχές και εκτάσεις¹ παρουσιάζουν πολλές ιδιαιτερότητες όσον αφορά την επανάχρηση λόγω και της ιστορικής τους αξίας (Καραμπέτσου 2003: 11-30).

Οι κύριοι τύποι απαξιωμένων αστικών περιοχών είναι οι παρακάτω:

A. Ιστορικά σύνολα

Τα ιστορικά σύνολα ανακηρύσσονται επίσημα αντικείμενα ειδικής φροντίδας στο Χάρτη της Βενετίας (1964), της ιστορικής, πολιτιστικής και αισθητικής σημασίας τους, γεγονός που αποτέλεσε σημείο καμπής για τη στάση της

¹ Οι εκτάσεις αυτές είναι γνωστές στα αγγλικά ως brownfield areas

πολεοδομίας και της αρχιτεκτονικής. Στη διακήρυξη του Άμστερνταμ (1975) γίνεται σαφές ότι ως αρχιτεκτονική κληρονομιά ορίζονται συνοικίες πόλεων και οικισμοί που παρουσιάζουν ιδιαίτερο ιστορικό ενδιαφέρον. Τα τελευταία χρόνια ιδιαίτερα σημαντική είναι η ανάπτυξη του διεπιστημονικού τομέα της διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς (heritage management) η οποία σαν κύριο σκοπό έχει την διαφύλαξη, ανάδειξη και οικονομική αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Υποκατηγορία αποτελεί η αστική πολιτιστική κληρονομιά.

Β. Υποβαθμισμένες αστικές περιοχές

Πρόκειται συνήθως για πρώην εργατικές περιοχές κοντά σε βιομηχανίες, οι οποίες λόγω της αποβιομηχάνισης έχουν οδηγηθεί σε μαρασμό ή για περιοχές που παρουσιάζουν σημαντικά κοινωνικά προβλήματα (εγκληματικότητα, ανεργία) λόγω της πληθυσμιακής τους σύνθεσης (Bianchini and Ghilardi 2004).

Γ. Εγκαταλειμμένες Βιομηχανικές ή Λιμενικές Εκτάσεις

Οι βιομηχανικές εγκαταστάσεις και οι λιμενικές εγκαταστάσεις, καθώς και ο εξοπλισμός τους, που δεν χρησιμοποιούνται πλέον αποτελούν αντικείμενο ανάπλασης στις σύγχρονες πόλεις.

Δ. Παλιά βιομηχανικά κτίρια

Μεμονωμένα ανενεργά βιομηχανικά κτίρια τα οποία βρίσκονται διάσπαρτα μέσα στις πόλεις δέχονται πλέον νέες χρήσεις, όπως κατοικία, εμπόριο, πολιτιστικές δραστηριότητες, κ.λπ.

Γ. Επεμβάσεις σε υποβαθμισμένες αστικές περιοχές

Η αστική ανάπλαση είναι κάτι συνηθισμένο στις μεγάλες πόλεις. Συχνά είναι αποτέλεσμα προγραμματισμού, πολλές φορές όμως πρόκειται για το αποτέλεσμα της ανακαίνισης κτηρίων σε εγκαταλειμμένες περιοχές για να χρησιμοποιηθούν από ομάδες υψηλού εισοδήματος, καθώς και καταστήματα και εστιατόρια που τις εξυπηρετούν (O'Connor and Wynne 1996, Giddens 2002).

Οι απόψεις για την κατηγοριοποίηση των επεμβάσεων για την αντιμετώπιση των υποβαθμισμένων περιοχών διαφέρουν. Οι κύριες κατευθύνσεις των επεμβάσεων είναι οι εξής δύο:

1. Η κατεδάφιση κτιρίου ή κτιρίων, οικοδομικών τετραγώνων ή ακόμα και ευρύτερων περιοχών και αντικατάσταση τους από άλλα κτίρια ή σύνολα, που σχεδόν πάντοτε διαφέρουν ριζικά και στη σύλληψή τους και στην

υλοποίηση τους. Η αστική ανανέωση ήταν η κύρια έκφραση της πρακτικής της κατεδάφισης.

2. Η επανάχρηση κτιρίων και συνόλων σε συνδυασμό με την ανάπλαση του υφιστάμενου αστικού ιστού, μέσα από «σημειακές» επεμβάσεις. Σε αυτές μπορούν να στηριχθούν οι επεμβάσεις αποκατάστασης - ανακαίνισης σήμερα, οι οποίες έρχονται σε αντιδιαστολή με τις επεμβάσεις κατεδάφισης, που προκάλεσαν στις περισσότερες περιπτώσεις διακοπή στη συνέχεια του αστικού ιστού. Η επανάχρηση, όπως εξηγείται και σε άλλα σημεία της διατριβής, είναι η επικρατούσα πρακτική στην Ευρώπη και την Αμερική τα τελευταία χρόνια (Καραμάνου 1997:31).

Ο όρος επανάχρηση χρησιμοποιείται για την απόδοση νέων χρήσεων και την αναπροσαρμογή κτιρίων και συνόλων, τα οποία είτε υπολειτουργούν είτε αφού έχασαν την αρχική τους λειτουργία περιήλθαν σε αχρηστία. Η επανάχρηση, στην περίπτωση της εγκατάλειψης ενός κτιρίου, συγκροτήματος ή συνόλου αλλά ακόμα και μιας ευρύτερης οικιστικής ενότητας αποτελεί κύρια εναλλακτική αντί για την καταστροφή (Grefe 2004). Για να θεωρηθεί επιτυχημένη μια επέμβαση για την επανάχρηση, που να εξασφαλίζει τη διπλή ενσωμάτωση και συνύπαρξη του παλιού (υφιστάμενου) αποθέματος και μιας νέας χρήσης θα πρέπει η αρχιτεκτονική μελέτη να συσχετίζεται με τη γενικότερη πολιτική για την οργάνωση του αστικού χώρου. Για αυτό το λόγο η τεκμηρίωση της επιτυχίας μιας επέμβασης δεν γίνεται μόνο με την παρουσίαση και την κριτική των τεχνικών χαρακτηριστικών της, αλλά ταυτόχρονα αιτιολογώντας και τονίζοντας τη σχέση με την οργάνωσή τους σε πολεοδομικό επίπεδο και την ένταξη τους στον αστικό ιστό (Αραβαντινός 1997).

Δ. Κύριοι άξονες επεμβάσεων σε υποβαθμισμένες περιοχές

Σ' αυτό το πλαίσιο επικρατούν τρεις κύριοι άξονες που χαρακτηρίζουν τρεις κυρίαρχες θεωρήσεις, οι οποίες προφανώς μπορούν να αναπτυχθούν και να χρησιμοποιηθούν συνδυασμένα. Αυτές οι θεωρήσεις είναι η οικονομική θεώρηση, η κοινωνική και η πολεοδομική-αρχιτεκτονική, στην οποία πέφτει και το μεγαλύτερο βάρος. Μεθοδολογικά, για όλες τις θεωρήσεις, αποτελεί βασική φροντίδα η πλήρης γνώση της υπάρχουσας κατάστασης, η οποία αφορά σε πληροφορίες τόσο για τους κατοίκους όσο και για τους χώρους, ώστε να είναι δυνατή στην συνέχεια η διατύπωση συγκεκριμένων προτάσεων (Καραμάνου 1997: 68, Αραβαντινός 1998 Μπεριάτος 1999).

ι. Οικονομική Θεώρηση

Η οικονομική θεώρηση, εισάγει δύο διαστάσεις: α) τη διάσταση της οικονομικής απόδοσης του οικοδομικού αποθέματος, ύστερα από την αποκατάσταση και την αξιοποίησή του και β) τη διάσταση της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων. Έτσι, ενθαρρύνεται η αναβάθμιση ενός σημαντικού μέρους των παλιών περιοχών της πόλης και έμμεσα η θεώρηση αυτή συμβάλλει σε μια αμφίδρομη σχέση. Η επέμβαση αυτή πρέπει να εννοηθεί όχι μόνο στα ιστορικά κέντρα αλλά και στις υπόλοιπες περιοχές των πόλεων, ακόμα και στα περιφερειακά κέντρα.

Πολύ σημαντική είναι η διερεύνηση των οικονομικών χαρακτηριστικών των κατοίκων και των επιχειρήσεων, καθώς και η εκτίμηση της άμεσης, μετρήσιμης «απόδοσης» ύστερα από την αποκατάσταση και αξιοποίηση του υπάρχοντος οικοδομικού αποθέματος, με τη βοήθεια της μεθόδους ανάλυσης κόστους-οφέλους (cost-benefit analysis). Σε αυτήν πρέπει να προβλεφθούν οι επιπτώσεις της αποκατάστασης στον επαναπροσδιορισμό της αξίας της κατοικίας και του ύψους των ενοικίων. Το έμμεσο όφελος από την αναβάθμιση των ιδιωτικών και δημόσιων χώρων δεν μπορεί να υπολογιστεί παρά μόνο με εκτιμήσεις. Σημαντικό είναι να υπολογιστεί το κόστος των εργασιών κατά κατηγορία, ώστε με βάση τις οικονομικές απαιτήσεις, να βρεθεί ο φορέας ή οι φορείς χρηματοδότησης (κάτοικοι, τοπική αυτοδιοίκηση, κράτος, διεθνείς οργανισμοί, κ.λ.π. με καθορισμένες τις υποχρεώσεις του καθενός) και να προσδιορίσουν οι μορφές και οι όροι της χρηματοδότησης, όπως δάνεια, συνδρομές, επιχορηγήσεις κ.λπ. (Καραμάνου 1997: 69).

ii. Κοινωνική Θεώρηση

Η κοινωνική θεώρηση μαζί με τη βελτίωση της ποιότητας του χώρου, που προφανώς επιδρά πάνω στις κοινωνικές σχέσεις, αποβλέπει στη βελτίωση της ποιότητας της ζωής. Μπορεί να συντελέσει στην ελάττωση των φαινομένων που οφείλονται στην άσχετη διασπορά των διάφορων κοινωνικών ομάδων μέσα στον αστικό χώρο ή φαινομένων που απορρέουν από την απομόνωση και την περιθωριοποίηση και οδηγούν σε έντονες μορφές «αποστέρησης», απειλώντας ακόμη και με πολιτικούς κινδύνους που ωθούν σε ακραίες καταστάσεις. Οι υποβαθμισμένες περιοχές συνήθως φιλοξενούν και μη προνομιούχες κοινωνικές ομάδες (π.χ. μετανάστες), γι' αυτό δεν αρκεί να περιορίζεται κανείς σε επεμβάσεις που απομονώνουν υλικά και εξοπλισμούς, αλλά πρέπει να επεκτείνεται στο κοινωνικό σύνολο των κατοίκων. Ένας βασικός στόχος μιας κοινωνικής οπτικής θεωρείται ότι θα πρέπει να είναι η προσπάθεια για διατήρηση των κοινωνιολογικών ισορροπιών στις υποβαθμισμένες περιοχές. Στα πλαίσια της κοινωνικής θεώρησης επιδιώκεται η διαπίστωση των συνθηκών διαβίωσης, τόσο στο παρόν όσο και στην

εξέλιξή τους, από την πρώτη οίκηση μέχρι σήμερα, καθώς και της γνώμης και των αιτημάτων των ενοίκων των κατοικιών, όσον αφορά τις σημερινές συνθήκες διαβίωσης και τις τυχόν εναλλακτικές λύσεις και προτάσεις υπέρβασης των παρουσιαζόμενων προβλημάτων και δυσχερειών (Καραμάνου 1997: 69-70).

iii. Αρχιτεκτονική - Πολεοδομική Θεώρηση

Τέλος, αναφέρεται η αρχιτεκτονική-πολεοδομική θεώρηση, η οποία, εκτός από την οργανωτική της κατεύθυνση, έχει και χαρακτήρα ιδεολογικό και συμβολικό. Μπορεί να οδηγήσει σε μια μορφή αναζωογόνησης όχι μόνο των περιοχών κατοικίας, αλλά κι όλων των παλιών κεντρικών περιοχών που οριοθετούν φθίνουσες αστικές ζώνες και μπορούν να παίξουν ένα σημαντικό ρόλο τόσο στην προσαρμογή σε νέες λειτουργίες που απορρέουν από νέες παραγωγικές-οικονομικές σχέσεις, όσο και σε μια επιρροή που μπορούν να ασκήσουν πάνω στις κοινωνικές σχέσεις.

Οι επεμβάσεις αφορούν τόσο στην αρχιτεκτονική όσο και στην πολεοδομική οργάνωση του χώρου και συμβάλλουν στην αναβάθμιση του κοινωνικού και πολεοδομικού εξοπλισμού. Έχουν ως αντικείμενο την αντιμετώπιση της υποβάθμισης τόσο του κτιριακού αποθέματος όσο και των ελεύθερων χώρων. Όπως ήδη αναφέρθηκε, οι επεμβάσεις αυτές μπορούν να συσχετιστούν με την βελτίωση των συνθηκών κατοικίας και των εμπορικών χρήσεων. Γενικά, ένα κτίριο ή σύνολο κτιρίων δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζεται μεμονωμένα αλλά να εντάσσεται στα πλαίσια του ιστού, στον οποίο αναπτύχθηκε οργανικά και να αντιμετωπίζεται σε σχέση με τις υφιστάμενες και τις νέες χρήσεις, την καθημερινή πρακτική των κατοίκων και την πορεία από το παρελθόν στο παρόν. Θα πρέπει να γίνει, δηλαδή, σαφές ότι η αναβάθμιση/αποκατάσταση δεν αφορά μόνο την αντιμετώπιση των προβλημάτων του κτιριακού αποθέματος, αλλά επίσης και του ευρύτερου περιβάλλοντός του. Η μορφή επέμβασης αυτή βρίσκεται σήμερα στην επικαιρότητα στην Ελλάδα όπου μέχρι πριν λίγο καιρό επικεντρωνόταν κυρίως στο επίπεδο της αρχιτεκτονικής οργάνωσης (με παραδείγματα αποκατάστασης κτιρίων «μνημειακού» κυρίως χαρακτήρα, χωρίς να είναι απαραίτητα διατηρητέα). Αντίθετα, στο επίπεδο της πολεοδομικής οργάνωσης δεν έχουμε ακόμα πολλά παραδείγματα στην Ελλάδα, ενώ στις άλλες χώρες της Ευρώπης και στις Η.Π.Α. έχουν εφαρμοστεί σε μεγάλη έκταση για την ανάπλαση και αποκατάσταση οικιστικών συνόλων ή και ευρύτερων ακόμα περιοχών, συμβάλλοντας ταυτόχρονα και στην αναβάθμιση του υφιστάμενου αστικού ιστού. Βέβαια, για τον προγραμματισμό και την εφαρμογή τέτοιων επεμβάσεων πρέπει να ληφθούν υπόψη πολλοί παράγοντες και να εξασφαλιστούν όλα τα μέσα σε πολλά επίπεδα,

τόσο στο κοινωνικό όσο και στο τεχνικό και το οικονομικό (Μπιανκίνι και Πάρκινσον 1994, O'Connor and Wynne 1996, Καραμάνου 1997).

Στη συγκεκριμένη θεώρηση περιλαμβάνονται οι παρακάτω φάσεις εργασίας:

A. Αναγνώριση της υπάρχουσας κατάστασης

Αφορά τρία επίπεδα: την αρχική κατάσταση, η οποία διαπιστώνεται από τα σχέδια μελέτης και εφαρμογής, τις σταδιακές αλλαγές, οι οποίες θα αποτυπωθούν κατά την επιτόπια έρευνα, τη σημερινή κατάσταση, η οποία προκύπτει από το συνδυασμό των προηγούμενων.

B. Επανεκτίμηση του αποθέματος

Γίνεται ως προς δύο επίπεδα προς τα οποία ομαδοποιούνται και οι κατηγορίες των επεμβάσεων. Το πρώτο επίπεδο είναι γενικότερο και αναφέρεται στην αποκατάσταση της αστικής δομής. Το δεύτερο επίπεδο είναι ειδικότερο και αφορά κυρίως στην αποκατάσταση των κτιρίων, γι' αυτό και η αξιολόγηση γίνεται κυρίως στις κατοικίες (ή προφανώς τις άλλες κατηγορίες κτιρίων, καταστήματα κ.λ.π.)

Γ. Κατευθύνσεις των επεμβάσεων

Προς τα «έσω» αφορά την ομάδα των χρηστών και αντιστοιχεί στο ειδικότερο επίπεδο, στο οποίο οι επεμβάσεις οριοθετούνται με βάση τον έλεγχο της «κατοικησιμότητας» (με την ευρεία σημασία του όρου). Προς τα «έξω», αναφέρεται στην ποιότητα του άμεσου αλλά και ευρύτερου περιβάλλοντος και αφορά το κοινωνικό σύνολο.

Είναι φανερό ότι όσον αφορά τα κτίσματα, ιδιαίτερα τις κατοικίες, που εμφανίζονται υποβαθμισμένες «φυσικά» και «κοινωνικά», ο χρόνος οξύνει το φαινόμενο της υποβάθμισης, ενώ παράλληλα οι απαιτήσεις της σύγχρονης ζωής εξελίσσονται και πρέπει να ικανοποιηθούν. Όταν πρόκειται όμως για την αναβάθμιση-αποκατάσταση οικιστικών συνόλων, δεν αρκεί η ικανοποίηση μόνο αυτών των απαιτήσεων. Επιδιώκεται επιπλέον η συμπλήρωση των κοινόχρηστων εγκαταστάσεων και του κοινωνικού εξοπλισμού, η οργάνωση του πλέγματος των υπαίθριων χώρων και γενικότερα η αποκατάσταση της δομής του αστικού χώρου.

Για την επιτυχία των επεμβάσεων απαιτείται ο παράλληλος προγραμματισμός όλων των εργασιών, οι οποίες είναι ποικίλες και έχουν διαφορετικό χαρακτήρα (Καραμάνου 1997: 70-71).

Χρονολογικά, η ανάπλαση υποβαθμισμένων αστικών περιοχών και ιστορικών κέντρων μπορεί να χωριστεί σε τρία στάδια, δημιουργώντας αντίστοιχες γενιές αναπλάσεων (Πάπαρη 1998):

A. Η πρώτη γενιά αφορά τη ριζική ανακαίνιση (urban renewal), με χαρακτηριστικό παράδειγμα τις μη αναστρέψιμες και σαρωτικές παρεμβάσεις των δεκαετιών του '50 και του '60.

B. Η δεύτερη γενιά τις ανακατασκευές και επισκευές συντήρησης των δεκαετιών του '70 και του '80 (conservation, restoration).

Γ. Η «προσεκτική, βήμα προς βήμα αναζωογόνηση» (careful, step-by-step revitalisation), που επικρατεί σήμερα. Ως αναπλάσεις τρίτης γενιάς μπορούν να θεωρηθούν οι παρεμβάσεις είτε σε κάποια ιστορικά κέντρα πόλεων είτε σε υποβαθμισμένες αστικές περιοχές που ανέκαμψαν έπειτα από προγραμματισμό και υιοθέτηση της φιλοσοφίας της προσεκτικής παρέμβασης. Ειδικά μετά τα μέσα της δεκαετίας του 1980 οι αναπλάσεις εμπλουτίστηκαν με νέα στοιχεία και άρχισαν να αντανakλούν περισσότερο τις ειδικές συνθήκες κάθε περιοχής και – σε κάποιο βαθμό – άρχισαν να υποκαθιστούν τον γενικό σχεδιασμό (Οικονόμου 2004). Η πρόσφατη ανάδυση των πολιτιστικών περιοχών εντάσσεται στη τρίτη γενιά αναπλάσεων.

Όπως εξηγείται παρακάτω, ο ρόλος της πολιτιστικής επένδυσης στο σχηματισμό νέας ταυτότητας για τις γειτονιές, τις πόλεις, τις περιφέρειες και τα κράτη θεωρείται κρίσιμος. Η πολιτιστική δραστηριότητα (κτίρια, δραστηριότητες, δημόσια τέχνη) δημιουργεί αυτοπεποίθηση στους πολίτες, η συμμετοχή σε πολιτιστικές δραστηριότητες κινητοποιεί και ενδυναμώνει τα άτομα. Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις εισάγουν νέες μεθόδους αντιμετώπισης νέων αστικών προβλημάτων όπως είναι η αλλοτρίωση, η ένταξη μεταναστών, τα ναρκωτικά, κ.ά. Έτσι στις περιπτώσεις αναπλάσεων περιοχών, ο πολιτισμός είναι συχνά ο κινητήριος μοχλός που προκαλεί τις εξελίξεις (Miles and Paddison 2005).

2. Αναπλάσεις Λιμενοβιομηχανικών ζωνών

Μια ειδική υποκατηγορία αναπλάσεων, οι οποίες συνήθως περιλαμβάνουν και την επανάχρηση πρώην βιομηχανικών χώρων, αφορά τις αναπλάσεις λιμενοβιομηχανικών ζωνών σε λιμάνια με σκοπό την ανάκτηση των θαλάσσιων μετώπων με βάση νέες χρήσεις. Οι πόλεις λιμάνια λόγω της στενής σχέσης τους με τη βιομηχανία και την βιοτεχνία δέχτηκαν άμεσα της επιδράσεις της αποβιομηχάνησης (ανεργία, απαξίωση γης, χαμηλή ποιότητα ζωής, κ.λπ.).

Μια από τις πρώτες και πλέον χαρακτηριστικές περιπτώσεις ανάπλασης λιμενοβιομηχανικής ζώνης (Waterfront Development) αφορά το εσωτερικό λιμάνι της πόλης της Βαλτιμόρης τη δεκαετία του 1970. Ακολούθησαν το Τορόντο και η

Βοστώνη. Σήμερα, χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του λιμανιού του Μπιλμπάο το οποίο ξεπέρασε τη μεγάλη βιομηχανική κρίση της δεκαετίας του '80 με ένα πρωτοποριακό αρχιτεκτονικό πρόγραμμα και αποκορύφωμα το μουσείο Γκουγκενχάιμ, χτισμένο από τον διεθνή φήμης αρχιτέκτονα Φρανκ Γκέρυ. Το μουσείο κατάφερε να προσελκύσει μεγάλο αριθμό επισκεπτών και, παρά τις αρχικές αντιρρήσεις και την εχθρότητα των κατοίκων, σήμερα η πόλη έχει καθιερωθεί σαν πολιτιστικός προορισμός.

Άλλη χαρακτηριστική περίπτωση είναι το λιμάνι του Ρότερνταμ, του μεγαλύτερου λιμανιού της Ευρώπης. Το ιστορικό κέντρο του Ρότερνταμ ισοπεδώθηκε σχεδόν ολοκληρωτικά κατά τη διάρκεια του 2ου Παγκοσμίου Πολέμου και ανοικοδομήθηκε μετά τη λήξη του. Ήδη από τη δεκαετία του 1980 δόθηκε έμφαση στην ανάπλαση του θαλάσσιου μετώπου, με κύριους άξονες την πολιτιστική κατανάλωση και τον βιομηχανικό τουρισμό. Ανάλογη είναι και η περίπτωση της Αμβέρσας, όπου πολλά βιομηχανικά κτίρια χρησιμοποιήθηκαν για πολιτιστικούς σκοπούς (με έναυσμα τη χρονιά που διετέλεσε Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης). Δεν είναι βέβαια αυτές οι μοναδικές περιπτώσεις: η Γλασκώβη, η Γένοβα, το Ελσίνκι, το Αμβούργο είναι χαρακτηριστικές περιπτώσεις λιμανιών που αναζητούν νέα ταυτότητα (Verwijnen 1997, NAI 2006).

Ένα από τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα ανάπλασης είναι η περιοχή των Docklands του Λονδίνου, για την οποία η σχετική βιβλιογραφία διαφοροποιείται σημαντικά σχετικά με την επιτυχία ή αποτυχία της (Καραμάνου 1997, Giddens 2002:640). Τα Ντόκλαντς (οι Αποβάθρες) καλύπτουν έκταση οκτώμισι τετραγωνικών μιλίων του Ανατολικού Λονδίνου κοντά στον Τάμεση και βρίσκονται κοντά στη περιοχή του χρηματοοικονομικού City, αλλά και στις πιο φτωχές εργατικές γειτονιές του Λονδίνου. Ήδη από το 1960, όταν οι περιοχή παρήκμασε και έπαψαν να χρησιμοποιούνται οι αποβάθρες της, ξεκίνησε μια συζήτηση με έντονες αντιπαραθέσεις σχετικά με το μέλλον της περιοχής. Η φυσική ανάπλαση των Docklands στο Λονδίνο υποστηρίχθηκε από μια σειρά συντονισμένων προσπάθειών από την ιδιωτικών συμφερόντων Εταιρία Ανάπτυξης των Docklands (London Docklands Development Corporation) η οποία ιδρύθηκε το 1981. Η διατήρηση και ανανέωση της ιστορικής αρχιτεκτονικής των Docklands ήταν στο επίκεντρο της φυσικής ανάπλασης της περιοχής, η οποία περιλάμβανε δεκαεπτά προστατευόμενες περιοχές και εκατοντάδες καταγεγραμμένα κτίρια και υποδομές (Hall 2005:187-8).

Σήμερα η περιοχή διαφέρει σημαντικά από τις φτωχότερες γειτονιές με τις οποίες συνορεύει. Οι παλιές αποθήκες έχουν μετατραπεί σε σύγχρονες πολυτελείς κατοικίες και στην λεγόμενη «Κίτρινη Προβλήτα» έχει δημιουργηθεί ένα πολύ μεγάλο συγκρότημα γραφείων το οποίο είναι ορατό από διαφορετικά σημεία του

Λονδίνου και αποτελεί σήμα-κατατεθέν της ανάπλασης. Τα Docklands του Λονδίνου έχουν προβληθεί με διαφορετικούς τρόπους: ως τόπος για επενδύσεις, ως τόπος για μετεγκατάσταση επιχειρήσεων, ως τόπος για να εργάζεται, να ζει ή να παίζει κανείς, καθώς και ως τουριστικός προορισμός. Οι προσπάθειες για την μετατροπή της εικόνας της περιοχής περιλάμβαναν διαφημιστικές εκστρατείες στα μέσα επικοινωνίας, την προσεκτική ανάπτυξη του δομημένου περιβάλλοντος και έναν αριθμό πρωτοβουλιών σχετικές με τον πολιτισμό. Πριν τη δεκαετία του 1980 τα Docklands θεωρούνταν μια περιοχή χαρακτηρισμένη από τη βιομηχανική παρακμή και την εγκατάλειψη. Για να ακυρώσει αυτές τις εικόνες η περιοχή προβλήθηκε ως ένας τόπος με μέλλον. Αυτό ήταν εμφανές κυρίως στα διάφορα σλόγκαν με τα οποία συνδεόταν, περιλαμβανομένων των σλόγκαν «η πόλη του νερού του εικοστού πρώτου αιώνα» και «θριαμβευτική αστική αναγέννηση».

Η Εταιρία Ανάπτυξης των Docklands ήταν υπεύθυνη για δύο διαφημιστικές εκστρατείες. Η πρώτη, τα έτη 1982-3, ήταν μια τηλεοπτική και ραδιοφωνική εκστρατεία με στόχο να γίνει γνωστή η ύπαρξη των Docklands και οι σχετικές εξελίξεις, καθώς και την προώθησή της περιοχή για μετεγκατάσταση επιχειρήσεων. Η δεύτερη εκστρατεία ήταν μια εκστρατεία στις εφημερίδες το 1990, η οποία διαφήμιζε πιο συγκεκριμένα προσόντα της περιοχής. Και οι δύο εκστρατείες τόνιζαν τη μοναδικότητα της περιοχής. Οι εικόνες των Docklands που προβλήθηκαν σε αυτές τις εκστρατείες είχαν σημαντική επιρροή λόγω του πετυχημένου αρχιτεκτονικού σχεδιασμού (Hall 2005:188). Η ανάπλαση των Docklands δέχθηκε πολλές επικρίσεις. Καταρχήν θεωρήθηκε ότι οι ίδιοι οι κάτοικοι του δήμου που ανήκουν τα Docklands δεν ωφεληθήκαν άμεσα από την ανάπλαση αφού δεν ήταν ούτε οι χρήστες των κατοικιών, ούτε και μπόρεσαν να δουλέψουν στις νεοεισερχόμενες εταιρίες. Επίσης η περιοχή δεν απέκτησε χαρακτηριστικά γειτονιάς και χαρακτηρίστηκε ως «κυριακάτικη έρημος» που παραδόθηκε στην κερδοσκοπία χωρίς να διατηρηθεί η χάρη της κλασικής αρχιτεκτονικής, των καλών συγκοινωνιών και των δημόσιων χώρων. Τέλος και η ίδια η βιωσιμότητα ορισμένων έργων τέθηκε σε αμφισβήτηση, για παράδειγμα τα κτίρια της Κίτρινης Προβλήτας αντιμετώπισαν σοβαρά προβλήματα τη δεκαετία του 1990, όταν παρέμειναν άδεια για αρκετά μεγάλο διάστημα (Giddens 2002:640-1).

Στην Ελλάδα, παρά το ακαδημαϊκό ενδιαφέρον και το γεγονός ότι πολλά αστικά σύνολα βρίσκονται δίπλα στη θάλασσα, οι αναπλάσεις λιμανιών είναι περιορισμένες. Η Θεσσαλονίκη, με αφορμή την διοργάνωση της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας το 1997 ξεκίνησε μια προσπάθεια ανάπλασης της αποβάθρας που βρίσκεται κοντά στο κέντρο της πόλης και δεν χρησιμοποιείται πλέον. Η προσπάθεια αυτή εστίασε κυρίως στην χρήση των παλαιών βιομηχανικών κτιρίων για πολιτιστικούς σκοπούς, ωστόσο η ανεπαρκής υποστήριξη από τον Οργανισμό

Λιμένος Θεσσαλονίκης, καθώς και άλλα προβλήματα (όπως τα προβλήματα στη συνεργασία μεταξύ των πολιτιστικών πολυχώρων²), δεν κατέστησαν την ανάπτυξη ως απόλυτα επιτυχημένο παράδειγμα (Χαστάογλου 2006) .

Άλλα τέσσερα λιμάνια (Πάτρα, Αλεξανδρούπολη, Καβάλα και Βόλος) έχουν αναθέσει πρόσφατα μελέτες για την ανάπτυξη εγκαταλειμμένων ή μη χρήσιμων προβλητών (διαγωνισμό για δέκα λιμενικές περιοχές έχει διεξάγει και η πρώην εταιρία Τσιμέντα Ηρακλής). Σε κάθε περίπτωση οι απαξιωμένες βιομηχανικές εγκαταστάσεις βρίσκονται στο επίκεντρο του σχεδιασμού, χωρίς ωστόσο να αντιμετωπίζονται πάντα ως στοιχεία πολιτιστικής κληρονομιάς. Η έλλειψη ξεκάθਾਰου οράματος ή πολιτικής στρατηγικής για την επανάχρηση των βιομηχανικών κτιρίων των λιμανιών στην Ελλάδα είναι ιδιαίτερα εμφανής στο μεγαλύτερο λιμάνι της χώρας, τον Πειραιά.

3. Επιπτώσεις της Ανάπτυξης Αστικής περιοχής

A. Επιπτώσεις της ανάπτυξης και κριτική

Η αστική ανάπτυξη είναι μία σύνθετη διαδικασία που επιφέρει σημαντικές οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές αλλαγές. Εξετάζοντας την εμπειρία από τα προγράμματα αστικής ανάπτυξης καταλήγει κανείς στο συμπέρασμα ότι προσφέρουν ελκυστικές εναλλακτικές λύσεις για εγκαταλειμμένες βιομηχανικές ή οικιστικές περιοχές. Εκφράζουν την πρόοδο μιας πόλης και με την έμφασή τους στον αστικό σχεδιασμό και την μνημειακή αρχιτεκτονική δίνουν την εντύπωση της ανανέωσης και της πολυτέλειας, προσφέροντας επίσης έναν αριθμό άμεσων και έμμεσων ωφελειών στην αστική οικονομία. Τα προγράμματα ανάπτυξης και τα αρχιτεκτονικά επιτεύγματα³ αυτά λειτουργούν ως πόλοι έλξης προσελκύοντας έναν σημαντικό αριθμό επισκεπτών και επενδύσεων στην πόλη (García 2005, Κόνσολα 2006: 107-109).

Οι εξωτερικές οικονομίες των αναπλάσεων δεν είναι καθόλου αμελητέες: το εμπόριο, ο τουρισμός, η αναψυχή, η εστίαση, τα ξενοδοχεία, και άλλες υπηρεσίες που απευθύνονται στον καταναλωτή γνωρίζουν άνθηση σε περιοχές ή πόλεις οι οποίες έχουν υιοθετήσει προσεγγίσεις με σκοπό την αστική αναζωογόνηση (Jansen –Verbeke 1988, Μπιανκίνι και Πάρκινσον 1994, Knox and Taylor 1995).

Η οικονομική λογική των αναπλάσεων στηρίζεται στην προσμονή αναδιανομής του εισοδήματος στο πλαίσιο της πόλης, μέσω των

² βλ. Κεφ 4

³ Το Εθνικό Μουσείο Κινηματογράφου και Τηλεόρασης στο Μπέρνιγχαμ αποτελεί ένα καλό παράδειγμα. Η ανάπτυξη του υπήρξε οργανικό στοιχείο για τη δημιουργία μιας τουριστικής οικονομίας εκ του μηδενός (Bianchini κ.ά. 1992: 251)

πολλαπλασιαστικών αποτελεσμάτων και στα αυξημένα έσοδα από τις δαπάνες των επισκεπτών, τα οποία έχουν δύο στόχους: Πρώτον, να ενισχύσουν το εισόδημα μειονεκτικών κοινωνικών ομάδων μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας για την εξυπηρέτηση των επισκεπτών και των εισερχόμενων επενδυτών (Harvey 1989). Δεύτερον, γίνεται η υπόθεση ότι αυτό το εισόδημα θα έχει ένα θετικό, δευτερογενές αποτέλεσμα στην τοπική οικονομία, μέσω της αυξανόμενης καταναλωτικής δαπάνης. Το οικονομικό όφελος και η επιχειρηματικότητα προτάσσονται, επομένως, συχνότερα ως κύρια επιχειρήματα υπέρ της αστικής ανάπλασης (Hall 2005: 149-151).

Ωστόσο, η θέσεις αυτές αμφισβητούνται έντονα και η σχετική βιβλιογραφία περιλαμβάνει και πολλές κριτικές απόψεις (Harvey 1989, Giddens 2002, Hutton 2004). Οι θετικές οικονομικές επιπτώσεις αμφισβητούνται έντονα, ενώ προβάλλονται πολλές ενστάσεις σχετικά με τη διάχυση των πλεονεκτημάτων⁴. Πιο, συγκεκριμένα οι κριτικές αυτές απόψεις μπορούν να ομαδοποιηθούν κυρίως στις εξής ομάδες:

- I. Άμεσες Οικονομικές και Κοινωνικές Επιπτώσεις
- II. Κερδοσκοπία του τομέα ακίνητης περιουσίας
- III. Χρηματοδότηση των έργων ανάπλασης
- IV. Συμμετοχικές διαδικασίες
- V. Κοινωνικός και Οικονομικός Εκτοπισμός

Πιο αναλυτικά:

I. Άμεσες Οικονομικές και Κοινωνικές Επιπτώσεις

Σε σχέση με το άμεσο οικονομικό όφελος για την περιοχή οι κριτικές αμφισβητούν την αποτελεσματικότητα του πολλαπλασιαστικού μηχανισμού και επισημαίνουν τις ευρείες αρνητικές επιπτώσεις που μπορούν να έχουν τα προγράμματα αστικής ανάπλασης στην τοπική οικονομία και σε συγκεκριμένες ομάδες του τοπικού πληθυσμού. Κρίνονται αναποτελεσματικοί ως μηχανισμοί αναδιανομής του εισοδήματος που ευνοούν τις φτωχότερες κατηγορίες των αστικών κοινωνιών, εφόσον τα αναμενόμενα πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα συχνά δεν μετακυλύονται προς τις ομάδες αυτές. Οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται αφορούν κυρίως χαμηλόμισθους, ανειδίκευτους, ανασφάλιστους, μερικής απασχόλησης εργάτες (Wilson 1992, Wynne and O' Connor 1996).

Επίσης, τα προγράμματα αστικής ανάπλασης δεν επηρεάζουν ολόκληρη την πόλη αλλά είναι χωρικά αυτόνομα και σχεδιάζονται με σκοπό να αναζωογονήσουν

⁴ Εδώ θα πρέπει να τονιστεί επίσης το γεγονός ότι πολλά έργα ανάπλασης δεν συνοδεύονται από μελέτες που να εξετάζουν εκ των υστέρων τις επιπτώσεις των παρεμβάσεων και το συνολικό όφελος τους.

συγκεκριμένες περιοχές. Επομένως τα άμεσα οικονομικά οφέλη της αστικής ανάπλασης διαφέρουν ανάλογα με την κλίμακα που τα εξετάζει κανείς. Συχνά δε ο ταυτόχρονος σχεδιασμός προγραμμάτων αστικής ανάπλασης οδηγεί στην εμφάνιση ανταγωνιστικών σχέσεων μεταξύ τους. Από την άλλη πλευρά, η ανάπλαση μιας περιοχής μπορεί να οδηγήσει μιας άλλης περιοχής στην παρακμή⁵. Σε εθνικό επίπεδο ή σε επίπεδο μητροπολιτικής περιοχής, τα προγράμματα αστικής ανάπλασης στο σύνολό τους μπορεί να μην οδηγούν τελικά σε ανάπτυξη, φαινόμενο που αναφέρεται στη σχετική βιβλιογραφία ως μηδενική συνολική μεγέθυνση ή *zero-sum growth* (Harvey 1989). Μία άλλη συνηθισμένη κριτική άποψη είναι ότι το βάρος δίνεται συχνά στον καλλωπισμό των κτιρίων και των δημόσιων χώρων οπότε η ανάπλαση είναι κυρίως αισθητική και όχι ουσιαστική. Γενικά, τα αποτελέσματα της ανάπλασης δεν είναι ούτε σταθερά, ούτε προκαθορισμένα, αλλά εξαρτώνται από ευρύτερες διαδικασίες και τοπικά χαρακτηριστικά που μπορεί να είναι οικονομικά, κοινωνικά, πολιτιστικά ή πολιτικά. (Hall 2005: 201-2).

Ένα άλλο επιχείρημα υπέρ των αστικών αναπλάσεων σχετίζεται με τη κοινωνική τους διάσταση. Οι κοινωνικοί παράγοντες τείνουν να είναι πιο σημαντικοί από ότι οι φυσικοί σε αυτές τις αποφάσεις. Παράγοντες όπως η ποιότητα ζωής, εμφανίζονται να είναι πιο σημαντικοί όσον αφορά την απόφαση χωροθέτησης των επιχειρήσεων. Κατά συνέπεια, η ανάπτυξη της προσφοράς των χώρων γραφείου ενδεχομένως να μην αποτελεί ένα επαρκές κίνητρο για μετεγκατάσταση των επιχειρήσεων. Αυτό που είναι πιο πιθανό να συμβεί είναι οι επιχειρήσεις να μετακινηθούν σε μικρές αποστάσεις μέσα στα όρια της αγοράς εργασίας, που είναι άλλη μια ακόμη μορφή μηδενικής μεγέθυνσης (Turok 1992, Florida 2004).

Τέλος, η απουσία πρωτοτυπίας στα σχέδια αστικής ανάπλασης που υιοθέτησαν οι πόλεις των Η.Π.Α. και της Ευρώπης είναι άλλο ένα συνηθισμένο θέμα για κριτική αφού συχνά υπήρξε πιστή αναπαραγωγή ορισμένων μοντέλων αστικής ανάπλασης. Σε πολλές περιπτώσεις ακόμη και τα τοπία που προέκυψαν είναι πανομοιότυπα (Evans 2001). Αυτά τα μοντέλα συνήθως αποτελούνται από έναν συνδυασμό ξενοδοχειακών μονάδων, εκθεσιακών και συνεδριακών κέντρων, εμπορικών πάρκων, τοποθεσιών πολιτιστικής κληρονομιάς, αναπλάσεων θαλάσσιων μετώπων και τέλος γραφείων και πολυτελών κατοικιών. Αυτού του τύπου η αναπαραγωγή μοντέλων ανάπλασης χωρίς να προστίθενται νέα στοιχεία εμπεριέχει το ρίσκο του κορεσμού (Bianchini κ.ά. 1992: 254, Florida 2004, Amin 2006).

⁵ Χαρακτηριστικό είναι και το παράδειγμα της Αθήνας με την σταδιακή επιβάρυνση και υποβάθμιση περιοχών όπως το Μεταξουργείο και ο Βοτανικός λόγω της ανάπλασης των κεντρικότερων περιοχών της πόλης (π.χ. Πλάκα). Βλ. Κεφάλαιο 4.

II. Κερδοσκοπία του τομέα ακίνητης περιουσίας

Τις δεκαετίες του 1980 και του 1990 η εκμετάλλευση της ακίνητης περιουσίας –δηλαδή η ανακαίνιση παλαιών κτιρίων ή η κατασκευή νέων με σκοπό την ενοικίαση ή πώληση για εργασία ή κατοικία - υπήρξε το επίκεντρο της ανάπτυξης περιοχών και πόλεων (π.χ. Docklands στο Λονδίνο ή Kor van Zuid στο Ρότερνταμ). Η παραδοχή ότι υπάρχει ένας δυνατός σύνδεσμος μεταξύ της ανάπτυξης ακίνητης περιουσίας και της οικονομικής αναζωογόνησης, ωστόσο, αμφισβητείται, αφού ο τομέας των ακινήτων είναι ένας τομέας της οικονομίας που ποτέ δεν παρουσίασε μακροχρόνια σταθερότητα, έστω και σε έναν ορισμένο βαθμό (Brown and Matysiak 2000, Μπαλωμένος 2005). Είναι χαρακτηριστικό ότι είναι ευάλωτος στις οικονομικές αλλαγές και διακυμάνσεις στο παγκόσμιο οικονομικό γίγνεσθαι. Η επένδυση σε ακίνητα ή σε γη είναι πολύ επισφαλής και τα αποτελέσματά της δεν είναι καθόλου σίγουρα (Turok 1992, Hall 2005:199). Επιπρόσθετα, τα έργα αστικής ανάπτυξης οδηγούν σε μια ιδιαίτερα άνιση κατανομή κόστους και ωφελείας. Τα οφέλη τείνουν να αφορούν ένα μικρό αριθμό επαγγελματιών από τις μεσαίες και ανώτερες τάξεις. Οι ομάδες με την μεγαλύτερη ανάγκη οικονομικού οφέλους, τα μη προνομιούχα στρώματα του πληθυσμού που καταλαμβάνουν τις αποβιομηχανοποιημένες υποβαθμισμένες εσωτερικές περιοχές των πόλεων ή τις φθίνουσες περιφερειακές οικιστικές περιοχές, τείνουν τελικά να επωμίζονται το βάρος του κόστους και τις αρνητικές συνέπειες της αστικής ανάπτυξης.

Κύριο πλεονέκτημα του μοντέλου αστικής ανάπτυξης που βασίζεται στην εκμετάλλευση της ακίνητης περιουσίας θεωρείται το γεγονός ότι δημιουργεί θέσεις εργασίας οι οποίες προέρχονται άμεσα από την κατασκευή ακινήτων και έμμεσα από την μετέπειτα λειτουργία τους (Smith 1996). Υπάρχουν όμως συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του κατασκευαστικού τομέα που περιορίζουν τα οφέλη αυτά: ελάχιστες θέσεις εργασίας στις κατασκευές καλύπτονται από τον εγχώριο πληθυσμό, συνήθως οι εργάτες στις κατασκευές είναι μετανάστες που έρχονται από άλλες περιοχές (Turok 1992: 362-3). Επίσης, η φύση της εργασίας στο τομέα των κατασκευών έχει το χαρακτηριστικό να δημιουργεί θέσεις εργασίας που είναι ασταθείς και βραχυχρόνιες ενώ σπάνια συνοδεύεται από προγράμματα κατάρτισης. Η απασχόληση στις κατασκευές ακινήτων που σχετίζεται με την αστική ανάπτυξη, αν και μπορεί να ανακουφίσει παροδικά, δεν συνηθίζει να εφοδιάζει τον πληθυσμό με χρήσιμες ή αξιοποιήσιμες μακροπρόθεσμες δεξιότητες. Επιπρόσθετα, οι ευκαιρίες απασχόλησης στον τομέα των κατασκευών τείνουν να αφορούν αποκλειστικά νέους άνδρες με αποτέλεσμα μεγάλες κατηγορίες του πληθυσμού

που χρειάζονται τα οφέλη της ανάπτυξης να αποκλείονται (Smith 1996, Loftman and Nevin 1999).

III. Χρηματοδότηση των έργων ανάπτυξης

Η αστική ανάπτυξη στις ευρωπαϊκές πόλεις κατά τη διάρκεια των δεκαετιών του 1980 και του 1990 χαρακτηρίστηκε από συνεργασίες που δημιουργήθηκαν μεταξύ του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα η ανάπτυξη του ιδιωτικού τομέα να έχει επιχορηγηθεί σε μεγάλο βαθμό από δημόσιους πόρους⁶. Αυτή η επιχορήγηση μπορεί να αφορά μια άμεση οικονομική ενίσχυση των ιδιωτικών φορέων ανάπτυξης. Αυτή η δημόσια επιχορήγηση εμφανίστηκε την ίδια εποχή με την δραστική μείωση των πόρων της τοπικής αυτοδιοίκησης τόσο από πλευράς της κεντρικής κυβέρνησης, όσο και από την πλευρά των εσόδων της μέσω τοπικής φορολογίας. Η επιχορήγηση της ανάπτυξης του ιδιωτικού τομέα, επομένως, έχει ένα σημαντικό βραχυχρόνιο κόστος για την τοπική αυτοδιοίκηση, αλλά και ένα μακροχρόνιο αφού οφείλει να ξεπληρώνει τα δάνεια για μεγάλες περιόδους. Μία συχνή κριτική που αφορά αυτή τη τάση είναι ότι αποτελεί έμμεση επιχορήγηση του ιδιωτικού τομέα σε βάρος των τοπικών αναγκών. Ενδεικτικό παράδειγμα είναι ότι στην περίπτωση της ανάπτυξης της προβλήτας Α στην Θεσσαλονίκη, το μεγαλύτερο όφελος το έχει μία -πλέον- ιδιωτική εταιρία, ο Οργανισμός Λιμένα Θεσσαλονίκης (Χαστάογλου 2006:5, βλ. Κεφ. 4.2).

Η φύση των τύπων των έργων αστικής ανάπτυξης στα οποία επενδύθηκαν αυτά τα χρήματα είναι συχνά κερδοσκοπική. Δεν υπάρχει καμία πιθανότητα εγγύησης, επομένως, της επιτυχίας τους ή ότι θα υπάρξει ανταποδοτικότητα των δημοσίων πόρων που δαπανήθηκαν. Σε πολλές περιπτώσεις η συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα που χαρακτηρίζει την αστική ανάπτυξη περιλαμβάνει την δημόσια επιχορήγηση του ιδιωτικού κέρδους (Harvey 1989). Πέρα από αυτό το γεγονός, ένα πλήθος κριτικών θέτουν το ερώτημα σχετικά με το αν υπάρχει ανάγκη σήμερα επιχορήγησης της ιδιωτικής επένδυσης (Turok 1992: 374-6).

Οι μορφές επενδύσεων στις οποίες στοχεύουν τα έργα αστικής ανάπτυξης είναι ασταθείς και είναι πιθανόν να διακυμαίνονται ανάλογα με τις εξελίξεις της

⁶ Για παράδειγμα, το κράτος ή η τοπική αυτοδιοίκηση αναλαμβάνει μέρος του κατασκευαστικού κόστους για τη δημιουργία υποδομών ή να επιχορηγεί έργα ανάπτυξης, όπως είναι τα συνεδριακά κέντρα (που είναι πιθανότερο να χρησιμοποιηθούν περισσότερο από τον ιδιωτικό τομέα) ή ακόμα μέσω αναπτυξιακών νόμων να μειώνει τους τοπικούς φορολογικούς συντελεστές με σκοπό την ενθάρρυνση της επαναχωροθέτησης επιχειρήσεων.

οικονομίας⁷. Ο τομέας του εμπορίου έχει αποτελέσει σημαντικό μέρος πολλών έργων αστικής ανάπλασης. Αυτά περιλαμβάνουν περιφερειακά μεγάλα εμπορικά κέντρα (malls), όπως συμβαίνει στην περίπτωση του The Mall του Αμαρουσίου. Ωστόσο, ορισμένα χαρακτηριστικά στον τομέα του λιανικού εμπορίου, περιορίζουν δραστικά την αποτελεσματικότητά τους στην προώθηση της βιώσιμης, δίκαιης οικονομικής αναζωογόνησης. Οι ευκαιρίες απασχόλησης στον τομέα οι οποίες είναι διαθέσιμες στα μη προνομιούχα στρώματα του πληθυσμού είναι περιορισμένες. Είναι κατά κανόνα χαμηλής ποιότητας και αφορούν συνήθως θέσεις ανειδίκευτης εργασίας. Η έκρηξη του λιανεμπορίου στα τέλη της δεκαετίας του 1980 τροφοδοτήθηκε σε μεγάλο βαθμό από την έκρηξη της διαθεσιμότητας προσωπικής πίστωσης. Αυτό αργότερα οδήγησε σε πολλά προβλήματα προσωπικών χρεών αφού οι καταναλωτές πιέζονταν να αποπληρώσουν τα ποσά τα οποία είχαν δανειστεί (Turok 1992).

IV. Συμμετοχικές διαδικασίες

Η απουσία διαβούλευσης με τους κατοίκους και τους κοινωνικούς φορείς είναι μία από τις πλέον συνηθισμένες κριτικές θέσεις που εκφράζονται, τόσο για τα έργα ανάπλασης, όσο και για τα περισσότερα θέματα χωρικού σχεδιασμού. Ο αποκλεισμός του κοινού από τη διαδικασία ανάπτυξης κατά αυτόν τον τρόπο διευκολύνθηκε από ευρύτερα πολιτικά και νομοθετικά πλαίσια τα οποία μεροληπτούν υπέρ των «μεγάλων αναπτυξιακών κοινοπραξιών» και κατά συνέπεια συνηγορούν υπέρ της μη συμμετοχής του κοινού ή αντιπολιτευομένων ομάδων (Smith 1996). Ο διάλογος, για παράδειγμα, για το κόστος και τις επιπτώσεις της αστικής ανάπλασης συχνά πραγματοποιείται σε ιδιωτικές συναντήσεις του εκάστοτε Διοικητικού Συμβουλίου (Imrie κ.ά. 1995). Οι ομάδες της κοινότητας και οι αντίπαλοι της ανάπλασης είναι ανίκανοι να αντιμετωπίσουν τις πανίσχυρες κοινοπραξίες ανάπλασης: στη πλειοψηφία των περιπτώσεων οι ομάδες αυτές χρηματοδοτούνται μέσω δωρεών ή συνδρομών και ορισμένες φορές χρηματοδοτούνται από επιχορηγήσεις ιδιωτικών εταιριών ή τις τοπικές αρχές. Οι ομάδες που αντιστέκονται αποκλείονται ακόμα περισσότερο από το διάλογο λόγω της περιορισμένης πληροφόρησης που παρέχεται από τις κοινοπραξίες ανάπλασης, της έλλειψης νομικής ή τεχνικής υποστήριξης σε σχέση με τις κοινοπραξίες ανάπλασης, καθώς και της ολοένα και μεγαλύτερης διαφάνειας στη λήψη αποφάσεων της τοπικής αυτοδιοίκησης. Το αποτέλεσμα είναι η δημόσια συμμετοχή στα προγράμματα ανάπλασης να είναι εξαιρετικά περιορισμένη. Ωστόσο οι τοπικές

⁷ Αυτό συμβαίνει, για παράδειγμα, με τον τομέα του συνεδριακού τουρισμού, όπου ο ανταγωνισμός και η μεγάλη δυνατότητα μετακίνησης σε άλλες περιοχές χωρίς κόστος, μπορεί να καταστήσει έναν προορισμό μη ανταγωνιστικό σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα.

αρχές και οι κοινοπραξίες ανάπλασης μπορεί να προβάλλουν την εικόνα της δημόσιας συμμετοχής, μέσω, π.χ., δημοσίων συναντήσεων, οι οποίες συχνά πραγματοποιούνται αφού έχει ξεκινήσει το έργο και πλέον δεν μπορούν να ασκήσουν καμιά επιρροή στη λήψη αποφάσεων ή στη πολιτική (Blanc and Beumont 2005:409-413).

Γενικά, η διαβούλευση είναι μια δημοκρατική διαδικασία που μπορεί να βελτιώσει την ορθότητα των κυβερνητικών αποφάσεων. Η απουσία δημόσιου διαλόγου, διαβούλευσης, έρευνας ή λεπτομερούς αξιολόγησης επιπτώσεων αντίθετα μπορεί να δημιουργήσει πολλαπλά προβλήματα. Η προσωπική εμπειρία και γνώση που οι ίδιοι οι πολίτες έχουν για τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζει η περιοχή τους, βοηθά τόσο στο να οργανωθούν καλύτερα οι κυβερνητικές δράσεις όσο και στο να ξεπεραστούν κάποια από τα υφιστάμενα θεσμικά εμπόδια. Συμμετέχουν ενεργά σε τοπικές οργανώσεις και καθοδηγούν προγράμματα ενσωμάτωσης προβληματικών περιοχών. Τα τελευταία χρόνια γίνονται προσπάθειες σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης να ενισχυθεί η συμμετοχή των πολιτών με ειδικές νομοθετικές ρυθμίσεις⁸. Καθοριστικής σημασίας είναι η δράση του δημόσιου τομέα, που είναι επιφορτισμένος με την εκπαίδευση των κοινοτικών και εθελοντικών τομέων που συμμετέχουν, ώστε να αποκτήσουν ένα συγκεκριμένο επίπεδο «ικανότητας συμμετοχής» (Blanc and Beumont 2005:416). Η επίλυση των προβλημάτων αυτών προϋποθέτει οι συμμετοχικές διαδικασίες να πραγματοποιούνται σε ένα φιλικό, ανοιχτό κοινωνικό περιβάλλον και να ενθαρρύνεται η συμμετοχή και να λειτουργεί ως μία διαδικασία μάθησης για όλες τις πλευρές.

V. Οικονομικός και Κοινωνικός Εκτοπισμός

Ο εκτοπισμός είναι ίσως η πιο σοβαρή αρνητική συνέπεια της ανάπλασης ή αναβάθμισης μιας περιοχής και κατέχει κεντρικό ρόλο τη διερεύνηση του θέματος των πολιτιστικών περιοχών. Τα έργα αστικής ανάπλασης επιφέρουν αλλαγές στο οικιστικό απόθεμα μιας περιοχής και συχνά οδηγούν στον εκτοπισμό δραστηριοτήτων και κατοίκων. Ο εκτοπισμός μπορεί να πάρει τη μορφή της υποχρεωτικής απομάκρυνσης ομάδων πληθυσμού που κατοικούν εκεί λόγω εξώσεων, καθώς και της απομάκρυνσης μέσω των πιέσεων της αύξησης των τιμών κατοικίας (Zukin 1982, 1995, O Connor and Wynne 1996, Hall 2005). Ο φυσικός

⁸ Η Σύμβαση του Aarhus θέτει το πλαίσιο μέσα στο οποίο πρέπει να κινηθούν οι διαδικασίες διαβούλευσης όλων των μεγάλων έργων που σχετίζονται με τον χώρο και το περιβάλλον. Τέθηκε σε ισχύ στις 30 Οκτωβρίου 2001, μέχρι σήμερα έχει επικυρωθεί από 35 Κράτη εκ των οποίων τα 19 είναι Κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και από την ίδια την Ευρωπαϊκή Κοινότητα. Η Σύμβαση Aarhus, η οποία αποτελεί αναμφίβολα το πιο αναλυτικό και νομοτεχνικά επεξεργασμένο διεθνές κείμενο που ρυθμίζει το συγκεκριμένο αντικείμενο, περιλαμβάνει 22 άρθρα και δύο Παραρτήματα και αποτελείται από τρεις πυλώνες: έκαστος των οποίων περιλαμβάνει διατάξεις που εκχωρούν διαφορετικά δικαιώματα.

εκτοπισμός προκύπτει κυρίως στις περιπτώσεις όπου οι κατοικίες κατεδαφίζονται για να δώσουν χώρο σε νέα κτίρια, καθώς και στις περιπτώσεις ανακαίνισης κτιρίων. Στις περισσότερες περιπτώσεις κατεδαφίζονται οι φτηνότερες, χαμηλής αξίας κατοικίες, οι οποίες εξυπηρετούν τις χαμηλού εισοδήματος, περιθωριοποιημένες ομάδες του πληθυσμού. Σε ορισμένες περιπτώσεις ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια τα οποία παρείχαν φτηνή διαμονή ανακαινίζονται και εκσυγχρονίζονται για να παρέχουν υπηρεσίες για νέες τουριστικές αγορές που αναμένονται να εισβάλουν στις υπό ανάπλαση περιοχές⁹. Κατά αυτόν τον τρόπο οι φτωχότεροι κάτοικοι απομακρύνονται βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα μειώνεται η προσφορά προσίτης για αυτούς στέγη. Στις περισσότερες περιπτώσεις, τόσο στην Ευρώπη όσο και στην Αμερική, δεν υπήρξε η πρόνοια προκειμένου να αντισταθμιστεί η εκτόπιση ομάδων του πληθυσμού με αποτέλεσμα πολλές φορές να δημιουργούνται κινήματα κατά των έργων ανάπλασης (O'Connor and Wynne 1996, Smith 1996). Στις Η.Π.Α. τα κινήματα αυτά¹⁰ έγιναν ιδιαίτερα δημοφιλή και δυναμικά την δεκαετία του 1980, αποτρέποντας πολλές φορές τις εξελίξεις αυτές ή εξασφαλίζοντας τη στέγη των κατοίκων που εκτοπίζονται (Zukin 1995, Smith 1996, Brown and Matysiak 2000).

Ένας άλλος τρόπος εκτοπισμού, ο οποίος λειτουργεί μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα, σχετίζεται με τις πιέσεις που υφίστανται οι παλαιότεροι κάτοικοι και επαγγελματίες να εγκαταλείψουν την τοπική αγορά κατοικίας αφού η ανάπλαση πιέζει την αξία και επομένως και τις τιμές της τοπικής αγοράς προς τα πάνω και συνεπώς εκτός των δυνατοτήτων των πληθυσμών χαμηλού εισοδήματος (Hall 2005). Οι περιοχές γύρω από τα έργα ανάπλασης έχουν συχνά γίνει αντικείμενο ανάπτυξης της κερδοσκοπίας στον τομέα των ακινήτων και ενδιαφέροντος από τους φορείς ανάπτυξης ακίνητης περιουσίας με σκοπό τη προσέλκυση της μεσαίας τάξης που προτιμούν τη ζωή στο κέντρο της πόλης. Αυτό το ενδιαφέρον επηρεάζει άμεσα την δυνατότητα του πληθυσμού χαμηλού εισοδήματος να αποκτήσει ακίνητα στη τοπική αγορά, οδηγώντας τους σε φτηνότερες αγορές ακινήτων, συχνά σε άλλες περιοχές (Friedrichs and Goodman 1997).

Η διαδικασία αυτή – η οποία περιγράφεται στη συνέχεια – είναι γνωστή ως ποιοτική ανάπλαση (gentrification)¹¹ και παρ' ότι δεν οφείλεται αποκλειστικά στην

⁹ Στην περίπτωση της Αθήνας αυτό συνέβη με την ανακαίνιση ξενοδοχείων κατά τη περίοδο προετοιμασίας των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004.

¹⁰ Έχει καθιερωθεί ο όρος anti-gentrification movements.

¹¹ Η μετάφραση του όρου είναι προβληματική, αφού δεν εκφράζει τα αρνητικά χαρακτηριστικά του όρου, ωστόσο είναι η πιο διαδεδομένη. Εναλλακτικά στην βιβλιογραφία χρησιμοποιούνται οι όροι «κοινωνική μετατόπιση» (Κόνσολα 2006:116) «αριστοκρατικοποίηση» (Κουρλιούρος 2002) και εξευγενισμός (Λεοντίδου 2006:73). Χαρακτηριστικό είναι ότι ο όρος δεν έχει μεταφραστεί στα γερμανικά και στα ολλανδικά, όπου χρησιμοποιείται ο πρωτότυπος αγγλικός όρος.

αστική ανάπλαση, αποτελεί μία από τις σημαντικές επιπτώσεις της (Hall 2001, Κόνσολα 2006:116).

β. Ποιοτική ανάπλαση (Gentrification)

Η έννοια της ποιοτικής ανάπλασης ή *gentrification*, που έγινε ευρύτερα γνωστή τη δεκαετία του 1970, αφορά την «επιστροφή» των εύπορων τάξεων στο κέντρο της πόλης και η εκτόπιση των λιγότερο εύπορων προς άλλες περιοχές (Smith 1996, Simon 2005). Ο αγγλικός όρος *gentrification* προέρχεται από τη λέξη *gentry*, η οποία αναφέρεται αρχικά στα μέλη της ανώτερης τάξης που ζούσαν κοντά στους άγγλους ευγενείς. Σήμερα ο όρος παραπέμπει αποκλειστικά στις αστικές περιοχές ενώ έχει γίνει δημοφιλής και ο όρος *gentrifiers* ο οποίος περιγράφει την ομάδα ατόμων που πρωτοστατεί στην «επιστροφή» σε μία υποβαθμισμένη αστική περιοχή. Με τη σημερινή του έννοια, τον όρο χρησιμοποιεί για πρώτη φορά η κοινωνιολόγος Ruth Glass το 1964 για να περιγράψει τη κατάσταση που βίωναν εργατικές περιοχές του Λονδίνου, οι οποίες γίνονταν δημοφιλείς με την ανάπλαση τους και τη μετατροπή τους σε περιοχές πολυτελούς κατοικίας (Simon 2005).

Εναλλακτικά, η ποιοτική ανάπλαση ορίζεται ως «η εκδίωξη του προϋπάρχοντος πληθυσμού από μια αναβαθμιζόμενη αστική περιοχή και την εισδοχή νέου πληθυσμού ανώτερου κοινωνικού και οικονομικού επιπέδου, λόγω της ανεξέλεγκτης λειτουργίας των νόμων της αγοράς και κερδοσκοπίας πάνω στη γη» (βλ. Πάπαρη 1998, Giddens 2002). Σχετίζεται με την αναγέννηση περιοχών του κέντρου που είχαν περιθωριοποιηθεί, βάσει μιας μετατόπισης οικονομικής και πολιτιστικής δύναμης (Zukin 1995). Τα παραδείγματα αστικών περιοχών που έχουν υποστεί αυτή τη διαδικασία είναι πολλά: χαρακτηριστικά είναι τα παραδείγματα του Soho και –πιο πρόσφατα– το Williamsburg στη Ν. Υόρκη, το Los Feliz στο Λος Άντζελες, το Chelsea και το Notting Hill στο Λονδίνο, το Prenzlauer Berg στο Βερολίνο, το Spittelberg στη Βιέννη, το Jordaan στο Άμστερνταμ, κ.ά. Στην Ελλάδα μπορούν να αναφερθούν ορισμένες περιπτώσεις περιοχών που παρουσιάζουν χαρακτηριστικά ποιοτικής ανάπλασης, όπως η Πλάκα, το Ψυρή, το Θησείο και το Γκάζι στην Αθήνα.

Η διαδικασία της ποιοτικής ανάπλασης και η διερεύνηση των αποτελεσμάτων της γίνεται ιδιαίτερα δημοφιλής τη δεκαετία του 1980 και συνεχίζει μέχρι σήμερα να προσελκύει το ενδιαφέρον πολιτικών, ακαδημαϊκών, πολεοδόμων, κ.λπ. Οι λόγοι που έχουν καταστήσει την έννοια του *gentrification* τόσο δημοφιλή είναι οι εξής (Jansen-Verbeke 1997:17-24):

- ο Αποτέλεσε ένα σημαντικό πεδίο έρευνας για μία νέα γενιά κοινωνιολόγων και γεωγράφων τις δεκαετίες του 1970 και του 1980.
- ο Θέτει σε αμφισβήτηση τη κλασική θεωρία των Burgess και Hoyt σχετικά με την επιλογή εγκατάστασης των χαμηλότερων εισοδηματικών ομάδων κοντά στο εμπορικό κέντρο.
- ο Ο όρος αποτέλεσε πεδίο διαμάχης μεταξύ του κλάδου της ανθρωπογεωγραφίας που εστιάζει περισσότερο σε πολιτιστικά χαρακτηριστικά και του κλάδου της οικονομικής γεωγραφίας που εστιάζει σε οικονομικά χαρακτηριστικά (θεωρία καταναλωτή, προσφοράς και ζήτησης).

Η διαδικασία της ποιοτικής ανάπλασης είναι δυναμική και –αν και διαφοροποιείται κατά περίπτωση - ακολουθεί τις εξής φάσεις (Jansen-Verbeke 1997:20-24):

1. Στην πρώτη φάση της ποιοτικής ανάπλασης ορισμένα νοικοκυριά αποφασίζουν να μετακινηθούν σε παλιά σπίτια ή εμπορικά κτίρια τα οποία προσφέρονται σε χαμηλές τιμές σε συγκεκριμένη αστική περιοχή προκειμένου να τα χρησιμοποιήσουν ως κατοικία. Οι λόγοι της απόφασής τους σχετίζονται κυρίως με αισθητικά (ιδιαιτερότητα κτιρίων, αυθεντικότητα) και με κοινωνικά κριτήρια (η προσμονή ότι η γειτονιά θα είναι πιο ανεκτική προς τον τρόπο ζωής τους). Πρόκειται για τους πρωτοπόρους («pioneers») που δεν υπολογίζουν ή αδιαφορούν για το σχετικό οικονομικό ρίσκο.
2. Στην επόμενη φάση ακολουθεί μία κατηγορία ατόμων που θεωρούν την αγορά ακινήτου στην περιοχή καλή επένδυση, ενώ παράλληλα έχουν ως κίνητρο την επιθυμία να ζήσουν σε μία ελκυστική περιοχή με ιστορικά στοιχεία και πολιτιστικές δραστηριότητες. Το έμμεσο αποτέλεσμα της έλευσης των ατόμων αυτών είναι η κατακόρυφη αύξηση των τιμών αγοράς και ενοικίασης στην περιοχή. Η κατηγορία αυτή είναι συνειδητοποιημένη για το ρίσκο και το ενδεχόμενο κέρδος της επένδυσής τους.
3. Στην τρίτη φάση στην περιοχή εισέρχονται πλέον οι μεγάλοι επενδυτές (εμπορικές εταιρίες, κατασκευαστικές εταιρίες, κ.ά.) οι οποίοι αναμένουν κέρδη από την ενοικίαση ή την χρήση των αναπλασμένων κτιρίων. Η κατηγορία αυτή χαρακτηρίζεται από τον οργανωμένο τρόπο με τον οποίο σχεδιάζουν τις επενδύσεις τους.

Όσον αφορά τη θεωρία της προσφοράς, η οικονομική εξήγηση του φαινομένου εστιάζει συνήθως στην έννοια του rent gap («διάκενο ενοικίου»). Η σταδιακή

εγκατάλειψη του κέντρου της πόλης από τις βιομηχανίες, τις επιχειρήσεις και τους κατοίκους οδηγεί σταδιακά στην υποτίμηση της γης. Η προσδοκώμενη τιμή των κτιρίων λόγω της κεντρικότητας και της αισθητικής-ιστορικής τους σημασίας παραμένει ωστόσο υψηλή δημιουργώντας το διάκενο ενοικίου. Λόγω των χαμηλών πραγματικών τιμών αγοράς και ενοικίων σε σχέση με τις προσδοκώμενες το κεφάλαιο επανέρχεται στην περιοχή. Η διαδικασία του *gentrification* αντιμετωπίζεται ως μέρος της διαδικασίας αυτής και θεωρείται ως οικονομική κίνηση μιας «επιχειρηματικής» ομάδας του πληθυσμού που θέλει να υπερασπιστεί τις επενδύσεις από άλλες ομάδες, επαναφέροντας ένα «υγιές» οικονομικό και κοινωνικό κλίμα (Zukin 1995). Η αδυναμία της θεωρίας αυτής έγκειται στο ότι δεν δίνει επαρκή εξήγηση στο λόγο που η τιμή της γης είναι υποτιμημένη. Επίσης δεν εξηγείται γιατί η κεντρικότητα σε μια πόλη έχει τόσο μεγάλη σημασία για τις επιχειρήσεις ή τους κατοίκους (O'Connor and Wynne 1996: 55-6).

4. Κατοικία στο αστικό κέντρο

Είναι διαπιστωμένο ότι η κατοίκηση στις κεντρικές περιοχές των πόλεων αποτελεί παγκόσμια τάση και αφορά πλέον τις προνομιούχες κατηγορίες του πληθυσμού. Η εξήγηση του φαινομένου έχει αποδοθεί σε διαφορετικούς λόγους: στην αστική ανανέωση, στην προσφορά κατοικίας, στην κατανάλωση της κατοικίας, στις δημογραφικές μεταβολές, καθώς και σε συγκεκριμένους κοινωνιολογικούς παράγοντες. Πιο συγκεκριμένα:

Η εξήγηση της *αστικής ανανέωσης* σχετίζεται με τον αστικό κύκλο και την επιστροφή στο κέντρο της πόλης λόγω της λειτουργικότητας, της εγγύτητας στους χώρους εργασίας και διασκέδασης και της αίσθησης της κοινότητας που προσφέρουν. Παράλληλα, το αυτοκίνητο που αποτελεί το κύριο μέσο των κατοίκων των προαστίων για τη μετακίνηση τους στη δουλειά, εγκαταλείπεται για μια ζωή λιγότερο εξαρτημένη από αυτό. Τέλος, οι δημογραφικές μεταβολές και οι κοινωνιολογικοί παράγοντες είναι ιδιαίτερα σημαντικοί¹² (Brown and Matysiak 2000).

Η εξήγηση που βασίζεται στην κατανάλωση αντίθετα στηρίζεται στην ανάλυση των λόγων που επιλέγουν οι νέοι κάτοικοι να έρθουν σε μία περιοχή του κέντρου, αφήνοντας πίσω τους τα πολυτελή προάστια. Η ορθολογική οικονομική συμπεριφορά είναι εμφανής στην περίπτωση του *gentrification*. Είναι σαφές ότι η αγορά ακινήτου σε μια περιοχή που αναμένεται να αναπλαστεί ποιοτικά είναι μια

¹² Οι κοινωνιολόγοι αναφέρονται συχνά στο σύνδρομο DINK – Double Income No Kids –, νοικοκυριά που αποτελούνται από ζευγάρια με διπλό εισόδημα. Το μοντέλο αυτό γίνεται ιδιαίτερα δημοφιλές και αρέσκεται να μένει στο κέντρο της πόλης, ξοδεύοντας αρκετά μεγάλο μέρος του εισοδήματός σε πολυτελή κατοικία, πολιτιστική κατανάλωση και αναψυχή (βλ. Nathan and Urwin 2006).

κερδοφόρα επένδυση. Παράλληλα όμως αποτελεί και μια δήλωση ιδιαίτερου γούστου και επιλεκτικότητας.

Η Sharon Zukin θέτει ως κεντρικό μοχλό της διαδικασίας του gentrification την μετάβαση από την παραγωγή στην κατανάλωση. Για να γίνει καλύτερα κατανοητή η θέση της πρέπει πρώτα να παρουσιαστούν οι θέσεις της όσον αφορά την μεταλλαγή του κέντρου της πόλης και το ρόλο μιας ιδιαίτερης ομάδας επιχειρηματιών. Η μεταλλαγή του κέντρου της πόλης σχετίζεται, σύμφωνα με την Zukin, με μια σειρά οικονομικών μεταβολών σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι οικονομικές αυτές μεταβολές αφορούν την παγκοσμιοποίηση των παγκόσμιων αγορών και την εξέλιξη της οικονομίας της πληροφορίας (Zukin 1995).

Το κέντρο της πόλης αφορά πλέον κυρίως την κατανάλωση, η οποία χαρακτηρίζεται από διεθνοποίηση και αφαίρεση. Η «αναμόρφωση» του κέντρου δεν έχει σαν επίκεντρο την μεταλλαγή του δομημένου περιβάλλοντος αλλά την επιβολή μιας νέας εξέλιξης που βασίζεται στην πολιτιστική δύναμη. Η πολιτιστική δύναμη επηρεάζει τις περιοχές του κέντρου κατά τρόπο που οι παλιές βιομηχανικές και εμπορικές χρήσεις μετατρέπονται αισθητικά δημιουργώντας ένα τοπίο πολιτιστικής κατανάλωσης. Κεντρικό ρόλο στην διαδικασία αυτή παίζει η δραστηριοποίηση μιας συγκεκριμένης κοινωνικής ομάδας την οποία ο Bourdieu – καθώς και άλλοι συγγραφείς – αναφέρει ως «πολιτιστικούς μεσάζοντες»¹³. Η ομάδα αυτή αποτελεί κρίσιμο μέγεθος για τις εξελίξεις σε μια περιοχή και αποτελείται από άτομα που ασχολούνται με τον πολιτισμό, τόσο με την παραγωγή όσο και με την κατανάλωση του. Η ομάδα αυτή δεν είναι απαραίτητα και αυτή που κερδίζει από την δραστηριότητα αυτή, ωστόσο ο ρόλος της είναι πολύ σημαντικός (Zukin 1982, 1995, 1998, Bourdieu 1984, 2002, O'Connor and Wynne 1996: 56, Fleming 2004).

Σήμερα, η κατοίκηση στο κέντρο της πόλης συνδέεται με τις μεσαίες και ανώτερες τάξεις, γεγονός που δεν ίσχυε μέχρι πριν λίγα χρόνια. Με την ραγδαία ανάπτυξη των πόλεων μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, η ανάπτυξη των προαστίων και των μεταφορών οδήγησε στην σταδιακή απομάκρυνση των κατοίκων από το κέντρο της πόλης. Στις περισσότερες πόλεις το κέντρο εξυπηρετεί πλέον μόνο τον τριτογενή τομέα και η αναψυχή και ο πολιτισμός «μετακινούνται» μαζί με την κατοικία προς τα προάστια. Οι κινηματογράφοι, τα εστιατόρια, τα θέατρα, κ.λπ. αναπτύσσονται κοντά στις προαστιακές κατοικίες¹⁴ προσφέροντας εύκολη πρόσβαση και στάθμευση, ασφάλεια, ευχάριστο περιβάλλον, σε αντιδιαστολή με τα κέντρα των πόλεων που χαρακτηρίζονταν από εγκληματικότητα, δυσκολίες

¹³ Υιοθετείται ο όρος αυτός όπως αποδίδεται «cultural intermediaries» από τη μεταφράστρια στην ελληνική έκδοση

¹⁴ Στην Αθήνα χαρακτηριστική είναι η ανάπτυξη του πόλου ψυχαγωγίας στη περιοχή του Ρέντη με το χώρο πολυσινεμά, πάρκο αναψυχής- το Village park -, κ.ά. (βλ. Ασπρογέρακας 2004, Δέφνερ 2004).

στάθμευσης, ηχορύπανση και εγκατάλειψη τις βραδινές ώρες (Sheppard et al 2006). Σε πολλές πόλεις οι κάτοικοι μετακινούνται στο κέντρο της πόλης μόνο κατά τη διάρκεια της ημέρας για να δουλέψουν ή να ψωνίσουν και το βράδυ διασκεδάζουν σε άλλες περιοχές (Evans 2001: 144). Ακραία έκφανση της τάσης αυτής αποτελούν οι λεγόμενες «ιδιωτικές πόλεις», δηλ. οι ελεγχόμενες περιοχές κατοίκησης που δεν επιτρέπουν την ελεύθερη πρόσβαση στους πολίτες. Οι περιοχές αυτές ελέγχονται από την ιδιωτική αστυνομία και κλειστό κύκλωμα τηλεόρασης και είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς στις Η.Π.Α.¹⁵, αλλά και σε ορισμένες δυτικοευρωπαϊκές χώρες.

Σήμερα αυτή η τάση τείνει να αλλάξει. Παρατηρείται μία τάση επιστροφής στο κέντρο, η οποία αλλάζει σημαντικά τον αστικό χάρτη των σύγχρονων πόλεων με την κατοικία και την διασκέδαση στις κεντρικές περιοχές των πόλεων να γίνεται και πάλι δημοφιλής (Hutton 2004). Ο Harvey ισχυρίζεται ότι «η επιστροφή των εύπορων τάξεων στο κέντρο της πόλης είναι κατ' αρχήν θετικό στοιχείο αφού με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται ένα ενδιαφέρον για το παραμελημένο αυτό αστικό τμήμα» (Harvey, 1993:8). Τόσο ο ίδιος όσο και άλλοι συγγραφείς ωστόσο ισχυρίζονται ότι το γεγονός αυτό μπορεί να οδηγήσει το κέντρο της πόλης να μεταβληθεί σε μία «παιδική χαρά» της μεσαίας και ανώτερης τάξης.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα συμπεράσματα της έρευνας που διενήργησαν στο κέντρο του Μάντσεστερ οι Wynne και O'Connor. Με σκοπό να εξετάσουν κατά πόσο οι νέοι κάτοικοι του κέντρου της πόλης ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένα κοινωνικά και πολιτιστικά πρότυπα, χρησιμοποίησαν τη μεθοδολογία του Bourdieu για να εξετάσουν τις προτιμήσεις των ερωτώμενων. Οι απαντήσεις στα ερωτηματολόγια που συνέταξαν δεν αποδεικνύουν ότι οι κάτοικοι του κέντρου της πόλης μοιράζονται κοινές πολιτιστικές και πολιτικές πεποιθήσεις, ωστόσο ενδιαφέρον έχει το γεγονός ότι –σύμφωνα με τους ορισμούς του Bourdieu- το 59% των ερωτώμενων ανήκει στην ανώτερη κοινωνική τάξη. Στα πρότυπα πολιτιστικής κατανάλωσης που εξετάστηκαν οι κάτοικοι επέδειξαν σημαντικές γνώσεις σε διαφορετικά πολιτιστικά πεδία – από κλασική μουσική μέχρι τζαζ και ροκ και από κλασική λογοτεχνία μέχρι μοντέρνα τέχνη- καταρρίπτοντας εν μέρει τις υποθέσεις που αποδεικνύει ο Bourdieu στη δική του έρευνα. Καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι η εξέταση των σύγχρονων «τρόπων ζωής» στη μεταμοντέρνα πόλη απαιτεί ένα σύνθετο πλαίσιο έρευνας με έμφαση στο ρόλο των σύγχρονων «πολιτιστικών διαμεσολαβητών» (Bourdieu 1984, 2002, Wynne and O'Connor 1995).

Σύμφωνα με την πρόσφατη μελέτη των Max Nathan και Chris Urwin (2006) για την αναβίωση της κατοικίας στο κέντρο των πόλεων της Μ. Βρετανίας, το

¹⁵ όπου συνδέθηκαν με το κίνημα του "new urbanism". Σήμερα πολλές εταιρίες μεταξύ των οποίων και η Disney, προσφέρουν κατοικίες σε ιδιωτικές εκτάσεις.

κέντρο της πόλης είναι ιδιαίτερα ελκυστικό για νέους και φοιτητές, ενώ προσελκύει και μέλη των οικονομικά ασθενέστερων τάξεων. Η έρευνά του δείχνει ότι η κατοίκηση στις κεντρικές περιοχές είναι βραχυπρόθεσμη (πέντε έως δέκα χρόνια) και είναι ανεπιθύμητη σε οικογένειες με παιδιά. Ιδιαίτερο ρόλο παίζουν οι αποκαλούμενοι «πρωτοπόροι» (pioneers) αυτών των περιοχών, οι πρώτοι κάτοικοι οι οποίοι έλκονται από τον «περιθωριακό» χαρακτήρα των περιοχών αυτών. Παράλληλα καταλήγουν σε ορισμένα ενδιαφέροντα συμπεράσματα και προτάσεις: Πρώτον, θεωρούν τις οικονομικές επιπτώσεις από την αύξηση της κατοικίας στο κέντρο των πόλεων υπερεκτιμημένες, αν και είναι δύσκολο να εκμηθεθούν ανεξάρτητα από άλλες μεταβλητές. Δεύτερον υποστηρίζουν ότι το όφελος είναι μεγαλύτερο όσο μεγαλώνει το μέγεθος της πόλης, στις μικρότερες πόλεις η κατοίκηση στο κέντρο της πόλης δεν προσφέρει κανένα συγκριτικό πλεονέκτημα. Τρίτον θεωρούν την παρουσία μεγάλου αριθμού φοιτητών σε μία περιοχή¹⁶ αρνητική, λόγω της βραχυχρόνιας παρουσίας και της περιορισμένης αγοραστικής δύναμης τους. Τέλος, θεωρούν λανθασμένες τις προσπάθειες προσέλκυσης οικογενειών στις κεντρικές περιοχές, αφού με αυτόν τον τρόπο ενδέχεται να αποθαρρύνουν τη μίξη πληθυσμού που συνήθως εμφανίζεται εκεί (Nathan and Urwin 2006).

Η ποιοτική ανάπλαση συχνά συνδυάζεται με την αναμόρφωση εκτεταμένων περιοχών που περιλαμβάνουν διαφορετικές, συχνά αλληλοσυγκρουόμενες δραστηριότητες. Το γεγονός αυτό έχει σημαντική επιρροή στους υπάρχοντες χρήστες της περιοχής αλλά και των κοντινών περιοχών είτε αυτές είναι βιομηχανικές ή εμπορικές είτε οικιστικές. Υπάρχουν πολλές τεκμηριωμένες περιπτώσεις των σοβαρών επιπτώσεων της αστικής ανάπλασης στις υπάρχουσες επιχειρήσεις. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της ανάπλασης της περιοχής του Μεταξουργείου στην Αθήνα, όπου σύμφωνα με μελέτη του Βιοτεχνικού Επιμελητηρίου η αναγκαστική εκτόπιση βιοτεχνιών θα οδηγήσει το πιθανότερο σε κλείσιμο τους¹⁷, ενώ αντίστοιχες επιπτώσεις αναμένονται και στην περίπτωση της ανάπλασης της περιοχής του Ελαιώνα¹⁸. Αυτό συμβαίνει ιδιαιτέρως στις περιπτώσεις που επιχειρήσεις αυτές θεωρούνται ασύμβατες με την εικόνα που επιβάλλεται σε μια περιοχή μέσω της ανάπλασης. Πολλά προβλήματα που σχετίζονται με τη διαδικασία ανάπλασης αφορούν στην απώλεια ελεύθερων χώρων ή υποδομών προκειμένου να διευκολυνθούν τα έργα καθώς και οι οχλήσεις και η ηχορύπανση κατά τη διάρκεια της κατασκευαστικής φάσης της ανάπτυξης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν τα έργα της Ενοποίησης Αρχαιολογικών

¹⁶ Περιγράφουν την περίπτωση χρησιμοποιώντας τον όρο «φοιτητοποίηση» (studentification).

¹⁷ βλ. Εφημ. Ναυτεμπορική 11-1-2006.

¹⁸ βλ. Ι.Π.Α. 2005 και ειδικό αφιέρωμα στην Καθημερινή 10/12/06.

Χώρων Αθήνας που δημιούργησαν σοβαρά προβλήματα σε κατοίκους, επαγγελματίες, διερχόμενους, κ.ά.

Οι έμμεσοι τρόποι εκτοπισμού έχουν αποδειχτεί σοβαρότερο πρόβλημα από ότι ο απευθείας εκτοπισμός. Τα έργα αστικής ανάπλασης συχνά περιλαμβάνουν προγράμματα δημιουργίας νέων κατοικιών ή ανακαίνισης παλαιών κτισμάτων. Για παράδειγμα, οι αναπλάσεις θαλάσσιων μετώπων κατά κανόνα χρησιμοποιούν την αρχιτεκτονική κληρονομιά, μετατρέποντας αποθήκες ή εργοστάσια σε πολυτελείς κατοικίες στοχεύοντας και πάλι στην προσέλκυση της μεσαίας και ανώτερης τάξης¹⁹. Δεν πετυχαίνει ωστόσο να λύσει τα προβλήματα κατοικίας και στέγασης των χαμηλού εισοδήματος τοπικών πληθυσμών που δεν μπορούν να εκμεταλλευτούν αυτές τις αναπτύξεις. Οι κατοικίες που δημιουργούνται σε σχέση με έργα αστικής ανάπλασης τείνουν να είναι ακατάλληλες για τους τοπικούς πληθυσμούς για διάφορους λόγους. Πρώτον, είναι ιδιαίτερα ακριβές και, κατά κανόνα, ιδιόκτητες. Κατά τη διάρκεια της έκρηξης του τομέα των ακινήτων στα τέλη της δεκαετίας του 1980 ορισμένα διαμερίσματα με δύο υπνοδωμάτια στα Docklands του Λονδίνου πωλούνταν για 200.000 λίρες, ενώ η πλειοψηφία των νοικοκυριών στις γύρω περιοχές είχε συνολικά μικτά ετήσια εισοδήματα κάτω από τις 10.000 λίρες. Επιπλέον, ο τύπος των ακινήτων που προσφέρθηκαν στόχευαν κυρίως στην αγορά των «ευκατάστατων άτεκνων ζευγαριών», δηλαδή ζευγάρια επαγγελματιών με διπλό εισόδημα, χωρίς παιδιά, με ηλικία μεταξύ είκοσι και σαράντα ετών²⁰. Επομένως αυτές οι κατοικίες αποτελούνταν κυρίως από μικρά διαμερίσματα. Οι ανάγκες κατοικίας της πλειοψηφίας των τοπικών νοικοκυριών ήταν πολύ διαφορετικές από τα ευκατάστατα άτεκνα ζευγάρια. Συχνά οι οικογένειες αποτελούνταν από άτομα μεγαλύτερης ηλικίας και παιδιά. Χρειάζονταν κατοικίες με τρεις ή περισσότερες κρεβατοκάμαρες και προτιμούσαν κήπους ή χώρους παιχνιδιού (Sharp κ.ά. 2005:1002-5). Τέλος, στις υποβαθμισμένες περιοχές στο κέντρο των σύγχρονων μεγαλουπόλεων, κατοικεί μεγάλη αναλογία οικογενειών εθνικών μειονοτήτων (π.χ. τουρκόφωνη μειονότητα στο Γκάζι). Αυτές οι κοινότητες χαρακτηρίζονται από μια υψηλή αναλογία νοικοκυριών πολυμελών οικογενειών και η ανάγκη τους για μεγαλύτερες κατοικίες δεν λαμβάνονται υπόψη στα σχέδια αστικής ανάπλασης (Simon 2005, Hall 2005).

¹⁹ Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της περιοχής Kop van Zuid του Ρότερνταμ.

²⁰ Η τάση αυτή εντοπίζεται στην περίπτωση των ελληνικών πόλεων στις περιοχές Γκάζι και Μεταξουργείο (βλ. Ρηγόπουλος 2006), αλλά και πιο πρόσφατα στο ιστορικό τρίγωνο της Αθήνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. Επιχειρηματικές Περιοχές ή Επιχειρηματικά Clusters

1. Μορφές επιχειρηματικών συγκέντρωσεων

A. Η έννοια των επιχειρηματικών περιοχών ή επιχειρηματικών clusters

Ιδιαίτερα χρήσιμη στην προσπάθεια να αναλυθεί η τάση των πόλεων να δημιουργούν πολιτιστικές περιοχές αποτελεί η έννοια του επιχειρηματικού «cluster». Έχουν δοθεί πολλοί διαφορετικοί ορισμοί για τα clusters, όπως επίσης έχει αποδοθεί με διαφορετικούς όρους στα ελληνικά (συστάδες ή συνοικίες)¹. Η διαφορά μεταξύ ενός τομέα και ενός cluster είναι ότι ο τομέας ορίζεται με βάση την ομοιότητα, ενώ το cluster ορίζεται με βάση την αλληλεπίδραση. Συγκεκριμένα ένα cluster είναι ένα δίκτυο παραγωγής επιχειρήσεων με ισχυρούς συνδέσμους αλληλεξάρτησης (περιλαμβανομένων και εξειδικευμένων προμηθευτών), φορέων παραγωγής γνώσης (πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα), οργανισμών-γεφυρών (σύμβουλοι) και πελατών, που συνδέονται μεταξύ τους μέσω μιας παραγωγικής αλυσίδας που παράγει προστιθέμενη αξία (Porter 1991, Castells and Hall 1994).

Η έννοια του cluster έχει γίνει ιδιαίτερα δημοφιλής στις συζητήσεις που αφορούν την περιφερειακή ανταγωνιστικότητα και καινοτομία και αφορά κυρίως μια σειρά από έννοιες, και όχι τόσο μία αυτόνομη ιδέα, οι οποίες ερμηνεύουν διάφορες σχέσεις συγκέντρωσης και αλληλεπίδρασης. Βέβαια η χρήση της έννοιας του cluster για τις πολιτιστικές βιομηχανίες δεν είναι διαδεδομένη και παρουσιάζει σημαντικά προβλήματα, αφού η χρήση του όρου στη βιβλιογραφία αναφέρεται κυρίως στη βιομηχανία και τη βιομηχανική αλυσίδα παραγωγής. Τις τελευταίες δεκαετίες παρατηρείται μία αισθητή αύξηση του ενδιαφέροντος για τη γεωγραφική διάσταση των οικονομικών ζητημάτων. Το έντονο ενδιαφέρον για πρόσφατες προσεγγίσεις στην οικονομική γεωγραφία, όπως είναι αυτές του Michael Porter (1990), του Paul Krugman (1991) και του Richard Florida (2002), δείχνουν ότι υπάρχει μία έντονη ανάγκη για ένταξη της χωρικής διάστασης στην οικονομική επιστήμη. Βεβαίως, η οικονομικές αναλύσεις με γεωγραφική διάσταση ξεκινά πολύ παλαιότερα, αφού πολύ σημαντικές εργασίες έχουν δημοσιευτεί από ήδη από τις αρχές του προηγούμενου αιώνα. Οι εργασίες των Weber (1909), Marshall (1920), Hotelling (1929), Palander (1935), Hoover (1948), Perroux (1950) Losch (1954), Moses (1958), Isard (1956), Chinitz (1961) Vernon (1960), Christaller (1966), Alonso (1964) Borts και Stein (1964) και Greenhut (1970) αποτελούν βασικά

¹ Στη παρούσα διατριβή χρησιμοποιούνται οι αγγλικοί όροι cluster και clustering επειδή οι ελληνικοί όροι δημιουργούν παρερμηνείες. Αντίθετα οι αγγλικοί έχουν καθιερωθεί σε μεγάλο βαθμό και στην ελληνική βιβλιογραφία.

θεωρητικά κείμενα για τη σχέση οικονομίας και γεωγραφίας (βλ. McCann 2002: 18-19).

Η χωρική οικονομική ανάλυση χωρίζεται σε δύο βασικές κατηγορίες, την αστική και περιφερειακή οικονομική, οι οποίες έχουν πολλές κοινές πρακτικές και θεωρήσεις. Η αστική οικονομική αφορά εξ ορισμού και κατά κανόνα τα θέματα που σχετίζονται με τη λειτουργία της οικονομίας της πόλης σε αντίθεση με την περιφερειακή οικονομική που ασχολείται με μεγαλύτερες γεωγραφικές περιοχές (McCann 2002, Κόνσολας 2005). Στη πράξη ο διαχωρισμός αυτός δε λειτουργεί πάντα αφού υπάρχουν περιπτώσεις που πόλεις αντιμετωπίζονται ως ευρύτερες οικονομικές περιφέρειες (π.χ. περίπτωση Περιφέρειας Αττικής), καθώς και περιπτώσεις όπου ομάδες πόλεων λόγω των αλληλεξαρτήσεων που αναπτύσσονται μπορούν να ομαδοποιηθούν και να θεωρηθούν μία οικονομική περιφέρεια. Η γεωγραφική ενότητα που επιλέγεται σε κάθε περίπτωση εξαρτάται από τα οικονομικά ζητήματα που αναλύονται: ορισμένα οικονομικά φαινόμενα επηρεάζουν κατά κύριο λόγο ειδικές ή περιορισμένες αστικές περιοχές, ενώ άλλα οικονομικά φαινόμενα μπορεί να επηρεάζουν ευρύτερες γεωγραφικές περιοχές (Κόνσολας 2005). Η γεωγραφική περιοχή που θα επιλεγεί στην περίπτωση της τοπικής ανάπτυξης εξαρτάται επομένως από τη φύση και τη γεωγραφική κάλυψη ενός οικονομικού φαινομένου και συχνά απαιτείται η επανασύνθεση χωρικών ενοτήτων στο πλαίσιο του χωροταξικού σχεδιασμού (Κυβέλου 2003: 136).

Ένας εναλλακτικός τρόπος παρουσίασης των clusters είναι μέσα από την αλληλεπίδραση μεταξύ ατόμων, και όχι τόσο μεταξύ των επιχειρήσεων. Η έμφαση δίνεται όχι στην παραγωγή αλλά στην γνώση και συγκεκριμένα στην έννοια της «κοινότητας της γνώσης», η οποία ορίζεται ως μια ομάδα ανθρώπων (κυρίως επιστημόνων, μάνατζερ, σχεδιαστών, κ.λπ.) που δουλεύουν σε διαφορετικές επιχειρήσεις ή οργανισμούς αλλά σχετίζονται μέσα από κοινές αντιλήψεις, μεθόδους δουλειάς και αξίες, που τους βοηθούν να δημιουργήσουν την αίσθηση κοινότητας.

Γενικά, πρόκειται για ένα δυναμικό φαινόμενο το οποίο απαιτεί χρόνο να αναπτυχθεί και οι σχετικές μελέτες που ερευνούν την εξέλιξή του καταλήγουν σε ορισμένες βασικές διαπιστώσεις. Τα παραδείγματα είναι πολλά, με πιο χαρακτηριστικά αυτά της Silicon Valley στη Καλιφόρνια, που αποτελεί το παγκόσμιο κέντρο παραγωγής νέων τεχνολογιών, και της «Τρίτης Ιταλίας», οι περιοχές της οποίας εξειδικεύονται στη παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων. Οι συγκεντρώσεις αυτές δεν αφορούν αποκλειστικά τον δευτερογενή τομέα της βιομηχανικής παραγωγής, αλλά και τον τριτογενή τομέα των υπηρεσιών, π.χ. περιοχές με συγκέντρωση χρηματιστηριακών ή τραπεζικών υπηρεσιών είναι το City του Λονδίνου και η Φρανκφούρτη. Σε πολλές περιπτώσεις, οι απαρχές της

ανάπτυξης ενός cluster ξεκινά πολλά χρόνια πριν και σχετίζεται με φυσικούς παράγοντες, π.χ. την ύπαρξη πρώτων υλών ή την εγγύτητα σε μεταφορικούς κόμβους. Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας ανάπτυξης ενός cluster είναι η ύπαρξη ενός ή περισσότερων οργανισμών με ηγεμονικό ρόλο που βοηθούν στην εγκατάσταση νέων επιχειρήσεων και στην προσέλκυση επενδύσεων (Σταύρου 2002, Broecker κ.ά. 2003).

Οι οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες που χαρακτηρίζουν την ανάπτυξη ενός cluster έχουν γίνει αντικείμενο διαφορετικών θεωρητικών προσεγγίσεων. Οι πιο σημαντικές θεωρητικές προσεγγίσεις είναι η προσέγγιση των βιομηχανικών περιοχών, η προσέγγιση της Σχολής της Καλιφόρνιας, η Σκανδιναβική Σχολή και η προσέγγιση της θεωρίας του συγκριτικού πλεονεκτήματος του Michael Porter.

Ο Alfred Marshall (1890) ήταν ο πρώτος που κατανόησε ότι η ομαλή λειτουργία του μηχανισμού προσθήκης αξίας κατά μήκος των παραγωγικών αλυσίδων απαιτούσε ένα υποστηρικτικό περιβάλλον «βιομηχανικής ατμόσφαιρας», το οποίο ευνοούσε τους επιμέρους παραγωγούς κρατώντας γερά στερεωμένα τα δικτυακά δεσμά μεταξύ τους. Τα δεσμά αυτά δεν ήταν άλλα από τις εξωτερικές οικονομίες τις οποίες συνεπάγεται η συγκέντρωση αλληλεξαρτημένων παραγωγών σε περιορισμένες εδαφικά περιοχές που ο εν λόγω θεωρητικός ονόμασε «βιομηχανικές συνοικίες». Οι απόψεις του Marshall συνιστούν το αποτέλεσμα εμπειρικών ερευνών στους κλάδους του χάλυβα και της κλωστοϋφαντουργίας στην Αγγλία του τέλους του 19^{ου} αιώνα. Ξεκινώντας με άξονες τη βασική ιδέα του Adam Smith για τα οφέλη της βιομηχανικής εξειδίκευσης (το περίφημο εργοστάσιο καρφιστών) και του Marx για το θετικό ρόλο του κοινωνικού καταμερισμού της εργασίας στην ανάπτυξη της μεγάλης βιομηχανίας, διατύπωσε την άποψη ότι η κατάτμηση της παραγωγής και η υλοποίηση των επιμέρους φάσεων από ανεξάρτητους εξειδικευμένους παραγωγούς είναι ο μηχανισμός που συμβάλλει αποφασιστικά στη δημιουργία της βιομηχανικής ατμόσφαιρας. Ο Marshall ήταν εκείνος που αντιλήφθηκε νωρίτερα από κάθε άλλον ότι η λειτουργική κατάτμηση και γεωγραφική επανασυγκέντρωση της παραγωγής σε συμπλέγματα μικρότερων εξειδικευμένων επιχειρήσεων αποτελούσε μια βιώσιμη εναλλακτική λύση στα προβλήματα της παραγωγής μεγάλης κλίμακας. Κατανόησε ότι οι διαφορετικές φάσεις στην αλυσίδα παραγωγής απαιτούν ειδική εργασία, εξοπλισμό και τεχνογνωσία που οι μεγάλες καθετοποιημένες εταιρίες δυσκολεύονται να καλύψουν με επάρκεια λόγω της τυποποιημένης παραγωγής τους. Ήταν δηλαδή ο πρώτος που ανέπτυξε μια προεүελικτική προδικτυακή προσέγγιση της «θεωρίας δράστη-δικτύου» (Mc Cann 2002).

«Ο ηγετικός ρόλος που καταλαμβάνει ένας κλάδος λόγω της λειτουργίας του σε μια βιομηχανική περιοχή, όπως είναι το Σέφιλντ ή το Σόλινγκεν, αποδεικνύεται ότι έχει μεγάλη βιωσιμότητα σε σχέση με τη βιωσιμότητα που θα απολάμβανε λόγω βελτίωσης της τεχνικής (Marshall 1925:287)».

Έδωσε έμφαση στις δυναμικές εξωτερικές οικονομίες που αναπτύσσονται και αναπαράγονται στις βιομηχανικές συγκεντρώσεις, όπως: (α) Οι τοπικές δεξαμενές εξειδικευμένης εργασίας που επιτρέπουν στις επιχειρήσεις της συγκέντρωσης να καινοτομούν. Οι καινοτομίες, με την σειρά τους δημιουργούν αλληπάλληλες ωθήσεις για περαιτέρω εξειδίκευση της τοπικής αγοράς εργασίας. (β) Η εμβάθυνση του κοινωνικού καταμερισμού της εργασίας που δημιουργεί δυνάμεις έλξης για είσοδο νέων εξειδικευμένων παραγωγών στο cluster. Η είσοδος αυτή δημιουργεί συνθήκες παραπέρα εμβάθυνσης του κοινωνικού καταμερισμού της εργασίας κατά μία έννοια αντίστροφης αιτιότητας, διαδικασία που οδηγεί τη συνοικία σε αυτοσυντηρούμενη συσσωρευτική ανάπτυξη. (γ) Οι αυξητικές τάσεις διάχυσης εξειδικευμένης γνώσης, πληροφορίας και τεχνογνωσίας. Το βιομηχανικό cluster λειτουργεί περίπου ως μια τεράστια τράπεζα γνώσης, στην οποία αφενός έχουν πρόσβαση οι επιχειρήσεις του cluster και η οποία αφετέρου ανανεώνεται διαρκώς από τις γνώσεις, δεξιότητες και τεχνικές που αναπτύσσονται στα πλαίσια της συνεργατικής παραγωγής (Castells and Hall 1994, Λαμπριανίδης 2001, McCann 2002).

Το χαρακτηριστικό γνώρισμα του βιομηχανικού cluster είναι η πυκνή βιομηχανική ατμόσφαιρα. Στην έννοια αυτή ο Marshall συμπεριλαμβάνει όλες τις υλικές και άυλες εξωτερικότητες που χαρακτηρίζουν τις επιτυχημένες βιομηχανικές συνοικίες. Ο Marshall θεώρησε τη βιομηχανική ατμόσφαιρα δημόσιο αγαθό, το οποίο είναι χαρακτηριστικό, ιδιόμορφο και ανεπανάληπτο για κάθε επιτυχημένο βιομηχανικό cluster. Έχει βαθιές ρίζες στην τοπική παραγωγική κουλτούρα και στο επίπεδο γνώσεων, πληροφοριών και δεξιοτήτων που έχει αναπτυχθεί στους κόλπους της συγκεκριμένης συνοικίας. Η πυκνή ανταλλαγή εξειδικευμένων πληροφοριών και τεχνογνωσίας τόσο ανάμεσα στους παραγωγούς όσο και ανάμεσα σε παραγωγούς και χρήστες των προϊόντων τους, είναι το βασικό στοιχείο της μαρσαλιανής βιομηχανικής ατμόσφαιρας. Οι αλληλεπιδραστικές σχέσεις είναι ιδιαίτερες και ανεπανάληπτες, καθώς αφορούν συγκεκριμένες περιπτώσεις διασυνδέσεων και συναλλαγών (Κουρλιούρος 2001: 504-5)

Η έννοια της «εποικοδομητικής συνεργασίας» ή του «συνεργατικού ανταγωνισμού» είναι άλλη μία σημαντική συνεισφορά της μαρσαλιανής θεωρίας. Η έννοια αυτή προσδίδει βασικό συγκριτικό πλεονέκτημα στα βιομηχανικά cluster έναντι άλλων μορφών οργάνωσης, εφόσον οι μικρότερες επιχειρήσεις μπορούν να

ανταγωνιστούν τις μεγαλύτερες που δεν βρίσκονται στην συνοικία. Ο ανταγωνισμός συνεχίζει να υπάρχει μεταξύ των επιχειρήσεων, ενώ οι επιχειρήσεις συνεργάζονται μεταξύ τους για την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών, την εκπαίδευση προσωπικού, την ανταλλαγή ιδεών, κ.λπ. Η συνεργασία αυτή συχνά λαμβάνει τη μορφή συλλογικότητας με κοινή αντιπροσώπευση (μέσω συλλόγων, επιμελητηρίων, κ.λπ.). Στο πλαίσιο των περιοχών αυτών ευνοείται η ανάπτυξη καινοτομικών ιδεών σύμφωνα με τη θεωρία του Σουμπέτερ, που οδηγούν στη δημιουργία ενός καινοτομικού συστήματος. Η συνεισφορά της μαρσαλιανής θεωρίας είναι ιδιαίτερα σημαντική αφού επηρέασε τη γεωγραφική σκέψη (Κουρλιούρος 2001:505).

Στη δεκαετία του 1970 η έρευνα στο πεδίο της περιφερειακής ανάπτυξης επικεντρωνόταν στις αλληλεπιδράσεις και τις ιδιαίτερες συνθήκες των βιομηχανικών επιχειρήσεων. Οι βιομηχανικές περιοχές αποτέλεσαν κύριο εργαλείο ανάλυσης. Η Σχολή της Καλιφόρνιας επηρεάστηκε σημαντικά από τη θεωρία του Μάρσαλ (όπως και γνωστοί γεωγράφοι: π.χ. ο Scott, ο Storper και ο Soja οι απόψεις των οποίων παρουσιάζονται σε άλλα σημεία της διατριβής) και ανέλυσε τη μεγέθυνση των νέων βιομηχανιών δίνοντας έμφαση στην εγκατάλειψη της κάθετης διαφοροποίησης της παραγωγής και της εφαρμογής πιο «ελαστικών» συστημάτων που ενισχύονται από τη συγκέντρωση.

Στη σύγχρονη βιβλιογραφία η έννοια του cluster καθιερώθηκε μέσα από το συγγραφικό έργο του Michael Porter με τίτλο "The Competitive Advantage of Nations. Στο βιβλίο αυτό πραγματοποιείται μια ανάλυση των τρόπων με τους οποίους είτε τα κράτη είτε συγκεκριμένες περιοχές αποκτούν συγκριτικό πλεονέκτημα. Με το περίφημο «διαμάντι» του Porter παρουσιάζονται οι κύριοι παράγοντες που καθορίζουν το συγκριτικό πλεονέκτημα και οι αλληλοεπιδράσεις μεταξύ τους. Σκοπός είναι να καθοριστούν οι παράγοντες εκείνοι που επηρεάζουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των επιχειρήσεων σε συγκεκριμένους τομείς. Η θεωρία καταλήγει σε ένα πλαίσιο όπου κατηγοριοποιούνται οι παράγοντες που επηρεάζουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα: Οι τέσσερις κύριοι παράγοντες είναι οι παραγωγικές συνθήκες, οι συνθήκες ζήτησης, οι σχετικές και υποστηρικτικές βιομηχανίες και η επιχειρηματική στρατηγική, η δομή και ο ανταγωνισμός, ενώ σημαντικός ρόλος αποδίδεται και στο ρόλο της κυβέρνησης και το ρόλο της ευκαιρίας. Τα clusters αποτελούν τη χωρική ή κλαδική έκφραση του «διαμαντιού» και των εννοιών που περικλείονται σε αυτό. Αποτελούν το μέσο για την ανάπτυξη των παραγόντων αυτών και όχι τόσο το αποτέλεσμα τους (Porter 1990, Konsolas 2002, Σταύρου 2002, IRE Subgroup 2005:6).

B. Τυπολογία Μορφών συγκέντρωσης

Στη βιβλιογραφία της περιφερειακής επιστήμης οι έννοιες της βιομηχανικής περιοχής, του καινοτομικού περιβάλλοντος και του cluster δεν αποτελούν τις μοναδικές περιγραφές. Τα πιο σημαντικά υποδείγματα περιγραφής χωρικών συγκεντρώσεων είναι τα εξής, όπως περιγράφονται περιληπτικά παρακάτω (Κόνσολας 1997, McCann 2002, Κομνηνός 2003).

- Πόλος Ανάπτυξης

Την έννοια του πόλου ανάπτυξης εισάγει ο Perroux με βάση την θεωρητική προσέγγιση του Schumpeter. Σύμφωνα με αυτήν την έννοια οι μεγάλες επιχειρήσεις αποτελούν κλειδιά για μια περιοχή και οι αποφάσεις τους έχουν ιδιαίτερα σημαντικές οικονομικές επιπτώσεις στις άλλες μικρότερες επιχειρήσεις. Οι μεγάλες αυτές επιχειρήσεις κατέχουν τον ρόλο των πόλων ανάπτυξης επηρεάζοντας την ανάπτυξη μιας περιοχής, ειδικά σε θέματα καινοτομίας και δικτύωσης. Ο Boudeville επίσης επισήμανε τον ρόλο των μεγάλων επιχειρήσεων αυτών και των τρόπων με τον οποίο επηρεάζουν την περιοχή διαμορφώνοντας την τοπική επιχειρηματική συμπεριφορά. Έτσι, μεγάλα επενδυτικά προγράμματα και δημόσιες επενδύσεις μπορούν να λειτουργήσουν ως πόλοι ανάπτυξης σε μία περιοχή. Οι θετικές οικονομικές επιπτώσεις ορίζονται ως spread effects. Αντίστοιχα, η λειτουργία μιας μεγάλης επιχείρησης σε μία περιοχή μπορεί να λειτουργήσει και αρνητικά για τις μικρότερες επιχειρήσεις, θέτοντας εκτός αγοράς ορισμένες από αυτές. Στην περίπτωση αυτή μιλάμε για ανάδρομα αποτελέσματα – backwash effects. Το υπόδειγμα αυτό βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στο ρόλο της καινοτομίας σε μία περιοχή, καθώς και στο μέγεθος των δραστηριοτήτων (McCann 2002:105).

- Θερμοκοιτίδα

Το υπόδειγμα της θερμοκοιτίδας εισάγεται αντίστοιχα από τον Chinitz με βασικό επιχείρημα ότι οι συγκεντρώσεις δραστηριοτήτων είναι σε μεγάλο βαθμό διαφοροποιημένες περιλαμβάνοντας διαφορετικά χαρακτηριστικά (μέγεθος, κλαδική διάρθρωση) και κύριο κοινό στοιχείο είναι ότι λειτουργούν ως «θερμοκοιτίδες». Δημιουργείται δηλαδή το κατάλληλο περιβάλλον για την ίδρυση νέων επιχειρήσεων αφού θα υπάρχει ένα σύνολο έτοιμων υπηρεσιών και τεχνογνωσίας. Όσο πιο μεγάλες είναι οι επιχειρήσεις μιας συγκέντρωσης τόσο πιο λίγες είναι αυτές οι υπηρεσίες, αφού οι μεγάλες επιχειρήσεις καλύπτουν τις ανάγκες τους με εσωτερικές υπηρεσίες. Κεντρικός ρόλος δίνεται, επομένως, στο μέγεθος και τη διάρθρωση των υπαρχουσών επιχειρήσεων η οποία μπορεί να επηρεάσει την ανάπτυξη μιας περιοχής.

Το υπόδειγμα της θερμοκοιτίδας έχει βρει τα τελευταία χρόνια προνομιακό χώρο εφαρμογής στον πολιτισμό. Παραδείγματα όπως το Quartier 21 στη Βιέννη ή το Broedplaats στο Άμστερνταμ αποδεικνύουν ότι η πολιτιστική επιχειρηματικότητα μπορεί να βοηθηθεί ιδιαίτερα μέσα από το συγκεκριμένο τύπο οργάνωσης (Wijn 2002).

- Το υπόδειγμα του κύκλου ζωής

Το υπόδειγμα του κύκλου ζωής (life cycle) εισήγαγε ο Vernon και έχει ευρεία εφαρμογή σε πολλούς τομείς της οικονομίας. Κύριο σημείο του υποδείγματος είναι ότι οι επιχειρήσεις διαφοροποιούν τη θέση που επιλέγουν για τις δραστηριότητες τους ανάλογα με το στάδιο στο οποίο βρίσκεται ο κύκλος ζωής ενός προϊόντος. Για παράδειγμα, επιχειρήσεις που χωροθετούνται στο κέντρο της πόλης είναι συνήθως επιχειρήσεις έντασης πληροφοριών. Επίσης οι εργαζόμενοι που θα χρειαστούν να χρησιμοποιήσουν αυτές οι επιχειρήσεις θα είναι υψηλής εξειδίκευσης και θα είναι πιο εύκολο να αναζητηθούν σε αυτές τις περιοχές. Όταν πλέον οι πληροφορίες και οι γνώση σχετικά με την τελική μορφή των προϊόντων έχει διαμορφωθεί, η ανάγκη για πληροφορία και εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό δεν είναι τόσο απαραίτητη, η επιχείρηση μπορεί να μεταφέρει την παραγωγική διαδικασία. Το γεγονός αυτό οδηγεί σε έναν σαφή χωρικό διαχωρισμό των τύπων δραστηριοτήτων μεταξύ των αστικών και περιφερειακών περιοχών.

- Το υπόδειγμα του Porter

Η θεωρία του Porter έχει επηρεάσει σημαντικά τις διοικητικές επιστήμες αλλά και την οικονομική του χώρου τα τελευταία χρόνια, όπως αναφέρεται και παραπάνω. Βασικό επιχείρημα του Porter είναι ότι η συγκέντρωση δραστηριοτήτων αποτελεί εναλλακτικό τύπο επιχειρηματικής οργάνωσης με πολλά πλεονεκτήματα σε ένα περιβάλλον που μεταβάλλεται με πολύ γρήγορους ρυθμούς. Η μεταφορά καινοτομίας, τεχνογνωσίας και πληροφοριών μεγιστοποιείται, γεγονός το οποίο έχει ιδιαίτερη σημασία για τις μικρότερες επιχειρήσεις οι οποίες βασίζονται στην εξωτερική πληροφόρηση. Η αμοιβαία παρατήρηση και η γειτνίαση θεωρούνται ιδιαίτερα σημαντικές, αφού με αυτόν τον τρόπο βελτιώνουν την αυτόνομη και συλλογική ανταγωνιστικότητά τους.

- Το υπόδειγμα των νέων βιομηχανικών περιοχών

Οι νέες βιομηχανικές περιοχές αποτελούν ουσιαστικά συνέχεια του υποδείγματος της «Τρίτης Ιταλίας» η οποία βασίζεται στη διαπίστωση ότι οι συγκεντρώσεις ομοειδών επιχειρήσεων μικρού μεγέθους αποτελούν σημαντικά κέντρα καινοτομίας και ανάπτυξης. Παραδείγματα όπως η Silicon Valley στις

Η.Π.Α., το Cambridge στη Μ. Βρετανία, η Emilia-Romagna στην Ιταλία επιβεβαιώνουν τη διαπίστωση αυτή. Οι σχετικές μελέτες έδειξαν ότι οι συγκεντρώσεις μικρότερων επιχειρήσεων είναι συχνά σημαντικότερες και πιο καινοτόμες από συγκεντρώσεις μεγαλύτερων επιχειρήσεων. Τα δίκτυα που δημιουργούνται επιτρέπουν την ανταλλαγή πληροφοριών και την ανάληψη κοινού επιχειρηματικού κινδύνου λόγω της υψηλής αμοιβαίας εμπιστοσύνης που αναπτύσσεται με τη γειτνίαση (Χατζημιχάλης 1992, McCann 2002: 101-108, Κουρλιούρος 2000).

Οι διαφορετικές θεωρητικές προσεγγίσεις των οικονομικών του χώρου και της αστικής γεωγραφίας δυσκολεύουν την ανάλυση της διάρθρωσης και των αιτιών συγκέντρωσης δραστηριοτήτων σε μία αστική περιοχή όσον αφορά τον πολιτιστικό τομέα. Στην πράξη οι συγκεντρώσεις πολιτιστικών δραστηριοτήτων παρουσιάζουν χαρακτηριστικά διαφορετικών τύπων περιγραφής συγκέντρωσης δραστηριοτήτων, όπως παρουσιάζονται παραπάνω. Τα θεωρητικά μοντέλα συνήθως υποθέτουν ότι υπάρχουν ορισμένες πολύ μεγάλες επιχειρήσεις οι οποίες έχουν ηγετικό χαρακτήρα, γεγονός που στον πολιτιστικό τομέα συναντάται πιο σπάνια².

Απαραίτητη είναι επομένως μία διαφορετική κατηγοριοποίηση η οποία να αντιπαρέρχεται τις δυσκολίες αυτές και να έχει εφαρμογή στον ιδιαίτερο χώρο του πολιτισμού. Αυτή μπορεί να γίνει με επίκεντρο των περιγραφών τον χαρακτήρα των επιχειρήσεων που συναποτελούν την συγκέντρωση, όπως παρουσιάζονται παρακάτω (McCann 2002:109-112):

ι. Υπόδειγμα καθαρής συγκέντρωσης

Στο υπόδειγμα αυτό οι σχέσεις μεταξύ των επιχειρήσεων είναι πρόσκαιρες και η ισχύ τους απέναντι στην αγορά είναι μικρή. Ουσιαστικά επιδεικνύουν ατομική συμπεριφορά και δημιουργούν πρόσκαιρες σχέσεις προκειμένου να ανταποκριθούν στον έντονο τοπικό ανταγωνισμό και τις ανάγκες και μεταβολές της αγοράς. Η πρόσβαση στην συγκέντρωση δραστηριοτήτων είναι ανοιχτή και οι επιδόσεις της συγκέντρωσης μετρούνται από τις τιμές στην αγορά ακινήτων. Η εμπιστοσύνη μεταξύ των επιχειρήσεων είναι μικρή και οι σχέσεις είναι συνήθως βραχυπρόθεσμες. Η έννοια του χώρου σε αυτό το υπόδειγμα αφορά ουσιαστικά τον αστικό χώρο, καθώς οι δραστηριότητες αυτού του τύπου προκύπτουν αποκλειστικά σε μεμονωμένες αστικές περιοχές. Πρόκειται για ένα υπόδειγμα που επηρεάζεται τόσο από τη θεωρία του Marshall όσο και του Porter και –όπως

² Ο οπτικοακουστικός τομέας είναι ο μόνος κλάδος του πολιτισμού που χαρακτηρίζεται από μεγάλες επιχειρήσεις, καθετοποίηση της παραγωγής, κ.λπ.

αποδεικνύεται και παρακάτω- χαρακτηρίζει και τις περιπτώσεις συγκεντρώσης πολιτιστικών επιχειρήσεων.

ii. Υπόδειγμα βιομηχανικού συμπλέγματος

Οι μακροπρόθεσμες και προβλέψιμες σχέσεις είναι το κύριο χαρακτηριστικό του βιομηχανικού συμπλέγματος, το οποίο αφορά κυρίως βιομηχανικές συγκεντρώσεις όπως η χημική βιομηχανία ή η χαλυβουργία. Το υψηλό κόστος εισόδου και εξόδου, είναι ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά του υποδείγματος αυτού, αφού οι επιχειρήσεις βασίζονται σε μακροπρόθεσμες επενδυτικές κινήσεις. Σε αντίθεση με το προηγούμενο υπόδειγμα, οι τιμές των ακινήτων παραμένουν σχετικά σταθερές και δεν αποτελούν δείκτη επιτυχίας του συμπλέγματος. Το υπόδειγμα αυτό βασίζεται στα κλασικά και νεοκλασικά υποδείγματα επιλογής θέσης και αντανάκλα τις έννοιες των εσωτερικών οικονομιών κλίμακας και των πόλων ανάπτυξης. Τα συμπλέγματα αυτά είναι χωρικά προσδιορισμένα σε μία περιοχή, αλλά δεν αφορούν μόνο αστικές περιοχές.

iii. Κοινωνικό Δίκτυο

Το υπόδειγμα αυτό βασίζεται σε μία συγκεκριμένη ιεραρχική σχέση μεταξύ των επιχειρήσεων και τη μεγάλη αμοιβαία εμπιστοσύνη, η οποία οδηγεί σε κινήσεις κοινής προβολής και lobbying, αμοιβαίες συμμαχίες, κοινές ρυθμίσεις, κ.λπ. Σε αυτό το υπόδειγμα η γειτνίαση δεν αποτελεί ικανή συνθήκη για την ένταξη στο δίκτυο. Αντίθετα, η μακροχρόνια εμπιστοσύνη, η κοινή ιστορία και η συσσώρευση εμπειρίας είναι τα κύρια στοιχεία που χαρακτηρίζουν τα δίκτυα αυτά. Οι μεμονωμένες επιχειρήσεις λόγω της αμοιβαίας εμπιστοσύνης είναι σε θέση να επαναπροσδιορίζουν τις σχέσεις τους ανάλογα με τις απαιτήσεις της αγοράς χωρίς να επηρεάζεται η εσωτερική αμοιβαία εμπιστοσύνη. Αυτό το υπόδειγμα, σε σχέση με τα προηγούμενα, εξαρτάται λιγότερο από τον κοινό γεωγραφικό χώρο, ωστόσο ενισχύεται από τη γειτνίαση. Και σε αυτό το υπόδειγμα αναφερόμαστε σε μη αστικές συγκεντρώσεις, σε συγκεντρώσεις δηλ. που αφορούν ευρύτερα τοπικά συστήματα.

Πιο αναλυτικά, τα κύρια χαρακτηριστικά κάθε υποδείγματος παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 4.1.: Πίνακας βιομηχανικών συγκεντρώσεων

Χαρακτηριστικά	Καθαρή χωρική συγκεντρώση	Βιομηχανικό σύμπλεγμα	Κοινωνικό δίκτυο
Μέγεθος επιχειρήσεων	Ατομική επιχείρηση	Ορισμένες είναι μεγάλες	Ποικίλλει
Χαρακτηριστικά	Μη αναγνωρίσιμα	Αναγνωρίσιμα	Εμπιστοσύνη

των σχέσεων	Τεμαχισμένα Ασταθή	Σταθερές συναλλαγές	Πίστη Κοινό lobbying Κοινές επενδύσεις Μη καιροσκοπικά
Είσοδος ως μέλος	Ανοιχτή	Κλειστή	Εν μέρει ανοιχτή
Πρόσβαση στη συγκέντρωση	Πληρωμή ενοικίου Εγκατάσταση αναγκαία	Επένδυση στο εσωτερικό Εγκατάσταση αναγκαία	Ιστορία Εμπειρία Εγκατάσταση αναγκαία αλλά όχι επαρκής
Επιπτώσεις στο χώρο	Αύξηση των ενοικίων	Όχι αύξηση των ενοικίων	Μερική αναβάθμιση των ενοικίων
Χαρακτηρισμός στο χώρο	Αστικός	Τοπικός, αλλά όχι αστικός	Τοπικός, αλλά όχι αστικός
Παράδειγμα συγκέντρωσης	Ανταγωνιστική αστική οικονομία	Συγκρότημα παραγωγής χάλυβα ή χημικών	Νέες βιομηχανικές περιοχές
Αναλυτικές προσεγγίσεις	Υποδείγματα καθαρής συγκέντρωσης	Θεωρία επιλογής θέσης- παραγωγής. Ανάλυση εισροών-εκροών	Θεωρία του κοινωνικού δικτύου (Granovetter)

Πηγή: McCann 2002: 111

Γ. Τα κύρια χαρακτηριστικά των clusters

Παρά την ανάδειξη διαφορετικών προσεγγίσεων και τάσεων, η έννοια των clusters έχει γίνει ιδιαίτερα δημοφιλής στις οικονομικές επιστήμες και την οικονομική γεωγραφία και κυριαρχεί στις περισσότερες συζητήσεις ως εργαλείο τοπικής ανάπτυξης.

Τα κύρια οικονομικά χαρακτηριστικά του cluster είναι τα εξής (Russo 2000:6, IRE:2004):

- **Εγγύτητα:** Οι φορείς και οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε ένα cluster εκμεταλλεύονται τις προνομιακές σχέσεις που αναπτύσσονται από τις άμεσες επαφές, τις ανταλλαγές γνώσης, την ανάπτυξη και ανακύκλωση ανθρώπινου δυναμικού και τις κοινές υποδομές.
- **Ελαστικότητα:** Οι σχέσεις μεταξύ των επιχειρήσεων προσαρμόζονται στις εσωτερικές και εξωτερικές συνθήκες και ανταποκρίνονται στην ανάγκη για καινοτομία που επιβάλλεται από ένα αυξημένα ανταγωνιστικό περιβάλλον.
- **Μικρό και μεσαίο μέγεθος οικονομικών δραστηριοτήτων:** οι μικρές επιχειρήσεις έχουν υψηλότερο βαθμό ελαστικότητας και ταιριάζουν καλύτερα στις δυναμικές οι οποίες είναι απαραίτητες για την προσαρμοστικότητα των cluster.

- **Αποτελεσματικότητα:** Αναπτύσσοντας το τελικό προϊόν μέσα από μια παράλληλη διαδικασία ανατροφοδότησης της αλυσίδας, βελτιώνεται η ποιότητα και ανταποκρίνεται στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς.
- **Συνεργασία:** Η συνεργασία μπορεί να αφορά διαφορετικές χρονικές στιγμές και βαθμούς είτε πρόκειται για στρατηγικές είτε για οριζόντιες συνεργασίες (από ανταλλαγή γνώσης σε συγκεκριμένα τμήματα της παραγωγής έως συνεργασίες μεγάλης κλίμακας).
- **Ανταγωνιστικότητα:** ο ανταγωνισμός στο πλαίσιο του cluster μπορεί να είναι αρκετά εντατικός για να ενδυναμώσει τις εσωτερικές και εξωτερικές συνεργασίες, με σκοπό να κρατήσει την επαφή με την καινοτομία και να αντεπεξέλθει στη διαφοροποίηση της ζήτησης.

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά είναι αυτά που οδηγούν μία επιχείρηση να αναζητήσει τη χωροθέτησή της σε ένα cluster. Ο R. Florida προσθέτει και έναν τέταρτο λόγο, ο οποίος είναι η τάση των επιχειρήσεων να συγκεντρώνονται προκειμένου να εκμεταλλευτούν την ύπαρξη μεγάλων συγκεντρώσεων ατόμων της «δημιουργικής τάξης», δηλ. ατόμων που διαθέτουν το ταλέντο να προωθήσουν την καινοτομία και την οικονομική ανάπτυξη. Γι' αυτό και διατυπώνει τη θέση ότι μία στρατηγική τοπικής ανάπτυξης πρέπει να απευθύνεται και να προσελκύει τα μέλη της τάξης αυτής και όχι τόσο τις επιχειρήσεις, οι οποίες θα αναγκαστούν εκ των πραγμάτων να ακολουθήσουν (Florida 2002, 2004). Η θέση αυτή σχετίζεται με την άποψη ότι μία περιοχή που διαθέτει εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό έχει αυξημένες πιθανότητες να προσελκύσει κεφάλαιο και επιχειρήσεις. Μία άλλη διάσταση της άποψης του Florida είναι ότι η δυνατότητα μιας περιοχής να προσελκύει τη δημιουργική τάξη απαιτεί να προσφέρει καλή ποιότητα ζωής, να είναι ανοιχτή, να έχει μία ζωντανή πολιτιστική σκηνή, κ.λπ.

Η δημιουργία και η ανάπτυξη ενός cluster χαρακτηρίζεται από συγκεκριμένα στάδια (Russo 2000). Στο πρώτο στάδιο, η δημιουργία ενός cluster προκαλείται είτε από ιστορικές συνθήκες (ύπαρξη πρώτων υλών, συγκέντρωση επιχειρήσεων με έμφαση στην έρευνα και την γνώση, η παράδοση σε κάποια τεχνική, οι εξειδικευμένες ανάγκες μιας συγκεκριμένης ομάδας επιχειρήσεων, κ.ά.). Στο στάδιο αυτό προσελκύονται ή δημιουργούνται νέες επιχειρήσεις και πραγματοποιείται η συγκέντρωση μιας ομάδας επιχειρήσεων και οργανισμών με κοινές παραγωγικές ανάγκες. Στο δεύτερο στάδιο, αφού η συγκέντρωση αυτή έχει πλέον εδραιωθεί δημιουργούνται εξωτερικές οικονομίες μέσα από μια σωρευτική διαδικασία. Ιδιαίτερη βαρύτητα σε αυτό το στάδιο έχει η ανάπτυξη εξειδικευμένων προμηθευτών και η δημιουργία αγοράς εργασίας.

Στο τρίτο στάδιο αναπτύσσονται νέοι οργανισμοί που βοηθούν στην περαιτέρω ανάπτυξη του cluster όπως είναι τα ερευνητικά κέντρα, τα κέντρα διάδοσης της καινοτομίας, οι επιχειρήσεις νέων τεχνολογιών, εκπαιδευτικοί οργανισμοί, κ.λπ. Στο τέταρτο στάδιο οι εξωτερικές οικονομίες και οι νέοι οργανισμοί καθιερώνουν και καθιστούν αναγνωρίσιμο το cluster. Αυτό οδηγεί περισσότερες επιχειρήσεις και εργαζόμενους να εισέλθουν στο cluster, ενισχύοντας ακόμα περισσότερο την εικόνα του, ενώ παράλληλα το cluster αρχίζει να λειτουργεί και σαν θερμοκοιτίδα για νέες μικρές επιχειρήσεις. Στο πέμπτο στάδιο, που θεωρείται το στάδιο ωρίμανσης των clusters, έχουν πλέον αναπτυχθεί σε επαρκή βαθμό οι επίσημες και ανεπίσημες σχέσεις οι οποίες επιτρέπουν την ανταλλαγή γνώσεων και τη διακίνηση πρακτικών. Δημιουργείται μια συγκεκριμένη «ρουτίνα» στη διαδικασία παραγωγής, ανταλλαγής και σχέσεων η οποία τις περισσότερες φορές βασίζεται στην εγγύτητα.

Τέλος, το έκτο στάδιο αφορά τη περίοδο παρακμής του cluster όταν πλέον οι τεχνολογικές, οργανωτικές ή κοινωνικές συνθήκες δεν ευνοούν τον τρόπο που λειτουργεί. Βεβαίως, ένα cluster μπορεί να ανανεωθεί και να συνεχίσει την πετυχημένη πορεία του για πολλές δεκαετίες ή να προσαρτηθεί σε ένα μεγαλύτερο cluster και να αποφύγει έτσι την παρακμή. Ωστόσο η εμπειρία δείχνει ότι στην πλειονότητα των περιπτώσεων η παρακμή αποτελεί μέρος του κύκλου ζωής ενός cluster.

Λόγω ακριβώς της μακρόχρονης εξελικτικής πορείας των clusters η αξιολόγηση τους είναι ιδιαίτερα δύσκολη. Χαρακτηριστικό είναι επίσης ότι άλλα clusters αναπτύχθηκαν χωρίς ιδιαίτερη παρέμβαση, ενώ άλλα δημιουργήθηκαν βάσει σχεδίου με υποστήριξη των τοπικών φορέων (Russo 2000).

Δ. Η οικονομική σημασία της συνύπαρξης

Παρά την αλματώδη ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και της κοινωνίας της πληροφορίας η εγγύτητα και η συνύπαρξη συνεχίζουν να αποτελούν σημαντικούς παράγοντες, ιδιαίτερα στην περίπτωση της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας (Eriksen 2005). Η αστικοποίηση και η τοπικότητα παραμένουν σημαντικοί παράγοντες και οι βασικότεροι λόγοι είναι οι εξής: Πρώτον, η ανάγκη των επιχειρήσεων να βρίσκονται κοντά στις αγορές, δεύτερον η χωρική συγκέντρωση των εργαζόμενων και τρίτον η ανάπτυξη τοπικών συστημάτων που προάγουν την παραγωγή καινοτομίας. Οι Storper και Venables στηρίζουν με την εργασία τους την άποψη ότι η προσωπική απευθείας επαφή (face to face) ήταν και παραμένει σημαντική και αναντικατάστατη στην οικονομική ζωή.

Οι λόγοι που η προσωπική απευθείας επαφή θεωρείται σημαντική είναι οι εξής (Storper and Venables 2004):

Πρώτον, σε σχέση με οποιαδήποτε τεχνολογία επικοινωνίας η προσωπική επαφή έχει τους λιγότερους περιορισμούς. Κάθε πληροφορία, μαθηματική, οπτική ή γλωσσική, για να μπορέσει να μεταδοθεί μέσω κάποιου μέσου απαιτείται να κωδικοποιηθεί και αυτό μπορεί να απαιτεί χρόνο ή γνώση. Η ίδια η μετάδοση της πληροφορίας μπορεί να είναι φτηνή με τα σύγχρονα επικοινωνιακά μέσα, απαιτεί όμως την αγορά και την εγκατάσταση μηχανήματος ή συσκευής. Ένα άλλο πλεονέκτημα σχετίζεται με το γεγονός ότι στην απευθείας επικοινωνία οι αντιδράσεις είναι άμεσες.

Δεύτερον, η απευθείας επαφή ανάμεσα σε συνεργάτες σε έναν χώρο μειώνει τα προβλήματα συντονισμού και καθιστά τις συνεννοήσεις πιο σαφείς και ξεκάθαρες. Το μεγαλύτερο πρόβλημα σχετίζεται με την ασάφεια που μπορεί να περιβάλει μία εντολή που δεν μεταδίδεται με το κατάλληλο μέσο. Θεωρείται βέβαιο ότι η οπτική επαφή και η «συναισθηματική εγγύτητα» με τον συνομιλητή λειτουργούν ενισχυτικά, ιδιαίτερα στα πρώτα στάδια μιας συνεργασίας. Σε πολλές περιπτώσεις όταν η επικοινωνία δεν είναι άμεση στα πρώτα βήματα ενός έργου, ορισμένοι συνεργάτες μπορεί να επιδιώξουν να μην δεσμευτούν ή να αναζητήσουν να αποφύγουν την εργασία. Γενικά, τα άτομα είναι ιδιαίτερα επιρρεπή στην διαίσθηση μη-λεκτικών μηνυμάτων που εκφράζουν συναισθήματα, διάθεση συνεργασίας και εμπιστοσύνη. Σύμφωνα με ψυχολόγους οι άνθρωποι βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στις εκφράσεις του προσώπου του συνομιλητή τους. Το γεγονός αυτό σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με το σχηματισμό εμπιστοσύνης στο πλαίσιο μιας συνεργασίας. Είναι ενδεικτικό ότι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο παρά το γεγονός ότι είναι πολύ φτηνό και άμεσο, τελικά λόγω της εύκολης χρήσης του ακυρώνει την αμεσότητα και το καθιστά μη αποτελεσματικό μέσο.

Τρίτον, είναι γεγονός ότι η απευθείας επαφή έχει αρκετά μεγάλο κόστος, κυρίως χρονικό. Για την επιλογή των συνεργασιών επιλέγεται είτε ο επίσημος τρόπος (μέσω της προκήρυξης θέσης και της εξέτασης των προσόντων) είτε ο ανεπίσημος (μέσω των ανεπίσημων δικτύων). Τα ανεπίσημα δίκτυα βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στις απευθείας επαφές και την κοινωνικότητα και δίνουν την ευκαιρία για αξιολόγηση των ατόμων που συμμετέχουν. Έτσι η αξιολόγηση πιθανών συνεργατών γίνεται σε δύο επίπεδα, στο μακροπρόθεσμο λόγω της μακροχρόνιας κοινωνικοποίησης και στο βραχυπρόθεσμο όταν δίνεται η ευκαιρία σε μία δεδομένη στιγμή να αξιολογηθεί ένα άτομο στο πλαίσιο μιας ομάδας.

Τέταρτον, η απευθείας επαφή δεν λειτουργεί απλά ως μέσο επαφής για μία συνεργασία, αλλά αποτελεί κύριο μέσο ανταλλαγής πληροφοριών. Στο πλαίσιο μιας

συνομιλίας διαφαίνονται οι γνώσεις, οι προθέσεις, ο βαθμός δέσμευσης, κ.λπ., τα οποία μπορούν να αποτελέσουν ένα χρήσιμο σύνολο πληροφοριών.

Οι συγγραφείς αναφέρονται επίσης στην έννοια του κλίματος που βοηθάει την επικοινωνία, την καλή συνεννόηση, τη δικτύωση και τη ψυχολογική ενθάρρυνση ορίζοντας το ως “αίσθημα απόλαυσης” (buzz). Στις περισσότερες περιπτώσεις η απευθείας επικοινωνία αυτή λαμβάνει μέρος σε χώρους που δεν είναι επίσημοι αλλά ανεπίσημοι (μπαρ, καφέ, στο λόμπυ ενός ξενοδοχείου στα πλαίσια ενός συνεδρίου, κ.λπ.) και έχει σαν σκοπό την ανταλλαγή σημαντικών πληροφοριών – όχι γνώσης. Η μόνη ομάδα που μπορεί να ανταλλάσσει γνώση είναι άνθρωποι του δημιουργικού τομέα (πολιτισμός, διαφήμιση) εφόσον η ομάδα αυτή βασίζεται σε μία συμβολική γνώση η οποία είναι εξατομικευμένη.

Γενικά, στον τομέα του πολιτισμού η απευθείας επαφή θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική. Αν και στις κορυφαίες πολυεθνικές επιχειρήσεις του τομέα (ιδίως στον κινηματογράφο, στη μόδα και στην τηλεόραση) λειτουργούν παγκόσμια δίκτυα με πρόσβαση σε ελάχιστες μεγάλες επιχειρήσεις, σε όλες τις υπόλοιπες πολιτιστικές επιχειρήσεις τα δίκτυα αυτά έχουν έντονο τοπικό χαρακτήρα, έντονη κινητικότητα και το περιεχόμενο που διακινείται είναι σημαντικό για τη καθημερινή τους λειτουργία (Storper and Venables 2004:356).

Ε. Η έννοια και η σημασία του Δημιουργικού περιβάλλοντος

Για να γίνει κατανοητός ο τρόπος με τον οποίο λειτουργούν οι πολιτιστικές περιοχές είναι απαραίτητο να κατανοηθεί ο τρόπος με τον οποίο λειτουργεί το δημιουργικό περιβάλλον (creative milieu) σε μία συγκέντρωση. Ο όρος συνδέεται με τον όρο «καινοτομικό περιβάλλον» ο οποίος χρησιμοποιείται συχνά στην οικονομική γεωγραφία και στην περιφερειακή επιστήμη (Mc Cann 2002).

Τα Συστήματα Καινοτομικού Περιβάλλοντος σχετίζονται με την ενθάρρυνση της τοπικής ανάπτυξης ως αποτέλεσμα καινοτόμων δράσεων και συνέργειας. Η διαμόρφωση αυτής της πολιτικής στηρίχθηκε σε δύο απόψεις. Η πρώτη αφορά τη Γεωγραφία της Καινοτομίας και είναι μια περισσότερο εμπειρική προσέγγιση. Ο αριθμός και η αναπτυξιακή σημασία των καινοτόμων δράσεων εξαρτάται από τη γεωγραφική συγκέντρωση και κυρίως από τη συγκέντρωση «προωθητικών» επιχειρήσεων, όπως αυτές προσδιορίζονται στους «Βιομηχανικούς Τόπους». Η γειτνίαση και η συγκέντρωση επιχειρήσεων δημιουργεί επιχειρηματικό-βιομηχανικό περιβάλλον, που με τη σειρά του ευνοεί και προκαλεί τη διάχυση και αποδοχή της καινοτομίας, καθώς και τη δημιουργία καινοτομικής επιχειρηματικής αντίληψης (Παπαδασκαλόπουλος 1995).

Η δεύτερη άποψη αφορά ακριβώς το Σύστημα Καινοτομικού Περιβάλλοντος (Aydalot, 1986 στο Χριστοφάκης 2000). Σύμφωνα με την άποψη αυτή, δεν καινοτομεί η επιχείρηση αλλά το «περιβάλλον». Αυτό το Σύστημα Καινοτομικού Περιβάλλοντος ορίζεται ως ένα χωρικό υποσύνολο, σαφώς οριοθετημένο, ανοικτό στο εξωτερικό αναπτυξιακό περιβάλλον, με συγκεκριμένη εξωτερική εικόνα, το οποίο ενσωματώνει τεχνογνωσία, κανόνες λειτουργίας και σύστημα σχέσεων. Στον ορισμό αυτό η τεχνογνωσία αφορά την οργάνωση της επιχείρησης, την παραγωγή και τη διανομή. Οι κανόνες λειτουργίας αφορούν τη συνεργασία των επιχειρήσεων, τον ανταγωνισμό, την αλληλεγγύη, την εμπιστοσύνη, την αμοιβαιότητα και τη διαδικασία μάθησης με ισχυρή ύπαρξη δεσμών με το τόπο. Το σύστημα σχέσεων αφορά τόσο τη γνώση των επιχειρήσεων και των αναπτυξιακών και κοινωνικών φορέων, όσο και την ανάπτυξη των σχέσεων, που αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για τη δημιουργία των δικτυώσεων.

Έναν πρακτικό ορισμό του δημιουργικού περιβάλλοντος δίνει ο Camagni:

“Δημιουργικό Περιβάλλον είναι ένα σύνολο ή ένα δίκτυο άτυπων κοινωνικών σχέσεων σε μία περιορισμένη γεωγραφική περιοχή, το οποίο συνήθως αντιπροσωπεύεται από μία συγκεκριμένη εξωτερική εικόνα και μία εσωτερική αίσθηση κοινότητας, προκαλώντας την υιοθέτηση κλίματος καινοτομίας μέσω των συλλογικών διαδικασιών μάθησης” (Camagni 2005).

Η πρόσφατη βιβλιογραφία δίνει ιδιαίτερη έμφαση στο ρόλο και τη σημασία των δικτύων που αναπτύσσουν οι μεσαίες και μικρές επιχειρήσεις για την οικονομική ανάπτυξη και την καινοτομία (Storper and Venables 2004, Lambouy 2005, Camagni 2005). Στις περισσότερες περιπτώσεις αποδεικνύεται ότι οι καινοτομικές δραστηριότητες συγκεντρώνονται σε συγκεκριμένες περιοχές όπου η γνώση που παράγεται από τις επιχειρήσεις διαχέεται και κυκλοφορεί πιο εύκολα μέσω άτυπων κυρίως δικτύων που βασίζονται στην απευθείας επαφή. Καταλήγει κανείς στο βασικό συμπέρασμα ότι εφόσον η καινοτομία διαχέεται κυρίως με την προσωπική επαφή η οποία βασίζεται στη δικτύωση, τα δίκτυα αποκτούν κεντρικό ρόλο στις προσπάθειες μιας περιφέρειας ή μιας πόλης να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε έναν τομέα.

Στην περίπτωση του καινοτομικού περιβάλλοντος η τοπική ανάπτυξη δεν ενισχύεται από τη μεμονωμένη δράση επιχειρήσεων αλλά από τη συντονισμένη δράση των τοπικών αναπτυξιακών και κοινωνικών εταίρων (επιχειρήσεων, αναπτυξιακών φορέων, κοινωνικών εταίρων), όπου η καινοτομία έχει βασικό ρόλο. Αυτή η συντονισμένη δράση περιλαμβάνει:

- ο Τοπική επιχειρηματική δραστηριότητα.

- ο Ενεργοποίηση τοπικών εταιρών (πέραν των επιχειρήσεων).
- ο Ανάπτυξη τοπικού άυλου κεφαλαίου (τεχνογνωσία, καινοτομία, εμπιστοσύνη).
- ο Ενθάρρυνση συνεργασίας.
- ο Διασφάλιση μιας μόνιμης σχέσης καινοτομίας και αγοράς.

Εξέλιξη της ιδέας του Καινοτομικού Περιβάλλοντος είναι το Δημιουργικό Περιβάλλον (Creative Milieu). Σύμφωνα με την αντίληψη αυτή, η περιφέρεια-αναπτυξιακό περιβάλλον δεν αρκεί να ενσωματώνει καινοτόμες δράσεις και προσαρμοσμένη τεχνολογία, αλλά πρέπει να βοηθά τις τοπικές επιχειρήσεις και τους τοπικούς φορείς να παράγουν καινοτόμες ιδέες. Στο Δημιουργικό Περιβάλλον η καινοτομία διαμορφώνεται και ενδογενώς. Απαιτεί επίσης τη συνεργασία με τοπικούς αναπτυξιακούς και κοινωνικούς φορείς και την ενεργοποίηση των φορέων της τοπικής αυτοδιοίκησης και της περιφερειακής διοίκησης (Χριστοφάκης 2000, Broecker κ.α. 2003, Κόνσολας 2004).

2. Μορφές συγκέντρωσης και πολιτιστικές επιχειρήσεις

Πρόσφατα έχει ξεκινήσει μία εκτεταμένη συζήτηση σχετικά με τη χρήση υποδειγμάτων χωρικής συγκέντρωσης –όπως παρουσιάζονται στο προηγούμενο κεφάλαιο- για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις. Οι σχετικές απόψεις δεν συγκλίνουν και διατυπώνονται διαφορετικές, συχνά συγκρουόμενες απόψεις σχετικά με την χρήση των χωρικών υποδειγμάτων στον πολιτιστικό – δημιουργικό τομέα (Asheim 2004, Pratt 2004, 2005, Wu 2005, Evans 2007). Οι οικονομίες συνάθροισης (agglomeration economies) αποτελούν την κεντρική έννοια που χαρακτηρίζει τις περιπτώσεις γεωγραφικής συγκέντρωσης πολιτιστικών δραστηριοτήτων και αναπτύσσονται είτε για λόγους ανταγωνισμού είτε για λόγους που σχετίζονται με τις οικονομίες κλίμακας (Σταύρου 2002: 35-36).

Συγκεκριμένα, ορισμένοι συγγραφείς όπως ο Wu και ο Florida θεωρούν πιο σημαντική την έννοια του Δημιουργικού Περιβάλλοντος. Αν και το Δημιουργικό Περιβάλλον είναι όρος που χρησιμοποιείται κυρίως στην Περιφερειακή Επιστήμη και την Οικονομική Γεωγραφία, μπορεί να εφαρμοστεί και στις πόλεις παρέχοντας ένα καλύτερο πλαίσιο κατανόησης για περιπτώσεις όπως είναι οι πολιτιστικές περιοχές. Ιδιαίτερες αναφορές στο Δημιουργικό Περιβάλλον γίνονται σε κείμενα και βιβλία που αφορούν τις θεωρίες της Δημιουργικής Πόλης και της Δημιουργικής Τάξης (Landry 2001, Florida 2002,2004, Wu 2005).

Τα clusters αποτελούν μία μόνο περιγραφή των οικονομιών συνάθροισης, με βάση την προσέγγιση του Porter. Στις περιπτώσεις που οι πολιτιστικές βιομηχανίες αποτελούν την κύρια ομάδα που δραστηριοποιείται σε ένα cluster

χρησιμοποιείται ο όρος «πολιτιστικά clusters» ή «δημιουργικά clusters³» (cultural clusters και creative clusters). Και στην περίπτωση των πολιτιστικών clusters ισχύουν σε μεγάλο βαθμό τα χαρακτηριστικά και τα στάδια ανάπτυξης που αναφέρονται παραπάνω, με μικρές ωστόσο διαφοροποιήσεις λόγω των ειδικών χαρακτηριστικών των πολιτιστικών επιχειρήσεων. Πολιτιστικό Cluster είναι ένα ομογενοποιημένο σύνολο επιχειρήσεων, το οποίο αποτελείται από ενότητες που μοιράζονται τις υποδομές (από εστιατόρια μέχρι χώρους στάθμευσης) με κοινή στρατηγική μάρκετινγκ και προώθησης, το οποίο διαφοροποιώντας την προσφορά ανταποκρίνεται στη ρευστότητα της κατανάλωσης ελεύθερου χρόνου και λόγω του αριθμού τους, της πρόσβασης τους και της θέσης τους δημιουργούν ένα υψηλό επίπεδο επενδύσεων και εκμεταλλεύσεων (Pratt 2004).

Κατά μία άποψη, στην περίπτωση των πολιτιστικών επιχειρήσεων η ανάλυση τους μέσα από την έννοια του cluster είναι πιο λειτουργική από την έννοια του τομέα. Για παράδειγμα, εάν θεωρήσουμε ότι ο πυρήνας ενός cluster είναι ένα συγκεκριμένο είδος μουσικής (π.χ. ροκ), τότε στο cluster περιλαμβάνονται τα συγκροτήματα, οι μάνατζερ και οι εταιρίες διαχείρισης, τα στούντιο ηχογραφήσεων, οι εταιρίες δίσκων, οι χώροι συναυλιών και οι υπηρεσίες υποστήριξής τους, γραφιστικές και τυπογραφικές εταιρίες που συνδέονται με τις δραστηριότητες αυτές, εταιρίες ρουχισμού, κομμωτήρια, διαφημιστικές εταιρίες, ραδιοφωνικοί σταθμοί που μεταδίδουν τη συγκεκριμένη μουσική, μπαρ, κ.λπ. Ακόμα και η ύπαρξη πανεπιστημίου που ουσιαστικά συγκεντρώνει νέους που αποτελούν το κοινό της συγκεκριμένης μουσικής μπορεί να θεωρηθεί μέρος του συγκεκριμένου cluster. Στην πράξη δεν συναντάμε, ωστόσο, κάποιο cluster το οποίο αναφέρεται σε ένα συγκεκριμένο είδος πολιτιστικής δραστηριότητας, αλλά συναντάμε περιπτώσεις που συνδυάζουν διάφορα είδη τα οποία συνδυάζονται και εξαρτώνται μεταξύ τους. Έτσι, ένας χώρος συναυλιών μπορεί να οργανώνει παράλληλα συναυλίες διαφόρων ειδών μουσικής, αλλά και εικαστικές εκθέσεις ή προβολές ταινιών. Αντίστοιχα, ένα θέατρο μπορεί να διοργανώνει πέρα από θεατρικές παραστάσεις και συναυλίες, εκθέσεις, κ.λπ.

Τα πολιτιστικά clusters αποτελούν ουσιαστικά υποσύνολο των επιχειρηματικών cluster, όπως τα περιγράφει ο Porter (Porter 1995) με πολλά εννοιολογικά προβλήματα. Ο Andy Pratt περιγράφει αναλυτικά τους λόγους που πιστεύει ότι η θεωρία του Porter έχει σημαντικές δυσκολίες να εφαρμοστεί στην περίπτωση του πολιτισμού: Κατ' αρχήν ο όρος cluster παραπέμπει σε μία συγκεκριμένη οργανωτική δομή και κρατική παρέμβαση που σπάνια συναντάται σε

³ Η χρήση του όρου δημιουργικό cluster είναι σχετικά πρόσφατη και χρησιμοποιείται ολοένα και περισσότερο. Το 2000 δημιουργήθηκε στη Μ. Βρετανία σχετικός επιστημονικός σύλλογος με την ονομασία Creative Clusters, ο οποίος –μεταξύ άλλων- διοργανώνει κάθε δύο χρόνια ειδικό συνέδριο, βλ. www.creativeclusters.co.uk.

σχέση με τις πολιτιστικές επιχειρήσεις. Επειδή όμως πλέον χρησιμοποιείται ευρέως ο όρος⁴, χρησιμοποιείται πλέον με μεγάλη ευκολία στον πολιτισμό, τον τουρισμό κλπ. με δεδομένο ότι τα clusters πολιτισμού αναφέρονται συχνά ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και ως ο κυρίαρχος αναπτυσσόμενος τομέας μιας πόλης ή μιας περιοχής (Florida 2002,2004). Σύμφωνα με τον Pratt, οι βασικές προβληματικές που επηρεάζουν σημαντικά και τα λεγόμενα πολιτιστικά clusters είναι οι εξής (Pratt 2004:2-3):

- Οι αρχικές αιτίες και οι τρόποι με τους οποίους σχηματίζονται τα clusters δεν έχουν αποσαφηνιστεί.
- Τα συμπεράσματα της δουλειάς του Porter έχουν αμφισβητηθεί έντονα τα τελευταία χρόνια (βλ Martin and Sunley 2002).
- Δεν έχει καθιερωθεί ένας κοινά αποδεκτός ορισμός, γεγονός που δυσκολεύει και τον σχεδιασμό.
- Σαν εργαλείο πολιτικής έχει εφαρμοσθεί με τρόπους που διαφέρουν σημαντικά μεταξύ τους.

Πολλά προβλήματα προκύπτουν επίσης με τον εμπειρικό ορισμό του cluster και τις προϋποθέσεις που πρέπει να συναντά, ειδικά όταν αναφερόμαστε σε αστικές περιοχές (μέγεθος, αριθμός επιχειρήσεων, βαθμός διασύνδεσης), την αξιολόγησή τους και τον τρόπο ανάπτυξης τους. Γενικότερα, ένα πολύ σημαντικό ερώτημα είναι εάν και σε ποιο βαθμό μπορούν να εφαρμοστούν κοινές πολιτικές clustering σε όλους τους κλάδους της οικονομίας (Palazuelos 2003:133-6). Ο Pratt, αν και στηρίζει επαρκώς τα επιχειρήματά του, προκρίνοντας τα τοπικά παραγωγικά συστήματα ως καλύτερη λύση για την ανάλυση των συγκεντρώσεων πολιτιστικών επιχειρήσεων, αδυνατεί να αναλύσει την δυναμική των αστικών πολιτιστικών περιοχών και τις πολλαπλές λειτουργίες τους. Αναφέρεται κυρίως στις περιπτώσεις συγκεντρώσεων μεγάλων επιχειρήσεων των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, οι οποίες σαφώς διαφέρουν σε μέγεθος και πρακτικές από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις των πολιτιστικών περιοχών.

Η γενική δυσκολία που επιφέρει ο όρος cluster όταν χρησιμοποιείται στον πολιτιστικό και τουριστικό τομέα καθιστά τη χρήση του ιδιαίτερα δύσκολη. Ειδικά στην περίπτωση των πολιτιστικών περιοχών που παρουσιάζονται αναλυτικά στην παρούσα διατριβή, το υπόδειγμα των καθαρών χωρικών συγκεντρώσεων περιγράφει καλύτερα το πλέγμα των σχέσεων και των χαρακτηριστικών που αναπτύσσονται. Τα βήματα ανάπτυξης που ακολουθούνται στις πολιτιστικές περιοχές δεν συμβαδίζουν με αυτά των cluster, καθώς οι κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες μιας αστικής περιοχής επηρεάζουν με διαφορετικούς μηχανισμούς τις εξελίξεις (π.χ. μέσω της διαδικασίας του gentrification, μέσω της

⁴ Πρόκειται για έναν όρο «του συρμού» σύμφωνα με τον Pratt, που βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στις ίδιες διαπιστώσεις που είχε διατυπώσει εδώ και δεκαετίες ο Μάρσαλ (2004:3).

παραβατικότητας, κ.ά.). Λόγω των διαφωνιών που επιφέρει ο όρος cluster, προτιμάται η έννοια της περιοχής (district ή quarter) η οποία έχει το προτέρημα να είναι απαλλαγμένη από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των χωρικών υποδειγμάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Πολιτιστικές Περιοχές

1. Πολιτιστικές Περιοχές

A. Ορισμός της πολιτιστικής περιοχής

Οι πολιτιστικές περιοχές που προκύπτουν μέσα από στρατηγικές πολιτιστικής συγκέντρωσης (cultural clustering strategies) αποτελούν μία ενδιαφέρουσα νέα τάση της αστικής πολιτικής που μόλις τα τελευταία χρόνια αρχίζει να ερευνάται διεξοδικά. Ο όρος ξεκινά να χρησιμοποιείται ευρέως με τη σημερινή του έννοια μόλις τη δεκαετία του 1980, όταν ξεκίνησε η συζήτηση για την αστική πολιτιστική ανάπτυξη (Μπιανκίνι και Πάρκινσον 1994, Montgomery 2003:294).

Στη διεθνή βιβλιογραφία οι πολιτιστικές περιοχές αναφέρονται με διαφορετικούς όρους: στα αγγλικά συνηθίζεται να αναφέρονται ως "cultural quarters", "cultural industries quarter", "cultural clusters" ή "cultural districts" και σε ορισμένες περιπτώσεις χρησιμοποιείται και εδώ ο όρος creative¹ αντί του όρου cultural (Mommias 2004, Purnhira 2005:2). Όσον αφορά την πρακτική χρήση του όρου στις Η.Π.Α. τείνει να χρησιμοποιείται ο όρος cultural districts και στις ευρωπαϊκές χώρες ο όρος cultural quarters (Brooks and Kusner 2001, Roodhouse 2006:15-17). Στα γαλλικά ο όρος αποδίδεται ως "quartier culturel" (Greffé 2005:138). Στα γερμανικά έχει καθιερωθεί ο όρος Kulturviertel ή Freizeitviertel – όταν επικρατούν οι δραστηριότητες αναψυχής-, ενώ συχνά χρησιμοποιείται ο όρος "Kulturmeile" δηλ. πολιτιστικό μίλι, κυρίως στην περίπτωση της γραμμικής ανάπτυξης πολιτιστικών δραστηριοτήτων σε έναν άξονα, όπως συμβαίνει για παράδειγμα στην όχθη του ποταμού Main στη Φρανκφούρτη (Ebert 2005). Ο όρος αυτός συναντάται και στα αγγλικά ως Museum mile, με πιο γνωστή περίπτωση αυτή της Νέας Υόρκης (Van Aalst 1997:38).

Στην ελληνική βιβλιογραφία ο όρος πολιτιστική περιοχή δεν εμφανίζεται παρά μόνο πρόσφατα (βλ. Κόνσολα 2006, Γοσποδίνη 2006), ενώ αναφορές γίνονται συχνότερα στον όρο «πολιτιστικός άξονας» - ο οποίος χρησιμοποιείται συγκεκριμένα για την οδό Πειραιώς και την πρόσφατη εγκατάσταση πολιτιστικών χρήσεων σε όλο το μήκος της. Χαρακτηριστικό είναι ότι για τον όρο quarter ή quartier ή viertel, ο οποίος παραπέμπει σε αστική περιοχή, τμήμα ενός ευρύτερου πολεοδομικού δικτύου, δεν υπάρχει ακριβής μετάφραση στα ελληνικά που να αποδίδει αυτό το χαρακτηριστικό. Πιο κοντινή έννοια είναι αυτή της «συννοικίας», αφού ο όρος «περιοχή» μπορεί να αναφέρεται σε ευρύτερες γεωγραφικούς

¹ Για τη χρήση των όρων cultural (πολιτιστικός) και creative (δημιουργικός) γίνεται ήδη αναφορά στο Κεφ. 1 της παρούσας διατριβής.

χώρους. Η συνοικία ωστόσο δημιουργεί σύγχυση αφού ετυμολογικά παραπέμπει σε οικιστική περιοχή και δεν χρησιμοποιείται για περιοχές μητροπολιτικών κέντρων. Επομένως ο όρος «πολιτιστική περιοχή» αποδίδει με το καλύτερο τρόπο τους αντίστοιχους ξενόγλωσσους όρους και παραπέμπει στο συγκεκριμένο, πρόσφατο αστικό φαινόμενο.

Τόσο στη ξένη όσο και στην ελληνική βιβλιογραφία εμφανίζονται και άλλοι περιγραφικοί όροι ανάλογα με το σχήμα και τα ειδικά χαρακτηριστικά κάθε περιοχής, όπως π.χ., «πολιτιστικό τρίγωνο», «πολιτιστικό πάρκο» (Evans 2004:79). Ο όρος «πολιτιστικό πέταλο» που χρησιμοποιείται στην πρόσφατη μελέτη του Αραβαντινού είναι άλλος ένας νεολογισμός που καλείται να περιγράψει μία συγκεκριμένη περιοχή² (Γιαννάρου 2006). Άλλοι όροι που χρησιμοποιούνται είναι «πόλοι», «συνοικίες», «συστάδες», «επίκεντρα» και «θύλακες» οι οποίοι προσπαθούν ουσιαστικά να αποδώσουν αντίστοιχες ξενόγλωσσες έννοιες. (Τσάρτας 2003:365, Κόνσολα 2006: Γοσποδίνη 2006).

Οι εννοιολογικές προσεγγίσεις διαφέρουν σημαντικά και δεν υπάρχει ένας επικρατέστερος ορισμός για τις πολιτιστικές περιοχές. Ο ορισμός που περιγράφει καλύτερα την έννοια της πολιτιστικής περιοχής όπως εξετάζεται στην παρούσα μελέτη είναι ο εξής:

«Οι πολιτιστικές περιοχές είναι αναμίξεις πολιτιστικών λειτουργιών και δράσεων, οι οποίες μπορεί να περιορίζονται στο χώρο ενός συγκροτήματος ή να αφορούν μια εκτεταμένη αστική περιοχή. Πολύ συνηθισμένη είναι η χρήση πρώην βιομηχανικών κτιρίων, χωρίς αυτό να αποκλείει και τη δημιουργία νέων κτιρίων. Σε αρκετές περιπτώσεις οι στρατηγικές αφορούν κατά κύριο λόγο τις πολιτιστικές και καλλιτεχνικές δραστηριότητες, συνδυάζονται πολύ συχνά όμως με υποδομές αναψυχής και διασκέδασης - μπαρ, εστιατόρια, χώροι συναυλιών, καταστήματα, κ.ά. (Mommias 2004:507).

Ένας περιγραφικός ορισμός είναι ο εξής: πρόκειται για αστικές περιοχές (συνήθως περιθωριακές ή πρώην βιομηχανικές) που προσελκύουν χρήσεις γης από το λεγόμενο «δημιουργικό τομέα» (πολιτιστικές επιχειρήσεις, μουσικές εταιρίες, καλλιτεχνικούς οργανισμούς, εστιατόρια και καφετέριες, κ.λπ.) και μετατρέπονται σε κοσμικές, ελκυστικές γειτονιές (Blanchini 1993, Ο' Connor 1998). Ένας πιο γενικός ορισμός, τον οποίο διατυπώνει ο Derrek Wynne και δείχνουν να

² Στη σχετική ελληνική αρθρογραφία μπορεί να εντοπίσει κανείς και άλλους περιγραφικούς όρους που έχουν καθιερωθεί για να τονίσουν ή να καυτηριάσουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά μιας πολιτιστικής περιοχής, όπως οι όροι «καλλιτεχνούπολη», «διασκεδασούπολη», «Αθηναϊκό Σόχο», «πιάτσα», «παραλιακή του χειμώνα», κ.ά.

αποδέχονται και οι περισσότεροι συγγραφείς, αναφέρει ότι ως πολιτιστικές περιοχές μπορούν να οριστούν οι γεωγραφικές περιοχές που διαθέτουν τη μεγαλύτερη συγκέντρωση πολιτιστικών χώρων και χώρων αναψυχής στα πλαίσια μιας πόλης (Wynne 1992, Evans 2004, Mommaas 2004, Greffe 2005, Pumhiran 2005).

Ο Greffe αναφέρει ότι η έννοια της πολιτιστικής περιοχής έχει τις ρίζες της στην ίδια τη φύση του πολιτιστικού προϊόντος, η οποία περιλαμβάνει συγκεκριμένες συχνά μεταβαλλόμενες συνθήκες παραγωγής τόσο στην περίπτωση των υλικών όσο και των άυλων πολιτιστικών προϊόντων. Η παραγωγή των προϊόντων αυτών εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το περιβάλλον και, επομένως, η χωρική τους διάσταση αποτελεί μία βασική μεταβλητή και η ιδιαίτερη φύση τους καθιστά πολύ σημαντική το πλεονέκτημα της γειτνίασης όταν αυτή βοηθάει τη δημιουργία νέων προϊόντων. Οι παραγωγοί τους επιλέγοντας να εγκατασταθούν σε μικρή απόσταση μεταξύ τους επωφελούνται από τις μη χρηματικές (ή και χρηματικές) συναλλαγές οι οποίες τους βοηθούν να ανανεώνουν διαρκώς τις γνώσεις και τις τεχνικές τους. Οι πολιτιστικές περιοχές προκύπτουν ως χώροι γειτνίασης που μεγιστοποιούν τα μέσα εξωγενούς (με την ανάπτυξη σε αγορές εκτός της περιοχής) και ενδογενούς (με τους συντελεστές παραγωγής να σχετίζονται με το συγκεκριμένο χώρο) ανάπτυξης (Greffe 2005: 11).

Ο Allen Scott περιγράφει τις πολιτιστικές περιοχές ως εξής: «Σε αυτές τις περιοχές, το μεγαλύτερο μέρος της δημιουργίας και παραγωγής πολιτιστικών προϊόντων πραγματοποιείται από μικρές καλλιτεχνικές επιχειρήσεις, των οποίων οι βασικές εργασιακές διαδικασίες ποικίλουν από χειρονακτική εργασία μέχρι περίπλοκες εργασίες με τη βοήθεια νέων τεχνολογιών» (Scott 2000:22). Ο ορισμός αυτός δεν επαρκεί για να περιγράψει όλους τους τύπους πολιτιστικών περιοχών, αφού παραλείπει το ρόλο των επιχειρήσεων αναψυχής (μπαρ, εστιατόρια, καταστήματα) τα οποία είναι απαραίτητα για να προσελκύσουν το κοινό.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει η συζήτηση σχετικά με την έννοια του πολιτιστικού clustering. Με δεδομένο ότι τα cluster ως έννοια έχουν ευρύτερη έννοια από ότι οι περιοχές, ο όρος χρησιμοποιείται όσον αφορά τον πολιτιστικό τομέα για να περιγράψει ένα ευρύτερο και πιο οργανωμένο σχήμα από ότι μια περιοχή. Όπως αναφέρεται στην προηγούμενη ενότητα, η επιχειρηματική έννοια του cluster παραπέμπει συχνά σε διαφορετικά σχήματα οργάνωσης, περιλαμβάνοντας ωστόσο και ορισμένες περιπτώσεις των πολιτιστικών περιοχών. Ο όρος χρησιμοποιείται ευρύτερα και για μη αστικές περιοχές³, ενώ υπάρχουν

³ Για παράδειγμα, αναφορές γίνονται σε πολιτιστικά cluster με θέμα τον κινηματογράφο (στούντιο, παραγωγοί, κλπ) τα οποία βρίσκονται εκτός πόλεων ή σε cluster οινοπαραγωγών που προβάλλονται ως πολιτιστικοί προορισμοί.

αρκετές περιπτώσεις που ένα cluster αφορά τη συνεργασία στα πλαίσια μιας περιφέρειας⁴ (Hitters and Richards 2002, Pumphiran 2005, McCarthy 2006).

B. Η εξέλιξη των πολιτιστικών περιοχών

Η έννοια των πολιτιστικών περιοχών δεν είναι καινούρια, αφού σε πολλές πόλεις εντοπίζονται πολιτιστικές περιοχές με μακρά ιστορία όπως το Σόχο του Λονδίνου, η Lower East Side της Νέας Υόρκης ή η Αριστερή Όχθη του Παρισιού. Οι περιοχές αυτές φαίνεται να έχουν προκύψει αυθόρμητα ή μέσα από μακροχρόνιες διαδικασίες οι οποίες έλαβαν χώρα παράλληλα με τη γενικότερη ανάπτυξη της πόλης. Η πρακτική ενθάρρυνσης της δημιουργίας πολιτιστικών περιοχών ως στρατηγική αναζωογόνησης της πόλης έγινε ιδιαίτερα δημοφιλής στις προσπάθειες «αστικής αναζωογόνησης» και τις σχετικές συζητήσεις, κυρίως τη δεκαετία του 1980 και συνδέεται με την έννοια του αστικού μάρκετινγκ. Εμφανίζεται δηλαδή παράλληλα με την απόρριψη των παλαιότερων πολεοδομικών και αστικών πολιτικών και την ανάδυση νέων προσεγγίσεων.

Ιδιαίτερα χρήσιμη είναι η δημιουργία πολιτιστικής περιοχής στις περιπτώσεις που η βιομηχανική ή βιοτεχνική δραστηριότητα αντικαθιστάται με ανάπτυξη υπηρεσιών, οι οποίες όμως δεν απαιτούν ούτε μεγάλους χώρους ούτε προσωπικό. Οι πολιτιστικές περιοχές προσφέρουν επίσης πολλές ευκαιρίες προβολής στα μέσα επικοινωνίας και μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως καινοτομικά στοιχεία στην τουριστική προβολή μιας πόλης (M. Miles 2004:40) Λόγω των χαμηλών ενοικίων και της ύπαρξης μεγάλων χώρων παραγωγής και αποθήκευσης, οι περιοχές χαρακτηρίζονται από την είσοδο επιχειρήσεων και οργανισμών του λεγόμενου δημιουργικού τομέα. Ουσιαστικά οι περιοχές αυτές δεν σχεδιάζονται αλλά διαμορφώνονται από τους ανθρώπους και τις επιχειρήσεις που βρίσκονται εκεί, ενώ σε ελάχιστες περιπτώσεις οι τοπικές αρχές παίζουν κάποιο σημαντικό ρόλο. Ένας από τους παράγοντες κλειδιά είναι τα άτυπα, εθελοντικά δίκτυα που σχηματίζονται μεταξύ των χρηστών (O'Connor 1996, Mommaas 2004).

Οι πρόσφατες περιπτώσεις ανάπτυξης πολιτιστικών περιοχών θεωρούνται από πολλούς επιστήμονες της πόλης ως τμήμα της τρίτης γενιάς αναπλάσεων στην Ευρώπη και στη Β. Αμερική (Καραμάνου 1997, Evans 2001). Το Temple Bar του Δουβλίνου είναι η περίπτωση που συναντάται συχνότερα στη σχετική βιβλιογραφία. Αντίστοιχα παραδείγματα έχουμε όμως και σε πολλές άλλες βρετανικές πόλεις (Λονδίνο, Σέφιλντ, Νότινγχαμ, Λέστερ) καθώς και σε πολλές ευρωπαϊκές (η περιοχή Ticinese στο Μιλάνο, το Veemarktkwartier στο Τίλμπουργκ, η περιοχή του Jordaan στο Άμστερνταμ, το Hoxton του Λονδίνου, το Prenzlauer

⁴ Αυτό συναντάται συχνά σε χρηματοδοτικά προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπου η δημιουργία cluster δεν απαιτεί την άμεση γειννίαση.

Berg του Βερολίνου, το Quartier Latin και το Halles στο Παρίσι, το Raval στη Βαρκελώνη, το Chiado στις Λισσαβόνα, κ.ά.). Το Πεκίνο το οποίο βρίσκεται σε μεταβατική περίοδο λόγω των πολιτικών και οικονομικών αλλαγών στη χώρα και της ανάληψης των Ολυμπιακών Αγώνων το 2008, έχει αποκτήσει πρόσφατα μία ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα πολιτιστική περιοχή σε μία εγκαταλειμμένη βιομηχανική περιοχή (βλ. Κεφ. 5). Η σύγκριση δεν είναι εύκολη αφού σε κάθε περίπτωση διαφέρουν τα μεγέθη, οι εθνικές νομοθεσίες, ο πληθυσμός, η γεωγραφική κεντρικότητα, η πολιτιστική οικονομία, η τουριστική δραστηριότητα, η χρηματοδότηση, κ.λπ. Επίσης σημαντικό είναι να καταγραφούν και οι περιπτώσεις που τα σχετικά εγχειρήματα κρίνονται ως μερικώς ή και ολοκληρωτικώς αποτυχημένα⁵.

Η ανάδυση ενός νέου προτύπου πολιτιστικών περιοχών ανιχνεύεται από πολλούς συγγραφείς σε διαφορετικές χώρες (Montgomery 2003, Mommaas 2004). Στη νέα γενιά πολιτιστικών περιοχών στις γερμανικές πόλεις αναφέρονται στο άρθρο τους (2004) και οι Ralph Ebert και Jorg Siegmann, προσδιορίζοντας ως βασικότερο χαρακτηριστικό των περιπτώσεων αυτών την ευρύτητα πολιτιστικών επιλογών και δραστηριοτήτων αναψυχής (ως παραδείγματα αναφέρουν το Kreativkai Münster και το Kulturachse Barmen – Wuppertal). Αντίθετα, η προηγούμενη γενιά πολιτιστικών περιοχών εστίαζαν στον υψηλό πολιτισμό, όπως καταδεικνύουν τα παραδείγματα του Kulturmeile («Πολιτιστικό Μίλι») της Φρανκφούρτης και των «περιοχών μουσείων». Οι πολιτιστικές περιοχές οι οποίες προκύπτουν λόγω «πολιτιστικής συγκέντρωσης» (cultural clustering) αποτελούν τα τελευταία χρόνια μια από τις πλέον χαρακτηριστικές πρακτικές στο πεδίο των σύγχρονων πολιτιστικών πολιτικών στην πόλη, αποτελώντας συχνά την αιχμή του δόρατος στις προσπάθειες αστικής αναγέννησης (Montgomery 2003:294-306, Evans 2004, Pumhiran 2005:2). Οι πολιτιστικές περιοχές συγκροτούνται συνήθως από μικρομεσαίες και μικρές πολιτιστικές επιχειρήσεις ή μεμονωμένους καλλιτέχνες, γραφίστες, αρχιτέκτονες, παραγωγούς, κ.λπ., οι οποίοι εργάζονται σαν ελεύθεροι επαγγελματίες ή βάσει βραχυχρόνιων συμβάσεων με εταιρίες και οργανισμούς. Συμπληρωματικά μπορεί να υπάρχουν και μουσεία, πολιτιστικοί οργανισμοί, τουριστικές επιχειρήσεις και επιχειρήσεις αναψυχής, λειτουργώντας έτσι σαν «δημιουργικές νησίδες» μέσα στην πόλη⁶. Η ύπαρξη πολιτιστικών περιοχών θεωρείται πλέον απαραίτητη από τις αστικές διοικήσεις των σύγχρονων πόλεων λόγω των πολλαπλών πλεονεκτημάτων που επιφέρουν στην εικόνα, την

⁵ βλ. Κεφ. 6.

⁶ Στη σχετική βιβλιογραφία χρησιμοποιείται συχνά το αναπτυξιακό μοντέλο της Τρίτης Ιταλίας για να περιγραφεί ο τρόπος με τον οποίο οι μικρές επιχειρήσεις συγκεντρώνονται σε περιοχές δημιουργώντας αντίστοιχες οικονομίες κλίμακας (Χατζημιχάλης 1992, Pumhiran 2005:2).

οικονομική ζωή, στην τοπική πολιτιστική σκηνή και στον τουριστικό τομέα (Florida 2004).

Η έμφαση που δίνεται στις περιοχές αυτές στην πολιτιστική επιχειρηματικότητα και την ανεξάρτητη δημιουργία σηματοδοτεί μία στροφή στην αντίληψη για την πολιτιστική ανάπτυξη της πόλης: από την αντίληψη ότι ο πολιτισμός της πόλης βασίζεται αποκλειστικά στα μουσεία και την πολιτιστική κληρονομιά περνάμε σε μια νέα αντίληψη όπου η σύγχρονη πολιτιστική παραγωγή κατέχει εξίσου σημαντικό ρόλο. Τέλος, εφόσον οι πόλεις καθίστούν ολοένα και πιο δημοφιλείς τουριστικοί προορισμοί, οι πολιτιστικές περιοχές τείνουν να αποτελούν πόλους συγκέντρωσης τουριστών.

Στην Ελλάδα παραδείγματα πολιτιστικών περιοχών μπορεί να διακρίνει κανείς κυρίως στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη (Πλάκα, Οδός Πειραιώς, Ψυρή, Γκάζι, Μεταξουργείο, Λαδάδικα). Αυτό που κυρίως χαρακτηρίζει τις περιπτώσεις αυτές, παρά την όποια εμπορική επιτυχία τους, είναι η αμήχανη στάση των κρατικών και τοπικών αρχών, η απουσία συνεργασίας και συνολικής προβολής, αλλά και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι πρώιμες προσπάθειες ποιοτικής ανάπλασης (ψεύτικο περιβάλλον, κορεσμός). Αν και δεν εμφανίζεται στον ελληνικό χώρο μία οργανωμένη προσπάθεια πολιτιστικής συγκέντρωσης, οι περιπτώσεις πολιτιστικών που παρουσιάζονται στο 2^ο μέρος της διατριβής έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον.

Κοινή τάση με αυτή των πολιτιστικών περιοχών, αποτελεί η τάση των λεγόμενων «πολιτιστικών πολυχώρων», δηλαδή κτιρίων μεγάλης επιφάνειας που συνδυάζουν διαφορετικές πολιτιστικές χρήσεις και χρήσεις αναψυχής, είναι ιδιαίτερα δημοφιλής. Αν και παρουσιάζει σε ορισμένες περιπτώσεις κοινά χαρακτηριστικά με μία πολιτιστική περιοχή, η κλίμακα είναι μικρότερη και δεν αποτελούν συγκεντρώσεις επιχειρήσεων. Οι χρήσεις συνήθως υπόκεινται στην ίδια διοίκηση, σε ορισμένες περιπτώσεις όμως οι χώροι μπορεί να ενοικιάζονται⁷. Συχνά, οι πολυχώροι έχουν δημιουργηθεί με τη βοήθεια προγραμμάτων επιδότησης, γεγονός που ενδεχομένως δημιουργεί και πολιτικές εξαρτήσεις. Από την άλλη πλευρά πολλοί από τους χώρους αυτούς εκφράζουν εναλλακτικές απόψεις σχετικά με την τέχνη και την οικονομική διαχείριση των πολιτιστικών αγαθών. Οι περιπτώσεις των πολυχώρων διαφέρουν σημαντικά μεταξύ τους: το Canary Wharf (Λονδίνο) το Kulturfabrik (Βερολίνο), το Westergasfabriek (Άμστερνταμ), το Brandts Klaedefabrik (Κοπεγχάγη), το Die Hackeschen Höfe (Βερολίνο), η Extra City (Αμβέρσα), το Le Lieu Unique (Νάντη), το Palais de Tokyo (Παρίσι), είναι ορισμένα παραδείγματα διαφορετικών πολυχώρων. Ένα ιδιαίτερα

⁷ Σε περίπτωση που η ενοίκιαση αφορά πολλούς διαφορετικούς χώρους σε ένα εκτεταμένο κτίριο η περίπτωση προσομοιάζει περισσότερο με πολιτιστική περιοχή παρά με πολυχώρο (βλ. επόμενο κεφάλαιο).

επιτυχημένο παράδειγμα, το οποίο αφορά ένα μνημείο βιομηχανικής κληρονομιάς, είναι η διαμόρφωση του Gasometer (Γκάζι) στην πόλη Duisburg της Γερμανίας. Το εργοστάσιο μετά την αναστολή των λειτουργιών του αξιοποιήθηκε από την πόλη, η οποία ίδρυσε μια εταιρία (με μορφή Ε.Π.Ε.) με κύρια αρμοδιότητα τη μετατροπή του Gasometer ως ένα από τα πιο ενδιαφέροντα εκθεσιακά κέντρα της Ευρώπης⁸ (Heinze 2002). Στην Ελλάδα ο χώρος του Μύλου στη Θεσσαλονίκη θεωρείται πρωτοποριακή περίπτωση και βέλτιστη πρακτική. Πρόκειται για το χώρο ενός βιομηχανικού μύλου ο οποίος διατηρούσε σε πολύ καλή κατάσταση τόσο το κτιριακό κέλυφος όσο και το βιομηχανικό του εξοπλισμό του. Πολύ γνωστές περιπτώσεις αποτελούν το Γκάζι (Τεχνόπολη Δ. Αθηναίων), η Αθηναΐδα, το Πάνθεον, το Επί Κολωνώ κ.ά. στην Αθήνα. Στην Ελλάδα αναπαράγονται οι διαφοροποιήσεις που εμφανίζονται και στο εξωτερικό και υπάρχει διαχωρισμός σε mainstream και εναλλακτικούς χώρους (π.χ., Bios). Νέοι χώροι αναμένονται στην Πάτρα (Μύλοι Λαδοπούλου), στο Βόλο (Κεραμοποιία Τσαλαπατά) αλλά και στην Αθήνα (Πειραιώς 260, Τσαούσογλου).

Γ. Χαρακτηριστικά της πολιτιστικής περιοχής

Οι ορισμοί που παρουσιάζονται παραπάνω δεν επαρκούν για να περιγράψουν πλήρως το ιδιαίτερο καθεστώς των πολιτιστικών περιοχών. Ο Montgomery στα άρθρα του δεν υιοθετεί έναν συγκεκριμένο ορισμό, αλλά ορίζει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει μία πολιτιστική περιοχή (Montgomery 2003:294-306). Πρωταρχικό αξίωμα είναι να υπάρχει στην περιοχή πολιτιστική δραστηριότητα. Κατόπιν θεωρεί ότι υπάρχουν τρεις βασικές ομάδες χαρακτηριστικών:

- Α. Δραστηριότητα – οικονομική, πολιτιστική, κοινωνική,
- Β. Χωρική Διάρθρωση – σχέσεις μεταξύ κτιρίων και χρήσεων,
- Γ. Περιεχόμενο – η αίσθηση της περιοχής, η κληρονομιά και η ιστορία.

Πιο συγκεκριμένα, θεωρεί απαραίτητα τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- ο Δραστηριότητα
 - ανάμιξη κύριων και δευτερευουσών χρήσεων
 - αριθμός και ποικιλομορφία πολιτιστικών χώρων και δραστηριοτήτων
 - ύπαρξη επιχειρήσεων αναψυχής⁹

⁸ Ήδη έχουν φιλοξενηθεί πολλές εκθέσεις, όπως η "der Traum von Sehen" το 1998, η οποία ήταν ένα ταξίδι στην ιστορία της τηλεόρασης, με χρήση νέων τεχνολογιών (Ίντερνετ, 3D).

⁹ Ο συγγραφέας αναφέρεται στην ύπαρξη «βραδυνής οικονομίας» (evening economy) εννοώντας την ύπαρξη μπαρ, καφέ, κ.λπ.

- δυναμική παρουσία μικρών επιχειρήσεων, περιλαμβανομένων των πολιτιστικών
- πρόσβαση σε υπηρεσίες εκπαίδευσης
- ο Χωρική Διάρθρωση
 - ιδιαίτερη αστική μορφολογία
 - κτιριακή ποικιλομορφία και καταλληλότητα
 - πρόσβαση και εύκολη μετακίνηση
 - ευανάγνωστο τοπίο
 - ύπαρξη δημόσιων χώρων
 - ανακαινισμένες κτιριακές προσόψεις
- ο Περιεχόμενο
 - σημαντικοί χώροι συνάθροισης
 - αίσθηση ιστορικότητας
 - ιδιαίτερη ταυτότητα και εικόνα της περιοχής
 - πληροφόρηση και δημοσιότητα
 - ιδιαίτερος σχεδιασμός και αρχιτεκτονική

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά δημιουργούν ωστόσο και ορισμένα ερωτήματα με δεδομένο ότι δεν εμφανίζονται σε όλες τις πολιτιστικές περιοχές. Στην προσπάθεια να εντοπιστούν ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά που αφορούν κάθε πολιτιστική περιοχή ανεξαρτήτως από μέγεθος και λειτουργικότητα, μπορούν να χρησιμοποιηθούν τέσσερις κύριες θεματικές. Αυτές είναι οι πολιτιστικές επιχειρήσεις και οργανισμοί, το «πολιτιστικό» ή «δημιουργικό» περιβάλλον (και η συνακόλουθη συζήτηση σχετικά με την αυθεντικότητα), η επισκεψιμότητα και η πολιτιστική βιωσιμότητα. Πιο αναλυτικά:

ι. Πολιτιστικές Επιχειρήσεις και Οργανισμοί

Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις βρίσκονται στο επίκεντρο των εξελίξεων και κατέχουν κεντρικό ρόλο στην ανάπτυξη των πολιτιστικών περιοχών. Η δημιουργία και η διατήρηση του κατάλληλου κλίματος (creative milieu) μέσα στο οποίο μπορούν να αναπτυχθούν οι νέες πολιτιστικές επιχειρήσεις δεν αποτελεί καθόλου εύκολη υπόθεση, αφού απαιτεί την άμεση συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων πλευρών. Στις περιπτώσεις των πολιτιστικών περιοχών εμπλέκονται φορείς και επιχειρήσεις από τον δημόσιο, τον ιδιωτικό και τον εθελοντικό τομέα (Mommmaas 2004:507-8). Ο όρος «πολιτιστικές επιχειρήσεις» χρησιμοποιείται με την ευρύτερη του έννοια περιλαμβάνοντας και οργανισμούς, μη κερδοσκοπικές εταιρίες, δηλαδή όλους τους τομείς των «πολιτιστικών βιομηχανιών». Χρησιμοποιώντας τον όρο πολιτιστικές επιχειρήσεις αποφεύγεται

η αναπαραγωγή του διαχωρισμού μεταξύ υψηλής τέχνης και λαϊκής κουλτούρας και τονίζεται η κοινή τους βάση. Ο ορισμός περιλαμβάνει και τις «παραδοσιακές» τέχνες και τις «κλασικές» πολιτιστικές βιομηχανίες. Επίσης περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες που αφορούν την παραγωγή και διακίνηση αγαθών, που σχετίζονται με την καλλιτεχνική δημιουργία και την πολιτιστική καινοτομία συμβολικών αγαθών. Τέτοιες δραστηριότητες είναι ο κινηματογράφος, η λογοτεχνία, οι εκδόσεις, το θέατρο, η δισκογραφία, οι συναυλίες, οι παραστάσεις, η μόδα, το design, η αρχιτεκτονική, τα ΜΜΕ, οι εικαστικές τέχνες, τα μουσεία, οι αίθουσες τέχνης και η χειροτεχνία (O'Connor 1999).

Η σημασία των επιχειρήσεων αυτών όσον αφορά την ελκυστικότητα των πόλεων στους πολιτιστικούς καταναλωτές είναι μεγάλη, είτε πρόκειται για τους κατοίκους, είτε για επισκέπτες ή για επιχειρήσεις και επενδυτές. Όπως ήδη αναφέρθηκε, πολλά καινοτομικά προγράμματα αστικής ανάπτυξης ενθαρρύνουν την εγκατάστασή τους και προσφέρουν πλέον ευκαιρίες και ειδική μεταχείριση στις πολιτιστικές επιχειρήσεις.

Ένα από τα κυριότερα στοιχεία των πολιτιστικών περιοχών είναι η ανάπτυξη οικονομικών κλίμακας, αφού η συνύπαρξη σχετικών επιχειρήσεων λειτουργεί ευεργετικά. Ιδιαίτερη βαρύτητα για την εκκίνηση μιας πολιτιστικής περιοχής μπορεί να έχει μία σημαντική πολιτιστική επένδυση, όπως συνέβη στην περίπτωση του Museumsquartier στη Βιέννη και του Raval στη Βαρκελώνη (παρουσιάζονται στο επόμενο κεφάλαιο). Ως μοντέλο για αυτόν τον τύπο ανάπτυξης της πολιτιστικής περιοχής λειτουργεί η περίπτωση της ανάπτυξης του Beaubourg στο Παρίσι, με το πολιτιστικό κέντρο Pompidou να επιφέρει την αναβάθμιση ολόκληρης της περιοχής (Evans 2007:7). Σε άλλες περιπτώσεις ωστόσο, η μεγάλη πολιτιστική επένδυση απουσιάζει και αντίστοιχο ρόλο αναλαμβάνει μία συσπειρωμένη ομάδα από πολιτιστικές επιχειρήσεις και οργανισμούς.

Η δημιουργία συλλογικοτήτων και δικτύων προσφέρει επιπλέον οφέλη αφού βοηθά στο συντονισμό, στην επίλυση προβλημάτων, στη στήριξη νέων επιχειρήσεων και στην από κοινού προβολή τους. Μεγάλη σημασία έχει η προσωπική επαφή και η γειτνίαση, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν είναι σημαντικός ο ρόλος του διαδικτύου αφού μπορεί να αποτελέσει τη βάση αναφοράς για το προγραμματισμό και την αλληλεπίδραση. Οι τύποι διασύνδεσης μεταξύ των φορέων σε μια πολιτιστική περιοχή μπορεί να είναι οριζόντιες, κάθετες και διαγώνιες (Russo 2000).

Η σημασία των πολιτιστικών επιχειρήσεων για την τοπική οικονομία μιας πολιτιστικής περιοχής μπορεί να αναλυθεί σε 4 παραμέτρους:

Πρώτον, οι πολιτιστικές επιχειρήσεις συνεισφέρουν άμεσα στην αύξηση της απασχόλησης και του εισοδήματος, μέσα από τη δημιουργία, διανομή και πώληση

αγαθών και υπηρεσιών, καθώς και μέσα από τη δημιουργία εισροών για άλλους κλάδους. Αυτή είναι ουσιαστικά η κύρια συνεισφορά τους στην τοπική οικονομία, αν και δεν πρέπει να παραβλέπεται η σημασία των υπολοίπων τριών.

Δεύτερον, ορισμένες πολιτιστικές επιχειρήσεις αποτελούν αξιοθέατα ή μέρος συγκεκριμένων αξιοθέατων προσελκύοντας επισκέπτες και δημιουργούν κατά αυτόν τον τρόπο ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες (διαμονή, εστίαση, μεταφορές, κ.ά.). Η σημασία τους στη λειτουργία και προβολή της πόλης ως υπερτοπικός πόλος αναψυχής, τουρισμού και πολιτισμού θεωρείται καίρια.

Τρίτον, πολλές από τις πολιτιστικές επιχειρήσεις συμβάλλουν στη βελτίωση της ποιότητας ζωής και αποτελούν έτσι απαραίτητο στοιχείο των υποδομών μιας περιοχής ή μιας περιφέρειας, προσελκύοντας κατοίκους, επενδύσεις, φοιτητές, κ.λπ.

Τέταρτον, ορισμένες πολιτιστικές επιχειρήσεις μπορούν να δημιουργήσουν ένα γενικότερο ενδιαφέρον για την περιοχή ή την περιφέρεια, να «τη βάλουν στον χάρτη», καθιστώντας την εικόνα της ελκυστική, τονίζοντας την τοπική ταυτότητα (Pratt 1997). Αυτό συνδέεται με μία από τις βασικές επιδιώξεις των πολιτιστικών περιοχών, που είναι η δημιουργία τοπικής πολιτιστικής σκηνής (π.χ., μουσικής, εικαστικής) με υπερτοπική αναγνωρισιμότητα.

ii. Δημιουργικό Περιβάλλον και Αυθεντικότητα

Η έννοια της δημιουργικής ατμόσφαιρας ή του δημιουργικού περιβάλλοντος στις περιπτώσεις των πολιτιστικών περιοχών έχει κεντρικό ρόλο και διαφοροποιείται σαν έννοια από τις περιπτώσεις που χρησιμοποιείται σε άλλους κλάδους. Όπως αναφέρθηκε και σε άλλα μέρη της παρούσας διατριβής, τα πρότυπα πολιτιστικής κατανάλωσης και οι προτιμήσεις των καταναλωτών πολιτιστικών δραστηριοτήτων και αγαθών, εμφανίζονται διαφοροποιημένα στο πλαίσιο του μεταμοντέρνου τρόπου ζωής. Η πόλη συχνά μετατρέπεται σε ένα «θεματικό πάρκο» για την ικανοποίηση των απαιτήσεων αποτελώντας πλέον επίκεντρο αυθεντικών εμπειριών, μίξης πολιτισμών, αρχιτεκτονικών πειραματισμών κ.ά. (Featherstone 1991, Λεοντίδου 2005). Λόγω της επίδρασης της παγκοσμιοποίησης και της μαζικής παραγωγής πολιτιστικών αγαθών, η αξία της αυθεντικότητας ή ακόμα και της κατασκευασμένης αυθεντικότητας αποτελεί σημαντικό παράγοντα ζήτησης. Το πολιτιστικό ή τουριστικό προϊόν διαμορφώνεται με βάση μια αμφίδρομη διαδικασία προσφοράς και ζήτησης η οποία αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα που καλείται να αντιμετωπίσει η τοπική αστική πολιτική, αφού καθορίζονται έτσι τα ιδιαίτερα χωρικά και αναπτυξιακά χαρακτηριστικά των πολιτιστικών περιοχών (McKercher κ.ά. 2002). Ήδη, τα

διάφορα κινήματα που εναντιώνονται στην ομογενοποίηση, όπως αυτό του Slow Food¹⁰, καταδεικνύουν την τάση για αναζήτηση εναλλακτικών προτύπων.

Οι θεωρητικές αναζητήσεις του θέματος της αυθεντικότητας συνδέονται άμεσα με την ταυτότητα όπως αυτή διαμορφώνεται από την παγκοσμιοποίηση και το μεταμοντερνισμό. Ο Δεμερτζής αναφέρεται σε δύο διαμετρικά αντίθετες απόψεις σχετικά με αυτό το θέμα, στην αισιόδοξη άποψη του Featherstone ότι «ολόένα και περισσότερο σήμερα οι άνθρωποι μπορούν να ζήσουν ευτυχισμένα μέσω πολλαπλών ταυτοτήτων» και την απαισιόδοξη άποψη των Berger και Luckmann ότι η άρση των αυτονόμων της νεωτερικότητας επιφέρει συλλήβδην κρίση ταυτότητας και νοήματος (Δεμερτζής 2006:6). Ο Sennett ο οποίος καταπιάνεται με το θέμα του δημόσιου και ιδιωτικού χώρου αναφέρει ότι δεν είναι αρκετό να αισθάνεται κανείς στο δημόσιο χώρο «γνήσια», ακριβώς διότι από το συναίσθημα αυτό δεν έπεται ότι η έκφραση και η δημόσια συμπεριφορά θα ακολουθήσει αυτομάτως. Η έκφραση, λοιπόν, της αυθεντικότητας, είναι ζήτημα τέχνης και πολιτισμού, κάτι στο οποίο το υποκείμενο θα όφειλε να ασκηθεί (Δεμερτζής 2006:13).

Το ζητούμενο της εμπορευματοποίησης των πολιτιστικών πόρων μιας πόλης αναμφισβήτητα έχει αρνητικές συνέπειες και οδηγεί στην πολιτιστική αλλοτρίωση. Αντίθετα επιδιώκεται η αυθεντικότητα, η οποία έχει ιδιαίτερη βαρύτητα τόσο στον τουριστικό σχεδιασμό γενικά, όσο και στην περίπτωση των πολιτιστικών περιοχών ειδικότερα. Η έννοια της αυθεντικότητας σχετίζεται άμεσα με την ιστορική συνέχεια μεταξύ της πολιτιστικής κληρονομιάς και του αστικού πολιτισμού και της πραγματικότητας που βιώνουν οι σημερινοί επισκέπτες. Η συνέχεια αυτή μπορεί να βιωθεί μέσα από πολιτιστικά δρώμενα και αναβίωση στοιχείων του παρελθόντος (Schulze 1992). Η αλληλεπίδραση των επισκεπτών με τους τόπους που επισκέπτονται είναι σημαντική για την κατανόηση και αφομοίωση των εθίμων, του τρόπου ζωής, της κληρονομιάς, της ιστορίας, κ.λπ. Από την άλλη πλευρά, η αναζήτηση της αυθεντικότητας συνδέεται με τον κίνδυνο της δημιουργίας ενός ψεύτικου, προκατασκευασμένου περιβάλλοντος, ενός περιβάλλοντος «Ντίσνεϋλαντ» (Zukin 1995).

Η μεταμοντέρνα λογική επιβάλλει τη θεατρική αυθεντικότητα (staged authenticity) η οποία οδηγεί στην κατασκευή μιας νέας πραγματικότητας, αποτελώντας μια νέα ανάγνωση της πολιτιστικής κληρονομιάς και του αστικού τοπίου – η νέα αυτή πραγματικότητα μπορεί κάλλιστα να χρησιμοποιηθεί για την προβολή της πόλης. (Chabra and Healy 2003:705-708). Η έννοια της θεατρικής αυθεντικότητας αναφέρεται στις περιπτώσεις που οι κάτοικοι που υποδέχονται τους

¹⁰ Πρόκειται για ένα κίνημα που αναπτύχθηκε στις δυτικές χώρες εναντίον του fast food και υπέρ των παραδοσιακών τρόπων παραγωγής και κατανάλωσης. Τελευταία μάλιστα έχει δημιουργηθεί και αντίστοιχο κίνημα για τις πόλεις με το όνομα slow cities.

τουρίστες θέτουν τον πολιτισμό τους, συμπεριλαμβάνοντας και τον εαυτό τους, στη διάθεση του τουριστικού προϊόντος με σκοπό να δημιουργήσουν ένα ελκυστικό πακέτο.

Η κληρονομιά μιας περιοχής χρησιμοποιείται πλέον με τρόπο ώστε να προσελκύει επισκέπτες και τουρίστες, οι οποίοι να την εκλαμβάνουν ως μια αυθεντική εμπειρία, με εκπαιδευτικές ή ψυχαγωγικές διαστάσεις. Το ζητούμενο δεν είναι η αυθεντικότητα καθαυτή αλλά ο τρόπος με την οποία την αντιλαμβάνεται ως πραγματικότητα ο κάθε επισκέπτης. Η ιστορία, επομένως αναπαράγεται μέσα από μνήμες, τοπία, μνημεία και αντικείμενα για να εξυπηρετήσει τις σύγχρονες ανάγκες, χωρίς να είναι απαραίτητο όλα τα στοιχεία να είναι αυθεντικά, αρκεί ο συνδυασμός τους να προκαλεί νοσταλγικά συναισθήματα (Urry 1990,1995, Waitt 2000, Chhabra κ.ά. 2003, Steiner and Reisinger 2006).

Από την άλλη πλευρά η αναβίωση της παράδοσης και ο λαϊκισμός είναι δύο αλληλένδετες έννοιες. Ο Χόμπσμπάουμ στο βιβλίο «Η επινόηση της παράδοσης» αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο η παράδοση και ο πολιτισμός ουσιαστικά τροποποιείται ή επανασυστήνονται δημιουργώντας νέες συλλογικές παραδόσεις των οποίων οι αυθεντικές ρίζες συχνά παραποιούνται ή εξιδανικεύονται (Χόμπσμπάουμ 1997). Η διαδικασία αυτή περιγράφεται συχνά ως «ανακύπτουσα αυθεντικότητα», μία δυναμική διαδικασία η οποία θεωρεί την αυθεντικότητα διαπραγματεύσιμη αφού ένα πολιτιστικό προϊόν ή μία παραδοσιακή δραστηριότητα που ουσιαστικά επαναπροσδιορίζεται ή επινοείται από την αρχή (Hobsbawm and Ranger 2004).

iii. Επισκεψιμότητα

Με δεδομένο το γεγονός ότι οι πολιτιστικές περιοχές βασίζονται στην επιχειρηματικότητα, ο αριθμός των επισκεπτών και η κατά κεφαλήν δαπάνη στην περιοχή αποτελεί ένα σημαντικό δείκτη επιτυχίας ή αποτυχίας. Το χαρακτηριστικό αυτό δεν αφορά όλες τις πολιτιστικές επιχειρήσεις, αλλά κυρίως αυτές που κατηγοριοποιούνται στην πολιτιστική κατανάλωση (DuGay 1995). Ωστόσο, οι απόλυτοι αριθμοί των επισκεπτών δεν δίνουν την πλήρη εικόνα, αφού πρέπει να υπολογιστούν ορισμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά, όπως οι προτιμήσεις, ο λόγος επίσκεψης, ο τόπος προέλευσης, κ.λπ. Ιδιαίτερο ρόλο έχουν στις περισσότερες περιπτώσεις και οι ίδιοι οι κάτοικοι της περιοχής και η συμμετοχή τους στις πολιτιστικές δραστηριότητες ή τις δραστηριότητες αναψυχής.

Ένα πολύ σημαντικό στοιχείο είναι το «ωράριο» μιας πολιτιστικής περιοχής, δηλαδή οι λειτουργίες και ο αριθμός των επισκεπτών που χαρακτηρίζουν τα χρονικά διαστήματα της ημέρας. Κύριος σκοπός είναι η συνεχής λειτουργία της περιοχής όλη την ημέρα στα πρότυπα της έννοιας της «24ωρης πόλης» (βλ. Lovatt

and O'Connor 1994). Στο πλαίσιο αυτό, η επίλυση θεμάτων ασφάλειας, καταπολέμησης της εγκληματικότητας, φωτισμού, πάρκινγκ, κ.ά. αποκτούν επιτακτικό χαρακτήρα. Αντίθετα ως αρνητικό χαρακτηριστικό εμφανίζεται η έμφαση στη «νυχτερινή οικονομία» (night time economy) και η ερήμωση της περιοχής στη διάρκεια της ημέρας. Όπως περιγράφεται και στις μελέτες περιπτώσεων, ένας από τους κινδύνους των περισσότερων πολιτιστικών περιοχών, είναι ο υπερκορεσμός λόγω της μεγάλης επισκεψιμότητας σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους (π.χ., βράδυ Σαββάτου, μεσημέρι Κυριακής) που οδηγεί συχνά στην απαξίωση της περιοχής.

iv. Η έννοια της «πολιτιστικής βιωσιμότητας» και οι πολιτιστικές περιοχές.

Ο κύκλος ζωής κάθε πολιτιστικής περιοχής δεν είναι σταθερός: υπόκειται σε περιόδους ακμής και παρακμής χωρίς ωστόσο να εμφανίζεται ένα συγκεκριμένο πρότυπο ή μοντέλο¹¹. Η θέση ότι κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων ή cluster αντιμετωπίζει μοιραία το στάδιο της παρακμής –όπως αποδεικνύεται σε πολλές περιπτώσεις- φαίνεται να επιβεβαιώνεται. Οι περιπτώσεις που οι πολιτιστικές περιοχές και αντίστοιχες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα είναι αρκετές (αν και συχνά δεν προβάλλονται στη σχετική βιβλιογραφία). Η βιωσιμότητα μιας πολιτιστικής περιοχής δεν πρέπει να θεωρείται δεδομένη: προβλήματα όπως ο κορεσμός, οι συγκρούσεις, οι εκτοπισμοί, η ελλιπής προβολή, οι κερδοσκοπικές πιέσεις και η παρανομία μπορούν να οδηγήσουν στην απαξίωση.

Επομένως η πολιτιστική βιωσιμότητα αποτελεί κύριο στόχο και επιθυμητό χαρακτηριστικό των πολιτιστικών περιοχών. Αν και η έννοια της βιωσιμότητας συνδέεται πολύ συχνά με την ανάγκη της δημόσιας παρέμβασης και του ελέγχου, αυτό δεν ισχύει σε τόσο μεγάλο βαθμό στον πολιτιστικό τομέα όπου η βιωσιμότητα των καλλιτεχνών και της πολιτιστικής σκηνής δεν θα έπρεπε να στηρίζεται αποκλειστικά στο δημόσιο γραφειοκρατικό μηχανισμό (Russo 2000, Roodhouse 2006). Είναι σαφές ωστόσο ότι η πολιτιστική βιωσιμότητα μπορεί να προαχθεί μέσα από συγκεκριμένες στρατηγικές επιλογές σε επίπεδο πολιτιστικής περιοχής όπου συχνά η διακριτική παρέμβαση του δημόσιου τομέα είναι απαραίτητη.

Δ. Οι κύριες προβληματικές και απειλές για τις πολιτιστικές περιοχές

Οι πολιτιστικές περιοχές ήδη από την δεκαετία του 1980 υπήρξαν το στοιχείο που συνέδεε την έννοια της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας με την έννοια της αστικής αναγέννησης. Στη Βόρεια Αμερική οι πολιτιστικές περιοχές συνδυάστηκαν περισσότερο με την κυριαρχία της κατανάλωσης και την παράλληλη

¹¹ Σύμφωνα με τον Russo, αλλά και τον Santagata, ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για τις πολιτιστικές περιοχές (Russo 2000, Santagata 2002).

ανάπτυξη χώρων γραφείου, ενώ στις πόλεις της Δυτικής Ευρώπης (π.χ. στη Βρετανία) η έμφαση δόθηκε κυρίως στην πολιτιστική παραγωγή (O'Connor 2001). Περιοχές οι οποίες χαρακτηρίζονταν από εγκατάλειψη -κυρίως γύρω από το εμπορικό κέντρο (CBD)- γίνονταν στόχοι για νέες πολιτιστικές χρήσεις με βάση μια νέα αντίληψη για μικτές χρήσεις σε αντιπαραβολή προς την πρακτική της ζωνοποίησης (zoning). Οι μικτές αυτές χρήσεις συνδυάστηκαν με νέα πολύπλοκα προβλήματα τα οποία απαιτούν ιδιαίτερη αντιμετώπιση.

Τα πιο σημαντικά προβλήματα μπορούν να παρουσιαστούν σε τέσσερις βασικούς άξονες. Ο πρώτος άξονας αφορά τα *θέματα σχεδιασμού και διοίκησης*. Το κύριο ερευνητικό ερώτημα όσον αφορά τις πολιτιστικές περιοχές και τις πολιτικές πολιτιστικής συγκέντρωσης (cultural clustering), αλλά και γενικότερα την αστική πολιτιστική πολιτική, είναι ο βαθμός στον οποίο μπορούν να συνυπάρξουν ο πολιτισμός και ο προγραμματισμός. Οι περισσότεροι θεωρητικοί συμφωνούν ότι ο πολιτισμός δεν μπορεί να υπάρξει αντικείμενο προγραμματισμού όπως συμβαίνει στην περίπτωση της κατασκευής ενός δρόμου ή μιας γέφυρας (Leslie 2005: 405). Αυτό ισχύει κατά μεγάλο βαθμό και για τις πολιτιστικές περιοχές, αφού οι πλέον γνωστές ιστορικές πολιτιστικές περιοχές, όπως το SoHo και η Μονμάρτη δεν προγραμματίστηκαν αλλά προέκυψαν αυθόρμητα (Moommaas 2004: 521). Η ιδιαιτερότητα της ανάπτυξης των πολιτιστικών περιοχών είναι ότι βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στον αυθόρμητο, ανοργάνωτο και «περιθωριακό» χαρακτήρα τους. Οι καλλιτέχνες και οι πολιτιστικές επιχειρήσεις δεν ελκύονται από οργανωμένες εμπορικές περιοχές και, συχνά, όταν συνειδητοποιήσουν ότι οι περιοχές πλέον λειτουργούν εμπορικά τις εγκαταλείπουν. Επίσης, οι πολιτιστικές επιχειρήσεις έχουν την ανάγκη ενός σύνθετου δικτύου επαγγελματιών σε μικρή απόσταση και δεν μπορούν να λειτουργήσουν σε μία περιοχή όπου υπάρχουν μόνο πολιτιστικές επιχειρήσεις (Moommaas 2004:522-3). Επομένως η χάραξη στρατηγικής πρέπει να στηρίζεται στην εξισορρόπηση των δράσεων παρεμβατικού χαρακτήρα και της αυθόρμητης ανάπτυξης.

Ένας δεύτερος αλληλένδετος άξονας αφορά τα *θέματα πολιτιστικού προγραμματισμού και δημιουργικού περιβάλλοντος*. Πώς μπορεί να διατηρηθεί και να προβληθεί το καλλιτεχνικό – δημιουργικό κλίμα μιας περιοχής; Γενικά, αποτελεί κοινή διαπίστωση ότι δεν μπορεί να σχεδιαστεί ή να προγραμματιστεί το «κλίμα» που ευνοεί την ανάπτυξη μιας πολιτιστικής περιοχής. Το γεγονός αυτό δεν σημαίνει ότι απαξιώνεται ο πολιτιστικός προγραμματισμός. Ορίζοντας τα δύο άκρα, δηλαδή τον ολοκληρωτικό παρεμβατισμό στον πολιτιστικό τομέα και την έλλειψη πολιτικής μπορεί κανείς να κινηθεί μεταξύ διαφορετικών τύπων παρεμβάσεων και σεναρίων. Αρκετοί συγγραφείς διαφωνούν με το βασικό συμπέρασμα της Zukin, ότι η συνύπαρξη οικονομίας και πολιτισμού σε μία πόλη οδηγούν μοιραία στην

εξάρτηση του πολιτισμού από τις δυνάμεις της αγοράς (Zukin 1997). Αντίθετα υποστηρίζουν ότι μπορούν να υποβοηθηθούν οι συνθήκες που οδηγούν στη δημιουργία ενός θετικού «πολιτιστικού κλίματος».

Ο τρίτος άξονας αφορά τα *θέματα εκτόπισης και κερδοσκοπικών πιέσεων*. Μπορεί να προληφθεί το πρόβλημα του εκτοπισμού; Ποιος ο ρόλος της κτηματαγοράς; Μέχρι πρόσφατα η κυρίαρχη λογική που χαρακτήριζε τις περιοχές αυτές ήταν η ποιοτική ανάπλαση (gentrification) η οποία οδηγούσε στο ασφαλές, ομογενοποιημένο περιβάλλον που ελκύει κυρίως τις μεσαίες και ανώτερες κοινωνικές ομάδες (Verwijnen, 1999). Σε ορισμένες περιπτώσεις οι περιοχές στις οποίες εγκαθίστανται οι καλλιτέχνες και οι πολιτιστικές επιχειρήσεις παραμένουν προβληματικές, ενώ σε άλλες περιπτώσεις όπου επικρατούν διαφορετικές συνθήκες ακολουθεί η ποιοτική ανάπλαση και ο εκτοπισμός. Στο Soho τη δεκαετία του 1980 το αποτέλεσμα της ποιοτικής ανάπλασης ήταν να εκδιωχθούν οι καλλιτέχνες που δεν προστατεύονταν από το νόμο ανώτατου ενοικίου, ενώ παρόμοια φαινόμενα εμφανίστηκαν και αλλού. Για μια συγκεκριμένη κοινωνική ομάδα, αποτελούμενη κυρίως από νέους επαγγελματίες, η ζωή σε μια πολιτιστική περιοχή είναι σύμβολο κοινωνική θέσης (M. Miles, 2004:39). Τελευταία, ωστόσο, απορρίπτονται τέτοιες ιδέες, αφού το ζητούμενο είναι η δημιουργία ενός πολυπολιτισμικού, αυθεντικού και ανεξέλεγκτου περιβάλλοντος, αποφεύγοντας έτσι τις τύπου «Disneyland» λύσεις (δηλ. ενός προσχεδιασμένου, ασφαλούς και ψεύτικου περιβάλλοντος). Επομένως, αναζητούνται νέες λύσεις που στηρίζονται στη δημιουργία ενός καινοτομικού περιβάλλοντος που μπορεί να προσελκύσει νέους χρήστες, να διατηρήσει τους παλιούς και να παράσχει συγκριτικά πλεονεκτήματα και υποστήριξη.

Ο τελευταίος αφορά την *επίλυση συγκρούσεων*. Πώς μπορούν να αποφευχθούν λάθη σε επίπεδο διοίκησης και διαχείρισης; Λογικό είναι οι προσπάθειες πολιτιστικής συγκέντρωσης να αντιμετωπίζουν και ένα μεγάλο φάσμα δυσκολιών. Συμμετέχουν διαφορετικοί φορείς και πρόσωπα, κρατικοί ή ιδιωτικοί, με αλληλοσυγκρουόμενα συμφέροντα. Οι οικιστικές πιέσεις που δέχεται μια τέτοια περιοχή είναι αφόρητες, αφού οι τιμές εκτοξεύονται, οπότε αυτό προκαλεί το ενδιαφέρον κατασκευαστικών και μεσιτικών εταιριών. Αντίθετα, οι πολιτιστικές επιχειρήσεις είναι βιώσιμες λόγω των χαμηλών ενοικίων. Το κράτος και οι τοπικές αρχές είτε δεν αντιλαμβάνονται τη δυναμική των εξελίξεων, είτε προωθούν λύσεις σύμφωνα με τα δικά τους κριτήρια. Λογικό είναι επομένως να δημιουργούνται αντιπαλότητες και προβλήματα, ιδιαίτερα όταν το ρυθμιστικό ή κανονιστικό πλαίσιο αδυνατεί να αντεπεξέλθει. Οι παλαιοί χρήστες (πρόκειται στην πλειονότητα των περιπτώσεων για μικρές βιοτεχνίες ή επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου) αναγκάζονται να φύγουν, αφού δεν μπορούν να αντεπεξέλθουν στα υψηλά νοίκια. Επίσης, τα

όποια προβλήματα εγκληματικότητας δεν λύνονται αλλά απλά μετατοπίζονται σε άλλες περιοχές, όπου δεν έχει προχωρήσει ακόμα η ανάπτυξη.

Στην πράξη τα παραπάνω προβλήματα αποτελούν πραγματικότητα για τις περισσότερες περιπτώσεις. Η εμπειρία δείχνει ότι η ανάπτυξη των πολιτιστικών περιοχών συνδυάζεται με συγκεκριμένες απειλές (O'Connor 2001, Mommas 2004):

1. Πιέσεις των εταιριών ακίνητης περιουσίας με αποτέλεσμα την εκδίωξη των αρχικών χρηστών (η επιστροφή των εύπορων τάξεων στο κέντρο της πόλης (μέσω της διαδικασίας του gentrification) και η μετακίνηση των λιγότερο εύπορων προς άλλες περιοχές αποτελεί συνηθισμένο πρόβλημα για τις περιοχές αυτές. Ορίζεται ως η αναγέννηση περιοχών του κέντρου που είχαν περιθωριοποιηθεί, βάσει μιας μετατόπισης οικονομικής και πολιτιστικής δύναμης.
2. Απώλεια της «εναλλακτικής» - ιδιαίτερης ατμόσφαιρας της πολιτιστικής περιοχής λόγω λανθασμένου σχεδιασμού.
3. Μη αναγνώριση των συλλόγων, κοινοπραξιών, συνεργασιών, κ.λπ. λόγω του ανεπίσημου χαρακτήρα τους από τις εθνικές και τοπικές αρχές.
4. Δυσκολία επίλυσης πρακτικών θεμάτων (π.χ., αδειοδότηση, ωράριο, εγκληματικότητα, ασφάλεια).
5. Αναχώρηση ταλέντων - στελεχών για κεντρικότερες περιοχές, όταν πρόκειται για πόλεις της περιφέρειας.

Γενικά, ο μεγαλύτερος κίνδυνος θεωρείται η υπερεξειδίκευση μιας περιοχής, η μονολειτουργικότητα δηλαδή πολιτιστικών χρήσεων ή χρήσεων αναψυχής που τελικά οδηγούν στον κορεσμό. Δεν είναι εύκολο να οριστούν σταθερότυπα ή ιδανικές αναλογίες πολιτιστικών χρήσεων που να προλάβουν την κατάσταση αυτή, άλλωστε όπως διαφαίνεται και στις περιπτώσεις μελέτης ο τρόπος αντιμετώπισης είναι συνήθως εμπειρικός και αποσπασματικός, ενώ το ρυθμιστικό πολεοδομικό πλαίσιο συχνά αποδεικνύεται ανεπαρκές.

Ε. Τυποποίηση - κριτήρια

Είναι προφανές ότι, σύμφωνα με τα παραπάνω χαρακτηριστικά, οι πολιτιστικές περιοχές διαφοροποιούνται μεταξύ τους σε πολλά σημεία. Το γεγονός αυτό έχει οδηγήσει ορισμένους συγγραφείς σε προσπάθειες να δημιουργήσουν μια τυπολογία πολιτιστικών περιοχών με βάση συγκεκριμένα κριτήρια.

Σύμφωνα με τον Evans υπάρχουν τρεις κυρίαρχες λογικές που χαρακτηρίζουν τις πολιτιστικές περιοχές: η οικονομική, η κοινωνική και η πολιτιστική (Evans 2004:80). Τα κύρια χαρακτηριστικά κάθε λογικής

παρουσιάζονται στον πίνακα 1. Αν και βέβαια στις περισσότερες περιπτώσεις εμφανίζονται στοιχεία και από τις τρεις λογικές, υπάρχουν κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που προωθεί η κάθε λογική.

Πίνακας 4.2 Κυρίαρχες Λογικές των Πολιτιστικών Περιοχών

Οικονομική	Κοινωνική	Πολιτιστική
- Βιομηχανική Περιοχή - Ελεγχόμενοι Χώροι Εργασίας - Αλυσίδες παραγωγής π.χ. για τα μέσα επικοινωνίας ή τα πολιτιστικά προϊόντα - Δίκτυα Παραγωγής - Ανταλλαγή Τεχνολογίας	- Ανακαίνιση Κτιρίων - Αστικό Χωριό - Καλλιτεχνικές Ομάδες - Κοινή Ταυτότητα - Αστική ανάπτυξη - Τέχνες κατά του Αποκλεισμού - Κοινωνικά Δίκτυα	- Μπνέμ/Αβανγκάρντ - Γκαλερί και Εργαστήρια Καλλιτεχνών - Νέα Πολυμέσα - «Έθνικ» τέχνη - Τοπικές Πολιτιστικές Πολιτικές - Καλλιτεχνική Εκπαίδευση

Πηγή: Evans 2004: 80

Ο Greffe παρουσιάζει τις προσπάθειες κατηγοριοποίησης των πολιτιστικών (ή δημιουργικών) περιοχών με διεξοδικό τρόπο. Ξεκινά με την παραδοχή ότι η ανάγκη συγκέντρωσης των επιχειρήσεων που παράγουν πολιτιστικά προϊόντα πηγάζει από δύο βασικά χαρακτηριστικά των πολιτιστικών αγαθών: τη συνεχή ανατροπή των μεθόδων παραγωγής και την ανασφάλεια. Η πρώτη βασική διαφοροποίηση διαχωρίζει τις πολιτιστικές περιοχές σε αυτές που περιλαμβάνουν την παραγωγή διαφορετικών πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών και αυτές που αφορούν μία συγκεκριμένη συντεχνία που παράγει ένα συγκεκριμένο πολιτιστικό προϊόν, με τη δεύτερη περίπτωση να αφορά κυρίως μικρότερες πόλεις (Greffe 2005:106-107). Οι πολιτιστικές περιοχές διαμορφώνονται με βάση την ενδογενή και εξωγενή ανάπτυξη. Η ενδογενής ανάπτυξη προκύπτει όταν η εγγύτητα των φορέων και των επιχειρήσεων της περιοχής προκαλεί τη δημιουργία και παραγωγή νέων προϊόντων και η εξωγενής ανάπτυξη όταν τα πολιτιστικά αγαθά της περιοχής καλύπτουν την εξωτερική ζήτηση, η οποία μπορεί να ικανοποιείται και μέσα στα όρια της περιοχής (π.χ., όταν προσέρχονται επισκέπτες να παρακολουθήσουν ένα φεστιβάλ). Αν και η κυρίαρχη τάση στη χωροθέτηση επιχειρήσεων θεωρεί την εγγύτητα ως παράγοντα με ολόένα και μικρότερη σημασία, στον πολιτιστικό τομέα αυτό δεν ισχύει στον ίδιο βαθμό. Η τάση αυτή αφορά κυρίως τις πολιτιστικές επιχειρήσεις των οποίων το προϊόν μπορεί να ψηφιοποιηθεί. Πολλές πολιτιστικές επιχειρήσεις ωστόσο παραμένουν σε μεγάλο βαθμό εξαρτημένες από την τοποθεσία στην οποία βρίσκονται και τα προϊόντα τους απαιτούν άμεση πρόσβαση, π.χ., εικαστικές εγκαταστάσεις (Greffe 2005:108-110).

Μία άλλη κατηγοριοποίηση προκύπτει σε σχέση με τον τρόπο δημιουργίας μιας πολιτιστικής περιοχής διαχωρίζοντας τις σε αυτές που προέκυψαν αυθόρμητα λόγω ιδιωτικής πρωτοβουλίας και σε αυτές που σχεδιάστηκαν και υλοποιήθηκαν με

πολιτική απόφαση. Ακόμη αναφέρει ότι διαφοροποιητικός παράγοντας είναι ο βαθμός νομικής προστασίας που υπάρχει για μια πολιτιστική περιοχή, δηλαδή εάν η ονομασία της προστατεύεται. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό στις περιπτώσεις πολιτιστικών περιοχών που παράγουν παραδοσιακά πολιτιστικά προϊόντα. Οι τελευταίες εξαρτώνται συνήθως πιο πολύ από τοπικούς παράγοντες προσφοράς και ζήτησης (Shorthouse 2004, Greffe 2005).

Σημαντικές κατηγορίες πολιτιστικών περιοχών προκύπτουν μεταξύ των παραδοσιακών ή τουριστικών πολιτιστικών περιοχών και των σύγχρονων πολιτιστικών περιοχών και των μητροπολιτικών πολιτιστικών περιοχών (Greffe 2005:108-110).

- Οι *παραδοσιακές ή τουριστικές πολιτιστικές περιοχές* διαθέτουν κατά κανόνα γνωστά μνημεία ή ιστορικά κτίρια στα οποία οφείλουν και την ανάπτυξή τους ως πολιτιστικές περιοχές. Χαρακτηριστικό είναι ότι οι περιοχές αυτές έχουν διαμορφωθεί μέσα από ανακαινίσεις, πεζοδρομήσεις, κ.λπ. Κύριος σκοπός αυτών των περιοχών είναι η προσέλκυση τουριστών, γεγονός που συνδυάζεται με υψηλό κόστος δημόσιων παροχών (χώροι στάθμευσης, καθαριότητα, ασφάλεια), την απομάκρυνση παραδοσιακών επαγγελμάτων, την κερδοσκοπία στην αγορά ακινήτων, κ.ά. Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι η κινητήρια δύναμη που δημιουργεί νέες προοπτικές στις περιοχές αυτές, ιδιαίτερα όταν προτιμούνται λύσεις που ενσωματώνουν τις παραδοσιακές δραστηριότητες και βιομηχανίες στο προσφερόμενο τουριστικό προϊόν. Μια ξεχωριστή ομάδα της κατηγορίας αυτής αποτελούν οι λεγόμενες περιοχές μουσείων (*museum quarters*) που υπάρχουν πλέον σε αρκετές πόλεις (π.χ. Βιέννη, Ρότερνταμ).
- Οι *σύγχρονες πολιτιστικές περιοχές* δημιουργούνται λόγω της γεωγραφικής συγκέντρωσης πολιτιστικών επιχειρήσεων και οργανισμών ενός ή περισσότερων πολιτιστικών τομέων. Στην περίπτωση που η πολιτιστική περιοχή βασίζεται σε ένα προϊόν, είτε αυτό βασίζεται σε παραδοσιακή τεχνική είτε σε σύγχρονες τεχνολογίες, μεγάλο ρόλο παίζει η αναγνωρισιμότητα της περιοχής. Ο Santagata περιγράφει το ρόλο της νομικής προστασίας των περιοχών αυτών και πιο συγκεκριμένα το ρόλο της προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης στην περίπτωση περιοχών που παράγουν παραδοσιακά προϊόντα (Santagata 2002).
- Τέλος, οι *μητροπολιτικές πολιτιστικές περιοχές* είναι εκτεταμένες περιοχές οι οποίες συχνά προκύπτουν ως προέκταση των προηγούμενων δύο τύπων.

Σκοπός τους είναι να αναπτυχθούν μέσα από την συνύπαρξη μιας σειράς δραστηριοτήτων, συνδυάζοντας μουσεία, παραστάσεις, οπτικοακουσικά μέσα, κ.λπ. Αν τις αποδώσουμε σχηματικά, σε πολλές περιπτώσεις οι περιοχές αυτές εμφανίζουν ένα κέντρο και δύο ομόκεντρους κύκλους. Το κέντρο περιλαμβάνει τους βασικούς πολιτιστικούς οργανισμούς (θέατρα, μουσεία, αίθουσες συναυλιών και γκαλερί), ο πρώτος εσωτερικός κύκλος καλλιτεχνικά εργαστήρια και στούντιο ηχογράφησης και ο δεύτερος εξωτερικός περιλαμβάνει ξενοδοχεία, εστιατόρια και καταστήματα. Επειδή οι μητροπολιτικές πολιτιστικές περιοχές δεν έχουν στις περισσότερες περιπτώσεις να παρουσιάσουν κτίρια ή μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς (ή όταν έχουν δεν βρίσκονται στο επίκεντρο της περιοχής), η έμφαση δίνεται στην αναψυχή και τη ψυχαγωγία. Η τελευταία αυτή κατηγορία είναι η πιο συνηθισμένη στις μεγάλες πόλεις και είναι αυτή που εξετάζεται κατά κύριο λόγο στην παρούσα διατριβή. Στην πραγματικότητα η κατηγοριοποίηση αυτή βοηθάει περισσότερο στη μεθοδολογική αντιμετώπιση του θέματος και όχι στην ουσία, αφού οι περισσότερες πολιτιστικές περιοχές συνδυάζουν χαρακτηριστικά από διαφορετικές κατηγορίες¹².

Διαφορετική είναι αντιμετώπιση των Ralph Ebert και Jorg Siegmann, οι οποίοι ορίζουν ως τις δύο βασικές κατηγορίες πολιτιστικών περιοχών τις εξής (Ebert and Siegmann 2003):

- ο Μη σχεδιασμένες (Unwuchsigen) Πολιτιστικές Περιοχές που αναπτύσσονται αργά χωρίς σχεδιασμό και μηχανισμούς επιτήρησης από τις δημόσιες αρχές και η δημιουργία τους γίνεται συνήθως με αργούς ρυθμούς. Ως παράδειγμα αναφέρει το Kunstpark Ost στο Μόναχο.
- ο Πολιτιστικές Περιοχές οι οποίες δημιουργήθηκαν βάσει σχεδίου (Planerisch unterstützte), στις οποίες περιλαμβάνονται και μεμονωμένες περιπτώσεις κτιριακών συγκροτημάτων. Συνήθως, οι πολιτιστικές περιοχές αυτής της κατηγορίας προκύπτουν από έργα αστικής ανάπλασης και συνοδεύονται από μία «από την βάση» στρατηγική. Σε αυτή την κατηγορία εντάσσουν και τις περισσότερες πολιτιστικές περιοχές που έχουν δημιουργηθεί τις δεκαετίες του 1980 και του 1990 στις μεγάλες αμερικανικές και ευρωπαϊκές πόλεις (Ebert and Siegmann 2003:6)

Μια περαιτέρω κατηγοριοποίηση μπορεί να πραγματοποιηθεί βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων:

¹² π.χ., το Museumsquartier της Βιέννης, το οποίο περιγράφεται παρακάτω αποτελεί παράλληλα τουριστική πολιτιστική περιοχή, περιοχή μουσείων και – λόγω των διαφορετικών πολιτιστικών χρήσεων – εκτεταμένη μητροπολιτική πολιτιστική περιοχή.

I. Είδος πολιτιστικής έκφρασης (π.χ., θέατρο, μουσική)

Πολλές περιοχές ειδικεύονται σε ένα είδος πολιτιστικής έκφρασης, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι αποκλείεται η παράλληλη ανάπτυξη άλλων ειδών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι περιοχές μουσείων οι οποίες αναπτύσσονται σε αρκετές μεγάλες πόλεις του κόσμου (π.χ. Βιέννη, Ρότερνταμ). Στην περίπτωση της Βιέννης η περιοχή εξελίχθηκε σε κάτι πολύ πιο περίπλοκο από μια απλή περιοχή μουσείων αφού πρόσφερε στέγη σε ένα ετερόκλητο πλήθος πολιτιστικών βιομηχανιών και επιχειρήσεων (Roodhouse 2006). Το κριτήριο αυτό χρησιμοποιείται με διαφορετικούς τρόπους, π.χ. οι πολιτιστικές περιοχές μπορούν να διαχωριστούν σε πολιτιστικές περιοχές υψηλής τέχνης και περιοχές δημοφιλούς ψυχαγωγίας (Γοσποδίνη 2006:36-38). Στην πράξη ο διαχωρισμός αυτός δημιουργεί ωστόσο ιδιαίτερες δυσκολίες, αφού σε ελάχιστες περιπτώσεις υπάρχει ξεκάθαρος διαχωρισμός ή επικράτηση ενός τύπου πολιτιστικών δραστηριοτήτων σε μία περιοχή.

II. Στάδιο πολιτιστικού αγαθού (π.χ., παραγωγή, μεταποίηση, πώληση)

Οι πολιτιστικές περιοχές μπορεί να έχουν σαν κύρια δραστηριότητα ένα συγκεκριμένο στάδιο της αλυσίδας παραγωγής του πολιτιστικού αγαθού. Ο διαχωρισμός αυτός αφορά τις περιπτώσεις, π.χ. των περιοχών που ειδικεύονται στην παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων.

III. Τύπος Οργάνωσης – Διοίκησης και Χρηματοδότηση

Οι τύποι οργάνωσης και εκπροσώπησης, όπου υπάρχουν, έχουν μεγάλη σημασία αφού διαφοροποιούν τις πολιτιστικές περιοχές μεταξύ τους. Η πρώτη βασική κατηγορία που προκύπτει με αυτό το κριτήριο είναι οι πολιτιστικές περιοχές που προκύπτουν μέσα από έργα ανάπλασης ή μιας εκτεταμένης πολιτικής αστικής αναζωογόνησης (Mommmaas 2005:517).

IV. Μέρος της Τουριστικής Εικόνας

Οι σύγχρονες πολιτιστικές περιοχές συχνά προκύπτουν ή επηρεάζονται σημαντικά από την τοπική τουριστική πολιτική. Αποτελούν δηλαδή τμήμα ή κύρια αιχμή της γενικότερης τοπικής ή εθνικής τουριστικής πολιτικής. Το θέμα των τουριστικών πολιτιστικών περιοχών παρουσιάζεται ξεχωριστά παρακάτω.

V. Μίξη με κατοικία

Σε ορισμένες περιπτώσεις πολιτιστικών περιοχών η προσφορά κατοικίας είναι περιορισμένη και δεν αποτελεί σημαντικό συστατικό στοιχείο της. Στις

περισσότερες περιπτώσεις ωστόσο η κατοικία και η αγορά ακινήτων παίζουν κυρίαρχο ρόλο στην ανάπτυξη και εξέλιξή της.

Μία πολύ ενδιαφέρουσα κατηγοριοποίηση της συγκέντρωσης πολιτιστικών βιομηχανιών σύμφωνα με τις κυρίαρχες διαδικασίες επιχειρεί ο Evans (Evans 2003:82):

- *Μονοδιάστατη πολιτιστική παραγωγή*: κάθετη συγκέντρωση δραστηριοτήτων (π.χ., κινηματογράφος – τηλεόραση, μουσική παραγωγή, λογισμικό υπολογιστών, κεραμική).
- *Πολυδιάστατη πολιτιστική παραγωγή*: οριζόντια συγκέντρωση (π.χ. ελεγχόμενοι χώροι εργασίας, παραστατικές τέχνες, αρχιτεκτονική και σχεδιασμός επίπλων, μικρές βιοτεχνίες, πολυμέσα, εικαστικές τέχνες, πολιτιστικά κέντρα).
- *Πολιτιστική Παραγωγή και Κατανάλωση*: ανοιχτά εργαστήρια, καλλιτεχνικές αγορές, φεστιβάλ και καλλιτεχνικά γεγονότα).
- *Πολιτιστική Κατανάλωση και Εμπόριο*: εμπόριο (μόδα, λογισμικό, ηλεκτρονικά), υπαίθριες αγορές (αντίκες, τρόφιμα, χειροποίητες κατασκευές), πολιτιστικοί οργανισμοί και πολιτιστικές περιοχές (π.χ., νησίδες μουσείων, περιοχές με θέατρα και κινηματογράφους, «περιοχές κόκκινων φαναριών», εστιατόρια, κλαμπ, μπαρ).

Ο Hans Mommaas (2004), σε μία ολοκληρωμένη προσπάθεια αντιμετώπισης των προβλημάτων που σχετίζονται με την κατηγοριοποίηση εντοπίζει τους κύριους παράγοντες που μπορούν να βοηθήσουν στην τυποποίηση και κατάταξη των πολιτιστικών περιοχών. Οι παράγοντες αυτοί είναι οι εξής: Οριζόντια και κάθετη κατανομή δραστηριοτήτων, τα σχήματα διοίκησης και κοινή λήψη αποφάσεων, το χρηματοοικονομικό καθεστώς, ο πολιτιστικός προγραμματισμός και η διαδικασία ανάπτυξης των πολιτιστικών περιοχών. Η προσπάθεια αυτή είναι η πιο πλήρης και βοηθάει σημαντικά σε ορισμένα μεθοδολογικά. Ο Roodhouse (2006) εκδίδοντας το πρώτο βιβλίο που ασχολείται αποκλειστικά με το θέμα των πολιτιστικών περιοχών, αναπαράγει όσα έχουν ήδη γραφεί και παρουσιάζονται παραπάνω και καταλήγει σε μία πιο πρακτική απαρίθμηση παραγόντων επιτυχίας μιας πολιτιστικής περιοχής.

Με δεδομένες τις δυσκολίες αυτές και με βάση την προσπάθεια του Mommaas, μπορούμε να καταλήξουμε σε οκτώ παράγοντες. Οι οκτώ αυτοί παράγοντες είναι οι εξής:

- I. Οριζόντια Κατανομή δραστηριοτήτων
- II. Κάθετη κατανομή δραστηριοτήτων
- III. Σχήματα διοίκησης και κοινή λήψη αποφάσεων

- IV. Χρηματοοικονομικό Καθεστώς
- V. Πολιτιστικός Προγραμματισμός
- VI. Τρόπος ανάπτυξης των πολιτιστικών περιοχών
- VII. Χωροθέτηση στην πόλη
- VIII. Βαθμός Πολιτιστικής Συγκέντρωσης ως προς το σύνολο της πόλης
- IX. Χρονική Διάσταση

Πιο αναλυτικά:

I. Οριζόντια Κατανομή δραστηριοτήτων

Μια βασική διαφοροποίηση μεταξύ των πολιτιστικών περιοχών αφορά το βαθμό ανάμιξης και συνεργασίας – συνοχής μεταξύ των διαφορετικών πολιτιστικών επιχειρήσεων και οργανισμών. Σε όλες τις περιπτώσεις ο τομέας της αναψυχής και του ελεύθερου χρόνου συνυπάρχει με τον πολιτιστικό, σε διαφορετική όμως αναλογία. Αλλού αποτελεί απλά επιπρόσθετο παράγοντα προσέλκυσης επισκεπτών και αλλού αποτελεί το επίκεντρο της πολιτιστικής περιοχής. Οι τουριστικές δραστηριότητες αποτελούν έναν επιπλέον παράγοντα προσέλκυσης επισκεπτών και δημιουργούν διαφορετικές προοπτικές ανάπτυξης. Αν κανείς λάβει υπόψη μόνο τον πολιτιστικό χαρακτήρα, οι πολιτιστικές περιοχές ποικίλουν από περιοχές επικεντρωμένες σε ένα είδος πολιτιστικής έκφρασης (π.χ. θέατρο) σε περιοχές που χαρακτηρίζονται από πολλούς πολιτιστικούς τομείς, νέες επιχειρήσεις και αναμίξεις.

II. Κάθετη κατανομή δραστηριοτήτων

Η κάθετη παρουσίαση των πολιτιστικών χρήσεων, δηλαδή ο βαθμός ανάμιξης σχεδιασμού, παραγωγής, ανταλλαγής και κατανάλωσης, καθώς και οι σχέσεις με άλλες περιοχές είναι ένα ακόμη σημαντικό κριτήριο. Ο διαχωρισμός αυτός μπορεί να ορίσει από μονολειτουργικές πολιτιστικές περιοχές που ασχολούνται μόνο με την έκθεση και κατανάλωση πολιτισμού, μέχρι πολυλειτουργικές πολιτιστικές περιοχές που συνδυάζουν όλα τα στάδια ενός πολιτιστικού προϊόντος.

III. Σχήματα διοίκησης και κοινή λήψη αποφάσεων

Η διοικητική διάρθρωση και ο βαθμός εμπλοκής των διαφόρων ομάδων συμφερόντων των πολιτιστικών περιοχών είναι ένα πολύ σημαντικό κριτήριο κατάταξης. Οι πολιτιστικές περιοχές περιλαμβάνουν διαφορετικές αναλογίες ιδιωτικών και δημόσιων φορέων, μικρών επιχειρήσεων, καταστημάτων, συλλόγων, κ.λπ. Ορισμένες πολιτιστικές περιοχές δεν έχουν μία συγκεκριμένη διοικητική αρχή

και η πολιτική για την περιοχή καθορίζεται μέσω άλλων οργανισμών ή φορέων ή μέσω άτυπων συναντήσεων¹³. Άλλες πολιτιστικές περιοχές διαθέτουν ξεκάθαρο κεντρικό φορέα διαχείρισης, ο οποίος είναι υπεύθυνος για τον καθορισμό των ενοικίων, τον πολιτιστικό προγραμματισμό, την κοινή προβολή, την εξασφάλιση χρηματοδότησης, κ.λπ.¹⁴ Οι περισσότερες περιπτώσεις όμως κινούνται σε ενδιάμεσες καταστάσεις, άλλοτε με ιδιαίτερη ανάμιξη της Τοπικής Αυτοδιοίκησης¹⁵, άλλοτε με τη λειτουργία ενός ανεξάρτητου φορέα¹⁶, ενώ σε πολλές περιπτώσεις δεν έχει ξεκαθαρίσει καν η διοικητική κατάσταση. Σε πολλές περιπτώσεις οι μικρές πολιτιστικές επιχειρήσεις βρίσκονται εκτός της διαδικασίας λήψης αποφάσεων, παρά το γεγονός ότι η ύπαρξη τους καθεαυτή είναι που καθορίζει το πολιτιστικό ή εναλλακτικό χαρακτήρα της πολιτιστικής περιοχής (Roodhouse 2006).

IV. Χρηματοοικονομικό Καθεστώς

Το χρηματοοικονομικό καθεστώς συνδέεται άμεσα με την παραπάνω κατηγορία και είναι ένας παράγοντας που οδηγεί σε σημαντικές διαφοροποιήσεις ειδικά όσον αφορά την αναλογία δημόσιων και ιδιωτικών χρηματοδοτήσεων. Στις περισσότερες περιπτώσεις η βιωσιμότητα των πολιτιστικών περιοχών εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από δημόσιες χρηματοδοτήσεις, οι οποίες όμως αφορούν κυρίως το πρώτο στάδιο δημιουργίας. Ορισμένοι τύποι πολιτιστικών περιοχών, όπως είναι οι περιοχές μουσείων, βασίζονται σχεδόν αποκλειστικά στη δημόσια χρηματοδότηση (Evans 2001). Ακόμη και σε αυτές τις περιπτώσεις όμως διαφέρουν ο τρόπος και το ύψος της χρηματοδότησης και οι συνεργασίες μεταξύ των ιδιωτικών και δημόσιων φορέων. Γενικά εντοπίζεται μία μεγάλη ποικιλία σχημάτων και τρόπων χρηματοδότησης και το κυριότερο ζήτημα είναι η μετατροπή των πολιτιστικών περιοχών σε αυτόνομες οικονομικά ενότητες. Τα προγράμματα νεανικής επιχειρηματικότητας και οι λεγόμενες «θερμοκοιτίδες» επιχειρήσεων αποτελούν, στις περισσότερες περιπτώσεις, διαδεδομένη λύση για τη στήριξη και ανάπτυξη των πολιτιστικών επιχειρήσεων. Σε καμία περίπτωση πάντως οι πολιτιστικές περιοχές που εξετάζονται δεν παρουσιάζουν τις οικονομίες συγκέντρωσης ή τις δεσμεύσεις που εμφανίζει ένα οργανωμένο βιομηχανικό cluster.

¹³ Στην περίπτωση της πολιτιστικής περιοχής του Ψυρή, για παράδειγμα, ο σχεδιασμός πραγματοποιήθηκε κατά κύριο λόγο από την Εταιρία Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων και το Υ.ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ., ενώ η εκπροσώπηση των επιχειρηματιών και των κατοίκων είναι διασπασμένη σε ομάδες και περιστασιακές κινήσεις διαμαρτυρίας.

¹⁴ Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν το Museumsquartier της Βιέννης, το Westergasfabriek του Άμστερνταμ και το Cable Factory του Ελσίνκι (Κεφ. 6).

¹⁵ Βλ. περίπτωση του Veemarktkwartier στο Τίλμπουργκ (Κεφ. 6).

¹⁶ Βλ. την περίπτωση του Northern Quarter στο Μάντσεστερ (Κεφ. 6).

VI. Πολιτιστικός Προγραμματισμός

Τα πολιτιστικά προγράμματα μίας πολιτιστικής περιοχής μπορεί να διαφέρουν σημαντικά όσον αφορά το εύρος και την ποικιλία των δράσεων. Εκτός από τις περιπτώσεις όπου η πολιτιστική περιοχή περιορίζεται στα όρια ενός συγκροτήματος κτιρίων, οι πολιτιστικές περιοχές ανήκουν στο ευρύτερο δημόσιο χώρο μιας πόλης. Η εσωστρέφεια ή η εξωστρέφεια μιας πολιτιστικής περιοχής καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την πορεία της. Η δυσκολία έγκειται στο να συμβιβαστούν δύο αλληλοσυγκρουόμενες καταστάσεις: από τη μία μια κοινή πολιτιστική ταυτότητα με κοινά χαρακτηριστικά και «ατμόσφαιρα» και από την άλλη η «ανοιχτή», ευέλικτη περιοχή που να μπορεί να αλλάζει, να ενημερώνεται και να προσαρμόζεται. Η υπερβολική εξωστρέφεια μπορεί να οδηγήσει σε καταστάσεις όπου οι φορείς και οι επιχειρήσεις δεν θα νιώθουν πλέον να ταυτίζονται με την περιοχή και η ταυτότητα της περιοχής μπορεί να αλλοιωθεί σημαντικά. Η υπερβολική εσωστρέφεια όμως με δυνατούς εσωτερικούς δεσμούς μπορεί να οδηγήσει στην περαιτέρω απομόνωση τόσο της περιοχής και τους συμμετέχοντες να είναι υπερβολικά εσωστρεφείς.

Ένας σημαντικός παράγοντας στην κατηγορία αυτή είναι ο χαρακτήρας της περιοχής, αν είναι δηλαδή τοπικός, υπερτοπικός ή διεθνής. Ειδικά στις περιπτώσεις που η πολιτιστική περιοχή αποτελεί παράλληλα και τουριστικό προορισμό η διατήρηση της ιδιαίτερης ατμόσφαιρας και της αυθεντικότητας αποτελεί το κύριο ζητούμενο.

VII. Τρόπος ανάπτυξης των πολιτιστικών περιοχών

Ο τρόπος με τον οποίο αναπτύσσεται μια περιοχή, αν δηλαδή έχει εφαρμοστεί μία top down στρατηγική ή μία bottom up προσέγγιση, είναι σημαντικός παράγοντας διαφοροποίησης των πολιτιστικών περιοχών. Σύμφωνα με τον Mommaas η τάση είναι οι πολιτιστικές περιοχές με έμφαση στην κατανάλωση να βασίζονται σε μεγαλύτερο βαθμό στη στήριξη της τοπικής αυτοδιοίκησης και αυτές που έχουν έμφαση στην παραγωγή να βασίζονται στις υπάρχουσες πολιτιστικές δυνάμεις της πόλης (Mommaas 2004).

VIII. Χωροθέτηση στην πόλη

Η περιοχή της πόλης στην οποία αναπτύσσονται οι πολιτιστικές περιοχές είναι ένας καθοριστικός παράγοντας. Οι πιο συμβατικές μορφές πολιτιστικής περιοχής, όπως είναι οι περιοχές μουσείων, συνήθως χωροθετούνται στις κεντρικές ή ιστορικές περιοχές των πόλεων, ενώ αντίθετα οι πιο «εναλλακτικοί» χώροι, όπως το Cable Factory ή το Westergasfabriek βρίσκονται σε χώρους στην περιφέρεια της πόλης. Το γεγονός αυτό δείχνει ότι σε μεγάλο βαθμό οι πολιτιστικές περιοχές

αντανακλούν και την υπάρχουσα ενδοαστική ιεραρχία, με τις πιο συμβατικές πολιτιστικές χρήσεις να χωροθετούνται στο κέντρο της πόλης και τις πιο εναλλακτικές λίγο πιο έξω. Όπως αναφέρει ο Harvey, ένα από τα αναμενόμενα οφέλη από τη χωροθέτηση πολιτιστικών δραστηριοτήτων στο κέντρο των πόλεων είναι ότι αναγκάζουν τη μεσαία τάξη να το χρησιμοποιούν, όταν μέχρι εκείνη τη στιγμή οι μετακινήσεις προς το κέντρο αφορούσαν αποκλειστικά την εργασία (Harvey 1993).

Το φαινόμενο της πολιτιστικής συγκέντρωσης φέρνει και ορισμένες ενδιαφέρουσες αλλαγές στα πρότυπα χωροθέτησης ορισμένων πολιτιστικών επιχειρήσεων. Τα θέατρα της Αθήνας, για παράδειγμα, εκμεταλλεύτηκαν την εναλλακτική «off Broadway» εικόνα περιοχών όπως το Μεταξουργείο ή το Ψυρή και την χρησιμοποίησαν ως μέρος της εταιρικής τους ταυτότητας προσδοκώντας στην προσέλκυση ενός ιδιαίτερου κοινού. Υπάρχει ωστόσο και η αντίστροφη αντίληψη, όπως συμβαίνει στην περίπτωση του Tilburg όπου μια μάλλον εναλλακτική πολιτιστική έκφραση (η ποπ και ροκ μουσική) χωροθετείται στο κέντρο της πόλης. Στην πράξη, η δημιουργία των πολιτιστικών περιοχών οδηγεί σε μία εσωτερική αναδιανομή πολιτιστικών χρήσεων στο πλαίσιο μιας πόλης χωρίς όμως να ακολουθείται μία συγκεκριμένη μέθοδος. Δεν μπορούμε σε καμία περίπτωση να ισχυριστούμε ότι οι πολιτιστικές περιοχές καταργούν τις πολιτιστικές ή χωρικές ιεραρχίες, αλλά υπερσχύει η διαπίστωση ότι οι ίδιες οι ιεραρχίες έχουν πλέον ατονήσει (Mommmaas 2004: 516.). Ξεχωριστή κατηγορία μπορούν να θεωρηθούν τέλος οι πολιτιστικές περιοχές που δημιουργούνται στο παράκτιο μέτωπο μιας πόλης ως αποτέλεσμα της πρακτικής του waterfront development (Γοσποδίνη 2006:36-38).

ΙΧ. Βαθμός Πολιτιστικής Συγκέντρωσης ως προς το σύνολο της πόλης

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας κατηγοριοποίησης ο οποίος δεν αναφέρεται από τον Mommmaas σχετίζεται με τη σημασία των πολιτιστικών υποδομών που υπάρχουν σε μία πολιτιστική περιοχή σε σχέση με το σύνολο των πολιτιστικών υποδομών μιας πόλης. Μια πολιτιστική περιοχή μπορεί να αντιπροσωπεύει μόνο ένα μικρό ποσοστό σε σχέση με το σύνολο της πόλης¹⁷ ή να περικλείει τη συντριπτική πλειοψηφία των πολιτιστικών υποδομών¹⁸. Ο παράγοντας αυτός, ο οποίος μπορεί να εκφραστεί και ποσοτικά με δείκτες, αποτυπώνει την αναπτυξιακή σημασία μιας πολιτιστικής περιοχής και τη σχετική της σημασία¹⁹.

¹⁷ Όπως συμβαίνει π.χ. με το Northern Quarter του Μάντσεστερ.

¹⁸ Όπως συμβαίνει στην περίπτωση του Veemarktkwartier του Τίλμπουργκ.

¹⁹ Ένας δείκτης που εκφράζει την κατανομή των πολιτιστικών χώρων σε μία πόλη είναι ο εξής:

Χ. Χρονική Διάσταση

Οι ώρες που λειτουργεί μία πολιτιστική περιοχή και δέχεται τους περισσότερους επισκέπτες, καθορίζει σε μεγάλο βαθμό το χαρακτήρα της. Είναι ιδιαίτερα συνηθισμένο φαινόμενο να αλλάζει ο χαρακτήρας της περιοχής ανάλογα με την ώρα της ημέρας. Ιδιαίτερα στις περιοχές που επικρατεί η νυχτερινή διασκέδαση, ο κίνδυνος της ερήμωσης ή της υπολειτουργίας την ημέρα είναι μεγάλος. Σε ορισμένες περιπτώσεις γίνονται προσπάθειες για τη συνεχή λειτουργία των περιοχών, με παρατεταμένο ωράριο καταστημάτων, διοργάνωση εκδηλώσεων όλη την ημέρα, κ.λπ. Η χρονική διάσταση είναι ιδιαίτερα σημαντική στις πολιτιστικές περιοχές που συνδυάζουν τον πολιτιστικό με τον τουριστικό χαρακτήρα (Lovatt 1994, O'Connor and Lovatt 1995)

ΣΤ. Στρατηγικές Δημιουργίας Πολιτιστικών Περιοχών

Η ανάπτυξη των πολιτιστικών περιοχών ως κύριο εργαλείο της σύγχρονης αστικής πολιτικής, έχει οδηγήσει στην εξέταση αντίστοιχων στρατηγικών δημιουργίας πολιτιστικών ή στρατηγικών πολιτιστικής συγκέντρωσης (cultural clustering strategies). Οι περισσότερες περιφέρειες και πόλεις παγκοσμίως αναζητούν στρατηγικές και βέλτιστες πρακτικές για να σχεδιάσουν μία αντίστοιχη πολιτική – πλέον χαρακτηριστική πρόσφατη περίπτωση είναι αυτή του Άμπου Ντάμπι. Ιδιαίτερη επιρροή στις στρατηγικές αυτές έχουν οι σύγχρονες θεωρίες και πρακτικές για την δημιουργική πόλη και οι αντιλήψεις του σύγχρονου μάνατζμεντ για την επιχειρηματικότητα.

$$\frac{Xi/Xz}{Qi/Qz}$$

Όπου:

Xi: αριθμός πολιτιστικών επιχειρήσεων στην περιοχή

Xz: συνολικός αριθμός επιχειρήσεων στην περιοχή

Qi: αριθμός πολιτιστικών επιχειρήσεων στην πόλη

Qz: συνολικός αριθμός επιχειρήσεων στην πόλη

Όταν το αποτέλεσμα είναι ίσο με 1, σημαίνει ότι η περιοχή έχει ακριβώς την ίδια κατανομή πολιτιστικών χώρων όσο και η πόλη. Όταν το αποτέλεσμα είναι μεγαλύτερο από το 1 τότε η περιοχή έχει περισσότερες πολιτιστικές επιχειρήσεις από ότι είναι ο μέσος όρος της πόλης. Όταν είναι μικρότερο από το 1 τότε η περιοχή έχει λιγότερες πολιτιστικές επιχειρήσεις από ότι είναι ο μέσος όρος της πόλης.

Οι Brooks και Kushner (2001) επιχειρούν να κατηγοριοποιήσουν τις στρατηγικές με βάση τέσσερα κριτήρια:

- Διοίκηση (δηλ. με ποιο τρόπο επηρεάζει τη διοικητική διάρθρωση η δημιουργία της πολιτιστικής περιοχής)
- Βαθμός δημόσιας παρέμβασης
- Αστικός Σχεδιασμός
- Πολιτιστικός Προγραμματισμός.

Κύριος σκοπός είναι η βιώσιμη ανάπτυξη μιας πολιτιστικής περιοχής με επίκεντρο την πολιτιστική επιχειρηματικότητα και την επιτυχή ανάμιξη αστικών λειτουργιών με παράλληλη διατήρηση παραδοσιακών ή ιστορικών στοιχείων. Ζητούμενο είναι η δημιουργία τοπικής πολιτιστικής σκηνής με υπερτοπική αναγνωρισιμότητα. Σε αυτόν τον τομέα Το Northern Quarter στο Μάντσεστερ είναι μια από τις πιο ενδιαφέρουσες περιπτώσεις, αφού θεωρείται επιτυχημένη στη σχετική βιβλιογραφία, χωρίς βέβαια αυτό να σημαίνει ότι λείπουν τα προβλήματα (Purvis 1996, O'Connor 1996, 1998, συνεντεύξεις).

Ο Mommaas εντοπίζει πέντε βασικούς σκοπούς που θα έπρεπε να επιδιώκει μία πόλη στην υιοθέτηση πολιτικής πολιτιστικής συγκέντρωσης. Οι κατηγορίες αυτές δεν είναι αυτόνομες, αλλά συχνά επικαλύπτονται (Mommaas 2004). Πιο συγκεκριμένα οι πέντε κατηγορίες είναι οι εξής:

ι. Ενδυνάμωση της ταυτότητας, της ελκυστικής δύναμης και της αγοράς των πόλεων

Η κατηγορία αυτή συνδέεται κυρίως με την αστική αναζωογόνηση και την προβολή μιας νέας αστικής εικόνας και αποτελεί συχνά τον κύριο παράγοντα εκκίνησης μιας πολιτικής ανάπτυξης πολιτιστικής περιοχής. Το κοινό στο οποίο απευθύνονται, δηλαδή οι τουρίστες και οι καταναλωτές του πολιτισμού, είναι πολύ πιο ενημερωμένο και μετακινείται περισσότερο ενώ είναι δεδομένο ότι ο πολιτισμός έχει εκδημοκρατιστεί σε μεγάλο βαθμό. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι η προσφορά τουριστικών ξεναγήσεων περιλαμβάνει τις λεγόμενες «ξεναγήσεις σε δημιουργικούς χώρους» (creative spaces tours) που πραγματοποιούνται στο Λονδίνο, τη Βαρκελώνη, το Βερολίνο, τη Νέα Υόρκη, κ.α.²⁰ Στην περίπτωση της Αττικής, όπως συμβαίνει και σε πολλές άλλες περιπτώσεις μητροπολιτικών περιοχών, δεν υπάρχει σαφής χωρική σύνδεση μεταξύ του τόπου εργασίας, του τόπου κατοικίας και του τόπου διασκέδασης.

²⁰ Οι ξεναγήσεις αυτές περιλαμβάνουν επισκέψεις που δεν περιορίζονται σε καλλιτεχνικούς οργανισμούς ή γκαλερί, αλλά επισκέπτονται εργαστήρια, ατελιέ, στέκια καλλιτεχνών γκράφιτι, αυτοσχέδια χορευτικά event, κ.λπ. Συχνά ρόλο ξεναγού αναλαμβάνει γνώστης του «εναλλακτικού» καλλιτεχνικού χώρου, πχ ένας μουσικός ραπ ή ένας «εναλλακτικός» καλλιτέχνης.

ii. Ενίσχυση μιας πιο «επιχειρηματικής» προσέγγισης στον τομέα του πολιτισμού και της τέχνης

Η συζήτηση σχετικά με τον «κρατικοδίαιτο» πολιτισμό που έχει προκύψει πρόσφατα και στη χώρα μας υποδηλώνει την τάση για μία πιο επιχειρηματική προσέγγιση. Σκοπός της προσέγγισης αυτής είναι η αναζήτηση εναλλακτικών οικονομικών πόρων (από την αγορά, τις δαπάνες έρευνας και τεχνολογίας, την αγορά ακινήτων) και η αντιμετώπιση του ανταγωνισμού με σύγχρονα μέτρα. Οι κρατικές επιδοτήσεις δέχονται αυξανόμενη κριτική όσον αφορά την αποδοτικότητά τους κυρίως λόγω της έλλειψης αντικειμενικότητας ή ισότιμης αντιπροσώπευσης στις σχετικές επιτροπές.

iii. Ενίσχυση της Καινοτομίας και της Δημιουργικότητας

Η τρίτη κατηγορία αφορά το ρόλο του πολιτισμού και των πολιτιστικών περιοχών στη λεγόμενη «δημιουργική οικονομία» αλλά και στην αναζωογόνηση των πόλεων. Η δυναμική της οικονομίας στρέφεται προς τις επικοινωνίες και τις πληροφορίες μέσα στο πλαίσιο της δημιουργικής οικονομίας, δηλαδή των ιδεών και των εμπειριών. Το γεγονός ότι οι πολιτιστικές επιχειρήσεις είναι επιχειρήσεις έντασης πληροφορίας καθιστά απαραίτητη την ενημέρωση και παρακολούθηση των νέων τάσεων, τεχνολογικών εξελίξεων, κ.λπ.

iv. Επανάχρηση κτιρίων και ελεύθερων χώρων

Η αυξανόμενη εκτίμηση της βιομηχανικής κληρονομιάς και της πρόσφατης αρχιτεκτονικής δημιουργίας είναι ένας εξίσου σημαντικός παράγοντας που βοήθησε στην ανάπτυξη των πολιτιστικών περιοχών. Πρόκειται για ένα νέο φαινόμενο αφού οι δεκαετίες του 1950 και του 1960 υπήρξαν καταστροφικές για τη βιομηχανική κληρονομιά, όταν στο πλαίσιο της μοντερνιστικής εκλογικευμένης πολεοδομίας καταστράφηκε ένα μεγάλο μέρος της βιομηχανικής υποδομής του 19^{ου} και 20^{ου} αιώνα. Σήμερα η αντιμετώπιση των βιομηχανικών κτιρίων είναι διαφορετική με σκοπό την οικονομική εκμετάλλευσή τους. Έτσι παλιές αποθήκες, μοναστήρια, βιομηχανίες, ορυχεία, φυλακές, νοσοκομεία, κ.λπ. αξιοποιούνται με νέες χρήσεις με σκοπό το κέρδος και μετατρέπονται σε κατοικίες, γραφεία, χώρους πολιτισμού, αίθουσες εκδηλώσεων, κ.λπ.²¹. Φυσικά δεν έχουν όλες οι πόλεις βιομηχανικά κτίρια, ενώ στην Ελλάδα δεν έχουν προχωρήσει ακόμη όλες οι πόλεις στην αξιοποίηση των βιομηχανικών τους κτιρίων τα οποία παραμένουν ανεκμετάλλεута. Ένα από τα κύρια ερωτήματα είναι τι επιλέγεται ως διατηρητέα

²¹ Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι η μετατροπή των Docklands του Λονδίνου σε περιοχή γραφείων και πολυτελούς κατοικίας και –πιο πρόσφατα – η μετατροπή των εγκαταλειμμένων αποβαθρών στο Άμστερνταμ (Eastern Harbour Docklands) σε περιοχή κατοικίας και αναψυχής (N.A.I. 2006).

«κτιριακή κληρονομιά». Το ερώτημα σχετίζεται με προβλήματα που επηρεάζουν την κτιριακή κληρονομιά ως κυρίαρχο μέσο τοπικής ταυτότητας (Ο' Connor and Wynne 1998: 842-3). Τα προβλήματα αυτά έχουν σαν αποτέλεσμα η κτιριακή κληρονομιά να εμφανίζει τα εξής χαρακτηριστικά²²:

- τείνει να μην έχει αξία για τις σύγχρονες αστικές κοινωνίες οι οποίες είναι σε μεγάλο βαθμό πολυεθνικές,
- τείνει να είναι μονοδιάστατη και φτωχή σε νόημα για τις μεταμοντέρνες ευρωπαϊκές αστικές κοινωνίες όπου κυριαρχούν οι αξίες της διαφοροποίησης και της διαφορετικότητας,
- τείνει να δημιουργεί ένα ομογενοποιημένο αστικό τοπίο στις Ευρωπαϊκές πόλεις, ενώ αδυνατεί να ενισχύσει την τοπική ταυτότητα έτσι ώστε να ενδυναμώσει τον τοπικό πολιτισμό και την τουριστική ανάπτυξη.

Ο Greffe αναφέρεται στον ρόλο της επανάχρησης²³ εγκαταλειμμένων κτιρίων ως μία διαδικασία με άμεσες κοινωνικές επιπτώσεις. Συγκεκριμένα αναφέρεται σε τέσσερις βασικές επιπτώσεις:

- Η επαναφορά της συμβολικής και συναισθηματικής αξίας ενός τόπου που χρησιμοποιούνταν για την βιομηχανική παραγωγή προβάλλει τη συνέχεια της δημιουργίας στο χώρο.
- Για τους εργάτες των χώρων αυτών η επανάχρηση αποτελεί μία πολύ ευχάριστη έκπληξη αφού βλέπουν τους χώρους εργασίας να μετατρέπονται και να φιλοξενούν νέες χρήσεις.
- Οι πολιτιστικοί χρήστες που επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν αυτούς τους χώρους επειδή συνδυάζουν τις έννοιες του δημιουργικού και του εφήμερου. Ουσιαστικά επαναφέρουν την παραγωγή στους χώρους αυτούς, αλλά σε διαφορετικές μορφές.
- Τέλος, οι χώροι αυτοί προσφέρονται για παραστάσεις και καλλιτεχνικές δράσεις πειραματικού χαρακτήρα (Greffe 2005:41).

Αρχικά, η επανάχρηση αυτών των χώρων δεν έγινε βάσει ηθικών επιλογών, ούτε και αποτέλεσε συνειδητή επιλογή ατόμων ή ομάδων. Οι καλλιτέχνες και οι πολιτιστικοί οργανισμοί αναζητούσαν χώρους σε αστικές περιοχές οι οποίοι να είναι ενιαίοι, φτηνοί και μεγάλοι σε μέγεθος, γεγονός που τους οδήγησε σε περιοχές που χαρακτηρίζονται από βιομηχανική παρακμή και, συχνά, από κοινωνικό αποκλεισμό. Γνωρίζοντας τις ανισότητες που κυριαρχούν στις περιοχές αυτές οι ομάδες αυτές ανέπτυξαν ιδιαίτερα συστήματα διαχείρισης τα οποία βοήθησαν με τη σειρά τους στη διαδικασία τοπικής ανάπτυξης. Ωστόσο, στη διαδικασία αυτή συναντούν και σημαντικούς περιορισμούς:

²² Βλ. Gospodini A., *European Cities and Place Identity*, Βόλος 2002 σελ. 27

²³ Ο όρος αναφέρεται ως re-use ή retrofit. Η πρακτική της αποκατάστασης κτιρίων αποτελεί ανερχόμενο κλάδο και στην Ελλάδα και οι σχετικές σπουδές διαχωρίζονται πλέον από τις σπουδές Αρχιτεκτονικής.

1. Φυσικούς περιορισμούς. Η μετακόμιση σε ένα βιομηχανικό κτίριο έχει πολλά πλεονεκτήματα, αφού πέρα από το χαμηλό ενοίκιο, προσφέρει ευελιξία στη χρήση λόγω του ύψους των αιθουσών, των μεγάλων παραθύρων, της κατασκευής, κ.λπ. Παράλληλα όμως εμπεριέχουν και μεγάλο κόστος ανακαίνισης, καθαρισμού (ειδικά εάν υπάρχουν κατάλοιπα μόλυνσης), πυρασφάλειας, συντήρησης, κ.λπ.
2. Χωρικούς περιορισμούς. Οι περιοχές στις οποίες βρίσκονται τα βιομηχανικά κτίρια αυτά είναι κατά κανόνα υποβαθμισμένες με ανεπαρκείς κοινωνικές υποδομές, ενώ οι νέοι χρήστες δεν διατίθενται να επενδύσουν στις περιοχές αυτές. Η εγκληματικότητα και οι βανδαλισμοί αποτελούν πρόβλημα για την εγκατάσταση νέων πολιτιστικών χρήσεων. Στις περισσότερες περιπτώσεις είναι πολύ δύσκολο να πειστούν οι τοπικές αρχές, οι υπάρχοντες χρήστες και το κοινό για την αναγκαιότητα αναβάθμισης της περιοχής και για το όφελος της επανάχρησης των κτιρίων. Οι κάτοικοι των υποβαθμισμένων περιοχών δύσκολα πείθονται να συμμετάσχουν ή να επισκεφθούν τα κτίρια αυτά συχνά νιώθουν αποκλεισμένοι. Οι επιχειρήσεις από την πλευρά τους πρέπει να προσελκύσουν τους κατοίκους με δωρεάν ή χαμηλότερη είσοδο, κάτι όμως που προκαλεί πρόβλημα στην οικονομική διαχείρισή τους.
3. Διαχειριστικούς περιορισμούς. Τα κτίρια που αποκτούν νέες πολιτιστικές χρήσεις συχνά δυσκολεύονται να καλύψουν το σύνολο των λειτουργικών τους δαπανών. Τα έσοδα τους προέρχονται κατά κύριο λόγο από την πώληση εισιτηρίων, τα έσοδα από το κυλικείο ή το εστιατόριο, από εκπαιδευτικές δραστηριότητες και από υπερνοικίαση χώρων. Τα έσοδα αυτά καλύπτουν τις βασικές λειτουργικές ανάγκες και τις αμοιβές καλλιτεχνών και σπάνια περισσεύουν κεφάλαια για την κάλυψη διαφήμισης ή αγοράς εξοπλισμού (ο.π.: 43).
4. Πολύ σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης για τους χώρους αυτούς αποτελεί η δικτύωση²⁴.

v. Ενθάρρυνση των διαφορετικών πολιτιστικών εκφράσεων και της πολιτιστικής δημοκρατίας

Σε αντίθεση με τις παραπάνω περιπτώσεις, η πέμπτη κατηγορία διαφέρει σημαντικά σε φυσιογνωμία και έχει βαρύνουσα σημασία. Η συζήτηση για την συμμετοχή όλων των κοινωνικών ομάδων στην πολιτιστική δραστηριότητα αποτελεί μία ιδιαίτερη υποκατηγορία της πολιτιστικής πολιτικής και αφορά και τις πολιτιστικές περιοχές.

²⁴ Το δίκτυο Trans Europe Halles είναι το πιο δημοφιλές δίκτυο πολυχώρων που στεγάζονται σε ανενεργούς βιομηχανικούς ή επαγγελματικούς χώρους. Σε εθνικό επίπεδο λειτουργούν επίσης δίκτυα και ενώσεις, όπως π.χ. το γαλλικό Acte-Ile de France.

Εδώ είναι χρήσιμο να γίνει αναφορά στη σύγχρονη συζήτηση για την πολιτιστική δημοκρατία και την ιδεολογία της Νέας Αριστεράς και των επιπτώσεων που είχε στην πολιτιστική πολιτική των πόλεων. Ο Φράνκο Μπιανκίνι έχει διεξάγει εκτεταμένη έρευνα σε σχέση με το συγκεκριμένο αντικείμενο, αναλύοντας τις περιπτώσεις των προσεγγίσεων του Movimento στη Ρώμη και του GLC (Greater London District) του Λονδίνου, οι οποίες παρουσιάζουν αρκετά κοινά στοιχεία και εκφράζουν το πνεύμα αυτό. Πρώτον, θεωρούν τον πολιτισμό κατεξοχήν πεδίο πολιτικής και όχι ως ουδέτερο χώρο. Δεύτερον, θέτουν στο επίκεντρο νέες, πιο λαϊκές μορφές τέχνης που αναπτύχθηκαν τον 20^ο αιώνα και τρίτον, θεωρήθηκε ότι οι εμπορικές μορφές τέχνης δεν θα έπρεπε να είναι αποκλειστικότητα του ιδιωτικού τομέα αλλά ότι το κράτος μπορεί να τις χρησιμοποιήσει για να βελτιώσει την πολιτιστική του πολιτική (Bianchini 1989). Το τελευταίο σημείο είναι ιδιαίτερα σημαντικό αφού σηματοδοτεί μια στροφή στην κρατική παρέμβαση η οποία μέχρι τότε λειτουργούσε εναντίον της αγοράς, ενώ τώρα καλείται να λειτουργήσει μέσα από την αγορά. Η συζήτηση αυτή ξεκινά από την αντίληψη ότι τα πολιτιστικά αγαθά και οι υπηρεσίες αποτελούν κοινωνικό δικαίωμα και ότι το σύνολο του λαού πρέπει να απολαμβάνει την πολιτιστική ζωή σε αντίθεση με την παλαιότερη αντίληψη ότι ο πολιτισμός είναι "μία εκλεπτυσμένη απασχόληση για την αριστοκρατία του αίματος, του χρήματος και της διανοήσης", ότι δηλαδή αφορά ορισμένες προνομιούχες τάξεις του πληθυσμού (Κόνσολα 2006:50).

Z. Μοντέλα Ανάπτυξης και Διοίκησης Πολιτιστικών Περιοχών

Υπάρχουν πλέον πολλά παραδείγματα πολιτιστικών περιοχών, τόσο σε μεγαλύτερες όσο και σε μικρότερες πόλεις, οι οποίες προσφέρουν έδαφος για την ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων και δημιουργούν προστιθέμενη αξία στο συγκεκριμένο τμήμα της πόλης. Παράλληλα ενθαρρύνουν την αστική κοινωνικότητα, ενισχύουν ή διαφοροποιούν την ταυτότητα της πόλης και προκαλούν την ανάπτυξη τοπικών καλλιτεχνικών ρευμάτων (McCarthy 2005, 2006). Η πλειοψηφία των περιπτώσεων βρίσκονται ακόμα υπό εξέλιξη και δεν είναι εύκολο να κριθεί η επιτυχία τους, ωστόσο μπορεί κανείς να διακρίνει ορισμένες βασικές τάσεις.

Η δημιουργία και ανάπτυξη των πολιτιστικών περιοχών δεν ακολουθεί πάντα την ίδια πορεία και αυτός είναι και ένας βασικός τρόπος διαφοροποίησης τους, όπως αναφέρεται παραπάνω. Έτσι, ο τρόπος με τον οποίο δημιουργούνται οδηγεί στις εξής κατηγορίες πολιτιστικών περιοχών ανάλογα με ορισμένα χαρακτηριστικά.

1. Εγκαταλειμμένες περιοχές εκτός αστικού σχεδιασμού όπου εγκαθίστανται ανεπίσημες πολιτιστικές ομάδες δημιουργώντας ένα εναλλακτικό κλίμα.
2. Πολιτιστικές περιοχές που προκύπτουν λόγω πιέσεων της αγοράς.
3. Πολιτιστικές περιοχές που προκύπτουν λόγω αστικού σχεδιασμού.

Ένας βασικός διαχωρισμός αφορά την στρατηγική αντίληψη, αν δηλαδή έχει εφαρμοστεί μία top down (εκ των άνω) στρατηγική ή μία bottom up (από την βάση) προσέγγιση.

Ένας δεύτερος διαχωρισμός αφορά το φορέα ή τους φορείς που έχουν την πρωτοβουλία σε κάθε περίπτωση:

- Με δημόσια πρωτοβουλία

Οι περιπτώσεις που ο σχεδιασμός πραγματοποιείται από κρατικούς ή αυτοδιοικητικούς φορείς δεν είναι ασυνήθιστη, ειδικά στις πόλεις της Βόρειας Ευρώπης. Πολλά επιτυχημένα παραδείγματα πολιτιστικών περιοχών αναπτύσσονται με πρωτοβουλία της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και των Πανεπιστημίων²⁵.

- Με ιδιωτική πρωτοβουλία

Στην πλειονότητα των περιπτώσεων, η ανάδειξη των περιοχών οφείλεται σε πρωτοβουλία ιδιωτών (καλλιτεχνών, πολιτιστικών επιχειρήσεων, κ.λπ.) σύμφωνα με τη διαδικασία της ποιοτικής ανάπτυξης. Οι συγκυρίες που χαρακτηρίζουν κάθε περίπτωση ξεχωριστά και οι γενικότερες οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες καθορίζουν την μετέπειτα πορεία τους. Σε πολλές περιπτώσεις ο δημόσιος τομέας εμπλέκεται έμμεσα (π.χ., μέσα από μεγάλες πολιτιστικές επενδύσεις ή ιδιοκτησίες σε μία περιοχή, μέσα από προγράμματα ανάπτυξης) ή εμπλέκεται άμεσα αλλά με χρονική καθυστέρηση.

- Ειδικές περιπτώσεις

Πλέον ο διαχωρισμός ιδιωτικών και δημόσιων πρωτοβουλιών συναντά δυσκολίες λόγω των αυξανόμενων σχέσεων και της πολυπλοκότητας που χαρακτηρίζουν τα σύγχρονα αστικά εμβληματικά έργα. Η ενθάρρυνση των συμπράξεων δημοσίου και ιδιωτικού τομέα αποτελεί πάγια τακτική και δημιουργεί νέες μορφές διοίκησης.

Όσον αφορά τη διοίκηση των πολιτιστικών περιοχών μπορούμε να ανιχνεύσουμε διοικητικά μοντέλα με αρκετά μεγάλες διαφορές. Τα συστήματα διοίκησης ποικίλουν από χώρα σε χώρα αλλά ξεχωρίζουν τρεις βασικοί τύποι

²⁵ Στον ελληνικό χώρο, χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του Τεχνολογικού και Πολιτιστικού Πάρκου Λαυρίου, όπου την πρωτοβουλία και κύρια ευθύνη διοίκησης έχει το Ε.Μ.Π.

διοίκησης. Η πρώτη μορφή είναι η διοίκηση να γίνεται μέσω συλλογικού φορέα (επιμελητηριακός οργανισμός, σύλλογος, εταιρία ειδικού σκοπού, κ.λπ.). Η δεύτερη μορφή είναι η διοίκηση να γίνεται μέσω δημόσιου φορέα (Κτηματική Εταιρία, Δημοτικό Γραφείο, Αντιδημαρχία Πολιτισμού, κ.ά. Τέλος η τρίτη μορφή αφορά τη διοίκηση μέσω ανεξάρτητου ιδιωτικού φορέα ή ΣΔΙΤ, περιπτώσεις δηλαδή που η διοίκηση παραχωρείται σε εταιρία. Βεβαίως, υπάρχουν και περιπτώσεις (οι οποίες παραλείπονται στη σχετική βιβλιογραφία) όπου ουσιαστικά δεν υπάρχει σχήμα διοίκησης ή οι αρμοδιότητες για την περιοχή εμπίπτουν σε διαφορετικές υπηρεσίες και αρχές.

Αναλόγως διαφέρουν και οι μορφές συμμετοχής των εκπροσώπων των πολιτιστικών επιχειρήσεων. Υπάρχουν περιπτώσεις που οι διάφορες ομάδες και τα συμφέροντα εκπροσωπούνται στη διοίκηση της περιοχής, υπάρχει άμεση πληροφόρηση και έλεγχος των αποφάσεων και οι συγκρούσεις επιλύονται στα σχετικά όργανα. Σε άλλες περιπτώσεις υπάρχει η πληροφόρηση και η συμμετοχή στη διοίκηση, ωστόσο ο ρόλος είναι απλά συμβουλευτικός. Σε αρκετές περιπτώσεις τέλος η πληροφόρηση δεν είναι επαρκής ή είναι κατευθυνόμενη και η συμμετοχή των εκπροσώπων δεν αλλάζει ουσιαστικά τις αποφάσεις.

Ιδανική περίπτωση είναι να υπάρχει η δυνατότητα να σχεδιαστεί από την αρχή μια πολιτιστική περιοχή. Όπως διαφαίνεται στις περιπτώσεις μελέτης οι πιθανότητες επιτυχίας μιας περιοχής που σχεδιάζεται από την αρχή είναι συχνά μεγαλύτερες, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι εκλείπει ο κίνδυνος αποτυχίας.

Ένας ενδεικτικός τρόπος σχεδιασμού των βημάτων ανάπτυξης μιας πολιτιστικής περιοχής, όπως εφαρμόστηκε σε αρκετές περιπτώσεις που παρουσιάζονται παρακάτω, πρέπει να περιλαμβάνει τέσσερα βασικά βήματα: την αρχική καταγραφή, το όραμα, τη στρατηγική και το σχέδιο δράσης. Αρχικά πραγματοποιείται και ελέγχεται η καταγραφή όλων των πολιτιστικών αποθεμάτων, της ιδιωτικής και δημόσιας ιδιοκτησίας και εντοπίζονται σημαντικά κτίρια, άνθρωποι, γεγονότα, μύθοι, κ.λπ. Ακολουθεί το όραμα που αναφέρεται στους σκοπούς και το επιθυμητό αποτέλεσμα. Το όραμα πρέπει να είναι εμπνευσμένο, ξεχωριστό και να ανταποκρίνεται στην τοπική ιδιαιτερότητα (vernacular). Στη συνέχεια χαράσσεται η στρατηγική, δηλ. η σύνδεση δράσεων και έργων με το όραμα, το οποίο είναι ίσως το πιο σημαντικό μέρος. Πρέπει να βασίζεται σε συμφωνημένες προτεραιότητες και σε καθορισμένους όρους, καθώς και να συνοδεύεται από δημόσια δήλωση προθέσεων. Τέλος το *σχέδιο δράσης* αφορά την υλοποίηση της στρατηγικής. Πρέπει να είναι ανεξάρτητο από άλλα σχέδια, να είναι μετρήσιμο, χρονικά ορισμένο και να οδηγεί σε εφικτά αποτελέσματα.

Οι διαφορετικοί τρόποι ανάπτυξης που παρουσιάζονται παρακάτω αποδεικνύουν ότι δεν υπάρχει μία μοναδική «συνταγή επιτυχίας», ωστόσο στην

περίπτωση που υπάρχει η δυνατότητα σχεδιασμού εκ των προτέρων και παρέμβασης, τα βήματα αυτά μπορούν να βοηθήσουν σημαντικά στην επιτυχία του εγχειρήματος.

Η. Μέθοδοι Αξιολόγησης και Μέτρησης

Η συνεχής δημιουργία και ανάπτυξη πολιτιστικών περιοχών ως στρατηγική πολιτιστικής αναζωογόνησης απαιτεί μια κριτική προσέγγιση των διαδικασιών που ακολουθούνται. Ωστόσο, η αξιολόγηση της επιτυχίας ή αποτυχίας των πολιτιστικών περιοχών είναι σε μεγάλο βαθμό προβληματική. Οι κύριοι λόγοι είναι οι εξής (Gilmore 2004):

- Μόλις πρόσφατα καθιερώθηκε η στρατηγική των πολιτιστικών περιοχών στην αστική πολιτική, με αποτέλεσμα αφενός να μην υπάρχει μακροχρόνια εμπειρία και αφετέρου να υπάρχει κριτική απόσταση.
- Οι πολιτιστικές περιοχές διαφέρουν σημαντικά μεταξύ τους και δεν μπορούν να συγκριθούν συνολικά, αλλά απαιτείται μια διαφοροποιημένη προσέγγιση. Γενικά η ανάπτυξη μιας περιοχής είναι μια δυναμική, συνεχιζόμενη και άνιση διαδικασία και όχι ένα επίτευγμα, γεγονός που καθιστά την οποιαδήποτε αξιολόγηση δύσκολη. Τίθεται λοιπόν το ερώτημα πότε ξεκινάει μια περιοχή να υφίσταται ως πολιτιστική περιοχή και πότε σταματάει.
- Πολύ σημαντικός παράγοντας είναι η οριοθέτηση και τα διαφορετικά στοιχεία που περιέχει ο όρος «επιτυχία» και ο τρόπος με τον οποίο τον αντιλαμβάνονται οι διαφορετικές κοινωνικές ομάδες, οι πολιτικοί, οι κάτοικοι, οι τουρίστες, τα μέσα ενημέρωσης και οι πολιτιστικές επιχειρήσεις.

Γενικά, οι μελέτες που εξετάζουν τις οικονομικές επιπτώσεις του πολιτισμού ή του τουρισμού τείνουν να ονομάζονται «μελέτες επιπτώσεων». Χρησιμοποιούν σχετικά απλούς δείκτες όπως η αύξηση των επισκεπτών, τα στοιχεία των διανυκτερεύσεων και τον τρόπο που επηρεάζουν την τοπική κατανάλωση (εμπόριο και αναψυχή). Στην περίπτωση των πολιτιστικών περιοχών τα στοιχεία αυτά σπάνια είναι μετρήσιμα και βασική ένσταση αποτελεί το γεγονός ότι οι μετρήσεις είναι έμμεσες και ουσιαστικά δεν αναφέρονται στην ίδια την πολιτιστική παραγωγή και κατανάλωση (Pratt 2004:6). Από την άλλη πλευρά, οι μετρήσεις της συμμετοχής σε πολιτιστικές εκδηλώσεις ή παραστάσεις μπορούν να γίνουν –κατά κανόνα- στις περιπτώσεις που επιβάλλεται εισιτήριο²⁶. Σε μια πολιτιστική περιοχή όμως υπάρχει ένα πολύ πιο σύνθετο πλέγμα συμμετοχής και κατανάλωσης

²⁶ Όσον αφορά τον ελληνικό χώρο, ακόμα και αυτές οι μετρήσεις είναι ελλιπείς. Για παράδειγμα, τα θέατρα δεν είναι υποχρεωμένα να παρουσιάζουν αριθμό εισιτηρίων ανά παράσταση ή αποφεύγουν να το κάνουν για φορολογικούς λόγους.

πολιτισμού μέσα από επισκέψεις σε εκθέσεις, σε εκπαιδευτικές διαδικασίες, πωλήσεις, ανοιχτά φεστιβάλ, υπηρεσίες, κ.λπ.

Οι μετρήσεις και οι στατιστικοί δείκτες που χρησιμοποιούνται από την περιφερειακή επιστήμη, μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την παρουσίαση και σύγκριση πολιτιστικών περιοχών (βλ. Κόνσολα 1990, McCann 2002, Greffe 2004).
Πιο συγκεκριμένα:

α. Εξειδίκευση

Η τοπική εξειδίκευση μπορεί να προσδιορίσει μια πολιτιστική περιοχή και προϋποθέτει τα εξής κριτήρια:

- Θέσεις εργασίας: πρέπει να υπάρχει ένας ελάχιστος αριθμός εργαζόμενων.
- Αριθμός οργανισμών και επιχειρήσεων: απαιτείται να υπάρχει ένας ελάχιστος αριθμός εργοδοτών.
- Βαθμός συγκέντρωσης: ο αριθμός των επιχειρήσεων στο πλαίσιο της περιοχής πρέπει να είναι τουλάχιστον διπλάσιος της μέσης πυκνότητας επιχειρήσεων του κλάδου σε εθνικό επίπεδο.
- Βαθμός εξειδίκευσης: ο βαθμός εξειδίκευσης μεταξύ των επιχειρήσεων δεν πρέπει να είναι μικρότερος από το μέσο εθνικό όρο.

Η μέθοδος προσδιορισμού παρουσιάζει αρκετές δυσκολίες, ειδικά στις περιπτώσεις που έχουμε λίγες θέσεις εργασίας (άλλωστε οι πολιτιστικές βιομηχανίες είναι κατά συντριπτική πλειοψηφία μικρές ή και ατομικές επιχειρήσεις).

β. Συγκέντρωση

Οι δείκτες συγκέντρωσης είναι ιδιαίτερα χρήσιμοι και απλοί στη χρήση τους. Μπορεί κανείς να εξετάσει την αναλογία της απασχόλησης στον πολιτιστικό τομέα σε μια περιοχή σε σχέση με τη αντίστοιχη αναλογία σε εθνικό επίπεδο.

Υποθέτουμε ότι:

T είναι ο πολιτιστικός τομέας

X είναι η περιοχή που μας ενδιαφέρει

$N(T, X)$ είναι ο αριθμός των θέσεων εργασίας ή των επιχειρήσεων του πολιτιστικού τομέα T στην περιοχή X.

$N(T)$ είναι ο αριθμός των θέσεων εργασίας ή των επιχειρήσεων του πολιτιστικού τομέα T συνολικά.

$$N(T, X)/N(T)$$

Ο παραπάνω δείκτης δεν επαρκεί για να περιγράψει την ανισότητα στην κατανομή των θέσεων εργασίας ή των επιχειρήσεων χωρικά.

Αν υποθέσουμε ότι:

Ψ είναι ο συνολικός αριθμός θέσεων εργασίας ή των επιχειρήσεων στην εθνική οικονομία

$\Psi(X)$ είναι ο συνολικός αριθμός θέσεων εργασίας ή των επιχειρήσεων στην περιοχή

$$[N(T, X)/ N(T)] \bigg/ [\Psi(X)/\Psi]$$

Σε περίπτωση που ο δείκτης αυτός είναι μεγαλύτερος από την μονάδα, τότε υπάρχει ένδειξη συγκέντρωσης, δηλαδή η σχετική σημασία του πολιτιστικού τομέα είναι μεγαλύτερη από την περιοχή X από ότι είναι στο σύνολο της οικονομίας της χώρας ή πόλης.

Ο δείκτης αυτός μπορεί να γραφεί και ως εξής:

$$[N(T, X)/ N(T)] \times [\Psi/\Psi(X)]$$

$$\text{ή } [N(T, X)/\Psi(X)] \times [N(T)/\Psi]$$

όπου το πρώτο μέρος $[N(T,X)/\Psi(X)]$ είναι η αναλογία θέσεων εργασίας ή επιχειρήσεων του πολιτιστικού τομέα σε σχέση με το σύνολο στην περιοχή X , ενώ το δεύτερο μέρος $[N(T)/\Psi]$ εκφράζει την αντίστοιχη αναλογία σε εθνικό επίπεδο. Ο δείκτης αυτός δείχνει την εξειδίκευση μιας περιοχής και επιτρέπει τη συγκριτική παρουσίαση. Όσο μεγαλύτερη είναι η παραπάνω σχέση τόσο πιο έντονη είναι η ένδειξη ύπαρξης cluster.

Άλλοι δείκτες συγκέντρωσης που μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε είναι ο δείκτης του Herfindhal και οι δείκτες GINI.

Ο δείκτης του Herfindhal εκφράζεται ως εξής:

$$H_k = \sum_{i=1}^m (s_k^i)^2 = \sum_{i=1}^m \left(\frac{n_k^i}{n_k} \right)^2$$

όπου n_k^i είναι η απασχόληση στον τομέα i στη περιοχή k και το n_k είναι η συνολική απασχόληση στο τομέα k . Ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ $1/m$ και 1 . Όσο ο δείκτης πλησιάζει το 1 η συγκέντρωση μεγιστοποιείται ενώ όσο πλησιάζει το $1/m$ ενισχύεται ο γεωγραφικός κατακερματισμός.

Δείκτης GINI

Ο παραπάνω δείκτης αδυνατεί να καταδείξει τη γεωγραφική και τομεακή διάσταση και μετράει περισσότερο την εξειδίκευση παρά τη συγκέντρωση. Επομένως, είναι καλύτερο να χρησιμοποιήσουμε το δείκτη GINI:

$$G_k = 0,5 \frac{\sum_{i=1}^m \frac{s_k^i x^i}{2}}{\sum_{i=2}^m x^i \sum_{j=2}^i s_{ki}^j}$$

με $x^i = \frac{n^i}{N}$ το οποίο αντιπροσωπεύει το ποσοστό της συνολικής απασχόλησης στη περιφέρεια i .

Ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ 0 και $0,5$. Αν είναι $0,5$ η συγκέντρωση μεγιστοποιείται και εάν είναι 0 μεγιστοποιείται ο κατακερματισμός.

Μια δεύτερη μέτρηση δίνεται από το Gbi

$$Gb_k = \frac{2}{m^2 \bar{Z}_k} \left[\sum_i \lambda_i (Z_k^i - \bar{Z}_k) \right]$$

με $Z_k^i = \frac{s_k^i}{x^i}$ και λ_i είναι ο αύξων αριθμός της γεωγραφικής ενότητας όταν οι ενότητες είναι ταξινομημένες με αύξουσα σειρά Z_k^i . Ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ 0 και 1 . Αν είναι 1 η συγκέντρωση μεγιστοποιείται και εάν είναι 0 μεγιστοποιείται ο κατακερματισμός.

Οι παραπάνω δείκτες μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε περιπτώσεις διαφορετικών γεωγραφικών ενότητων.

β) Δείκτες συνέργειας

Η εξειδίκευση και η συγκέντρωση δεν επαρκούν για να οριστεί μια πολιτιστική περιοχή ή ένα cluster, αφού ο πλέον καθοριστικός παράγοντας είναι οι σχέσεις και η αλληλεπίδραση μεταξύ των επιχειρήσεων στη συγκεκριμένη γεωγραφική ενότητα. Όπως και στην περίπτωση της συγκέντρωσης, το ενδιαφέρον επικεντρώνεται στην εμφάνιση εντονότερης συνέργειας από ότι συμβαίνει σε εθνικό επίπεδο. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί με τη κατασκευή πινάκων συσχέτισης. Ο αριθμός τους εξαρτάται από τον αριθμό δεικτών και γεωγραφικών ενοτήτων ενώ δημιουργούνται συντελεστές συσχέτισης. Όταν η τιμή του συντελεστή αγγίζει το +1 σημαίνει ότι μεγιστοποιείται η συνέργεια και όταν αγγίζει το -1 η συνέργεια είναι ιδιαίτερα αδύνατη.

Στις περιπτώσεις που έχουμε παραπάνω από 2-3 τομείς, μπορούμε να κατασκευάσουμε πίνακες συγκέντρωσης ανά τομέα και περιοχή. Σε αυτήν την περίπτωση ο δείκτης παρουσιάζει την αναλογία της σημασίας του πολιτιστικού τομέα στη μία περιοχή σε σχέση με τη σημασία του σε εθνικό επίπεδο. Αν ο δείκτης ξεπερνάει το 2, έχουμε σημαντική συγκέντρωση, ενώ εάν ξεπερνά το 4 η συγκέντρωση είναι πολύ δυνατή.

Το πρόβλημα των πινάκων συσχέτισης είναι ότι δεν λαμβάνουν υπόψη τις σχέσεις που μπορούν να αναπτύσσονται μεταξύ διαφορετικών τομέων. Σύμφωνα με τον Greffe ο πιο ασφαλής τρόπος είναι ο δείκτης συσχέτισης να είναι πάνω από 0,5. Γενικά, πρέπει να είναι κανείς προσεκτικός όταν απορρίπτει μια περιοχή λόγω χαμηλού δείκτη (Greffe 2005:186).

2. Ιστορικές και Τουριστικές Πολιτιστικές Περιοχές

Στις σύγχρονες πόλεις, οι πολιτιστικές περιοχές που είτε λόγω της πολιτιστικής κληρονομιάς τους είτε λόγω της σύγχρονης δραστηριότητάς τους προσελκύουν τουρίστες χαρακτηρίζονται και τουριστικές περιοχές. Στην πράξη ο διαχωρισμός πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών δεν είναι εύκολος αφού οι περισσότερες πολιτιστικές περιοχές έχουν και τουριστικό χαρακτήρα, προσελκύοντας επισκέπτες.

Ο χαρακτηρισμός «ιστορικές περιοχές» αναφέρεται σε περιοχές με σημαντικά στοιχεία πολιτιστικής κληρονομιάς και παρουσιάζει επίσης δυσκολίες: πλέον στην πολιτιστική κληρονομιά εντάσσονται τομείς οι οποίοι μέχρι πρότινος δεν θεωρούνταν αξιόλογοι (π.χ. βιομηχανική κληρονομιά, αρχιτεκτονική Μπάουχαους, κ.λπ.) με αποτέλεσμα μία σύγχρονη περιοχή να χαρακτηρίζεται και από ιστορικά αξιοθέατα. Η σύγχρονη αρχιτεκτονική δημιουργία αποτελεί επίσης ξεχωριστό λόγο επίσκεψης και τουριστικής ανάπτυξης μιας πόλης (π.χ., μουσείο Guggenheime στο Μπιλμπάο, Όπερα στο Πόρτο, Tate Modern στο Λονδίνο). Σε ορισμένες περιπτώσεις ακόμη και νεώτερα κτίρια με ιδιαίτερη ιστορία θεωρούνται αξιοθέατα (π.χ. η πρώτη αποθήκη που χρησιμοποιήθηκε για rave party, η Hacienda, στο Μάντσεστερ).

Η ύπαρξη μνημείων ή μουσείων δεν αποτελεί άλλωστε πλέον μοναδικό κριτήριο για την επίσκεψη σε μία πόλη. Η σύγχρονη πολιτιστική παραγωγή, οι εκθέσεις, οι ευκαιρίες αναψυχής, τα ψώνια, κ.ά. αποτελούν εξίσου σημαντικό σκοπό επίσκεψης και συχνά συνδυάζονται.

Μια ειδική κατηγορία τουριστικών περιοχών αποτελούν αυτές που σχηματίζονται σε πόλεις των οποίων η τοπική οικονομία είναι εστιασμένη στον τουρισμό και την πολιτιστική κληρονομιά. Στη σχετική βιβλιογραφία συνήθως αναφέρονται ιστορικές πόλεις όπως η Βενετία και η Μπρυζ, χωρίς όμως να αποκλείονται και περιπτώσεις μεγαλύτερων πόλεων (Ashworth and Voogd 1990, Jansen-Verbeke 1988, 1998, Fortuna 1997, Waitt 2000). Γενικά, η διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς στο πλαίσιο μιας τουριστικής προσέγγισης αποτελεί κατά κανόνα αντικείμενο κρατικής μέριμνας, γεγονός που δημιουργεί ένα βασικό παράγοντα διαφοροποίησης από τις πολιτιστικές περιοχές που σχηματίζονται από τις πολιτιστικές επιχειρήσεις. Υπάρχει δηλαδή εκ των πραγμάτων μία top down προσέγγιση.

Στις δεκαετίες του 1970 και μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1980, όταν επικρατούσε ο ρασιοναλιστικός σχεδιασμός και η εγκαθίδρυση ζωνών στις πόλεις, η κυρίαρχη τάση ήθελε τις τουριστικές δραστηριότητες συγκεντρωμένες σε συγκεκριμένα σημεία της πόλης με σαφή διαχωρισμό των οικιστικών και τουριστικών χρήσεων (Jansen-Verbeke 1995). Πολλές περιοχές έτσι δέχτηκαν

μεγάλες πιέσεις από το αυξημένο τουριστικό ρεύμα και οι προσπάθειες ρύθμισης που επιλέχθηκαν δεν κατάφεραν στις περισσότερες περιπτώσεις να λύσουν το πρόβλημα. Οι πολιτικές επιλογές στις περισσότερες περιπτώσεις στηρίχθηκαν σε λανθασμένες παραδοχές: οι απαγορεύσεις και οι αποτρεπτικοί νόμοι τελικά λειτουργούν προς την αντίθετη κατεύθυνση ενθαρρύνοντας την σαφώς λιγότερο προσοδοφόρα και αειφορική μορφή τουρισμού των ημερησίων επισκέψεων (Russo 2000: 8-9)

Οι ιστορικές – τουριστικές πόλεις δεν αποτελούν ενιαίο σύνολο, αλλά διαφέρουν σημαντικά όσον αφορά τα χαρακτηριστικά τους: μεγάλες ιστορικές πρωτεύουσες (Λονδίνο, Βιέννη, κ.λπ.) ιστορικές πόλεις (Βενετία, Οξφόρδη, Μπρυζ, κ.λπ.), μικρότερες οχυρωμένες πόλεις ή οικισμοί (π.χ., Γιορκ), κ.ά. Οι περισσότερες ιστορικές πόλεις δέχονται συνεχή τουριστική πίεση που καθιστά αναγκαία τη λήψη προστατευτικών και ρυθμιστικών μέτρων (Αυγερινού-Κολώνια 2000: 22-24). Οι δυσκολίες και οι απαιτήσεις που συνδυάζονται με την ανάπτυξη τουριστικής υποδομής σε ιστορικές πόλεις αναφέρεται και στο κεφάλαιο 2. Γενικά, η διαχείριση ιστορικών συνόλων είτε στο πλαίσιο μίας σύγχρονης πόλης είτε στο πλαίσιο ενός διατηρητέου οικισμού τείνει να αποτελεί ξεχωριστό επιστημονικό κλάδο με ιδιαίτερες απαιτήσεις¹ (Ashworth and Turnbridge 1990, Fortuna 1997).

Σε ειδικές περιπτώσεις αναπτύσσονται συγκεντρώσεις επιχειρήσεων και δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τη συντήρηση και ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, όπως συμβαίνει στο ιστορικό κέντρο της Φλωρεντίας² (Lazzareti 2003). Η περίπτωση της Φλωρεντίας είναι ίσως η πιο χαρακτηριστική σε σχέση με την ανάπτυξη μίας σύγχρονης πολιτιστικής περιοχής στο πλαίσιο μιας ιστορικής πόλης, η οποία δεν έχει αποκλειστικό σκοπό την τουριστική κατανάλωση.

Τα κύρια σημεία που χαρακτηρίζουν μια «ιστορική ή τουριστική πολιτιστική περιοχή» είναι τα εξής (Russo 2000:11):

1. Το ίδιο το πολιτιστικό τοπίο, το οποίο αποτελείται από μεμονωμένα μνημεία και τοποθεσίες πολιτιστικής κληρονομιάς.
2. Οι πολιτιστικοί παραγωγοί.
3. Οι νέες πολιτιστικές εκφράσεις και τις «δημιουργικές βιομηχανίες» υψηλής τεχνολογίας, οι οποίες χαρακτηρίζονται από έντονη ελαστικότητα και ζωτική σχέση με τις κυρίαρχες οικονομικές δραστηριότητες της πόλης.

¹ Στην παρούσα διδακτορική διατριβή οι μελέτες περίπτωσης δεν αφορούν ιστορικά σύνολα (παρά μόνο μεμονωμένα κτίρια σε ορισμένες περιπτώσεις) και επομένως το θέμα αυτό δεν αναπτύσσεται περαιτέρω.

² Στην πόλη της Φλωρεντίας έχει δημιουργηθεί στο ιστορικό κέντρο μία ξεχωριστή συγκέντρωση στο πλαίσιο των τουριστικών επιχειρήσεων και των μουσείων – ένα subcluster όπως το ορίζει η συγγραφέας – με θέμα την εξειδικευμένη συντήρηση αρχαιοτήτων, νωπογραφιών, πολύτιμων κοσμημάτων, αντικών, κ.ά. (Lazzareti 2003:643-5).

4. Η «βιομηχανία γεγονότων» (event industry), που περιλαμβάνει τους μάνατζερ των χώρων, τους συμβούλους καθώς και τους διοργανωτές συνεδρίων, φεστιβάλ, αθλητικών γεγονότων, κ.λπ.

Ο Russo αναφέρεται στα σημαντικότερα θέματα που σχετίζονται με τη λειτουργία μιας τουριστικής πολιτιστικής περιοχής με ιστορικό χαρακτήρα, πολλά από τα οποία είναι κοινά με τις πολιτιστικές περιοχές (Russo 2000). Η πρώτη αφορά τη σημασία της συγκέντρωσης των πολιτιστικών παραγωγών. Στις ιστορικές πόλεις συνήθως δεν υπάρχει πρόβλημα διάχυσης αφού πρόκειται για πόλεις με μικρό κατά κανόνα πληθυσμό (π.χ. η Βενετία έχει πληθυσμό 65.000 κατοίκων). Ωστόσο, ιδιαίτερα τα ιστορικά κέντρα των πόλεων παρουσιάζουν το φαινόμενο να δέχονται πιέσεις για πιο εμπορικές χρήσεις. Επομένως απαιτείται η χάραξη μιας στρατηγικής στήριξης επιχειρήσεων (μέσα από υποδομές, αυστηρούς κανόνες, χώρους στάθμευσης, ευέλικτο νομοθετικό πλαίσιο, πολιτική επιδοτήσεων, κ.λπ.) οι οποίες θεωρούνται απαραίτητες για τη διατήρηση του καλλιτεχνικού ή πολιτιστικού χαρακτήρα μιας περιοχής. Η ανάπλαση πρώην βιομηχανικών περιοχών στο κέντρο ή σε κεντρικές περιοχές της πόλης είναι μια πιο διαδεδομένη πολιτική όπως τονίζεται παραπάνω (Mommias 2004, Montgomery 2003, 2004). Η αντιμετώπιση της κερδοσκοπίας στα ενοίκια είναι ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας. Προκειμένου να ενθαρρυνθεί η ανταγωνιστικότητα μιας ιστορικής περιοχής, είναι επιθυμητό να καταπολεμηθούν οι μονοπωλιακές τακτικές όσον αφορά τα ενοίκια στις περιοχές που βρίσκονται κοντά στο κύριο προϊόν που στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι τα μνημεία και οι τοποθεσίες ή τα κτίρια πολιτιστικής κληρονομιάς. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσα από μια πολιτική διάχυσης τμημάτων του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος σε άλλες περιοχές (π.χ., στέγαση μουσείων σε άλλες περιοχές, αποκέντρωση ξενοδοχείων, χρήση νέων τεχνολογιών για τουριστική πληροφόρηση, κ.λπ.).

Τρίτον, όπως και στις πολιτιστικές περιοχές, η προώθηση συνεργασιών είναι ένα πολύ σημαντικό και δύσκολο ζήτημα, αφού οι τοπικές αρχές δεν μπορούν εύκολα να προωθήσουν τις συνεργασίες όταν το περιβάλλον τοπικά δεν τις ευνοεί ή όταν υπάρχει ασυμμετρία μεταξύ προμηθευτών και παραγωγών ή παραγωγών και καταναλωτών. Επίσης είναι δύσκολο να ανταμειφθούν οι επιθυμητές καινοτομικές υπηρεσίες εις βάρος των καθιερωμένων υπηρεσιών.

Η προώθηση και ανταλλαγή τεχνογνωσίας και η πανεπιστημιακή έρευνα θα πρέπει να κατέχει σημαντική θέση στην αναζήτηση βέλτιστων πρακτικών και μοντέλων διοίκησης όσον αφορά τον τουριστικό και πολιτιστικό τομέα, ενώ η τοπική αυτοδιοίκηση θα πρέπει να εξασφαλίζει την ποιότητα των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και να υποστηρίζει την κατοχύρωση πατέντων σε

πολιτιστικά προϊόντα. Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας είναι η προώθηση της τοπικής ιδιοκτησίας της πολιτιστικής παραγωγής. Η κάθετη και διαγώνια συνεργασία μεταξύ των πολιτιστικών επιχειρήσεων δημιουργεί προϋποθέσεις για συγχωνεύσεις και δημιουργία μεγαλύτερων επιχειρήσεων. Για παράδειγμα, ένα μικρό κατάστημα δίσκων ή ένα βιβλιοπωλείο, το οποίο συμβάλλει στην ανάπτυξη μιας πολιτιστικής περιοχής, λειτουργεί ως σημείο συνάντησης, ενδέχεται σύντομα να αγοραστεί (ή να εξουδετερωθεί) από μια πολυεθνική επιχείρηση. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα η πολιτιστική παραγωγή και κατανάλωση να είναι ιδιοκτησία και υπό τον έλεγχο εξωτερικών παραγόντων που δεν αντιλαμβάνονται τη δυναμική της περιοχής. Πρέπει επομένως να αναζητηθεί τρόπος υποστήριξης της τοπικής ιδιοκτησίας.

Τέλος, όπως για κάθε τύπου πολιτιστική περιοχή, μεγάλη σημασία έχει η ανάπτυξη οργανωτικών δομών. Η χάραξη μιας ειδικής πολιτικής για τις πολιτιστικές και τουριστικές περιοχές δεν προκύπτει αυτόματα, αλλά είναι μια πολύ δύσκολη υπόθεση λόγω των αλληλοσυγκρουόμενων συμφερόντων. Δεν πρόκειται επομένως απλά για θέμα αστικής διοίκησης αλλά για την ανάπτυξη ενός σύνθετου συμπλέγματος επίσημων και ανεπίσημων σχέσεων.

Οι κύριες απειλές που αντιμετωπίζουν οι τουριστικές περιοχές (όπως αντίστοιχα και οι ιστορικές πόλεις) είναι οι εξής (Αυγερινού-Κολώνια 2000: 30, Hoffman 2006):

- A. Όταν η ιστορική τουριστική περιοχή είτε προστατεύεται υπερβολικά είτε εμπορευματοποιείται, «μουσειοποιείται» και μετατρέπεται σε σκηνικό. Η επινοημένη τουριστική εικόνα της ουσιαστικά ακυρώνει τις αστικές λειτουργίες της.
- B. Η τάση για απομίμηση αρχιτεκτονικών λύσεων άλλων πόλεων στις ανακαινίσεις, η χρήση μη κατάλληλων υλικών και οι λειτουργίες που επιτάσσουν συγκεκριμένη αισθητική (π.χ., χώροι γραφείων) οδηγούν συχνά στην αλλοίωση του χαρακτήρα της ιστορικής περιοχής. Η δημιουργία μιας «κοινότυπης», ομογενοποιημένης εικόνας στην περιοχή μπορεί να οδηγήσει στην σταδιακή απαξίωσή της.
- Γ. Η ανεξέλεγκτη αλλαγή χρήσεων που επιφέρουν οι τουριστικές πιέσεις μπορούν να επιφέρουν σοβαρά προβλήματα στη λειτουργία της περιοχής.

Γενικά, ο διαχωρισμός τουριστικών και πολιτιστικών περιοχών αποδεικνύεται μη λειτουργικός σε αρκετές περιπτώσεις και η ύπαρξη πολιτιστικών επιχειρήσεων είναι ίσως το πρωταρχικό κριτήριο διαχωρισμού. Οι σύγχρονες πολιτιστικές περιοχές εξυπηρετούν σε μεγάλο βαθμό και τουριστικούς σκοπούς, με αποτέλεσμα στις μεγάλες μητροπόλεις να είναι δυσχερής ο διαχωρισμός τους.

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα τουριστικής πολιτιστικής περιοχής αποτελεί το Jewellery Quarter του Μπέρμιγχαμ. Πρόκειται για μία τουριστική πολιτιστική περιοχή, η οποία βασίζεται στην ιστορική εξειδίκευση στην χρυσοχοΐα και την

πώληση κοσμημάτων. Η περιοχή ήταν γνωστή ως περιοχή κοσμημάτων ήδη από τον 18^ο αιώνα και σε ορισμένες περιόδους δούλευαν μέχρι και 60.000 εργαζόμενοι σε σχετικά επαγγέλματα. Τη δεκαετία του 1980, παράλληλα με τις προσπάθειες αστικής αναγέννησης του Μπέρμινγχαμ με ένα ευρύ πρόγραμμα αναπλάσεων και ανακαινίσεων η περιοχή αποκτά νέο χαρακτήρα ως τουριστικός προορισμός.

Στην Ελλάδα, στις περισσότερες πόλεις των οποίων το εισόδημα βασίζεται στον τουρισμό έχουν δημιουργηθεί τουριστικές περιοχές οι οποίες εντοπίζονται σε συγκεκριμένες οικιστικές ζώνες, είτε στο ιστορικό και εμπορικό κέντρο είτε στα παράλια της πόλης (Αυγερινού-Κολώνια 2003). Οι τουριστικές περιοχές αποτελούνται από επιχειρήσεις αναψυχής (ταβέρνες, καφέ, μπαρ), καταστήματα πώλησης τουριστικών ειδών και παραδοσιακών προϊόντων, ταξιδιωτικά πρακτορεία, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, ξενοδοχεία, κ.ά. και συχνά διακρίνονται από την ομογενοποιημένη εικόνα όσον αφορά τα λειτουργικά και αρχιτεκτονικά τους χαρακτηριστικά. Παρουσιάζουν πολλά κοινά χαρακτηριστικά με τις πολιτιστικές περιοχές όπως αναλύονται παραπάνω (π.χ., σύγκρουση συμφερόντων με τους κατοίκους, κερδοσκοπία, παρανομίες στις χρήσεις γης και τις αδειοδοτήσεις). Η κύρια διαφορά αφορά την εποχικότητα των τουριστικών περιοχών στις πόλεις που δεν έχουν καταφέρει να απεγκλωβιστούν από το κυρίαρχο τουριστικό μοντέλο του παραθερισμού³.

Σε πολλές πόλεις η παρουσία ενός παλαιότερου οικισμού εντός του αστικού ιστού συνεχίζει να διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη σύγχρονη πόλη. Χαρακτηριστικές είναι οι περιπτώσεις της Αθήνας, της Θεσσαλονίκης, της Πάτρας, του Ηρακλείου, των Χανίων, των Ιωαννίνων, της Καβάλας, της Κέρκυρας, της Ερμούπολης και της Ρόδου. Σχεδόν σε όλες τις περιπτώσεις αυτές οι περιοχές αυτές υποδέχθηκαν τουριστικές δραστηριότητες και δραστηριότητες αναψυχής, μετά από εκτεταμένες αναπλάσεις. Η ίδια τάση έχει αρχίσει να εμφανίζεται και σε ορισμένα ελληνικά λιμάνια, όπου το παλιό λιμάνι εγκαταλείπεται και παραχωρεί τη θέση του σε νέες δραστηριότητες (Καραχάλης κ.ά. 2005, Karachalis and Kyriazopoulos 2006).

3. Λοιπές Εξειδικευμένες Αστικές Περιοχές

Εκτός από τις πολιτιστικές και τουριστικές περιοχές που εμφανίζονται παραπάνω υπάρχουν και άλλες εξειδικευμένες αστικές περιοχές που προσελκύουν επισκέπτες. Πιο χαρακτηριστικές περιπτώσεις είναι οι λεγόμενες εθνικές περιοχές,

³ Σε ορισμένες περιπτώσεις συμβαίνει το αντίστροφο: οι πολιτιστικές περιοχές πλήττονται από το φαινόμενο της εποχικότητας την περίοδο του καλοκαιριού και δέχονται το μεγαλύτερο όγκο επισκεψιμότητας τους χειμωνιάτικους μήνες (αφορά κυρίως τις μεσογειακές πόλεις).

ενώ ξεχωριστές περιπτώσεις αποτελούν οι περιοχές των ομοφυλόφιλων και τα red light districts.

Μία ξεχωριστή περίπτωση πολιτιστικών περιοχών είναι οι λεγόμενες «εθνικές περιοχές» (ethnic quarters), που συναντούνται κατά κανόνα στις μεγάλες μητροπόλεις που αποτέλεσαν μεταναστευτικούς προορισμούς. Πρόκειται συνήθως για πρώην περιθωριοποιημένες περιοχές, με έντονο ένα συγκεκριμένο εθνικό μειονοτικό στοιχείο οι οποίες κατόπιν καθιερώνονται ως περιοχές αναψυχής και επίσκεψης.

Το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι απανταχού Chinatown, δηλαδή οι περιοχές με έντονο το ασιατικό στοιχείο. Πολλές πόλεις σε όλο τον κόσμο που διαθέτουν ασιατικές μειονότητες λόγω της θέσης τους στο αποικιοκρατικό σύστημα διαθέτουν Chinatown, π.χ. Άμστερνταμ. Το Manchester και το Vancouver μάλιστα ερίζουν σχετικά με το ποια από τις δύο πόλεις διαθέτει τη μεγαλύτερη Chinatown του κόσμου.

Οι εθνικές περιοχές δεν αφορούν φυσικά μόνο τις Chinatown, αλλά και περιοχές όπου κυριαρχεί κάποια άλλη εθνική μειονότητα: η περιοχή Little Italy στην Νέα Υόρκη είναι από τις πιο χαρακτηριστικές περιοχές της πόλης, όπως και η Banglatown (πρόκειται για χαρακτηριστική πακιστανική περιοχή) στο Λονδίνο, το Little Africa στο Δουβλίνο, το Currytown στο Bradford, κ.ά. Σε ορισμένες πόλεις όπου υπάρχει ελληνική μειονότητα διαμορφώνονται και περιοχές με ελληνικά στοιχεία (π.χ. το Greektown στο Τορόντο ή η περιοχή Αστόρια στη Νέα Υόρκη).

Στις περισσότερες περιπτώσεις οι εθνικές περιοχές ξεκίνησαν την εποχή της βιομηχανικής ακμής στεγάζοντας τους μετανάστες. Αργότερα, λόγω της αποβιομηχάνισης οι περιοχές αυτές περιθωριοποιούνται και αντιμετωπίζονται με αμηχανία από τις αρχές, παρουσιάζοντας φαινόμενα «γκετοποίησης». Από το 1970 και μέχρι σήμερα επανέρχονται ως περιοχές αναψυχής με διακριτό χαρακτήρα. Μάλιστα τα τελευταία χρόνια οι περιοχές αυτές αναγνωρίζονται από τις αστικές διοικήσεις και τον αστικό σχεδιασμό και προωθούνται ως τουριστικοί πόροι (Wun Tsan 2004: 173-181). Σε ορισμένες περιπτώσεις οι περιοχές δεν είναι αυθεντικές – π.χ., οι Έλληνες του Τορόντο είχαν ήδη φύγει από την περιοχή του Greek town στο Τορόντο όταν καθιερώθηκε ως εθνική περιοχή. Σε άλλες περιπτώσεις, η ύπαρξη πολλών μειονοτήτων σε μία πόλη –όπως π.χ. στη Νέα Υόρκη- μπορεί να οδηγήσει σε μία «πολιτιστική σύγκρουση» με σκοπό την αντιπροσώπευση του πολιτισμού της πόλης (Evans 2007:5-6).

Στην Αθήνα, αν και δεν αναπτύχθηκε ιστορικά ασιατική κοινότητα, έχουμε πλέον εδώ και μια δεκαετία μια συγκέντρωση ασιατικών καταστημάτων και εστιατορίων στα ανατολικά της περιοχής του Ψυρή, κυρίως στον άξονα της

Ευριπίδου. Σε πολλά περιοδικά και άρθρα η περιοχή αναφέρεται ως «η αθηναϊκή Chinatown», συχνά όμως αναφέρονται και προβλήματα.

«Σίγουρα αυτή η γειτονιά έχει μια ιδιαίτερη γλύκα», λέει ο Περικλής Σπυρίδου, ιδιοκτήτης της «Κληματαριάς». Όμως φαίνεται κάπως ανήσυχος με το θέμα των μεταναστών. «Οι μετανάστες, Πακιστανοί και Ινδοί κυρίως, είναι ήσυχοι σε ιδιοσυγκρασία και δεν δημιουργούσαν προβλήματα. Αλλά τώρα πια είναι πάρα πολλοί... Τις Κυριακές, ας πούμε, μαζεύονται έξω από δω 3.000 άτομα, καμιά φορά τσακώνονται μεταξύ τους, κάποιοι είναι άνεργοι, κάποιοι άλλοι έχουν θρησκευτικές διαφορές...»⁴

Μία διαφορετική μορφή πολιτιστικής περιοχής που εμφανίζεται εδώ και λίγα χρόνια αποτελούν οι περιοχές των οποίων το κοινό είναι ομοφυλόφιλοι, γνωστά και ως «gay villages». Οι περιοχές αυτές συνδυάζουν χώρους αναψυχής και ελεύθερου χρόνου και είναι δημοφιλείς σε ένα ευρύτερο κοινό. Η λειτουργικότητα των περιοχών αυτών αμφισβητείται αφού ορισμένοι συγγραφείς θεωρούν ότι συμβάλλουν στην γκετοποίηση των ομοφυλόφιλων, ενώ άλλοι ισχυρίζονται ότι πρόκειται για προσπάθειες που εντάσσονται στο πλαίσιο του ανταγωνισμού για την εξειδικευμένη αγορά των ομοφυλόφιλων⁵ (βλ. Binnie 2004).

Τέλος, ξεχωριστή υποκατηγορία αποτελούν οι λεγόμενες «red light districts», περιοχές όπου κυριαρχούν χρήσεις που σχετίζονται με την πορνεία. Η ύπαρξή τους προκαλεί ποικίλες αντιδράσεις, αφού συχνά ταυτίζονται με τον χαμηλού επιπέδου σεξοτουρισμό, το εμπόριο λευκής σαρκός ή ακόμα και την παιδοφιλία (ειδικά στις πόλεις της Ασίας). Υπάρχει και η αντίθετη άποψη που υποστηρίζει ότι η λειτουργία τους σε οργανωμένες ελεγχόμενες περιοχές περιορίζει τα προβλήματα παραβατικότητας, θεωρώντας δεδομένη τη λειτουργία τους. Οι σύγχρονες περιοχές πορνείας, όπως αυτές του Άμστερνταμ και του Αμβούργου, έχουν σε ένα μεγάλο βαθμό απενοχοποιηθεί, η λειτουργία τους ελέγχεται με αυστηρό κανονιστικούς και ελεγκτικούς μηχανισμούς και αποτελούν πλέον τουριστικά αξιοθέατα.

⁴ Τα αποσπάσματα είναι από άρθρο του Χάρη Ποντίδα με τίτλο «Πλατεία Θεάτρου, Και η Αθήνα αποκτά το ... Σόχο της, ΤΑ ΝΕΑ, 29/10/2003.

⁵ Πόλεις όπως το Βερολίνο, το Άμστερνταμ, το Μάντσεστερ, κ.ά. προσπαθούν να καθιερωθούν ως προορισμοί για ομοφυλόφιλους με βάση τη φιλελεύθερη κουλτούρα τους και τα event που διοργανώνουν (π.χ. Gay Pride Parade). Οι πόλεις αυτές εντάσσουν τις προσπάθειές τους στις στρατηγικές αστικού μάρκετινγκ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Μελέτες περίπτωσης εξωτερικού

1. Εισαγωγή

A. Οι Πολιτιστικές Περιοχές ως παγκόσμιο φαινόμενο

Στις σύγχρονες πόλεις μπορεί να αναζητήσει κανείς πολλά διαφορετικά μοντέλα και παραδείγματα πολιτιστικών περιοχών διαφόρων τύπων και μεγεθών. Σε ορισμένες περιπτώσεις πρόκειται για εκτεταμένες περιοχές, ενώ σε άλλες περιπτώσεις για ένα σύνολο κτιρίων. Ήδη στο προηγούμενο κεφάλαιο παρουσιάζονται ορισμένα κριτήρια και μέθοδοι κατηγοριοποίησης. Οι πολιτιστικές περιοχές έχουν αναπτυχθεί μέσα από συγκεκριμένες χωρικές, κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές διαδικασίες και επομένως η ανάπτυξη τους μπορεί να παρουσιαστεί βάσει ειδικής ιστορικής θεώρησης (Evans 2001). Για να γίνει κατανοητή η κάθε περίπτωση και να αναπτυχθεί μια συγκριτική μέθοδος πολιτιστικών περιοχών, είναι απαραίτητο να καταγραφούν και να εξεταστούν οι ιδιαίτερες συνθήκες που ορίζουν τα εθνικά πολιτικά πλαίσια, η ιστορική κληρονομιά, τα πρότυπα πολιτιστικής παραγωγής και κατανάλωσης, η αστική διοίκηση, τα μορφολογικά χαρακτηριστικά, κ.ά.

Στο Κεφάλαιο 5 παρουσιάζονται διεξοδικά πέντε παραδείγματα πολιτιστικών περιοχών σε πέντε αντίστοιχες ευρωπαϊκές πόλεις: το Northern Quarter στο Μάντσεστερ, το Temple Bar στο Δουβλίνο, το Veemarktkwartier στο Τίλμπουργκ, το Cable Factory στο Ελσίνκι και το Museumsquartier στη Βιέννη. Η επιλογή των πέντε αυτών παραδειγμάτων έγινε βάσει τριών κριτηρίων: α) την εύκολη πρόσβαση σε πληροφοριακό υλικό, β) την αντιπροσωπευτικότητα των περιπτώσεων όσον αφορά το εθνικό πλαίσιο, το μέγεθος, κ.ά., και γ) τους διαφορετικούς τύπους οργάνωσης. Αποφεύγεται η παρουσίαση πολιτιστικών περιοχών που έχουν αναπτυχθεί στις λεγόμενες «παγκόσμιες πόλεις», αφού η διαφορά μεγέθους και λειτουργιών αυτών των πόλεων απαιτεί ξεχωριστή αντιμετώπιση. Προηγουμένως παρουσιάζονται συνοπτικά χαρακτηριστικά παραδείγματα πολιτιστικών περιοχών με σκοπό την ανάδειξη των κύριων παραμέτρων του θέματος.

Για να είναι δυνατή η συγκριτική παρουσίαση πόλεων γενικά ή ειδικότερα πολιτιστικών περιοχών ευρωπαϊκών πόλεων, πρέπει να ληφθεί υπόψη το μέγεθος και ο ρόλος κάθε πόλης. Μια χρηστική κατηγοριοποίηση είναι η παρακάτω (Verwijnen 1997):

A. Αστικές περιοχές διεθνούς επιπέδου

Χαρακτηρίζονται από τη συγκέντρωση λειτουργιών διεθνούς επιπέδου και ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων, αλλά και από προβλήματα της πληθυσμιακής υπερσυγκέντρωσης. Διακρίνονται σε:

Πόλεις παγκοσμίου ακτινοβολίας, όπως το Λονδίνο, το Παρίσι, ενδεχομένως το Βερολίνο και μία ή δύο άλλες πόλεις. Οι πόλεις αυτές θα συνεχίσουν να προσελκύουν λειτουργίες υψηλού επιπέδου, όπως έδρες πολυεθνικών εταιρειών και διεθνή χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Η Saskia Sassen αναφέρεται σε αυτές ως «παγκόσμιες πόλεις» (world cities) στις οποίες περιλαμβάνει τη Νέα Υόρκη και το Τόκιο. (Sassen 1991, 1994)

Μητροπολιτικές περιοχές, όπως η περιοχή του Ρήνου- Ρουρ, Ρήνου – Μάιν, ο Φλαμανδικός ρόμβος, η περιοχή μεταξύ Βιέννης και Μπρατισλάβας, το ολλανδικό Randstad και το κεντρικό αστικό δίκτυο του Βελγίου. Οι περιοχές αυτές θα ενισχύσουν τη διεθνή τους θέση με την ανάπτυξη συμπληρωματικών εξειδικεύσεων και την εκμετάλλευση της βιομηχανικής τους κληρονομιάς.

Πρωτεύουσες πόλεις, όπως η Ρώμη, η Μαδρίτη, η Λισσαβόνα, η Στοκχόλμη, η Βιέννη, το Δουβλίνο, κ.ά., οι οποίες διαθέτουν μια ιδιαίτερη δυναμική και μερικές από αυτές αποτελούν πύλες της Ε.Ε.

Β. Αστικές περιοχές εθνικού επιπέδου

Στην κατηγορία αυτή υπάγονται οι πόλεις των οποίων οι λειτουργίες δεν μπορούν να ξεπεράσουν τα εθνικά σύνορα. Πρόκειται για :

Πόλεις περιφερειακού χαρακτήρα με ασθενέστερη αστική λειτουργία, όπως είναι το Εδιμβούργο, το Μπάρι, η Σεβίλλη, η Βαλένθια, οι οποίες χαρακτηρίζονται από την ανάπτυξη καινοτόμων αναπτυξιακών πρωτοβουλιών, με τις οποίες προσπαθούν να αντισταθμίσουν τους διαρθρωτικούς τους περιορισμούς (μεγάλη απόσταση από ευρύτερα κέντρα, εξάρτηση από παραδοσιακές δραστηριότητες κ.λπ.).

Παλιές βιομηχανικές πόλεις, οι οποίες διαθέτουν ένα δυναμικό ανάπτυξης νέων οικονομιών, αλλά η προοπτική εξέλιξής τους θα εξαρτηθεί από τη νέα τους θέση κυρίως σε σχέση με την κεντρική οικονομική ζώνη .

Γ. Αστικές περιοχές περιφερειακού επιπέδου

Η οικονομική εξέλιξη των πόλεων αυτής της κατηγορίας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη γεωγραφική τους θέση. Διακρίνονται σε:

Περιφερειακές πόλεις της κεντρικής ζώνης, οι οποίες θα αναπτύξουν μια ιδιαίτερη δυναμική, κυρίως στον τομέα των υπηρεσιών.

Περιφερειακές πόλεις εκτός της κεντρικής ζώνης, οι οποίες θα εξαρτώνται από την γεωγραφική τους θέση. Ορισμένες από αυτές όπως είναι η Τουλούζη, το

Σάλτσμπουργκ, η Γκρενόμπλ, μπορούν να επωφεληθούν από τη θέση τους ως προς τους αναπτυξιακούς διαδρόμους ή από την ύπαρξη θελκτικής ενδοχώρας.

Μεσαίου μεγέθους πόλεις σε αγροτικές περιοχές, οι οποίες μπορούν να εκμεταλλευθούν το φυσικό τους περιβάλλον και τα πλεονεκτήματα από ένα ποιοτικά αναβαθμισμένο αγροτικό περιβάλλον.

Θα μπορούσε κανείς να επιλέξει έναν μεγαλύτερο ακόμη αριθμό μελετών περιπτώσεων, η γενικότερη εικόνα δεν θα άλλαζε όμως σημαντικά. Οι πιο χαρακτηριστικές περιπτώσεις από την Ευρώπη, την Αυστραλία και τη Β. Αμερική αναφέρονται στο τέλος του κεφαλαίου περιληπτικά. Γενικά, όπως αναφέρεται και στις πρώτες σελίδες της διατριβής, το θέμα των πολιτιστικών περιοχών και της ανάπτυξης συγκριτικών μελετών είναι καινούριο και η βιβλιογραφία αρκετά περιορισμένη.

Β. Παραδείγματα Πολιτιστικών Περιοχών

Υπάρχουν παρά πολλά παραδείγματα πολιτιστικών περιοχών που μπορούν να αναφερθούν αφού ολοένα και περισσότερες πόλεις των βιομηχανικά ανεπτυγμένων κρατών αντιμετωπίζουν το θέμα των υποβαθμισμένων αστικών περιοχών και των εγκαταλειμμένων βιομηχανιών, μεταλλείων, λιμενικών εγκαταστάσεων, κ.ά., που περιμένουν νέες χρήσεις. Εκτός από τις μελέτες περίπτωσης, στη διεθνή βιβλιογραφία υπάρχουν άρθρα και πληροφορίες για πολλές ακόμη περιπτώσεις. Ενδεικτικά αναφέρουμε τις περιοχές Hoxton, Clerkenwells στο Λονδίνο (βλ. Roodhouse 2006), Marais στο Παρίσι, τις πολιτιστικές περιοχές στο Woverhampton και το Bolton, την περιοχή Ticinese στο Μιλάνο (βλ. Bovone 2004), το νεόδητο Kunst- und Medienviertel στην Βόννη, την περιοχή Wicker Park στο Σικάγο (βλ. Lloyd 2004) και την περίπτωση του Άμπου Ντάμπι.

Παρακάτω γίνεται σύντομη αναφορά σε ορισμένες από τις πιο χαρακτηριστικές περιπτώσεις ανά κατηγορία, χωρίς ωστόσο να αποτελεί σε καμία περίπτωση προσπάθεια πλήρους ή αντιπροσωπευτικής καταγραφής των πολιτιστικών περιοχών.

Α. Μητροπολιτικές Πολιτιστικές Περιοχές

A1. Νέα Υόρκη, SoHo και Meatpacking District

Οι περιπτώσεις πολιτιστικών περιοχών των Η.Π.Α. παρουσιάζουν σημαντικές αποκλίσεις από τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές. Στο αστικό επίπεδο, οι Η.Π.Α. καθιέρωσαν, νωρίτερα από τις ευρωπαϊκές χώρες, με επίσημες πολιτικές τις

αναπλάσεις και τις παρεμβάσεις σε πρώην βιομηχανικές ή προβληματικές αστικές περιοχές που εμφάνιζαν στοιχεία «γκέτο». Η ανακαίνιση κτιρίων, η αποκατάσταση προσόψεων, η ανάκτηση θαλάσσιων ή παράκτιων μετώπων και οι αισθητικές επεμβάσεις θεσμοθετήθηκαν και ίσχυαν, σε μεγάλο βαθμό, ήδη από τη δεκαετία του 1950. Τη δεκαετία του 1970 δόθηκε ιδιαίτερη σημασία στη προστασία και τη διατήρηση των παλαιών κτιρίων και της βιομηχανικής κληρονομιάς, με επιχορηγήσεις προς τις πολιτείες και τους δήμους, καθώς και αυστηρότερο νομοθετικό πλαίσιο (Verwijnen 1998). Οι πόλεις των Η.Π.Α. γνώρισαν την παρακμή πολύ νωρίτερα από αυτές της Ευρώπης και αναγκάστηκαν να προσαρμοστούν γρήγορα στις νέες συνθήκες. Γενικά, χαρακτηριστικό της αστικής πολιτιστικής πολιτικής των Η.Π.Α. είναι η μικρή χρηματοδοτική υποστήριξη που προσφέρει το κράτος, χαρακτηριστικό που υποκαθίσταται ωστόσο από τις ιδιωτικές πρωτοβουλίες, το διαφορετικό θεσμικό πλαίσιο και τις φορολογικές απαλλαγές για συγκεκριμένα έργα που σχετίζονται με τον πολιτιστικό τομέα¹. Επίσης, σημαντικό είναι το γεγονός ότι κάθε πολιτεία και κάθε δήμος έχει διαφορετική πολιτιστική πολιτική και νομοθεσία, αν και υπάρχουν κοινά χαρακτηριστικά. Τέλος, ο αστικός ανταγωνισμός είναι ιδιαίτερα έντονος και στον πολιτιστικό τομέα και οι κατατάξεις των πόλεων βάσει διαφορετικών κριτηρίων που παρουσιάζονται στο βιβλίο του Richard Florida *The Rise of the Creative Class* έχουν θέσει τον ανταγωνισμό αυτό στο επίκεντρο των συζητήσεων τα τελευταία τρία χρόνια (Florida 2002).

Η Νέα Υόρκη είναι μια μητρόπολη με ιδιαίτερη ιστορική κληρονομιά και ξεχωριστό προφίλ, που καθιστά τη σύγκρισή της με άλλες πόλεις πολύ δύσκολη. Πρόκειται για μια «παγκόσμια πόλη» σύμφωνα με τον ορισμό της Saskia Sassen με παγκόσμια πολιτική, οικονομική και πολιτιστική επιρροή (Sassen 1991). Αν και σχεδόν στο σύνολο των αμερικανικών πόλεων στις δεκαετίες του 1970 και 1980, τα κέντρα της πόλης αναγεννιούνται με ειδικά προγράμματα ανάπλασης (*downtown revitalization*), η Νέα Υόρκη έζησε ένα εκτεταμένο πρόγραμμα αναπλάσεων, μεταφορικών βελτιώσεων, κ.λπ. τα οποία πλέον χρηματοδοτούνταν σε μεγάλο βαθμό από ομοσπονδιακούς πόρους (Verwijnen 1998). Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα τις συνεχείς ανατιμήσεις των τιμών της αγοράς ακινήτων σε διάφορες περιοχές της πόλης, μια διαδικασία η οποία σύντομα πήρε μεγάλες διαστάσεις. Πολλές υποβαθμισμένες περιοχές του κέντρου της Νέας Υόρκης μετατράπηκαν σε περιοχές κατοικίας και αναψυχής για τις μεσαίες και ανώτερες τάξεις: η πρώτη και πιο

¹ Λόγω του αποκεντρωτικού μοντέλου η ρύθμιση των ειδικότερων πολιτιστικών υποθέσεων, που ενδιαφέρουν και αφορούν τις ομόσπονδες Πολιτείες, ανήκει στην κυβέρνηση της ίδιας αυτής Πολιτείας. Το κύριο βάρος, πάντως, πέφτει στην ιδιωτική πρωτοβουλία, που είναι κυρίως συλλογική, με πλήθος νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου, όπως μη κερδοσκοπικά σωματεία, ιδρύματα κ.ά., που διαχειρίζονται τα πολιτιστικά προβλήματα με όλη την απαιτούμενη ελαστικότητα και ελευθερία.

χαρακτηριστική περίπτωση είναι το SoHo που περιγράφεται παρακάτω, αλλά τα επόμενα χρόνια ακολούθησαν πολλές ακόμη περιοχές (Nolita, Meat Packing District, Harlem, κ.ά.). Χαρακτηριστικό είναι επίσης το γεγονός ότι πολλοί χώροι γραφείων έχουν πλέον μετακινηθεί από το κέντρο της πόλης προς τα προάστια και τις γειτονικές πόλεις, όπως είναι το New Jersey (Zukin 1988, 1995).

Η συγγραφέας Sharon Zukin στο πρωτοποριακό της έργο «Loft Living», καταπιάνεται με την έννοια της ποιοτικής ανάπλασης (gentrification) και αναλύει το παράδειγμα της περιοχής του Soho της Νέας Υόρκης της δεκαετίας του '60 (Zukin 1988). Η περίπτωση του Soho μπορεί να θεωρηθεί πρωτοπόρος όσον αφορά την έννοια της πολιτιστικής περιοχής. Όταν το Μανχάταν θεωρήθηκε κορεσμένο όσον αφορά την βιομηχανική του ανάπτυξη, το Soho –μια πολύ χαρακτηριστική περιοχή της πόλης της Νέας Υόρκης- προτάθηκε ως νέο κέντρο για την ανάπτυξη της βιομηχανίας και βιοτεχνίας. Η ονομασία του Soho προήλθε από τις πρώτες συλλαβές των δύο λέξεων South και Houston, αφού πρόκειται για την περιοχή που βρίσκεται νότια της οδού Houston. Πρόκειται για μια περιοχή όπου κυριαρχούσε η βιοτεχνία και το λιανεμπόριο μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1950 όταν και άρχισε η παρακμή της.

Η αντίστοιχη μελέτη προέβλεπε την κατεδάφιση του μεγαλύτερου μέρους της υπάρχουσας κτιριακής υποδομής της περιοχής. Η μεγάλη αντίσταση των καλλιτεχνών που άρχισαν να εγκαθίστανται στην περιοχή λόγω των αποθηκών και των χαμηλών ενοικίων (σε μια εποχή που η πόλη εδραιωνόταν ως παγκόσμια πρωτεύουσα της τέχνης) ήταν ο καθοριστικός παράγοντας για τον οποίο σταμάτησαν τα σχέδια αυτά (Zukin 1988).

Η ανάλυση και η βασική επιχειρηματολογία του Loft Living εστιάζει στο γεγονός ότι τα άτομα που σχετίζονταν με την πολιτιστική γνώση ήταν υπεύθυνα για την εξέλιξη του Soho, αφού δημιούργησαν μια νέα αξία στην περιοχή την οποία μπόρεσε να εκμεταλλευτεί η οικονομία. Δύο ήταν οι βασικοί λόγοι που παρακίνησαν αυτήν την εξέλιξη: πρώτον, η εκτίμηση των παλαιών βιομηχανικών κτιρίων (ιδιαίτερα της βικτοριανής εποχής) και η ανάγκη για διατήρησή τους. Δεύτερον, ο κεντρικός ρόλος που διεκδίκησαν οι καλλιτέχνες στην περιοχή – αψηφώντας πολλές φορές τις ανάγκες άλλων χρηστών. Η έννοια του loft (αποθήκη) έγινε συνώνυμο του «μποέμικου» τρόπου ζωής και η ζωή στο κέντρο της πόλης έγινε και πάλι περιζήτητη, μόνο που αυτήν την φορά δε ταυτιζόταν με κάποιο παραγωγικό μέρος του πληθυσμού αλλά με τους καλλιτέχνες. Ήταν ένας τρόπος ζωής που μπορούσε να καταναλωθεί είτε μέσω των lofts, είτε μέσω της ατμόσφαιρας των εστιατορίων, των μπαρ, των γκαλερί και των καταστημάτων (Zukin 1988, O'Connor and Wynne 1996). Η συνολική επιφάνεια κάθε loft ήταν κατά μέσο όρο 2.500 τ.μ.

«Τα μεγάλα παράθυρα κατέκλυζαν κάθε όροφο με φυσικό φως. Τα βιομηχανικά ασανσέρ για εμπορεύματα παρείχαν μεγάλη διευκόλυνση και τα νοίκια ήταν λογικά, ήταν η τέλεια συνταγή για κάθε καλλιτέχνη. Η αλλαγή του SoHo είχε ξεκινήσει» (Evans 2003).

Η νομιμοποίηση των καλλιτεχνών πραγματοποιήθηκε ουσιαστικά με το χαρακτηρισμό του Soho ως περιοχή μικτών χρήσεων το 1971, ενώ η συνακόλουθη έκρηξη της ζήτησης παλιών κτιρίων στην περιοχή ανάγκασε τις αρχές να θέσουν μερικώς υπό τον έλεγχό τους την διαδικασία των ανακαινίσεων. Όλες οι προτάσεις έπρεπε να περάσουν από ειδικό έλεγχο για τις προσόψεις και τις χρήσεις από ειδική επιτροπή (Landmarks Preservation Commission).

Η αισθητική αναβάθμιση του αστικού τοπίου από τα άτομα που σχετιζόταν με την πολιτιστική γνώση μετατρεπόταν σε καταναλωτική επιτυχία, που λίγο αργότερα ξέφευγε από τον έλεγχο τους. Οι οικονομικοί παράγοντες της πόλης πολύ γρήγορα αντιλήφθηκαν την αξία της διαδικασίας αυτής και μετά το Soho υποκινούσαν παρόμοιες διαδικασίες αλλού (O' Connor and Wynne 1996).

Όπως αναλύεται και στο 1^ο κεφάλαιο της διδακτορικής διατριβής δεν δύναται να γίνει ανάλυση του φαινομένου του gentrification χωρίς να ληφθούν υπόψη οι διαφοροποιήσεις που έχουν πραγματοποιηθεί στα πρότυπα κατανάλωσης του πολιτισμού. Η αύξηση του ενδιαφέροντος για τον καλλιτεχνικό – μποέμικο τρόπο ζωής ήταν μόνο ένα μέρος της γενικότερης αλλαγής στις πολιτιστικές ιεραρχίες και της πιο δημοκρατικής διάδοσης των πολιτιστικών αγαθών, που σχετίζεται με την ιδέα του «πολιτιστικού εκδημοκρατισμού» και την βελτίωση του μορφωτικού επιπέδου (Featherstone 1991, Κόνσολα 2002).

Στο βιβλίο της Landscapes of Power η Zukin αναλύει πιο διεξοδικά τη σχέση των «ειδικών» του πολιτισμού σε σχέση με την διαδικασία του gentrification. Η διαδικασία της αποκέντρωσης στις πόλεις οδήγησε στον αποχαρακτηρισμό του κέντρου ως αποκλειστικού τόπου παραγωγής και κατανάλωσης. Προκειμένου να αποκτήσουν εκ νέου αξία απαιτείται η εγκαθίδρυση μιας νέας λογικής της αγοράς, όπου οι ειδικοί αυτοί ορίζουν και αξιολογούν τα προϊόντα δημιουργώντας νέες οικονομικές σχέσεις και ένα νέο τοπίο κατανάλωσης (Zukin 1995).

Οι εταιρίες ακίνητης περιουσίας αντιλήφθηκαν πολύ σύντομα τη σημασία της πολιτιστικής κατανάλωσης στην αναβάθμιση αστικών περιοχών και αναζήτησαν ένα μοντέλο το οποίο μπορούσαν να πουλήσουν και σε άλλες πόλεις. Στο δεύτερο μέρος της δεκαετίας του 1970, πολλές πόλεις της Βόρειας Αμερικής - ειδικά όσες διέθεταν ιστορικό κέντρο – άρχισαν να επενδύουν στα μοντέλα αυτά. Στις περισσότερες περιπτώσεις η καλλιτεχνική κοινότητα εντασσόταν στα μοντέλα αυτά, ήταν ξεκάθαρο ωστόσο ότι το πάνω χέρι το είχαν οι εταιρίες ακίνητης περιουσίας.

Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι τη δεκαετία του 1980 το αποτέλεσμα της ποιοτικής ανάπλασης ήταν να εκδιωχθούν οι καλλιτέχνες που δεν προστατεύονταν από το νόμο ανώτατου ενοικίου (M. Miles, 2004:39).

Η ιστορία και η ιδιομορφία των πολιτιστικών περιοχών της Νέας Υόρκης και η ταχύτητα με την οποία εξελίσσονται και αναδύονται, καθιστά την πόλη ξεχωριστή από κάθε άποψη όσον αφορά τη διαμόρφωση των περιοχών της. Οι περιοχές Queens, NOLITA, Bronx, κ.ά. αποτελούν ξεχωριστές περιπτώσεις με ιδιαίτερη πολιτιστική δυναμική η καθεμία. Το Meat Packing District είναι μία από τις περιοχές της πόλης που μόλις πρόσφατα έχει εξελιχθεί σε πολιτιστική περιοχή και θεωρείται της «μόδας». Η περιοχή βρίσκεται στις όχθες του ποταμού Hudson και μετά από διαφορετικές χρήσεις (από φυτεία καπνού κατά την ολλανδική κατοχή έως περιοχή αποθηκών στην αγγλική) εξελίχθηκε σε περιοχή σφαγείων και κρεοπωλείων στις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Η χρήσεις αυτές παρέμειναν στη περιοχή έως πρόσφατα όπου η περιοχή αναπλάστηκε δεχόμενη νέες χρήσεις όπως γκαλερί, εστιατόρια, μπαρ, κ.ά., καθώς και κατοικία. Σήμερα είναι μια από τις πιο δημοφιλείς περιοχές του downtown της Νέας Υόρκης με ιδιαίτερα υψηλές τιμές για ενοικίαση επαγγελματικών ή οικιακών χώρων.

A2. Βερολίνο – Prenzlauer Berg και Mitte

Το Βερολίνο αποτελεί επίσης, όπως η Νέα Υόρκη, ιδιαίτερη περίπτωση πόλης λόγω της ιστορίας της αλλά και της οικονομικής της δύναμης. Η περίπτωση του Prenzlauer Berg στο πρώην ανατολικό Βερολίνο αποτελεί ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα περίπτωση λόγω της έντονης κριτικής που έχει δεχτεί σαν έργο. Μετά τη πτώση του τείχους - και ενώ το δυτικό τμήμα ήταν σαφώς πιο ανεπτυγμένο - η περιοχή άρχισε να γίνεται δημοφιλής λόγω των «σοσιαλιστικού» τύπου κατοικιών που υπήρχαν στην περιοχή. Προς το τέλος της δεκαετίας του 1990 η περιοχή άρχισε να κατοικείται από τη μεσαία τάξη και άνοιξαν γκαλερί, διαφημιστικές εταιρίες, δικηγορικά γραφεία, κ.λπ. Η Husemannstraße, ο κεντρικότερος δρόμος της περιοχής αποτελεί χαρακτηριστικό τοπίο της περιοχής και τείνει να αποτελέσει τουριστικό αξιοθέατο. Εκεί υπάρχει και το «Μουσείο της Εργατικής Ζωής στο Βερολίνο του 1900» (Museum Berliner Arbeiterleben um 1900) το οποίο αναπαριστά τις ακριβείς συνθήκες ζωής εκείνης της εποχής, ενώ πολύ δημοφιλή είναι τα μπαρ που αναπαριστούν την ατμόσφαιρα και την αισθητική της Ανατολικής Γερμανίας. Η περιοχή απέκτησε σύντομα το ειρωνικό ψευδώνυμο «Προλεταριακή Disneyland» και δέχτηκε κριτική από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, η επιτυχία της σαν τουριστικός προορισμός είναι αναμφισβήτητη (Urban 2004).

Παρόμοια είναι και η περίπτωση του Mitte (της ανατολικής πλευράς της κεντρικής περιοχής του Βερολίνου) που μετά την πτώση του τείχους ήταν η περιοχή που προσέλκυσε το ενδιαφέρον καλλιτεχνών και επενδυτών. Είναι μία από

τις πλέον αναγνωρίσιμες (όπως προκύπτει και από την έρευνα πεδίου στο Ψυρή) πολιτιστικές περιοχές στην Ευρώπη, με κυρίαρχο τομέα τις εικαστικές τέχνες. Τα φθηνά ενοίκια προσέλκυσαν γκαλερί από όλη την Ευρώπη οι οποίες σύντομα καθιέρωσαν την περιοχή και την πόλη ως εικαστικό κέντρο διεθνούς εμβέλειας. Εκτός από τον εικαστικό χώρο, το Mitte έχει γίνει δημοφιλές ως περιοχή κατοικίας και διασκέδασης.

A3. Σέφιλντ, *Cultural Industries Quarter*

Η περίπτωση της πολιτιστικής περιοχής Cultural Industries Quarter που βρίσκεται στο Σέφιλντ της Μ. Βρετανίας είναι επίσης μία πολύ ενδιαφέρουσα περίπτωση πολιτιστικής περιοχής, με πολλές αναφορές στη σχετική βιβλιογραφία, που προέκυψε βάσει σχεδιασμού (McCarthy 2003, Montgomery 2004, Roodhouse 2006). Έχει συμπληρώσει ήδη μια εικοσαετία ζωής και θεωρείται πρωτοποριακή περίπτωση στον ευρωπαϊκό χώρο, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι η πορεία της υπήρξε πάντα πετυχημένη.

Η πόλη του Σέφιλντ βρίσκεται στο Νότιο Yorkshire της Αγγλίας και έχει 513.000 κατοίκους. Από το 14^ο αιώνα έως και τα μέσα του 20^{ου} η πόλη ήταν διεθνώς γνωστή για τη βιομηχανία μετάλλων (χυτήρια, μεταλλευτικές εργασίες, κ.λπ.). Το άνοιγμα της αγοράς μετάλλου μετά το 1960 έφερε μεγάλο ανταγωνισμό και οι μέθοδοι παραγωγής που χρησιμοποιούνταν στο Σέφιλντ ξεπεράστηκαν. Η αλλαγή πολιτικής για το χάλυβα σε εθνικό επίπεδο και οι συνακόλουθες απεργίες των εργατών τη δεκαετία του 1980, οδήγησαν στην απώλεια 50.000 θέσεων εργασίας στην τοπική βιομηχανία. Το γεγονός αυτό δημιούργησε τεράστιο πρόβλημα στη ζωή της πόλης, αφού όλη η πόλη ήταν ουσιαστικά εξαρτημένη από τη βιομηχανία της δίχως να έχει αναπτύξει άλλες δραστηριότητες. Η μεταστροφή της πόλης από τη βιομηχανία στις υπηρεσίες ήταν ξαφνική και προβληματική².

Η πόλη και ειδικά οι κεντρικές περιοχές της νέκρωναν μετά το απόγευμα, αφού η βιομηχανική δραστηριότητα λόγω του εναλλασσόμενου ωραρίου σε βάρδιες συντηρούσε έως τότε την εικοσιτετράωρη λειτουργία μαγαζιών, εστιατορίων, κέντρων διασκέδασης, κ.λπ. Παράλληλα δημιουργήθηκαν σοβαρά κοινωνικά προβλήματα, αφού οι θέσεις εργασίας στον τομέα των υπηρεσιών καταλήφθηκαν από απόφοιτους τριτοβάθμιας εκπαίδευσης που μετακόμισαν από άλλες περιοχές, ενώ ο ντόπιος πληθυσμός αντιμετώπισε προβλήματα. Οι γυναίκες απασχολήθηκαν κυρίως στην εστίαση και τις υπηρεσίες καθαριότητας και οι άντρες – πρώην εξειδικευμένοι εργάτες- έμεναν άνεργοι. Γενικά, το Σέφιλντ έχει τα τελευταία

² Το 1997 το 75% των θέσεων εργασίας αφορούσαν πλέον τον τομέα των υπηρεσιών.

χρόνια μεγαλύτερο ποσοστό ανεργίας από το μέσο όρο της χώρας και θεωρείται μια από τις προβληματικές πόλεις της Βρετανίας³.

Στο Σέφιλντ η δημιουργία του Cultural Industries Quarter (CIQ) ήταν αποτέλεσμα δύο βασικών παραγόντων πίεσης: της κρίσης της τοπικής βιομηχανίας χάλυβα, και της συνακόλουθης απώλειας θέσεων εργασίας που ανάγκασε τις αρχές της πόλης να στρέψουν το ενδιαφέρον τους προς τον πολιτιστικό τομέα και της ύπαρξης μιας σημαντικής τοπικής μουσικής σκηνής (γνωστά παραδείγματα μουσικών συγκροτημάτων της περιοχής είναι οι Pulp, Human League, ABC, ο τραγουδιστής Joe Cocker, κ.ά.). Η μουσική σκηνή, παρά τη σημασία της, έχανε τα talέντα της τα οποία προτιμούσαν το Λονδίνο, γεγονός που δημιούργησε την ανάγκη για δημιουργία υποδομής για την τοπική μουσική βιομηχανία. Ο δήμος ξεκίνησε έτσι μια προσπάθεια παρέχοντας τις απαιτούμενες υποδομές δημιουργώντας στούντιο ηχογραφήσεων, κινηματογραφικό στούντιο, χώρους για πρόβες, αίθουσες συναυλιών, κ.λπ. αλλά και δίνοντας κίνητρα σε μουσικούς που δεν είχαν τους κατάλληλους οικονομικούς πόρους να δημιουργήσουν στην πόλη. Πρόκειται ουσιαστικά για μία πρώιμη προσπάθεια δημιουργίας πολιτιστικής πολιτικής σε μια εποχή που μια κίνηση σαν και αυτή ήταν ιδιαίτερα τολμηρή.

Ο δήμος βοήθησε στη δημιουργία ενός χώρου συναυλιών που λειτουργούσε και σαν νυχτερινό κέντρο το οποίο ονομαζόταν Μύλος, ενός πρότυπου κέντρου ηχογραφήσεων (του πρώτου δημοτικού στη χώρα), ενός οπτικοακουστικού κέντρου, ενώ δημιουργήθηκαν και χώροι εκθέσεων με φθινό ενοίκιο, κινηματογράφοι, κ.ά. Το Εθνικό Κέντρο Λαϊκής Μουσικής (National Centre for Popular Music) εγκαινιάστηκε το 1999 αποτελώντας ένα πολύ φιλόδοξο σχέδιο, ένα ιδιαίτερο κτίριο με σκοπό την καινοτομική μουσειακή παρουσίαση της pop - λαϊκής μουσικής, με εθνική και ιδιωτική χρηματοδότηση. Το CIQ ακολούθησε ένα σχέδιο ανάπτυξης με τέσσερα στάδια ξεκινώντας από τοπικό, προχωρώντας σε περιφερειακό, σε εθνικό και τέλος σε διεθνές επίπεδο. Ξεκίνησε δηλαδή με μία τοπική, ίσως και τοπικιστική, λογική και σήμερα στους στόχους του αναφέρονται η ανάπτυξη της τοπικής μουσικής, η προσέλκυση τουριστών από το εξωτερικό και η προώθηση της πόλης παγκοσμίως ως μουσικού κέντρου.

Σήμερα η περιοχή φιλοξενεί έναν σημαντικό αριθμό πολιτιστικών οργανισμών και επιχειρήσεων, οι οποίες προέρχονται από όλο το φάσμα της πολιτιστικής έκφρασης. Οι εταιρίες της περιοχής⁴ ασχολούνται με το design, τη μουσική, τον κινηματογράφο, τις νέες τεχνολογίες, την εκπαίδευση, την πολιτιστική διαχείριση, κ.ά. Τη διαχείριση και τον προγραμματισμό του CIQ έχει αναλάβει από

³ Ενδεικτική εικόνα της κατάστασης που επικρατεί στην πόλη δίνει η κινηματογραφική ταινία «Full Monty».

⁴ Ενδεικτικά μπορούν να αναφερθούν οι Choo Choo Records, Wildlight Production, Forced Entertainment, the Workshop, Futurate, the Designers Republic, the Design Pod, Warp Films, Gorilla Cinema, κ.ά.

το 1998 μια ανεξάρτητη αναπτυξιακή εταιρία, η CIQ Agency. Η εταιρία είναι υπεύθυνη για τον προγραμματισμό, το συντονισμό, την προβολή και την υποστήριξη του CIQ (διατηρεί σχετική ιστοσελίδα και εκδίδει μηνιαίο ενημερωτικό δελτίο). Μεγάλη σημασία για την ανάπτυξη του CIQ κατέχουν και τα φεστιβάλ που οργανώνονται με πιο γνωστά το Διεθνές Φεστιβάλ Ντοκιμαντέρ και το φεστιβάλ ψηφιακής τέχνης Lovebytes.

Γενικά, όπως προκύπτει από συνεντεύξεις που δημοσιεύονται στο ενημερωτικό δελτίο, οι ιδιοκτήτες και οι εργαζόμενοι είναι ενθουσιασμένοι με την λειτουργία του CIQ⁵. Σύμφωνα με έρευνα της εταιρίας Urban Cultures το CIQ κατάφερε να καταστήσει βιώσιμες μουσικές επιχειρήσεις, οι οποίες υπό άλλες συνθήκες θα είχαν κλείσει, καθώς επίσης δημιούργησε 1300-1400 θέσεις εργασίας σε σύνολο 150 επιχειρήσεων και τζίρο 25 εκατ. λιρών. Η ίδια έρευνα δείχνει ωστόσο ότι η προσπάθεια θεωρείται αξιόλογη κυρίως σε περιφερειακό και όχι σε εθνικό επίπεδο.

Είναι σαφές ότι στην προσπάθεια δεν έλειψαν και τα προβλήματα. Πολλοί διαφώνησαν με τις επιλογές και το 1997 το δημοτικό συμβούλιο διέκοψε (σε μία περίοδο περικοπών) τη λειτουργία της ειδικής υπηρεσίας που είχε συστήσει για την περιοχή. Το 2000, η νέα δημοτική αρχή επανέφερε ένα σχήμα διοίκησης με μία θέση διευθύνοντος συμβούλου και διοικητικό συμβούλιο για την περιοχή. Όσον αφορά το Εθνικό Κέντρο Λαϊκής Μουσικής, οι αρχικές προβλέψεις όσον αφορά τους επισκέπτες δεν επαληθεύτηκαν και μόλις λίγες εβδομάδες μετά τα εγκαίνια αντιμετώπιζε σοβαρά οικονομικά προβλήματα και μείωσε το προσωπικό. Έναν χρόνο αργότερα άλλαξε πολιτική, δημιουργώντας συνεργασίες με άλλους φορείς εντός και εκτός του CIQ και καθιέρωσε μια λιγότερο ελιτιστική και «ιδρυματική» εικόνα, ανοίγοντας δίοδο προς το τοπικό κοινό (Evans 2001:204-5). Σήμερα, όπως αναφέρεται στην επίσημη ιστοσελίδα, η περιοχή βασίζεται στις επιδοτήσεις από προγράμματα των διαρθρωτικών ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, π.χ., το πρόγραμμα Last Mile εκπονείται στα πλαίσια του προγράμματος EQUAL και έχει στόχο την ενσωμάτωση ατόμων από μη βρετανικούς πολιτισμούς στο δημιουργικό δυναμικό της περιοχής, το πρόγραμμα Melt του στόχου 1.

⁵ Χαρακτηριστική είναι η δήλωση της Wendy Mason, σχεδιάστριας και συμβούλου στον τομέα των εικαστικών τεχνών για την πολιτιστική περιοχή του Cultural Industries Quarter: «Αξίζει να δουλεύει κανείς στην περιοχή λόγω της ποικιλίας δραστηριοτήτων που φιλοξενεί. Μου αρέσει ιδιαίτερα όταν πηγαίνω να αγοράσω το μεσημεριανό μου στην περιοχή να μην ξέρω εάν θα βρω στο μαγαζί κάποιον να συζητήσω για μια πρόσφατη ταινία που φτιάχνει ή για υλικά κατασκευής κοσμημάτων». Η Ελένη Χριστοπούλου, ελληνίδα σκηνοθέτης και στέλεχος της Gorilla Cinema, λέει ότι «...το Σέφιλντ είναι μία πόλη με ευρωπαϊκή καρδιά και επιτρέπει τη συνεχή αναθεώρηση της σχέσης μεταξύ των μέσων, της τέχνης και της κοινωνίας, δημιουργώντας τις συνθήκες στην Gorilla Cinema να δημιουργεί φρέσκο και δυναμικό πολιτιστικό έργο».

A4. El Raval, Βαρκελώνη

Η πόλη της Βαρκελώνης έχει μια παράδοση καινοτομικού αστικού σχεδιασμού, από το πολεοδομικό σχέδιο του Cerda το 1859 έως τον συνολικό επανασχεδιασμό της πόλης με την ευκαιρία των Ολυμπιακών Αγώνων του 1992. Τα τελευταία χρόνια δίνεται μεγάλη έμφαση στην ανάπτυξη του επαγγελματικού και πολιτιστικού τουρισμού, κυρίως μέσα από την ανάπτυξη τοπικών πολιτιστικών υποδομών. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στον τοπικό καταλανικό πολιτισμό, σε αντιδιαστολή προς την περίπτωση του Μπιλμπάο, η οποία βασίστηκε σε αμερικάνικη εισαγωγή (μουσείο Guggenheim) και όχι στη βασκική ταυτότητα. Ιδιαίτερη ώθηση στις επενδύσεις σε πολιτιστικές υποδομές δίνει και ένας συνταγματικός νόμος της Καταλονίας ο οποίος επιβάλλει στις δημόσιες τράπεζες τη χρηματοδότηση πολιτιστικών και κοινωνικών έργων (Miles 2004:41).

Το Raval είναι μια περιοχή στο κέντρο της πόλης, μόλις λίγα λεπτά μακριά από τη Ramblas, η οποία υποδέχθηκε τις πρώτες βιομηχανικές χρήσεις όταν η εκκλησία πούλησε τις εκτάσεις που κατείχε εκεί τον 19^ο αιώνα. Η περιοχή βρισκόταν εκτός του γοτθικού κέντρου της πόλης και κοντά στο λιμάνι και στις αρχές του αιώνα αποτέλεσε «περιοχή με κόκκινα φανάρια» όπως μαρτυρούν και πολλές φωτογραφίες. Ο Miles, αναφερόμενος στο Raval περιγράφει την περιοχή στο πλαίσιο της τάσης αναζήτησης αυθεντικότητας στις σύγχρονες πόλεις (Miles 2004:40). Από τα τέλη τις δεκαετίας του 1960 και μετά η περιοχή λόγω των χαμηλών ενοικίων προσέλκυσε κυρίως φοιτητές και μετανάστες (από την Ασία και τη Βόρειο Αμερική) και η περιοχή συνδέθηκε με την εγκληματικότητα.

Η ανέγερση του κτιρίου που φιλοξενεί το Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης MACBA (Museo d'Art Contemporani Barcelona) και η συνακόλουθη συγκέντρωση γκαλερί και καταστημάτων που σχετίζονται με τον πολιτισμό, παράλληλα με την ανακαίνιση και ανανέωση των κατοικιών της περιοχής δημιούργησε τις συνθήκες ανάπτυξης της ως «πολιτιστικής περιοχής» (Miles 2004). Η ανάπλαση των προσόψεων των κτιρίων της περιοχής έγινε αντικείμενο κριτικών αφού υιοθετούνται σχεδιαστικά πρότυπα που δεν ταιριάζουν στην χαρακτηριστική μεσογειακή αρχιτεκτονική.

A5. Πεκίνο, Dashanzi (Συνοικία 798)

Η πόλη του Πεκίνου, μετά την ραγδαία οικονομική ανάπτυξη της Κίνας και εν όψει της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων του 2008, είναι ίσως η πόλη με το μεγαλύτερο ενδιαφέρον παγκοσμίως όσον αφορά τον αστικό και αρχιτεκτονικό σχεδιασμό. Εκατοντάδες μεγάλα έργα πραγματοποιούνται ταυτόχρονα, ενώ όλο το σταρ σύστημα της αρχιτεκτονικής έχει «επιστρατευτεί» προκειμένου να προσδώσει νέα αίγλη στην κινεζική πρωτεύουσα.

Ανάλογη κινητικότητα υπάρχει και στον χώρο του πολιτισμού, με την διοργάνωση επιτυχημένης Μπιενάλε, συναυλιών, την εγκατάσταση ξένων γκαλερί, κ.λπ. Η πόλη διαθέτει πλέον και μία πολύ αξιόλογη και ενδιαφέρουσα πολιτιστική περιοχή στην περιοχή Dashanzi, στους χώρους μιας εκτεταμένης βιομηχανικής περιοχής κοντά στο αεροδρόμιο που είχε ερημωθεί. Πιο σημαντικός χώρος είναι το εργοστάσιο 798 το οποίο έκλεισε το 1992 και μόλις το 2002 ανεξάρτητοι καλλιτέχνες και οργανισμοί άρχισαν να χωρίζουν τον αχανή χώρο και να τον αναδιαμορφώνουν. Η αρχιτεκτονική του χώρου ακολουθεί τα πρότυπα του κινήματος Bauhaus (σχεδιάστηκε από αρχιτέκτονες από την Ανατολική Γερμανία). Οι πιο γνωστές γκαλερί είναι η Long March, Red Gate, White Space και 798 Space, ωστόσο πλέον στην περιοχή φιλοξενείται ένας μεγάλος αριθμός πολιτιστικών επιχειρήσεων, καλλιτεχνών, εστιατορίων, κ.ά. Πρόκειται για μία πολιτιστική περιοχή που δημιουργήθηκε σε μεγάλο βαθμό αυθόρμητα με βάσει τους μεγάλους, φθηνούς βιομηχανικούς χώρους.

A6. Λοιπές περιπτώσεις

Εκτός Ευρώπης και Β. Αμερικής, το Permont-Ultimo στο Σίδνεϋ αποτελεί μία από τις πλέον χαρακτηριστικές περιπτώσεις. Το Σίδνεϋ της Αυστραλίας είναι μία πόλη που αναζητεί τρόπο να καταστεί παγκόσμια πόλη χρησιμοποιώντας όλα τα σύγχρονα μέσα που έχουν καθιερωθεί παγκοσμίως: φιλελεύθερες αστικές πολιτικές, αστικό μάρκετινγκ, αναπλάσεις ιστορικών ή πρώην βιομηχανικών περιοχών, κ.λπ. Το Permont-Ultimo είναι η μία από τις περιοχές που αναπλάστηκαν πρόσφατα και θεωρείται «της μόδας». Φιλοξενεί πολλές πολιτιστικές επιχειρήσεις, αλλά και έναν μεγάλο αριθμό εμπορικών επιχειρήσεων του τομέα των υπηρεσιών.

Περισσότερες από κάθε άλλη χώρα είναι οι περιπτώσεις στην Μεγάλη Βρετανία. Στην περίπτωση του Νότινχαμ και της πολιτιστικής περιοχής του Lace Market έχουμε να κάνουμε με μια μικρότερη πόλη η οποία διατηρεί μία μόνο πολιτιστική περιοχή στη πόλη. Πρόκειται για μια περιοχή με περίπου 200 μικρές πολιτιστικές επιχειρήσεις και οφείλει το χαρακτηρισμό της ως πολιτιστική περιοχή κυρίως σε ιστορικούς λόγους – δεν προέκυψε ως αποτέλεσμα σχεδιασμού. Η περιοχή φιλοξενούσε από τα τέλη του 19^{ου} αιώνα τα εργοστάσια υφασματοουργίας (Shorthose 2004:149-154). Η πολιτιστική περιοχή Rope Walks του Λίβερπουλ είναι άλλη μια χαρακτηριστική περίπτωση. Το πολιτιστικό προφίλ του Λίβερπουλ βασίστηκε σε μεγάλο βαθμό στη μουσική παράδοση της πόλης, ιδιαίτερα λόγω του παγκοσμίως γνωστού συγκροτήματος των Beatles και η ιστορική πορεία της έχει πολλές ομοιότητες με το Μάντσεστερ και τις άλλες βιομηχανικές πόλεις της Βόρειας Αγγλίας (Μπιανκίνι και Πάρκινσον, 1994). Το Merchant City της Γλασκώβης αποτελεί μια χαρακτηριστική πολιτιστική περιοχή στο κέντρο της Γλασκώβης με

ιστορική σημασία. Διατηρεί παράλληλα εμπορικές χρήσεις και κατοικία. Το πενταετές σχέδιο ανάπτυξης 2000-2005 που εκπόνησε ο Δήμος σε συνεργασία με αναπτυξιακούς φορείς είχε σαν σκοπό την αρχιτεκτονική, πολιτιστική και οικιστική αναβάθμιση της περιοχής. Οι τρεις κύριοι φορείς που έχουν συστήσει την πρωτοβουλία Merchant City Townscape Heritage Initiative είναι ο Δήμος, ο κρατικός οργανισμός τυχερών παιχνιδιών (National Lottery) και το Επιμελητήριο της Γλασκώβης. Στις αρχές της δεκαετίας του 1990 η Γλασκώβη παρουσιάστηκε ως μοντέλο σχετικά με το πως οι πρώην βιομηχανικές πόλεις μπορούν να μεταλλάξουν με επιτυχία τα τοπία, τις εικόνες και την οικονομία τους μέσω της πολιτιστικής αστικής αναζωογόνησης. Η Γλασκώβη είχε την εμφάνιση μιας ευκατάστατης, δυναμικής, «πολιτιστικής» πόλης (O.E.C.D., 2001, Garcia 2005). Ωστόσο, τέσσερα χρόνια μετά το εμφανές ζενίθ ως Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα, οι κριτικές άρχισαν να εστιάζουν στο πραγματικό περιεχόμενο της φαινομενικής μετάλλας της Γλασκώβης. Η ατμόσφαιρα στην πόλη, στα μέσα της δεκαετίας του 1990, ήταν λιγότερο δυναμική λόγω της χειροτέρευσης ορισμένων σοβαρών κοινωνικών και οικονομικών προβλημάτων. Τα νούμερα προκαλούν έκπληξη: το 1994 το ένα τρίτο του πληθυσμού της πόλης λάμβανε επιδότηση εισοδήματος, αριθμός που είναι τρεις φορές μεγαλύτερος από το μέσο όρο της Βρετανίας, ένας στους τέσσερις άντρες ήταν άνεργος και ορισμένες περιοχές είχαν την μεγαλύτερη αναλογία ναρκομανών ανά κάτοικο σε όλη την Δυτική Ευρώπη (Hall 2005). Η επιμονή αυτών των προβλημάτων πρόσφερε ένα πειστικό επιχείρημα ότι η ανάπλαση, αν και δεν μπορεί να θεωρηθεί αποτυχία, είχε τουλάχιστον περιορισμένη επιτυχία. Ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού, το ένα τρίτο ή και περισσότερο, απέτυχε να επωφεληθεί από τα οφέλη της υποτιθέμενης μετάλλας της πόλης. Έτσι, ενώ η Γλασκώβη σαφώς πέτυχε στην δημιουργία της εικόνας της ανάπλασης, το περιεχόμενο της ανάπλασης αμφισβητείται έντονα από πολλούς συγγραφείς⁶. Ενδιαφέρον στοιχείο όσον αφορά το Merchant City είναι η συμμετοχή των πολιτών στο σχεδιασμό μέσω του σωματείου Merchant City Civic Society το οποίο μέσω τακτικών συναντήσεων σχολιάζει τα σχέδια και τις εξελίξεις στην περιοχή. Το ομώνυμο φεστιβάλ της περιοχής που διοργανώνεται κάθε χρόνο και το ενημερωτικό δελτίο που εκδίδεται είναι δύο πολύ σημαντικές εισροές για την περιοχή⁷.

Τέλος, στο Μιλάνο της Ιταλίας αρκετές περιοχές εμφανίζουν τα χαρακτηριστικά μιας πολιτιστικής περιοχής (Ticinese, Moscona, Navigli, περιοχή Κεντρικού Σταθμού). Το ενδιαφέρον στοιχείο εδώ που διαφοροποιεί τις πολιτιστικές περιοχές από αυτές που αναπτύσσονται σε άλλες περιοχές είναι η αρχική λειτουργία τους ως χώροι πολιτικής έκφρασης. Τόσο η περιοχή του Ticinese –η οποία ήδη είχε

⁶ Περισσότερες πληροφορίες για τη Γλασκώβη δίνονται και στο Μπιανκίνι Φ., *Πολιτιστική Πολιτική και αναζωογόνηση των πόλεων, Η Εμπειρία της Δυτικής Ευρώπης*, ΕΕΤΑΑ 1994.

⁷ <http://www.glasgowmerchantcity.net/who.htm>

καθιερωθεί ως περιοχή νυχτερινής διασκέδασης, όσο και αυτή του Navagli αναπτύχθηκαν στη δεκαετία του 1970 λόγω των βουλευτών και στελεχών της Αριστεράς που πλέον λειτουργούσαν τα μπαρ και λέσχες. Αργότερα, στα τέλη της δεκαετίας του 1980 οι πολιτικοί αυτοί εξελίχθηκαν σε δυναμικούς επιχειρηματίες και η περιοχή του Navagli απέκτησε μία εικόνα κυρίως ψυχαγωγική. Σήμερα η περιοχή δείχνει να χάνει τον αρχικό εναλλακτικό χαρακτήρα της, αφού χαρακτηριστικές επιχειρήσεις της περιοχής (ιστορικά μπαρ, παλιατζήδικα, κ.ά.) την εγκαταλείπουν για να εγκατασταθούν στη θέση τους επιχειρήσεις που σχετίζονται με τη νυχτερινή εκπαίδευση (Arrigoni 2005:4).

B. Εξειδικευμένες Πολιτιστικές Περιοχές

B1 Museum Quarter - Witte de Withstraat, Ρότερνταμ

Η πόλη του Ρότερνταμ έχει αρκετές ιδιαιτερότητες και διαφέρει ριζικά από τις υπόλοιπες πόλεις της Ολλανδίας. Ο βομβαρδισμός του λιμανιού από τις γερμανικές δυνάμεις στο Β' Παγκόσμιο Πόλεμο ισοπέδωσε το ιστορικό κέντρο της πόλης. Ακολούθησε η ανοικοδόμηση και η περαιτέρω ανάπτυξη του λιμανιού, που σύντομα έγινε το μεγαλύτερο παγκοσμίως. Στην δεκαετία του 1970 και του 1980 η αποβιομηχάνιση και η μεταφορά των κύριων λιμενικών εγκαταστάσεων εκτός πόλης δημιούργησαν σημαντικά κοινωνικά προβλήματα, ενώ η πόλη δέχθηκε και πολύ μεγάλο αριθμό μεταναστών (Χάγιερ 1994:60-64).

Παράλληλα, άρχισε μια συζήτηση για το μέλλον της πόλης και υπήρξε έδαφος για πειραματισμούς. Έτσι, παράλληλα με άλλα σημαντικά αρχιτεκτονικά έργα στις αρχές της δεκαετίας του 1980 άρχισε να σχεδιάζεται μια πολιτιστική περιοχή μουσείων, το Museum Quarter. Το master plan έγινε από τον γνωστό αρχιτέκτονα Rem Koolhaas και περιλάμβανε τέσσερις πολύ σημαντικούς οργανισμούς: το Μουσείο Boijmans Van Beuningen, το Ολλανδικό Ινστιτούτο Αρχιτεκτονικής (NAI), το Μέγαρο Μουσικής και το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας.

Η αρχική ιδέα περιλάμβανε τη σύνδεση με την παρακείμενη υποβαθμισμένη περιοχή του λιμανιού και το Ναυτικό Μουσείο. Ενδιαφέρουσα ιδέα ήταν και η εγκατάσταση *Dancing Cranes* μπροστά στο Μέγαρο Μουσικής, όπου αχρησιμοποίητοι γερανοί φωτίζονται και «χορεύουν» υπό τους ήχους μουσικής. Σημαντικό ρόλο κατέχει ο σύλλογος κατοίκων της περιοχής ο οποίος σε συνεργασία με το Rotterdam Arts Foundation επιχείρησαν να μετατρέψουν το δρόμο σε ένα «δρόμο μουσείων» επεκτείνοντας το Museum Quarter (Hitters and Richards 2002:243). Η προσπάθεια αυτή έφερε στην περιοχή καταστήματα, καφέ, μπαρ, γκαλερί, κ.λπ. χωρίς ωστόσο να έχει απόλυτη επιτυχία (Mommias 2004).

Σήμερα η περιοχή δέχεται ορισμένες κριτικές με κύρια αιχμή ότι δεν υποστηρίχθηκε η πολιτιστική δημιουργία, αλλά μόνο οι κτιριακές υποδομές. Το γεγονός που χαρακτηρίζει την πολιτιστική πολιτική του Ρότερνταμ τα τελευταία τρία χρόνια είναι η άνοδος ακροδεξιάς δημοτικής αρχής (για πρώτη φορά στην ιστορία του παραδοσιακά προοδευτικού λιμανιού) η οποία αμέσως έκανε δραστικές περικοπές στα πολιτιστικά προγράμματα με τη δικαιολογία ότι «έτσι κι αλλιώς δεν αφορούν το μέσο κάτοικο της πόλης, αλλά μια πολύ μικρή ομάδα δημοτών».

Αλλά και στο παλιό λιμάνι αναπτύχθηκε μια περιοχή μουσείων η οποία πήρε την ονομασία *museum port* ή *museumhaven* στα ολλανδικά. Περιλαμβάνει το Ναυτικό Μουσείο, το Λιμενικό Μουσείο, το Ιστορικό Μουσείο της πόλης και ένα παλιό καράβι-μουσείο, ενώ φιλοξενεί και υπαίθριες εκδηλώσεις στους ελεύθερους χώρους (Van Aalst 1997).

Πιο πρόσφατη εξέλιξη αποτελεί η περιοχή Witte de Withstraat, του δρόμου που ενώνει ουσιαστικά το Museums Quarter με το λιμάνι και τείνει να διαμορφώσει έναν εν μέρει αυτόνομο χαρακτήρα πολιτιστικής περιοχής. Ο συγκεκριμένος δρόμος στο τέλος της δεκαετίας του 1990 άρχισε να μεταβάλλεται σε πόλο έλξης πολιτιστικών επιχειρήσεων (γκαλερί, designer, κ.ά.). Οι τοπικές αρχές άρχισαν να αναφέρονται στο δρόμο ως πολιτιστικό άξονα (*kunstas*) και σύντομα δημιουργήθηκε σχετική ιστοσελίδα⁸, πολιτιστικές εκδηλώσεις, εκθέσεις, κ.λπ. Ο λειτουργικός ρόλος της περιοχής είναι να ενώνει τις δύο περιοχές μουσείων δημιουργώντας έναν εκτεταμένο υπερτοπικό πολιτιστικό πόλο (Hitters and Richards 2002:237-240,)

B2. Ουτρέχτη, Περιοχή Μουσείων και Περιοχή Θεάτρων

Στην Ουτρέχτη δημιουργήθηκαν επίσης δύο ανεπίσημες πολιτιστικές περιοχές, η Περιοχή των Μουσείων και Περιοχή των Θεάτρων. Ενώ η πρώτη έγινε βάσει πολεοδομικού σχεδίου με ευθύνη του δήμου, η δεύτερη περίπτωση προέκυψε αυθόρμητα δίχως να λείπει και εδώ η κρατική υποστήριξη. Στις αρχές της δεκαετίας του 1990 εγκαταστάθηκε σε έναν πρώην βασιλικό στάβλο μια θεατρική ομάδα, η «Paardenkathedraal», η οποία σύντομα έγινε πολύ δημοφιλής σε ολόκληρη τη χώρα. Ακολούθησαν και άλλες θεατρικές ομάδες, ενώ σήμερα είναι εγκαταστημένες στην περιοχή η Δραματική Σχολή του πανεπιστημίου της πόλης, το Δημοτικό Θέατρο, θεατρικές ομάδες και το Νεανικό Θέατρο.

Χαρακτηριστικές περιοχές μουσείων διαθέτουν και άλλες μεγάλες πόλεις, όπως το Άμστερνταμ, το Βερολίνο (τη «Νήσο των Μουσείων»), η Φρανκφούρτη (το

⁸ www.kunstas.nl

«Μίλι των Μουσείων»), κ.ά. Στην κατηγορία αυτή εντάσσεται και το Museumsquartier της Βιέννης το οποίο παρουσιάζεται παρακάτω.

Γ. Πρώην Βιομηχανικές Περιοχές

Γ1. IBA Emscher Park, Έσσεν

Στην Ευρώπη ένα από τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα επανάχρησης βιομηχανικών κτιρίων είναι η Διεθνής Κατασκευαστική Έκθεση (IBA) του Emscher Park, μία περιοχή στο βόρειο τμήμα της περιοχής του Ρουρ δίπλα στον ποταμό Emscher στη Γερμανία όπου λειτουργούσαν ορυχεία και βιομηχανίες μεταλλευμάτων. Το υπόδειγμα σχεδιασμού που χρησιμοποιήθηκε στο IBA Emscher Park ήταν μια πρωτοβουλία της περιφέρειας του Nordrhein-Westfalen και πέτυχε να προσδώσει νέες πολιτιστικές χρήσεις στα βιομηχανικά κτίρια⁹.

Το πιο γνωστό κτίριο-έμβλημα της περιοχής είναι το Gasometer (μετρητής αερίου) του Oberhausen, το οποίο από το 1929 μέχρι τη λήξη του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου και από το 1949 μέχρι το 1988 λειτούργησε σαν αποταμιευτικός χώρος γκαζιού για τη βιομηχανική περιοχή. Η χρήση φυσικού αερίου από τις βιομηχανίες έθεσε το κτίριο σε αχρηστία. Το εντυπωσιακό κτίριο ύψους 117 μέτρων, συνολικού εμβαδού 7.000 τ.μ. μετατράπηκε σε εκθεσιακό χώρο (αποτελεί τον υψηλότερο εκθεσιακό χώρο στην Ευρώπη), με το προσωνύμιο «βιομηχανικός καθεδρικός ναός» να εκφράζει την επιβλητικότητα και συμβολική δύναμή του στη προσπάθεια της περιοχής να αναγεννηθεί. Έχει φιλοξενήσει πολλές πολιτιστικές δραστηριότητες, εκθέσεις, εικαστικές εγκαταστάσεις, οι οποίες δεν θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν σε μικρότερο χώρο, κ.ά.

Γ2. Birds Custard Factory, Μπέρμιγχαμ

Ένα ενδιαφέρον παράδειγμα ανάπλασης υποβαθμισμένης ενδοαστικής περιοχής αποτελεί το παλιό εργοστάσιο Birds Custard Factory το οποίο βρίσκεται στην περιοχή Digbeth του Μπέρμιγχαμ λίγο έξω από το κέντρο της πόλης. Το Birds Custard Factory απασχολούσε 12000 ανθρώπους μέχρι που έκλεισε το 1967 όταν η επιχείρηση μετεγκαταστάθηκε. Το συγκρότημα ήταν άδειο μέχρι το 1995, όταν το Δημοτικό Συμβούλιο ανέθεσε σε μία εταιρία αστικής ανάπλασης να εκπονήσει και να εφρμόσει ένα σχέδιο για τη μετατροπή του σε χώρο όπου θα λειτουργούν πολιτιστικές επιχειρήσεις.

⁹ www.iba.nrw.de

Η περίπτωση του Custard Factory έχει αρκετές ομοιότητες με την περίπτωση του Cable Factory του Ελσίνκι, η οποία παρουσιάζεται παρακάτω, με μικρότερη όμως συμμετοχή του δημόσιου τόμεα. Δεσμεύοντας τον αρχιτέκτονα Glen Howell, η εταιρία αναπαλαιώσε το Custard Factory και το μετέτρεψε σε ένα συγκρότημα αποτελούμενο από περισσότερο από 150 εργαστήρια, μπαρ και εστιατόρια και μια μικρή βιομηχανική μονάδα. Η υποστήριξη των μικρών επιχειρήσεων – περιλαμβάνουν καλλιτέχνες, σχεδιαστές μόδας, φωτογράφους, σχεδιαστές επίπλων, στούντιο ηχογραφήσεων, μουσικούς, ηθοποιούς, εκδότες και ραδιοφωνικούς σταθμούς - που εγκαταστάθηκαν στο συγκρότημα βοήθησε στη διατήρηση της καλλιτεχνικής και δημιουργικής ατμόσφαιρας. Ο σκοπός ήταν να ενθαρρυνθούν τόσο οι επιχειρήσεις που βρίσκονταν στο ξεκίνημα της λειτουργίας τους, όσο και οι υφιστάμενες που θα επωφεληθούν από τις δυνατές συνέργιες με άλλες δημιουργικές βιομηχανίες (Montgomery, 1999: 32-35).

Η αναπαλαίωση ήταν πετυχημένη, κάνοντας χρήση της ιδιαίτερης βιομηχανικής αρχιτεκτονικής που χαρακτηρίζει τα εργοστάσια του 19^{ου} αιώνα. Τα εργαστήρια γέμισαν σύντομα και η ζήτηση τους παρέμεινε υψηλή, ενώ το Custard Factory είναι πλέον το μεγαλύτερο ενιαίο δημιουργικό συγκρότημα (creative complex) στην Ευρώπη (Fleming 1999: 15). Η λειτουργία ομογενών επιχειρήσεων και επιχειρήσεων αναψυχής στην γύρω περιοχή προσέλκυσαν φοιτητές και εύπορους κατοίκους της πόλης. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχουν τα προγράμματα που στοχεύουν στην αντιμετώπιση του κοινωνικού αποκλεισμού, για παράδειγμα, το πρόγραμμα *Καλλιτέχνες στην Κοινότητα* που διεξήγαγε το Πανεπιστήμιο της Κεντρικής Αγγλίας (Fleming, 1999: 16).

Γ.3 Westergasfabriek, Άμστερνταμ

Ενδιαφέρον παράδειγμα αποτελεί το Westergasfabriek (εργοστάσιο Γκαζιού) του Άμστερνταμ όπου από τις αρχές της δεκαετίας του 1990 τα κτίρια άρχισαν να υποδέχονται πολιτιστικές δραστηριότητες. Παρά τα προβλήματα διαχείρισης που προέκυψαν λόγω των πολλών φορέων που ενεπλάκησαν (δήμος, διαμερισματικό συμβούλιο, εταιρίες ακίνητης περιουσίας, πολιτιστικές επιχειρήσεις) το έργο θεωρήθηκε πετυχημένο αφού συνδυάζει πολιτιστικούς χώρους, πολιτιστικές επιχειρήσεις, καλλιτέχνες και ένα αστικό χώρο πρασίνου δίχως να έχουν χαθεί τα ιστορικά χαρακτηριστικά των προηγούμενων βιομηχανικών χρήσεων. Ο Δήμος όρισε μια ομάδα διαχείρισης με στελέχη κυρίως από το δημοτικό διαμέρισμα που ανήκει ο χώρος με σκοπό την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση του χώρου. Σύντομα ο χώρος απέκτησε πολιτιστικές χρήσεις, όπως χώρο προβολών αφιερωμένο στον ολλανδικό κινηματογράφο, εστιατόριο, καφέ και χώρους για πρόβες, ενώ νοικιαζόταν και σε εταιρίες για εκδηλώσεις. Παράλληλα συνεχίζονταν οι εργασίες

για δεντροφύτευση και ανάπλαση του χώρου. Θεωρήθηκε επιτυχημένο παράδειγμα και πλέον αναφέρεται σε τουριστικούς οδηγούς της πόλης.

Ένας από τους λόγους που θεωρήθηκε επιτυχημένο είναι ότι εσκεμμένα διατηρήθηκε ο εναλλακτικός, άγρια βιομηχανικός και μποέμ χαρακτήρας του χώρου, βάσει επιλογών μανάτζμεντ. Το 2003, σε μια ξαφνική και αναπάντεχη στροφή της πολιτικής του Δήμου του Άμστερνταμ, τα κτίρια πωλήθηκαν στην ING Real Estate η οποία ωστόσο διατήρησε τον διευθυντή.

Ειδική Βιβλιογραφία για τη Νέα Υόρκη

- Attoe W., Logan D., *American Urban Architecture, Catalysts in the Design of Cities*, University of California Press, Los Angeles 1989.
- Leadbeater, C., *What London Can Learn from New York? Entrepreneurial Networks in Silicon Alley and the Hoxton Triangle*, Working Paper No.10, Report for the Diebold Institute Inquiry into Entrepreneurship, The Diebold Institute Entrepreneurship and Public Policy Project, New York 2001
- Sassen S., *The Global City: New York, London, Tokyo*, Εκδ. Princeton Univ. Press, New Jersey 1991.
- Verwijnen J., *The American City*, Πανεπιστημιακές Σημειώσεις, Ελσίνκι 1998.
- Zukin S., *Loft Living*, London 1988 (First published 1982)
- Zukin S., *Landscapes of power: From Detroit to Disneyworld*, Berkeley 1991.
- Zukin S., *The Cultures of Cities*, Cambridge 1995.

Ειδική Βιβλιογραφία για τις Λοιπές Περιπτώσεις

- Arigoni P., "The District of Leisure: Bars, Restaurants and Entrepreneurs of the Milanese Navigli" in the International Journal of Urban Labour and Leisure, vol 1(2), www.ijull.org.uk, Leicester 2000.
- Baniotopoulou Ev., "Art For Whose Sake? Modern Art Museums and their role in transforming societies: the case of the Guggenheim Bilbao" in the Journal of Conservation and Museum Studies, Issue 7, London, November 2001.
- Brown A., "Music Policy in Sheffield, Manchester and Liverpool", Αδημοσίευτο Κείμενο, Manchester 1998
- Gilmore A., "Popular Music, Urban Regeneration and Cultural Quarters: The case of Rope Walks, Liverpool" in Bell D. and Jayne M.(ed), *City of Quarters, Urban Villages in the Contemporary City*, Ashgate, London 2004.
- Καραμάνου Ζ., Αποκατάσταση – Επανάχρηση Κτιρίων και Συνόλων, Αναβάθμιση Προβληματικών Οικιστικών Περιοχών, Θεσσαλονίκη 1997.
- Koekebakker Olof, Westergasfabriek Culture Park, Transformation of a former industrial site in Amsterdam, NAI Publishers, Ρότερνταμ 2003.
- Magosse R., "City Imaging from below: Branding Brussels as the capital of Europe?", Εισήγηση στο συνέδριο "International Conference for Integrating Urban Knowledge & Practice", Gothenburg May 29-June 3, 2005.
- Miles M., "Drawn and Quartered: El Raval and the Haussmannization of Barcelona" In Bell D. and Jayne M.(ed), *City of Quarters, Urban Villages in the Contemporary City*, Ashgate, London 2004.
- Miles S., "'Our Tyne': iconic regeneration and the revitalization of identity in Newcastle Gateshead" in *Urban Studies*, vol 42, 5/6, pp. 913-926, London 2005.
- Moss L., "Sheffield's Cultural Industries Quarter 20 years on: What can be learned by a pioneering example?" in *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 8(2) σελ 107-125, London 2002.

- O.E.C.D., *Urban Reinassance, Glasgow: Lessons for Innovation and Implementation*, Paris 2001.
- Μπιανκίνι Φ., Πάρκινσον Μ., «Λίβερπουλ, μια ιστορία χαμένων ευκαιριών;» στο Μπιανκίνι Φ., Πάρκινσον Μ.(εκ.), *Πολιτιστική πολιτική και αναζωογόνηση των πόλεων, Η εμπειρία της Δυτικής Ευρώπης*, Εκδ. Ε.Ε.Τ.Α.Α., Αθήνα 1994.
- Podmore J, "(Re)-reading the 'Loft Living' Habitus in Montreal's Inner City" in *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 22(2) σελ 283-302, London 1998.
- Shorthose J., "Nottigham's de facto Cultural Quarter: The Lace Market, Independents and a Convivial Ecology" In Bell D. and Jayne M.(ed), *City of Quarters, Urban Villages in the Contemporary City*, Ashgate, London 2004.
- URBED, *Developing the Cultural Industries Quarter in Sheffield*, Sheffield City Council, Sheffield 1988.
- Χάγιερ Μ., «Ρότερνταμ: ανασχεδιάζοντας τον δημόσιο χώρο» στο Μπιανκίνι Φ., Πάρκινσον Μ.(εκ.), *Πολιτιστική πολιτική και αναζωογόνηση των πόλεων, Η εμπειρία της Δυτικής Ευρώπης*, Εκδ. Ε.Ε.Τ.Α.Α., Αθήνα 1994.

Προσωπικές Συνεντεύξεις

- 18-6-1998, Fem Barenrecht (υπεύθυνη δημοσίων σχέσεων Westergasfabriek)

Πηγές στο Διαδίκτυο

www.ciq.gov.uk Ιστοσελίδα της περιοχής Cultural Industries Quarter του Sheffield

www.westergasfabriek.nl Ιστοσελίδα του Westergasfabriek

www.iba.nrw.de Ιστοσελίδα του IBA Emscher Park

www.custardfactory.com Ιστοσελίδα του Birds Custard Factory

2. Μελέτες Περίπτωσης

A. Northern Quarter – Μάντσεστερ, Μ. Βρετανία

i. Μεγάλη Βρετανία

Η Μεγάλη Βρετανία για μεγάλο διάστημα ακολούθησε φιλελεύθερη στάση στο θέμα της πολιτιστικής πολιτικής και είχε κατανείμει πολλές από τις αρμοδιότητες της κεντρικής εξουσίας σε αποκεντρωμένους φορείς. Δεν υπήρχε Υπουργείο Πολιτισμού, και κατά συνέπεια, η διοίκηση των πολιτιστικών υποθέσεων ήταν κατακερματισμένη ανάμεσα στα διάφορα Υπουργεία, ενώ σημαντικό ρόλο διαδραμάτιζε τότε το γνωστό Συμβούλιο των Τεχνών. Στις αρχές της δεκαετίας του '90 θεωρήθηκε αναγκαία η ίδρυση Υπουργείου Πολιτισμού, που ονομάστηκε μάλιστα Υπουργείο Εθνικής Κληρονομιάς (Department of National Heritage) και στη συνέχεια, μετά την ανάληψη της κυβέρνησης από το Εργατικό Κόμμα, Υπουργείο Πολιτισμού, Μέσων Επικοινωνίας και Αθλητισμού (Κόνσολα, 2006). Γενικά, οι δύο τελευταίες δεκαετίες σηματοδότησαν σημαντικές αλλαγές στην εθνική πολιτιστική πολιτική, η οποία μέχρι τότε αποτελούσε μια δευτερεύουσα προτεραιότητα και βασιζόταν σε ένα μονοδιάστατο χρηματοδοτικό σύστημα για τις

τέχνες. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια έχει μεταβληθεί σε τομέα προτεραιότητας με τις πολιτιστικές επιχειρήσεις να θεωρούνται σημαντικός παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης. Η ιδέα αυτή αντικατοπτρίζεται και από την προωθητική στρατηγική με τίτλο «Cool Britannia», που λάνσаре η κυβέρνηση των Εργατικών από το 1997 με σκοπό να αλλάξει η εταιρική ταυτότητα (re-branding) του πολιτιστικού προϊόντος και κατ' επέκταση της χώρας¹⁰. Η στρατηγική αυτή δέχθηκε έντονη κριτική, είναι βέβαιο όμως ότι επηρέασε το πολιτιστικό γίγνεσθαι της Μεγάλης Βρετανίας (Evans 2001, Hetherington 2003).

Η τοπική αυτοδιοίκηση¹¹ έχοντας αντιληφθεί τη σημασία μιας τοπικής πολιτιστικής πολιτικής, στηρίζει τις πολιτιστικές βιομηχανίες ως αιχμές οικονομικής στρατηγικής. Οι πολιτικές αυτές συνδέονται με μια σειρά ζητημάτων σχετικά με την πολιτιστική πολιτική, τη τοπική οικονομική ανάπτυξη και τη πολιτιστική βιομηχανία. Στις περισσότερες περιπτώσεις συνδέονται με προγράμματα ανάπλασης και αναζωογόνησης περιοχών των πόλεων ή και ολόκληρων πόλεων (Pratt 1997).

Στο πλαίσιο των προγραμμάτων ανάπλασης, το «μοντέλο» των πολιτιστικών περιοχών υιοθετήθηκε από αρκετές βρετανικές πόλεις, άλλωστε είναι η χώρα που πρώτη έχει καταστήσει την πρακτική αυτή τόσο δημοφιλή. Χαρακτηριστικά παραδείγματα σε αυτόν τον τομέα, τα οποία και παρουσιάζονται παρακάτω, αποτελούν οι εξής πολιτιστικές περιοχές: η Περιοχή των Πολιτιστικών Βιομηχανιών (Cultural Industries Quarter-CIQ) στο Σέφιλντ, το Merchant City της Γλασκώβης, το Jewellery Quarter, το Rope Walks στο Liverpool, το Lace Market στο Νότιγχαμ και η Βόρεια Περιοχή (Northern Quarter-NQ) στο Μάντσεστερ.

ii. Η πόλη του Μάντσεστερ

Το Μάντσεστερ είναι η τρίτη μεγαλύτερη βρετανική πόλη και αναφέρεται συχνά ως «πρωτεύουσα του Βορρά». Η ιστορία της πόλης έχει συνδυαστεί σε μεγάλο βαθμό με τη βιομηχανική επανάσταση. Υπήρξε από τις πιο σημαντικές πόλεις του 19^{ου} αιώνα, όχι μόνο οικονομικά αλλά και πολιτιστικά, ενώ ανέπτυξε εμπορικές δραστηριότητες, ιδιαίτερα δε εκείνες που επωφελούνται λόγω της σύνδεσης της πόλης μέσω καναλιών με τη θάλασσα. Η δραματική παρακμή και η

¹⁰ Περισσότερες πληροφορίες μπορούν να αναζητηθούν στο The Council of Europe/ERICarts "Great Britain, Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 6th edition", 2005.

¹¹ Πρέπει να σημειωθεί ότι η Τοπική Αυτοδιοίκηση της Μεγάλης Βρετανίας από τη δεκαετία του 1980 μέχρι και πρόσφατα είχε ελάχιστες αρμοδιότητες και πόρους λόγω της επιθετικής πολιτικής της Μ. Θάτσερ εναντίον της (κυρίως για πολιτικούς λόγους). Τα τελευταία χρόνια ωστόσο εκχωρούνται αυξημένες αρμοδιότητες στους δήμους.

αποβιομηχάνιση της πόλης, η οποία ξεκινά με το Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο και κορυφώνεται τις δεκαετίες του 1970 και 1980, επέφερε σημαντικά πλήγματα στην οικονομική ζωή και στην εικόνα της πόλης (Taylor et al. 1996). Ο τριτογενής τομέας ή τομέας των υπηρεσιών είναι αυτός που πλέον επικρατούσε και καθόριζε την πορεία της τοπικής οικονομίας. Ωστόσο, ο τομέας αυτός είναι εντελώς διαφορετικός όσον αφορά το χαρακτήρα του από το δευτερογενή, βιοτεχνικό τομέα από τον οποίο προέρχονταν, σε μεγάλο βαθμό, ο πλούτος πόλεων όπως το Μάντσεστερ. Τα παραδοσιακά γεωγραφικά χαρακτηριστικά του τόπου εγκατάστασης φαίνεται να γίνονται ολοένα και λιγότερο σημαντικά στις διαδικασίες των αποφάσεων για τον τόπο εγκατάστασης της δραστηριότητας του τομέα υπηρεσιών (Savage 1994, Hall 2005).

Το Μάντσεστερ, παράλληλα με τις προσπάθειες που έκανε να εδραιωθεί στον τομέα των υπηρεσιών, κατάφερε να ωφεληθεί σημαντικά από την προβολή της πολιτιστικής του εικόνας. Η πόλη είχε μια ιστορική παράδοση στον αστικό πολιτισμό, στις προοδευτικές ιδέες και την ελευθερία της έκφρασης, ενώ πολύ σημαντική είναι η έντονη παρουσία διαφορετικών εθνικών ομάδων κατά καιρούς στη πόλη (Ιρλανδοί, Ιταλοί, Εβραίοι, Ινδοί, Αφρικανοί, κ.λπ.). Η σημασία της πόλης σαν διαπεριφερειακό κέντρο, το μέγεθος και ο ιδιαίτερα μεγάλος φοιτητικός της πληθυσμός επέτρεψαν την ανάπτυξη πολιτιστικών γεγονότων, φεστιβάλ, κ.ά. (Milestone 1996).

Έχει μια ιδιαίτερα πλούσια πρόσφατη μουσική παράδοση με παγκόσμια απήχηση με συγκροτήματα όπως οι Joy Division και οι Sex Pistols τη δεκαετία του '70, οι Smiths, οι New Order, οι Stone Roses, οι Happy Mondays, οι Simply Red τη δεκαετία του 80, οι Oasis, οι Take That τη δεκαετία του '90, αλλά και γνωστές δισκογραφικές εταιρίες όπως η Factory και νυχτερινά κέντρα που έγιναν γνωστά παγκοσμίως, όπως η Hacienda. Η μεγάλη έκρηξη σημειώθηκε με την καθιέρωση της «χάουζ» σκηνής στο τέλος της δεκαετίας του '80 όταν η πόλη γνώρισε πρωτόγνωρη μουσική επιτυχία και τα παγκόσμια μέσα μαζικής ενημέρωσης στράφηκαν προς αυτήν. Η έκρηξη αυτή δεν αφορούσε μόνο τη μουσική έκφραση, αλλά και την ενδυμασία, το design και τον τρόπο ζωής και το Μάντσεστερ ήταν η παγκόσμια μητρόπολη αυτής της τάσης. Το φαινόμενο αυτό αποδόθηκε ως «φαινόμενο του Madchester» και οδήγησε στην ανάπτυξη μουσικών σκηνών, μπαρ, καταστημάτων δίσκων, κ.λπ. στην πόλη, η οποία έγινε η δεύτερη μεγαλύτερη μουσική σκηνή της χώρας μετά το Λονδίνο (Colin 1995, O' Connor and Wynne 1996, Brown 1998). Παράλληλα, κατέστησε την πόλη δημοφιλή προορισμό τουρισμού για νέους, ενώ χαρακτηριστικό είναι ότι την περίοδο αυτή υπολογίστηκε ότι υπήρξε αύξηση κατά 25% στις προτιμήσεις των φοιτητών να σπουδάσουν στην πόλη (Colin 1995, O' Connor and Wynne 1996, 1998).

Χαρακτηριστικό επίσης της τάσης αυτής ήταν η επαναχρησιμοποίηση παλαιών εγκαταλειμμένων κτιρίων, η οποία σε ορισμένες περιπτώσεις οδήγησε σε ευρύτερες αναπλάσεις περιοχών. Πολλές περιοχές όπως το Castlefield, το Withworth Corridor, το Hulme και το επονομαζόμενο «Gay Village»¹² άρχισαν να αλλάζουν πρόσωπο και, κατά κάποιους, να γίνονται πιο «ευρωπαϊκές» (MIPC 1997, O'Connor 1999). Όπως ισχυρίζονται οι O'Connor και Wynne στο άρθρο με τίτλο "Left Loafing: προέκυψαν προγράμματα ανάπλασης τα οποία διακρίνονταν από ανομοιογένεια και έλλειψη οργανωτικού σχήματος και χαρακτηρίζουν το Castlefield ως «βιομηχανικό θεματικό πάρκο» και το Withworth Corridor ως «κερδοσκοπικό μεσιτικό γραφείο» (O'Connor and Wynne 1996).

Στη δεκαετία του 1990 η πόλη προσπαθεί να αλλάξει πρόσωπο. Θέτοντας ανεπιτυχώς υποψηφιότητα για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1996, ξεκινά μια συζήτηση για το μέλλον της πόλης, ενώ δημιουργούνται τα πρώτα έργα υποδομής (αεροδρόμιο, μετρό). Η βόμβα του IPA που ισοπέδωσε το εμπορικό κέντρο του Μάντσεστερ τον Ιούνιο του 1996 ήταν η αφορμή για τον επανασχεδιασμό του κέντρου της πόλης (O'Connor & Wynne 1998). Κατά τη τρέχουσα δεκαετία η πόλη διοργανώνει με επιτυχία τους Αγώνες της Κοινοπολιτείας το 2002 και προσπαθεί για την περαιτέρω βελτίωσή της. Ο δήμος έχει ιδρύσει δημοτικές επιχειρήσεις για το μάρκετινγκ της πόλης (Marketing Manchester), για τη διοίκηση του κέντρου της πόλης (Manchester City Center Management Company) και συνεργάζεται με ιδιωτικές εταιρίες real estate στα πλαίσια συμπράξεων. Παράλληλα υλοποιούνται πολλά μεγάλα έργα υποδομής (π.χ. ανακατασκευή του σιδηροδρομικού σταθμού, κυκλοφοριακές βελτιώσεις, αναπλάσεις πλατειών). Τέλος, η δημιουργία του Μουσείου Αστικού Πολιτισμού Urbis¹³, το οποίο ξεκίνησε να λειτουργεί το 2002, δείχνει την τάση της πόλης να δώσει έμφαση στην προβολή των πολιτιστικών στοιχείων της, μέσα από τη μνημειακή αρχιτεκτονική και τη σύγχρονη καινοτομική μουσειακή αντίληψη (Hetherington 2003).

iii. Η πολιτιστική περιοχή του Northern Quarter

a. Περιγραφή Περιοχής

Η ανάπτυξη της μουσικής σκηνής επηρέασε ολόκληρη την πόλη, είχε όμως ιδιαίτερη επίδραση στην περιοχή του Northern Quarter (NQ), η οποία σύντομα παρουσίασε χαρακτηριστικά πολιτιστικής περιοχής. Όπως ήδη αναφέρθηκε το NQ δεν είναι η μόνη περιοχή της πόλης που έγινε αντικείμενο ανάπλασης με βάση τις πολιτιστικές χρήσεις. Οι περιοχές του Castlefield και του Knott Mill αποτελούν

¹² Για το Gay Village γίνεται αναφορά στο προηγούμενο κεφάλαιο.

¹³ www.urbis.co.uk

χαρακτηριστικά παραδείγματα περιοχών αυτού του είδους, όπου η έμφαση δόθηκε κυρίως στην κατοικία και όχι στον πολιτισμό (Taylor κ.ά. 1995, MIPC 1997).

Η περιοχή του ΝQ βρίσκεται στο βόρειο μέρος του κέντρου του Μάντσεστερ και αποτελούσε το πιο δημοφιλές εμπορικό κέντρο της πόλης στα μέσα του 19^{ου} αιώνα, κατά τη Βικτωριανή περίοδο. Χαρακτηρίστηκε από την ιταλική κοινότητα μεταναστών που ζούσε εκεί, γεγονός που είναι εμφανές και σε ορισμένα κτίρια (σήμερα πλέον ελάχιστοι Ιταλοί παραμένουν στην περιοχή). Στη δεκαετία του 1960 πολλές επιχειρήσεις έκλεισαν ενώ άρχισε να αλλάζει και η εικόνα της περιοχής με την κατασκευή νέων κτιρίων, ενώ το 1970 χτίστηκε εκεί το μεγαλύτερο ευρωπαϊκό – για εκείνη την εποχή- κλειστό εμπορικό κέντρο αλλάζοντας εντελώς την περιοχή. Με την έκρηξη των τιμών ακίνητης περιουσίας στο εμπορικό κέντρο του Μάντσεστερ τη διετία 1987-88¹⁴, η περιοχή αποτέλεσε λύση για πολλές μικρές πολιτιστικές επιχειρήσεις, λόγω των μεγάλων άδειων χώρων, των φθηνών ενοικίων και των ελαστικών συμβολαίων. Η λύση αυτή υποστηρίχθηκε ιδιαίτερα μέσα από το Σχήμα Υποστήριξης Επιχειρηματικότητας¹⁵. Ήδη στη δεκαετία του '70 το ΝQ είχε αρκετές λειτουργίες ψυχαγωγίας, η μεγάλη άνθηση του τομέα πραγματοποιήθηκε ταυτόχρονα με την ανάπτυξη της χορευτικής σκηνής της πόλης, όταν η περιοχή έγινε το επίκεντρο του φαινομένου του Madchester. Η περιοχή απέκτησε χώρους συναυλιών, μπαρ με ζωντανή μουσική, καταστήματα μόδας και χώρους γραφείων που χρησιμοποιήθηκαν κυρίως από τις πολιτιστικές επιχειρήσεις (Urbanistics 1994, Manchester Institute of Popular Culture 1997, Ainscough et al 2002).

β. Χώροι

Οι κυριότεροι χώροι της περιοχής που ξεχωρίζουν λόγω της ιδιαιτερότητας και της σημασίας τους είναι οι εξής:

- *Oldham Street:*

Πρόκειται για τον κύριο εμπορικό δρόμο της περιοχής, ο οποίος φιλοξενούσε τις πιο σημαντικές επιχειρήσεις κατά την διάρκεια της ακμής της περιοχής, ενώ σήμερα φιλοξενεί το Affleck's Palace, εταιρίες δίσκων, στούντιο ηχογραφήσεων και μερικά από τα πιο αναγνωρίσιμα καφέ και κλαμπ της περιοχής.

- *The Craft Center:*

¹⁴ Ιδιαίτερα σημαντική ήταν η λειτουργία του Affleck's Palace, το οποίο εγκαταστάθηκε σε ένα πολυόροφο κτίριο όπου μικροί χώροι ενοικιάζονται για μικρά διαστήματα και για χαμηλά ενοίκια.

¹⁵ Αντίστοιχος θεσμός με τα προγράμματα Επιδότησης Νέων Επιχειρηματιών των προγραμμάτων Ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας.

Το «Κέντρο Χειροτεχνίας» στεγάζεται στη βικτωριανής αρχιτεκτονικής πρώην ιχθυαγορά του Μάντσεστερ και αποτελεί κέντρο για διάφορα δημιουργικά επαγγέλματα (κεραμιστές, υαλουργούς, κοσμηματοποιούς, σχεδιαστές ρούχων). Εδώ έναντι σχετικά μικρού ενοικίου μπορούν να δουλέψουν και να πουλήσουν τα είδη τους. Παράλληλα φιλοξενεί και εκπαιδευτικές δραστηριότητες, εκθέσεις, εκδηλώσεις, καθώς και ένα μικρό καφέ-εστιατόριο. Ξεκίνησε τη λειτουργία του με πρωτοβουλία του Δήμου, αλλά γρήγορα απέκτησε διοικητική αυτονομία, χωρίς ωστόσο να λείπουν τα οικονομικά προβλήματα και κάποιες περιστασιακές συγκρούσεις μεταξύ των χρηστών του.

- Affleck's Palace:

Το κτίριο αυτό, όπως εξηγείται παραπάνω, λόγω των χαμηλών ενοικίων και των βραχυχρόνιων συμβολαίων, γέμισε με μικρές επιχειρήσεις πώλησης ρούχων, μουσικής, κοσμημάτων, κομμωτηρίων, κ.ά. αποκτώντας σύντομα μια εναλλακτική εικόνα. Έγινε ιδιαίτερα δημοφιλές την εποχή της ανάπτυξης του φαινομένου του Madchester, όπου αποτέλεσε τον τόπο συνάντησης των υποστηρικτών της rave μουσικής.

- New Smithfield – Dorsey Street 1:

Πρόκειται για μια από τις πιο πρόσφατες εξελίξεις, στον μοναδικό χώρο που κατείχε ο δήμος στην περιοχή δίπλα στο Crafts Center. Τα παλιά βοηθητικά κτίρια και οι αποθήκες του κτιρίου μεταβλήθηκαν σε ένα συγκρότημα πολυτελών κατοικιών και κοινόχρηστων χώρων το 2000, σηματοδοτώντας μια νέα προοπτική για την περαιτέρω οικιστική ανάπτυξη της περιοχής. Η αρχιτεκτονική αντίληψη που χαρακτηρίζει το κτίριο είναι καινοτομική και προσδίδει έναν ιδιαίτερο χαρακτήρα στην περιοχή. Ενδιαφέρον έχουν επίσης οι χώροι κατοικιών στο No 1 της Dorsey Street, που έχουν σχεδιαστεί με βάση το βιομηχανικό στυλ.

- Μουσικές σκηνές και μπαρ:

Στην περιοχή λειτουργεί ένας μεγάλος αριθμός μουσικών σκηνών, μπαρ, εστιατόρων, κ.λπ. δημιουργώντας ένα ελκυστικό κλίμα στους επισκέπτες. Χαρακτηριστικά είναι το Band on the Wall, μια μουσική σκηνή με ιδιαίτερη συνεισφορά στην μουσική σκηνή της πόλης η οποία είναι και η μοναδική που επιδοτείται από το Δήμο αποκλειστικά για jazz συναυλίες, το Copacabana, το Roadhouse, το Dry bar, το Cord, το Ducie House, κ.ά. Ειδικά το Dry Bar θεωρείται ξεχωριστή περίπτωση: σχεδιασμένο από τον Ben Kelly της Factory Records ταυτίζεται με το φαινόμενο του Madchester και αποτελεί πλέον ένα από τα λίγα κατάλοιπα εκείνης της εποχής.

γ. Φορείς

1. Δήμος Μάντσεστερ

Ο Δήμος του Μάντσεστερ κατέχει σήμερα αρκετά σημαντικό ρόλο στην πολιτιστική περιοχή. Ωστόσο η συγκέντρωση πολιτιστικών δραστηριοτήτων δεν προέκυψε ως αποτέλεσμα μιας συγκεκριμένης στρατηγικής του Δήμου. Ο Δήμος στη δεκαετία του 1980 και τις αρχές του 1990 ασχολούνταν κυρίως με την ανανέωση της κτιριακής υποδομής της πόλης, την οικονομική ανάπτυξη και την περιβαλλοντική πολιτική σύμφωνα με τις κατευθύνσεις της τότε συντηρητικής κυβέρνησης. Το ΝQ σαν ονομασία δόθηκε από τις δημοτικές αρχές για να περιγράψει τη συγκεκριμένη περιοχή, η οποία είχε μείνει έξω από τους σχεδιασμούς της και αποτελούσε ουσιαστικά μεταβατικό χώρο μεταξύ του κέντρου και των εργατικών περιοχών.

Ο δήμος άργησε πολύ να κατανοήσει την ιδιαίτερη σημασία της πολιτιστικής βιομηχανίας της πόλης και ιδιαίτερα της μουσικής βιομηχανίας που είχε παγκόσμια απήχηση, ενώ όταν το κατάλαβε προσπάθησε κυρίως να χρησιμοποιήσει την απήχηση που έχει στην εικόνα της πόλης. Χαρακτηριστικό είναι ότι ο Δήμος άρχισε να διοργανώνει εκδηλώσεις στο δημοφιλές νυχτερινό κέντρο Hacienda, κάτι που θα ήταν αδιανόητο μερικά χρόνια πριν. Το αυξημένο ενδιαφέρον για το Μάντσεστερ ως προορισμού νεανικού και πολιτιστικού τουρισμού λόγω της εμφάνισης του φαινομένου του Madchester οδήγησε το Γραφείο Τουρισμού της πόλης να προβάλει το Hacienda ως τουριστικό αξιοθέατο της πόλης. Στην υποψηφιότητα για την οργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 1996 χρησιμοποιήθηκαν φωτογραφίες της μουσικής σκηνής του Μάντσεστερ (π.χ., φωτογραφία συναυλίας των Stone Roses). Πολύ χαρακτηριστική ήταν η δήλωση του προέδρου του Δημοτικού Συμβουλίου της πόλης όταν η αστυνομία είχε επιβάλλει προσωρινή διακοπή της λειτουργίας του κέντρου το 1991 λόγω ναρκωτικών ότι «η Hacienda αντιπροσωπεύει για το Μάντσεστερ ό,τι αντιπροσωπεύει ο Δαβίδ του Μιχαήλ Αγγέλου για την Φλωρεντία» (O'Connor and Wynne 1996). Το νυχτερινό κέντρο απειλήθηκε τότε με οριστικό κλείσιμο και οι δημοτικές αρχές προσπάθησαν γενικά να χαλαρώσουν το καθεστώς αδειοδότησης και κανονισμών λειτουργίας, μια πολιτική που εφαρμόστηκε ιδιαίτερα κατά την διοργάνωση του Ευρωπαϊκού Πρωταθλήματος ποδοσφαίρου το 1996. Τα μέτρα αυτά είχαν πειραματικό χαρακτήρα και τα αποτελέσματά τους δεν χαρακτηρίστηκαν ιδιαίτερα επιτυχή, αφού δεν συνδυάστηκαν με μέτρα υποστήριξης και προώθησης της μουσικής βιομηχανίας του Μάντσεστερ (Raffo κ.ά. 2000).

Γενικά, ο δήμος επέλεξε αρχικά μια πολιτική μη παρέμβασης για τη μουσική βιομηχανία και τις πολιτιστικές βιομηχανίες, όπως έκανε αντίστοιχα και για άλλους επιχειρηματικούς τομείς. Για ορισμένα στελέχη της μουσικής βιομηχανίας η επιλογή αυτή θεωρήθηκε καθοριστικός παράγοντας για την επιτυχή ανάπτυξη και την ζωντάνια της μουσικής βιομηχανίας της πόλης, σε αντίθεση με την «εκ των άνω» στρατηγική του δήμου του Σέφιλντ στο CIQ, την οποία δεν θεώρησαν επιτυχημένη. Φυσικό είναι, ωστόσο, τα στελέχη αυτά να μην έχουν πάντα καλή πληροφόρηση σχετικά με το ποιες είναι ή θα μπορούσαν να είναι οι υποστηρικτικές ενέργειες και συχνά φαντάζονται ότι αυτές μπορούν να έχουν μόνο τη μορφή επιδότησης ή δημιουργίας υποδομών. Πολλοί δεν αντιλήφθηκαν ότι σε πολλά πολιτιστικά γεγονότα ο δήμος ήταν σημαντικός χορηγός. Γενικά, σε πολλές περιπτώσεις δεν έγινε αντιληπτό ότι χρηματοδοτήσεις από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά Ταμεία, τα προγράμματα ενίσχυσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και άλλων περιπτώσεων που διαχειρίστηκε ο δήμος υποστήριξαν με ουσιαστικό τρόπο τις μουσικές εταιρίες και τη διοργάνωση μουσικών γεγονότων. Η εχθρότητα που εκφράστηκε πολλές φορές εναντίον της δημοτικής παρέμβασης, δείχνει μια πάγια αντίληψη που εναντιώνεται σε οποιαδήποτε παρέμβαση στην καλλιτεχνική δημιουργία που μπορεί να ακυρώσει τον επαναστατικό χαρακτήρα της, η οποία σε συνδυασμό με την ανύπαρκτη συλλογική εκπροσώπηση των μουσικών εταιριών (συγκριτικά με άλλους τομείς της οικονομίας) δημιούργησε προβλήματα σε κάθε προσπάθεια του Δήμου (Brown et al. 2000).

Προς την κατεύθυνση αυτή ο Δήμος του Μάντσεστερ, με πρωτοβουλία του, δημιούργησε πρόσφατα την *Υπηρεσία Ανάπτυξης Πολιτιστικών Βιομηχανιών* (Cultural Industries Development Service - CIDS) καθώς και την επιχείρηση για τη διοίκηση του κέντρου της πόλης (Manchester City Center Management Company).

2. Ο Τοπικός Σύλλογος της Περιοχής

Η κατεύθυνση προς μια πολιτιστική αξιοποίηση της περιοχής δόθηκε μέσα από τη λειτουργία ενός συλλόγου που ίδρυσαν κάτοικοι, επιχειρηματίες και εργαζόμενοι της περιοχής το 1993. Ο σύλλογος μετονομάστηκε λίγο αργότερα σε Εταιρία του ΝQ (Northern Quarter Association – NQA) και προσπάθησε να προωθήσει ένα πρόγραμμα ανάπτυξης για την πολιτιστική περιοχή, δίχως οικονομικά μέσα και δημοτική υποστήριξη. Κυριότερη πρόκληση του συλλόγου ήταν να γεφυρώσει τα διαφορετικά και, σε ορισμένες περιπτώσεις, αντικρουόμενα συμφέροντα. Η λειτουργία και επίδραση του συγκεκριμένου συλλόγου είναι ένα από τα πιο ενδιαφέροντα σημεία της συγκεκριμένης μελέτης περίπτωσης, αφού πέρα από την ευθύνη εκπροσώπησης, λειτούργησε και την ιστοσελίδα της περιοχής, εξέδωσε ενημερωτικό δελτίο, οργάνωσε το φεστιβάλ δρόμου, κ.ά. Πολύ

σημαντικό είναι επίσης το γεγονός ότι ο σύλλογος άσκησε πίεση στο δήμο όταν κατάρτιζε τη Μελέτη Ανάπλασης της περιοχής προκειμένου να διατηρηθούν και να υποστηριχθούν οι πολιτιστικές χρήσεις (O'Connor κ.ά. 1993, O'Connor 2001).

Σημαντικό είναι επίσης να αναφερθεί ότι τη δεκαετία του 1990 λειτουργούσε ραδιοσταθμός και ειδική ιστοσελίδα με ευθύνη του συλλόγου. Πολύ σημαντική υπήρξε η διανομή ενημερωτικού δελτίου στην περιοχή, το οποίο ουσιαστικά αποτελούσε φόρουμ αλλά και μέσο ενημέρωσης για τις περιπτώσεις των χρηστών που δεν είχαν άμεση αντίληψη των εξελίξεων¹⁶. Μεγάλη είναι η σημασία που αποδόθηκε στο φεστιβάλ δρόμου, το Northern Quarter Festival το οποίο οργανωνόταν ετησίως τη δεκαετία του 1990 και βοήθησε σημαντικά στην προσέλκυση επισκεπτών που υπό άλλες συνθήκες δεν θα επισκέπτονταν την περιοχή (O'Connor 2001).

Ο σύλλογος, παρά την γενική παραδοχή της προσφοράς και αποτελεσματικότητάς του, τελικά έπαψε να λειτουργεί το 2001 (το 2003 ορισμένα μέλη δημιούργησαν την εταιρία Northern Quarter Arts η οποία όμως δεν λειτουργεί σαν σύλλογος). Σύμφωνα με ορισμένες απόψεις (με βάση και την πρόσφατη συνέντευξη με τον Justin O'Connor) την ευθύνη για την διακοπή της λειτουργίας του συλλόγου είχε ο δήμος του Μάντσεστερ, ο οποίος δημιούργησε μια ειδική οργανική θέση μάνατζερ για την περιοχή. Ο δήμος δεν είχε επέμβει έως τότε στη λειτουργία της περιοχής. Οι κύριοι λόγοι δεν ήταν μόνο πολιτικοί, αλλά σχετιζόνταν με το γεγονός ότι ο δήμος δεν είχε ιδιοκτησία στην περιοχή (εκτός από το Smithfield, όπως αναφέρεται παραπάνω). Σύμφωνα με πρώην μέλη του συλλόγου ο δήμος βρήκε έναν «κομψό» τρόπο να παρακάμψει τον σύλλογο και να μπορεί να συνομιλεί απευθείας με επενδυτές και εταιρίες ακινήτων, ενώ ορισμένοι υποστήριξαν ότι με ενέργειες του δήμου θα μπορούσε να συνεχιστεί η χρηματοδότησή του από εθνικά κεφάλαια (MIPC 1997, O'Connor 2001). Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο Justin O'Connor, «έβγαλαν από τη μέση έναν ενοχλητικό μεσάζοντα».

3. Ομάδες συμφερόντων

Για να κατανοηθεί καλύτερα ο ρόλος του συλλόγου και τα προβλήματα που οδήγησαν στην παύση της λειτουργίας του πρέπει να περιγραφεί ο ξεχωριστός χαρακτήρας κάθε ομάδας χρηστών της περιοχής. Οι χρήστες της περιοχής και η σχέση τους με τον ιδιαίτερο χαρακτήρα της περιοχής περιγράφονται από τον Justin O'Connor ως εξής (O'Connor 2001):

- Καταστήματα Χοντρικής Πώλησης

¹⁶ Η διανομή του σταμάτησε το 1999.

Πρόκειται για επαγγελματίες που είναι εγκατεστημένοι στην ανατολική πλευρά του ΝQ και ουσιαστικά ελάχιστα σχετίζονται με την πολιτιστική ταυτότητα της περιοχής και συνήθως δεν αναγνωρίζουν την πολιτιστική δυναμική της περιοχής. Η «εταιρική ταυτότητα» της περιοχής δεν δημιουργεί προστιθέμενη αξία για τις επιχειρήσεις τους, ενώ τα κύρια συλλογικά αιτήματά τους σχετίζονται με τις ρυθμίσεις κυκλοφορίας, τις θέσεις στάθμευσης, κ.λπ. Η εκπροσώπησή τους στο σύλλογο ήταν μάλλον περιστασιακή και αδιάφορη, αν και ο σύλλογος προσπάθησε να τους εμπλέξει στα διαφορετικά στάδια αποφάσεων.

- Παλαιότερα καταστήματα

Πρόκειται κυρίως για οικογενειακές επιχειρήσεις που έχουν συνδεθεί ιστορικά με την περιοχή. Τείνουν να θεωρούν την περιοχή εγκληματική, εγκαταλειμμένη και σε παρακμή, ασκούν συνεχή κριτική στην πολιτική του δήμου και βλέπουν με σκεπτικισμό τις οικιστικές και πολιτιστικές εξελίξεις της περιοχής. Η ενημέρωσή τους για τις εξελίξεις στην περιοχή και την μετατροπή της σε πολιτιστική περιοχή και η συμμετοχή τους στον σύλλογο ήταν περιορισμένη, αν και πάντα υπήρχε αντιπροσώπευση. Η ομάδα αυτή έχει την τάση να βλέπει ως ιδανικό μέλλον για την περιοχή την επιστροφή της «στο κανονικό», δηλαδή την επιστροφή του μέσου καταναλωτή στη περιοχή και θεωρεί ότι ο μόνος τρόπος για να πραγματοποιηθεί αυτό είναι να γίνουν έργα από το Δήμο. Γενικά, η πολιτιστική και οικιστική εξέλιξη της περιοχής δεν τους ενδιαφέρει παρά μόνο στο πλαίσιο της προσέλκυσης αγοραστικού κοινού στην περιοχή.

- Παλιοί Κάτοικοι

Αντιλαμβάνονται την περιοχή ως μια ήσυχη, αραιοκατοικημένη γειτονιά και τους ανησυχεί η εγκληματικότητα καθώς και η εγκατάσταση κοινωνικών υπηρεσιών για ναρκομανείς, άστεγους, κ.λπ. Δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τα θέματα ασφάλειας της περιοχής και τους ικανοποιούν τα έργα πεζοδρομήσεων, φωτισμού, αναπαλαιώσεων και διαμόρφωσης των δημόσιων χώρων. Πρόκειται για μια από τις πιο δυναμικές ομάδες του ΝQΑ, αφού μέσα από το σύλλογο κατοίκων ασκούν συνεχείς πιέσεις για διάφορα θέματα, ενώ επειδή ζουν καθημερινά την περιοχή έχουν διαφορετική, άμεση αντίληψη των προβλημάτων.

Τα κύρια προβλήματα που αναφέρουν είναι η έλλειψη κοινωνικών υποδομών (σχολεία, γιατροί, καταστήματα ειδών πρώτης ανάγκης) και η όχληση λόγω της 24ωρης λειτουργίας της περιοχής, προβλήματα που απασχολούν και τους νέους κάτοικους των λοφτ της περιοχής. Η αντίδραση τους ήταν έντονη όταν αποφασίστηκε να εγκατασταθούν σταδιακά πάνω από 40 κοινωνικές υπηρεσίες για ναρκομανείς, άστεγους, αλκοολικούς, έφηβους, κ.λπ. στην περιοχή, χωρίς βέβαια

να υπολείπονται σε αντιδράσεις και άλλες ομάδες της περιοχής. Η αντιμετώπιση του θέματος αυτού ήταν ιδιαίτερα δύσκολη για τον Σύλλογο, αφού ούτε μπόρεσε να ασκήσει πιέσεις ούτε και είχε διαμορφωθεί ενιαία άποψη για το θέμα. Από τη μια πλευρά, υπήρχε η άποψη ότι η κοινωνική υπευθυνότητα και ο ανοιχτός χαρακτήρας της περιοχής είναι λόγοι που επιβάλλουν τη θερμή υποδοχή των κοινωνικών υπηρεσιών. Η άλλη άποψη είναι ότι η περιοχή μετατράπηκε σε τόπο υποδοχής όλων των υπηρεσιών που απορρίπτονται από άλλες περιοχές, ιδιαίτερα δε από αυτές που έχουν αναπλαστεί πρόσφατα.

- Κοινωνικές υπηρεσίες και υπηρεσίες πρόνοιας

Οι κοινωνικές υπηρεσίες που περιγράφονται παραπάνω σύντομα δημιούργησαν μια δυνατή ομάδα με ισχυρή αντιπροσώπευση στο Σύλλογο. Υπάρχουν διαφοροποιήσεις μέσα στην ομάδα αυτή, για παράδειγμα οι Οργανισμοί Κατοικίας της Πρόνοιας έχουν άλλες προτεραιότητες και ιδέες από τις Ομάδες Θεραπείας κατά της Εξάρτησης από τα ναρκωτικά ή το Κέντρο Ενημέρωσης για το Αλκοόλ. Γενικά, όμως οι υπηρεσίες αυτές σύντομα ταυτίστηκαν έντονα με την περιοχή ενώ χρησιμοποίησαν και τις συμβουλευτικές υπηρεσίες του Συλλόγου. Το πρόβλημα που προκύπτει για την περιοχή δεν έχει κλείσει και χρειάζεται μια ανοιχτή συζήτηση.

- Πολιτιστικές Επιχειρήσεις

Πρόκειται για το δεύτερο σε πληθυσμό τομέα επιχειρήσεων στην περιοχή μετά τα καταστήματα λιανικής πώλησης και χαρακτηρίζεται από έντονη ανομοιογένεια. Ορισμένες πολιτιστικές επιχειρήσεις λειτουργούν σε χώρους όπου δεν είναι απαραίτητη η απευθείας πρόσβαση του κοινού (σχεδιαστές, εταιρίες ηχογραφήσεων, διαφημιστικές εταιρίες, εταιρίες διοργάνωσης εκδηλώσεων, εικαστικοί καλλιτέχνες, κ.λπ.), ενώ άλλες απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό που τις αναζητά (ειδικά καταστήματα μουσικής, εναλλακτική μόδα, κόμικς, κ.λπ.). Πολλές από τις επιχειρήσεις θα επιθυμούσαν να προσελκύσουν μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς, και όχι μόνο της εναλλακτικής αγοράς. Άλλες επιχειρήσεις εκφράζουν ανησυχίες για το θέμα της ασφάλειας, χωρίς όμως να επιθυμούν την έντονη παρουσία αστυνομίας. Όπως συμβαίνει και σε άλλες παρόμοιες περιοχές, πρέπει να βρεθεί μια ισορροπία μεταξύ ενός ιδιαίτερου εναλλακτικού προσώπου χωρίς όμως να γίνεται «περιθώριο». Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις συνδέονται περισσότερο από κάθε άλλη ομάδα με την εικόνα, την εταιρική ταυτότητα και την κοινωνικότητα της περιοχής. Βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στη δικτύωση και επωφελούνται άμεσα από την ανάπτυξη της περιοχής. Η συμμετοχή και αντιπροσώπευση τους στο Σύλλογο είναι σημαντική αν και δεν λείπουν οι συγκρούσεις σχετικά με το επιδιωκόμενο

προφίλ της περιοχής. Γενικά το πρόβλημα της ποιοτικής ανάπλασης σχετίζεται με την πίεση που ασκούν συγκεκριμένες ομάδες σε άλλες θεωρώντας ότι δεν ταιριάζουν στο προφίλ της περιοχής. Δεν πρόκειται απλά για θέμα οικονομικό που σχετίζεται με τις τιμές των ενοικίων αλλά για την δύναμη επιβολής ενός συγκεκριμένου σχεδίου σε άλλους (Ainscough κ.ά., 2001).

- Νέοι Κάτοικοι

Μια από τις κύριες εξελίξεις στο ΝQ αλλά και γενικότερα στο κέντρο της πόλης του Μάντσεστερ είναι η αύξηση των χώρων κατοικίας. Η αναπαλαίωση του Smithfield ενός ιστορικού κτιρίου του 19^{ου} αιώνα του ΝQ, και η μετατροπή του σε πολυτελή κατοικία επηρέασε σημαντικά την εικόνα της περιοχής. Οι νέοι κάτοικοι δεν συνιστούν μια ομοιογενή ομάδα, αλλά γενικά οι ενδείξεις καταδεικνύουν ότι θεωρούν ιδανική τη ζωή στο κέντρο της πόλης και τις ευκαιρίες αναψυχής και πολιτιστικής δραστηριότητας που τους δίνει. Αν και οι απόψεις τους διαφέρουν, οι νέοι κάτοικοι αναγνωρίζουν τη συμβολική αξία της περιοχής. Ορισμένοι πιστεύουν ότι πρέπει να διατηρηθεί ο εναλλακτικός χαρακτήρας, ενώ άλλοι θεωρούν ότι η εικόνα αυτή δεν τους εκφράζει. Υπάρχουν ενδείξεις ότι η ανοχή στα κοινωνικά προβλήματα της περιοχής μέσα στην ομάδα αυτή είναι σχετικά μεγάλη, χωρίς να έχουν προσδιοριστεί όρια τα οποία εάν ξεπεραστούν θα δημιουργήσουν αντιδράσεις.

δ. Η σημερινή κατάσταση, εξελίξεις και προοπτικές για το ΝQ

Σύμφωνα με την πιο πρόσφατη μελέτη που πραγματοποιήθηκε με πρωτοβουλία του Δήμου του Μάντσεστερ, η περιοχή του ΝQ σήμερα φιλοξενεί περίπου 610 επιχειρήσεις, οι οποίες απασχολούν γύρω στους 4.400 εργαζόμενους. Οι επιχειρήσεις αυτές αφορούν στην πλειοψηφία τους τρεις τομείς. Ο πρώτος τομέας αφορά τις πολιτιστικές βιομηχανίες, με 105 επιχειρήσεις και 700 περίπου εργαζόμενους και περιλαμβάνει εμπορικές (διαφημιστές, designer, αρχιτεκτονικά γραφεία, κ.λπ.) ημιεμπορικές (καλλιτέχνες, μουσικοί, κ.λπ.) και επιχορηγούμενες πολιτιστικές επιχειρήσεις (π.χ., το Κινέζικο Κέντρο Τέχνης). Ο δεύτερος τομέας αφορά 110 περίπου εμπορικές επιχειρήσεις και επιχειρήσεις αναψυχής που βρίσκονται στους πιο εμπορικούς και πολυσύχναστους δρόμους. Ο τρίτος τομέας που αποτελείται από 180 περίπου επιχειρήσεις και απασχολεί 1040 εργαζόμενους είναι αυτός της κλωστοϋφαντουργίας και του έτοιμου ενδύματος. Μεγάλος αριθμός των επιχειρήσεων αυτών ανήκουν πλέον σε Ασιάτες ιδιοκτήτες (Manchester City Council, 2003).

Γενικά, ένα από τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν την περιοχή του ΝQ είναι ο σχετικά μεγάλος αριθμός μελετών που έχει πραγματοποιηθεί από το 1994 μέχρι σήμερα, ο οποίος επιτρέπει την ιστορική επισκόπηση. Πολλές από τις μελέτες ξεκίνησαν με πρωτοβουλία ή συνεργασία του Ινστιτούτου Λαϊκού Πολιτισμού του Μάντσεστερ (Manchester Institute for Popular Culture – M.I.P.C.), το οποίο υπάγεται στο Metropolitan University of Manchester¹⁷. Όσον αφορά την περιοχή του ΝQ ο ρόλος του Ινστιτούτου υπήρξε πρωταγωνιστικός στις εξελίξεις αφού πέρα από το μελετητικό και ακαδημαϊκό του ρόλο, παρείχε υποστήριξη σε θέματα διοίκησης, λειτουργούσε τη σχετική ιστοσελίδα (έχει πλέον σταματήσει η λειτουργία της) και ήταν τελικός δικαιούχος σε ορισμένα από τα χρηματοδοτικά προγράμματα που αφορούσαν την περιοχή (ADAPT I).

Η μελέτη του γραφείου “Urbanistics” με τίτλο “*The Northern Quarter Regeneration Study*” του 1994 (στην τελική του μορφή δημοσιεύτηκε το 1995) ήταν ουσιαστικά αυτή που έθεσε για πρώτη φορά τις βάσεις λειτουργίας της περιοχής. Στη Μελέτη αυτή η περιοχή χαρακτηρίστηκε για πρώτη φορά «πολιτιστική περιοχή», μια περιοχή που λειτουργεί ως πόλος έλξης πολιτιστικών δραστηριοτήτων και ως θερμοκοιτίδα νέων πολιτιστικών επιχειρήσεων¹⁸, όπου ο πολιτισμός λειτουργεί ως προστιθέμενη αξία στη διαδικασία ανάπτυξης. Αναφέρει επίσης χαρακτηριστικά ότι είναι αναγκαίο να διαφυλαχθεί η «ψυχή του Northern Quarter».

Στο “Culture and the Northern Quarter – City Center Research” των O’Connor J., Milestone K., Lovatt A., γίνεται αναλυτική παρουσίαση του τρόπου ανάπτυξης και διοίκησης της περιοχής. Στο Northern Quarter Association, Business Plan (amended Draft) παρουσιάζεται περιληπτικά ο οικονομικός απολογισμός του Συλλόγου, ενώ ενδιαφέρον έχουν τα διάφορα ενημερωτικά φυλλάδια που εξέδιδε ο Σύλλογος.

Στις μεταπτυχιακές εργασίες *New Urban Cultural Strategies and Post-Industrial Space: Case Studies in Tilburg, Manchester, Helsinki and Athens* του Ν. Καραχάλη, και στο *Northern Quarter Project 2002, Report* των Ainscough N., Cochez G., Groth J., Mignot A., Van Leeuwenm Wilson D., Zegers K., παρατίθενται τα αποτελέσματα συνεντεύξεων και έρευνας πεδίου. Παρουσιάζεται έτσι και η γνώμη των διαφορετικών χρηστών, πολλές φορές με γλαφυρό τρόπο.

Το άρθρο του Justin O’Connor, *Consultation, Representation and Urban Regeneration in the Northern Quarter* αναλύει και αξιολογεί την κατάσταση που διαμορφώνεται μετά την διαφαινόμενη διάλυση του Συλλόγου και κάνει μία

¹⁷ Το Ινστιτούτο ιδρύθηκε το 1991 και έχει σαν αντικείμενο την έρευνα, τις εκδόσεις και τη διδασκαλία στους τομείς του αστικού πολιτισμού, των πολιτιστικών βιομηχανιών, της νυχτερινή οικονομίας, του λαϊκού πολιτισμού και της καθημερινής ζωής.

¹⁸ Δίχως να γίνεται διαχωρισμός μεταξύ επιδοτούμενων και μη επιδοτούμενων τομέων)

ουσιαστική αξιολόγηση και κριτική. Οι Raffo C., Lovatt A., Banks M. and O'Connor J. στο άρθρο τους "Teaching and Learning entrepreneurship for micro and small businesses in the cultural industries sector", το οποίο δημοσιεύτηκε στο περιοδικό *Education and Training*, εστιάζουν σε συγκεκριμένα διαρθρωτικά χαρακτηριστικά του κλάδου των μικρομεσαίων πολιτιστικών επιχειρήσεων στο Μάντσεστερ. Βασίζονται σε μεγάλο βαθμό σε συνεντεύξεις και επιτόπια έρευνα στην περιοχή.

Η πιο πρόσφατη μελέτη του δήμου πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με ιδιωτικές εταιρίες αστικής ανάπτυξης με τίτλο Manchester City Council, Northern Quarter Development Framework, Manchester 2003, και δείχνει τις νέες κατευθύνσεις της πολιτικής του δήμου για την περιοχή, οι οποίες και αναλύονται παρακάτω.

Τέλος, ενδιαφέρον υλικό και πληροφορίες μπορεί να αντλήσει κανείς από τις ιστοσελίδες των πολιτιστικών επιχειρήσεων του ΝQ, από την ιστοσελίδα του MIPC, αλλά και από διάφορες εκπομπές και ντοκιμαντέρ. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το μυθοπλαστικό ντοκιμαντέρ του Michael Winterbottom με τίτλο «*24 hour party people*» το οποίο γυρίστηκε το 2003 και δίνει μία πλήρη εικόνα για το φαινόμενο του Madchester και τη διαχρονική επιρροή του στη πόλη.

Μετά την διάλυση του Συλλόγου, ο Δήμος του Μάντσεστερ, ο οποίος φαίνεται πλέον να αναζητεί πρωταγωνιστικό ρόλο στις εξελίξεις, με την σχετική μελέτη καθορίζει μια νέα στρατηγική για την περιοχή μέχρι το 2008 και αλλάζει τις δεδομένες ισορροπίες της περιοχής. Παράλληλα ορίζει και ειδική διοικητική θέση για τη λειτουργία της περιοχής. Δίνοντας σημαντικό ρόλο στις εταιρίες real estate και στα έργα ανάπτυξης κτιρίων, μέσα από τις συνεργασίες δημόσιου και ιδιωτικού τομέα (Public Private Partnership - PPP) αλλάζει τους συσχετισμούς μεταξύ των ομάδων της περιοχής.

Το όραμα για το μέλλον της περιοχής, όπως περιγράφεται στη μελέτη, είναι το ΝQ το 2008 να είναι πλέον:

- ο Μια περιοχή η οποία θα έχει εδραιώσει και αναπτύξει την ιδιαίτερη ταυτότητα της, δημιουργώντας ένα ανακάτεμα των τωρινών χρηστών με καινούριους.
- ο Αναπόσπαστο μέρος του κέντρου της πόλης με αντίστοιχη επισκεψιμότητα.
- ο Αναγνωρίσιμο και προβαλλόμενο ως ιδιαίτερο στοιχείο του κέντρου της πόλης.

Προκειμένου να πετύχουν αυτό το σκοπό πρέπει καταρχήν να συνεχίσει να λειτουργεί μια μορφή συλλόγου ή εταιρίας η οποία να μπορεί να συντονίζει τις επιμέρους δραστηριότητες και τις ομάδες. Θα πρέπει να υπάρξει καλύτερη συνεννόηση όλων των πλευρών με τις κοινωνικές υπηρεσίες και τους αντίστοιχους κοινωνικούς λειτουργούς, ώστε να αποφεύγονται τα προβλήματα λόγω ορισμένων

περιπτώσεων χρηστών που προσφεύγουν σε αυτές. Επίσης πρέπει να αποτραπεί η περαιτέρω συγκέντρωση κοινωνικών υπηρεσιών στην περιοχή. Το θέμα της ασφάλειας θεωρείται ιδιαίτερα ευαίσθητο και πρέπει να αυξηθεί η παρουσία της αστυνομίας (δημοτικής και κρατικής).

Σημαντικό είναι επίσης να συνεχίσει ο διάλογος με τους εμπόρους μέσω της καλύτερης ενημέρωσης και λειτουργίας των επιμελητηρίων τους. Προτείνεται επίσης η λειτουργία ενός φόρουμ επενδύσεων στο ΝQ, το οποίο θα δίνει πληροφορίες σε εταιρίες και επενδυτές, και η συνέχιση των εθνικών και ευρωπαϊκών χρηματοδοτικών προγραμμάτων. Τέλος, πρέπει να δοθεί πλέον έμφαση στην προσπάθεια δημιουργίας χώρων γραφείων (Manchester City Council 2003). Το τελευταίο σημείο, όπως και γενικά το πνεύμα που διαπνέει το κείμενο, δείχνει την στροφή προς ένα διαφορετικό μοντέλο ανάπτυξης με έμφαση στη κατοικία και τους χώρους γραφείων¹⁹.

Η περίπτωση του ΝQ προσφέρεται για την εξαγωγή ορισμένων σημαντικών διαπιστώσεων και συμπερασμάτων. Πρώτον, διαγράφεται ο κύκλος ζωής μιας πολιτιστικής περιοχής με χαρακτηριστικές περιόδους ακμής και παρακμής. Δεύτερον φαίνεται ο καταλυτικός ρόλος της αγοράς ακίνητης περιουσίας στην εξέλιξη της περιοχής. Τρίτον, το ΝQ μπορεί να χαρακτηριστεί ως μία πετυχημένη πολιτιστική περιοχή, τουλάχιστον ως προς ορισμένες βασικές λειτουργίες της. Τέλος, είναι ιδιαίτερα δύσκολο να εντοπιστούν οι ευκαιρίες και οι δυνατότητες της περιοχής για το μέλλον με δεδομένες τις συνεχείς αλλαγές στη συσχέτιση των δυνάμεων που ασκούν πολιτική στη περιοχή.

Ειδική Βιβλιογραφία για το Μάντσεστερ

- Ainscough N., Cochez G., Groth J., Mignot A., Van Leeuwenm Wilson D., Zegers K., *Northern Quarter Project 2002*, Report by the post-graduate students of the Master of Arts in European Urban Cultures, Manchester 2002.
- Brown A., "Music Policy in Sheffield, Manchester and Liverpool", Αδημοσίευτο Κείμενο, Manchester 1998
- Brown A., O'Connor J., Cohen S., "Local music policies within a global music industry: cultural quarters in Manchester and Sheffield" in *Geoforum*, 31 p 437-451, London 2000.
- Colin M., *Altered State: The Story of Ecstasy Culture and Acid House*, Manchester 1995.

¹⁹ Σήμερα, στην περιοχή έχουν πράγματι αυξηθεί σημαντικά τα νέα κτίρια κατοικίας και οι χώροι γραφείων.

- Hall T., *Urban Geography*, 2^η εκδ., Routledge, Λονδίνο 2001 (πρώτη έκδοση 1995).
- Hetherington K., *Urban Regeneration, Museums and Symbolic Economies: Manchester's Urbis*, paper presented at the Workshop Urban Regeneration: Violence, Culture and Consumption in the City Workshop, Rio de Janeiro 29-30 September 2003.
- Lovatt A., O' Connor J., Cities and the night time economy in *Planning Practice and Research*, 10 Vol 2 p. 127-134 London 1995.
- Karachalis N., *New Urban Cultural Strategies and Post-Industrial Space: Case Studies in Tilburg, Manchester, Helsinki and Athens* Master Thesis, European Urban Culture Programme, Brussels 1998.
- Manchester City Council, *Northern Quarter Development Framework*, Manchester 2003.
- Manchester Institute of Popular Culture, *Culture and the Northern Quarter – City Center Research*, Manchester 1997.
- Milestone K., "Regional Variation: northerness and new urban economies of hedonism" in O'Connor J., Wynne D., *"From the margins to the Centre, Cultural Production and Consumption in the Post-Industrial City"*, Manchester 1996.
- Northern Quarter Association, *Business Plan* (amended Draft), Manchester 1997.
- O'Connor J., Milestone K., Lovatt A., "Culture and the Northern Quarter", Manchester 1993.
- O'Connor J., Wynne D., "Left loafing: city cultures and postmodern lifestyles" in O'Connor J., Wynne D., *"From the margins to the Centre, Cultural Production and Consumption in the Post-Industrial City"*, Manchester 1996.
- O'Connor J., Wynne D., "Consumption and the Postmodern City", in *Urban Studies*, Vol. 35: 841-854, May 1998.
- O'Connor J., "Cultural Intermediaries, cultural policy and urban regeneration" in Bovone L., *"Moda"*, Milan 1997.
- O'Connor J., "Popular Culture, Reflexivity and Urban Change" in Verwijnen J., Lehtuovori P. (eds) *"The Creative City: Cultural Industries, Urban Development and the Information Society"*, Helsinki 1999.
- O'Connor J., *Consultation, Representation and Urban Regeneration in the Northern Quarter*, Unpublished manuscript directly from author, Manchester. 2001.

- Raffo C., Lovatt A., Banks M. and O'Connor J., "Teaching and Learning entrepreneurship for micro and small businesses in the cultural industries sector", in *Education and Training*, Number 6 –pp. 356-365, London 2000.
- Taylor I., Evans K., Fraser P., *A tale of two cities: A study on Manchester and Sheffield*, London 1996.
- Urbanistics, *The Northern Quarter Regeneration Study*, Manchester 1994.

Προσωπικές Συνεντεύξεις

- 16-1-1998, Helen Rushworth (καλλιτέχνης, Craft Center).
- 19-1-1998, Rowlands Sarah (διευθύντρια του οργανισμού ανάπτυξης της περιοχής).
- 21-1-1998, Sarah Purvis (ερευνήτρια του Manchester Institute for Popular Culture, υπεύθυνη για τη διαδικτυακή υποστήριξη των πολιτιστικών επιχειρήσεων).
- 23-1-1998, 12-12 -2004, Justin O'Connor (καθηγητής MMU, διευθυντής του Manchester Institute for Popular Culture).
- 14-12-2004, Karen Crosland, Northern Quarter Coordinator, Manchester City Council.

Πηγές στο Διαδίκτυο

www.mipc.mmu.ac.uk Η ιστοσελίδα του Manchester Institute for Popular Culture

www.northernquarter.net Η ιστοσελίδα του NQ

www.manchester.gov.uk Η ιστοσελίδα του Δήμου

www.poptel.org.uk/nqn Η (παλαιότερη) ιστοσελίδα του NQA

www.bandonthewall.org Η ιστοσελίδα του χώρου συναυλιών Band on the wall

www.nqarts.co.uk Η ιστοσελίδα του Northern Quarter Arts

Ντοκιμαντέρ: Michael Winterbottom *24 hour party people*. 2003

B. Temple Bar – Δουβλίνο, Ιρλανδία

i. Ιρλανδία

Η επιρροή του βρετανικού πολιτικού συστήματος μετά την ίδρυση της Δημοκρατίας της Ιρλανδίας το 1922 ήταν καθοριστική σε πολλούς τομείς, μεταξύ των οποίων και ο πολιτιστικός²⁰. Η οικονομία της Ιρλανδίας βασίζεται στη γεωργία,

²⁰ Μέχρι το 1922 η Ιρλανδία αποτελούσε τμήμα του Ηνωμένου Βασιλείου.

η οποία αποτελεί σημαντικό παράγοντα και στο εξαγωγικό εμπόριο, το οποίο αποτελεί τον κινητήριο μοχλό της οικονομίας, ενώ σημαντική είναι και η λειτουργία των off shore εταιριών. Τα τελευταία χρόνια η χώρα έχει στραφεί στις νέες τεχνολογίες με ιδιαίτερη επιτυχία, η οποία αναφέρεται συχνά με τον όρο «Ιρλανδικό θαύμα». Πρόκειται για ένα από τα κράτη με το μικρότερο πληθυσμό στην Ευρωπαϊκή Ένωση (3,57 εκατ. κάτοικοι) με το μεγαλύτερο ποσοστό να απασχολείται πλέον στο τομέα των υπηρεσιών (Strachan and Leonard 1999).

Το Βρετανικό σύστημα επηρέασε και την πολιτιστική πολιτική της Ιρλανδίας, η οποία μέχρι τη δεκαετία του 1970 δεν είχε να επιδείξει σημαντικά στοιχεία. Από το 1975, το ιδρυθέν Arts Council αποτελεί τον κύριο φορέα πολιτιστικής πολιτικής, ενώ το 1987 η χρηματοδότηση του από τα εθνικά τυχερά παιχνίδια δίνει μια νέα ώθηση στο θεσμό. Μόλις το 1993 δημιουργείται κυβερνητικό Τμήμα για τις Τέχνες και τον Πολιτισμό με αρμοδιότητες στους τομείς της πολιτιστικής κληρονομιάς, την τέχνη και τον πολιτισμό, το κινηματογράφο και τα Μ.Μ.Ε., καθώς και τη διάσωση της ιρλανδικής διαλέκτου Gaeltacht. Το 2002 μετονομάζεται σε Τμήμα για τις Τέχνες, τον Αθλητισμό και τον Τουρισμό.

Γενικά στην Ιρλανδία η εξουσία δεν είναι αποκεντρωμένη και η συμμετοχή και οι αρμοδιότητες της τοπικής αυτοδιοίκησης στην πολιτιστική πολιτική στην Ιρλανδία είναι περιορισμένες σε σχέση με άλλα ευρωπαϊκά κράτη. Το Δουβλίνο είναι η μοναδική πόλη που ανέπτυξε ιδιαίτερη πολιτιστική υποδομή την πενταετία 1991-1996 λόγω ευρωπαϊκής χρηματοδότησης και παράλληλα δημιουργήθηκαν αρκετοί σημαντικοί πολιτιστικοί θεσμοί. Το Κορκ, η δεύτερη μεγαλύτερη ιρλανδική πόλη, ήταν η Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης για το 2005 αλλά το πρόγραμμα της δεν δημιούργησε ιδιαίτερες εντυπώσεις.

ii. Η πόλη του Δουβλίνου

Η πρωτεύουσα της Δημοκρατίας της Ιρλανδίας βρίσκεται στις εκβολές του ποταμού Liffey και αποτελεί το κύριο εμπορικό κέντρο και λιμάνι της χώρας. Οι πρώτες αναφορές στην πόλη αφορούν το 291 μ.Χ., ενώ το 450 μ.Χ. οι κάτοικοι εκχριστιανίζονται από τον Άγιο Πατρίκιο, τον προστάτη άγιο των Ιρλανδών. Κατά την εξέγερση εναντίον των Άγγλων, το Δουβλίνο πρωτοστατεί ενώ ανακηρύσσεται πρωτεύουσα το 1921 με την ίδρυση της Ιρλανδικής Δημοκρατίας. Ιδιαίτερη θέση στην ιστορία της πόλης κατέχει το πανεπιστήμιο της πόλης, το Trinity College (γνωστό και ως Πανεπιστήμιο του Δουβλίνου) το οποίο ιδρύθηκε αρχικά το 1320, ενώ λειτουργεί ανελλιπώς από το 1591. Σήμερα η πόλη έχει 921.000 κατοίκους και θεωρείται μια πολιτιστικά ζωντανή πόλη.

Το Δουβλίνο αποτέλεσε την Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 1991, γεγονός το οποίο από την άποψη της τοπικής πολιτιστικής πολιτικής αποτελεί σταθμό για τη πόλη και τη περιοχή του Temple Bar, όπως εξηγείται παρακάτω. Γενικά, η διοργάνωση του θεσμού της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας του Δουβλίνου θεωρήθηκε ως μία από τις σχετικά επιτυχημένες από αρκετούς συγγραφείς (Μπιανκίνι και Πάρκινσον 1992, Palmer & Rae 2004). Κατά την αξιολόγηση των πολιτιστικών πρωτευουσών που διεξήγαγε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή²¹ οι σημαντικότερες μακροπρόθεσμες επιπτώσεις για το Δουβλίνο θεωρήθηκαν οι εξής:

Α. Διατήρηση στοιχείων πολιτιστικής και καλλιτεχνικής ανάπτυξης: Ο θεσμός βοήθησε στην ανάπτυξη μιας σύγχρονης αστικής ταυτότητας, όταν έως τότε κυριαρχούσε η λογοτεχνική και μουσική παράδοση. Οι εμπλεκόμενοι απέκτησαν εμπειρία στην διοργάνωση μεγάλων δημόσιων γεγονότων, ενώ η μελέτη της ομάδας Dublin '91 με τίτλο Dublin Arts Report συνεχίζει ακόμη και σήμερα να αποτελεί βασικό έγγραφο αστικής πολιτιστικής πολιτικής, ενώ καθορίζει και τις σχέσεις ανάμεσα στους διαφορετικούς οργανισμούς.

Β. Ανάπτυξη Υποδομών: Στην ανάπτυξη υποδομών αναφέρεται κυρίως το Temple Bar, αλλά και το Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, το Μουσείο των Συγγραφέων του Δουβλίνου χωρίς ωστόσο να διευκρινίζεται αν αποτελούν άμεσο αποτέλεσμα του θεσμού.

Γ. Οικονομική Ανάπτυξη: Αν και δεν μπορεί να αξιολογηθεί η συμβολή του θεσμού στην οικονομική ανάπτυξη, τονίζεται η σημασία αναγνώρισης της οικονομικής διάστασης των πολιτιστικών επιχειρήσεων.

Δ. Κοινωνική Ανάπτυξη: Αναφέρεται η δημιουργία του The Ark, ενός πολιτιστικού χώρου για παιδιά, καθώς και οι συνεργασίες που αναπτύχθηκαν μεταξύ ιδιωτικού και εθελοντικού τομέα.

Ε. Ευρωπαϊκή Δικτύωση: Αν και δεν έχουν δημοσιευτεί σχετικά στοιχεία, οι ενδείξεις δείχνουν ότι ο θεσμός βοήθησε σημαντικά να αναπτύξουν οι καλλιτέχνες και οι πολιτιστικές επιχειρήσεις επαφές με αντίστοιχους ξένους φορείς.

ΣΤ. Ενδυνάμωση του ρόλου του πολιτισμού: Ο θεσμός κατόρθωσε να προσδώσει κεντρικό ρόλο στην πολιτιστική πολιτική, ενώ απέδειξε τη σημασία του πολιτισμού στην καθημερινή ζωή και την οικονομία της πόλης.

Η διοργάνωση λειτούργησε ως mega-event, είχε ικανοποιητική χρηματοδότηση και αποτέλεσε σημείο αναφοράς για την πολιτιστική πολιτική της πόλης. Πιο πρόσφατα, υπήρξαν και άλλες σημαντικές πρωτοβουλίες, όπως είναι η πετυχημένη

²¹ Robert Palmer – Palmer/Rae Associates, *European Cities and Capitals of Culture, Study Prepared for the European Commission*, Part 1 p. 154-55, Brussels 2004.

ανάπλαση του μετώπου που βλέπει στο ποτάμι (Dublin Docklands)²² ή δημιουργία της θεματικής πολιτιστικής διαδρομής στα ίχνη του ήρωα της Οδύσσειας του Τζέιμς Τζόυς (Rains 2004). Παράλληλα το Δουβλίνο έχει καθιερωθεί σε σημαντικό βαθμό ως τουριστικός προορισμός.

iii. Η πολιτιστική περιοχή του Temple Bar

α. Περιγραφή Περιοχής

Η περιοχή του Temple Bar βρίσκεται στο κέντρο του Δουβλίνου, δίπλα στον ποταμό Liffey και αποτελεί την περιοχή όπου κυριαρχούσε παραδοσιακά το εμπόριο. Πρόκειται για μια από τις παλαιότερες περιοχές της πόλης, η ιστορία της οποίας ξεκινά το 1259 με την ίδρυση ενός μοναστηριού. Το όνομά της το οφείλει στον William Temple, γραμματέα του μαρκήσιου του Essex και πρύτανη του Trinity College, ο οποίος έχτισε το σπίτι του εκεί και bar ονόμαζαν τη διαδρομή στην όχθη του ποταμού. Η σημερινή εικόνα της περιοχής διαμορφώθηκε σε μεγάλο βαθμό τον 18^ο αιώνα όταν εκεί γινόταν η εκφόρτωση εμπορευμάτων σε πλοία και τα στενά δρομάκια αποτελούσαν τόπους αγοραπωλησιών μεταξύ εμπόρων, ναυτιλιακών εταιριών και κατασκευαστών, αλλά και οίκων ανοχής. Λίγο αργότερα εγκαταστάθηκαν και άλλες επιχειρήσεις όπως τυπογραφεία, εκδοτικοί οίκοι, βιβλιοδέτες και χρηματιστηριακές εταιρίες. Τον 19^ο αιώνα, λόγω της δημιουργίας ενός νέου τελωνείου σε άλλο σημείο του ποταμού Liffey, η περιοχή σταμάτησε να χρησιμοποιείται από τη ναυτιλία και έγινε το επίκεντρο της κλωστοϋφαντουργίας. Το 1816 κατασκευάστηκε η γέφυρα Ha'penny Bridge η οποία επέτρεπε στους κατοίκους να διασχίζουν τον ποταμό προκειμένου να επισκεφτούν την αίθουσα εκδηλώσεων στην απέναντι όχθη. Η περιοχή αποτέλεσε από εκείνη την εποχή κέντρο εμπορίου, δημιουργίας και πολιτισμού, οπότε μπορεί εύκολα να ισχυριστεί κανείς ότι η σημερινή της καθιέρωση ως πολιτιστική περιοχή έχει ιστορικό προηγούμενο (Montgomery 1995, Murphy 1992, Roodhouse 2006).

Παρά την αίγλη και την ιστορική σημασία της περιοχής και τη γειτνίαση της με το σύγχρονο εμπορικό κέντρο, το πανεπιστήμιο του Trinity και το Κάστρο, το Temple Bar έμεινε για πολλά χρόνια στο περιθώριο του σχεδιασμού και των εξελίξεων (Montgomery 1995: p. 138).

Το μέλλον του Temple Bar στα τέλη της δεκαετίας του 1980 φαινόταν ότι θα ακολουθούσε διαφορετικό δρόμο από ότι τελικά συνέβη. Η δημόσια εταιρία των αστικών λεωφορείων είχε σκοπό να δημιουργήσει έναν εκτεταμένο κεντρικό σταθμό μετακινώντας όλες τις αφετηρίες εκεί. Ξεκίνησε να αγοράζει κτίρια και γη

²² βλ. www.ddda.ie

με σκοπό την κατεδάφιση και τη δημιουργία πεζοδρομίων. Η διαφαινόμενη υποβάθμιση της περιοχής, παραδόξως, ήταν αυτή που δημιούργησε τις προϋποθέσεις για αναζωογόνηση, αφού η επακόλουθη πτώση των τιμών έφερε χρήσεις γης που απαιτούσαν χαμηλό ή και καθόλου ενοίκιο όπως στούντιο καλλιτεχνών, χώρους εκθέσεων, χώρους για πρόβες μουσικών, μπαρ, καταστήματα δίσκων, ρούχων, κ.λπ. Οι νέες αυτές χρήσεις έφεραν μια καινούρια ποικιλία χρήσεων οι οποίες δημιούργησαν νέες συνθήκες για τις επιχειρήσεις που δεν είχε εξαγοράσει ή απομακρύνει η εταιρία των λεωφορείων. Τα τυπογραφεία, οι κατασκευαστές μαχαιροπέρουνων, τα εξαθλιωμένα ξενοδοχεία σε συνδυασμό με τις πολιτιστικές χρήσεις δημιουργούσαν μια ελκυστική ατμόσφαιρα (Murphy 1992).

Το 1990 οι πιέσεις των τοπικών επιχειρήσεων και των οικολογικών ομάδων απέτρεψαν τελικά τα σχέδια της εταιρίας των λεωφορείων. Το 1988 οι τοπικές εμπορικές επιχειρήσεις, στις οποίες περιλαμβάνονταν πλέον και πολλές πολιτιστικές επιχειρήσεις, δημιούργησαν το Temple Bar Development Council (TBDC). Τον Φεβρουάριο του 1989, με γενικότερο στόχο την αναγέννηση της περιοχής με άξονα τον πολιτισμό, έκδωσε ένα φυλλάδιο ως μανιφέστο για την δημιουργία ενός *Κέντρου Πολιτιστικών Επιχειρήσεων* και την δημιουργία μιας Επενδυτικής Εταιρίας για το Temple Bar. Απώτερος στόχος ήταν να αποτελέσει βασικό άξονα του σχεδιασμού της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας το 1991 αλλά και να καθιερωθεί μακροπρόθεσμα ως μόνιμο πολιτιστικό επιχειρηματικό κέντρο του Δουβλίνου. Οι τρεις κύριοι στόχοι ήταν οι εξής (Temple Bar Development Council, 1989 στο Montgomery 1995:153):

- Α. Διατήρηση και περιβαλλοντική βελτίωση.
- Β. Ανάπτυξη τουρισμού και ψυχαγωγίας.
- Γ. Αύξηση της απασχόλησης.

Μέσα από το TBDC ξεπήδησε το Temple 91, η ομάδα που τελικά συνέταξε και το τμήμα που αφορούσε την περιοχή στην πρόταση για την επιλογή της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας για το 1991. Τα κύρια σημεία του κειμένου ανέφεραν την ανάγκη δημιουργίας και διατήρησης πολιτιστικών επιχειρήσεων στην περιοχή με απώτερο σκοπό την αντιστροφή της απώλειας ταλέντου (πολλοί καλλιτέχνες καταφεύγουν στη Μ. Βρετανία ή στις Η.Π.Α.), της δημιουργίας πολιτικής μάρκετινγκ της περιοχής, την προσέλκυση επισκεπτών στην περιοχή όλο το εικοσιτετράωρο και την προστασία της πολιτιστικής και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς.

Το 1991, με δεδομένη πλέον τη χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση, η Ιρλανδική Κυβέρνηση σύντομα δημιούργησε (με ειδικό νόμο) στην περιοχή την Temple Bar Properties Limited (TBP), η οποία και απέκτησε την

κυριότητα της δημόσιας ακίνητης περιουσίας, ακολουθώντας τις προτάσεις που είχαν εκφραστεί.

Η πολεοδομική μελέτη πρόβλεψε τη ρύθμιση της κυκλοφορίας και τη δημιουργία δημόσιων ελεύθερων χώρων στις διασταυρώσεις των δρόμων, ή και στο εσωτερικό των παλιών οικοδομικών τετραγώνων. Τα παλιά εσωτερικά περάσματα στο εσωτερικό των κτιρίων ανοίχθηκαν στο κοινό και δημιουργήθηκαν νέα, έτσι ώστε να λειτουργεί σήμερα ένα πολύπλοκο δίκτυο διαδρομών. Η ύπαρξη κενών οικοπέδων επέτρεψε την ανέγερση αρκετών νέων κτιρίων, που διακρίνονται για τη σύγχρονη μορφή τους και την μικρή κλίμακα και συνυπάρχουν αρμονικά με τα διπλανά διατηρητέα υπακούοντας σε δεσμεύσεις ως προς το πλάτος, το συντελεστή δόμησης, το ύψος και τα υλικά που απαντώνται στην περιοχή. Τα κτίρια, με 2 ή 3 ορόφους πάνω από το ισόγειο, επέτρεψαν την πρόβλεψη για δημιουργία χώρων κατοικίας, διαφόρων τύπων (διαμερίσματα, ξενώνες, ξενοδοχεία, οικοτροφεία), έτσι ώστε η περιοχή να προβλέπεται να αποκτήσει τελικά ένα μόνιμο πληθυσμό 3000 κατοίκων (Γερολύμπου 1999). Η διατήρηση στην περιοχή όλων των παλιών επιχειρήσεων και η εγκατάσταση νέων επιτεύχθηκε με τον αυστηρό έλεγχο των χρήσεων, την προσεκτική πολιτική επιδότησης των νέων ενοικιαστών και τη συστηματική ενίσχυση των παλαιών ενοικιαστών. Οι επιχειρήσεις που λειτουργούν έχουν προσδώσει μία ποικιλία στις δραστηριότητες της περιοχής (περιλαμβάνουν δραστηριότητες εμπορίου, υπηρεσιών, καλλιτεχνικής δημιουργίας και αναψυχής) επιτρέποντας παράλληλα και την προσέλκυση κατοίκων (σήμερα υπάρχουν περίπου 2.500 κάτοικοι).

β. Χώροι²³

i. Projects Arts Center:

Το Projects Arts Center ξεκίνησε σαν καλλιτεχνική ομάδα το 1966 που αρχικά ανέβασε ένα θεατρικό έργο, αλλά στη συνέχεια διοργάνωνε σημαντικά πολιτιστικά γεγονότα με εναλλακτικό ή πειραματικό χαρακτήρα. Αφού στεγάστηκε σε διάφορες σκηνές, το 1974 βρήκε την οριστική του στέγη στην περιοχή του Temple Bar στην οδό East Essex 33 στο κτίριο ενός τυπογραφείου. Τρία χρόνια αργότερα με την οικονομική συνδρομή του κράτους, απέκτησε την κυριότητα του κτιρίου, παραμένοντας εκεί μέχρι το 1998. Ο χώρος φιλοξένησε πολύ σημαντικές εκθέσεις, καλλιτεχνικές παρεμβάσεις με πολιτικό χαρακτήρα (π.χ. με αφορμή το ζήτημα της Βόρειας Ιρλανδίας), συναυλίες (οι U2 έδωσαν τις πρώτες τους συναυλίες εκεί), θεατρικές παραστάσεις (γνωστοί ηθοποιοί όπως οι Liam Neeson και Gabriel Byrne ξεκίνησαν την καριέρα τους στο χώρο αυτό), κ.ά.

²³ Οι πληροφορίες προέρχονται κατά κύριο λόγο από την ιστοσελίδα www.templebar.ie και τις ιστοσελίδες των οργανισμών.

Το 1998 το κτίριο κλείνει για να γίνουν εργασίες συντήρησης και η ομάδα μετακομίζει στο χώρο project @ the mint, ο οποίος βρισκόταν στο δεύτερο όροφο ενός κτιρίου πάνω από ένα χώρο με μπιλιάρδα και μια χαρτομάντισσα στην οδό Henry Place 1. Η περίοδος αυτή χαρακτηρίστηκε από ιδιαίτερη δυναμικότητα και συνδυάστηκε με τη συνεργασία με χορευτικές ομάδες (Daghda Dance, Mandance) και πολιτιστικές επιχειρήσεις (Bedrock, Loose Canon).

Ο ιδιόκτητος χώρος στην οδό Essex αναπαλαιώθηκε υπό την επίβλεψη της Temple Bar Properties και χρηματοδοτήθηκε από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Τοπικής Αστικής και Αγροτικής Ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και από δημόσιους πόρους. Ο χώρος λειτούργησε και πάλι τον Ιούνιο του 2000.

Γενικά η περίπτωση του Projects Arts μπορεί να θεωρηθεί ένα πολύ καλό παράδειγμα μιας εθελοντικής, συμμετοχικής καλλιτεχνικής ομάδας που μεταβλήθηκε σε μια κανονική επιχείρηση όπου και πάλι το πρώτο λόγο έχουν οι καλλιτέχνες.

ii. *Θέατρο Olympia*

Το παλαιότερο θέατρο της περιοχής, αποτελεί σημαντικό πολιτιστικό χώρο για το Δουβλίνο και υποδέχεται παραστάσεις κλασικού και εναλλακτικού θεάτρου.

iii. *Gallery of Photography*

Πρόκειται για ένα μουσειακό χώρο, το μοναδικό που είναι αφιερωμένος αποκλειστικά στη φωτογραφία στη πόλη.

iv. *Arthouse Multimedia Centre for the Arts*

Πρόκειται για ένα πρωτοποριακό κέντρο που συνδυάζει τεχνολογία και την τέχνη μέσα από τη χρήση πολυμέσων.

v. *Πλατεία Meeting House*

Αποτελεί το κέντρο της περιοχής και συχνά φιλοξενεί συναυλίες, ανοιχτές προβολές καθώς και τη λαϊκή αγορά κάθε Σάββατο.

vii. *Δημαρχείο*

Το κτίριο του Δημαρχείου, το οποίο προοριζόταν αρχικά για τη στέγαση του Τελωνείου αλλά τελικά άλλαξε χρήση, ολοκληρώθηκε το 1779 και αποτελεί ορόσημο της περιοχής.

viii. *Επιχειρήσεις και καταστήματα*

Πολλές από τις επιχειρήσεις που λειτουργούν στο Temple Bar δίνουν ένα χαρακτηριστικό στίγμα στην περιοχή. Πέρα από τις πολιτιστικές επιχειρήσεις, υπάρχουν ιστορικές παμπ, παραδοσιακοί φούρνοι, βιβλιοπωλεία, εστιατόρια, κ.ά. που δεν τα συναντά κανείς σε άλλες περιοχές της πόλης.

γ. Φορείς

- Δήμος

Ο ρόλος του Δήμου υπήρξε καθοριστικός λόγω των αποφάσεων που πήρε σε κρίσιμα σημεία καμπής. Ουσιαστικά κατά την περίοδο προετοιμασίας του Δουβλίνου για την Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 1991 ο Δήμος με τη στάση του επηρέασε τη μελλοντική εξέλιξη της περιοχής. Ουσιαστικά δεν παρεμβαίνει στη λειτουργία της περιοχής, αφήνοντας την πρωτοβουλία στους καλλιτέχνες και τις πολιτιστικές επιχειρήσεις (Strachan and Leonard, 1999).

- *Temple Bar Development Council*

Πρόκειται για τον προπομπό του Temple Bar Properties με πολύ μικρό κύκλο ζωής που περιγράφεται παρακάτω.

- *TBP (Temple Bar Properties)*

Η Temple Bar Properties – TBP, δηλαδή η Κτηματική εταιρία του Temple Bar, ιδρύθηκε με ειδικό νόμο το 1991, λειτουργεί υπό καθεστώς περιορισμένης ευθύνης και σκοπός της είναι η διαχείριση των πολιτιστικών υποδομών της περιοχής εκ μέρους του Δημοσίου (Υπουργείο Πολιτισμού) και του Δήμου του Δουβλίνου. Η εταιρία «προικίστηκε» με όλες τις ιδιοκτησίες του δημοσίου και επίσης προέβη σε αγορές ιδιοκτησιών που υποδείχθηκαν από το στρατηγικό «πλαίσιο ανάπτυξης», με αποτέλεσμα να διαθέτει πάνω από το ένα τρίτο της γης στην περιοχή. Έχει στην ιδιοκτησία της 14 επιδοτούμενους πολιτιστικούς χώρους, 14 επιδοτούμενα στούντιο καλλιτεχνών, 10 επιδοτούμενα γραφεία πολιτιστικών εκδηλώσεων και 4 δημόσιους χώρους. Από αυτά λαμβάνει εισοδήματα που υπολείπονται όμως από τις πραγματικές τιμές της αγοράς ακινήτων. Επίσης, ενοικιάζει 27 εμπορικούς χώρους σε επιχειρηματίες σε τιμές αρκετά χαμηλότερες από εκείνες της αγοράς. Ως το 1996 η περιοχή γνώρισε μεγαλύτερη άνθηση και πλέον υπήρχαν 200 καταστήματα, 40 εστιατόρια, 12 πολιτιστικά κέντρα και 2.000 κάτοικοι. Υπολογίστηκε επίσης ότι δημιούργησε 5.000 προσωρινές θέσεις εργασίας κατά τη διάρκεια των έργων ανάπλασης.

Η μεταφορά του συνόλου των μετοχών της εταιρίας στο Δήμο του 2001 αποτελεί σημείο καμπής της ιστορίας του TBP, αφού μετατράπηκε σε μη

κερδοσκοπικό οργανισμό και τα έσοδα επανα-επενδύονται απευθείας στην πολιτιστική περιοχή, ενώ δεν λαμβάνει καμία ενίσχυση ή επιδότηση (Montgomery 1995, 2004). Με πρόσφατη απόφαση του TBP το 2006 και με την ευκαιρία της συμπλήρωσης 15 χρόνων της εταιρίας αποφασίστηκε η μετονομασία της σε Temple Bar Cultural Trust (TBCT). Η πράξη αυτή καταδεικνύει τη στροφή της αποκλειστικά στην πολιτιστική διαχείριση με ελάχιστη πλέον ενασχόληση στον τομέα της ακίνητης περιουσίας.

Οι δραστηριότητες της TBP δεν περιορίζονται στη διαχείριση ακίνητης περιουσίας, αλλά κατέχει κεντρικό ρόλο στην εφαρμογή στρατηγικής μάρκετινγκ της περιοχής, την οργάνωση τοπικού φεστιβάλ και εκδηλώσεων και, γενικότερα, στην εύρυθμη λειτουργία της πολιτιστικής περιοχής. Η Κτηματική Εταιρία TBP προσδιόρισε τα ακόλουθα βασικά μηνύματα που θέλει να περάσει για την πολεοδομική αποκατάσταση της περιοχής:

- Η περιοχή αυτή είναι μοναδική σε τοπικό και διεθνές επίπεδο ως προς τον χαρακτήρα των παλαιών και νέων κτιρίων και τον τρόπο που έχουν συνδυαστεί.
- Είναι «εναλλακτική», σε θέματα κουλτούρας, ψυχαγωγίας, αγοράς, αρχιτεκτονικής και αστικού περιβάλλοντος.
- Είναι μια κοινότητα καλλιτεχνών, μικρών επιχειρήσεων, κατοίκων, εμπόρων, εστιατόρων, σε μια ανάμιξη που αποφασίζεται και βασίζεται στις πρωτοβουλίες των μελών της.
- Έχει έναν ηγετικό-πρωτοποριακό ρόλο σε ό,τι αφορά καλλιτεχνική ποιότητα και πειραματισμούς, καινοτόμες μορφές παραγωγής και προώθησης της τέχνης και δημιουργία θέσεων εργασίας σε νέες πολιτιστικές βιομηχανίες (επιχειρήσεις).
- Είναι περιοχή οικονομικής αύξησης ως προς τη δυναμικότητα σε θέσεις εργασίας.

- *TASCQ (Traders in the Area Supporting the Cultural Quarter)*

Η TASCQ (Εμπορικές Επιχειρήσεις στην Περιοχή που υποστηρίζουν την Πολιτιστική Περιοχή) αποτελεί μια ανεξάρτητη εταιρία, η οποία λειτουργεί από το 1999 και αντιπροσωπεύει τις εμπορικές επιχειρήσεις του Temple Bar (έμποροι, εστιατόρια, ξενοδοχεία, πολιτιστικές επιχειρήσεις, κλπ.). Η ονομασία της και μόνο δείχνει την ιδιαιτερότητά της αφού δεν πρόκειται για έναν κοινό εμπορικό σύλλογο αλλά για ένα μηχανισμό υποστήριξης της πολιτιστικής περιοχής και των εμπορικών επιχειρήσεων της.

Κάθε μέλος της TASCQ έχει ένα ειδικό σήμα και πληρώνει μια συγκεκριμένη συνεισφορά. Με αυτή τη συνεισφορά δικαιούται ειδικές υπηρεσίες καθαριότητας,

προώθηση μέσω του Κέντρου Πληροφόρησης, εμφάνιση στην ιστοσελίδα και στους ειδικούς χάρτες της περιοχής και δυνατότητες δικτύωσης και κοινής αντιπροσώπευσης με άλλες επιχειρήσεις της περιοχής. Επίσης, η συνεισφορά αυτή εξασφαλίζει τον ετήσιο προϋπολογισμό της εταιρίας η οποία υπερβαίνει τα 200.000 Ευρώ και έχει δύο βασικούς στόχους. Πρώτον, να παρέχει περιβαλλοντικές υπηρεσίες, δηλαδή επιπρόσθετη καθαριότητα των δημοσίων χώρων, δημιουργία χώρων πρασίνου και λειτουργία προγράμματος ανακύκλωσης. Δεύτερον, να παρέχει δωρεάν υπηρεσίες πληροφόρησης σχετικά με τις εμπορικές, τουριστικές και πολιτιστικές υπηρεσίες και τις υποδομές που προσφέρονται στην περιοχή.

- Πολιτιστικές Επιχειρήσεις

Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις του TB δίνουν έναν ιδιαίτερο τόνο στη περιοχή. Εκτός από αυτές που αναφέρονται παραπάνω, στην περιοχή υπάρχει ένας αρκετά μεγάλος (αν και εμφανίζονται τάσεις μείωσης) αριθμός σχολών χορού, δραματικών σχολών, χώρων συναυλιών, γκαλερί, καταστημάτων πώλησης ειδών λαϊκής τέχνης, αρχιτεκτονικά γραφεία, κ.ά. Ενδεικτικά μπορούν να αναφερθούν οι Comet Films, Storytellers Theatre Company, Red Pepper Productions, Business2Arts, Tisch School of Arts, CATT, κ.ά.

- Εμπορικές Επιχειρήσεις

Οι εμπορικές επιχειρήσεις που συνδέονται κυρίως με τον τουρισμό και την αναψυχή αποτελούν ομάδα με αυξανόμενη δύναμη στην περιοχή λόγω και του μεγάλου αριθμού τους.

- Εκδηλώσεις - Φεστιβάλ

Στην περιοχή διοργανώνονται φεστιβάλ και εκδηλώσεις όλο το χρόνο που συνεισφέρουν σημαντικά στην προσέλκυση επισκεπτών στη περιοχή. Τα πιο γνωστά είναι το φεστιβάλ Θεάτρου του Δουβλίνου και το Dublin Fringe Festival που επεκτείνονται ωστόσο και σε άλλες περιοχές της πόλης. Το Latin Festival και το Mystery Movie είναι από τις πιο δημοφιλείς εκδηλώσεις που γίνονται αποκλειστικά στην περιοχή. Μεγάλη απήχηση τέλος έχουν και οι εβδομαδιαίες αγορές βιβλίων και μόδας (Cow's Lane Festival).

iv. Η σημερινή κατάσταση, εξελίξεις και προοπτικές για το Temple Bar

Ήδη αναφέρθηκε η σημασία της μελέτης της ομάδας Dublin '91 για την προετοιμασία της πολιτιστικής πρωτεύουσας σε σχέση με την ανάπτυξη της πολιτιστικής περιοχής του Temple Bar.

Συνοπτικά, οι αρχικές προτάσεις για το Temple Bar που καταρτίστηκαν από την ομάδα μελέτης Dublin Corporation με τίτλο "Temple Bar Action Plan" το 1990 (βλ. Montgomery 1995, σελ 151-152) προέβλεπαν την υιοθέτηση ενός συνόλου αρχών σχεδιασμού που θα βελτιώσουν την εικόνα και τη λειτουργία της περιοχής και ενός συστήματος οριζόντιας ζωνοποίησης, με ενθάρρυνση ιδιαίτερων δραστηριοτήτων στο ισόγειο, παράλληλα με την απόρριψη της «ηθικής της συντήρησης» που απειλούσε να γεμίσει την περιοχή με Βικτωριανή αστική επίπλωση και ενθάρρυνση του μοντέρνου, λειτουργικού σχεδιασμού χώρων και κτιρίων, την εισαγωγή χρηματοδοτικών μέσων και τη δημιουργία ενός αναπτυξιακού πλαισίου. Παράλληλα, προβλεπόταν προετοιμασία λεπτομερών εκθέσεων σχεδιασμού έργων, ο σχεδιασμός πολιτιστικής αναπτυξιακής στρατηγικής και η υιοθέτηση δημόσιων συμμετοχικών διαδικασιών. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί με ανοιχτές συνεδριάσεις σχεδιασμού, με εκθέσεις και με τη διανομή ενός ενημερωτικού δελτίου στην περιοχή. Επίσης, προβλέφθηκε η επιλογή ενός έργου ή ενός δρόμου που θα λειτουργήσει ως πιλοτική δράση για να εξεταστεί η επιτυχία της στρατηγικής και της υλοποίησής της. Τέλος, προβλεπόταν ο σχεδιασμός του φωτισμού της περιοχής για την ασφάλεια και την ανάδειξη αρχιτεκτονικών έργων ή μνημείων, καθοριζόταν η στρατηγική μάρκετινγκ και πληροφόρησης, η δημιουργία ενός προγράμματος δημόσιας τέχνης και τακτικών πολιτιστικών εκδηλώσεων και, γενικά, η υιοθέτηση μιας, ανοιχτής προς το ρίσκο πειραματικής συμπεριφοράς.

Σύμφωνα με έρευνα που ανατέθηκε από την Temple Bar Properties στην εταιρία Nexus Europe, το 1991 λειτουργούσαν στην περιοχή 225 επιχειρήσεις συνολικά στις οποίες περιλαμβάνονται 23 εστιατόρια και καφέ, 7 γκαλερί και θέατρα, 14 μπαρ και νυχτερινά κέντρα, 20 εταιρίες με αντικείμενο την τέχνη και το σχεδιασμό, 13 βιβλιοπωλεία, 40 επιχειρήσεις παροχής επαγγελματικών υπηρεσιών (δικηγορικά γραφεία, λογιστικά γραφεία, κ.ά.) και 26 επιχειρήσεις προσφοράς προσωπικών υπηρεσιών (κομμωτήρια, γραφεία στοιχημάτων, καθώς και ένας οίκος ανοχής). Ενδιαφέρον είναι το στοιχείο ότι το 70% των επιχειρήσεων εγκαταστάθηκαν στην περιοχή μετά το 1983, από τις οποίες το 83% με συμβάσεις ενοικίου.

Η αξιολόγηση της οικονομικής σημασίας των πολιτιστικών επιχειρήσεων του Temple Bar ανατέθηκε στην εταιρία Coopers and Lybrand το 1993. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής λειτουργούσαν 31 πολιτιστικές επιχειρήσεις²⁴ στο Temple Bar, με συνολικό αριθμό εργαζομένων 236 άτομα εκ των οποίων όμως μόνο τα 146 θεωρήθηκαν πλήρους απασχόλησης. Πολλές περιπτώσεις

²⁴ Ως τομείς των πολιτιστικών επιχειρήσεων στη συγκεκριμένη έρευνα ορίστηκαν οι τομείς του θεάτρου, της μουσικής, του κινηματογράφου, των εικαστικών τεχνών, της λογοτεχνίας, του χορού, της χειροτεχνίας και τους εφαρμοσμένου σχεδιασμού.

εργαζομένων αφορούσαν παροχή υπηρεσιών για μικρό χρονικό διάστημα, ιδιαίτερα στον τομέα του θεάτρου, ενώ το 86% των εργαζομένων ήταν κάτω των σαράντα ετών.

Το 1998 η TBP ανέθεσε μία μελέτη στην Indecon Consultants σχετικά με την σχέση του TB και του αστικού τουρισμού. Η μελέτη έκανε μια θετική αξιολόγηση της επίδρασης του TB στην προσέλκυση τουριστών, ενώ έκανε και μια σειρά από παρατηρήσεις για τις ακριβές τιμές σε ορισμένες υπηρεσίες και τον υπερκορεσμό ξενοδοχείων και παμπ.

Η μελέτη των Rob Strachan και Marion Leonard με τίτλο, *Dublin Case study Summary Report* αποτέλεσε την έκθεση τους για το πρόγραμμα Information for Cultural Industries Support Services (iCISS), ένα φιλόδοξο ευρωπαϊκό πρόγραμμα που αφορούσε εννιά πόλεις. Αν και η μελέτη καταπιάνεται κυρίως με την πολιτική στο τομέα της μουσικής και ασχολείται λιγότερο με το TB παραθέτει ορισμένες πολύ ενδιαφέρουσες παρατηρήσεις και κριτικές απόψεις που προέρχονται κυρίως από συνεντεύξεις. Η κοινή συνιστώσα των κριτικών είναι ότι η εξέλιξη της περιοχής έχει ξεφύγει από τους αρχικούς στόχους τους και ο έλεγχος της έχει περάσει πλέον στις εταιρίες που ελέγχουν τα ακίνητα. Η κυριαρχία της ιδιωτικής πρωτοβουλίας στην περιοχή έχει εκδιώξει τις μικρότερες επιχειρήσεις με διάφορα προσχήματα και έχει δημιουργήσει νέες κοινωνικές πολώσεις στην περιοχή. Τονίζεται το γεγονός ότι οι επιδοτήσεις και οι φορολογικές ελαφρύνσεις δεν αφορούν τις μικρές πολιτιστικές επιχειρήσεις, κάτι που παραδέχεται άλλωστε και ο Montgomery (ο οποίος, όπως αναφέρεται παραπάνω, συμμετείχε ενεργά στο σχεδιασμό της περιοχής). Πολύ χαρακτηριστική είναι η δήλωση ενός ιδιοκτήτη μικρής δισκογραφικής εταιρίας για τις εξελίξεις:

«...Αυτό που πραγματικά άξιζε στο TB ήταν ότι μαζεύτηκαν τόσοι άνθρωποι μαζί και οι χώροι ήταν ακόμα φτηνοί, αλλά τελικά εκδιώχθηκαν. Έτσι εξαφανίστηκε αυτό που άξιζε και στη θέση του έφτιαξαν διαμερίσματα και τώρα ξαναπροσπαθούν να φέρουν τον πολιτισμό... Πλέον δεν το θεωρώ υγιές περιβάλλον, τουλάχιστον για τις τέχνες και τον πολιτισμό» (Strachan and Leonard, 1999:9).

Στην ίδια μελέτη παρουσιάζονται και αρνητικά σχόλια από τον τύπο που επικεντρώνουν τις κριτικές τους στην έμφαση που δίνεται στον τουρισμό και τις εμπορικές επιχειρήσεις αναψυχής, σε βάρος του πολιτισμού. Πολλές αναφορές στις εφημερίδες έγιναν και για την προτίμηση του TB από Άγγλους εκδρομείς με μοναδικό κίνητρο το φτηνότερο ποτό. Τέλος, καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι η προώθηση της περιοχής δεν γίνεται με σκοπό τη βιωσιμότητα των μικρών

επιχειρήσεων, αλλά την προσέλκυση τουριστών υψηλού εισοδήματος (Strachan and Leonard, 1999:10).

Τέλος, στην αξιολόγηση των πολιτιστικών πρωτευουσών που διεξήγαγε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Palmer/Rae Associates 2004) γίνεται ειδική αναφορά στο Temple Bar στο τμήμα που αναφέρεται στο Δουβλίνο. Εκεί αναφέρεται ότι πολλοί από τους ερωτώμενους της έρευνας που έγινε αρνούνται το γεγονός ότι κύριος παράγοντας ανάπτυξης της πολιτιστικής περιοχής ήταν η προετοιμασία της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας το 1991. Αντίθετα ισχυρίζονται ότι η ανάπτυξη αυτή είχε ήδη δρομολογηθεί με την υποστήριξη και του δημόσιου τομέα και βασίστηκε περισσότερο στους οργανισμούς και τις πολιτιστικές επιχειρήσεις που είχαν ήδη εγκατασταθεί στην περιοχή. Η μελέτη καταλήγει ότι είναι αδύνατον να αποδειχθεί η συνεισφορά της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας στην μετέπειτα ανάπτυξη της περιοχής.

Σύμφωνα με την ιστοσελίδα του TBP, η περιοχή σήμερα έχει 2.500 κατοίκους, 500 επιχειρήσεις και 50 πολιτιστικούς οργανισμούς. Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ είναι πάρα πολλά, ενώ χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι ακολουθείται μια αρκετά επιτυχημένη πολιτική χορηγιών (το 2005 πολλές εκδηλώσεις έγιναν με σπόνσορα την μπύρα Stella Artois).

Η πιο πρόσφατη μελέτη για την περιοχή του Temple Bar, η οποία και δίνει παράλληλα και την πλέον πρόσφατη εικόνα, είναι αυτή που ανατέθηκε από την TBP στο αρχιτεκτονικό γραφείο Howley Harrington και έχει τίτλο A Future for Temple Bar, Urban Framework 2004. Βασίστηκε σε γνωμοδοτήσεις (πάνω από 60) κατοίκων, επιχειρηματιών, στελεχών της TASCQ, της TBD και των μελών της Group '91, αρχιτεκτόνων και στελεχών του Δήμου και καταλήγει σε ένα στρατηγικό σχέδιο το οποίο αποτελείται από 20 κεφάλαια με διαφορετικά θέματα (Σχεδιασμός του Δημοσίου Χώρου, Βελτίωση του Δημοσίου Χώρου, Ασφάλεια, Καθαριότητα, Συντήρηση, Βιώσιμο Κέντρο, κ.λπ.).

Η μελέτη με τίτλο A Future for Temple Bar, Urban Framework 2004 ουσιαστικά δίνει το στίγμα της σημερινής κατάστασης της περιοχής. Είναι αναμφίβολο ότι η παρουσία κατοικίας στην περιοχή, μόνιμης και προσωρινής (φοιτητικά στούντιο, διαμερίσματα, ξενώνες, ξενοδοχεία κ.λπ.) συνεισφέρει ουσιαστικά στην ανθρώπινη ζωντάνια και συνεχή λειτουργία της συνοικίας. Παράλληλα εμπορικές χρήσεις, καλλιτεχνική δημιουργία, πολιτιστικές δραστηριότητες, μουσεία και νυχτερινή αναψυχή, σε μια σοφή δοσολογία συμβάλλουν στην ποικιλία, ενώ η εκτεταμένη διατήρηση παλαιότερων αρχιτεκτονικών και αστικών χαρακτηριστικών δεν αποκλείει τη νεότερη αρχιτεκτονική δημιουργία σε κτίρια και ελεύθερους χώρους. Εξασφαλίζεται έτσι ένα αστικό περιβάλλον που χρησιμοποιεί υποδειγματικά τις πολιτικές προστασίας

της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς προς όφελος ενός σύγχρονου αστικού χώρου, με ζωντανές ιστορικές αναφορές και υψηλή αισθητική, αλλά όχι «μνημειακού», απόλυτα συνυφασμένου με τις σύνθετες καθημερινές ανάγκες ενός δραστήριου αστικού πληθυσμού (Γερολύμπου 1999, Strachan and Leonard 1999).

Ενδιαφέρουσα είναι η άποψη που εκφράζει η κ. Γερολύμπου ότι η ιστορία του Temple Bar μοιάζει σε ορισμένα σημεία με την περιοχή των Λαδάδικων της Θεσσαλονίκης. Διαμορφώθηκαν αρχικά ως περιοχές εξυπηρέτησης του λιμανιού, με κτίριο τελωνείου, αποθήκες, εργαστήρια και μαγαζάκια, αλλά αργότερα χάνουν την ιδιότητα αυτή. Η αρχή της δεκαετίας του 1990 αποτελεί την περίοδο μετάλλαξης των περιοχών σε πολιτιστικές (Γερολύμπου 1999). Ωστόσο, η συνέχεια είναι αρκετά διαφορετική, αφού τα Λαδάδικα θεωρούνται αποτυχημένο παράδειγμα ανάπτυξης πολιτιστικής περιοχής και οι πρώτες επιχειρήσεις που εγκαταστάθηκαν εκεί δεν είναι πλέον βιώσιμες²⁵.

Ιδιαίτερη αίσθηση κάνει η κριτική εναντίον του Temple Bar που παρουσιάζει ο Montgomery. Σύμφωνα με δημοφιλή οδηγό διασκέδασης (του συγγραφέα Mc Carthy) η περιοχή εισάγει μια κουλουρά ξένη προς την Ιρλανδία, αυτή του εξεζητημένου ντιζάιν και του καλού (!) φαγητού, ενώ αναφέρει ότι οι παμπ αναγκάστηκαν να κάνουν ανακαινίσεις προκειμένου να αντεπεξέλθουν στις απαιτήσεις για ένα «γνήσιο Ιρλανδικό» καλλιτεχνικό περιβάλλον (Montgomery 2004). Η μελέτη των Rob Strachan και Marion Leonard αναδεικνύει τις έντονες κριτικές που δέχεται το έργο τα τελευταία χρόνια και την αμφισβήτηση ακόμη και από άτομα που ενεπλάκησαν στο σχεδιασμό.

Τέλος ο Richard Florida αναφέρει τη περιοχή ως παράδειγμα χρήσης της δημιουργικότητας και του αρχιτεκτονικού σχεδιασμού για τον επαναπροσδιορισμό της τοπικής οικονομίας, θεωρώντας το σχέδιο ανάπτυξης της περιοχής έξυπνη και μακροπρόθεσμη στρατηγική (Florida, 2002). Γενικά, η περίπτωση του Temple Bar είναι μια από τις πλέον δημοφιλείς και γνωστές πολιτιστικές περιοχές των ευρωπαϊκών πόλεων.

Ορισμένες σημαντικές διαπιστώσεις που προκύπτουν από την περίπτωση του Temple Bar είναι οι εξής: Πρώτον, όπως και στην περίπτωση του ΝQ διαγράφεται ο κύκλος ζωής μιας πολιτιστικής περιοχής με χαρακτηριστικές περιόδους ακμής και παρακμής. Δεύτερον, και εδώ φαίνεται ο καταλυτικός ρόλος της αγοράς ακίνητης περιουσίας στην εξέλιξη της περιοχής. Τρίτον, το TB μπορεί να χαρακτηριστεί ως μία πετυχημένη πολιτιστική περιοχή με την λειτουργία του TBP και του TASCQ να μπορούν να χαρακτηριστούν ως βέλτιστες πρακτικές. Τέλος, η απουσία ενός κυρίαρχου οργανισμού στην περιοχή προκαλεί αμφιβολίες

²⁵ Βλ. επόμενο κεφάλαιο

σχετικά με τη διατήρηση της υπάρχουσας ισορροπίας μεταξύ των φορέων, τη στιγμή που ήδη ασκείται έντονη κριτική για την εμπορευματοποίηση του TB.

Ειδική Βιβλιογραφία για το Δουβλίνο

- Γερολύμπου Α., «Παραδοσιακές αγορές – Συνολική Διατήρηση και Σύγχρονη Αρχιτεκτονική Δημιουργία» στο *Κτίριο*, τεύχος 62, Θεσσαλονίκη 1999.
- The Council of Europe/ERICarts "Ireland, Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 6th edition", 2005.
- Urban Framework, *A Future for Temple Bar*, Δουβλίνο 2004.
- Florida R., *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic Books, New York 2002.
- Montgomery J., "The Story of Temple Bar: creating Dublin's cultural quarter" in Planning, Practice and research Vol. 10, No 2, 1995.
- Murphy S., *A Short History of Dublin's Temple Bar*, Dublin 2002
- Rains S., "Quarterizing the City: The Spatial Politics of the Joyce Industry in Dublin" In Bell D. and Jayne M.(ed), *City of Quarters, Urban Villages in the Contemporary City*, Ashgate, London 2004.
- Rains S., "Touring Temple Bar: Cultural Tourism in Dublin's Cultural Quarter" in *International Journey of Cultural Policy* Vol. 6, No 1 pp. 1-16, London 1999
- Palmer R. – Palmer/Rae Associates, *European Cities and Capitals of Culture, Study Prepared for the European Commission, Part 1* p. 154-55, Brussels 2004
- Strachan R., Leonard M., *Dublin Case study Summary Report*, Έκθεση για το πρόγραμμα Information for Cultural Industries Support Services (ICISS), <http://www.mipc.mmu.ac.uk/iciss/home.htm>, Μάνστεστερ 1999.

Πηγές στο Διαδίκτυο

- www.visit-templebar.com : Η διεύθυνση της TASCQ
- www.temple-bar : Η διεύθυνση της TBP
- www.ddda.ie : Ιστοσελίδα για την ανάπτυξη της παραποτάμιας ζώνης του Δουβλίνου

Γ. Veemarktkwartier – Τίλμπουργκ, Ολλανδία

i. Ολλανδία

Ήδη από τη δεκαετία του 1960 η πολιτιστική πολιτική της Ολλανδίας αποτελεί μέρος της πολιτικής πρόνοιας με κύριο σκοπό τη συμμετοχή των πολιτών. Τη δεκαετία του 1980 το κράτος αναγκάζεται να προβεί σε περικοπές, αναγκάζοντας πολλούς πολιτιστικούς οργανισμούς που εξαρτώνται από τις επιδοτήσεις να αναζητήσουν νέους τρόπους χρηματοδότησης²⁶. Από το 1994 που ιδρύθηκε ξεχωριστό Υπουργείο Εκπαίδευσης, Πολιτισμού και Επιστημών, ξεκινά μια μεταστροφή όπου πλέον η ιδιωτική χρηματοδότηση είναι επιθυμητή, ενώ στις βασικές προτεραιότητες της πολιτιστικής πολιτικής εντάσσονται η πολυπολιτισμική έκφραση και οι νέες μορφές που απευθύνονται σε ένα πιο νεανικό κοινό (Van Ruffelen 2000). Τέλος το 2004 χαρακτηρίζεται ως η χρονιά αλλαγής όσον αφορά τη χρηματοδότηση του πολιτισμού αφού προβλέπονται μεγάλες περικοπές μέχρι το έτος 2008.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει ο ρόλος των δήμων στην πολιτιστική πολιτική, οι οποίοι εμφανίζονται ως συνέταιροι σε πολλά κρατικά πολιτιστικά προγράμματα. Προκειμένου να απλοποιηθούν οι διαδικασίες, έχουν δημιουργηθεί συνεργασίες δήμων ανά γεωγραφική περιοχή και όλοι οι δήμοι έχουν χωριστεί σε πέντε μεγάλες περιοχές, εκτός από τους τρεις μεγαλύτερους (Άμστερνταμ, Ρότερνταμ και Χάγη) που είναι αυτόνομοι. Ως συνέταιροι οι δήμοι έχουν συνυπευθυνότητα σε όλα τα στάδια του προγραμματισμού και της εφαρμογής των προγραμμάτων.

Πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι σε όλα τα επίπεδα διοίκησης λειτουργούν ανεξάρτητοι οργανισμοί με συμβουλευτικό ρόλο (π.χ., Culture Council, Amsterdam Arts Council), ενώ η Γενική Γραμματεία Πολιτισμού του Υπουργείου αναθέτει μεγάλο αριθμό μελετών σε εξωτερικές επιτροπές ή ιδιωτικές εταιρίες. Αυτές οι μελέτες καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό την πολιτιστική πολιτική συγκεκριμένων τομέων, π.χ. το 1993 καταρτίστηκε μια μελέτη για τον οπτικοακουστικό τομέα που θεωρείται ότι οδήγησε στην πετυχημένη αναδιάρθρωση του ολλανδικού κινηματογράφου.

ii. Η πόλη του Τίλμπουργκ

Το Τίλμπουργκ είναι η έκτη μεγαλύτερη πόλη της Ολλανδίας με πληθυσμό 200.000 κατοίκων και βρίσκεται στο κέντρο της περιφέρειας της Βόρειας

²⁶ The Council of Europe/ERICarts, "Netherlands, Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 6th edition", 2005

Βραβαντίας. Η ιστορία της πόλης ξεκίνησε με τη δημιουργία ενός δικτύου χωριών που συνδέονταν μεταξύ τους και βασιζόνταν στην εκτροφή προβάτων και την κατεργασία του μαλλιού. Το 19^ο αιώνα, με την ανάπτυξη του σιδηροδρόμου και της βιομηχανίας, το Τίλμπουργκ μετατρέπεται σε βιομηχανικό κέντρο με κύρια δραστηριότητα τη βιομηχανία. Στα τέλη του 19^{ου} αιώνα, οι εγκαταστάσεις πολλών εταιριών επεκτάθηκαν, δημιουργήθηκαν εργασιακές κατοικίες και βιομηχανικές συγκεντρώσεις.

Οι μορφολογικές και κοινωνικές επιπτώσεις που είχε στην πόλη του Τίλμπουργκ η ανάπτυξη αλλά και η παρακμή της βιομηχανίας είναι πολύ σημαντικές. Ειδικά τη δεκαετία του 1970 η αποβιομηχάνιση δημιούργησε σημαντικά προβλήματα που διατηρούνται μέχρι σήμερα. Αν και η βιομηχανική δραστηριότητα παραμένει η πιο σημαντική δραστηριότητα της πόλης, η ανεργία της πόλης βρίσκεται σταθερά πάνω από το εθνικό μέσο όρο. Στη δεκαετία του 1980 η πόλη ξεκινά μια στρατηγική προώθησης ως «σύγχρονη πόλη της βιομηχανίας», ένα σύνθημα που χαρακτηρίζει την αστική της πολιτική τα τελευταία χρόνια και συνδυάζεται με αναπλάσεις περιοχών, ενώ η πόλη αναπτύσσει ένα πρωτότυπο πολιτιστικό προφίλ με μικρές πολιτιστικές επιχειρήσεις, φεστιβάλ (το Mundial με έθνικ μουσική, η «Ροζ Δευτέρα» που είναι το μεγαλύτερο gay event της Ολλανδίας, κ.ά.) , αλλά και ένα σημαντικό ιδιωτικό μουσείο σύγχρονης τέχνης (το μουσείο De Pont το οποίο στεγάζεται σε μια παλιά υφαντουργία). Τα τελευταία δύο χρόνια ο δήμος έχει αναπτύξει μια πολύ ενδιαφέρουσα πολιτική city branding με ένα νέο λογότυπο²⁷. Σε μία πρόσφατη συνέντευξη ο διευθυντής οικονομικών υποθέσεων του δήμου δήλωσε ότι ο δήμος πλέον εγκαταλείπει την προσπάθεια να εδραιωθεί ως σύγχρονη βιομηχανική πόλη και επικεντρώνει πλέον την προσπάθεια του στη καθιέρωση της πόλης ως «δημιουργική πόλη», όπου θα συναγωνιστούν τις γειτονικές πόλεις Μπρεντά και Αϊντχόβεν.

Παράλληλα, το 1985 ο δήμος υιοθετεί μια στρατηγική η οποία προσομοιάζει περισσότερο σε διοίκηση επιχείρησης παρά σε δημοτική διοίκηση προκειμένου να αντιμετωπίσει τα μεγάλα οικονομικά ελλείμματα και τις λειτουργικές ανεπάρκειες. Η στρατηγική αυτή έγινε γνωστή με το όνομα "Tilburg model" και θεωρείται έως σήμερα πρωτοποριακή σε παγκόσμιο επίπεδο. Η πόλη λειτουργεί με τις αρχές μια επιχείρησης, σε σημείο που το μοντέλο να είναι κατοχυρωμένο προϊόν της πόλης και ως πλάνο μανάτζμεντ να έχει πωληθεί στην πολυεθνική εταιρία KPMG. Με εθελουσία έξοδο, πρόωρη σύνταξη και ιδιωτικοποιήσεις άλλαξε τον τρόπο διοίκησης χωρίς να χάσει κανείς τη δουλειά του. Όσοι δημοτικοί υπάλληλοι παρέμειναν εκπαιδεύτηκαν να αντιμετωπίζουν τον πολίτη ως πελάτη και της υπηρεσίες της πόλης ως προϊόντα. Αντί να υπάρχει ένα κέντρο σχεδιασμού, ο

²⁷ Βλ. www.tilburg.nl

δήμος διαχωρίστηκε σε 6 διακριτά και αυτόνομα τμήματα με ξεχωριστούς προϋπολογισμούς και σύστημα ελέγχου. Λόγω καλής διαχείρισης και αυξημένων εσόδων από την αλλαγή αυτή δημιουργήθηκαν αθλητικές και πολιτιστικές υποδομές και οι δημοτικοί φόροι μειώθηκαν. Χαρακτηριστικό είναι ότι παλιά η πόλη είχε την τρίτη ψηλότερη φορολογία στην Ολλανδία, ενώ τώρα καταλαμβάνει μόλις την 31^η θέση²⁸.

iii. Η Πολιτιστική Περιοχή του Veemarktkwartier (ή Pop Cluster)

Η Περιοχή του Veemarktkwartier (παζάρι ζώων) βρίσκεται στα βορειοανατολικά του κέντρου της πόλης και αποτελούσε μια από τις κύριες βιομηχανικές περιοχές της. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1970 η περιοχή μαράζωσε λόγω του κλεισίματος των περισσότερων εργοστασίων, ενώ αρκετά αργότερα ξεκίνησε και η συζήτηση για τον επανασχεδιασμό της. Για πολλά χρόνια δεν προχώρησε κανένα σχέδιο και το 1997 το κείμενο της έκθεσης με τίτλο «Τέχνη και Πολιτισμός – Μηχανή για την Οικονομική Ανάπτυξη» ουσιαστικά έθεσε τις βάσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη. Ο στόχος που τέθηκε για την περιοχή ήταν πολυδιάστατος, αφού περιλάμβανε τις τέχνες και την πολιτιστική κατανάλωση, οικιστικούς χώρους και οικονομική δραστηριότητα μέσω της πολιτιστικής παραγωγής και κατανάλωσης²⁹. Η κεντρική ιδέα ήταν η δημιουργία μιας πολιτιστικής περιοχής όπου θα μπορούν να εγκατασταθούν επιχειρήσεις και οργανισμοί που σχετίζονται με τους τομείς της μουσικής, των τεχνών, των επικοινωνιών και των νέων τεχνολογιών.

Αρχικά, όπως συνέβη αντίστοιχα και στις άλλες πολιτιστικές περιοχές, υπήρχαν άλλα σχέδια για την περιοχή που περιλάμβαναν επενδυτικά σχέδια για αθλητικές εγκαταστάσεις, έναν πολυχώρο με κινηματογράφους, νέους χώρους γραφείων και ένα «θεματικό κολυμβητήριο». Για διάφορους λόγους, κυρίως όμως για οικονομικούς λόγους τα σχέδια αυτά δεν υλοποιήθηκαν ποτέ, ώσπου μια μεγάλη ασφαλιστική εταιρία (Interpolis) πραγματοποίησε μια πολύ μεγάλη επένδυση στην περιοχή δημιουργώντας ένα πολυόροφο κτίριο γραφείων με πάρκινγκ και ένα μικρό πάρκο, ακυρώνοντας έτσι τις προηγούμενες σκέψεις.

Την ίδια περίοδο που ολοκληρώθηκε το κτίριο (μέσα της δεκαετίας του 1990), άρχισε να γίνεται λόγος για τη δημιουργία μιας περιοχής με έμφαση στην ποπ μουσική, με πρωτοβουλία τεσσάρων οργανισμών της πόλης που ενεργοποιούνται στον τομέα αυτόν. Οι εταιρίες αυτές είναι οι Noordeligt,

²⁸ "Πόλεις-πρότυπα για το νέο αιώνα, Έξι περιπτώσεις υποβαθμισμένων αστικών κέντρων σε Βόρεια - Νότια Αμερική, Ευρώπη και Αυστραλία που έγιναν τόποι ζωής", Αφιέρωμα στη Καθημερινή, 12 Ιουλίου 1998.

²⁹ Ειδική Έκδοση του Περιοδικού του Τίλημουγκ 1998

Muziekkantenwinkel, Studio Chateau και Batcave, οι οποίες πίστευαν ότι η συνύπαρξή τους στην ίδια περιοχή θα επηρέαζε θετικά τον κύκλο εργασίας τους. Η αρχική πρόταση που έκαναν αφορούσε τη δημιουργία τριών χώρων συναυλιών και ενός αριθμού στούντιο ηχογραφήσεων.

Από την αρχή η ιδέα βασιζόταν κατά κύριο λόγο στην υποστήριξη και τη χρηματοδότηση του δημόσιου τομέα. Το 1996 ο δήμος υπέβαλε πρόταση στο ΕΚΤ για τα προγράμματα αστικής ανάπτυξης, η οποία δεν έγινε δεκτή, αλλά δημιούργησε τις προϋποθέσεις για την υλοποίηση του έργου φέρνοντας σε επαφή τους κατάλληλους φορείς. Οι σημαντικότεροι φορείς ήταν ο Πολιτιστικός Οργανισμός της πόλης του Τίλμπουργκ, ο οποίος είναι και ιδιοκτήτης δύο κτιρίων στην περιοχή, και η εταιρία Noordeligt (μετέπειτα μετονομάστηκε σε 013), ενώ το σημαντικότερο ρόλο κατείχε σε όλες τις φάσεις ο Δήμος. Αυτοί οι τρεις φορείς ήταν αυτοί που τελικά πραγματοποίησαν το έργο με το Δήμο να έχει πάντα ηγετική θέση (Mommmaas 1999, 2004). Σήμερα η πολιτιστική περιοχή λειτουργεί με επιτυχία, ενώ αναμένεται να αποκτήσει την τελική της μορφή το 2008 όταν ολοκληρωθούν όλα τα έργα και η εγκατάσταση πολιτιστικών επιχειρήσεων. Σήμερα η πολιτιστική περιοχή είναι πλέον γνωστή ως Pop Cluster (στην παρούσα διατριβή χρησιμοποιείται η γεωγραφική ονομασία της περιοχής).

α. Χώροι

- 013

Ο χώρος του 013 αποτελεί το πρώτο κτίριο στην Ολλανδία το οποίο σχεδιάστηκε και κατασκευάστηκε αποκλειστικά για την παραγωγή, την προώθηση και την κατανάλωση σύγχρονης μουσικής. Εγκαινιάστηκε στις 13 Νοεμβρίου του 1998 και αποτελεί το σήμα κατατεθέν της πολιτιστικής περιοχής λόγω του χαρακτηριστικού αρχιτεκτονικού σχεδιασμού του με τα CD να καλύπτουν τον εξωτερικό του τοίχο. Το κτίριο διαθέτει μια κύρια μεγάλη αίθουσα συναυλιών χωρητικότητας 2200 ατόμων η οποία ονομάζεται «The Choice» και δύο μικρότερες, την «De Kleine Zaal» που χωράει 350 άτομα και την «BatCave» που χωράει 150 άτομα. Επίσης διαθέτει χώρους γραφείων και αίθουσες συναντήσεων όπου παρέχονται υπηρεσίες σε μουσικούς (εκπαίδευση, σεμινάρια επιχειρηματικότητας, κ.ά.)

- FAXX

Το συγκρότημα, το οποίο ανήκει στον Πολιτιστικό Οργανισμό της πόλης του Τίλμπουργκ, περιλαμβάνει δύο κτίρια, ένα κτίριο της δεκαετίας του 1960 που παλιά φιλοξενούσε μια τράπεζα και μια υφαντουργία του τέλους του 19^{ου} αιώνα, τα οποία σήμερα ενώνονται λειτουργικά. Στο κτίριο της τράπεζας στεγάζεται ένας αριθμός

νέων και παλαιότερων οργανισμών όπως το Tilburgse Kunststichting, ενώ το Duvelhok («το κλουβί του διαβόλου») μετατράπηκε σε κέντρο πολυμέσων με εκθεσιακό και εκπαιδευτικό χαρακτήρα.

- Lancierskazerne

Πρόκειται για ένα εγκαταλειμμένο στρατόπεδο, το οποίο σήμερα έχει ανακαινισθεί και ενοικιάζεται σε μικρές επιχειρήσεις, πολλές από τις οποίες δραστηριοποιούνται στο λεγόμενο δημιουργικό τομέα.

- V39

Το V39 είναι ένα νεόδμητο πενταόροφο κτίριο δίπλα στο κτίριο 013 το οποίο στεγάζει επιχειρήσεις που σχετίζονται με τη μουσική, όπως είναι η Villa Musica (η οποία σκοπεύει να μετακομίσει σε νέο κτίριο της περιοχής) και η JIP, καθώς και τον οργανισμό ΑΤΤΑΚ (βλ. παρακάτω). Είναι ένας ανοιχτός για το κοινό πολυχώρος με πολλές διαφορετικές χρήσεις και δυνατότητες.

- NS16

Πρόκειται για την πιο πρόσφατη προσθήκη στην περιοχή και φιλοξενεί νέους καλλιτέχνες, λειτουργώντας σαν θερμοκοιτίδα. Με την καθοδήγηση ενός αρχιτέκτονα οι νέοι καλλιτέχνες δημιουργούν τους ίδιους τους χώρους τους γνωρίζοντας ότι θα έχουν ένα σταθερό χώρο εργασίας για τα επόμενα δέκα χρόνια, καθώς και κοινούς χώρους συναυλιών και εκθέσεων.

- Cast

Το δραστήριο Κέντρο Αρχιτεκτονικής και Αστικού Σχεδιασμού Cast διαθέτει το δικό του χώρο στο VMK. Ιδρύθηκε το 1995 και έχει καταφέρει να εδραιωθεί ως ερευνητικό κέντρο διοργανώνοντας εκθέσεις, εκδηλώσεις, ηλεκτρονικούς αρχιτεκτονικούς οδηγούς κ.ά.

- Πάρκινγκ Αυτοκινήτων Tivoli

Το πάρκινγκ αυτοκινήτων Tivoli βρίσκεται δίπλα στο κτίριο 013 και αποτελούν πλέον μία ενιαία αρχιτεκτονική κατασκευή. Ο σχεδιασμός του πάρκινγκ είναι ιδιαίτερος και δίνει έμφαση στο αίσθημα ασφάλειας μέσα από κρυφούς φωτισμούς και διαφανείς διαδρόμους.

- Κέντρο Εκπαίδευσης Multimedia Center Tilburg

Το Κέντρο Εκπαίδευσης Multimedia αποτελεί την πιο πρόσφατη προσθήκη στην περιοχή, αφού ο Δήμος παραχώρησε το χώρο ενός σχολείου στα όρια της

πολιτιστικής περιοχής. Το έργο σχεδιάστηκε σε συνεργασία με το Δήμο του Αϊντχόβεν, όπου βρίσκεται η έδρα της Philips, και υποβλήθηκαν προτάσεις για χρηματοδότηση στο πρόγραμμα Interreg (με τις πόλεις Turnhout και Antwerpen) και σε ένα αντίστοιχο εθνικό πρόγραμμα.

- Εστιατόρια και καφέ

Ο ρόλος των εστιατορίων και των καφέ που βρίσκονται στην είσοδο της πολιτιστικής περιοχής είναι σημαντικός για την λειτουργία της, αφού προσελκύουν κόσμο και ειδικά φοιτητές στην περιοχή, γεγονός το οποίο είναι απαραίτητος παράγοντας για τη σωστή λειτουργία της περιοχής. Ωστόσο, στην ίδια την πολιτιστική περιοχή λειτουργούν ελάχιστα καφέ και εστιατόρια (τα πρώτα χρόνια μάλιστα δεν υπήρχε ούτε ένα). Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του "Patronaat", ενός πολυχώρου που στεγάζεται σε ένα κτίριο του 1936 και περιλαμβάνει εστιατόριο, μπαρ και χώρο VIP που άνοιξε το 2005 και συγκεντρώνει καθημερινά κόσμο. Σύμφωνα με τον ιδιοκτήτη, η περιοχή πρέπει να συνεχίσει να προσελκύει περισσότερο κόσμο αφού γίνουν και άλλες παρεμβάσεις. Αναφέρει επίσης την πολύ θετική στάση του Δήμου κατά τη διάρκεια σχεδιασμού και εφαρμογής του έργου (Meijers 2005).

- Κατοικίες

Η κατοικία στο κέντρο της πόλης του Tilburg γίνεται όλο και πιο δημοφιλής, ιδιαίτερα στις ηλικιακή ομάδα 25-40. Ειδικά στο νότιο μέρος της πολιτιστικής περιοχής, υπάρχουν χώροι κατοικίας οι οποίοι ως τώρα κατοικούνταν από εργάτες των υφαντουργιών. Πολλές κατοικίες έχουν ήδη ανακαινισθεί και αναμένεται να συνεχιστούν οι ανακαινίσεις όσο επεκτείνονται και οι εγκαταστάσεις στην περιοχή.

- Κτίριο Interpolis

Το κτίριο το οποίο αποτελεί την έδρα της ασφαλιστικής εταιρίας Interpolis, είναι σχεδιασμένο με πολλές καινοτομίες και θεωρείται σήμερα ότι προσφέρει το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον στη χώρα. Το εντυπωσιακό πολυόροφο κτίριο γειτνιάζει με ένα εντυπωσιακό πάρκο, το οποίο είναι ανοιχτό, αλλά δεν μπορεί να θεωρηθεί δημόσιο, αφού δεν χρησιμοποιείται από τους πολίτες. Αν και η εταιρία δεν διαθέτει επίσημο ρόλο στο VMK, αποτελεί αναγνωρίσιμο στοιχείο και οι εργαζόμενοι είναι εκ των πραγμάτων καθημερινοί επισκέπτες και χρήστες της περιοχής.

γ. Φορείς

- Δήμος

Ο ρόλος του Δήμου είναι ιδιαίτερα καθοριστικός για τη δημιουργία του VMK, αφού συντόνισε τις προτάσεις και υποστήριξε την ιδέα σθεναρά. Το γεγονός ότι πρόκειται για ένα Δήμο που, όπως ήδη αναφέρθηκε, διοικείται με ένα ιδιαίτερο σύστημα έπαιξε σημαντικό ρόλο, αφού τα τμήματα του Δήμου έχουν σχετική αυτονομία τόσο στις αποφάσεις, όσο και στη διαχείριση οικονομικών πόρων (συνέντευξη Roelofs). Λόγω της έλλειψης μιας εταιρίας ή ενός συλλόγου για τη διοίκηση του VMK, ο δήμος ουσιαστικά λειτουργεί σαν συνδετικός κρίκος μεταξύ των χρηστών. Η εμπλοκή του Δήμου στον πολιτιστικό σχεδιασμό τα τελευταία οχτώ χρόνια θεωρείται υποδειγματική: σε αντίθεση με άλλους δημόσιους φορείς επέτρεψε τον πειραματισμό, δεν έλαβε υπόψη τυχόν πολιτικό κόστος από ενδεχόμενα λάθη και κατάφερε να αντιληφθεί τα πολλαπλά οφέλη του πολιτισμού.

Η σημερινή υπεύθυνη για τον πολιτιστικό τομέα στο Δήμο, Margot Strik, ισχυρίζεται ότι «ο Δήμος πρέπει να κρατάει διακριτικές αποστάσεις από τις πολιτιστικές επιχειρήσεις, αφού δεν μπορεί να παρακολουθήσει το έργο με τον ίδιο τρόπο». Θεωρεί δε σημαντικότερο επόμενο βήμα την επίτευξη της διασύνδεσης με γειτονικές πόλεις όσον αφορά τον πολιτιστικό τομέα και τη συνεχή επαναδιαπραγμάτευση των στόχων του VMK. Η ίδια τονίζει επίσης την ανάγκη «απογαλακτισμού» της περιοχής από τον δήμο: προς αυτήν την κατεύθυνση έχουν προσεγγίσει την ιδιωτική εταιρία Red Concepts προκειμένου να αναλάβει το ρόλο της διαχείρισης (Arend 2007).

- 013

Ο οργανισμός 013, όπως αναφέρεται παραπάνω, είναι ο ένας από τους δύο φορείς που ξεκίνησαν την υλοποίηση της πολιτιστικής περιοχής, ασκώντας πίεση στο Δήμο. Οι εταιρίες Noordeligt (η οποία δραστηριοποιείται κυρίως στο χώρο της διοργάνωσης συναυλιών), Muziekkantenwinkel (η οποία δραστηριοποιείται στο χώρο των ηχογραφήσεων και τη μουσική εκπαίδευση) και Batcave (η οποία υποστηρίζει τοπικά μουσικά σχήματα) υλοποίησαν μέσα από τη δημιουργία του χώρου 013 τον κοινό τους στόχο και αποτελούν βασικό συντελεστή της λειτουργίας του VMK.

- Tilburgse Kunststichting (Πολιτιστικός Οργανισμός του Τίλμπουργκ)

Ο οργανισμός Tilburgse Kunststichting (Πολιτιστικός Οργανισμός του Τίλμπουργκ) ξεκίνησε ως ανεξάρτητη πολιτιστική κίνηση με το όνομα "Kultureel Centrum" τη δεκαετία του 1960, με θεατρικές και εικαστικές δραστηριότητες, χρησιμοποιώντας διαφορετικούς χώρους στην πόλη. Το 1974 άρχισε να χρησιμοποιεί το χώρο του Duvelhok για παραστάσεις και μετονομάζεται σε "Stichting Muische Vorming".

Στις αρχές τις δεκαετίας του 1980 αποκτά τη σημερινή του ονομασία και το 1993 και το 1997 αποκτά άλλους δύο χώρους: το θέατρο de Vorst και το πρώην τραπεζικό κτίριο Faxx στο VMK. Σήμερα, αφού ξεπέρασε τα οικονομικά προβλήματα του παρελθόντος που τον οδήγησαν σχεδόν σε πτώχευση, λειτουργεί κυρίως με βάση τη δημόσια επιδότηση, η οποία είναι ετήσια και βασίζεται σε πολυετή σύμβαση.

Ο ρόλος του οργανισμού στην υλοποίηση του VMK ήταν πολύ σημαντικός, αφού υποστήριξε και δημιούργησε έδαφος για την περαιτέρω ανάπτυξη της περιοχής. Μέλη του Δ.Σ. συμμετείχαν στις συναντήσεις και στην κατάρτιση των σχεδίων, ενώ επειδή λόγω του Duvelhok είχαν ήδη παρουσία στην περιοχή αποτέλεσαν προνομιακούς συνομιλητές. Η πολιτιστική δραστηριότητα του Tilburgse Kunststichting είναι πράγματι εντυπωσιακή για το μέγεθος της πόλης, ενώ η ιδέα του βραχυπρόθεσμου δανεισμού έργων τέχνης απέκτησε εθνική δημοσιότητα και βρήκε πολλούς μιμητές.

- Οργανισμός ΑΤΤΑΚ

Ο «Οργανισμός Αστικής Κοινωνικής Εργασίας Νέων ΑΤΤΑΚ» είναι ένα Μη Κυβερνητικός Οργανισμός ο οποίος έχει αναλάβει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τους νέους και την υποστήριξη τους. Υποστηρίζει διαφόρων ειδών δραστηριότητες, από διαγωνισμούς σκετς, σεμινάρια ραπ μουσικής, συναντήσεις μετά το σχολείο, διαπολιτισμικές εκδηλώσεις, θέατρο, μαθήματα γιόγκα, και καλλιτεχνικούς διαγωνισμούς έως την ψυχολογική υποστήριξη ομάδων νέων που αντιμετωπίζουν προβλήματα (π.χ., μετανάστες). Βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην εθελοντική εργασία και η παρουσία του στο Τίλμπουργκ γίνεται ιδιαίτερα αισθητή με πολύ πρωτότυπες εκδηλώσεις και μεθόδους δημοσιότητας.

Ο οργανισμός ΑΤΤΑΚ ήταν από τους πρώτους που εγκαταστάθηκαν στο VMK με σκοπό να εκμεταλλευτεί και την κεντρικότητα αλλά και το νεανικό κοινό που μαζεύει η περιοχή. Σύμφωνα με τη διευθύντρια η μετεγκατάσταση του οργανισμού ήταν μια πετυχημένη κίνηση, υπάρχει πολύ καλή σχέση με τους άλλους φορείς, ενώ και ο δήμος έχει βοηθήσει πολύ στο συντονισμό των δραστηριοτήτων.

- Ακαδημία Ροκ Μουσικής

Πρόκειται για τη μοναδική εξειδικευμένη ακαδημία της χώρας και μία από τις ελάχιστες που λειτουργούν στον κόσμο. Προσφέρει εκπαιδευτικά προγράμματα τόσο στη μουσική όσο και στα συμπληρωματικά επαγγέλματα που απαιτούνται (τεχνικός ήχου, μάνατζερ, μουσική δημοσιογραφία, κ.ά.)

- Πολιτιστικές Επιχειρήσεις

Ένας ικανοποιητικός αριθμός πολιτιστικών επιχειρήσεων βρήκε πολύ καλή τη λύση εγκατάστασης στο VMK ενώ λειτούργησε και η ιδέα της Θερμοκοιτίδας Πολιτιστικών Επιχειρήσεων, δηλαδή της βοήθειας εγκατάστασης μικρών νέων επιχειρήσεων στο χώρο. Οι πιο σημαντικές πολιτιστικές επιχειρήσεις είναι οι Tilburgse Kunststichting, V39, Villamedia, Carre, Cast, Mundial Productions, Young Guns, La Creativa, Freshheads, κ.ά³⁰. Έως τώρα δεν έχουν αναφερθεί παράπονα και στις σχετικές συνεντεύξεις οι εκπρόσωποι τους δηλώνουν τον ενθουσιασμό τους για την εξέλιξη της περιοχής.

Η περίπτωση του Villamedia έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον αφού ξεκίνησε από την ανάγκη έξι πολιτιστικών επιχειρήσεων με αντικείμενο τον οπτικοακουστικό τομέα να στεγαστούν. Την πρωτοβουλία ανέλαβε ουσιαστικά και πάλι ο δήμος, προτείνοντας τους την συστέγασση σε ένα κέντρο με θέμα τα multimedia. Στεγάστηκε σε ένα σχολείο της δεκαετίας του 1920 και τη διπλανή κατοικία (villa), η οποία αποτελούσε τότε την κατοικία του διευθυντή του σχολείου. Σήμερα φιλοξενεί 26 επιχειρήσεις και οργανισμούς, έχει αναπτύξει μία επιτυχημένη πολιτική προβολής και λειτουργεί ως θερμοκοιτίδα νέων επιχειρήσεων στον τομέα, αλλά και ως χώρος συνάντησης (βλ. www.villamedia.net, Arend 2007)

iv. Η σημερινή κατάσταση, εξελίξεις και προοπτικές για το Veemarktkwartier

Η έκθεση "Kunst en Cultuur als motor voor economische ontwikkeling" (Η Τέχνη και ο Πολιτισμός ως μηχανή οικονομικής ανάπτυξης) του 1997, αποτέλεσε παράλληλα και το κείμενο της αίτησης για χρηματοδότηση από το Δήμο για το εθνικό πρόγραμμα «Big City Policy». Στην έκθεση παρουσιάζεται η στρατηγική που θα ακολουθηθεί διαχωρίζοντας τους αναπτυξιακούς άξονες της περιοχής σε τέσσερις βασικές κατηγορίες:

Χώρος για ανάπτυξη οικονομικής δραστηριότητας

Προβλέπονται χώροι εργασίας για τους οργανισμούς και τις επιχειρήσεις, ενώ στους χώρους που βρίσκονται στην ιδιοκτησία του Πολιτιστικού Οργανισμού του Τίλμπουργκ προβλέπεται η δημιουργία ξενώνων για καλλιτέχνες. Ο άξονας αυτός περιλαμβάνει τόσο τη δημιουργία νέων χώρων, όσο και την αναπαλαίωση των υφιστάμενων κτιρίων.

³⁰ Σύμφωνα με την ιστοσελίδα του VMK, οι επιχειρήσεις και οργανισμοί της περιοχής, εκ των οποίων οι περισσότερες είναι πολιτιστικές, πλησιάζουν τις εκατό.

Καθοδήγηση και υποστήριξη για πολιτιστικούς επιχειρηματίες

Στον άξονα αυτό προβλέπεται η δημιουργία επιχειρηματικού κέντρου το οποίο παρέχει συμβουλές τόσο σε νέες όσο και σε υπάρχουσες πολιτιστικές επιχειρήσεις. Πέρα από τις συμβουλευτικές υπηρεσίες προβλέπεται και χρηματοδοτική βοήθεια μέσω της δημιουργίας ενός «τοπικού χρηματοδοτικού μέσου». Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη συμμετοχή μειονοτικών και προβληματικών στις δραστηριότητες της περιοχής.

Παραγωγή και ενθάρρυνση πολιτιστικών εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων

Η κύρια έμφαση στην πολιτιστική περιοχή δίνεται στην πολιτιστική παραγωγή και κατανάλωση, ενώ την ίδια στιγμή η παραγωγή και ενθάρρυνση πολιτιστικών εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων αποτελούν προτεραιότητα.

Δημιουργία του κατάλληλου δημιουργικού κλίματος και περιβάλλοντος

Η δημιουργία ενός δημιουργικού κλίματος ή περιβάλλοντος (creative milieu) είναι η σημαντικότερη επιδίωξη του εγχειρήματος.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει και η έκθεση που υποβλήθηκε από το Τμήμα Κοινωνικών Επιστημών Πανεπιστημίου του Tilburg με τίτλο *Tilburg Case study Summary Report* στο πλαίσιο του προγράμματος Information for Cultural Industries Support Services (iCISS) το οποίο πραγματοποιήθηκε με ευθύνη του Manchester Institute of Popular Culture. Πραγματοποιείται μια ανάλυση SWOT που δίνει μια πολύ καλή εικόνα της πορείας του VMK.

Ως δυνατά σημεία αναφέρονται ο ρόλος των πολιτιστικών οργανισμών στην άσκηση πίεσης για την πραγματοποίηση και λειτουργία του VMK, η αφοσίωση των δημοτικών αρχών, η συνεργασία μεταξύ των συμμετεχόντων και οι συχνές συναντήσεις, η πολιτική δύναμη των συμμετεχόντων που εγγυάται τη συνέχειά του, η εθνική δημοσιότητα και, τέλος, η γενικότερη διάθεση πειραματισμού και ανοχής προς τις αλλαγές. Ως αδύνατα σημεία αναφέρονται η ασυνέχεια της περιοχής, τα αδιευκρίνιστα όρια της, η μη συμμετοχή ορισμένων κατοίκων της περιοχής, η έλλειψη επαρκούς ενημέρωσης στους δημότες, οι διαφαινόμενες σύγκρουση χρήσεων γης μεταξύ κατοικίας, οικονομικών και πολιτιστικών χρήσεων, καθώς και η αύξηση των τιμών των ακινήτων. Ευκαιρίες θεωρούνται η περαιτέρω προσέλκυση πολιτιστικών επιχειρήσεων, ο καλύτερος σχεδιασμός της περιοχής, οι κενοί χώροι και η προοπτική δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας. Ως απειλές αναφέρονται η ανάπτυξη ανταγωνιστικής σχέσης με τους πολιτιστικούς οργανισμούς σε άλλα σημεία της πόλης (μια δεύτερη συγκέντρωση εμφανίζεται γύρω από το Δημοτικό Θέατρο με έμφαση στον υψηλό πολιτισμό) ή με τις

δημοτικές αρχές (εάν το VMK αρχίσει να ανεξαρτητοποιείται) και η αμφίβολη οικονομική βιωσιμότητα ορισμένων πρωτοβουλιών.

Μετά από τα πρώτα χρόνια λειτουργίας της πολιτιστικής περιοχής, οι εντυπώσεις είναι θετικές αφού πρόκειται για τη «εκ των βάθρων» δημιουργία μιας πολιτιστικής περιοχής με έμφαση στους νέους, η οποία ακόμη δεν έχει ολοκληρωθεί αλλά συνεχίζει να διαμορφώνεται. Δεν λείπουν βέβαια και προβλήματα, όπως για παράδειγμα το γεγονός ότι η Time Warner δεσμεύει με συμβόλαια τα επιτυχημένα συγκροτήματα που προκύπτουν από τη Ροκ Ακαδημία με αποτέλεσμα να μην παραμένουν στη πόλη. Η Mojo, η εταιρία συναυλιών που ταυτίστηκε με το VMK εξαγοράστηκε από την αμερικάνικη Clear Channel που εδρεύει στο Τέξας (Mommaas 2004: 529). Σημαντικές είναι οι παραλήψεις και στην προβολή στο διαδίκτυο και τη διεθνή αναγνωρισιμότητα, παρά το γεγονός ότι η κατάσταση βελτιώνεται σημαντικά τα δύο τελευταία χρόνια³¹. Δεν υπάρχει κάποιο newsletter, αλλά το κενό καλύπτεται από την περιοδική έκδοση για τις πολιτιστικές βιομηχανίες COLIN (τα αρχικά Creative Organisations Linked In Networks με έδρα το VMK).

Το πιο πρόσφατο έγγραφο του Δήμου του Τίλμπουργκ για την πολιτιστική πολιτική δίνει ορισμένα αρκετά ενδιαφέροντα στοιχεία για την ανάπτυξη τεσσάρων πόλων πολιτισμού στην πόλη, ένας από τους οποίους είναι και το VMK. Ακόμα μεγαλύτερο ενδιαφέρον όμως έχει η περιφερειακή πολιτιστική πολιτική της Βόρειας Βραβαντίας, όπως διατυπώνεται σε πρόσφατο προγραμματικό έγγραφο, όπου προσδιορίζεται η εξειδίκευση κάθε πόλης σε έναν τομέα πολιτιστικής έκφρασης ή αναψυχής. Το Τίλμπουργκ χαρακτηρίζεται πόλη της σύγχρονης μουσικής έκφρασης, το Αϊντχόβεν του ντιζάιν, η Μπρέντα των τυχερών παιχνιδιών, κ.ά. (Mommaas, 2005)

Τον Μάρτιο του 2005 παρουσιάστηκε επίσημα το *Plan Veemarkt*, το σχέδιο για μία νέα παρέμβαση στην περιοχή το οποίο αναμένεται να ενισχύσει και να ολοκληρώσει τις εργασίες του VMK. Ο υπότιτλος του σχεδίου ο οποίος είναι «Centrum voor Creatieve Bedrijvigheid» (Κέντρο Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας) δίνει και το στίγμα για το μέλλον. Το σχέδιο προβλέπει την εγκατάσταση τεσσάρων νέων οργανισμών: το *In-C*, το *Pleinkantoor de Werkvorm*, το μουσείο τυπογραφίας *Scrypton*, η εταιρία διοργάνωσης φεστιβάλ *Mundial Productions*, αλλά και ένας αριθμός μικρών επιχειρήσεων και επαγγελματιών. Η *Mundial Productions* η οποία είναι γνωστή λόγω της διοργάνωσης του μεγαλύτερου έθνικ φεστιβάλ της Ολλανδίας *Mundial* στο Τίλμπουργκ αναμένεται να φέρει ένα ιδιαίτερο χρώμα στο VMK αφού θα λειτουργήσει εστιατόριο με εναλλασσόμενα μενού από σεφ από διάφορα μέρη του κόσμου, ενώ υπάρχουν

³¹ Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι μία εκπομπή «Μουσικοί του Κόσμου» της NET ήταν αφιερωμένη στο VMK.

σχέδια για τη λειτουργία μικρού ξενοδοχείου για τις ανάγκες των καλλιτεχνών του φεστιβάλ. Το σχέδιο περιλαμβάνει και πολλές άλλες ιδέες όπως τη διοργάνωση συναυλιών κλασικής μουσικής στην ταράτσα του Scryption (θα ονομάζονται "Hemelse Concerten" – Ουράνιες Συναυλίες), τη δημιουργία ενός δρόμου αποκλειστικά με καταστήματα μουσικών οργάνων και βιβλίων, τη συμμετοχή της εταιρίας Interpolis με την έκθεση της συλλογής τέχνης που κατέχει, τη διοργάνωση ανοιχτών συναντήσεων για αρχιτέκτονες κ.ά.

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι δηλώσεις³² που έγιναν κατά την παρουσίαση του σχεδίου Plan Veemarkt από τους συντελεστές, οι οποίες δείχνουν και το βαθμό ωριμότητας του έργου. Όπως αναφέρει ο Jos Kuijsters, διευθυντής της μουσικής εταιρίας Backdrop και στέλεχος του V39, υλοποίηση του σχεδίου θα σημαίνει πλέον ότι ο μουσικός θα ολοκληρώνει όλες τις σχετικές εργασίες σε έναν χώρο: «...από το στούντιο όπου θα ηχογραφεί το δίσκο, παραδίπλα θα βρίσκεται ο σχεδιαστής του εξώφυλλου του CD, πιο κάτω ο διοργανωτής που θα του κλείσει τη συναυλία και ο σχεδιαστής ιστοσελίδων, ενώ όλος αυτός ο κόσμος θα μπορεί να συναντάται και να ανταλλάσσει πληροφορίες». Αναφέρει επίσης ότι μεγάλη σημασία έχει να ολοκληρωθούν τα έργα του Plan Veemarkt ώστε να προσελκύεται καθημερινά κοινό, αφού «δίχως κοινό η δημιουργικότητα φρακάρει». Τέλος, όσον αφορά τη συμμετοχή του δήμου λέει ότι είναι πολύ θετική και οφείλει να συνεχιστεί με τον ίδιο τρόπο, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις δεν έχουν τις δικές τους ευθύνες στην περιοχή.

Ο Harrie Dona, ο οποίος έχει τη δική του εταιρία συμβούλων επιχειρήσεων στο VMK και ανέλαβε τη διεύθυνση του Villa Media, αναφέρει ότι εκτός από τα παραπάνω σημαντικό ρόλο παίζει και ο ιδιαίτερος αρχιτεκτονικός σχεδιασμός των κτιρίων του VMK «των οποίων η ελκυστικότητα κάνει τις επιχειρήσεις που το χρησιμοποιούν να αποκτούν αναγνωρισιμότητα».

Γενικά, το VMK είναι μια πρωτότυπη περίπτωση για τα δεδομένα της Ολλανδίας αφού για πρώτη φορά η άποψη ότι ο πολιτισμός μπορεί να οδηγήσει στην αναζωογόνηση μιας πόλης υλοποιείται στην πράξη με πολύ ενδιαφέροντα αποτελέσματα. Η ιδέα χαρακτηρίζεται ως ένα «πολιτιστικό όνειρο που θα γίνει πραγματικότητα», ενώ ως ιδιαιτερότητα της περιοχής μπορεί να χαρακτηριστεί η έμφαση που δίνεται στον προγραμματισμό ειδικά για τους νέους. Το γεγονός ότι από το σχεδιασμό του έργου έως σήμερα υπήρξαν πολλές αλλαγές και αβεβαιότητα λειτούργησε θετικά, αφού οι συμμετέχοντες έμαθαν από τα λάθη και τις παραλείψεις τους και βελτιώθηκαν (Mommias, 2004:512). Επίσης, σήμερα

³² Όπως αναφέρονται στο άρθρο του Bas Verbeek με τίτλο Creatieve bedrijvbandel Veemarktkwartier stapt dicterbij (31.5.2005) στην ηλεκτρονική ενημερωτική έκδοση <http://3voor12lokaal.vpro.nl> και στο άρθρο της Katja Meijers με τίτλο, "Cultuur als motor voor economische ontwikkeling, Veemarktkwartier wordt creatief hart van de stad" στο *Tilburg Magazine*

ακούγονται αρκετές φωνές που προσάπτουν εμπορευματοποίηση στο όλο εγχείρημα λόγω της εισόδου μεγαλύτερων εταιριών αλλά και την αυξανόμενη εμπλοκή της ασφαλιστικής εταιρίας Interpolis η οποία διεκδικεί κομμάτι του VMK για κτιριακή επέκταση των γραφείων της. Αυτό έχει οδηγήσει στην περιθωριοποίηση των μικρότερων επιχειρήσεων που εγκαταστάθηκαν πρώτες στην περιοχή και καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό το χαρακτήρα της. Το γεγονός αυτό καθιστά ορατό τον κίνδυνο για απώλεια του χαρακτήρα της περιοχής, γεγονός που μπορεί με τη σειρά του να έχει επιπτώσεις στην εμπορικότητα όλων των δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων με ανυπολόγιστες αρνητικές συνέπειες τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για το Δήμο που είναι ο κύριος επενδυτής (Mormiaas 2004:512-513).

Ορισμένες σημαντικές διαπιστώσεις και συμπεράσματα που μπορεί να προκύψουν από την περίπτωση του VMK είναι τα εξής: Πρώτον, σε αντίθεση με τις προηγούμενες περιπτώσεις το VMK είναι μια πολιτιστική περιοχή η οποία σχεδιάστηκε και λειτούργησε βάσει σχεδίου σε μία πόλη η οποία δεν είχε κάποιο στοιχείο πολιτιστικής κληρονομιάς ή κυρίαρχης πολιτιστικής έκφρασης. Δεύτερον, εδώ ο ρόλος της αγοράς ακίνητης περιουσίας στην εξέλιξη της περιοχής δεν είναι τόσο σημαντικός. Τρίτον, το VMK μπορεί να χαρακτηριστεί ως μία πετυχημένη πολιτιστική περιοχή με την παρέμβαση του δήμου να θεωρείται καταλυτική. Αν και οι υπεύθυνοι του Δήμου θεωρούν την παρέμβαση τους διακριτική, στην πραγματικότητα η παρουσία του δήμου ήταν σταθερή σε όλες τις φάσεις³³ (Arend 2007). Ως βέλτιστη πρακτική αναφέρεται επίσης ο ρόλος των ΜΚΟ που έχουν σαν σκοπό την κοινωνική ένταξη προβληματικών ομάδων νέων. Τέλος, σημαντική είναι η εξειδίκευση που προσφέρει ως πολιτιστική περιοχή σε έναν τομέα (ποπ μουσική) που πράγματι λειτούργησε και έφερε επισκέπτες. Όλες οι απόψεις συγκλίνουν στο γεγονός ότι παρά τα πρώτα χρόνια αμηχανίας και διορθωτικών κινήσεων, σήμερα το VMK βρίσκεται σε πολύ καλή κατάσταση και το 2007 που θα έχουν ολοκληρωθεί και τα τελευταία έργα θα αποτελέσει παράγοντα προσέλκυσης πολιτιστικού τουρισμού.

Ειδική Βιβλιογραφία για το Τίλμπουργκ

- Aalst I. van, *Cultuur in de stad* (Ο πολιτισμός στη πόλη), Rotterdam 1997 (ολλανδικά).
- Arendt P., "Tilburg creatiefste stad van het land? De rol van van de gemeente Tilburg bij het ontwikkelen van de lokale creative industry" in *Colin*, www.colin.nl, 16.03.2007. (μεταφ. «Είναι το Τίλμπουργκ η πιο δημιουργική

³³ Οι σημερινοί υπεύθυνοι στην πιο πρόσφατη συνέντευξή τους θεωρούν ότι δεν είναι σκόπιμο ο δημόσιος τομέας να συντηρεί και να υποστηρίζει επ' άπειρον μία πρωτοβουλία σαν και αυτή.

πόλη της χώρας; Ο ρόλος του Δήμου Τίλμπουργκ στην ανάπτυξη των τοπικών πολιτιστικών βιομηχανιών»).

- Δήμος του Tilburg, *Tilburg a Modern Industrial Town*, Φυλλάδιο, Τίλμπουργκ 1992.
- Δήμος του Tilburg, *Kunst en Cultuur als motor voor economische ontwikkeling*, Τίλμπουργκ 1997.
- Δήμος του Tilburg, *Cultuutnota 2005*, Τίλμπουργκ 2005.
- Meijers K., "Cultuur als motor voor economische ontwikkeling, Veemarktkwartier wordt creatief hart van de stad" στο *Tilburg Magazine*, Ιούλιος 2005.
- Mommaas H., "The Tilburg Pop Cluster: New Strategies for Urban Development" in Verwijnen J., Lehtuovori P. (eds) "The Creative City: Cultural Industries, Urban Development and the Information Society" , Helsinki 1999.
- Mommaas J.T., *Ontwikkeling binnenstad Tilburg*. Tilburg, Expertmeeting Ontwikkeling Binnenstad Τίλμπουργκ 1998.
- Mommaas J.T., Heuvel, M.C.M. van den & Knulst, W.P., *De vrijetijdsindustrie in Stad en Land; een Studie naar de Markt van Belevissen. Voorstudies en achtergronden/ Wetenschappelijke Raad, V109*. Den Haag: SdU Uitgevers, 2000.
- Mommaas J.T., *Ontwikkeling Veemarktkwartier Tilburg*. Tilburg, Expertmeeting Ontwikkeling Veemarktkwartier Τίλμπουργκ 1998.
- Mommaas, J.T. (2004). Cultural Clusters and the Post-Industrial City. Towards a Remapping of Urban Cultural Governance. *Urban Studies*, 41(3), 507-532
- Mommaas, J.T., & Wijs, S. de "Het dynamische verbond tussen cultuur & economie: Kansen voor beleid. In F. Nauta (Ed.), *Creatieve industrie Brabantstad* (pp. 49-95). 's-Hertogenbosch: Programmabureau Brabantstad, Den Bosch 2006.
- Oostelbos R. «Veemarktkwartier vooral niet elitair (μετ., «Το Veemarktkwartier δεν είναι σε καμία περίπτωση ελιτίστικο», άρθρο στην εφημερίδα Brabants Dagblad, 2 Τίλμπουργκ, Σεπτεμβρίου 1997.
- Tilburgse Kunststichting, *Stadskwartier beeldende Kunst Tilburg*, Τίλμπουργκ 1997.
- Tilburgse Kunststichting, *Beleidsplan 2003-2006 (Σχέδιο Διαχείρισης 2003-2006)*, http://www.kunststichting.nl/beleidsplan/TKS_beleidsplan.doc, Τίλμπουργκ 2002.
- Τμήμα Κοινωνικών Επιστημών Πανεπιστημίου Tilburg, *Tilburg Case study Summary Report*, Έκθεση για το πρόγραμμα Information for Cultural

Industries Support Services (iCISS),
<http://www.mipc.mmu.ac.uk/iciss/home.htm>, Μάντσεστερ 1999.

- Van den Broek A., de Haan J., *Cultuur tussen competentie en competitie: contouren van het cultuurbereik in 2030*, Boekmanstudies/Sociaal en Cultureel Planbureau, Άμστερνταμ 2000.
- Van Puffelen F., *Culturele economie in de lage landen: de bijdrage van Nederlandse en Vlaamse economen aan kunstbeleid en kunstmanagement: literatuurstudie*, Boekmanstudies, Άμστερνταμ 2000.

Προσωπικές Συνεντεύξεις

- 10-11-1997, Jan Hooimeyer, (αντιπρόεδρος Tilburgse Kunststichting).
- 20-11-1997, Gerald Roelofs (επικεφαλής της Πολιτιστικής Διεύθυνσης του δήμου).
- 26-11-1997, Hans Opbroek (διευθυντής του οργανισμού "Stichting Popcluster").
- 26-11-1997, Marcel Reinartz (μέλος της Οικονομικής Διεύθυνσης του Δήμου).
- 26-11-1997, Jeroen Rovers (διευθυντής του οργανισμού νεολαίας Attak).

Πηγές στο Διαδίκτυο

www.veemarktkwartier.nl Η ιστοσελίδα του VMK

www.villamedia.net Η ιστοσελίδα της Villamedia

www.attak.nl Η ιστοσελίδα της Μ.Κ.Ο. Attak

www.013web.nl Η ιστοσελίδα του χώρου 013

www.tilburg.nl Η ιστοσελίδα του δήμου του Τίλμπουργκ

www.v39.nl Η ιστοσελίδα του κτιρίου v39

www.castonline.nl Η ιστοσελίδα του καλλιτεχνικού οργανισμού Cast

www.dehalloffame.nl Η ιστοσελίδα του οργανισμού Hall of Fame

www.colin.nl Περιοδική έκδοση για τις πολιτιστικές βιομηχανίες με έδρα το VMK

Δ. Φινλανδία, Ελσίνκι – Cable Factory

ι. Φινλανδία

Η πολιτιστική πολιτική της Φινλανδίας χαρακτηρίζεται από τρεις βασικές περιόδους: την περίοδο όπου ο πολιτισμός βρισκόταν υπό την απόλυτη προστασία του κράτους (1860-1960), την περίοδο που επικράτησε το κράτος πρόνοιας με

αντίστοιχες επιπτώσεις στον πολιτιστικό τομέα (1960-1990) και, πρόσφατα, την περίοδο που χαρακτηρίζεται από τη μείωση του κράτους πρόνοιας (1990 και μετά). Την ευθύνη για τη χάραξη πολιτιστικής πολιτικής έχει το Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού, ενώ η χρηματοδότηση πολιτιστικών προγραμμάτων ελέγχεται από το Υπουργείο Οικονομικών (The Council of Europe/ERICarts, 2005).

Σε τοπικό επίπεδο, τα περιφερειακά πολιτιστικά συμβούλια λειτουργούν ως μεσάζοντες μεταξύ της κεντρικής κυβέρνησης και της τοπικής αυτοδιοίκησης. Σημαντικός είναι ο ρόλος της φινλανδικής Ένωσης Περιφερειακών και Τοπικών Αυτοδιοικήσεων όσον αφορά τον πολιτιστικό προγραμματισμό του δημόσιου τομέα. Τα τελευταία χρόνια έχουν κατατεθεί δύο νέα νομοσχέδια (αφορούν τη χρηματοδότηση του πολιτισμού από τα τυχερά παιχνίδια, την υποστήριξη του καλλιτεχνικού έργου) στα οποία διαφαίνεται η τάση ένταξης του πολιτισμού στο σύγχρονο περιορισμένο κράτος πρόνοιας (Council of Europe/Ericarts 2005).

ii. Η πόλη του Ελσίνκι

Το Ελσίνκι είναι μια πόλη 550.000 κατοίκων (800.000 μαζί με τις πόλεις-δορυφόρους) με προσωνύμια όπως η «κόρη της Βαλτικής» ή «μητρόπολη τσέπης». Η αστικοποίηση είναι ένα σχετικά πρόσφατο και περιορισμένο φαινόμενο για τη Φινλανδία, ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι το 1990 μόλις το 7% του πληθυσμού ζούσε σε αστικές περιοχές. Το Ελσίνκι υποχρεώθηκε να αποκτήσει αστικό χαρακτήρα σε πολύ σύντομο διάστημα και επηρεάστηκε σημαντικά από τη ρωσική αστική παράδοση, η οποία εκφραζόταν μέσα από ορθογωνικό σχεδιασμό, πλατιές λεωφόρους και πεζόδρομους για περίπατο που επιτρέπουν τον ήλιο να περνάει ανάμεσα στα κτίρια (Klaasen, 1998).

Η οικονομία της πόλης βασίστηκε παραδοσιακά στη γεωστρατηγική σημασία της πόλης στην περιοχή της Βαλτικής: το λιμάνι είχε πάντοτε αυξημένη κίνηση (ως εμπορικό κέντρο αλλά και ως ναυπηγείο), ενώ παράλληλα αναπτύχθηκε και βιομηχανική δραστηριότητα με στόχο τις κοντινές αγορές, αν και η Φινλανδία δεν μπορεί να χαρακτηριστεί βιομηχανική χώρα. Η έννοια του Σκανδιναβικού κράτους πρόνοιας χαρακτηρίζει πολιτικά και οικονομικά τη χώρα αλλά και τη διοίκηση της πόλης, παρά το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια και ειδικά μετά την ένταξή της στην Ευρωπαϊκή Ένωση η Φινλανδία ακολουθεί τις διεθνείς τάσεις παγκόσμιας οικονομίας και της ελεύθερης αγοράς. Τα τελευταία χρόνια η Φινλανδία και το Ελσίνκι ξεχωρίζουν διεθνώς λόγω των πολύ υψηλών επιδόσεων στους τομείς της έρευνας και της καινοτομίας.

Η αρχιτεκτονική πολυμορφία είναι ένα από τα χαρακτηριστικά στοιχεία του Ελσίνκι. Σχεδόν όλη η πόλη ήταν χτισμένη με ξύλο, μέχρι τον εμπρησμό της κατά

την περίοδο του σουηδο-ρωσικού πολέμου στις αρχές του 19ου αιώνα (1808-1809). Άρχισε να ξαναχτίζεται σιγά σιγά με ένα νέο στυλ που έδωσε ένα πολύ χαρακτηριστικό στίγμα στη νεότερη αρχιτεκτονική της βόρειας Ευρώπης. Συνυπάρχουν κτίρια κλασικού ρυθμού που έχτισαν οι τσάροι της Ρωσίας³⁴, στην Πλατεία Γερουσίας προσόψεις αυστηρού νεοκλασικού ύφους, στη συνοικία Γιούνγκενσιλ που είναι κοντά στο πάρκο Καϊβοπουίστο, το Σιδηροδρομικό Σταθμό, που θυμίζει σκηνικό χολιγουντιανής ταινίας, πανύψηλα κτίρια κατά μήκος των λεωφόρων που θυμίζουν τα μεγαλεία του μεσοπολέμου. Κι όλα αυτά εναλλάσσονται με μοντέρνους ουρανοξύστες στο κέντρο της σύγχρονης συνοικίας, εκεί όπου στεγάζονται οι μεγαλύτερες πολυεθνικές εταιρείες.

Το πολιτιστικό προφίλ της πόλης χαρακτηρίζεται από την παράδοση στις τέχνες και την μουσική³⁵, τα πολλά μουσεία και τα φεστιβάλ. Σε αντίθεση με τη στερεοτυπική εικόνα της κρύας, σκοτεινής και αφιλόξενης πόλης, το Ελσίνκι είναι μια ζωντανή πόλη όλο το χρόνο με πολλές εκδηλώσεις αλλά και πολιτιστική παραγωγή (Cultural Office 1997, Landry 1994, 1998). Ιδιαίτερα γνωστή είναι η πόλη για το υψηλό επίπεδο της τριτοβάθμιας καλλιτεχνικής εκπαίδευσης και η παγκόσμια φήμη ιδρυμάτων όπως η Ακαδημία του Sibelius και το Arts and Design University προσελκύουν φοιτητές από όλο τον κόσμο.

Υπάρχουν ορισμένα κύρια χαρακτηριστικά που καθορίζουν την πολιτιστική εικόνα και πολιτική της πόλης τα τελευταία χρόνια. Πρώτον, ο ρόλος της πόλης ως «πύλη» προς τις χώρες της Βαλτικής που μόλις εντάχθηκαν στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά και προς τη Ρωσία και η προβολή της ως τεχνολογικό κέντρο. Δεύτερον, οι επιλογές της πόλης στον πολιτιστικό τομέα τα τελευταία χρόνια δείχνουν να απομακρύνονται της δεκαετίας του 1980 και των αρχών του 1990 οι οποίες εστίαζαν στην κρατική παρέμβαση (πολιτική επιδοτήσεων, λαϊκή συμμετοχή) και στρέφονται πλέον στις ανεξάρτητες πρωτοβουλίες. Το Cable Factory που αναλύεται στο υποκεφάλαιο αυτό αλλά και το νέο Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης Kiasma³⁶ είναι χαρακτηριστικά παραδείγματα της τάσης αυτής. Τρίτον, η πόλη του Ελσίνκι αποτέλεσε μία από τις πολιτιστικές πρωτεύουσες της Ευρώπης το 2000³⁷ με θέμα «Γνώση, Τεχνολογία και το Μέλλον». Σύμφωνα με αξιολόγηση που πραγματοποιήθηκε το Ελσίνκι χρησιμοποίησε το θεσμό περισσότερο για πειραματισμό, με αποτέλεσμα να μην δημιουργηθούν βιώσιμοι θεσμοί ή υποδομές. Ωστόσο, η διοργάνωση θεωρήθηκε πετυχημένη, ενώ δημιουργήθηκε και ειδική επιτροπή (Helsinki 2010) με αποκλειστικό σκοπό την αξιολόγηση των

³⁴ Κατείχαν τη χώρα ως δουκάτο μέχρι τις αρχές του προηγούμενου αιώνα.

³⁵ Παγκοσμίως γνωστοί είναι ο αρχιτέκτονας Alvar Aalto και ο συνθέτης Sibelius.

³⁶ Το Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης Kiasma σχεδιάστηκε από τον Steven Holl και εγκαινιάστηκε το 1998. Αποτελεί ένα νέο εμβληματικό κτίριο για το κέντρο του Ελσίνκι και έχει αναπτύξει πλούσια εκθεσιακή δραστηριότητα (βλ. www.kiasma.fi).

³⁷ Ειδικά για το έτος 2000, λόγω Χιλιετηρίδας η Ευρωπαϊκή Ένωση όρισε εννιά πολιτιστικές πρωτεύουσες οι οποίες ήταν υποχρεωμένες να επιλέξουν ένα θέμα η καθεμία.

αποτελεσμάτων με σκοπό τον επαναπροσδιορισμό της πολιτιστικής πολιτικής της πόλης (Palmer Rae 2004:149-160).

iii. To Cable Factory

Η περίπτωση του Cable Factory (CF) δεν αφορά αστική περιοχή, αλλά ένα μεγάλο κτίριο το οποίο όμως λόγω του μεγάλου αριθμού χρηστών και του μεγέθους του, αλλά και των συνεργασιών που αναπτύχθηκαν μπορεί να συγκριθεί με περιοχή. Χαρακτηριστικό στοιχείο είναι ότι ο δήμος του Ελσίνκι και το Δημοτικό Πολιτιστικό Γραφείο είχε ήδη πείρα σε παρόμοια έργα πριν ξεκινήσει να υλοποιείται το Cable factory. Ήδη από το 1988 ένα εγκαταλειμμένο νησί, που χρησιμοποιούσε ο φινλανδικός στρατός αφήνοντας πίσω τις εγκαταστάσεις, νοικιαζόταν σε καλλιτέχνες με χαμηλά ενοίκια και συμβόλαια μικρής διάρκειας, υπό τη διαχείριση της πολιτιστικής διεύθυνσης του δήμου. Λόγω της οικονομικής άνθισης η ζήτηση αυτών των χώρων και οι τιμές αυξήθηκαν σύντομα και οι δημοτικές αρχές προέτρεπαν πλέον τους καλλιτέχνες να πηγαίνουν στο Εργοστάσιο Καλωδίων της Nokia (Cable Factory ή Kaapelitihdas στα φινλανδικά) το οποίο λόγω εγκατάλειψης της παραγωγής ήταν άδειο. Πολύ σύντομα ένας μεγάλος αριθμός καλλιτεχνών, πολιτιστικών επιχειρήσεων και αθλητικών σωματείων γέμισε τον αχανή χώρο.

Το Πολιτιστικό Γραφείο του Δήμου είχε αντιληφθεί την προοπτική δημιουργίας μιας καλλιτεχνικής κοινότητας, ωστόσο το τμήμα Αστικού Σχεδιασμού του Δήμου δεν συμφωνούσε με την προοπτική αυτή και προέβαλε ένα σχέδιο ριζικής ανακαίνισης του κτιρίου με σκοπό τη δημιουργία χώρων γραφείου. Την ίδια εποχή είχαν γίνει και προτάσεις για χρήση του κτιρίου από σχολεία. Δημιουργήθηκαν αντιδράσεις και συγκροτήθηκε και ένας άτυπος σύλλογος (Pro Kaapeli) για την προάσπιση του καλλιτεχνικού χαρακτήρα του κτιρίου, αλλά και τη διατήρηση των βασικών του βιομηχανικών χαρακτηριστικών. Ο σύλλογος αυτός κατάφερε τελικά να αναστείλει τα σχέδια, επιλέγοντας τη δημοσιοποίηση του αιτήματός τους στην τηλεόραση (μέσω ενός ντοκιμαντέρ) και την απευθείας διαβούλευση με πολιτικούς (Makela et al 1994). Όσο αυξάνονταν οι χρήστες, έγινε ξεκάθαρο ότι το CF δεν αποτελούσε απλά ένα χώρο με ενοικιαζόμενους χώρους, ούτε ένα συνηθισμένο πολιτιστικό «πολυχώρο».

α. Περιγραφή Κτιρίου

Το Cable Factory χτίστηκε από την εταιρία καλωδίων της Φινλανδίας στη περιοχή Ruoholalhti, 3 χιλιόμετρα μακριά από το κέντρο της πόλης, και

χρησιμοποιήθηκε για τη μαζική παραγωγή καλωδίων, που κάλυπταν κυρίως την σοβιετική αγορά. Ξεκίνησε να χτίζεται το 1939 σε φάσεις και το 1967 αγοράζεται από τη ΝΟΚΙΑ. Αποτελείται από μεγάλους ενιαίους χώρους με συνολικό εμβαδόν 20.000 τ.μ. και στις εποχές ακμής του δούλευαν πάνω από 2000 εργαζόμενοι. Στις αρχές της δεκαετίας του 1980 άρχισε η παρακμή του εργοστασίου αφού πλέον η τεχνολογία ξεπέρασε τα μέσα που χρησιμοποιούσε. Έτσι, η εταιρία το 1989 αποφάσισε να κρατήσει μόνο ορισμένους χώρους και να υπερνοικιάσει τους υπόλοιπους βάσει βραχυπρόθεσμων και φτηνών συμβολαίων. Λόγω και της προτροπής του Δήμου, ο χώρος γέμισε με καλλιτέχνες, πολιτιστικές εταιρίες, καλλιτεχνικές σχολές, μη κυβερνητικές οργανώσεις και αθλητικούς συλλόγους που προσελκύνονταν από τις καλοφωτισμένες άνετες αίθουσες, την ίδια στιγμή που τα ενοίκια του κέντρου της πόλης ήταν απαγορευτικά.

Η φυσιογνωμία της περιοχής Ruoholahti επηρεάζει σημαντικά την εξέλιξη του συγκροτήματος, από το ξεκίνημα του έως σήμερα, αφού πρόκειται για μια περιοχή αμιγούς κατοικίας, η οποία έχει αναπλαστεί πρόσφατα, προσελκύοντας πολλούς επαγγελματίες και οικογένειες από διάφορες περιοχές του Ελσίνκι. Πρόκειται για ένα χαρακτηριστικό έργο ανάπλασης παράκτιας περιοχής στα πρότυπα άλλων πόλεων λιμανιών της Ευρώπης και της Βόρειας Αμερικής. Η πρόσφατη ανάπλαση της περιοχής γύρω από το κτίριο (δεντροφύτευση, επανασχεδιασμός πεζοδρομίων) δημιουργήσε μια καλύτερη φυσική σύνδεση του κτιρίου με τη γειτονιά.

β. Χώροι

Ο πρώην παράκτιος εργοστασιακός χώρος του CF είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακός τόσο λόγω του μεγέθους του όσο και λόγω της πολύ καλής συντήρησης των μηχανημάτων και της βιομηχανικής του ταυτότητας, παρά την αλλαγή χρήσης. Οι εργασίες αποκατάστασης και συντήρησης συνεχίζονται μέχρι και σήμερα, παράλληλα με τη διαμόρφωση των γύρω χώρων. Οι κύριοι χώροι του κτιρίου είναι οι εξής:

- *Cable Sea Hall*

Πρόκειται για το μεγαλύτερο άδειο χώρο του συγκροτήματος συνολικού εμβαδού 3.148 τετραγωνικών μέτρων το οποίο χρησιμοποιείται για εκθέσεις και γεγονότα μεγάλης κλίμακας, ενώ η διαχείριση του έχει δοθεί σε ιδιωτική εταιρία.

- *Αίθουσα Συμπίεσης*

Η πρώην αίθουσα συμπίεσης με εμβαδόν 475 τ.μ. έχει μεταβληθεί σε αίθουσα πολλαπλών λειτουργιών είτε πολιτιστικών, είτε εταιρικών (σεμινάρια, εκδηλώσεις).

- Αίθουσα Boiler

Η αίθουσα Boiler συνολικού εμβαδού 474 τ.μ., χρησιμοποιείται αποκλειστικά για παραστάσεις λόγω της καλής ακουστικής του. Υπάρχουν καμαρίνια για 60 άτομα, ενώ χαρακτηριστικό είναι ότι ενσωμάτωσαν το βιομηχανικό εξοπλισμό στις λειτουργικές ανάγκες του χώρου (π.χ., η γέφυρα ελέγχου χρησιμοποιείται για τον έλεγχο του ήχου και του φωτισμού).

- Μικρότερες Αίθουσες

Η Αίθουσα του Μηχανοστασίου ή Αίθουσα Τουρμπίνας (203 τ.μ) και η Αίθουσα του Κυλιόμενου Διαδρόμου (266 τ.μ.) χρησιμοποιούνται ως αίθουσες εκδηλώσεων ή παραστάσεων, ενώ και πολλές άλλες αίθουσες χρησιμοποιούνται ανάλογα με τις τρέχουσες ανάγκες.

- Γραφεία Διοίκησης

Η Διοίκηση του CF απέκτησε γραφεία πολύ μετά την έναρξη λειτουργίας του και στεγάζεται σε κοινό χώρο με την εταιρία που εκμεταλλεύεται την αίθουσα του Sea Cable Hall.

- Εστιατόριο

Το εστιατόριο και το παράπλευρο καφέ του συγκροτήματος τα οποία στεγάζονται στην παλιά αίθουσα υψηλής τάσης αποτελούν πολύ σημαντικούς χώρους για τη λειτουργία του CF αφού αποτελούν χώρο συνάντησης, πληροφόρησης, αλλά και λόγο καθημερινής επίσκεψης από το κοινό. Το κλείσιμο του εστιατορίου για μεγάλο διάστημα λόγω οικονομικών προβλημάτων δημιούργησε αυτόματα και προβλήματα στη συνολική λειτουργία του συγκροτήματος.

- Στούντιο - κατοικίες

Τα τελευταία χρόνια έχουν δημιουργηθεί στούντιο – κατοικίες που φιλοξενούν καλλιτέχνες από το εξωτερικό. Τα προγράμματα φιλοξενίας έχουν πολύ μεγάλη ζήτηση και θεωρούνται πετυχημένα ως θεσμός αφού οι ξένοι καλλιτέχνες δίνουν ένα ξεχωριστό στίγμα με την παρουσία τους και το έργο τους στο CF.

γ. Φορείς

Μέχρι τα τέλη του 1990 το CF δεν είχε ένα στρατηγικό σχέδιο διαχείρισης ή ένα όραμα για το μέλλον. Ο δήμος σύστησε ειδική εταιρία διαχείρισης, τη Κτηματική Εταιρία για το CF, το 1992, η οποία λειτουργεί ως κερδοσκοπική εταιρία και διοικείται από 8μελές Διοικητικό Συμβούλιο. Σε αυτό συμμετέχουν κυρίως εκπρόσωποι του Δήμου (ανώτεροι διοικητικοί υπάλληλοι), αντιπρόσωποι των ενοικιαστών, ένας σύμβουλος του Πρωθυπουργού και, τιμητικά, ο σκηνοθέτης Jori Donner, ο οποίος ήταν ο πρώτος που πρότεινε την ιδέα, ηγήθηκε της κίνησης Pro-Kaareli και ήταν και ο πρώτος πρόεδρος του Δ.Σ. Επομένως η πλειοψηφία των μελών είναι δημόσιοι υπάλληλοι, ενώ εκπροσωπούνται με δύο μέλη οι πολιτιστικές εταιρίες και με ένα μέλος οι καλλιτέχνες. Ο ρόλος του Δ.Σ. είναι σύμφωνα με το καταστατικό κυρίως συμβουλευτικός και όχι διοικητικός. Δεν έλειψαν τα προβλήματα κυρίως λόγω διαφωνιών και λανθασμένων επιλογών αλλά γενικά θεωρείται επιτυχημένη πρακτική.

Αναλυτικά οι φορείς οι οποίοι εμπλέκονται με το CF είναι οι εξής (Makela κ.ά.1994, Verwijnen 1996, 1999):

- Πολιτιστικό Γραφείο Δήμου Ελσίνκι

Το Πολιτιστικό Γραφείο του Δήμου υπήρξε ο κύριος φορέας διοίκησης και υποστήριξης της ιδέας, αφού διέκρινε από την αρχή τη θετική προοπτική δημιουργίας μιας ευρύτερης κοινότητας καλλιτεχνών και πολιτιστικών επιχειρήσεων. Υποστήριξε σθεναρά την κίνηση Pro Kaareli και ενθάρρυνε όλους τους ενδιαφερόμενους να μετακομίσουν στο CF. Αν και το Πολιτιστικό Γραφείο δεν έχει επίσημο διοικητικό ρόλο στο συγκρότημα, ελέγχει το Δ.Σ. και τις αποφάσεις, ενώ μέσα από τις επιδοτήσεις καλλιτεχνών, επιχειρήσεων και εκδηλώσεων στο CF επηρεάζει σημαντικά τις εξελίξεις. Συγκεκριμένα επιλέγει τις ομάδες και τους καλλιτέχνες που λαμβάνουν επιδότηση ενοικίου (η οποία αντιστοιχεί στο 1/3 του συνολικού ποσού. Έτσι, αν και επίσημα δεν γίνεται επιλογή των ενοικιαστών και υπάρχει απλά μία λίστα αναμονής, το Πολιτιστικό Γραφείο με τις επιλογές του καθορίζει σημαντικά το προφίλ των ενοικιαστών και κατά επέκταση του CF (συνεντεύξεις L. Makella, R. Ojala). Σήμερα, για την ενοικίαση των χώρων υπεύθυνη είναι η κτηματική εταιρία του Cable Factory (Kiinteisto Oy Kaapelitalo), η οποία ελέγχεται από το δήμο και διοικείται από τον μάνατζερ του CF.

- Μάνατζερ

Η θέση του μάνατζερ – προέδρου του CF έχει ανεξάρτητο χαρακτήρα (αν και ο ορισμός πρέπει να εγκριθεί από το Δ.Σ.) και αφορά διαφορετικές αρμοδιότητες και υποχρεώσεις. Η κύρια πρόκληση της συγκεκριμένης θέσης είναι ότι απαιτεί μία προσεκτική, ίση αντιμετώπιση μεταξύ πολιτιστικού προγραμματισμού και

οικονομικής διαχείρισης. Σύμφωνα με όλες τις συνεντεύξεις, η ισορροπία αυτή είναι το μόνιμο ζητούμενο και το γεγονός ότι έως τότε δεν είχε επιτευχθεί, θεωρήθηκε ως το κύριο πρόβλημα για το μέλλον του εγχειρήματος. Οι μάντζερ που ορίστηκαν προέρχονταν από διαφορετικούς χώρους (ο Jorn Donner είναι σκηνοθέτης, η Auni Paulo είναι γνωστή ηθοποιός και η Marianta Raunilla ήταν πρώην δημόσιος υπάλληλος του Πολιτιστικού Γραφείου) και δεν θεωρήθηκαν όλοι πετυχημένες επιλογές. Σήμερα μάντζερ είναι ο Antti Manninen. Υπήρξαν και περιπτώσεις που η συνεργασία μεταξύ του μάντζερ, του Δ.Σ. και των ενοικιαστών δεν υπήρξε καλή.

- Δίκτυα

Στο πλαίσιο του CF λειτουργούν δύο δίκτυα τα οποία δεν έχουν επίσημο χαρακτήρα και εκπροσωπούν δυο διαφορετικές ομάδες ενοικιαστών. Το πρώτο δίκτυο αφορά τις πολιτιστικές επιχειρήσεις του CF, οι οποίες κατά κύριο λόγο εξαρτώνται από την προσέλευση κοινού και ενδιαφέρονται για την κοινή προβολή τους (ομάδες χορού, μουσικές ομάδες, μουσεία, κ.λπ.). Έχουν έναν εκπρόσωπο στο Δ.Σ. και συναντιούνται μία φορά το μήνα σε ένα κλίμα που, σύμφωνα με την R. Ojala είναι «φιλικό και εντελώς ανεπίσημο». Πρόσφατα ο σύλλογος απέκτησε καταστατικό και επισημοποιήθηκε. Το δεύτερο ανεπίσημο δίκτυο έχει συστηθεί από ανεξάρτητους καλλιτέχνες, φωτογράφους, σχεδιαστές, κ.ά. και επίσης εκπροσωπείται με ένα μέλος στο Δ.Σ. Το δίκτυο έχει το όνομα "Cable Factory Artists" (Kaapelin Taiteilijat) και έχει εκφράσει κατά καιρούς σοβαρά προβλήματα σχετικά με τον ανεπαρκή προγραμματισμό και τη φασαρία. Τα τελευταία χρόνια έχει παραχωρηθεί στο σύλλογο ένας χώρος εκθέσεων που ονομάζεται "Cable Factory Gallery"

- Καλλιτεχνικές Σχολές

Η καλλιτεχνική εκπαίδευση είναι μια από τις δραστηριότητες που χαρακτηρίζουν το CF με πιο σημαντική περίπτωση το Free Art School of Helsinki. Επίσης φιλοξενούνται εργαστήρια της Αρχιτεκτονικής Σχολής του Ελσίνκι, εργαστήρια κεραμικής και αρκετές σχολές που απευθύνονται σε παιδιά (πρωτότυπη ιδέα είναι η σχολή αρχιτεκτονικής για παιδιά).

- Μουσείο Φωτογραφίας, Μουσείο Θεάτρου, Μουσείο Ξενοδοχείων και Εστιατορίων

Τα τρία μουσεία που λειτουργούν στο CF είναι δημόσιου χαρακτήρα και αποτελούν σημαντικό πόλο έλξης των επισκεπτών. Πρόκειται για τρία πετυχημένα μουσεία τα οποία εμπλουτίζουν διαρκώς τις συλλογές τους, γεγονός που τα ώθησε να επεκτείνουν τις εγκαταστάσεις τους και να δημιουργήσουν τελικά αυτόνομες

εισόδους στο ισόγειο. Το γεγονός αυτό προκάλεσε πολλές αντιδράσεις από άλλους χρήστες και οδήγησε κάποιους να αποχωρήσουν.

- Κέντρο Χορού Zodiac

Πρόκειται για μια από τις πιο δραστήριες και γνωστές χορευτικές ομάδες εδάφους (με 15 παραγωγές περίπου το χρόνο) και αποτελεί και την πιο δραστήρια πολιτιστική επιχείρηση του CF. Ιδρύθηκε το 1986 και ήταν μια από τις πρώτες επιχειρήσεις που εγκαταστάθηκαν στο CF, ενώ στα τέλη της δεκαετίας του 1990 απέκτησε και δικό του χώρο παραστάσεων στο κτίριο. Στο CF λειτουργεί επίσης η ομάδα χορού Dance Theatre Jazzpoint.

- Μουσική Ομάδα Avanti

Η ορχήστρα δωματίου Avanti είναι μια εξίσου δραστήρια ομάδα η οποία δραστηριοποιείται στο CF πολλά χρόνια. Ιδρύθηκε το 1983 και δίχως να έχει ένα μόνιμο σχήμα ή μουσική προτίμηση, έχει καταφέρει να καθιερωθεί και να κερδίσει πολλά βραβεία, εντός και εκτός συνόρων.

- Άλλες Πολιτιστικές Επιχειρήσεις

Στο κτίριο λειτουργούν θεατρικές επιχειρήσεις (The Improvisation Theatre of Helsinki, Dance Theatre Hurjaruuth, Physical Art Theater), μια επιχείρηση τεχνολογίας πολυμέσων (AV-Ark), δύο φωτογραφικές επιχειρήσεις, δύο ιδιωτικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί (KISS FM, Radiocity), εταιρίες designer, κ.ά. Ιδιαίτερα σημαντικός είναι ο ρόλος που κατέχει η εταιρία που ενοικιάζει την αίθουσα Sea Cable Hall, αφού με τις επιλογές της και τον προγραμματισμό της επηρεάζει σημαντικά τη λειτουργία του CF. Γενικά όλες οι επιχειρήσεις που λειτουργούν στο CF ταυτίζονται με την εικόνα που προβάλλει προς τα έξω σαν κτίριο, αποκτώντας έτσι μια ιδιαίτερη εταιρική ταυτότητα.

- Εμπορικές Επιχειρήσεις

Στο κτίριο έχουν εγκατασταθεί γυμναστήρια, σχολές πολεμικών τεχνών, ένας σύλλογος πάλης, μια εταιρία σεμιναρίων, κ.ά.

iv. Η σημερινή κατάσταση, εξελίξεις και προοπτικές για το Cable Factory

Η αρχιτεκτονική μελέτη για το κτίριο έγινε με το μέγιστο σεβασμό για τη βιομηχανική κληρονομιά και τον βιομηχανικό εξοπλισμό του κτιρίου, όπως προκύπτει από τις συνεντεύξεις. Με βάση τη μελέτη αυτή, η Εταιρία του CF

επέλεξε και κατάφερε να ανακαινίσει το κτίριο με έναν πολύ χαμηλό προϋπολογισμό, περίπου 9,6 εκατ. ευρώ.

Το Πολιτιστικό Γραφείο κυκλοφόρησε ειδικό τόμο για τη δημιουργία του CF με τίτλο «*Kaapelitehdas taloudelissen ja kulyuurisen muutoksen ilmentajana*» όπου στην αγγλική περίληψη μπορεί να διαβάσει κανείς ένα σύντομο χρονικό και τη λογική που χαρακτηρίζουν το CF.

Το CF μετά από 15 χρόνια συνεχούς λειτουργίας έχει ήδη εισέλθει σε μια πιο ώριμη περίοδο και αποτελεί παράδειγμα για πολλά νέα έργα αυτού του τύπου. Σύμφωνα με τα στοιχεία που υπάρχουν το CF επισκέπτονται πάνω από 250.000 επισκέπτες το χρόνο, αριθμός που αφορά μόνο τις επισκέψεις σε εκδηλώσεις ή οργανισμούς με εισιτήριο. Δεν περιλαμβάνει επομένως τους επισκέπτες που έρχονται απλά για επίσκεψη ή για κάποια ελεύθερη εκδήλωση ή έκθεση. Το γεγονός ότι μέχρι σήμερα δεν έχουν πραγματοποιηθεί μελέτες αξιολόγησης του CF ή καταγραφής των επισκεπτών δημιουργεί σύγχυση σχετικά με την επιτυχία του εγχειρήματος (Addis και Fumagalli, 2005:9). Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία που δημοσιοποιούνται στο website, στο CF εργάζονται (ή έχουν σχέση εργασίας) σήμερα περίπου 900 άτομα (100 καλλιτέχνες, 70 μουσικά συγκροτήματα, κ.λπ.), η πληρότητα αγγίζει το 99% με 320 συμβόλαια σε ισχύ. Τα μικτά οικονομικά κέρδη φτάνουν σε 3,5 εκατ. ευρώ.

Από τα παραπάνω προκύπτουν σημαντικές διαπιστώσεις και συμπεράσματα. Οι εξελίξεις που αναμένεται να καθορίσουν το άμεσο μέλλον σχετίζονται με τον πολιτιστικό προγραμματισμό και την έλλειψη συντονισμού. Η ίδια η εταιρία διαχείρισης αναφέρει ότι οι οργανισμοί και οι επιχειρήσεις του CB λειτουργούν με απόλυτη ανεξαρτησία και παρουσιάζει τη διάσταση αυτή ως ένα από τα κύρια πλεονεκτήματα. Στην πράξη όμως αυτή η ανεξαρτησία μπορεί να λειτουργεί και αρνητικά αφού ουσιαστικά δεν αναπτύσσονται συνεργασίες ή οικονομίες κλίμακας. Η ύπαρξη ενός ξεκάθਾਰου οράματος για το χώρο το οποίο να αποτελεί βάση για το σχεδιασμό του πολιτιστικού προγράμματος παραμένει το κύριο ζητούμενο για όλους όσους εμπλέκονται στο συγκρότημα. Η έλλειψη έγκαιρου και αποτελεσματικού προγραμματισμού έχει δημιουργήσει πολλές φορές σοβαρά προβλήματα στο παρελθόν. Το αποτέλεσμα είναι ο χώρος να μην έχει επισκέπτες τις περισσότερες μέρες και οι εκδηλώσεις να μην είναι συντονισμένες. Το πρόβλημα της έλλειψης συντονισμού μεταξύ των φορέων του CF συνδέεται άμεσα με το παραπάνω θέμα. Οι πολιτιστικές δράσεις των φορέων του CF έχουν αρκετά κοινά στοιχεία. Το νομικό πλαίσιο του CF είναι επίσης ένα σημαντικό πρόβλημα. Η κύρια δραστηριοποίηση της Κτηματικής Εταιρίας του CF σύμφωνα με το καταστατικό είναι η ενοικίαση χώρων στο κτίριο, γεγονός που υποβιβάζει τον πολιτιστικό του χαρακτήρα. Η ίδια η πολιτική ενοικίασης χώρων επίσης είναι

προβληματική, αφού τα ενοίκια διαφοροποιούνται ανάλογα με το αν ο ενοικιαστής είναι εμπορικός ή πολιτιστικός φορέας, χωρίς όμως να υπάρχει μια δεδομένη τιμολογιακή πολιτική. Όποτε ούτε οι ίδιοι οι ενοικιαστές γνωρίζουν τι πληρώνει ο καθένας δημιουργώντας ανάλογες παρεξηγήσεις (συνέντευξη Μ. Raunilla). Τα φτηνά ενοίκια επιτρέπουν σε πολλές μικρές επιχειρήσεις και καλλιτέχνες να επιζήσουν, ενώ σημαντικό είναι και το γεγονός ότι απασχολούνται περίπου 50 άτομα μέσω προγραμμάτων υποστήριξης ανέργων. Τέλος, σχετικά με την επαναχωροθέτηση χρήσεων, έχει εκφραστεί η σκέψη για χρήση του ισογείου αποκλειστικά για τις περιπτώσεις φορέων και εκδηλώσεων που απευθύνονται στο κοινό, ενώ πάγιο αίτημα των μουσείων το οποίο τελικά ικανοποιήθηκε ήταν η δημιουργία αυτόνομων εισόδων.

Τέλος, σημαντικό παράγοντα αποτελούν η δημοσιότητα και οι προωθητικές ενέργειες. Οι εκδηλώσεις, οι παραστάσεις, τα συνέδρια, οι εκθέσεις στα μουσεία, το εστιατόριο του χώρου χρειάζονται συνεχή προβολή για να προσελκύσει επισκέπτες και την προσοχή των μέσων ενημέρωσης. Πολύ σημαντικό στοιχείο για ένα συγκρότημα αυτού του τύπου είναι να δίνει την αίσθηση ότι μόνιμα κάτι συμβαίνει και ότι ο καθένας μπορεί σε μια απρογραμμάτιστη επίσκεψη να βρει μια παράσταση ή έκθεση του ενδιαφέροντος του. Η ιστοσελίδα του CF χρειάζεται απαραίτητα αναβάθμιση, προκειμένου να δίνει πληροφορίες και λεπτομέρειες για όλο το φάσμα δραστηριοτήτων του συγκροτήματος. Γενικά το CF έχει καταφέρει να γίνει γνωστό πέρα από τη Φινλανδία (στην Ελλάδα υπάρχουν σχετικές αναφορές σε περιοδικά όπως το Αθηνόραμα) και αναφέρεται σε τουριστικούς οδηγούς.

Ειδική Βιβλιογραφία για το Cable Factory

- Addis M., Fumagalli M., "What makes cities' marketing policies successful in sustaining contemporary arts and creating social value?", εισήγηση στο 8^ο *Συνέδριο Arts and Cultural Management*, 2-4 Ιουλίου, Montreal 2005.
- The Council of Europe/ERICarts "Finland, Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 6th edition", 2005.
- Cultural Office, *Kultuuri-Helsinki 1997*, Πολιτιστικό Γραφείο του Ελσίνκι, Ελσίνκι 1997
- Klaasen P., "Metropolis: Helsinki" (ολλανδικά), περ. *Viavia*, Φεβρουάριος Άμστερνταμ 1998.
- Landry C., Owen K., "*Helsinki: A living work of art*", Helsinki 1994.
- Landry C., "*Helsinki: Towards a Creative City*", Comedia, Helsinki 1998.

- Makela L., Vuorinen M., Siruala L., *Kaapelitehdas taloudelissen ja kulyuurisen muutoksen ilmentajana* (english summary), Πολιτιστικό Γραφείο του Ελσίνκι, Ελσίνκι 1994.
- Verwijnen J., "The Cable Factory: the story of another kind of interior renovation" στο περ. *Helsinki Interiors*, Ελσίνκι 1996.
- Verwijnen J., *Helsinki's future in an economy of signs and space?*, Αδημοσίευτο άρθρο, Ελσίνκι 1998.

Προσωπικές Συνεντεύξεις

- 12-5-1998, Timo Cantell (Ερευνητής του Helsinki Urban Facts Office)
- 29-5-1998, Laura Makella (Στέλεχος της Πολιτιστικής Διεύθυνσης του Δήμου)
- 3-6-1998, Marjane Kajantie (Διευθύντρια της Πολιτιστικής Διεύθυνσης του Δήμου, μέλος του διοικητικού συμβουλίου του Kaapeli)
- 12-6-1998, Raja Ojala (Διευθύντρια της χορευτικής ομάδας Zodiac, μέλος του διοικητικού συμβουλίου του Kaapeli)
- 12-6-1998, Marianta Raunilla (Διευθύντρια του Kaapeli)
- 13-6-1998, Jan Verwijnen (Καθηγητής UIAH, υπεύθυνος αρχιτέκτονας του Kaapeli)

Πηγές στο Διαδίκτυο

www.kaapelitehdas.fi Η επίσημη ιστοσελίδα του Cable Factory

www.cablefactory.fi Η αγγλική ιστοσελίδα του Cable Factory

www.zodiak.fi Η ιστοσελίδα της ομάδας χορού Zodiac

www.avantimusic.fi Η ιστοσελίδα της μουσικής ομάδας Avanti

www.kulttuuri.hel.fi/index_en.html Η ιστοσελίδα του Πολιτιστικού Γραφείου του Δήμου του Ελσίνκι

Ε. Αυστρία, Βιέννη - Museumsquartier

i. Αυστρία

Η πρόσφατη ιστορία της Αυστρίας σηματοδεύτηκε από την παρακμή της πρώην Αυτοκρατορίας τον 20^ο αιώνα, αλλά και τις συνέπειες του 2^{ου} Παγκοσμίου Πολέμου, οι οποίες ήταν δριμύτατες για τη χώρα. Μετά τη λήξη του πολέμου η εθνική πολιτιστική πολιτική αναλώθηκε κυρίως σε έργα κύρους (μεγάλα φεστιβάλ και θεατρικές παραστάσεις) και δεν δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή στην πολιτιστική παραγωγή. Η πρώτη ολοκληρωμένη πολιτιστική πολιτική άρχισε να εφαρμόζεται ουσιαστικά μετά το 1975

υπό την ευθύνη του Ομοσπονδιακού Υπουργείου Εκπαίδευσης και Τεχνών με κύριο στόχο την πολιτιστική αναβάθμιση των αγροτικών περιοχών και την αναβάθμιση του πολιτιστικού επιπέδου του λαού. Στη δεκαετία του 1980, ο τομέας του πολιτισμού γνωρίζει μια πρωτόγνωρη ακμή με τις δαπάνες στον τομέα να επταπλασιάζονται σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Στα τέλη της δεκαετίας του 1980 άρχισαν οι συζητήσεις για την ιδιωτικοποίηση πολλών τμημάτων του πολιτιστικού τομέα, αφού θεωρήθηκε ότι πολλά μουσεία, φεστιβάλ και καλλιτεχνικοί οργανισμοί είχαν τη δυνατότητα να επιβιώσουν δίχως κρατική βοήθεια. Η πρόσφατη εγκαθίδρυση κυβέρνησης συνασπισμού με συμμετοχή του ακροδεξιού κόμματος έφερε νέες συζητήσεις για περικοπή δαπανών και πιο αποτελεσματική διαχείριση των χρηματοδοτήσεων. Η μεγαλύτερη έμφαση δίνεται πλέον στην ανάπτυξη των πολιτιστικών βιομηχανιών και στη σύνδεση της πολιτιστικής πολιτικής με τον τουρισμό, ενώ αναλυτική περιγραφή των τάσεων της εθνικής πολιτιστικής πολιτικής μπορεί να βρει κανείς στις αντίστοιχες ετήσιες εκθέσεις της Καγκελαρίας (Kunstbericht)³⁸.

Όπως συμβαίνει και στην περίπτωση της Γερμανίας, η δημόσια διοίκηση χαρακτηρίζεται από την αποκεντρωτική τάση σε επίπεδο κρατιδίων και η πολιτιστική πολιτική του λαού του κάθε κρατιδίου συναρτάται με το Υπουργείο της δικής του κυβέρνησης, που είναι σε θέση να κατανοήσει καλύτερα τα συγκεκριμένα προβλήματα της περιοχής. Τα εννέα κρατίδια έχουν τη μεγαλύτερη ευθύνη σε θέματα πολιτιστικού προγραμματισμού³⁹. Αλλά και σε επίπεδο τοπικής αυτοδιοίκησης στα δημοτικά πολιτιστικά γραφεία αντιστοιχούν αρκετές αρμοδιότητες πολιτιστικής πολιτικής.

ii. Η πόλη της Βιέννης

Η Βιέννη είναι η πρωτεύουσα της Αυστρίας με 1.650.000 κατοίκους και αποτελεί, ως μητροπολιτική περιφέρεια, ένα από τα εννιά ομόσπονδα κρατίδια της χώρας. Πρόκειται για μια πόλη με σημαντική ιστορία και παράδοση στις τέχνες και τον πολιτισμό, η οποία σήμερα αναζητά ένα νέο πρόσωπο ως κέντρο τεχνολογικής αριστείας και ως πύλη προς την Ανατολική Ευρώπη. Αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους αστικούς τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως, ενώ άνθηση γνωρίζει και ο τομέας του συνεδριακού τουρισμού στην πόλη. Όπως συμβαίνει και σε άλλες ευρωπαϊκές πόλεις, η Βιέννη διαθέτει πληθώρα προστατευόμενων ιστορικών κτιρίων που δεν επιτρέπουν τις σύγχρονες κατασκευές, με αποτέλεσμα

³⁸ Περισσότερες πληροφορίες μπορούν να αναζητηθούν στο The Council of Europe/ERICarts "Austria, Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 6th edition", 2005

³⁹ (π.χ. η διοργάνωση θεσμών όπως το Salzburg Festival, η Ars Electronica in Linz και το Bregenz Festival είναι υπό την ευθύνη των αντίστοιχων κρατιδίων

να μην μπορεί να αναπτυχθεί επαρκώς η αγορά ακίνητης περιουσίας (De Frantz 2005:57)

Στη διαδικασία αναζήτησης του νέου σύγχρονου ρόλου της, η Βιέννη έχει προχωρήσει σε μια σειρά από έργα ανάπλασης (π.χ. οι περιοχές Erdberger Mais και Guertel West ή η νεόδμητη *Πόλη του Δούναβη – Donau Stadt*) κυκλοφοριακές βελτιώσεις, πολιτικές προώθησης, κ.λπ. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στον πολιτισμό και τον πολιτιστικό τουρισμό, όπου η μουσική και θεατρική παράδοση λειτουργούν σαν συγκριτικά πλεονεκτήματα για την πόλη⁴⁰.

iii. Η Περιοχή Μουσείων Βιέννης

Για τη Βιέννη, αλλά και για ολόκληρη την Αυστρία, το Museums Quartier Wien (Museumsquartier Wien – MQ) αποτελεί το μεγαλύτερο πολιτιστικό έργο των τελευταίων δεκαετιών και σημαντικό στοιχείο της τουριστικής τους προβολής. Η Περιοχή Μουσείων Βιέννης, η οποία ξεκίνησε με πρωτοβουλία του δήμου, λειτούργησε πρώτη φορά το 2001 και σύμφωνα με τους δημιουργούς του πρόκειται για "μία από τις δέκα μεγαλύτερες πολιτιστικές περιοχές στον κόσμο". Καταλαμβάνοντας τους χώρους των πρώην βασιλικών στάβλων πίσω από το Μουσείο Ιστορίας της Τέχνης και Φυσικής Ιστορίας, περίπου είκοσι καλλιτεχνικοί οργανισμοί δημιούργησαν μία ζωντανή δημιουργική περιοχή. Σκοπός του έργου είναι «η προσέλκυση τουριστών και η οικονομική ανάπτυξη, η δημιουργία ενός πολιτιστικού κέντρου για τις γειτονικές περιοχές και η περαιτέρω ενίσχυση της πολιτιστικής εικόνας της πόλης». Το αποτέλεσμα είναι πολύ εντυπωσιακό αφού η ιστορική αυτή περιοχή συγκέντρωσε νέους και παλιούς πολιτιστικούς οργανισμούς σε έναν ενιαίο χώρο με ιδιαίτερες αρχιτεκτονικές παρεμβάσεις (Mayerhoffer 2003).

Η υλοποίηση της ιδέας και η εφαρμογή της συνάντησε σημαντικά προβλήματα και αντιδράσεις, άλλωστε πρόκειται για ένα έργο που ξεκίνησε να συζητείται τη δεκαετία του 1980 και ολοκληρώθηκε μόλις το 2001. Η πρώτη συζήτηση για το χώρο πραγματοποιήθηκε στη Βουλή, όταν κατατέθηκε πρόταση για κατεδάφιση των βασιλικών στάβλων και των γύρω κτιρίων. Στη δεκαετία του 1980 δημιουργείται εταιρία διαχείρισης έργου για την περιοχή με την ονομασία Messepalast Verwertungsgesellschaft (το 1990 μετονομάστηκε σε Messepalast Errichtungsgesellschaft), βάσει μιας δημόσιας κοινοπραξίας με συμμετοχή του δημοσίου και του δήμου της Βιέννης. Ακολούθησαν και πάλι συζητήσεις για μετατροπή της περιοχής σε εμπορικό κέντρο, συγκρότημα ξενοδοχείων ή σε περιοχή μουσείων ενώ αποφασίστηκε και η διακοπή της εμπορικής έκθεσης που γινόταν εκεί επί σειρά χρόνων. Το 1986 ο αρμόδιος ομοσπονδιακός υπουργός

⁴⁰ Σύμφωνα με την βάση δεδομένων αστικού τουρισμού TourMIS για τη Βιέννη ο αριθμός των διανυκτερεύσεων για το 2006 ήταν 10.077.025 εκατ. διανυκτερεύσεις.

προκήρυξε αρχιτεκτονικό διαγωνισμό για την περιοχή, μεταφέροντας έτσι με έντεχνο τρόπο τη συζήτηση από το καυτό πεδίο της πολιτικής συζήτησης στο πιο ουδέτερο πεδίο της συζήτησης για τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό. Ο πρώτος διαγωνισμός δεν ολοκληρώθηκε και επαναπροκηρύχθηκε από την επόμενη κυβέρνηση το 1989 με νικητές αυτή τη φορά τους νέους αυστριακούς αρχιτέκτονες Ortner και Ortner για τη δημιουργία της περιοχής μουσείων. Ένα χρόνο αργότερα η κυβέρνηση εγκρίνει το σχέδιο και δίνει τις σχετικές κατασκευαστικές και πολεοδομικές άδειες (Roodhouse 2006).

Ενώ όλα ήταν έτοιμα για να ξεκινήσει η υλοποίηση, δημιουργήθηκε ένα απροσδόκητο κύμα αντιδράσεων εναντίον της αλλοίωσης της αρχιτεκτονικής ταυτότητας του ιστορικού κέντρου της Βιέννης. Συμμετείχαν γνωστοί ιστορικοί τέχνης, οικολόγοι, αντιπρόσωποι της UNESCO, κ.ά., ενώ μεγάλη υποστήριξη στη κίνηση πολιτών παρείχαν τα τοπικά δεξιά κόμματα. Ακόμα πιο σημαντική υπήρξε η δημοσιότητα που δόθηκε μέσω της λαϊκής (τύπου ταμπλόιντ) εφημερίδα *Kronenzeitung*, η οποία έχει μεγάλη αναγνωσιμότητα σε τοπικό επίπεδο. Χρησιμοποίησε χαρακτηρισμούς όπως «κακοηθές καρκίνωμα» και «μεγαλομανές τέρας». Πολλές κριτικές έγιναν για τον «Πύργο Ανάγνωσης», ένα μνημειακό κτίριο σήμα κατατεθέν που τελικά, αν και ήταν στα αρχικά σχέδια, δεν πραγματοποιήθηκε. Δημιουργήθηκε και αντίστοιχη κίνηση υποστήριξης της ιδέας με εκπροσώπους από τους οικολόγους και τους σοσιαλδημοκράτες και την εφημερίδα *Der Standard* κύριο μέσο υποστήριξης. Το αποτέλεσμα ήταν για ένα μεγάλο διάστημα τα έργα να μην προχωρούν και κανένας πολιτικός δεν ήθελε να επωμιστεί την ευθύνη μιας απόφασης κάτω από τόσο μεγάλες πολιτικές πιέσεις. Με την ολοκλήρωση των έργων οι περισσότερες κριτικές κάμφθηκαν και σήμερα η περιοχή αποτελεί σημείο συνάντησης για τους κατοίκους και τους επισκέπτες (De Frantz, 2005:54).

α. Περιγραφή Περιοχής

Πρόκειται για μια εκτεταμένη περιοχή 60.000 τ.μ. στο ιστορικό κέντρο της πόλης της Βιέννης. Η κεντρικότητα της περιοχής αποτελεί ένα από τα μεγάλα πλεονεκτήματά της αφού πολλές από τις σημαντικές πολιτιστικές υποδομές της πόλης (η Όπερα, το *Kunsthistorisches Museum*, η *Musikverein*, κ.ά.) βρίσκονται σε πολύ μικρή απόσταση. Πολύ κοντά βρίσκονται επίσης τα περίφημα βιεννέζικα καφέ, γκαλερί, η περιοχή *Spittelberg* (η οποία διαθέτει μεγάλο αριθμό εστιατορίων και μπαρ), καθώς και ο κύριος εμπορικός δρόμος της πόλης, η *Mariahilfer Strasse*.

Η περιοχή φιλοξενούσε τους βασιλικούς στάβλους την εποχή της αυτοκρατορίας και αναζητούσε νέα χρήση εδώ και πολλές δεκαετίες. Σήμερα

αποτελεί μία οργανωμένη πολιτιστική περιοχή, με μία μίξη παλιών και νέων κτιρίων, με ειδική διαμόρφωση του δημόσιου χώρου και βοηθητικές εγκαταστάσεις (χώρος διοίκησης, info-point, τουαλέτες, παγκάκια, κ.ά.).

Σύμφωνα με την διαφημιστική εκστρατεία για την προβολή του MQ, πρόκειται «για ένα από τα δέκα μεγαλύτερα πολιτιστικά συγκροτήματα στον κόσμο». Πάνω από όλα όμως είναι μια καινοτομική, κεντρική αστική πολιτιστική περιοχή η οποία θα επηρεάσει σημαντικά τις μελλοντικές συνθήκες. Το MQ ενώνει τα μπαρόκ κτίρια, τη νέα αρχιτεκτονική, τους πολιτιστικούς οργανισμούς διαφορετικών μεγεθών, καλλιτεχνικές τάσεις και υποδομές αναψυχής σε μια ενιαία εντυπωσιακή τοποθεσία (www.mqw.at).

β. Χώροι⁴¹

- *Leopold Museum*

Η συλλογή Leopold είναι μια από τις σημαντικότερες συλλογές παγκοσμίως όσον αφορά την Αυστριακή τέχνη με μία συλλογή που ξεπερνά τα 5.000 κομμάτια. Πρόκειται για ιδιωτική συλλογή η οποία έχει περάσει στην κυριότητα του κράτους με μια διαδικασία η οποία αποδείχθηκε ιδιαίτερα χρονοβόρα λόγω προβλημάτων που προέκυψαν τόσο για το ποσό εξαγοράς της συλλογής όσο και για τη μετέπειτα διαχείρισή της.

- *Κέντρο Αρχιτεκτονικής της Βιέννης (Architekturzentrum Wien)*

Το Κέντρο Αρχιτεκτονικής, το οποίο ξεκίνησε να λειτουργεί το 1993, έχει σαν γενικό αντικείμενο την τεκμηρίωση, την έρευνα και την προβολή όλων των θεμάτων που σχετίζονται με την αρχιτεκτονική και την κατασκευή κτιρίων. Διαθέτει ανοιχτή για το κοινό βιβλιοθήκη και οργανώνει θεματικές εκδρομές στην πόλη σχετικά με την αρχιτεκτονική, την ιστορία της πόλης και την πολεοδομία.

- *MUMOK*

Το Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien (MUMOK) πρωτοάνοιξε το 2001 στο MQ σε ένα κτίριο με ιδιαίτερο αρχιτεκτονικό χαρακτήρα (μοιάζει με μαύρο κύβο). Φιλοξενεί μια συλλογή που αντιπροσωπεύει τις πιο σύγχρονες τάσεις της εικαστικής τέχνης (π.χ., Fluxus, Pop art).

- *KUNSTHALLE Wien*

⁴¹ Οι πληροφορίες για τους χώρους προέρχονται από την ιστοσελίδα www.mqw.at και από τις αντίστοιχες ιστοσελίδες των πολιτιστικών οργανισμών

Η KUNSTHALLE Wien είναι ένας από τους δύο δημοτικούς χώρους εκθέσεων σύγχρονης τέχνης (ο άλλος βρίσκεται στη Karlsplatz) και έχει ένα διεθνή και πειραματικό χαρακτήρα.

- Quartier 21

Το Quartier 21 αποτελεί ξεχωριστή οντότητα στο πλαίσιο του MQ, εξειδικεύεται στη παραγωγή σύγχρονου πολιτισμού και καταλαμβάνει 6.000 τ.μ. Στο πλαίσιο του Quartier 21 δραστηριοποιούνται 40 διαφορετικές μεσαίες και μικρές αυτόνομες πολιτιστικές επιχειρήσεις, ενώ υπάρχει και δυνατότητα διαμονής καλλιτεχνών (κυρίως από το εξωτερικό). Από πλευράς κόστους η λειτουργία του δεν θεωρείται κερδοφόρα (καλύπτονται ωστόσο τα κόστη λειτουργίας), συνολικά όμως θεωρείται παράγοντας επιτυχίας για το MQ συνολικά.

Σήμερα το Quartier 21 αποτελεί έδρα για περιοδικά, εταιρίες δίσκων, καλλιτεχνικές ομάδες, ομάδες δημιουργών κόμικς, φωτογράφους, κινηματογραφικές εταιρίες, κ.λπ. Έχουν δημιουργηθεί δύο θεματικές πλατφόρμες, η πρώτη με την ονομασία "Transeuropa - viewing the exchange of everyday culture in a growing Europe" και η δεύτερη με το όνομα "Electric Avenue", ενώ φιλοξενεί και ένα εστιατόριο/καφέ, ένα βιβλιοπωλείο τέχνης, στούντιο και μία αίθουσα εκδηλώσεων (Ovalhalle).

Έχει καθιερώσει και δύο σημαντικά φεστιβάλ, το ImpulsTanz και το Klangspuren Schwaz. Κατά τη λειτουργία του άλλαξε στόχο και ενώ ξεκίνησε κυρίως ως χώρος εκθέσεων και ανταλλαγής απόψεων, εξελίχθηκε σε χώρο εργασίας καλλιτεχνών με μεγάλη ζήτηση, η οποία στηρίχθηκε σε μεγάλο βαθμό και στο ευέλικτο πλαίσιο ενοικίασης χώρων βάσει διετών συμβολαίων. Από το 2003 έχει ξεκινήσει ένα ειδικό πρόγραμμα φιλοξενίας ξένων καλλιτεχνών από δύο μέχρι έξι μήνες, το Artist in Residence Programme, σε τέσσερα στούντιο-κατοικίες. Έχει καθιερώσει τον θεσμό «Designer του Μήνα» όπου ένα χρηστικό αντικείμενο ή ρούχο πωλείται από το ειδικό κατάστημα του Museumsquartier.

- Tanzquartier Wien

Πρόκειται για ένα νέο οργανισμό που ιδρύθηκε με πρωτοβουλία του Δήμου Βιέννης το 2001 και ασχολείται αποκλειστικά με το σύγχρονο χορό. Διαθέτει ένα χώρο παραστάσεων (την Halle G ο οποίος όμως ενοικιάζεται και σε άλλους οργανισμούς), καθώς και χώρους για τη διδασκαλία θεωρίας, τρεις χώρους για πρόβες και ένα χώρο για πληροφορίες. Διοικείται από ένα ευέλικτο σχήμα με έναν καλλιτεχνικό διευθυντή και ένα διαχειριστικό διευθυντή, ενώ διαθέτει ξεχωριστά τμήματα εκπαίδευσης, παραγωγών, επικοινωνίας, παραστάσεων και εξυπηρέτησης κοινού με αντίστοιχους υπεύθυνους.

- Παιδικό Μουσείο ZOOM

Το Παιδικό Μουσείο Zoom μετεγκαταστήθηκε στο MQ το 2001, εγκαινιάζοντας παράλληλα με τη μόνιμη του έκθεση και έναν νέο χώρο αφιερωμένο στην εικονική πραγματικότητα και τα πολυμέσα, το ZOOMlab. Λειτουργεί επίσης ειδικός χώρος για μικρότερα παιδιά, το ZOOM Ocean, το οποίο είναι μοναδικό στην Ευρώπη αφού περιλαμβάνει μαγικά πλάσματα από το βυθό, πλοία, φάρους, κ.λπ. Τέλος, λειτουργεί καλλιτεχνικό εργαστήριο, καφέ για παιδιά με το όνομα Blaue Pause και χώρος ανάγνωσης με το όνομα Lesbar.

- Νέα Κτίρια

Σήμερα, το MQ δεν θεωρείται ολοκληρωμένο σαν πολιτιστική περιοχή, αλλά συνεχίζει να εξελίσσεται από κάθε άποψη. Αυτή την περίοδο ολοκληρώνεται η κατασκευή ενός νέου κτιρίου με πολύ ιδιαίτερη αρχιτεκτονική, του MQ-WEST ενώ ήδη χρησιμοποιούνται δύο νέοι χώροι εκδηλώσεων, η Halle E και η Halle G.

γ. Φορείς

- Δήμος

Ο δήμος της Βιέννης έχει πολύ σημαντικό ρόλο στην υλοποίηση του έργου του MQW και παρ' όλο που ο ρόλος του δεν είναι ηγετικός αλλά μειοψηφεί στην Εταιρία Διαχείρισης, υποστηρίζει με διάφορους τρόπους τη λειτουργία του. Το 2002 καθιέρωσε ένα χρηματοδοτικό μέσο για την υποστήριξη του τομέα των πολιτιστικών βιομηχανιών στο οποίο υπήρξε μεγάλος αριθμός αιτήσεων και μεγάλος αριθμός τελικών δικαιούχων.

- Εταιρία Διαχείρισης

Ο σχεδιασμός και η λειτουργία του MQ γίνεται από την εταιρία MuseumsQuartier Einrichtungen – u. BetriebsgmbH, η οποία δεν έχει μόνο συντονιστικό ρόλο. Ουσιαστικά κατευθύνει και καθορίζει σε μεγάλο βαθμό το χαρακτήρα και το πρόγραμμα του MQ, ενώ αναλαμβάνει και τη διοργάνωση συγκεκριμένων γεγονότων. Σύμφωνα με το καταστατικό ίδρυσης ο δήμος συμμετέχει σε ποσοστό 25% στην εταιρία και το αυστριακό δημόσιο κατά 75%. Στην εταιρία εργάζονται μόνιμα 33 άτομα. Κύριος σκοπός της εταιρίας είναι να προσφέρει μια ποικιλία επιλογών στον επισκέπτη, ο οποίος όμως να μπορεί να συνδυάσει διαφορετικές επιλογές. Η πρώτη προσπάθεια για κοινή οργάνωση εκδηλώσεων στο πλαίσιο του MQ ήταν η ArtNight το 2003, η οποία διοργανώνονταν κάθε δεύτερη Πέμπτη κάθε μήνα και επέτρεπε την είσοδο σε όλους τους πολιτιστικούς χώρους με 9 Euro. Στη

τιμή περιλαμβάνεται και μία θεματική ξενάγηση με θέμα τα «100 χρόνια τέχνης». Γενικά, η συνεργασία μεταξύ των διαφορετικών πλευρών που συμμετέχουν στο MQ αποτελούν κύριο ζητούμενο και σύμφωνα με την ίδια την εταιρία δεν έχουν ακόμα εξαντληθεί οι σχετικές δυνατότητες.

Η ίδια η περιοχή είναι προσβάσιμη όλο το 24ωρο, αλλά τα ιδρύματα έχουν διαφορετικά ωράρια. Λειτουργεί κοινό εισιτήριο τριών τύπων (MQ Combi Ticket, MQ Art Ticket και MQ Duo Ticket) που επιτρέπουν την είσοδο στα διάφορα ιδρύματα και μουσεία του MQ, ενώ λειτουργεί και δωρεάν τηλεφωνική γραμμή για πληροφορίες. Έχει καθιερώσει επίσης τα καλοκαίρια το "Artnight", ημέρα που τα μουσεία παραμένουν ανοιχτά μέχρι αργά με μειωμένο εισιτήριο.

Πολύ σημαντικό ρόλο η ιστοσελίδα www.mqw.at η οποία δίνει πολύ σημαντικές πληροφορίες και ανανεώνεται σε 24ωρη βάση. Συγκεκριμένα, παρουσιάζει την ιστορία, την αρχιτεκτονική, τις εκδηλώσεις, τους οργανισμούς και χρήσιμες πληροφορίες. Μπορεί όποιος επιθυμεί να γραφτεί συνδρομητής και να λαμβάνει ενημερωτικά e-mail. Λειτουργεί ως portal για τις ίδιες τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς που δραστηριοποιούνται στην ευρύτερη περιοχή, ενώ έχει δημιουργηθεί μια βάση δεδομένων σε συνεργασία με το περιοδικό Falter για εστιατόρια, καφέ, μπαρ και εκδηλώσεις στην ευρύτερη περιοχή, προσθέτοντας έτσι επιπλέον επιλογές στις ήδη υπάρχουσες. Παράλληλα εκδίδει και το περιοδικό MQ Site το οποίο είναι μηνιαίο και κυκλοφορεί ως ένθετο της εφημερίδας Der Standard, αλλά μπορεί κανείς να το διαβάσει και στο διαδίκτυο.

Μία σημαντική καινοτομία που εισάγει η περιοχή των μουσείων είναι ότι απευθύνεται με ξεχωριστά προγράμματα σε παιδιά και έχει δημιουργήσει ειδικό γραφείο για αυτό το σκοπό (wienXtra-kinderinfo). Διαθέτει εξειδικευμένο προσωπικό και μια πληθώρα επιλογών για τα παιδιά, επιτρέποντας έτσι στους γονείς είτε να αφήσουν τα παιδιά τους στη φροντίδα των ειδικών, είτε να δεχθούν συμβουλές για την κατάρτιση ενός ειδικού προγράμματος για τις ανάγκες των παιδιών τους. Πολύ σημαντικός είναι και ο ρόλος του Παιδικού Μουσείου ZOOM και των προγραμμάτων που οργανώνει. Ένας άλλος σημαντικός οργανισμός της περιοχής είναι και το παιδικό θέατρο Dschungelwien, Theaterhaus für junges Publikum.

Από το 2004 η Εταιρία Διαχείρισης έχει συστήσει ειδική υπηρεσία για την ενοικίαση όλων σχεδόν των χώρων του MQ για εκδηλώσεις, εκθέσεις, εταιρικές παρουσιάσεις, κ.λπ. Για το λόγο αυτό έχει εκδώσει ειδικό ενημερωτικό φυλλάδιο με τιμοκατάλογο και πληροφορίες⁴².

- Εκδηλώσεις – Φεστιβάλ

⁴²<http://event.mqw.at/broschuere.php>

Το Φεστιβάλ της Βιέννης το οποίο επανήρθε στην περιοχή αποτελεί το μεγαλύτερο φεστιβάλ του MQ, δεν είναι ωστόσο το μόνο. Ξεκίνησε σαν φεστιβάλ το 1951 και σήμερα αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα φεστιβάλ στην Ευρώπη. Από το 1985 μέχρι το 1997 το Φεστιβάλ χρησιμοποιούσε και τους χώρους όπου σήμερα έχει δημιουργηθεί το MQ, οργανώνοντας 200 παραστάσεις που προσέλκυαν περίπου 400.000 επισκέπτες. Η επιστροφή του Φεστιβάλ στο MQ το 2001 ήταν πολύ σημαντικό γεγονός για την προβολή της περιοχής και την γνωριμία του ευρύτερου κοινού με το MQ.

Πολύ σημαντικά φεστιβάλ που οργανώνονται στο MQ είναι επίσης το Διεθνές Φεστιβάλ Χορού της Βιέννης (Internationale Tanzwochen Wien) και το Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Βιέννης (Viennele). Υπάρχουν πολλές άλλες εκδηλώσεις, όπως το ArtNight, το Rainbow Parade, το Hallamasch Festival, σημαντικές παρουσιάσεις μόδας (long night of fashion show, unit f, boutique gegenalltag), κ.ά. που αποτελούν σημαντικό παράγοντα προσέλκυσης κοινού.

- Πολιτιστικές Επιχειρήσεις

Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις βρίσκονται ουσιαστικά στο επίκεντρο του σχεδιασμού του MQ, βάσει των σχεδιασμών του δήμου, και ωφελούνται από την συνύπαρξη τους δημιουργώντας σημαντικές θετικές εξωτερικές οικονομίες. Αντιπροσωπεύουν μια μεγάλη ποικιλία αντικειμένων και τομέων του πολιτισμού (θέατρο, κινηματογράφος, μουσική, σχέδιο, εικαστικές τέχνες, χορός, νέες τεχνολογίες, ραδιόφωνο, MME, συμβουλευτικές καλλιτεχνικές υπηρεσίες, κ.ά.) με τις περισσότερες να είναι εγκατεστημένες στο Quartier 21.

Οι μικρότερες πολιτιστικές επιχειρήσεις και οργανισμοί αντιμετωπίζουν τις μεγαλύτερες δυσκολίες επιβίωσης. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση μικρότερων καλλιτεχνικών οργανισμών όπως η Depot, η Public Netabase και η Basis Wien. Οι δύο πρώτες δεν μπόρεσαν να παραμείνουν στην περιοχή λόγω οικονομικών δυσκολιών. Η Basis Wien, ένα κέντρο τεκμηρίωσης για τον εικαστικό τομέα που ιδρύθηκε το 2002 και χρηματοδοτείται αποκλειστικά από ευρωπαϊκά και κρατικά προγράμματα, βρέθηκε σε δύσκολη οικονομική θέση λόγω καθυστερήσεων σε αποπληρωμές. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την προσωρινή εκδίωξη της από την περιοχή από την εταιρία διαχείρισης, ωστόσο μετά από ένα χρόνο επέτρεψε την επιστροφή της (Roodhouse 2006:56). Επίσης λειτουργούν οι παρακάτω πολιτιστικές επιχειρήσεις και οργανισμοί:

- ο Electric Avenue
- ο Institut fünfhaus
- ο MEDIENQUARTIER21
- ο Monochrom

- Quintessenz
- SPOILER
- Transeuropa
- A9-forum transeuropa
- FOUND FOR YOU
- Kiesler-Zentrum Wien
- KulturKontakt Austria
- Polyklamott
- Kulturbüros
- -> AICA
- Büro für Kulturvermittlung
- Culture2Culture
- DUB
- EIKON
- ImPulsTanz
- Klangspuren
- MKA
- Schlebrügge.Editor
- Springerin
- Galerienverband
- Ovaltrakt
- Math.space

Πολλές από τις πολιτιστικές επιχειρήσεις έχουν εγκατασταθεί στο MQ λόγω του προγράμματος επιχορηγήσεων που υπάρχει, αλλά και των πολλών τρόπων χρηματοδότησης του κύκλου εργασίας τους μέσα από ειδικά προγράμματα (π.χ., πολιτιστικά προγράμματα για την ένταξη των μεταναστών). Οι παροχές που προσφέρει το MQ και η κοινή προβολή τους λειτουργεί ως προστιθέμενη αξία για τις δραστηριότητές τους.

iv. Η σημερινή κατάσταση, εξελίξεις και προοπτικές για το Museumsquartier

Ο μικρός χρόνος λειτουργίας του και οι ιδιαιτερότητες του καθιστούν μια ασφαλή αξιολόγηση για την περίπτωση του Museumsquartier της Βιέννης παρακινδυνευμένη. Το κόστος του εγχειρήματος ανήρθε στα 145,34 εκατ. Ευρώ, εκ των οποίων τα 116,28 εκατ. διέθεσε η Αυστριακή Κυβέρνηση και τα 29,07 εκατ. Ευρώ ο Δήμος της Βιέννης. Πρόκειται επομένως για μια δημόσια πρωτοβουλία, όπως άλλωστε και η λειτουργία της Εταιρίας Διαχείρισης ελέγχεται

από δημόσιους φορείς. Ο υπολογισμός των εργαζομένων στο MQ είναι δύσκολος με δεδομένο ότι όλοι οι οργανισμοί και οι επιχειρήσεις λειτουργούν αυτόνομα χωρίς να δίνουν στοιχεία στην Εταιρία Διαχείρισης. Σύμφωνα με εκτίμηση της Katrin Mayer, υπεύθυνης μάρκετινγκ και δημοσίων σχέσεων της Εταιρίας Διαχείρισης, όλοι μαζί οι εργαζόμενοι είναι περίπου 500.

Σύμφωνα με στοιχεία που απέστειλε η διοίκηση την περιοχή επισκέπτονται περίπου 2,5 εκατ. επισκέπτες ετησίως, περίπου 7.700 επισκέπτες ημερησίως δηλαδή. Στοιχεία σχετικά με την εποχικότητα των επισκέψεων δεν υπάρχουν, ωστόσο αναφέρεται η έντονα πτωτική τάση το καλοκαίρι (για την οποία έχει σχεδιαστεί ειδική διαφημιστική προβολή με τίτλο MQ Sommer). Τα μουσεία της περιοχής δέχονται περίπου 1,1 εκατ. επισκέπτες (1,08 εκατ. το 2002 και 1,095 εκατ. το 2003). Το πιο πρόσφατο δελτίο τύπου δίνει μία πιο αισιόδοξη εικόνα: 3,2 εκατ. άτομα επισκέφτηκαν το MQ το 2006, όπου περιλαμβάνεται και ο παρακάτω πίνακας.

Πίνακας 6: Στοιχεία Επισκεψιμότητας

Οργανισμός	01.01. έως 31.12.2003 (Πηγή: Στοιχεία οργανισμών MQ και της εταιρίας MQ E&B)	01.01. έως 31.12.2004 (Πηγή: Στοιχεία οργανισμών MQ και της εταιρίας MQ E&B Kunsthalle Wien laut APA)	01.01. έως 31.12.2005 (Πηγή: Στοιχεία οργανισμών MQ και της εταιρίας MQ E&B; Kunsthalle Wien laut APA)
Κέντρο Αρχιτεκτονικής Βιέννης	50.000	60.000	56.560
Dschungel Wien		21.990 (Οκτ - Δεκ.)	36.000
Halle E+G (χωρίς τις εκδηλώσεις του Tanzquartier)	115.000	102.500	86.100
Kunsthalle Wien MQ	170.000	172.000	146.757
Leopold Museum	350.000	261.000	340.000
MUMOK	125.412	186.322	186.000
Tanzquartier Wien	περίπου 40.100	41.300	44.655
wienXtra-kinderinfo	41.426	42.721	39.047
Παιδικό Μουσείο ZOOM	101.000	111.000	107.000
Ξεναγήσεις στο MQ	1.923	3.377	1.052
quartier21 (σύν. επισκεπτών στις εκδηλώσεις)	84.100	139.429	151.798
Σύνολο	περίπου 1.078.961	περίπου 1,141.639	περίπου 1.194.969

Πηγή: MQ Presseinfo 2006, στοιχεία από Katrin Myer

Η Μελέτη Ικανοποίησης Επισκεπτών που πραγματοποιήθηκε το Μάιο του 2004 περιλάμβανε σημαντικά στοιχεία για την επιτυχία του εγχειρήματος. Τα σημαντικότερα συμπεράσματα της έρευνας αφορούν το προφίλ των επισκεπτών: οι

πιο τακτικοί επισκέπτες είναι κυρίως νέοι με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης, ενώ ο μέσος όρος είναι τα 35 έτη. Ωστόσο το 43% των επισκεπτών είναι μεταξύ 20-29 ετών, γεγονός που δείχνει την τάση ολοένα και μικρότερες ηλικίας να μονοπωλούν το χώρο. Ένα άλλο ενδιαφέρον συμπέρασμα αφορά τη συμβολή του MQ στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού: το 10% των τουριστών ανέφεραν το MQ ως τον πρωτεύοντα λόγο για την επίσκεψή τους στη Βιέννη, ενώ το 59% το ανέφεραν ως σημαντικό στοιχείο προσέλκυσης στην πόλη. Από το σύνολο των ερωτώμενων, το 28% δήλωσε πως επισκέπτεται το χώρο πρώτη φορά και στην ερώτηση πώς έμαθαν για την ύπαρξη του MQ η πλειοψηφία απάντησε ότι το πρωτοέμαθε είτε μέσω φίλων είτε από ταξιδιωτικό οδηγό. Πολύ σημαντικό γεγονός θεωρείται το υψηλό ποσοστό ικανοποίησης από το MQ το οποίο αγγίζει το 89%.

Τέλος, σημαντική είναι η μελέτη που παραδόθηκε το 2004 με τίτλο «Untersuchung des Ökonomischen Potenzials der Creative Industries in Wien» την ευθύνη της οποίας είχαν οι οργανισμοί Kulturdokumentation, W.I.F.O. και Mediacult⁴³. Η μελέτη πραγματοποιήθηκε ύστερα από παραγγελία του Δήμου Βιέννης, του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου της πόλης και του Κινηματογραφικού Κέντρου Βιέννης και, αν και δεν αφορά αποκλειστικά το MQ, δίνει σημαντικά στοιχεία για τα χαρακτηριστικά των πολιτιστικών επιχειρήσεων της πόλης, την τάση για συγκέντρωσή τους (clustering) και την αντίστοιχη πολιτική του δήμου.

Λόγω της πρόσφατης λειτουργίας του MQ, είναι δύσκολο να γίνει κριτική αξιολόγηση και δεν υπάρχει σχετική αρθρογραφία. Δεν έχουν εκπονηθεί σημαντικές μελέτες ή εργασίες αποκλειστικά για το MQ και τη λειτουργία του, ενώ χαρακτηριστικό είναι ότι οι περισσότερες δημοσιεύσεις αναπαράγουν τις - μάλλον υποκειμενικές - απόψεις της Εταιρίας Διαχείρισης.

Μία πρώτη κριτική γίνεται από τον Evans στο βιβλίο *Cultural Planning, An Urban Renaissance?* και στο άρθρο «Hard-Branding the Cultural Cities: From Prado to Prada», ο οποίος αναφέρει ότι δεν υπάρχει ομοιογένεια ή σύνδεση με την ιστορικότητα της περιοχής και συνυπάρχουν έτσι μοντερνιστικά κυβικά κτίρια εκθέσεων με παραδοσιακά μουσεία και τους βασιλικούς στάβλους. Κάνει δε ιδιαίτερη αναφορά στη φράση του φυλλαδίου του MQ όπου το έργο χαρακτηρίζεται ως “Εμπορικό Κέντρο Πολιτισμού” ή στα αγγλικά “Shopping Mall for Culture” (Evans 2003:427). Στο βιβλίο του ο συγγραφέας αφιερώνει δύο σελίδες στη Βιέννη ασκώντας κριτική στον τρόπο χρηματοδότησης πολιτιστικών πρωτοβουλιών από δημόσιες και ιδιωτικές συμπράξεις και την εξάρτηση του MQ από την ιδιωτική χρηματοδότηση⁴⁴. Ισχυρίζεται ότι το MQ αναπτύσσεται κυρίως με βάση την

⁴³ Σημ. Πρόκειται για τρεις γνωστούς αυστριακούς οργανισμούς με διεθνή αναγνωρισιμότητα, οι οποίοι δραστηριοποιούνται σε θέματα έρευνας και ανάλυσης που σχετίζονται με την πολιτιστική πολιτική

⁴⁴ Ο συγγραφέας κάνει ιδιαίτερη αναφορά στην αποτυχία του καλλιτεχνικού προγράμματος Echotek που απευθυνόταν στους νέους τουρκετικής προέλευσης λόγω εσφαλμένων προβλέψεων και ελλιπούς προγραμματισμού.

οικονομική λογική των μεγάλων επιδοτήσεων και όχι λόγω της μεγάλης συγκέντρωσης ιδιωτικών κεφαλαίων (Evans 2001:220).

Ένα άλλο πρόβλημα που αναφέρεται τόσο από τον Evans όσο και από τις αυστριακές εφημερίδες είναι η άρνηση χρηματοδότησης από τις αυστριακές αρχές δύο πολύ σημαντικών πολιτιστικών οργανισμών, της Public Netbase και της the depot, αποτρέποντάς τις να εγκατασταθούν στο MQ όπως είχαν σχεδιάσει. Οι δύο αυτοί οργανισμοί ασκούν έντονη κριτική στη λαϊκή ακροδεξιά αυστριακή κυβέρνηση και δεν ήταν λίγοι αυτοί που θεώρησαν προσχηματική την επίσημη δικαιολογία για την ουσιαστική εκδίωξή τους από το MQ, ότι δηλαδή έπρεπε να δοθεί ώθηση σε νέους επιχειρηματίες και οργανισμούς και όχι σε καθιερωμένους πολιτιστικούς οργανισμούς (Evans 2001:220, 2005:427).

Ενδιαφέρον έχει ο τρόπος με τον οποίο αναλύει η Monika de Frantz τη σχέση του MQ με τη στρατηγική μάρκετινγκ της Βιέννης και την εικόνα της πόλης. Η χρήση της νέας αρχιτεκτονικής στην περιοχή έρχεται να προσδώσει την εικόνα μιας «σύγχρονης πόλης» στην ήδη καθιερωμένη εικόνα της «πανέμορφης ιστορικής πόλης». Η συμβολική σημασία του MQ είναι πολυσήμαντη για την πόλη και αποτελεί έργο-ναυαρχίδα με διεθνή ακτινοβολία και προβολή, όπως αντίστοιχα λειτουργούν το μουσείο Guggenheim στο Μπιλμπάο ή η Potsdamerplatz στο Βερολίνο (De Frantz 2005:54-57). Τέλος, ιδιαίτερη αναφορά στην περίπτωση του MQ κάνει ο Simon Roodhouse, θεωρώντας το ιδιαίτερη περίπτωση. Και αυτός παρουσιάζει ως κύριο παράγοντα την «αυτοκρατορική» δημόσια χρηματοδότηση σε μια εποχή που στις περισσότερες χώρες αυτό δεν συνηθίζεται.

Οι κύριες διαπιστώσεις στην περίπτωση του MQ είναι οι εξής: Πρώτον, ο κύριος παράγοντας που διαφοροποιεί το MQ από τις προηγούμενες περιπτώσεις είναι το γεγονός ότι πρόκειται για μια περιοχή με ιστορική κληρονομιά, δίχως καθόλου κατοικία, σε μια πόλη που βασίζεται στον πολιτιστικό τουρισμό. Για να μην υπερισχύσει η εικόνα μιας περιοχής μουσείων όπως είναι η Νήσος των Μουσείων στο Βερολίνο, δημιουργήθηκε το Quartier 21 που αποσκοπεί στις νέες πολιτιστικές επιχειρήσεις. Δεύτερον, πρόκειται για μία πολιτιστική περιοχή που μόλις ξεκίνησε να λειτουργεί και η επιτυχία της είναι δύσκολο να αποτιμηθεί με δεδομένο ότι βρίσκεται ακόμη στη φάση της ανάπτυξης. Τρίτον, η μίξη των δραστηριοτήτων και των καλλιτεχνικών στυλ παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον, αφού δε συναντάται σε αυτό το βαθμό στις προηγούμενες περιπτώσεις. Τέλος, ο διεθνής προσανατολισμός του MQ είναι άλλο ένα χαρακτηριστικό που δίνει ένα διαφορετικό στίγμα στη περιοχή.

Ειδική Βιβλιογραφία για τη Βιέννη

- De Frantz M., «From Cultural Regeneration to Discursive Governance: Constructing the Flagship of the 'Museumsquartier Vienna' as a Plural Symbol of Change» στο *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol 29. nr 1 p. 50-66 March,, London 2005.
- Evans G., *Cultural Planning: An Urban Renaissance?*, Routledge, London 2001.
- Evans G., "Hard-Branding the Cultural Cities: From Prado to Prada" in *International Journal of Urban and Regional Research* Vol 27. nr 2 p. 417-440 June, London 2003.
- Mayerhoffer E., Creative Industries – Mehr als Eine Politische requisite?, Creative Industries, Cultural Districts und das Wiener Museumquartier, Ein Internationaler Vergleich, Κείμενο δημοσιευμένο στο διαδίκτυο <http://www.fokus.or.at/paper%20mayerhofer.pdf> , Βιέννη 2002.
- Kulturdokumentation, W.I.F.O., Mediacult, "Untersuchung des Oekonomischen potenzials der Creative Industries in Wien", Μελέτη Δήμου Βιέννης, Βιέννη 2004.
- Mommaas H., *Cultural Clusters and the Post-Industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy in Urban Studies*, Vol. 41, No 3, 507-532 March 2004.
- MuseumsQuartier Wien, *Press Information Kit*, Wien July 2004.
- Roodhouse S., *Cultural Quarters, Principles and Practices*, Intellect, London 2006.

Συνέντευξη

- Katrin Mayr, Υπεύθυνη Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας (μέσω ηλ. Αλληλογραφίας)

Πηγές στο Διαδίκτυο

www.mqw.at Η επίσημη ιστοσελίδα του Museumsquartier Wien

www.tqw.at Η ιστοσελίδα του Tanzquartier

www.quartier21.mqw.at Η ιστοσελίδα του quartier 21

www.halleneg.at Πληροφορίες για τα νέα κτίρια Halle E και G

www.mumok.at Ιστοσελίδα του οργανισμού MUMOK

www.wien.gv.at Πληροφορίες για το δήμο της Βιέννης

3. Συμπεράσματα από τις περιπτώσεις εξωτερικού

Παρά το μεγάλο αριθμό παραδειγμάτων πολιτιστικών περιοχών ή περιπτώσεων πολιτιστικής συγκέντρωσης, η σχετική επιστημονική αρθρογραφία

και βιβλιογραφία είναι πάρα πολύ περιορισμένη. Είναι χαρακτηριστικό ότι κατά την ολοκλήρωση της συγγραφής της παρούσας διατριβής κυκλοφόρησε για πρώτη φορά ένα βιβλίο για το συγκεκριμένο αντικείμενο στη Μ. Βρετανία με τίτλο «Cultural Quarters», ενώ την ίδια εποχή εμφανίζεται και όρος στην ελληνική βιβλιογραφία (βλ. Κόνσολα 2006, Γοσποδίνη 2006). Βεβαίως υπήρχαν εξειδικευμένες μελέτες σκοπιμότητας και στρατηγικές μελέτες, καθώς και σχετικά άρθρα που έχουν δημοσιευτεί σε διεθνή περιοδικά τη δεκαετία του 1990. Οι προσπάθειες συγκριτικής παρουσίασης πολιτιστικών περιοχών σχεδόν απουσιάζουν: τα επιστημονικά άρθρα που επιχειρούν σχετικές συγκρίσεις, βλ. Montgomery 2003, Mommaas 2004, McCarthy 2005, περιορίζονται στη σύγκριση ορισμένων περιπτώσεων σε εθνικό επίπεδο – σε Αγγλία, Ολλανδία, Σκωτία αντίστοιχα - και δεν προχωρούν σε συνολική σύγκριση.

Διαφαίνεται η ανάγκη για επιστημονική υποστήριξη ενώ η αναζήτηση βέλτιστων πρακτικών αποτελεί στόχο για πολλές πόλεις. Σε αρκετές περιπτώσεις παρατηρούμε ότι τα πετυχημένα παραδείγματα πολιτιστικών περιοχών αντιγράφονται, αφού θεωρούνται βέλτιστες πρακτικές. Στην περίπτωση του Tilburg οι νέες δυνατότητες που προσφέρει στην πόλη το VMK έγινε αντιληπτό με αποτέλεσμα τόσο οι πόλεις της περιφέρειας όσο και άλλες ολλανδικές πόλεις να αναζητήσουν παρόμοιους τρόπους ανάπτυξης πολιτιστικών υποδομών⁴⁵. Αλλά και η περίπτωση του Cable Factory θεωρείται από τις πλέον επιτυχημένες και χρησιμοποιείται πολύ συχνά σαν υπόδειγμα, τόσο στο Ελσίνκι⁴⁶, όσο και σε άλλες πόλεις.

Η καταγραφή που πραγματοποιείται στο παρόν κεφάλαιο έχει ξεκινήσει από το 1997⁴⁷ και βασίζεται σε μεγάλο μέρος και σε προσωπική επιτόπια έρευνα. Αποτελεί μία πρώτη προσπάθεια καταγραφής διαφορετικών πρακτικών με ιστορικά, οργανωτικά, πολιτιστικά, θεσμικά, χωρικά και οικονομικά χαρακτηριστικά που αποκλίνουν σημαντικά μεταξύ τους. Η περαιτέρω καταγραφή περιπτώσεων εκτός των πέντε κύριων, αν και σε καμία περίπτωση δεν αποτελεί εξαντλητική καταγραφή των σημαντικότερων περιπτώσεων μελέτης (αυτό θα ήταν δυνατό μόνο στα πλαίσια μιας πολυάριθμης διακρατικής ερευνητικής ομάδας), προσφέρει

⁴⁵ Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της πόλης του Άιντχοβεν, που έχει καταφέρει να αντιστρέψει την αρνητική εικόνα που επικρατούσε για αυτήν, αναπτύσσοντας πολιτιστικές υποδομές με έμφαση στο design (όταν αντίστοιχα το Τίλμπουργκ έδωσε έμφαση στη μουσική). Η Ακαδημία Design της πόλης έχει ιδιαίτερα σημαντική επιρροή σε παγκόσμιο επίπεδο – αξιολογήθηκε ως ο τέταρτος πιο σημαντικός παράγοντας στον κόσμο στον κλάδο – και έχει συμβάλει πολύ στην αναγέννηση της πόλης. Πλέον όλες οι πόλεις της περιφέρειας του Noord Brabant συνεργάζονται στον τομέα αυτό βάσει κοινού σχεδιασμού (βλ. Mommaas et al 2006). Την τάση αυτή έχουν ακολουθήσει και άλλες ολλανδικές πόλεις μεσαίου μεγέθους, όπως το - νεόκτιστο σε εκχερσωμένη γη - Almere και το Enschede, το οποίο προσπαθεί να αναπτύξει δύο εξειδικευμένες πολιτιστικές περιοχές για τις εικαστικές τέχνες και την μουσική.

⁴⁶ Πρόσφατα εγκαινιάστηκε ένας παρόμοιος βιομηχανικός χώρος στην πόλη, το Cultural Factory Korjaamo (βλ. www.korjaamo.fi).

⁴⁷ Κατά τη διάρκεια των μεταπτυχιακών σπουδών είχα την ευκαιρία να συναντήσω και να καταγράψω διαφορετικές περιπτώσεις πολιτιστικών περιοχών και πολιτιστικών πρωτοβουλιών σε επίπεδο πόλης, μέρος από τις οποίες χρησιμοποιώ και στο παρόν διδακτορικό.

μια πληρέστερη εικόνα της ποικιλομορφίας περιπτώσεων που εμφανίζονται τα τελευταία χρόνια σε όλο τον κόσμο. Χαρακτηριστικό είναι επίσης ότι σε επίπεδο στρατηγικής δεν μπορούμε να ανιχνεύσουμε σημαντικές διαφορές μεταξύ των Ευρωπαϊκών περιπτώσεων και αυτών της Βόρειας Αμερικής, αν και οι διαφορές όσον αφορά το χρηματοδοτικό καθεστώς και το ρόλο της τοπικής αυτοδιοίκησης είναι σημαντικός⁴⁸.

Παρακάτω παρουσιάζονται ορισμένα πρώτα συμπεράσματα από την εξέταση των περιπτώσεων μελέτης:

I. Βασικά Χαρακτηριστικά

Το κύριο πρόβλημα στη διεθνή βιβλιογραφία είναι ότι ο αριθμός των περιπτώσεων που εξετάζεται εκτενώς είναι μικρός με αποτέλεσμα να είναι δύσκολο να καταλήξει κανείς σε ασφαλή συμπεράσματα. Από τις μελέτες περιπτώσεων διαφαίνεται η ποικιλομορφία των περιπτώσεων και το γεγονός ότι οι πολιτιστικές περιοχές μπορεί να προκύψουν κάτω από εντελώς διαφορετικές διαδικασίες. Πολλές φορές η διαδικασία ανάπτυξης τους περνάει διαφορετικές φάσεις και απαιτείται η λήψη αποφάσεων κατά την εξέλιξή τους. Επομένως οι αντίστοιχες στρατηγικές βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στη διαδικασία μάθησης και στον αυτοσχεδιασμό. Μέχρι σήμερα δεν έχει προκύψει κάποιο στρατηγικό μοντέλο για την ανάπτυξη μιας πολιτιστικής περιοχής ούτε και μπορεί να αναγνωριστεί μια κυρίαρχη τάση. Για να καταρτιστεί κάποιο μοντέλο θα πρέπει να προσδιοριστεί πρωτίστως ποιος είναι ο στόχος της δημιουργίας μιας πολιτιστικής περιοχής, κάτι που δεν είναι αυτονόητο. Με τη σημερινή έννοια και τα χαρακτηριστικά που τους αποδίδονται έχουν άλλωστε μικρή ιστορία. Οι διαφορές που υπάρχουν στα βασικά χαρακτηριστικά (σκοπός, μέγεθος, είδος πολιτιστικής δραστηριότητας, μίξη με άλλες χρήσεις, τουριστικός χαρακτήρας) δημιουργούν εξ αρχής την ανάγκη για μία ιδιαίτερη κατηγοριοποίηση.

Οι σκοποί της δημιουργίας μιας πολιτιστικής περιοχής διαφέρουν κατά περίπτωση και οδηγούν σε μία πρώτη κατηγοριοποίηση. Οι πολιτιστικές περιοχές μπορεί να στοχεύουν:

A) Στην τόνωση της τοπικής οικονομίας και την αύξηση της απασχόλησης, όπως στις περιπτώσεις του Tilburg ή του Σέφιλντ .

B) Στην αποτελεσματική τουριστική προώθηση μιας πόλης, με χαρακτηριστική περίπτωση αυτήν του Museumsquartier το οποίο στοχεύει κυρίως στη διεθνή εικόνα της Βιέννης. Η απόφαση για τη δημιουργία και στήριξη του λήφθηκε σε

⁴⁸ Στο σημείο αυτό είναι χρήσιμο να επισημανθεί ότι η σχετική βιβλιογραφία, η πιο χαρακτηριστική περιγραφή για τις στρατηγικές των πολιτιστικών περιοχών των ΗΠΑ πραγματοποιείται από τους Brooks and Kushner (2000). Τόσο η φρασεολογία όσο και η κατηγορίες που χρησιμοποιούν για να περιγράψουν τις σχετικές πρακτικές δεν διαφέρουν πολύ από τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές (Montgomery 2003, Mommaas 2004, Greffe 2005, Roodhouse 2006).

υψηλό πολιτικό επίπεδο και συνοδεύτηκε από ιδιαίτερα γενναιόδωρη δημόσια χρηματοδότηση. Ανάλογη περίπτωση είναι και το Temple Bar το οποίο αποτελεί πρωτίστως τουριστικό αξιοθέατο του Δουβλίνου. Πιο σύνθετες είναι περιπτώσεις όπως αυτή του Βερολίνου και των περιοχών Mitte και Prenzlauer Berg, όπου η τουριστική προβολή δεν ήταν ο πρωταρχικός σκοπός .

Γ) Στην επανάχρηση απαξιωμένων βιομηχανικών κτιρίων ή την ανάπλαση παράκτιων μετώπων, όπως το Cable factory και το Northern Quarter.

Δ) Σε ορισμένες περιπτώσεις οι σκοποί μπορεί να αφορούν τις ιδιαίτερες συνθήκες κάθε πόλης. Για παράδειγμα, μπορούν να αφορούν την προώθηση της αρχιτεκτονικής δημιουργίας (περίπτωση Ρότερνταμ), την ανάπτυξη της κατοικίας, την υποστήριξη της τοπικής καλλιτεχνικής σκηνής (π.χ., περίπτωση ανάπτυξης εικαστικής σκηνής στο Mitte), κ.ά.

Βεβαίως, μία πολιτιστική περιοχή μπορεί να εξυπηρετεί πολλαπλούς στόχους ή να μην έχει εξαρχής διατυπωμένους στόχους. Επίσης φυσιολογικό είναι οι στόχοι να μεταβάλλονται ή να αναθεωρούνται κατά τη διάρκεια λειτουργίας. Η περίπτωση του Northern Quarter χαρακτηρίζεται από την αλλαγή στόχων και λειτουργίας μετά το 2000 και την εμπλοκή του Δήμου. Με ξεχωριστό τρόπο, ανάλογα με τις τοπικές συνθήκες, καθορίζεται και το πολιτιστικό πρόγραμμα, η προβολή και ο τρόπος συνεργασίας.

II. Οργανωτική Δομή

Μία από τις βασικότερες παραμέτρους που διαφοροποιούν τις πολιτιστικές περιοχές μεταξύ τους είναι η οργανωτική δομή. Στις περισσότερες περιπτώσεις η λειτουργία συλλόγων, κτηματικών εταιριών, εταιρικών σχημάτων τοπικών επιμελητηρίων, δημοτικών επιχειρήσεων, συμπράξεων δημοσίων και ιδιωτικών φορέων, καθορισμός διοικητικών συμβουλίων κ.ά., είναι καθοριστική για την επιτυχία μιας στρατηγικής ανάπτυξης μιας πολιτιστικής περιοχής. Στην περίπτωση του συλλόγου του Northern Quarter στο Manchester, υπάρχει μια εκλεγμένη ομάδα ατόμων της περιοχής με σκοπό να προωθήσουν την ανάπτυξη της περιοχής και ταυτόχρονα να προστατέψουν τον ιδιαίτερο χαρακτήρα της. Ο σύλλογος λειτουργεί ως μηχανισμός πίεσης προς το δημοτικό συμβούλιο, συνεργάζεται με το πανεπιστήμιο της πόλης και λειτουργεί σαν μηχανισμός προώθησης και διαφήμισης της περιοχής. Δίχως να λείπουν τα προβλήματα, ο σύλλογος αυτός μπορεί να θεωρηθεί άριστη πρακτική και να υιοθετηθεί και σε ελληνικές περιπτώσεις, όπου οι αλληλοσυγκρουόμενες αρμοδιότητες των κρατικών και δημοτικών φορέων δεν επιτρέπουν το σχεδιασμό και την επίλυση θεμάτων.

Κεντρικό θέμα σε όλες τις περιπτώσεις είναι ο πολιτιστικός προγραμματισμός η σχετική ανεξαρτησία των πολιτιστικών επιχειρήσεων και

οργανισμών που συμμετέχουν. Στην περίπτωση του Τίλμπουργκ η ίδια η δημοτική αρχή δέχθηκε ότι η δυναμική ανάπτυξη της περιοχής προϋποθέτει ότι οι καλλιτέχνες και οι επιχειρήσεις θα λειτουργούν ανεξάρτητα και αυθόρμητα. Ενώ στην περίπτωση αυτή αυτό λειτούργησε θετικά, στο Cable Factory η έλλειψη ηγεσίας ή οράματος έχει δημιουργήσει πρόβλημα. Η ίδια η εταιρία διαχείρισης αναφέρει ότι οι οργανισμοί και οι επιχειρήσεις του CF λειτουργούν με απόλυτη ανεξαρτησία και παρουσιάζει τη διάσταση αυτή ως ένα από τα κύρια πλεονεκτήματα. Στην πράξη όμως αυτή η ανεξαρτησία μπορεί να λειτουργεί και αρνητικά αφού ουσιαστικά δεν αναπτύσσονται συνεργασίες ή οικονομίες κλίμακας. Ο προγραμματισμός των εκδηλώσεων και των προωθητικών ενεργειών μιας πολιτιστικής περιοχής έχει ιδιαίτερη βαρύτητα, όπως επίσης και τα πρόσωπα που καλούνται να αποφασίσουν ή να συντονίσουν.

Στο Μάντσεστερ, τα τελευταία τέσσερα χρόνια οι εξελίξεις όσον αφορά το σχήμα διοίκησης είναι ραγδαίες. Αρχικά, μια σειρά από συναντήσεις του Δημοτικού Συμβουλίου, του NQA και φορέων της περιοχής οδήγησε σε μια επαναδιαπραγμάτευση του ρόλου του NQA και του τρόπου διαχείρισης της περιοχής. Η τελική άποψη που επικράτησε ήταν να διαλυθεί ο σύλλογος. Η εξέλιξη αυτή έχει οδηγήσει σε έναν καινούριο κύκλο συζητήσεων για το μέλλον της περιοχής, ενώ ουσιαστικά για πρώτη φορά γίνεται μια κριτική σχετικά με την επιτυχία του σχεδίου ανάπτυξης, του ρόλου του NQA και των στόχων που τέθηκαν πριν από μια δεκαετία. Η κύρια διαφοροποίηση που μπορεί να εντοπιστεί μεταξύ των περιπτώσεων των δύο βόρειων πόλεων της Αγγλίας, του Σέφιλντ και του Μάντσεστερ είναι η εξής: στο Σέφιλντ δημιουργήθηκε μια πολιτιστική περιοχή από την αρχή και κυρίως ο δήμος παρείχε ή οργάνωσε την υποδομή, ενώ στο Μάντσεστερ στο NQ ήδη υπήρχαν πολλές πολιτιστικές επιχειρήσεις πριν ακόμη χαρακτηριστεί πολιτιστική περιοχή. Η περίπτωση του Τίλμπουργκ παρουσιάζει μεγαλύτερες ομοιότητες με αυτή του Σέφιλντ, όπου πετυχημένη θεωρήθηκε η στρατηγική υποστήριξης του τομέα του κινηματογράφου στην περιοχή, ο οποίος συνεργάστηκε πολύ καλύτερα με τη δημοτική αρχή. Αν και η στρατηγική αφορούσε τις πολιτιστικές βιομηχανίες στο σύνολο τους, δεν κατάφερε να δημιουργήσει μια επιτυχημένη μουσική σκηνή ενώ πιο πρόσφατα κάποια επιτυχή σχήματα που δημιουργήθηκαν στη πόλη δεν είχαν σχέση με τη συγκεκριμένη περιοχή. Είναι επομένως απαραίτητο όταν σχεδιάζεται μια πολιτιστική περιοχή να γίνεται αντιληπτό σε ποιους πολιτιστικούς τομείς απευθύνεται και ποιες είναι οι ιδιαιτερότητες του καθένα.

III. Ποιότητα μετρήσεων

Όπως αναφέρεται και στο κεφάλαιο 1, οι δυσκολίες που παρουσιάζονται στις μετρήσεις της πολιτιστικής δραστηριότητας δυσκολεύουν και τις συγκρίσεις των μετρήσεων των πολιτιστικών περιοχών. Το κύριο πρόβλημα στις στατιστικές μετρήσεις σχετίζονται με τον ορισμό του και την κατηγοριοποίηση του στους παραδοσιακούς τομείς παραγωγής που χρησιμοποιούν οι αντίστοιχες εθνικές υπηρεσίες. Επίσης, οι μετρήσεις που παρουσιάζονται στις αντίστοιχες ιστοσελίδες ή μελέτες είτε είναι αυθαίρετες είτε μεταβάλλονται με πολύ γρήγορους ρυθμούς. Οι κλασικές τομεακές κατατάξεις δεν μπορούν να ανταπεξέρθουν στις σύνθετες σχέσεις παραγωγής, διάθεσης, απασχόλησης και κατανάλωσης που χαρακτηρίζουν τον πολιτιστικό τομέα, ειδικά τις δύο τελευταίες δεκαετίες.

IV. Επισκεψιμότητα

Ένα σημαντικό θέμα –το οποίο παραμελείται σχεδόν στο σύνολο της σχετικής βιβλιογραφίας - είναι ο αριθμός των επισκεπτών και οι συχνότητα επίσκεψης τους α) κατά τη διάρκεια της ημέρας και β) κατά τη διάρκεια του χρόνου. Μόνο στην περίπτωση του Museumsquartier αναφέρονται σχετικά στοιχεία και εντοπίζεται το πρόβλημα της πτώσης της επισκεψιμότητας τους καλοκαιρινούς μήνες. Επίσης είναι η μόνη περιοχή για την οποία αναφέρονται ποιοτικά στοιχεία για τους επισκέπτες. Το θέμα της εποχικότητας της λειτουργίας μιας πολιτιστικής περιοχής προφανώς αφορά περισσότερο τις περιπτώσεις που έχουν και τουριστικό χαρακτήρα ή βασίζονται κυρίως στην πολιτιστική κατανάλωση και αναψυχή. Αντίθετα, οι πολιτιστικές επιχειρήσεις που σχετίζονται κυρίως με την πολιτιστική παραγωγή δεν ενδιαφέρονται για την επισκεψιμότητα.

V. Προβλήματα - Συγκρούσεις

Με δεδομένο ότι οι περιπτώσεις μελέτης που περιγράφονται παραπάνω συνεχίζουν και εξελίσσονται μέχρι και σήμερα, το θέμα των συγκρούσεων, των εκτοπισμών και των προβλημάτων αποτελεί σημείο κλειδί σε κάθε περίπτωση. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο τρόπος αντιμετώπισης των προβλημάτων και οι μέθοδοι επίλυσής τους. Η εξέλιξη της περίπτωσης του NQ στο Manchester είναι ίσως η πιο χαρακτηριστική ως προς την εξέλιξή της, ξεκινώντας με πολύ καλές προοπτικές αλλά καταλήγοντας σε ένα σφιχτό εναγκαλισμό του δήμου. Οι εκτοπισμοί και οι συγκρούσεις δημιουργούν συχνά αξεπέραστα προβλήματα στη λειτουργία των πολιτιστικών περιοχών.

Το θέμα της διοίκησης, της ηγεσίας και της διαβούλευσης συνδέονται άμεσα με το παραπάνω θέμα και αντιμετωπίζονται με διαφορετικούς κατά περίπτωση τρόπους. Η εμπλοκή των επιχειρηματιών, των κατοίκων και των φορέων στις αποφάσεις αποτελεί δύσκολη διαδικασία για τις περισσότερες περιπτώσεις. Αν και

δεν είναι πάντα ξεκάθαρο, υπάρχει ένας φορέας ή μία ομάδα που κατέχει ηγετικό ρόλο σε κάθε περίπτωση λόγω πολιτικής ή οικονομικής δύναμης.

Το πλέον σημαντικό ερώτημα σε κάθε περίπτωση είναι ποιος είναι ο ρόλος του δημόσιου τομέα και ο επιθυμητός τρόπος παρέμβασης. Όλες οι περιπτώσεις (εκτός του ΝQ) χαρακτηρίζονται από την δυνατή παρουσία του δημόσιου τομέα. Χαρακτηριστικό είναι ότι στις σχετικές συνεντεύξεις και στα άρθρα οι εκτιμήσεις δεν είναι αντικειμενικές αφού σε κάθε χώρα ο ρόλος του δημόσιου τομέα και της Τοπικής Αυτοδιοίκησης αξιολογείται διαφορετικά. Για παράδειγμα, η άποψη που εκφράζεται για τη «διακριτική εμπλοκή» του δήμου του Τίλμπουργκ, ίσως είναι ορθή για τα δεδομένα της Ολλανδίας, αλλά δεν ισχύει για τα δεδομένα της Μεγάλης Βρετανίας ή της Ελλάδας όπου αντίστοιχη εμπλοκή θα κρινόταν ασφυκτική. Ένα επόμενο ερώτημα επομένως είναι εάν είναι θεμιτό ο δημόσιος τομέας να παραχωρεί σε επόμενο στάδιο τη διοίκηση και την εκμετάλλευση σε ιδιωτικούς φορείς (όπως συμβαίνει σήμερα στην περίπτωση του Tilburg και του Westergasfabriek στο Άμστερνταμ) όταν πλέον δεν υπάρχει ρίσκο. Η συζήτηση αυτή εντάσσεται σε ένα γενικότερο πλαίσιο πολιτικής συζήτησης για την ιδιωτικοποίηση των δημοσίων έργων και τους τρόπους έμμεσης επιδότησης του ιδιωτικού τομέα.

Τα παραπάνω θέματα δεν καλύπτουν όλες τις παραμέτρους και τα χαρακτηριστικά των πέντε περιπτώσεων. Η εκπαίδευση είναι ένα ιδιαίτερα σημαντικό θέμα, αφού τα πανεπιστήμια και οι εξειδικευμένες σχολές διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο σε όλες σχεδόν τις περιπτώσεις. Σημαντικά είναι και τα καθημερινά θέματα όπως το κυκλοφοριακό, η καθαριότητα, ο φωτισμός, η εγκληματικότητα, το ωράριο, κ.ά.

Με δεδομένο ότι ολοένα και περισσότερο οι πόλεις αλληλοεπηρεάζονται όσον αφορά τις κυρίαρχες τάσεις, η ανάδειξη ενός μοντέλου ανάπτυξης πολιτιστικών περιοχών είναι μείζονος σημασίας. Από τη διερεύνηση των πέντε πολιτιστικών περιοχών δεν είναι εύκολο να αναπτυχθεί ένα μοντέλο ανάπτυξης, ωστόσο μπορούν να εντοπιστούν βέλτιστες πρακτικές (βλ. Κεφ. 9).

ΜΕΡΟΣ Β: Ο ρόλος των πολιτιστικών περιοχών στην Ελλάδα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Ελληνική πόλη και πολιτιστική ανάπτυξη

1. Τα χαρακτηριστικά της ελληνικής πόλης

A. Εισαγωγή

Στο πλαίσιο της ανάλυσης του θέματος των πολιτιστικών περιοχών στην Ελλάδα και της συγκριτικής παρουσίασης περιπτώσεων, πρέπει να ληφθεί υπόψη η ιδιαιτερότητα των ελληνικών πόλεων όσον αφορά την πολιτιστική τους δράση. Γενικά, η σημαντικότερη ιδιαιτερότητα των πόλεων Ελλάδας και της Νότιας Ευρώπης σχετίζεται με το γεγονός ότι, λόγω των ιστορικών αναφορών τους, η πολιτιστική τους κληρονομιά συνεχίζει να διαδραματίζει κυρίαρχο ρόλο στη σύγχρονη εποχή. Η ιστορική μνήμη και η παράδοση, τα απομεινάρια διαφόρων εποχών γίνονται «θέατρα μνήμης» στις σύγχρονες μεσογειακές πόλεις (Λεοντίδου 2004: 293). Η διαπίστωση αυτή ισχύει για πολλές ελληνικές πόλεις, οι οποίες διατηρούν στοιχεία από προηγούμενες ιστορικές περιόδους.

Η μεσογειακή ταυτότητα των ελληνικών πόλεων αποτελεί άλλοτε πλεονέκτημα και άλλοτε μειονέκτημα. Οι κλιματολογικές συνθήκες, το περιβάλλον, η πολιτιστική κληρονομιά, οι άτυπες σχέσεις στην παραγωγική διάρθρωση, κ.ά. μπορούν να προσφέρουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε μία πόλη, ενώ η έλλειψη σχεδιασμού, η άναρχη δόμηση, η ανυπαρξία ελέγχου, κ.ά. δυσχεραίνουν τις σχετικές προσπάθειες βελτίωσης. Θα πρέπει επίσης να ληφθεί υπόψη ότι οι Ελληνικές πόλεις παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές όσον αφορά τους μηχανισμούς ανάπτυξης σε σχέση με τις ευρωπαϊκές πόλεις και δεν ακολουθούν πάντα τις κυρίαρχες τάσεις (Οικονόμου και Μαλούτας 1992). Είναι γεγονός ότι οι παρεμβάσεις ανάπλασης και ανάδειξης του εγκαταλειμμένου οικοδομικού αποθέματος, οι προσπάθειες λειτουργικής και αισθητικής αναβάθμισης του αστικού περιβάλλοντος, αλλά και η διάχυτη διάθεση «φεστιβαλοποίησης»¹ της αστικής ζωής ως τάσεις που κυριαρχούν στα αστικά κέντρα παγκοσμίως, δεν έχουν επηρεάσει σε τόσο μεγάλο βαθμό την ελληνική αστική διάρθρωση (Ασπρογέρακας 2004).

Οι ελληνικές πόλεις, όπως και οι αντίστοιχες μεσογειακές, χαρακτηρίζονται από τη πολυμορφία και το κατακερματισμό του αστικού χώρου. Οι χρήσεις γης διασπείρονται στον αστικό ιστό -σε αντίθεση με τις πόλεις της Β. Ευρώπης- και οι περιοχές μικτών χρήσεων, η αυθαίρετη δόμηση, η ανώνυμη αρχιτεκτονική και η αντίσταση στον πολεοδομικό σχεδιασμό αποτελούν κύρια χαρακτηριστικά

¹ Η έννοια φεστιβαλοποίηση (festivalisation) αναφέρεται στο βιβλίο του M. Featherstone με τίτλο *Consumer Culture and Postmodernism* (1992).

(Λεοντίδου 2004: 294). Η περιορισμένη εκβιομηχάνιση της ελληνικής οικονομίας και των αστικών οικονομιών και η επικράτηση διαφορετικών μορφών παραγωγικής δραστηριότητας είχε σαν αποτέλεσμα οι ελληνικές πόλεις να μην παρουσιάσουν την ιστορική εξέλιξη των αντίστοιχων ευρωπαϊκών πόλεων και τα αντίστοιχα κοινωνικά και οικονομικά προβλήματα που παρουσίασαν οι μεγάλες βιομηχανικές πόλεις της Δυτικής Ευρώπης. Έτσι, στην Ελλάδα το πέρασμα από τη προβιομηχανική στη βιομηχανική πόλη όσο και το πέρασμα από τη βιομηχανική στη μεταβιομηχανική δεν έχει ιδιαίτερο αντίκρισμα αφού οι ελληνικές πόλεις δεν απόκτησαν ποτέ αξιόλογη βιομηχανική υποδομή, παρά μόνο σε ορισμένες περιπτώσεις βιοτεχνική (Κοτέα 1995).

Σήμερα, τα χαρακτηριστικά που επικρατούν στον ελληνικό αστικό χώρο είναι ο υψηλός βαθμός αστικής συγκέντρωσης που αφορά κυρίως στο πολεοδομικό συγκρότημα της πρωτεύουσας, καθώς εκεί κατοικεί σχεδόν ο μισός πληθυσμός της χώρας και ο χαμηλός βαθμός εξειδίκευσης και διαφοροποίησης της παραγωγικής βάσης των πόλεων. Παράλληλα επιμένουν χαρακτηριστικά όπως η μικρή έγγεια ιδιοκτησία, η αυθαίρετη δόμηση και η αδυναμία του σχεδιασμού να λύσει σημαντικά προβλήματα (Μαλουτάς και Οικονόμου 1992, Πετράκος και Οικονόμου 1999).

Πώς κατατάσσονται σήμερα οι ελληνικές πόλεις στο πλαίσιο του αυξανόμενου ανταγωνισμού; Σίγουρα δεν είναι αυτές που πρωταγωνιστούν στις εξελίξεις, ούτε και παρουσιάζουν κάποιο παράδειγμα που θα μπορούσε να συγκριθεί ως παράδειγμα επιτυχούς αστικής διαχείρισης σε σχέση με τα αντίστοιχα ευρωπαϊκά. Ο ανταγωνισμός από τις άλλες μητροπόλεις του Νότου (Μαδρίτη, Μιλάνο, Βαρκελώνη, κ.λπ.) είναι σκληρός και δεν διαφαίνεται προοπτική ανόδου στις σχετικές αστικές ιεραρχίες, παρά το γεγονός ότι αναμενόταν βελτίωση λόγω της διεξαγωγής της Ολυμπιάδας του 2004. Ωστόσο, όπως αναφέρουν οι Δ. Οικονόμου και Γ. Πετράκος, το ελληνικό χωρικό σύστημα φαίνεται να βγαίνει από μια μακροχρόνια περίοδο οικονομικής κρίσης που σε μεγάλο βαθμό σχετίζεται με τη διαδικασία διεθνοποίησης του και να δέχεται μια σειρά επιδράσεις από τις αλλαγές στον άμεσο περίγυρο του στα Βαλκάνια και την Ανατολική Ευρώπη που περιλαμβάνουν τόσο ευκαιρίες όσο και κινδύνους (Οικονόμου και Πετράκος 1999).

Είναι προφανές ότι και στον τομέα του αστικού σχεδιασμού, όπως άλλωστε και στους περισσότερους τομείς, οι ελληνικές πόλεις επηρεάζονται σημαντικά από τις πρωτοβουλίες που λαμβάνονται σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Η Ευρωπαϊκή Ένωση προσπαθεί να ενισχύσει τις διαρθρωτικές αλλαγές στον αστικό χώρο, γεγονός που εκφράζεται μέσα από τα επενδυτικά προγράμματα που έχουν σα σκοπό τη βελτίωση των αστικών υποδομών, την ενθάρρυνση και δημιουργία δικτύων μεταξύ των πόλεων με αντίστοιχα προγράμματα, τις διάφορες αναφορές αστικών θεμάτων

στις συνθήκες, εκδόσεις, «Βίβλους», κ.ά². Δείχνει να αντιλαμβάνεται τη σημασία και τη δυναμική των αστικών περιοχών και της διαχείρισής τους, επενδύοντας σε αντίστοιχα προγράμματα. Υπάρχει πληθώρα προγραμμάτων με βασικό στόχο την πόλη και τα αστικά δίκτυα (ECOS-OVERTURE, URBAN, URBAN PILOT, PACTE, RECITE, Eurocities), ενώ και άλλα προγράμματα κάνουν αναφορές ή χρησιμοποιούνται για τη βελτίωση των πόλεων και των κοινωνικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών τους δομών (π.χ. ADAPT, LEADER). Πολλές ευρωπαϊκές πόλεις έχουν σχηματίσει εξειδικευμένα αστικά δίκτυα τα οποία έχουν σημαντικό ρόλο αφού προωθούν τη συνεργασία, την ανταλλαγή απόψεων και τη κοινή αντιμετώπιση προβλημάτων. Οι ελληνικές πόλεις συμμετέχουν σε διαφορετικά δίκτυα, πολλά από τα οποία βασίζονται στον πολιτισμό και τον τουρισμό, αποκομίζοντας σημαντικά οφέλη (Μπεριάτος 1999, Κότιος 1999).

Το ελληνικό πολεοδομικό καθεστώς χαρακτηρίζεται από πολλές ιδιομορφίες και προβλήματα. Από τη σύσταση του ελληνικού κράτους, το μικρό μέγεθος των αστικών συγκεντρώσεων στον ελληνικό χώρο, δεν δημιουργεί την ανάγκη για πολεοδομική παρέμβαση του κράτους. Ωστόσο, την εποχή εκείνη εκπονούνται σημαντικά πολεοδομικά σχέδια σε πόλεις όπως η Πάτρα (1828), η Αθήνα – το περίφημο πολεοδομικό σχέδιο των Κλεάνθη και Schaubert (1830), το Ναύπλιο (1834) και η Καλαμάτα (1860)³. Για τα πολεοδομικά αυτά σχέδια δεν προβλεπόταν συγκροτημένο πλαίσιο εφαρμογής και η παρέμβαση του κράτους στο χώρο περιορίστηκε στους κανόνες οικοδόμησης (Χριστοφιλόπουλος 2002:45). Τα πολεοδομικά ή ρυμοτομικά σχέδια ή σχέδια πόλεως θεσμοθετούνται μόλις το 1923 με το Νομοθετικό Διάταγμα της 17-7-1923 «περί σχεδίων πόλεων, κ.λπ.» το οποίο διαχωρίζει τον ελληνικό χώρο σε περιοχές εντός σχεδίου πόλεως και εκτός σχεδίου πόλεως. Ουσιαστικά δεν πρόκειται για τη θέσπιση ενός ολοκληρωμένου πλαισίου χωρικού σχεδιασμού, αλλά την κάλυψη βασικών αναγκών ρύθμισης του αστικού χώρου (Χριστοφιλόπουλος 2002: 46-48).

Από τη δεκαετία του 1970 τα αποτελέσματα της αστυφιλίας (κακή ποιότητα ζωής, συμφόρηση, όχληση κ.λπ.) ανάγκασαν το κράτος να αναζητήσει πιο αποτελεσματικούς τρόπους παρέμβασης στον αστικό χώρο, θεσμικού κυρίως χαρακτήρα. Με το Νόμο 947/1979 «περί οικιστικών περιοχών» διαχωρίζει τις οικιστικές περιοχές ανάλογα με τη χρήση γης ακολουθώντας τις αρχές της «Χάρτας των Αθηνών», παρά το γεγονός ότι θεωρείται ξεπερασμένη. Σύμφωνα με το άρθρο 3 του νόμου κάθε περιοχή χαρακτηρίζεται από την επιβαλλόμενη ή επιτρεπόμενη λειτουργία γενική και ειδική, με τις γενικές χρήσεις να αφορούν τις εξής

² Πολύ σημαντικά θεωρούνται τα εξής κείμενα: α. Πράσινη Βίβλος για το Αστικό Περιβάλλον (1990), β. Προς μια Πολεοδομική Agenda στην Ευρωπαϊκή Ένωση (1997), γ. Αειφόρος Αστική Ανάπτυξη στην Ευρωπαϊκή Ένωση: Πλαίσιο Δράσης (1998).

³ Πολεοδομικά σχέδια απέκτησαν και ορισμένες πόλεις που δεν άνηκαν τότε στην ελληνική επικράτεια, όπως η Αλεξανδρούπολη (1857).

κατηγορίες: Α. Κατοικία, Β. Επαγγελματική εγκατάσταση, Γ. Πολεοδομικά Κέντρα, Δ. Ιδιαίτερες Χρήσεις, Ε. Μικτές Χρήσεις, ΣΤ. Ελεύθεροι Χώροι.

Σημαντική είναι και η υστέρηση στον ρυθμιστικό σχεδιασμό στην Ελλάδα. Τα δύο ρυθμιστικά σχέδια των μεγαλύτερων αστικών κέντρων της χώρας, της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης συνδέθηκαν με τα Προγράμματα Προστασίας του Περιβάλλοντος και ξέφυγαν από τη λογική του απόλυτου φυσικού σχεδιασμού και του καθορισμού χρήσεων γης. Ο Ν. 2508/97 προβλέπει εκπόνηση Ρ.Σ. και για τη Λάρισα, το Βόλο, τη Πάτρα, τα Ιωάννινα και τη Καβάλα, Ηράκλειο⁴, προβλέπει δε και την επέκταση της ρύθμισης σε άλλες πόλεις υπό προϋποθέσεις. Γενικά, στις συγκριτικές μελέτες των ελληνικών περιπτώσεων με αντίστοιχες του εξωτερικού πρέπει να λαμβάνει κανείς υπόψη τις ιδιαιτερότητες που διαμορφώνουν το μεταπολεμικό σκηνικό, π.χ. αυθαίρετη δόμηση, αντιπαροχή, ασύνδετη πολεοδόμηση κ.λπ. (Χριστοφιλόπουλος 2002, Ιωάννου και Σερράος 2006).

Ο βασικός χαρακτηρισμός μιας αστικής περιοχής δεν αποκλείει την ανάπτυξη άλλων συμπληρωματικών χρήσεων με την προϋπόθεση ότι δεν εμποδίζουν ή δεν αλλοιώνουν το βασικό χαρακτήρα της περιοχής. Ο νόμος αυτός αντικαταστήθηκε πολύ σύντομα με τον Ν. 1337/1983 «Επέκταση-ένταξη πολεοδομικών σχεδίων σε γειτονικές (πολεοδομικές ενότητες) κύρια κατοικίας», ο οποίος αντικαθιστά βασικές διατάξεις καταργώντας τον λειτουργικό διαχωρισμό της πόλης. Ο νόμος αυτός είχε μεταβατικό χαρακτήρα και ενώ εισήγαγε έναν πιο σύγχρονο τρόπο σκέψης τελικά αντικαταστήθηκε από τον Ν.1561/1985 ο οποίος επανέφερε (με ορισμένες βελτιώσεις τις βασικές αρχές του νόμου 949/1979, επιτρέποντας μάλιστα στην κυβέρνηση να καθορίζει με προεδρικά διατάγματα τις χρήσεις γης (Χριστοφιλόπουλος 2002:248 – 250).

Μετά από δύο χρόνια το Π.Δ. 166Δ/6-3-1987 με τίτλο «Κατηγορίες και περιεχόμενο χρήσεων γης» καθορίζει τις γενικές χρήσεις ως εξής: Α. Αμιγής κατοικία, Β. Γενική Κατοικία, Γ. Πολεοδομικά Κέντρα – κεντρικές λειτουργίες της πόλης – τοπικό κέντρο συνοικίας ή γειτονιάς, Δ. Μη οχλούσα βιομηχανία – βιοτεχνία – βιομηχανικού και βιοτεχνικού πάρκου «ΒΙΠΑ-ΒΙΟΠΑ προς εξυγίανση», Ε. Οχλούσα βιομηχανία – βιοτεχνία, ΣΤ. Χονδρεμπόριο, Ζ. Τουρισμός – Αναψυχή, Η. Ελεύθεροι χώροι και αστικό πράσινο, Θ. Κοινωνικές Εξυπηρετήσεις. Πιο πρόσφατα, με το Ν. 2947/2001 με τίτλο «Θέματα Ολυμπιακής Φιλοξενίας» παρέχεται η δυνατότητα για παρέμβαση του ΥΠΕΧΩΔΕ με κανονιστικές πράξεις προκειμένου να διευκολυνθεί η προετοιμασία για τους Ολυμπιακούς Αγώνες. Ο Νόμος δέχτηκε ισχυρή κριτική αφού ουσιαστικά ακύρωνε προηγούμενες νομοθετικές διατάξεις δίχως να υπάρχει σχετικός σχεδιασμός ή μελέτες (Χριστοφιλόπουλος 2002: 58).

⁴ Μέχρι σήμερα δεν έχουν ολοκληρωθεί.

Ιδιαίτερη είναι και η κατάσταση στις ελληνικές πόλεις σχετικά με τις συμμετοχικές διαδικασίες στη λήψη αποφάσεων, οι οποίες αν και προβλέπονται από τη νομοθεσία και έχουν εφαρμοστεί σε διαφορετικές περιπτώσεις, δεν έχουν συνήθως μεγάλη αποτελεσματικότητα. Τόσο στην Αθήνα, όσο και σε άλλες ελληνικές πόλεις υπάρχουν εμπόδια στη διαδικασία της δημοκρατικής συμμετοχής, τα οποία εμφανίζονται μεν και στις περιπτώσεις των ευρωπαϊκών και αμερικανικών πόλεων, σίγουρα όμως σε μικρότερο βαθμό. Πρώτον οι κρατικές και τοπικές αρχές συχνά δεν εφαρμόζουν τις συμμετοχικές διαδικασίες λόγω των επιφυλάξεων που έχουν για την αποτελεσματικότητά τους, αφού κυριαρχεί η άποψη ότι οι πολίτες τις περισσότερες φορές επιλέγουν με ιδιοτελή και τοπικιστικά κριτήρια⁵. Δεύτερον, η πολυδιάσπαση και η επικάλυψη των αρμοδιοτήτων σε συνδυασμό με το μεγάλο αριθμό αρχών που εμπλέκονται δημιουργεί μεγάλο πρόβλημα και στις συμμετοχικές διαδικασίες. Τρίτον, η γραφειοκρατία καθιστά συχνά τις διαδικασίες διαβούλευσης δύσκολες, ιδιαίτερα στις περιπτώσεις που επιχειρεί έμμεσα να τις θέσει υπό έλεγχο. Αυτό το πετυχαίνει με τη κατάρτιση της ημερήσιας διάταξης, την θέσπιση προθεσμιών, την ανεπαρκή επεξήγηση και συζήτηση των θεμάτων, κ.λπ. Οι πολίτες και οι εμπλεκόμενοι φορείς καλούνται συχνά να διατυπώσουν άποψη σε ιδιαίτερα πολύπλοκα θέματα χωρίς να έχουν τη σχετική ενημέρωση με αποτέλεσμα είτε να απορρίπτουν αυτό που δεν καταλαβαίνουν είτε να μην εκφράζουν καθόλου άποψη. Τέλος, φυσιολογικά, οι συμμετέχοντες εκφράζουν αντικρουόμενες απόψεις. Για παράδειγμα, όταν η διαβούλευση γίνεται σε επίπεδο γειτονιάς και συζητείται η ανάπλασή της είναι πιθανόν άλλοι να την υποστηρίζουν λόγω της αναβάθμισης που θα επιφέρει και άλλοι να την επικρίνουν λόγω της αύξησης των τιμών των ακινήτων. Συχνά, ενώ οι αρχές αναμένουν μέσω της διαβούλευσης να πετύχουν σύμπνοια, δημιουργούν ανοιχτές συγκρούσεις (Μπέσιλα-Βήκα 1999, Σωτηρόπουλος 2004).

Από την παραπάνω παρουσίαση προκύπτει ο τρόπος και οι διαδικασίες με τον οποίο διαμορφώθηκαν οι ελληνικές πόλεις μέχρι σήμερα. Σήμερα, η κατάσταση στον ελληνικό αστικό χώρο χαρακτηρίζεται από τα εξής δύο στοιχεία:

- Την αισθητή αύξηση των δημοσίων δαπανών για αστικές υποδομές, κυρίως μέσα από τα Κ.Π.Σ., όταν μέχρι πρότινος η αντίστοιχες πολιτικές ήταν κυρίως θεσμικού χαρακτήρα (Οικονόμου 2005).
- Τη διοργάνωση του mega event των Ολυμπιακών Αγώνων επηρέασε σημαντικά τόσο την Αθήνα όσο και τις μεγάλες πόλεις της Περιφέρειας.

Τα στοιχεία αυτά δείχνουν ότι οι παράγοντες αστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα είναι σε σημαντικό βαθμό εξωγενείς (Διαρθρωτικά Ταμεία, Ολυμπιακοί Αγώνες) και οι σχετικές πρόσφατες προσπάθειες χρηματοδότησης μέσα από

⁵ Η λογική αυτή αναφέρεται συχνά στην αγγλόφωνη βιβλιογραφία με τα αρχικά NIMBY – Not in my backyard, (δηλαδή η λογική «αρκεί να μην είναι στην δική μου αυλή»).

συμπράξεις ή προγράμματα για τους Ο.Τ.Α. (π.χ., πρόγραμμα «Θησέας») είναι ακόμα πρώιμες. Σημαντικό στοιχείο αποτελεί η κατάρτιση του Εθνικού Κτηματολογίου που, παρά τις καθυστερήσεις, αναμένεται να βελτιώσει σημαντικά το πλαίσιο του χωροταξικού και πολεοδομικού σχεδιασμού. Ουσιαστικά τα τελευταία χρόνια έχουμε σημαντικές παρεμβάσεις στα μεγάλα αστικά κέντρα (κυρίως στην Αθήνα) στις αστικές μεταφορές (Μετρό, Τραμ, νέοι οδικοί άξονες) και στις περιβαλλοντικές υποδομές, όπου υπάρχουν ακόμα σημαντικές υστερήσεις παρά τις προσπάθειες (ΧΥΤΑ, Ε.Ε.Λ. κ.ά.). Οι αναπλάσεις περιοχών αποτελούν μία από τις σημαντικότερες εκφάνσεις της πολεοδομικής πολιτικής (με το έργο της Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων στην Αθήνα να αποτελεί το έργο-«ναυαρχίδα»). Τέλος η κατασκευή εμβληματικών κτιρίων, αν και στην Ελλάδα δεν έχει καθιερωθεί όπως σε άλλες χώρες (π.χ., Ισπανία), αποτελεί ανερχόμενη τάση με τα δύο Μέγαρα Μουσικής και ειδικά το Νέο Μουσείο της Ακρόπολης του Bernard Tschumi να αποτελούν τα χαρακτηριστικότερα παραδείγματα.

Β. Το Νομοθετικό Πλαίσιο της Αστικής Ανάπλασης στην Ελλάδα

Στο Σύνταγμα της Ελλάδας προβλέπεται στο Άρθρο 24, παρ. 1 η υποχρέωση του κράτους να προστατεύσει το περιβάλλον (φυσικό και πολιτιστικό). Προκειμένου να εφαρμοστεί το συγκεκριμένο άρθρο εκδόθηκε ο Ν. 360/1976 «περί χωροταξίας και περιβάλλοντος» ο οποίος περιέχει ορισμούς για το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον χωρίς ωστόσο να προτείνει και μέτρα προστασίας. Η πολεοδομική πολιτική καθορίζεται από το νομικό διάταγμα 8/1973 «περί Γενικού Οικοδομικού Κανονισμού», ο Ν. 880/1979 και ο Ν. 880/1979. Το βασικό νομοθετικό πλαίσιο για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι ο Ν. 3028/2002 (Νέος Αρχαιολογικός Νόμος). Ειδικά το Άρθρο 14 αναφέρεται σε οικισμούς που αποτελούν αρχαιολογικούς χώρους. Τέλος όσον όσον αφορά τις αναπλάσεις υποβαθμισμένων αστικών περιοχών οι διατάξεις του Ν. 2508/97 ορίζει τις κύριες συνιστώσες (Αραβαντινός 1998, Χριστοφιλόπουλος 2002:101-6).

Σημαντικές χωρικές παρεμβάσεις που διαμορφώνουν το αστικό και περιαστικό πολιτιστικό περιβάλλον προβλέπουν ειδικές παρεμβάσεις όπως οι Περιοχές Οργανωμένης Ανάπτυξης Παραγωγικών Δραστηριοτήτων (ΠΟΑΠΔ), οι Βιομηχανικές και Επιχειρηματικές Περιοχές (ΒΕΠΕ), οι Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής ανάπτυξης (ΠΟΤΑ), τα Σχέδια Ολοκληρωμένων Αστικών Παρεμβάσεων (ΣΟΑΠ) και οι Ζώνες Οικιστικού Ελέγχου (ΖΟΕ) (Χριστοφιλόπουλος 2002: 213-231).

Με τον όρο ανάπλαση οικισμού ή περιοχής ή αστική ανάπλαση εννοούμε ένα σύνολο κατευθύνσεων, μέτρων, παρεμβάσεων και διαδικασιών πολεοδομικού,

κοινωνικού, οικονομικού, οικιστικού και ειδικού αρχιτεκτονικού χαρακτήρα που αποσκοπούν κυρίως στη βελτίωση του περιβάλλοντος και των όρων διαβίωσης των κατοίκων, την προστασία και ανάδειξη των πολιτιστικών, ιστορικών, μορφολογικών και αισθητικών στοιχείων και χαρακτηριστικών του οικισμού ή της περιοχής (βλ. παρ 1 άρθρου 8 ν. 2508/1997). Περιοχή ανάπλασης είναι η περιοχή εγκεκριμένου σχεδίου ή οριοθετημένου οικισμού στην οποία διαπιστώνονται προβλήματα υποβάθμισης ή αλλοίωσης του οικιστικού περιβάλλοντος τα οποία προέρχονται λόγω:

- α. μεγάλων κτιριακών πυκνοτήτων ή μεγάλων ελλείψεων κοινόχρηστων χώρων και χώρων για κοινωφελείς εγκαταστάσεις.
- β. συγκρούσεων χρήσεων γης ή ανάγκης ριζικής αναδιάρθρωσης των χρήσεων γης ανάλογα με τις δυνατότητες και προοπτικές της περιοχής.
- γ. έλλειψης προστασίας και ανάδειξης των ιστορικών, αρχαιολογικών και πολιτιστικών στοιχείων και δραστηριοτήτων της περιοχής.
- δ. εντεινόμενης υποβάθμισης της αισθητικής και εν γένει της ποιότητας του δομημένου περιβάλλοντος της περιοχής και των φυσικών στοιχείων της.
- ε. σοβαρών προβλημάτων στο απόθεμα κατοικιών.

Για να χαρακτηριστεί ένας οικισμός ή τμήμα του ως περιοχή ανάπλασης θα πρέπει οπωσδήποτε να συντρέχουν οι τρεις από τις ως άνω πέντε περιπτώσεις υποβάθμισης ή αλλοίωσης του οικιστικού περιβάλλοντος. Τα είδη πολεοδομικών αναπλάσεων καθορίζονται ανάλογα με την ένταση της πολεοδομικής επέμβασης, ειδικά στους οικοδομήσιμους χώρους της περιοχής (Χριστοφιλόπουλος 2002, Κολώνια 1990):

α. η πιο δραστική μορφή ανάπλασης είναι η *ανασυγκρότηση* (redevelopment) δομημένης περιοχής η οποία συνεπάγεται την αναδόμηση (reconstruction) του μεγαλύτερου τουλάχιστον τμήματός της. Πρόκειται για περιοχή που χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερα προβληματικές οικιστικές συνθήκες, λόγω της παλαιότητας ή της κακής ποιότητας ή της πολύ υψηλής κτιριακής πληθυσμιακής πυκνότητας των κατοικιών και άλλων κτιρίων της περιοχής, π.χ. παλιές προσφυγικές πολυκατοικίες ή ζώνες βιομηχανικών κτιρίων. Ως απαραίτητη προϋπόθεση για την ανασυγκρότηση της περιοχής αποτελεί η συναίνεση των ιδιοκτητών της περιοχής που καλύπτει το 65% τουλάχιστον του συνόλου του εμβαδού των ακινήτων (οικοπέδων) και το 50% των ξεχωριστών μονάδων διαιρεμένης (οριζόντιας ή κάθετης) ιδιοκτησίας που αποτελούν κατοικίες, καταστήματα ή γραφεία.

β. Μια πιο ήπια μορφή ανάπλασης από την ανασυγκρότηση αποτελεί η *ανανέωση* (renovation) οικοδομημένων και κοινόχρηστων χώρων. Η μορφή αυτή αφορά

επεμβάσεις στις χρήσεις, τις όψεις ή την εσωτερική διαρρύθμιση των κτιρίων. Επίσης μπορεί να αφορά συμπληρώσεις σε αναγκαίους χώρους και δίκτυα στα κτίρια καθώς και στη διαμόρφωση και αναβάθμιση των ελεύθερων χώρων, των ακάλυπτων των οικοδομικών τετραγώνων, τη δημιουργία ή συμπλήρωση των αναγκαίων υποδομών, κ.ά.

γ. Η πλέον ήπια μορφή ανάπλασης αποτελεί η *βελτίωση* της λειτουργίας, του εξοπλισμού της υποδομής και της αισθητικής των ελεύθερων χώρων (δημόσιων και ιδιωτικών) της περιοχής.

Η νομοθεσία προβλέπει ειδική διάκριση μεταξύ *ανάπλασης* και *αναμόρφωσης* περιοχής. Αναμόρφωση μιας περιοχής γίνεται μόνο όταν η περιοχή χαρακτηρίζεται από μεγάλες κτιριακές πυκνότητες ή μεγάλες ελλείψεις κοινόχρηστων χώρων και χώρων για κοινωφελείς εγκαταστάσεις. Για την αναμόρφωση δεν απαιτείται η πλήρης διαδικασία της ανάπλασης, αλλά οι ιδιοκτήτες που περιλαμβάνονται στην πολεοδομικά προβληματική περιοχή που αναμορφώνεται έχουν υποχρέωση εισφοράς σε χρήμα. Αντίθετα, για τις ιδιοκτησίες της περιοχής ανάπλασης δεν οφείλεται καμία εισφορά ούτε σε γη ούτε σε χρήμα. Το άρθρο 24 του Συντάγματος αναφέρεται στην πολεοδομική αναμόρφωση περιοχής και με τον όρο αυτό περιλαμβάνει τόσο την ανάπλαση όσο και την αναμόρφωση.

Σύμφωνα με τη νομοθεσία, οι προϋποθέσεις για την πραγματοποίηση της ανάπλασης πόλεων είναι οι εξής:

Α. Προκαταρκτική πρόταση ανάπλασης, η οποία περιέχει τα συγκεκριμένα στοιχεία από τα οποία προκύπτει ότι συντρέχουν οι περιπτώσεις υποβάθμισης του οικιστικού περιβάλλοντος, τον τρόπο ανάπλασης, εκτίμηση του συνολικού κόστους, την πρόταση και τον τρόπο χρηματοδότησης, τις υποχρεώσεις των εμπλεκόμενων στο έργο ανάπλασης, κλπ.

Β. Πρόγραμμα ανάπλασης, με το οποίο συστηματοποιείται σε συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα το σύνολο των κατευθύνσεων, μέτρων, παρεμβάσεων, μελετών και διαδικασιών, οι προτεραιότητες, η κατανομή και εξεύρεση πόρων, ο προϋπολογισμός επιμέρους έργων και δαπανών ανά εμπλεκόμενο φορέα και κάθε άλλης σχετικής με την υλοποίηση της ανάπλασης πρόβλεψης.

Γ. Πολεοδομική μελέτη ανάπλασης και άλλες σχετικές ειδικές μελέτες (αρχιτεκτονικές, κτιριακές, κ.λπ.) που απαιτούνται για την υλοποίηση του προγράμματος ανάπλασης.

Τα Σχέδια Ολοκληρωμένων Αστικών Παρεμβάσεων (Σ.Ο.Α.Π.) τα οποία θεσπίστηκαν με το άρθρο 12 του ν. 2742/1999 λειτουργούν συμπληρωματικά ως προς τη νομοθεσία των αστικών αναπλάσεων. Εφαρμόζονται σε πόλεις ή

εκτεταμένες αστικές περιοχές που παρουσιάζουν κρίσιμα και σύνθετα προβλήματα αναπτυξιακής υστέρησης, συνοχής και υποβάθμισης (Χριστοφιλόπουλος: 226-7).

Στη χώρα μας η διοίκηση των χωρικών συνόλων, ο προγραμματισμός – σχεδιασμός και η διαχείριση-υλοποίηση των διαφόρων σχεδίων, δράσεων και έργων είναι στη δικαιοδοσία μιας πληθώρας Φορέων, Υπουργείων, Περιφερειών, Νομαρχιών και ΟΤΑ. Σε κάθε περίπτωση το υπάρχον νομικό πλαίσιο για τις αστικές αναπλάσεις χαρακτηρίζεται από πολυνομία καθώς και προβλήματα.

2. Ο πολιτιστικός τομέας των ελληνικών πόλεων

Εκτός από τον αστικό σχεδιασμό, την σύγχρονη αστική πολιτιστική πολιτική στην Ελλάδα επηρεάζουν οι αντίστοιχες κλαδικές πολιτικές, όπως η πολιτιστική και η τουριστική πολιτική. Σήμερα, τα διλήμματα που αφορούν γενικότερα την πολιτιστική πολιτική της Ελλάδας και κατά συνέπεια την αστική πολιτιστική πολιτική συνεχίζουν να αποτελούν αντικείμενο πολιτικού διαλόγου, ιδιαίτερα όσον αφορά το ρόλο του κράτους και του ιδιωτικού τομέα. Ο πρώην υφυπουργός Πολιτισμού Πέτρος Τατούλης με άρθρο του τόνισε την ανάγκη για εγκατάλειψη του μοντέλου του «κρατικοδίαιτου πολιτισμού» προς ένα μοντέλο που να στηρίζεται περισσότερο στην ιδιωτική πρωτοβουλία και την επιχειρηματικότητα. Σύμφωνα με τον Νίκο Μουζέλη η ορολογία που χρησιμοποιείται καταδεικνύει μία φιλελεύθερη στροφή στην πολιτιστική πολιτική, που ήδη έχει συντελεστεί σε άλλα κράτη της Δυτικής Ευρώπης την δεκαετία του 1980. Η συζήτηση αυτή αφορά ουσιαστικά την αδυναμία του κράτους να αντιμετωπίσει τις δυσλειτουργίες της κρατικής παρέμβασης στον πολιτισμό και να εξασφαλίσει το αδιάβλητο του τρόπου με τον οποίο αποφασίζονται οι επιχορηγήσεις – δηλαδή μηχανισμοί «που διαχωρίζουν τους καλλιτέχνες και τις καλλιτεχνικές ομάδες σε χαϊδεμένα παιδιά του κράτους και αποπαίδια» (Τατούλης 2004, Μουζέλης 2004).

Η συστηματική και ουσιαστική παρέμβαση του κράτους στον πολιτιστικό τομέα ξεκινά στα τέλη της δεκαετίας του 1970⁶, με την ίδρυση του Υπουργείου Πολιτισμού και Επιστημών το 1971 και, πιο εντατικά, μετά την μεταπολίτευση, με τη θέσπιση του Συντάγματος του 1975 και την ένταξη της πολιτιστικής πολιτικής της χώρας στα Πενταετή Προγράμματα Οικονομικής και Κοινωνικής Ανάπτυξης (*Κόνσολα 2006:175-177*). Από την δεκαετία του 1990 η πολιτιστική πολιτική επηρεάζεται από την Ευρωπαϊκή Διαρθρωτική Πολιτική και χρηματοδοτείται μέσα από τα Επιχειρησιακά Προγράμματα των Κοινοτικών Πλαισίων Στήριξης. Ο σχεδιασμός της νέας προγραμματικής περιόδου (2007-2013) θα καθορίσει

⁶ Τον 19^ο αιώνα και στο πρώτο μισό του 20^{ου} η εκάστοτε πολιτική κατάσταση δεν επέτρεψε τη χάραξη συστηματικής πολιτιστικής πολιτικής, χωρίς αυτό ωστόσο να σημαίνει ότι δεν υπήρξαν σημαντικές πολιτικές αποφάσεις και νόμοι (π.χ. αρχαιολογικός νόμος, καλλιτεχνική εκπαίδευση).

αντίστοιχα και τις μελλοντικές προτεραιότητες της ελληνικής πολιτιστικής πολιτικής.

Σε επίπεδο κεντρικής πολιτικής, τα θέματα κρατικής παρέμβασης στον πολιτιστικό τομέα, δηλ. τα θέματα πολιτιστικής κληρονομιάς και η μέριμνα για το σύγχρονο πολιτισμό αποτελούν κύρια αρμοδιότητα του Υπουργείου Πολιτισμού⁷. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν και άλλοι κρατικοί και ιδιωτικοί φορείς, όπως το Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, η Ανωτάτη Σχολή Καλών Τεχνών, οι βιβλιοθήκες και τα ιστορικά αρχεία, το υπουργείο Εξωτερικών, το υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, το υπουργείο Αιγαίου και Νησιωτικής Πολιτικής και το υπουργείο Τύπου. Από την άλλη πλευρά στα θέματα που έχουν και χωρική διάσταση εμπλέκονται ως συναρμόδιοι με το ΥΠ.ΠΟ. και άλλοι κρατικοί φορείς, όπως το υπουργείο Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων και οι οργανισμοί που εποπτεύονται απ' αυτό⁸. Το ΥΠ.ΠΟ.εποπτεύει άλλους κρατικούς πολιτιστικούς φορείς όπως είναι το Ίδρυμα Ελληνικού Πολιτισμού, ο Οργανισμός Προβολής του Ελληνικού Πολιτισμού, το Εθνικό Κέντρο Βιβλίου, το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, το Ευρωπαϊκό Κέντρο Δελφών κρατικές ορχήστρες, το Ελληνικό Φεστιβάλ, τις ακαδημίες⁹, κ.ά. Η χρηματοδότηση του Υπουργείου Πολιτισμού γίνεται από τον τακτικό κρατικό προϋπολογισμό, τις Δημόσιες Επενδύσεις, το Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων, τις εισφορές της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τις εισφορές από τυχερά παιχνίδια (Κόνσολα 2006:196-205).

Σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν και ιδιωτικοί φορείς μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, όπως μουσεία (π.χ. Μουσείο Μπενάκη), ιδρύματα τραπεζών, πολιτιστικά ιδρύματα (π.χ., Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού), συλλογές (π.χ., Συλλογή Δάκη Ιωάννου), θεατρικοί οργανισμοί (π.χ. θέατρο Φούρνος), κ.ά. Τέλος, κυρίαρχο ρόλο κατεχουν και οι πολιτιστικές επιχειρήσεις, όπως εκδοτικοί οίκοι, δισκογραφικές εταιρείες, εταιρείες παραγωγής τηλεοπτικών προγραμμάτων, διαφημιστικές εταιρίες, γκαλερί, κινηματογραφικές εταιρίες, κ.ά.

Σε τοπικό επίπεδο, η Νομαρχιακή και Δημοτική Διοίκηση στην Ελλάδα δεν έχουν τις διευρυμένες αρμοδιότητες που υπάρχουν σε άλλες χώρες, αφού στην Ελλάδα το σύστημα πολιτιστικής πολιτικής είναι – σε μεγάλο βαθμό– συγκεντρωτικό. Συχνά, πολύ σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν οι πολιτιστικές

⁷ Στον τομέα της πολιτιστικής κληρονομιάς, το Υπουργείο έχει την απόλυτη ευθύνη για τις αρχαιότητες, τον παραδοσιακό και σύγχρονο λαϊκό πολιτισμό. Στο σύγχρονο πολιτισμό το Υπουργείο είναι υπεύθυνο για τον τομέα των γραμμάτων, του θεάτρου, του χορού, του κινηματογράφου, των εικαστικών τεχνών, της μουσικής, κ.λπ.

⁸ Οι αρμοδιότητες αυτών των κρατικών φορέων συναντώνται στα θέματα που σχετίζονται με τους αρχαιολογικούς χώρους (όπως το μεγάλο Πρόγραμμα της Ενοποίησης των Αρχαιολογικών Χώρων), τον χαρακτηρισμό οικισμών ή κτηρίων ως παραδοσιακών, τον καθορισμό ειδικών όρων δόμησης και τις αναπλάσεις παραδοσιακών συνόλων, την επιβολή ρυθμίσεων στα χαρακτηρισμένα ως διατηρητέα κτήρια κ.ά.

⁹ Κατά τη διάρκεια συγγραφής της διατριβής ανακοινώθηκε από το Υπουργείο Πολιτισμού μία σειρά νέων θεσμών, μεταξύ των οποίων το Εθνικό Κέντρο Θεάτρου, το Συμβούλιο Χορηγιών (σε σχέση με το νέο νόμο για τις χορηγίες), κ.ά. (βλ. «Μέτρα και εξαγγελίες για τον πολιτισμό» στο Βήμα, 2/11/06)

οργανώσεις εθελοντικής συμμετοχής και συλλογικής δράσης (σύλλογοι, σωματεία, εταιρείες, ενώσεις κ.λπ.), οι οποίοι μπορεί και να υποκαθιστούν τους κρατικούς ή τοπικούς φορείς όσον αφορά τον πολιτιστικό προγραμματισμό.

Ήδη αναφέρθηκε ότι οι περισσότερες ελληνικές πόλεις κατευθύνονται ολοένα και περισσότερο προς την ανάπτυξη πολιτιστικών δομών. Σε τοπικό επίπεδο παρατηρείται έντονη δραστηριότητα, αν και οι κύριες προσπάθειες ξεκινούν από το Υπουργείο Πολιτισμού (Κόνσολα 2006). Πολλές φορές δε, είναι ο ιδιωτικός τομέας αυτός που κινεί τις εξελίξεις με την τοπική αυτοδιοίκηση και τις κρατικές αρχές να ακολουθούν (Papageorgiou 1989, Δέφνερ 1999). Ο ρόλος της Νομαρχιακής και Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην τοπική πολιτιστική ανάπτυξη στην Ελλάδα δεν υπήρξε πάντα δυναμικός, αν και τα τελευταία χρόνια υπάρχει εμφανής αναβάθμιση. Όλες σχεδόν οι Νομαρχίες έχουν συστήσει Διεύθυνση Πολιτισμού με αρμοδιότητες συνήθως και σε θέματα τουρισμού, αθλητισμού και νεολαίας. Ορισμένες μάλιστα από τις Νομαρχίες έχουν ιδρύσει και Οργανισμό Πολιτισμού. Αντίστοιχα, στους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης, κυρίως μετά τη μεταπολίτευση, άρχισε να παρατηρείται έντονη τάση μεγαλύτερης προσφοράς πολιτιστικών υπηρεσιών. Οι μεγάλοι κυρίως δήμοι της χώρας αξιοποίησαν τη σταδιακή μεταβίβαση αρμοδιοτήτων (ανάμεσα στις οποίες και οι πολιτιστικές) και πόρων από την κεντρική διοίκηση προς το τοπικό επίπεδο και διέδρυναν τους τομείς της δραστηριότητάς τους. Προχώρησαν, δηλαδή, στην ίδρυση ειδικών πολιτιστικών φορέων, στην κατασκευή της απαραίτητης κτιριακής υποδομής, στη σύναψη Πολιτιστικών Προγραμματικών Συμβάσεων με το ΥΠ.ΠΟ. και στο σχεδιασμό και την εφαρμογή πολιτιστικών προγραμμάτων. Ίδρυσαν έτσι Πολιτιστικά Κέντρα, Δημοτικά Ωδεία, Δημοτικές Φιλαρμονικές, Δημοτικές Πινακοθήκες, Δημοτικούς Κινηματογράφους κ.ά. Ανάμεσα στους νέους φορείς πρέπει να αναφερθούν και οι Δημοτικές Επιχειρήσεις Πολιτιστικής Ανάπτυξης (Δ.Ε.Π.Α.) στις οποίες οι δήμοι εκχωρούν το μεγαλύτερο μέρος των πολιτιστικών δραστηριοτήτων τους. Οι Δ.Ε.Π.Α. λειτουργούν με κανόνες ιδιωτικού δικαίου, όχι μόνο ως πολιτιστικά κέντρα, αλλά και ως οικονομικές μονάδες που αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες επιχειρηματικής φύσεως. Από τις πιο σημαντικές προσπάθειες στο επίπεδο αυτό ήταν η δημιουργία του Εθνικού Πολιτιστικού Δικτύου Πόλεων, όπου συμμετέχει ένας σημαντικός αριθμός πόλεων (πλην Αθήνας και Θεσσαλονίκης) με σκοπό την αναζωογόνηση και υποστήριξη της πολιτιστικής δραστηριότητας¹⁰. Η

¹⁰ Συγκεκριμένα δημιουργήθηκαν οι 19 θεσμοί, ενώ αργότερα εντάχθηκαν και δύο θεσμοί που υφίστανται ήδη, το Πατρινό Καρναβάλι και τα Νεστόρεια:

1. Εικαστικό Κέντρο Σύγχρονης Τέχνης Λάρισας
2. Φωτογραφικό Κέντρο Σκοπέλου
3. Κέντρο Καλλιτεχνικής Πράξης Τρίπολης
4. Διεθνές Κέντρο Χορού Καλαμάτας
5. Κέντρο Μουσικού Θεάτρου Βόλου
6. Φωτογραφικό Κέντρο Σκοπέλου

κάθε πόλη δίνει πιο πολύ βάρος σε έναν συγκεκριμένο πολιτιστικό τομέα (π.χ., φωτογραφία, χορός) αποκτώντας έτσι και μια πιο συγκεκριμένη εικόνα. Στην πράξη ωστόσο ο θεσμός δεν δημιούργησε τις κατάλληλες δυναμικές και σήμερα έχει ουσιαστικά καταργηθεί. Σύμφωνα με αφιέρωμα της Ελευθεροτυπίας, μετά την ουσιαστική κατάργηση του θεσμού και τη λήξη των δεκαετών συμβάσεων με το Υπουργείο Πολιτισμού το σύνολο σχεδόν των θεσμών δεν μπόρεσαν να επιζήσουν.

Αντίστοιχη δραστηριοποίηση υπήρξε τα τελευταία χρόνια και στον τουριστικό τομέα. Η σχετική νομοθεσία για τον τουρισμό (Ν. 2160/93 και Ν. 2636/98) δίνει το δικαίωμα στους οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης να σχεδιάζουν την τουριστική πολιτική και προβολή τους. Μεγάλη σημασία θα έχει και η αναμενόμενη επικαιροποίηση του Ρυθμιστικού Σχεδίου και το νέο Χωροταξικό Σχέδιο για τον Τουρισμό που αναμένεται να καταθέσει εντός των επόμενων μηνών το ΥΠΕΧΩΔΕ. Το ΥΠΕΧΩΔΕ, το νεοσύστατο Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, το Υπουργείο Ανάπτυξης καθώς και οι Περιφέρειες είναι οι κύριοι αρμόδιοι κυβερνητικοί φορείς για την τουριστική πολιτική.

Στην Ελλάδα, εκτός από τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας, τα φεστιβάλ έχουν μάλλον μικρή ιστορία. Παλαιότερος καθιερωμένος θεσμός είναι το Ελληνικό Φεστιβάλ (Φεστιβάλ Αθηνών και Φεστιβάλ Επιδαύρου), ενώ τα δημοτικά φεστιβάλ αναπτύσσονται κυρίως τη δεκαετία του 1980, στο πλαίσιο της «πολιτικής επιδοτήσεων» για την προώθηση της πολιτιστικής αποκέντρωσης, που εφαρμόζει το Υπουργείο Πολιτισμού. Οι φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης ξεκινούν τότε προσπάθειες για τη δημιουργία κτιριακής υποδομής για πολιτιστική χρήση, όπως τα λεγόμενα Πνευματικά ή Πολιτιστικά Κέντρα, και την οργάνωση πολιτιστικών – ψυχαγωγικών εκδηλώσεων (φεστιβάλ)¹¹. Η οργάνωση και ο σχεδιασμός του πολιτιστικού τομέα από τους Ο.Τ.Α. δεν υπήρξε εύκολος και συχνά παρουσιάστηκαν σημαντικά προβλήματα, καθώς και έλλειψη φαντασίας στον πολιτιστικό προγραμματισμό. Η δραστηριοποίηση της τοπικής αυτοδιοίκησης στον τομέα των πολιτιστικών υποδομών και των φεστιβάλ συνεχίζεται μέχρι σήμερα με

-
7. Εθνογραφικό Ινστιτούτο Νότιας Ευρώπης Φλώρινας
 8. Κέντρο Λαϊκών Δρωμένων Κομοτηνής
 9. Κέντρο Μελέτης Μουσικής Παράδοσης Αλεξανδρούπολης
 10. Κέντρο Μελέτης Ηπειρωτικής και Βαλκανικής Μουσικής Παράδοσης Ιωαννίνων
 11. Ινστιτούτο Βιβλίου και Ανάγνωσης της Κοζάνης
 12. Κέντρο Διεθνών Συναντήσεων Εικαστικών Καλλιτεχνών Διδυμοτείχου
 13. Κέντρο Πολιτιστικών Πρωτοβουλιών και Επικοινωνίας Βέροιας
 14. Κέντρο Αρχιτεκτονικής της Μεσογείου στα Χανιά
 15. Κέντρο Βυζαντινών Τεχνών Καστοριάς
 16. Κέντρο Μεσογειακής Μουσικής Λαμίας
 17. Κέντρο Χορωδιακής Πράξης Αργοστολίου
 18. Κέντρο Σύγχρονης Εικαστικής Δημιουργίας Ρεθύμνου
 19. Πατρινό Καρναβάλι
 20. Μουσικό Κέντρο Καλαβρύτων
 21. Νεστόρια Χώρας Τριφυλλίας

¹¹ Βλ. Ντ. Κόνσολα, 1990, *Πολιτιστική δραστηριότητα και κρατική πολιτική στην Ελλάδα*, Αθήνα: Παπαζήσης, σελ. 45-49.

τον ίδιο τρόπο και με ελάχιστες περιπτώσεις πετυχημένων θεσμών (Συναδινός, 1994, Κόνσολα και Ιωαννίδης, 2005:242).

3. Κύρια ζητήματα αστικής πολιτιστικής πολιτικής στην Ελλάδα

Μία πρόχειρη καταγραφή των αστικών πολιτιστικών πολιτικών και δραστηριοτήτων αναδεικνύει το πρόβλημα της συγκέντρωσης δραστηριοτήτων στην Αθήνα και –δευτερευόντως– στην Θεσσαλονίκη και στον πολιτισμό. Η θεατρική σκηνή, η μουσική βιομηχανία, ο οπτικοακουστικός τομέας, τα μουσεία, κ.λπ. της Αθήνας έχουν την πρωτοκαθεδρία πανελληνίως χωρίς να διαφαίνεται καμία τάση αλλαγής. Άλλωστε, τα πιο σημαντικά χρηματοδοτικά προγράμματα με εφαρμογή στον αστικό χώρο αφορούσαν την Αθήνα και τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων. Το πρόγραμμα Ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας ήταν ίσως το πιο φιλόδοξο σύγχρονο αστικό σχέδιο της χώρας, αφού είχε σαν σκοπό τη δημιουργία ενός αρχαιολογικού πάρκου στο κέντρο της Αθήνας προτείνοντας μια σειρά από μέτρα με δραστικές επιπτώσεις στην ζωή των Αθηναίων και των τουριστών. Στη Θεσσαλονίκη παρατηρεί κανείς επίσης σημαντική δραστηριότητα και υποδομές, π.χ. το Μέγαρο Μουσικής το Μουσείο Κινηματογράφου, το Βυζαντινό Μουσείο, το Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, κ.ά. Βεβαίως και σε άλλες πόλεις δημιουργήθηκαν –ειδικά τα τελευταία χρόνια– πολιτιστικά κέντρα, φεστιβάλ, μουσεία, εταιρίες πολιτιστικής ανάπτυξης, κ.ά. (Papageorgiou 1989, Δέφνερ 1995, Σκαλτσά 1999). Μπορεί να αναφερθεί ενδεικτικά το Μέγαρο Μουσικής στη Βέροια, το Λαογραφικό Μουσείο στο Ναύπλιο, το Βιομηχανικό Μουσείο στην Ερμούπολη, το Φεστιβάλ Χορού της Καλαμάτας, η Δημοτική Πινακοθήκη της Ρόδου, κ.ά. Παρά τις προσπάθειες αυτές, καμία από τις ελληνικές πόλεις δεν αναφέρεται ως παράδειγμα στην αντίστοιχη ξένη βιβλιογραφία, αφού ουσιαστικά δεν εφαρμόζεται πουθενά μια καινοτόμος συγκροτημένη αστική πολιτιστική πολιτική. Φυσικά, αυτό εξηγείται εν μέρει από την περιφερειακή θέση της Ελλάδος τόσο στον πολιτιστικό τομέα, όσο και γενικότερα. Πολλές προσπάθειες αναλώνονται στην προσέλκυση πολιτιστικού τουρισμού με στόχο τη «πόλη-μουσείο», χωρίς να προτείνεται μια συνολική λύση για τη πόλη και τους κατοίκους (Richards, 1995).

Οι ελληνικές πόλεις δεν κατάφεραν τα τελευταία χρόνια να εκμεταλλευτούν τα μεγάλα πολιτιστικά γεγονότα που φιλοξένησαν, ενώ και στην περίπτωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 η λεγόμενη ολυμπιακή κληρονομιά στον πολιτισμό δεν μπορεί να αξιολογηθεί ακόμα¹². Επίσης, σε αντίθεση με άλλες ευρωπαϊκές

¹² Η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα το 2004 αποτέλεσε ιστορική καμπή για τη σχέση του τουρισμού με την πόλη της Αθήνας και το σημαντικότερο πλαίσιο αναγέννησης της σύγχρονης ιστορικής εξέλιξης της πόλης. Αφού η Αθήνα έλαβε το χρίσμα ενός τόσο μεγάλου mega-

πόλεις τα ετήσια γεγονότα όπως το Ελληνικό Φεστιβάλ δεν έχουν λειτουργήσει ως καταλύτες πολιτιστικής και τουριστικής ανάπτυξης. Παράλληλα, υπάρχει πρόβλημα ρυθμιστικού πλαισίου όσον αφορά τις πολιτιστικές δραστηριότητες του ιδιωτικού τομέα (π.χ., στέγαση, χορηγία, φορολόγηση), ενώ προβληματική ή και ανύπαρκτη είναι η στήριξη των νέων επιχειρήσεων του τομέα. Αυτά τα στοιχεία, ουσιαστικά, καταδεικνύουν την ανάγκη για αλλαγές στη διαχείριση και στον προγραμματισμό του πολιτισμού, καθώς και στη γενικότερη νοοτροπία που κυριαρχεί. Με δεδομένες τις ευεργετικές συνέπειες της πολιτιστικής ανάπτυξης σε μια πόλη και σε συνάρτηση με τη σημαντική πολιτιστική κληρονομιά, είναι σίγουρο ότι οι ελληνικές πόλεις μπορούν να πετύχουν πολύ περισσότερα ως προς τον «δημιουργικό» τους τομέα.

Ένα άλλο σημαντικό πρόβλημα αφορά την καταγραφή της πολιτιστικής δραστηριότητας, η οποία επιφέρει προβλήματα τόσο στις προσπάθειες μελέτης του πολιτιστικού τομέα όσο και στον προγραμματισμό. Στην Ελλάδα η μέτρηση της πολιτιστικής δραστηριότητας είναι αρμοδιότητα της Στατιστικής Υπηρεσίας η οποία υπάγεται στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών¹³. Συλλέγει πληροφορίες και στοιχεία σε εθνικό επίπεδο και σε επίπεδο περιφέρειας. Στο πλαίσιο της Στατιστικής Υπηρεσίας λειτουργεί η Διεύθυνση Κοινωνικών Στατιστικών ασχολείται με στατιστικά στοιχεία που αφορούν τον Πολιτισμό και τον Αθλητισμό. Οι δείκτες τους οποίους παρακολουθεί και δημοσιεύει η Στατιστική Υπηρεσία για τον πολιτιστικό τομέα αφορά τα εξής:

- Πολιτιστικές Δραστηριότητες Διευθύνσεων Υπουργείου Πολιτισμού
- Κίνηση Μουσείων και Αρχαιολογικών Χώρων
- Βιβλιοθήκες
- Κίνηση Κρατικών Δημοτικών Θεάτρων και Ορχηστρών
- Κίνηση Ελευθέρων Θεάτρων
- Αίθουσες Έργων Τέχνης
- Εφορίες Αρχαιοτήτων
- Ημερήσιος και Περιοδικός Τύπος

Σε ορισμένες περιπτώσεις η καταγραφή αυτή συνδέεται με σημαντικά προβλήματα. Σύμφωνα με την έκθεση του Δήμου Αθηναίων για το πρόγραμμα Eurocult 21¹⁴ η Στατιστική Υπηρεσία αναφέρει ότι υπάρχουν προβλήματα όσον αφορά την άντληση στοιχείων από το Υπουργείο Πολιτισμού και τις πολιτιστικές

event, ξεκίνησε μια μεγάλη συζήτηση για το μέλλον της πόλης (Συναδινός 2004). Ένα εκτεταμένο σύνολο συγκοινωνιακών έργων, νέων οδικών αρτηριών, αναπλάσεων, νέων αθλητικών και ψυχαγωγικών υποδομών, τουριστικών επενδύσεων, κ.ά., δημιούργησαν προϋποθέσεις για μια νέα αστική εικόνα.

¹³ Στοιχεία δημοσιεύουν επίσης το ΕΚΚΕ, το ΚΕΠΕ, οι εποπτευόμενοι από το ΥΠΠΟ οργανισμοί (Εθνικό Κέντρο Βιβλίου, κ.α), πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα, ανεξάρτητοι οργανισμοί (π.χ. Παρατηρητήριο της Κοινωνίας της Πληροφορίας), περιοδικά (π.χ., περιοδικά Highlights, Ιχνηυτής, κ.ά).

¹⁴ Περισσότερες πληροφορίες για την έκθεση αυτή δίνονται στη σελ. Κεφ. 4

επιχειρήσεις. Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι μέχρι σήμερα δεν έχουν δημοσιευτεί στοιχεία για τη θεατρική κίνηση της Αθήνας επειδή τα μοναδικά θέατρα που απαντούν τα σχετικά ερωτηματολόγια της Στατιστικής Υπηρεσίας είναι εκείνα που επιχορηγούνται.

Το πρώτο και ίσως σημαντικότερο πρόβλημα όσον αφορά τις μετρήσεις σε επίπεδο πόλης είναι το γεγονός ότι ο Δήμος Αθηναίων δεν ταυτίζεται με την πόλη. Χρησιμοποιείται ο όρος «ευρύτερη περιοχή Αθηνών» για τον οποίο υπάρχουν και διαθέσιμα στοιχεία. Η ευρύτερη περιοχή Αθηνών περιλαμβάνει 56 δήμους και 3 κοινότητες σχηματίζοντας μία μητροπολιτική περιοχή που συνέχεια εξαπλώνεται. Η συνεχής βελτίωση των μεταφορών η οποία μειώνει τις αποστάσεις μεταβάλλει τη κατάσταση αφού απομακρυσμένες περιοχές (Μεσόγεια, Λαύριο, Ραφήνα κα) και πόλεις δορυφόροι (Θήβα, Κόρινθος, Χαλκίδα, κ.ά.) εντάσσονται πλέον στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας. Ο δήμος Αθηναίων έχει πληθυσμό περίπου 800.000 κατοίκων ενώ η ευρύτερη περιοχή της Αθήνας αφορά πληθυσμό που ξεπερνά τα 4 εκατ. κατοίκους που αποτελούν και το εν δυνάμει κοινό κάθε πολιτιστικής δραστηριότητας. Από τα παραπάνω προκύπτει επίσης ένα δεύτερο πρόβλημα: δεν υπάρχουν στατιστικά στοιχεία σε επίπεδο πόλης για την ελληνική επικράτεια αλλά μόνο σε επίπεδο περιφέρειας ή νομού, γεγονός που δυσκολεύει τις σχετικές συγκριτικές και κλαδικές μελέτες. Σε πολλές άλλες ευρωπαϊκές πόλεις λειτουργούν οργανωμένα γραφεία στατιστικής καταγραφής των μεγεθών μιας πόλης¹⁵, βοηθώντας σημαντικά την διερεύνηση κλαδικών θεμάτων.

Μια γενική διαπίστωση που αφορά τον τομέα της οικονομίας του πολιτισμού σχετίζεται με τη συγκέντρωση της πολιτιστικής δραστηριότητας στα μητροπολιτικά κέντρα. Σύμφωνα με τον Pratt τα στοιχεία δείχνουν ότι η πολιτιστική παραγωγή αφορά κυρίως τα μεγάλα μητροπολιτικά κέντρα (στην περίπτωση της Μ. Βρετανίας το Λονδίνο συγκεντρώνει το 26,9% της εθνικής απασχόλησης στις πολιτιστικές βιομηχανίες). Πιο ενδεικτικά είναι τα στοιχεία στις Η.Π.Α., αφού ο Scott αναφέρει επίσης ότι πάνω από το μισό πληθυσμό των εργαζομένων στον πολιτιστικό τομέα συγκεντρώνονται στα μητροπολιτικά κέντρα με πληθυσμό πάνω από 1 εκατ. κατοίκους. Από αυτούς μάλιστα το μεγαλύτερο ποσοστό αφορά την Νέα Υόρκη και το Λος Άντζελες. Παρόμοια μελέτη στη Σουηδία έδειξε ότι η πλειονότητα των εργαζομένων στον πολιτιστικό τομέα της χώρας (αφορά το 9% του συνόλου των εργαζομένων) είναι συγκεντρωμένη στην πρωτεύουσα. Αντίστοιχη μελέτη για την Ισπανία δείχνει ότι η Μαδρίτη είναι το κυρίαρχο κέντρο όσον αφορά την οικονομία του πολιτισμού της Ισπανίας, όπου στον πολιτιστικό τομέα αντιστοιχεί το 4,5%

¹⁵ Χαρακτηριστική περίπτωση που αποτελεί βέλτιστη πρακτική για τα ευρωπαϊκά δεδομένα αποτελεί η περίπτωση του Ελσίνκι και του γραφείου "City of Helsinki Urban Facts", το οποίο λειτουργεί με εξειδικευμένο προσωπικό και παρέχει αναλυτικές πληροφορίες σε πολλές γλώσσες για τα οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά της πόλης, βλ. www.hel2.fi/tietokeskus/eng/

του Α.Ε.Π. (βλ. Scott 2004:466). Στην περίπτωση της Ελλάδας η διαπίστωση αυτή επαληθεύεται¹⁶, με την ευρύτερη περιοχή της Αθήνας να συγκεντρώνει το συντριπτικό ποσοστό της πολιτιστικής παραγωγής και επιχειρηματικότητας, όπως άλλωστε συγκεντρώνει και το μεγαλύτερο μέρος του παραγωγικού και εργατικού δυναμικού της χώρας.

4. Πολιτιστικές Περιοχές σε άλλες ελληνικές πόλεις

Στην παρούσα διατριβή το θέμα των πολιτιστικών περιοχών της Ελλάδας εξετάζεται κυρίως μέσα από την περίπτωση περιοχών της Αθήνας και κατά κύριο λόγο του Ψυρή. Η υπερσυγκέντρωση πολιτιστικών δραστηριοτήτων στην Αθήνα καθιστά άλλωστε δύσκολη τη σύγκριση με άλλες ελληνικές πόλεις. Η περίπτωση της Θεσσαλονίκης και των Λαδάδικων, η οποία παρουσιάζεται σύντομα παρακάτω, αποτελεί τη μοναδική ενδιαφέρουσα περίπτωση στον ελληνικό χώρο εκτός Αθήνας. Αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν προσπάθειες πολιτιστικής συγκέντρωσης σε άλλες ελληνικές πόλεις, το μέγεθος, ο αριθμός των επιχειρήσεων και ο βαθμός ωριμότητας τους δεν επιτρέπουν όμως τη σύγκριση με τις περιοχές της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης.

ι. Θεσσαλονίκη - Λαδάδικα

Α. Ιστορικό

Τα Λαδάδικα αποτελούν μία από τις πιο χαρακτηριστικές περιοχές της Θεσσαλονίκης, τόσο λειτουργικά, όσο και μορφολογικά. Πρόκειται για την περιοχή που περιβάλλεται από την Τσιμισκή, την Σαλαμίνας, την Κουντουριώτου και την Ίωνος Δραγούμη. Ιστορικά, η περιοχή αποτελούσε περιοχή εμπορίου για αιώνες. Από τότε που αποτελούσε μέρος της Αιγυπτιακής Αγοράς μέχρι τις μεγάλες πυρκαγιές του 19^{ου} και 20^{ου} αιώνα, η αγορά των Λαδάδικων αποτελούσε μία ζωντανή περιοχή που εξειδικεύτηκε στην εμπορία ελαιόλαδου, ελιάς, σχοινιών, κ.ά. Μετά τον 2^ο παγκόσμιο πόλεμο η εμπορική αγορά της πόλης αναπτύχθηκε σε άλλα σημεία της πόλης και η περιοχή οδηγήθηκε σε παρακμή η οποία κράτησε μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1980. Την περίοδο αυτή η περιοχή φιλοξενούσε κυρίως αποθήκες πλοίων και οίκους ανοχής με αποτέλεσμα να αποκτήσει άσχημη φήμη (Χαστάογλου 2006).

Στο εσωτερικό της η περιοχή διασώζει σε μεγάλο βαθμό την αρχιτεκτονική και αστική τυπολογία, καθώς και τις κτιριακές μορφές που χαρακτήρισαν τις συνοικίες των αγορών και εργαστηρίων στις βαλκανικές πόλεις έως το τέλος του

¹⁶ Αναλυτικά στοιχεία για την ευρύτερη περιοχή της Αθήνας παρουσιάζονται στο Παράρτημα.

19ου αιώνα. Η ιστορική τους αξία αναγνωρίζεται και το 1985 η περιοχή κηρύσσεται «ιστορικός τόπος». Η σημερινή εξέλιξη της περιοχής σε περιοχή αναψυχής ξεκινά τη δεκαετία του 1990 και με υπουργικό διάταγμα του 1994 (ΦΕΚ 1217/Δ/22.1.94) η περιοχή ανακηρύσσεται ως «ιστορικός χώρος». Παράλληλα, το 1992 τα Λαδάδικα εντάχθηκαν στο «Πρότυπο» σχέδιο για την αναβάθμιση του ιστορικού εμπορικού κέντρου της Θεσσαλονίκης, που χρηματοδοτήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Με ιδιωτικές πρωτοβουλίες¹⁷ σε πρώτη φάση, αλλά και με την οικονομική ενίσχυση του ΥΠΕΧΩΔΕ, ξεκίνησε η ανακαίνιση κτιρίων και η ανάπλαση της περιοχής. Η μεγαλύτερη ώθηση στην περιοχή δίνεται μέσω των πόρων και των εκδηλώσεων της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας το 1997 όταν τα Λαδάδικα είναι ήδη ευρύτερα γνωστά και υπολογίζεται ότι δέχονται πάνω από 7.000 επισκέπτες σε καθημερινή βάση (ΥΠΕΧΩΔΕ 1996).

Η εξέλιξη της περιοχής συνδυάζεται και με την ανάπλαση της προβλήτας Α¹⁸ όπου δημιουργήθηκαν τέσσερα μουσεία (Κρατικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, Κέντρο Σύγχρονης Τέχνης, Μουσείο Φωτογραφίας, Μουσείο Κινηματογράφου) και υποδομές αναψυχής. Η ανάπλαση θεωρείται αρκετά πετυχημένη αφού εκεί φιλοξενείται πλέον το Φεστιβάλ Κινηματογράφου της πόλης και αποτελεί μία από τις ελάχιστες παρεμβάσεις στον ελληνικό αστικό χώρο με βάση τις πρακτικές του waterfront development. Ουσιαστικά μπορεί κανείς να ισχυριστεί ότι η προβλήτα αποτελεί ένα ξεχωριστό cluster πολιτισμού το οποίο, παρά τις διαφωνίες και τα προβλήματα που έχουν προκύψει, κάνει αξιόλογες προσπάθειες για την προβολή του¹⁹. Σύμφωνα με την Βίλμα Χαστάογλου (2006:4-5), η διαχείριση της προβλήτας Α από τον ΟΛΘ είναι προβληματική, αφού δεν υπόκειται σε έλεγχο και το γεγονός ότι πρόκειται για ιδιωτική εταιρία εγείρει και ζήτημα όσον αφορά τη χρηματοδότηση των έργων από το δημόσιο. Παράλληλα, καμιά πρωτοβουλία για την αξιοποίηση του λοιπού τμήματος του παλιού λιμανιού δεν έχει εκφραστεί και η επικείμενη διάνοιξη της υποθαλάσσιας σήραγγας δημιουργεί πολλά ερωτήματα σχετικά με την προστασία της βιομηχανικής κληρονομιάς. Παράλληλα, άρνηση του ΟΛΘ να αποδώσει το εντυπωσιακό τελωνείο (12.150 τ.μ.), έργο του Κωνσταντινουπολίτη αρχιτέκτονα Alexandre Vallaury του 1910, για εγκατάσταση της δημοτικής αρχής, παρά τη συγκατάθεση του Υπουργείου Οικονομικών (τελικά το δημοτικό μέγαρο ανεγείρεται στο τέως στρατόπεδο Τσιρογιάννη) δημιούργησε αρνητικές εντυπώσεις. Τα τελευταία χρόνια συζητείται η μετατροπή του σε ξενοδοχείο πολυτελείας και multiplex.

¹⁷ Η Τράπεζα Μακεδονίας – Θράκης συνέβαλε σημαντικά στη προσπάθεια ανάπλασης αναλαμβάνοντας την ανακαίνιση πέντε κτιρίων

¹⁸ Η προβλήτα Α' αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά λιμενικά έργα στον ελληνικό χώρο. Το ιστορικό τμήμα του λιμανιού κατασκευάστηκε από τα τέλη του 19^{ου} αιώνα σύμφωνα με μαρσεγιέζικα πρότυπα και αποτέλεσε σημαντικότερο εκσυγχρονισμό για την πόλη (Χαστάογλου 2006)

¹⁹ Πρόσφατα άρχισε να εκδίδει ένα περιοδικό με τίτλο «Προβλήτα», μία αρκετά πρωτοποριακή προσπάθεια για τα ελληνικά δεδομένα

Β. Σχεδιασμός – Ομάδες Συμφερόντων

Με το υπουργικό διάταγμα του 1994 (ΦΕΚ 1217/Δ/22.1.94) ορίζονταν οι κανόνες προστασίας, οι περιορισμοί και οι χρήσεις στην περιοχή των Λαδάδικων. Τροποποίησε επίσης τη ρυμοτομία που επέβαλλε τη διάνοιξη της οδού Μητροπόλεως στο μέσον περίπου των Λαδάδικων και χαρακτήρισε διατηρητέα το σύνολο των 80 παλαιών κτιρίων, χωρίς όμως να θέσει σε εφαρμογή την ήδη θεσπισμένη μείωση του συντελεστή δόμησης, να επιβάλει την προστασία των χρήσεων ή την χρηματοδοτική ενίσχυση στους παλιούς επιχειρηματίες και ιδιοκτήτες, και να καθιερώσει τον αρχιτεκτονικό έλεγχο στα μη διατηρητέα κτίρια. Γενικότερα, καθώς η πλειονότητα των αποκαταστάσεων προορίζονταν για κέντρα διασκέδασης, τα ανακαινισμένα παλιά κτίρια εμφανίζουν ένα αρχιτεκτονικό ύφος πολύ «φπασιδωμένο» σε σχέση με την ιστορική εικόνα του λιτού χρηστικού κτίσματος αγοράς (Χαστάογλου 2006:2). Σύμφωνα με τον Μ. Μαυρομάτη η περιοχή των Λαδάδικων αποτελείται από 46 κτίρια του περασμένου αιώνα που διασώθηκαν από την πυρκαγιά του 1917 και επισκευάστηκαν, 3 κτίρια που παραμένουν ως κελύφη, 5 κτίρια της δεκαετίας του 1920 ιδιοκτησίας της Τράπεζας Μακεδονίας-Θράκης τα οποία φιλοξενούν νέες χρήσεις, 4 πολυώροφες κατασκευές της δεκαετίας του 1950 και του 1960 – ασυμβίβαστες με την εικόνα της περιοχής και 21 ιδιωτικά κτίρια (ΥΠΕΧΩΔΕ 1996).

Γ. Σημερινή Κατάσταση

Σχεδόν μία εικοσαετία μετά τις πρώτες κινήσεις για την ανάπλαση των Λαδάδικων, η προσπάθεια κρίνεται αποτυχημένη. Σύμφωνα με πρόσφατο ρεπορτάζ του Β. Ιγνατιάδη της Εφημερίδας «Έθνος» η περιοχή περνά αυτή τη στιγμή τη μεγαλύτερη παρακμή: Το σχέδιο για την αναβίωση της πάλαι ποτέ αιγυπτιακής αγοράς της πόλης και τη μετατροπή της σε «Μονμάρτη» της Θεσσαλονίκης, που ξεκίνησε από τα τέλη της δεκαετίας του 1980, απέτυχε. Σχεδόν 20 χρόνια μετά η περιοχή έχει σχεδόν ερημώσει, δεκάδες καταστήματα έχουν κλείσει, ενώ έως και το 40% των χώρων παραμένουν αναξιοποίητοι». Είναι γενικότερα αποδεκτό ότι η περιοχή έχει οδηγηθεί στην παρακμή λόγω της μονοκαλλιέργειας δραστηριοτήτων αναψυχής. Ο άναρχος και αθέμιτος ανταγωνισμός έφερε τον κορεσμό και στη συνέχεια την υποβάθμιση (Γοσποδίνη 2006:36). Σύμφωνα με το δημοσίευμα ενώ οι αρχικές προσδοκίες προέβλεπαν 7.000 επισκέπτες ημερησίως, σήμερα αυτοί δεν ξεπερνούν τους 500. Τα προβλήματα τονίζονται από τον πρόεδρο του Σωματείου Ιδιοκτητών Καταστημάτων της περιοχής, Ιωάννη Λουμάκο: πολλά από τα καταστήματα έβαλαν λουκέτο και οι τιμές ενοικίασης ή αγοράς των διατηρητέων κτιρίων έπεσαν έως και 50%, κάτι που οδήγησε σε αναζωογόνηση του ενδιαφέροντος για την περιοχή τον τελευταίο χρόνο, αλλά με αλλαγή χρήσης των

χώρων. Όπως λέει «Φτάσαμε στον πάτο, στο κατώτερο όριο της παρακμής, και τώρα φαίνεται πως βρισκόμαστε στην έναρξη μιας νέας περιόδου για τα «Λαδάδικα», προσθέτοντας πως «αυτό που δεν έκανε, ως όφειλε, ο Δήμος Θεσσαλονίκης, το έκαναν ο χρόνος και οι νόμοι της αγοράς».

Ο δήμαρχος Θεσσαλονίκης, Β. Παπαγεωργόπουλος, είχε συναντηθεί με τους καταστηματαρχές των Λαδάδικων πριν από δύο χρόνια και είχε υποσχεθεί την υλοποίηση όσων ζητούσαν (σύνταξη κανονισμού λειτουργίας της περιοχής στα πρότυπα του Ψυρή, φραγμό στην αλόγιστη λειτουργία ομοειδών επιχειρήσεων καφέ μπαρ και εσπαστορίων, παύση του «πογκρόμ» διώξεων για το ωράριο, ευπρεπισμό της περιοχής, κ.ά.)²⁰. Παρ' όλα αυτά η παρακμή και η απαξίωση της περιοχής συνεχίστηκε καταδεικνύοντας τα προβλήματα που μπορούν να προκύψουν από τη «μονοκαλλιέργεια» χρήσεων νυχτερινής διασκέδασης. Σήμερα, εκφράζονται ελπίδες επανάκαμψης της περιοχής με έμφαση σε νέες πολιτιστικές χρήσεις. Στην περιοχή εγκαταστάθηκαν πρόσφατα γραφεία του περιοδικού Soul (στο Βιοτεχνικό Μέγαρο), η ομάδα Micro Extreme, μία σχολή χορού, αρχιτέκτονες, φωτογράφοι, διακοσμητές, κ.ά. Η δήλωση του Σ. Τσιτσόπουλου²¹ ότι «αυτή τη φορά η καινούρια ανάπλαση ξεκίνησε από τις φυλές της ημέρας και όχι της νυχτας» δείχνει την διαφορετική μορφή πολιτιστικής επιχειρηματικότητας που τείνει να επικρατήσει.

ii. Λοιπές Περιπτώσεις Πολιτιστικών και Τουριστικών Περιοχών

Οι περιπτώσεις ανάπλασης αστικών περιοχών με στόχο να συγκεντρώσουν πολιτιστικές και τουριστικές δραστηριότητες συναντάται σε πολλές πόλεις της Ελλάδας. Συνήθως συναντάται η περίπτωση παρουσίας ενός παλαιότερου οικισμού εντός του αστικού ιστού, που συνεχίζει να διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη σύγχρονη πόλη, αναζητώντας παράλληλα και νέες χρήσεις. Η μεσαιωνική πόλη της Ρόδου, του Ρεθύμνου, της Κέρκυρας, των Χανίων, της Βέροιας, αποτελούν ορισμένες χαρακτηριστικές περιπτώσεις. Σύγχρονες περιπτώσεις ανάπτυξης πολιτιστικών χρήσεων σε συγκεκριμένες περιοχές συναντάμε σε άλλες πόλεις όπως στην Πάτρα (Ακτή Δυμαίων) και στον Βόλο (Παλιά). Σε μικρότερες πόλεις συναντούμε επίσης παραδοσιακές περιοχές που χρησιμοποιούνται πλέον ως πόλοι δραστηριοτήτων αναψυχής και πολιτισμού σε συνδυασμό με την ιστορική τους κληρονομιά (π.χ., Χάρμαινα στην Άμφισσα, Κρύα στην Λιβαδειά).

Οι περιπτώσεις της περιοχής Παναγιάς της Χερσονήσου Καβάλας και της Παλιάς Πόλης της Ξάνθης αποτελούν χαρακτηριστικά παραδείγματα. Στο ιστορικό

²⁰ Βίκυ Χαριστοπούλου, "Σήμα κινδύνου εκπέμπουν τα Λαδάδικα της Θεσσαλονίκης", Εφημ. ΤΑ ΝΕΑ 24.11.2004

²¹ βλ. άρθρο με τίτλο «Λαδάδικα '06: Η επιστροφή» στην Athens Voice, 7-13 Δεκεμβρίου 2006

κέντρο της Καβάλας, η παρουσία των μνημείων και των μνημειακών συνθέσεων είναι πρωταρχικής σημασίας. Μοναδικά κτίσματα, όπως τα τείχη, η ακρόπολη και ο περίβολος της πόλης, το τέμενος της "Μουσικής" (Χαλίλ Μπέη) λειτουργούν διαχρονικά ως πρωταρχικά οργανωτικά στοιχεία του αστικού χώρου και ως σημεία αναφοράς. Ανάλογο μοναδικό ρόλο διαδραματίζουν ορισμένα φυσικά στοιχεία. Οι σημερινές παρεμβάσεις έχουν σαν σκοπό να αναδείξουν την περιοχή παρέμβασης σαν ένα χώρο επιχειρηματικής δράσης, όπου μπορούν με επιτυχία να αναπτυχθούν επενδύσεις. Οι ενέργειες αυτές, αναμένεται να συμβάλλουν σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη του υπό ανάπλαση Ιστορικού Κέντρου, της πόλης της Καβάλας και της ευρύτερης περιοχής. Ήδη μια μεγάλη επένδυση στον παλιό χώρο του παλιού μουσουλμανικού σχολείου, του Ιμαρέτ, το οποίο σήμερα λειτουργεί ως πολυτελής ξενώνας²², έχει αλλάξει τον χαρακτήρα της περιοχής, καθιστώντας την προορισμό τουριστών υψηλού εισοδηματικού επιπέδου. Το ενδιαφέρον σημείο στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι ότι διεξάγεται εκτεταμένη συζήτηση τόσο για τα αρχιτεκτονικά όσο και τα επιχειρηματικά ζητήματα με πρωτοβουλία του Δήμου Καβάλας. Ο Σύλλογος Κατοίκων της περιοχής δραστηριοποιείται έντονα και η πρόταση για την δημιουργία θέσης αντιδημάρχου ή ειδικού φορέα για την περιοχή συζητείται μέχρι σήμερα, χωρίς ωστόσο να έχει κυριαρχήσει μία άποψη.

Η Παλιά Πόλη της Ξάνθης αποτελεί επίσης μία ιδιαίτερη περίπτωση πολιτιστικής περιοχής, αφού πρόκειται για ένα από τα καλύτερα διατηρημένα αρχιτεκτονικά σύνολα στην χώρα. Τα αξιοθέατά της είναι το Λαογραφικό Μουσείο, η Εκκλησία της Μητροπόλεως, το Στάλιο Νηπιαγωγείο, το κτίριο της πλατείας Ματσίνη, το διατηρητέο κτίριο όπου στεγάζεται το Δημαρχείο Ξάνθης το χάνι που έκτισε ο Εβραίος Μωϋσής δίπλα στο σημερινό Δημαρχείο, η Δημοτική Πινακοθήκη, ο σιδηροδρομικός σταθμός και τα ιδιαίτερης ομορφιάς καπνομάγαζα. Σήμερα η περιοχή υποδέχεται κυρίως πολιτιστικές χρήσεις, στηρίζεται από ένα ετήσιο φεστιβάλ (καθώς και το καρναβάλι) και έχει καταφέρει να καταστήσει τη Ξάνθη τουριστικό προορισμό. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει το σημερινό καθεστώς χρηματοδότησης το οποίο γίνεται με ένα πρόγραμμα που αφορά την ενίσχυση υφιστάμενων ή τη δημιουργία νέων μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ατομικές, εταιρείες, ελεύθερους επαγγελματίες) στους τομείς υπηρεσιών, τουρισμού, μεταποίησης και εμπορίου και έχει πεδίο εφαρμογής την Παλιά Πόλη. Επικεφαλής του προγράμματος είναι ο Δήμος Ξάνθης. Πρόκειται για ένα πρόγραμμα

²² Πρόκειται για ξενώνα - μνημείο, που ανήκει στην αλυσίδα των Historic Hotels of Europe (Ιστορικά Ξενοδοχεία της Ευρώπης), το οποίο διατηρεί ζωντανά τα χαρακτηριστικά της παλαιάς του χρήσης, βλ. www.imaret.gr

υλοποίησης επενδύσεων από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στο πλαίσιο των επιχειρηματικών σχεδίων των ολοκληρωμένων δράσεων αστικής ανάπτυξης στο Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (Π.Ε.Π.) Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης.

Στην Πάτρα, η Παραλία Δυμαίων τείνει να εξελιχθεί σε έναν πολιτιστικό άξονα –ειδικά μετά τα έργα που συνόδευσαν τον εορτασμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας το 2006. Αν και η διοργάνωση δεν κατάφερε να στρέψει το ενδιαφέρον στην πόλη, το μέλλον των πολιτιστικών υποδομών της περιοχής αυτής (Εργοστάσιο Λαδόπουλου, Πτωχοκομείο, Σφαγεία, κ.ά.) αναμένεται να καθορίσει το μελλοντικό πολιτιστικό πρόσωπο της πόλης (ήδη για το 2007 σχεδιάζονται μουσικά φεστιβάλ και εκδηλώσεις στην περιοχή). Αντίστοιχα, νέοι θύλακες πολιτιστικών δραστηριοτήτων δημιουργούνται και σε άλλες πόλεις με την ενίσχυση πολιτιστικών θεσμών, π.χ. στα ιστορικά κέντρα πόλεων. Στη Ρόδο, η παλιά πόλη προσπαθεί να καθιερωθεί ως αστικός προορισμός για όλες τις εποχές και με ειδικά πολιτιστικά γεγονότα, όπως το Μεσαιωνικό Φεστιβάλ προσπαθεί να αναδείξει την πολιτιστική της κληρονομιά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. Πολιτιστική υποδομή και δραστηριότητα στην Αθήνα

1. Η πόλη της Αθήνας – Γενικά στοιχεία

Ο κυριότερος σταθμός στη σύγχρονη ιστορία της Αθήνας είναι η ανακήρυξη της το Σεπτέμβριο του 1834 σε πρωτεύουσα του νεοσύστατου ελληνικού κράτους, η οποία την ανήγαγε αυτόματα στο πνευματικό κέντρο της χώρας. Η πόλη αριθμούσε τότε 10 χιλιάδες κατοίκους και εκτεινόταν γύρω από την Ακρόπολη (περίπου από την περιοχή του Ψυρή έως του Μακρυγιάννη), έχοντας ως κέντρο της την περιοχή της Πλάκας. Μετά το 1834 η πόλη ανοικοδομούταν με γοργό ρυθμό, προσπαθώντας να καλύψει τις επιτακτικές ανάγκες που της δημιούργησε ο νέος της ρόλος.

Η ραγδαία πληθυσμιακή ανάπτυξη που ακολούθησε οδήγησε σε αλλεπάλληλες επεκτάσεις της πόλης. Η Αθήνα είναι η πόλη που έχει χαρακτηριστεί σε πολλές ιστορικές εποχές της από την έλλειψη ή την κακή εφαρμογή του χωρικού σχεδιασμού. Από το σχέδιο πόλης των Κλεάνθη και Σάουμπερτ μέχρι τις τελευταίες τροποποιήσεις του Γενικού Πολεοδομικού Σχεδίου για τις ανάγκες των Ολυμπιακών Αγώνων, υπάρχει η τάση να μην ακολουθούνται όσα επιτάσσουν οι νόμοι. Για τη σύγχρονη λειτουργία της πόλης της Αθήνας έχουν καταρτιστεί νομοθετικές ρυθμίσεις, κυριότερες από τις οποίες είναι το Ρυθμιστικό Σχέδιο της Αθήνας (Ν. 1515/85¹) οι κατευθύνσεις του Γενικού Πολεοδομικού Σχεδίου (Γ.Π.Σ., Φ.Ε.Κ. 80/Δ/88), το Σχέδιο Δράσης SOS για την Αθήνα του 1984 και το Πρόγραμμα Ενοποίησης των Αρχαιολογικών Χώρων.

Η Αθήνα είναι σήμερα μία από τις πιο πολυπληθείς και χωρικά εκτεταμένες πόλεις της Ευρώπης. Σήμερα στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας (στην οποία περιλαμβάνεται όλος ο νομός Αττικής) κατοικεί το 36% του συνολικού πληθυσμού της χώρας (3.894.574 κάτοικοι) και παράγει το 38% του Α.Ε.Π. της Ελλάδας². Το ποσοστό ανεργίας για το 2004 ήταν 9,1%, ενώ στην Αττική βρίσκονται οι περισσότεροι φορολογούμενοι στη χώρα. Ωστόσο, τα προβλήματα που παρουσιάζει η πόλη δείχνουν να υπερτερούν από τις δυνατότητες που προσφέρει - ή από τις λύσεις που κάθε φορά προτείνονται και τελικώς υλοποιούνται. Τα προβλήματα της Αθήνας γίνονται καθημερινά αντιληπτά από τους κατοίκους της, με συνέπεια να καταγράφονται από σχετικές δημοσκοπήσεις³. Υπάρχει μία εκτενής βιβλιογραφία

¹ Αναμένεται να επικαιροποιηθεί στο άμεσο μέλλον από τον Οργανισμό Αθήνας.

² Πηγή: περιοδικό *Νομοί*, Εκδ. 2005.

³ Έρευνα της στατιστικής υπηρεσίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Eurostat), που δημοσιεύτηκε τον Ιούλιο του 2005, κατέταξε την Αθήνα στη - διόλου τιμητική - τελευταία θέση μεταξύ 31 ευρωπαϊκών πόλεων, ως προς το βαθμό ικανοποίησης των κατοίκων της. Σύμφωνα με την έρευνα, ποσοστό 96% βρίσκουν την πόλη θορυβώδη, 72% βρώμικη, 96% με αυξημένη ρύπανση και 65% με έλλειψη πρασίνου. Επιπλέον, αποτελέσματα άλλης έρευνας της Eurostat - που δημοσιεύτηκε τον Ιανουάριο του

για θέματα που σχετίζονται για το μέλλον της Αθήνας, τον μητροπολιτικό της ρόλο, τον διεθνή ρόλο της, τη τουριστική πολιτική της, κ.ά. (Γετίμης 1995, Ε.ΜΠ. 2002, Ε.Α.Χ.Α. 2004).

Η ευρύτερη περιοχή της Αθήνας αφορά πλέον μια μητροπολιτική περιοχή που περιλαμβάνει το σύνολο του νομού Αττικής και ορισμένες πόλεις δορυφόρους (Χαλκίδα, Κόρινθος, Θήβα, κ.ά.) οι οποίες τείνουν να αποτελέσουν ενιαίο οικονομικό χώρο. Είναι επομένως δύσκολο –και εν μέρει λανθασμένο– να αναλυθεί το προφίλ της πόλης, με βάση τα όρια του Δήμου Αθηναίων. Ειδικά ο αστικός τουρισμός και οι πολιτιστικές δραστηριότητες της Αθήνας αποτελούνται από ένα πολύ ευρύτερο δίκτυο υποδομών και λειτουργιών. Στη σύγχρονη πραγματικότητα, η πόλη των Αθηνών προσπαθεί να σταθεί ως ισάξια μεταξύ των άλλων ευρωπαϊκών πρωτευουσών. Η επιτυχημένη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων, πριν από δύο χρόνια, έδωσε την εικόνα στον έξω κόσμο ότι πρόκειται για μία σύγχρονη, σωστά δομημένη και οργανωμένη πόλη – ενώ, ταυτόχρονα, έδωσε υποσχέσεις στους κατοίκους της, για ένα καλύτερο μέλλον στην ίδια τους την πόλη. Παράλληλα εντείνονται οι προσπάθειες για την καθιέρωση της πόλης ως προορισμό πολιτιστικού και συνεδριακού τουρισμού. Τα νέα, αξιοσημείωτα έργα που έχουν πραγματοποιηθεί τα τελευταία χρόνια (όπως το νέο συγκοινωνιακό δίκτυο, η περαιτέρω αξιοποίηση της παραλιακής ζώνης, η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων, η ανέγερση σύγχρονων κτηρίων και σταδίων κ.ά.) έχουν συμβάλει στην αναβάθμιση της αισθητικής της εικόνας και στη βελτίωση της καθημερινότητας των Αθηναίων (Christofakis 2004).

2 Το πολιτιστικό – τουριστικό προφίλ της Περιφέρειας Αττικής και της Αθήνας

Α. Πολιτιστική κληρονομιά και σύγχρονη πολιτιστική δημιουργία

Κατ' αρχήν το προφίλ της πόλης καθορίζει η ιδιαίτερη πολιτιστική κληρονομιά της και η μοναδική ιστορία της. Η ύπαρξη μεγάλου αριθμού σημαντικότερων αρχαιολογικών χώρων και μνημείων καθώς και των σχετικών μουσείων αποτελεί ισχυρό κίνητρο για την επίσκεψη τόσο του εξειδικευμένου κοινού όσο και του γενικότερου κοινού του μαζικού τουρισμού που ενδιαφέρεται να εμπλουτίσει τις διακοπές με επισκέψεις σε μνημεία και μουσεία. Η παγκόσμια σημασία της ιστορίας και των μνημείων της Αθήνας, από την προϊστορία μέχρι τους νεώτερους χρόνους αλλά ιδιαίτερα των μνημείων της κλασικής εποχής, δίνει

ίδιου χρόνου – κατέδειξε ότι οι Αθηναίοι αισθάνονται λιγότεροι ασφαλείς στην πόλη τους, σε σύγκριση με τους πολίτες άλλων ευρωπαϊκών χωρών (Αποστόλου 1996).

στην πόλη ένα σαφές ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και αυξημένη αναγνωρισιμότητα. Σημαντικό έργο που αναβάθμισε σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο παρουσίασης και την προσβασιμότητα των μνημείων και χώρων της Αθήνας είναι η Ενοποίηση των Αρχαιολογικών Χώρων της Αθήνας. Το έργο αυτό, ενταγμένο στα Μέτρα του Β' και του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης, ανέδειξε τα μνημεία του ιστορικού κέντρου της Αθήνας και βελτίωσε σημαντικά την ποιότητα των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών με τη δημιουργία πεζοδρόμων και νέων προσβάσεων στους αρχαιολογικούς χώρους, κ.λπ. Ως προς τα μνημεία, τους χώρους και τα κρατικά μουσεία, παρά το γεγονός ότι με τα έργα της Ενοποίησης και τις πρόσφατες ανακαινίσεις των μουσείων η εικόνα τους αναβαθμίστηκε αισθητά, υπάρχουν ακόμη αρκετές αδυναμίες.

Ως προς το σύγχρονο πολιτισμό, η πόλη της Αθήνας δεν κατατάσσεται σε υψηλές θέσεις ούτε στις σχετικές υποδομές ούτε στα γεγονότα που φιλοξενεί (βρίσκεται σαφώς χαμηλότερα από άλλες μεσογειακές μητροπόλεις όπως η Βαρκελώνη, η Κωνσταντινούπολη, κ.ά.). Η πόλη δεν έχει καθιερώσει σημαντικούς μόνιμους πολιτιστικούς θεσμούς οι οποίοι θα μπορούσαν να τη βοηθήσουν να βελτιώσει τη θέση της στον αστικό ανταγωνισμό. Η σημαντικότερη διεθνούς εμβέλειας εκδήλωση της πόλης είναι το Φεστιβάλ Αθηνών. Οι παραστάσεις θεάτρου, όπερας, χορού και μουσικής γίνονται είτε βάσει μετακλήσεων είτε βάσει εσωτερικών παραγωγών και δίνονται κυρίως στο ρωμαϊκό Ωδείο Ηρώδου του Αττικού και, από το 2006 (το έτος το οποίο τη διεύθυνση του Φεστιβάλ αναλαμβάνει ο Γ.Λούκος), και σε νέους «εναλλακτικούς» χώρους όπως το εργοστάσιο Τσαούσογλου και το «Σχολείο» στην οδό Πειραιώς, αλλά και χώρους όπως το Ρεξ, το Ολυμπιακό Κλειστό Γυμναστήριο Φαλήρου, κ.ά. Το Φεστιβάλ Αθηνών δεν έχει καταφέρει μέχρι σήμερα να συνδεθεί με την τουριστική πολιτική και προβολή.

Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις που θα μπορούσαν να προσελκύσουν διεθνές κοινό στην Αθήνα κατά τη χειμερινή περίοδο είναι ελάχιστες, όπως ορισμένες παραστάσεις στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών. Το Μέγαρο μάλιστα συγκαταλέγεται στα ισχυρά σημεία της πολιτιστικής υποδομής της πόλης, εφόσον διαθέτει μεγάλες και άριστα εξοπλισμένες αίθουσες συναυλιών και όπερας καθώς και άλλους χώρους για συνέδρια και εκθέσεις (Αυγερινού-Κολώνια 2000). Πιο πρόσφατα έχουν αρχίσει να σχεδιάζονται νέοι πολιτιστικοί θεσμοί, όπως η Μπιενάλε Τέχνης που διοργανώνεται για πρώτη φορά το Σεπτέμβριο του 2007. Από την πλευρά του Δήμου Αθηναίων τη κύρια ευθύνη της πολιτιστικής πολιτικής έχει ο Πολιτιστικός Οργανισμός του Δήμου και, δευτερευόντως, η Αναπτυξιακή Εταιρία του Δήμου Αθηναίων.

Ειδική περίπτωση στην πρόσφατη πολιτιστική εικόνα της Αθήνας αποτελούν προφανώς οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004. Η παράλληλη διοργάνωση της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας, μέρος της οποίας διεξαγόταν στην Αθήνα, συνδυάστηκε με πολύ σημαντικά και πρωτοποριακά πολιτιστικά γεγονότα με πιο χαρακτηριστικές της περιπτώσεις της έκθεσης Outlook, ειδικών παραστάσεων και συναυλιών, κ.ά. Ορισμένες Ολυμπιακές εγκαταστάσεις ήδη στεγάζουν πολιτιστικές χρήσεις, όπως π.χ. το Γήπεδο Badminton στο Γουδή, το οποίο έχει μετατραπεί σε κλειστό θέατρο για μεγάλης κλίμακας θεατρικές παραστάσεις, μιούζικαλ κ.λπ., και το Γήπεδο Beach Volley στο Φάληρο το οποίο θα μετατραπεί σύντομα σε συναυλιακό χώρο. Ειδικότερα για την περίπτωση του Γουδή, αναφορά πρέπει να γίνει και στα σχέδια για τη δημιουργία Μητροπολιτικού Πάρκου, με ήπιες δραστηριότητες πολιτισμού και αθλητισμού, στο οποίο θα ενταχθεί το Γήπεδο του Badminton καθώς και η Εθνική Γλυπτοθήκη. Τέλος, για την αξιοποίηση του Ολυμπιακού πόλου του Ελληνικού και του Αγίου Κοσμά έχουν διατυπωθεί πολλές, διαφορετικές μεταξύ τους προτάσεις. Μετά τη λήξη των Ολυμπιακών Αγώνων και μέχρι σήμερα ο χώρος παραχωρείται για εκθέσεις, συναυλίες και φεστιβάλ⁴.

Όπως αναφέρεται και στα προηγούμενα κεφάλαια, οι σύγχρονες τάσεις ευνοούν τη δημιουργία χώρων που λειτουργούν πολλαπλά ως πολυχώροι. Το Μέγαρο Μουσικής Αθηνών είναι η πιο χαρακτηριστική περίπτωση για την Αθήνα, αφού φιλοξενεί συναυλίες, καλλιτεχνικές παραστάσεις, εκδηλώσεις, εκθέσεις, συνέδρια κ.ά., αλλά υπάρχουν πολλά ακόμη παραδείγματα όπως η Αθηναΐδα, το Γκάζι, κ.ά. Πολλοί από τους χώρους αυτούς δημιουργήθηκαν με ιδιωτική πρωτοβουλία και κεφάλαια.

Όσον αφορά στις κτιριακές πολιτιστικές υποδομές, σημαντικές εκκρεμότητες αποτελούν η στέγαση της Εθνικής Λυρικής Σκηνής, οι χρονοβόρες διαδικασίες για την εγκατάσταση του Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης στο παλιό εργοστάσιο του Φιξ και οι συνεχείς μεταβολές στη χωροθέτηση του Μουσείου Μοντέρνας Τέχνης του ιδρύματος Β. και Ελ. Γουλανδρή⁵. Γενικά λείπουν από την Αθήνα εντυπωσιακά πολιτιστικά κτήρια, σχεδιασμένα από διάσημους αρχιτέκτονες, που θα αποτελούσαν για την πόλη "πολιτιστικά εμβλήματα" διεθνούς εμβέλειας,

⁴ Μία ενδιαφέρουσα καταγραφή και κριτική ανάλυση σχετικά με την μετα-ολυμπιακή χρήση των αθλητικών εγκαταστάσεων γίνεται στο τεύχος 59 του περιοδικού *Αρχιτέκτονες*, Σεπτέμβριος-Οκτώβριος 2006.

⁵ Από το 2000 μέχρι σήμερα, το ΕΜΣΤ έχει πραγματοποιήσει αρκετές εκθέσεις σε άλλους χώρους (π.χ. στο Μέγαρο Μουσικής), ωστόσο οι εργασίες στο πρώην εργοστάσιο Φιξ είναι επιβεβλημένο να προχωρήσουν με γοργούς ρυθμούς προκειμένου το Μουσείο να αποκτήσει στέγη στο άμεσο μέλλον. Ένας ακόμα σημαντικός χώρος για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων του σύγχρονου πολιτισμού στον ευρύτερο χώρο της Αττικής είναι το Τεχνολογικό Πολιτιστικό Πάρκο Λαυρίου, που στεγάζεται σε πρώην βιομηχανικά κτήρια που έχουν κηρυχθεί διατηρητέα. Το Τεχνολογικό Πολιτιστικό Πάρκο φιλοξενεί συνέδρια, εκθέσεις, πολιτιστικές εκδηλώσεις κ.λπ. Η κατασκευή ενός νέου, σύγχρονου κτηρίου που θα στεγάσει την Εθνική Λυρική Σκηνή είναι επίσης μια από τις βασικές εκκρεμότητες. Έχει διατυπωθεί η πρόταση χωροθέτησης αυτού του κτηρίου στο Δέλτα Φαλήρου, στο χώρο του παλαιού Ιπποδρόμου, πρόταση μάλιστα που είχε το χαρακτήρα δημιουργίας ενός Μουσικού Πάρκου το οποίο, εκτός από την ΕΛΣ θα στεγάσει και όλες τις Ορχήστρες.

όπως έχει συμβεί σε άλλες ευρωπαϊκές πόλεις (π.χ. Μπιλμπάο, Μπαρτσελόνα). Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια έχουν υλοποιηθεί στην Αθήνα αρκετά έργα που αφορούν σε μουσεία σύγχρονου πολιτισμού, χρηματοδοτούμενα τόσο από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Πολιτισμός» (νέο κτήριο Μουσείου Μπενάκη επί της Πειραιώς) όσο και από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Αττικής («Θόλος» Εικονικής Πραγματικότητας στο Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού, Γλυπτοθήκη της Εθνικής Πινακοθήκης στο Γουδί). Μια ακόμη αξιόλογη υποδομή σύγχρονων πολιτιστικών δραστηριοτήτων, η κατασκευή της οποίας αναμένεται να ολοκληρωθεί σύντομα, είναι η Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών του Ιδρύματος Ωνάση, η οποία κατασκευάζεται στην οδό Συγγρού και θα στεγάσει αίθουσες για συναυλίες συμφωνικής μουσικής, όπερας, θεατρικές παραστάσεις, Ηλεκτρονική Βιβλιοθήκη κ.ά.

Γενικά ο ρόλος της πόλης της Αθήνας στη διεθνή πολιτιστική σκηνή (εικαστική, μουσική, κινηματογραφική, κ.ά.) είναι περιφερειακός δίχως να υπάρχουν ενδείξεις ότι θα αλλάξει κάτι τα επόμενα χρόνια. Από την άλλη πλευρά, σε εθνικό επίπεδο, όπως αναφέρεται στο Κεφ. 6 οι περισσότερες από τις βασικές υποδομές και δραστηριότητες σύγχρονου πολιτισμού είναι συγκεντρωμένες στην Αθήνα. Ορισμένες από αυτές έχουν και διεθνή σημασία, π.χ. η Συλλογή Ε. Γουλανδρή, η Συλλογή του Δάκη Ιωάννου και το Ίδρυμα ΔΕΣΤΕ.

Η εικόνα της σύγχρονης πολιτιστικής πραγματικότητας της Αθήνας μετά το mega – event των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον όπως αποτυπώνεται μέσα από τη σχετική βιβλιογραφία και αρθρογραφία. Μία από τις πιο ενδιαφέρουσες πρόσφατες δημοσιεύσεις είναι η έκθεση για το πολιτιστικό προφίλ της πόλης για το ευρωπαϊκό πρόγραμμα Eurocult 21, το οποίο αφορά την συγκριτική μελέτη των αστικών πολιτιστικών πολιτικών 21 μεγάλων Ευρωπαϊκών πόλεων και ολοκληρώθηκε το Μάρτιο του 2005⁶. Η έκθεση για την πόλη της Αθήνας συντάχθηκε με ευθύνη του Πολιτιστικού Οργανισμού Αθήνας και έχει συμπεριλάβει και τις απόψεις εκπροσώπων σημαντικών πολιτιστικών οργανισμών και επιχειρήσεων της πόλης. Αν και η έκθεση παραλείπει να αναφερθεί σε σημαντικά ζητήματα που σχετίζονται με την πολιτιστική πολιτική του Δήμου Αθηναίων (ιστορική αναδρομή, χωρικός προγραμματισμός, κλπ) καταφέρνει να δώσει μια εικόνα και τις κυρίαρχες απόψεις. Οι εκπρόσωποι των πολιτιστικών οργανισμών που συμμετείχαν εντόπισαν τις πιο σημαντικές προκλήσεις που αντιμετωπίζει η Αθήνα όσον αφορά τον πολιτιστικό της τομέα⁷ (Papadopoulou 2005).

⁶ Περισσότερες πληροφορίες και οι τελικές εκθέσεις για το πρόγραμμα αυτό υπάρχουν στην ιστοσελίδα <http://www.eurocult21.org/index.php>

⁷ Συνοπτικά, οι κύριες προκλήσεις που ανέφεραν είναι οι εξής:

B. Αστικός Τουρισμός

Όσον αφορά τον αστικό τουρισμό, η Αθήνα έχει σαφώς περιθώρια να βελτιώσει τη σημερινή της θέση. Σε σχέση με τη διαχρονική εξέλιξη της τουριστικής ζήτησης, η Αθήνα και η Αττική υπήρξαν ένας από τους δυναμικούς πόλους της χώρας από το 1950 έως το 1975, γεγονός που όμως αντιστρέφεται την επόμενη περίοδο. Η Αθήνα χάνει σταδιακά τον δυναμισμό της και μέχρι και σήμερα, παρά την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, δεν έχει επανακάμψει⁸. Σύμφωνα με τις υπάρχουσες ενδείξεις, η μέση παραμονή κάθε τουρίστα είναι 2,5 μέρες και συνήθως αποτελεί ενδιάμεσο σταθμό προς κάποιο άλλο προορισμό της χώρας (Ε.Μ.Π. 1997:5-7). Υπάρχει επίσης ένα ποσοστό τουριστών που επιλέγουν την Αθήνα ως πολιτιστικό αστικό προορισμό, κυρίως για τις αρχαιότητες και τα μουσεία.

Στα ισχυρά σημεία της Αθήνας θα πρέπει να αναφερθούν οι φυσικοί πόροι της ευρύτερης περιφέρειας της Αττικής και ιδιαίτερα οι παραλίες του Σαρωνικού και της Ανατολικής Αττικής, καθώς και τα νησιά του Σαρωνικού, που επιτρέπουν τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου «τουριστικού πακέτου». Επιπλέον, η ακτοποικική σύνδεση με τα νησιά του Αιγαίου μέσω των λιμανιών του Πειραιά, της Ραφήνας και του Λαυρίου ενισχύει τη θέση της Αθήνας, η οποία αποτελεί την πύλη εισόδου στη χώρα και το σημαντικότερο μεταφορικό κόμβο. Η σημαντικότερη απειλή που αντιμετωπίζει η Αθήνα είναι ο ανταγωνισμός από άλλους τουριστικούς προορισμούς που βασίζονται σε παρόμοια πλεονεκτήματα (μεσογειακό κλίμα, πλούσια ιστορία και πολιτιστική κληρονομιά), όπως είναι για παράδειγμα πόλεις στην Ιταλία, την Ισπανία, την Κύπρο και την Τουρκία.

-
- Το θέμα των μετακλήσεων από το εξωτερικό πρέπει να αντιμετωπιστεί με την ενθάρρυνση της πολιτιστικής παραγωγής
 - Είναι απαραίτητο να βρεθεί η χρυσή τομή μεταξύ της αποδοχής του ευρύτερου κοινού και του ποιοτικού
 - Το πολιτιστικό πρόγραμμα των Ολυμπιακών Αγώνων των 650 πολιτιστικών γεγονότων πρέπει να αποτελέσει οδηγό για μελλοντικές πολιτικές. Σχετικό με αυτό είναι και η καθιέρωση επιτυχημένων γεγονότων σε μορφή φεστιβάλ, Μπιενάλε, Τριενάλε, κ.ά. Ιδιαίτερη σημασία έχει η μετα-ολυμπιακή χρήση των αθλητικών εγκαταστάσεων.
 - Όσον αφορά το Δήμο Αθηναίων τα κύρια θέματα που αναφέρονται είναι η έλλειψη αυτονομίας του Πολιτιστικού Οργανισμού, το θέμα των χορηγιών, την αδυναμία να πραγματοποιήσει ο Δήμος απευθείας ανάθεση ποσού πάνω από 12.000 Ευρώ δίχως διαγωνισμό, η θέσπιση ή μη εισιτηρίου στις δημοτικές δραστηριότητες⁷, η προβολή,
 - Όσον αφορά το Υπουργείο Πολιτισμού αναφέρεται ότι υποτιμά το ρόλο του Δήμου Αθηναίων όσον αφορά την πολιτιστική πολιτική.
 - Το σύστημα επιχορηγήσεων προς τις πολιτιστικές επιχειρήσεις και τους οργανισμούς είναι προβληματική, με αποτέλεσμα να σπαταλούνται πόροι και χρόνος στην προσπάθεια εξασφάλισής τους.
 - Από τη στιγμή που οι πολιτιστικές δραστηριότητες και οι πολιτιστικοί χώροι είναι συγκεντρωμένες στο κέντρο της πόλης, τίθεται θέμα αποκέντρωσης προς τους γειτονικούς δήμους
 - Το θέμα του θελόντισμού που ήρθε στο προσκήνιο λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων παραμένει σημαντικό όσον αφορά τον πολιτιστικό χώρο.
 - Αναγνωρίζεται ότι οι νέες τεχνολογίες και οι διαφορετικές μορφές ψηφιακής τέχνης θα αποτελέσουν σημαντική πρόκληση στο μέλλον.

⁸ Τα έτη 2005 και 2006 παρουσιάζεται αύξηση των τουριστικών μεγεθών της πόλης (βλ. JRB 2005, TourMis).

Το θέμα της τουριστικής προβολής και του μάρκετινγκ είναι ένα σημείο κλειδί που μέχρι και σήμερα αποτελεί αδύνατο σημείο της Αθήνας. Ο πολιτισμός και ιδιαίτερα η πολιτιστική κληρονομιά αν και αποτελεί το ισχυρότερο σημείο της πόλης της Αθήνας, αλλά και της ευρύτερης περιοχής της Αττικής, ως προς την προσέλκυση τουρισμού δεν προβάλλεται αποτελεσματικά. Ανεπαρκής μπορεί να θεωρηθεί και η εξαργύρωση της επιτυχημένης διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Η θετική κληρονομιά των Ολυμπιακών Αγώνων στην πόλη της Αθήνας στην αύξηση της διεθνούς αναγνωρισιμότητας της πόλης και την ανατροπή ορισμένων αρνητικών στερεοτύπων και στην αναβάθμιση των υποδομών (Μετρό, Τραμ, Αττική Οδός, Αεροδρόμιο Σπάτων, Ολυμπιακά Ακίνητα). Οι δράσεις που πρέπει να δρομολογηθούν για την εκμετάλλευση αυτών των πλεονεκτημάτων αναφέρονται αφ' ενός στη χάραξη μιας επιθετικής επικοινωνιακής στρατηγικής που θα δώσει συνέχεια στο γενικότερο θετικό κλίμα που έχει διαμορφωθεί και αφ' ετέρου στη βιώσιμη και στρατηγικά σχεδιασμένη αξιοποίηση των Ολυμπιακών Ακινήτων.

Η προβολή της Αθήνας ως προορισμού ολιγοήμερων διακοπών (city break) δεν θεωρείται επαρκής, παρά το γεγονός ότι Δήμος Αθηναίων έχει βελτιώσει σημαντικά την παρουσία του στο διαδίκτυο⁹, όπως και η Περιφέρεια Αττικής και ο Ε.Ο.Τ. που έχουν ξεκινήσει μία εκτεταμένη εκστρατεία διεθνούς τουριστικής προβολής. Συγκριτικά με άλλες μητροπόλεις, ωστόσο, το σύνολο των πληροφοριών για τους επισκέπτες δεν κρίνεται επαρκές, δεν απευθύνεται στις εξειδικευμένες αγορές (niche markets) και δεν εστιάζει σε συγκεκριμένα σύγχρονα πολιτιστικά χαρακτηριστικά. Τέλος, γενικότεροι αρνητικοί παράγοντες όπως είναι τα προβλήματα κυκλοφορίας και στάθμευσης, η ρύπανση, η έλλειψη πρασίνου, το υψηλό κόστος ζωής και το υψηλό κόστος του μοναδικού αεροδρομίου της Αθήνας, επιδρούν αρνητικά στην ικανότητά της να προσελκύσει διεθνή τουρισμό.

Συνολικά, η προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς της Αθήνας στο διαδίκτυο χαρακτηρίζεται μάλλον αποσπασματική και κατακερματισμένη στις ιστοσελίδες πολλών διαφορετικών φορέων¹⁰. Σε ό,τι αφορά στην προβολή των σύγχρονων πολιτιστικών δραστηριοτήτων, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις που διοργανώνονται στην Αθήνα δεν προβάλλονται επαρκώς στο εξωτερικό, έτσι ώστε να μπορέσουν να αποτελέσουν κίνητρο επίσκεψης στην πόλη. Η προβολή τους μέσω των διεθνών μέσων ενημέρωσης, έντυπων και ηλεκτρονικών, και του

⁹ Από το Μάιο του 2005 ο νεοσύστατος Οργανισμός Τουριστικής και Οικονομικής Ανάπτυξης Αθήνας λειτουργεί portal ειδικά για τους επισκέπτες της πόλης στη διεύθυνση www.cityofathens.gr/portal.

¹⁰ Ειδικότερα όσον αφορά στην προβολή της ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς από το διαδίκτυο, θα πρέπει να αναφερθούν οι βασικοί κόμβοι που ήδη λειτουργούν: του Υπουργείου Πολιτισμού (<http://www.culture.gr>), του Οργανισμού Προβολής του Ελληνικού Πολιτισμού (<http://www.hch.culture.gr>), του Δήμου Αθηναίων (<http://www.cityofathens.gr>) και του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (<http://www.gnto.gr>).

διαδικτύου κρίνεται αποσπασματική και ελλιπής, παρά τις προσπάθειες που έχουν γίνει τον τελευταίο καιρό, κυρίως από το Υπουργείο Πολιτισμού, το Δήμο Αθηναίων, την Περιφέρεια Αττικής και τον Ε.Ο.Τ. Για το συντονισμό των συναρμόδιων φορέων έχει συσταθεί ο Οργανισμός Τουριστικής και Οικονομικής Ανάπτυξης Αθηνών (Ο.Τ.Ο.Α.Α.) υπό τη μορφή αστικής εταιρείας μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα.

Παρά το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τον αστικό τουρισμό, τα απολογιστικά στοιχεία και οι σχετικές μελέτες στην περίπτωση της Αθήνας είναι ελάχιστες – άλλωστε είναι δύσκολο να απομονώσει κανείς τις τουριστικές λειτουργίες από τις υπόλοιπες αστικές λειτουργίες της πόλης (Αυγερινού 2003:240). Γενικά η περιοχή της Αθήνας από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 και έπειτα θεωρείται ότι αποτελεί προβληματική τουριστική περιοχή λόγω της υπάρχουσας δυσαρμονίας μεταξύ τουριστικής προσφοράς και ζήτησης, αλλά και λόγω εσωτερικών και εξωτερικών που αφορούσαν τη συνεχή μείωση του κόστους μεταφοράς, το νέφος, κ.λπ. Από τη δεκαετία του 1980 και μέχρι σήμερα η τουριστική κίνηση της Αττικής και οι σχετικοί δείκτες παρουσιάζουν συνεχή πτωτική τάση. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ε.Σ.Υ.Ε., από το 2003 και έπειτα όμως εμφανίζονται τάσεις ανοδικής πορείας: το 2001 οι συνολικές διανυκτερεύσεις ήταν 4,4 εκατ., το 2002 4,1 εκατ., το 2003 5,7 εκατ. και το 2004 5,8 εκατ. Από τα στοιχεία που παρουσιάζονται παρακάτω φαίνεται ότι η Αθήνα υπολείπεται σημαντικά από τις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές πόλεις (Λαγός και Διονυσοπούλου 2003:415).

Πίνακας 2: Οι δέκα κορυφαίες πόλεις της Ευρώπης – Εκατομμύρια Διανυκτερεύσεις

Πόλεις	2001	2002	2003	2004
1 Λονδίνο	115,9	110,8	114,8	119,9
2 Παρίσι	33,0	33,0	30,8	31,6
3 Δουβλίνο	19,1	18,6	19,0	20,4
4 Ρώμη	15,0	14,7	14,4	15,1
5 Μαδρίτη	12,2	12,3	12,2	11,3
6 Βερολίνο	11,3	11,0	11,3	11,2
7 Βαρκελώνη	8,0	8,7	9,1	10,1
8 Πράγα	-	6,8	8,4	10,6
9 Άμστερνταμ	8,1	8,0	7,9	9,0
10 Βιέννη	7,7	7,7	7,4	7,9

Πηγή: Βάση δεδομένων TourMis

Το μέλλον του τουρισμού της Αθήνας αποτελεί αντικείμενο εκτεταμένης συζήτησης και σχεδιασμού. Η μελέτη της JBR Hellas «Ο τουρισμός στην Αττική το 2015, Δυνατότητες και Προϋποθέσεις Ανάπτυξης» που ολοκληρώθηκε τον Ιούλιο του 2005, εντοπίζει, με βάσει έρευνα αγοράς, τη χαμηλή αναγνωρισιμότητα ορισμένων τουριστικών χαρακτηριστικών της Αθήνας (π.χ., ακτές) και τη ταύτιση με αρνητικά χαρακτηριστικά (ατμοσφαιρική ρύπανση, ακρίβεια, κ.ά.). Παρουσιάζει

επίσης μία πολύ ενδιαφέρουσα εκτίμηση σχετικά με το ανταποδοτικό όφελος από την επένδυση στον αστικό τουρισμό της Αθήνας όσον αφορά το εισόδημα και την απασχόληση. Καταλήγει στην σύγκριση των επιμέρους πολιτικών της Αθήνας και της Βαρκελώνης, θεωρώντας τις πολιτικές επιλογές τη Βαρκελώνης ιδανικές για την Αθήνα. Παρόμοια είναι τα συμπεράσματα άρθρων, ημερίδων, κ.λπ. που αφορούν τον τουρισμό της Αθήνας. Αν και γίνονται αρκετές αναφορές στο θετικό αντίκτυπο της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων συνολικά στο τουριστικό προϊόν της πόλης, στο σύνολό τους αγνοούν ή υποβαθμίζουν το θέμα των πολιτιστικών περιοχών και το ενδεχόμενο όφελος από τη διάχυση τουριστών σε άλλες περιοχές της πόλης εκτός της Πλάκας¹¹.

3 Κεντρικές περιοχές της Αθήνας με πολιτιστική – τουριστική δραστηριότητα

Στην Αθήνα το θέμα των πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών δεν προκάλεσε το ίδιο ενδιαφέρον που παρουσιάστηκε σε άλλες ευρωπαϊκές μητροπόλεις. Οι πολιτιστικές περιοχές που έχουν δημιουργηθεί δεν ακολουθούν τα πρότυπα των άλλων ευρωπαϊκών πόλεων, όπως περιγράφεται και παρακάτω, και έως σήμερα –με εξαίρεση την περίπτωση της Πλάκας – δεν έχει προκύψει κάποια περίπτωση που να ακολουθήσε εξ αρχής σχεδιασμό για πολιτιστική περιοχή. Ειδικά στο τέλος της δεκαετίας του 1980, ορισμένες αστικές περιοχές –κυρίως στην Αθήνα– ξεκίνησαν να παρουσιάζουν σημάδια ανάπτυξης όπου οι βιομηχανικοί, βιοτεχνικοί και εμπορικοί χώροι χρησιμοποιούνταν πλέον για πολιτιστικές χρήσεις, δραστηριότητες αναψυχής ή κατοικία, αποκτώντας με αυτόν τον τρόπο τα χαρακτηριστικά «πολιτιστικών περιοχών».

“Όπως όμως σε όλες τις προηγούμενες περιπτώσεις, το στοίχημα θα κέρδιζαν στο τέλος εκείνα τα έργα που συνδέονταν άμεσα με ιδιωτική πρωτοβουλία και επέβαλαν νέες συνήθειες (μόδες) στη ζωή της πόλης. Ειδικά στην πρόσφατη ιστορία, τα Λαδάδικα και ο Μύλος στη Θεσσαλονίκη, η δημιουργία νέου πόλου αναψυχής και θεατρικών σκηνών στου Ψυρή και στο Γκάζι, δείχνουν ότι υπάρχει ένας δυναμισμός στην ελληνική πόλη, ελάχιστα αξιοποιημένος από την επίσημη πολεοδομική δραστηριότητα που επιβάλλει τη δική του λογική στον αστικό χώρο. Ανάλογα, ενώ οι πρόσφατοι αρχιτεκτονικοί διαγωνισμοί με αντικείμενο την ανάπτυξη αστικών περιοχών, ιδίως στη Θεσσαλονίκη, συχνά

¹¹ Είναι χαρακτηριστικό ότι τα Εξάρχεια δεν έχουν καταφέρει να ωφεληθούν από τη συγκέντρωση τουριστών λόγω του Αρχαιολογικού Μουσείου. Το Ψυρή μόλις τα τελευταία χρόνια γίνεται προορισμός για τουρίστες.

παρείχαν υψηλής στάθμης προτάσεις, οι αντίστοιχες εφαρμογές αναπλάσεων στην πράξη από δημόσιους φορείς ήταν άτολμες ή κάποτε οπισθοδρομικές” (Φιλιππίδης 2000: 70).

Γενικότερα, η αξιοποίηση της βιομηχανικής και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς των τελευταίων δεκαετιών προχωρεί σε αργότερους ρυθμούς από ότι σε άλλες ευρωπαϊκές πόλεις. Το Γκάζι της Αθήνας δεν είναι το μοναδικό παράδειγμα στον ελλαδικό χώρο, υπάρχουν πολλά ακόμη πρόσφατα παραδείγματα επανάχρησης στην Αθήνα (Φιξ, Πιλοποιείο Πουλοπούλου, Αθηναίς, Αθηνών Αρένα), στην Ελευσίνα (Κρόνος), στη Θεσσαλονίκη (Μύλος), στη Σύρο (Μουσείο Βιομηχανικής Κληρονομιάς Ερμούπολης), στο Βόλο (Κεραμοποιό Τσαλαπατά) κ.ά. Πολλές είναι και οι περιπτώσεις των βιομηχανικών μνημείων που μένουν ανεκμετάλλεута ή γκρεμίζονται, με χαρακτηριστικές τις περιπτώσεις του εργοστασίου Columbia στη Νέα Ιωνία, της ΥΦΑΝΕΤ στη Θεσσαλονίκη, της περιοχής Δηλαβέρη στο Πειραιά¹², κ.ά.

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τις ευρωπαϊκές περιπτώσεις μπορούν να φανούν χρήσιμα και στις περιπτώσεις των πολιτιστικών περιοχών των ελληνικών πόλεων. Λόγω των χαμηλών ενοικίων και της ύπαρξης μεγάλων χώρων παραγωγής και αποθήκευσης, περιοχές όπως είναι το Ψυρή, το Μεταξουργείο και το Γκάζι στην Αθήνα και τα Λαδάδικα στη Θεσσαλονίκη –περίπτωση που παρουσιάζεται στο προηγούμενο κεφάλαιο- χαρακτηρίζονται από την είσοδο επιχειρήσεων και οργανισμών του λεγόμενου δημιουργικού τομέα. Ουσιαστικά οι περιοχές αυτές δεν σχεδιάζονται αλλά διαμορφώνονται από τους ανθρώπους και τις επιχειρήσεις που βρίσκονται εκεί, ενώ σε ελάχιστες περιπτώσεις οι τοπικές περιοχές παίζουν σημαντικό ρόλο. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι τα Λαδάδικα και η περιοχή του Ψυρή ήδη έχουν κλείσει έναν πρώτο κύκλο ζωής και παρουσιάζουν σημάδια παρακμής.

Πριν παρουσιαστεί αναλυτικά η περίπτωση του Ψυρή, καταγράφονται σύντομα άλλες χαρακτηριστικές περιοχές της Αθήνας που παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον ως προς την αναγέννησή τους και την πολιτιστική ή τουριστική τους δραστηριότητα. Η καταγραφή αυτή δεν εξαντλεί όλες τις περιοχές της Αθήνας ή τις ενδιαφέρουσες περιπτώσεις πολιτιστικής δράσης: υπάρχουν πολλές περιπτώσεις περιοχών, ζωνών και κτιρίων που παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον (π.χ., η Αγορά στην Κυψέλη, τα Πετράλωνα, το Δέλτα Φαλήρου, η βιομηχανική ζώνη της

¹² Στον Πειραιά, η περιοχή Δηλαβέρη, από την οποία πρόκειται να απομακρυνθεί το παλιό αμαξοστάσιο του ΟΣΕ, απελευθερώνοντας έτσι μια έκταση πολλών στρεμμάτων με αξιόλογα βιομηχανικά κτήρια που μπορούν να αξιοποιηθούν για να στεγάσουν πολιτιστικές δραστηριότητες, αποτελεί μία από τις πολλές ενδιαφέρουσες περιπτώσεις. Ο Πειραιάς χαρακτηρίζεται από τις έντονες συγκρούσεις όσον αφορά το δημόσιο χώρο και σε πολλές περιπτώσεις, όπως στη Ζέα, εμφανίζονται σημαντικά προβλήματα (βλ. Μπελαβίλας 2004).

Δραπετσώνας, η πρώην βιομηχανική ζώνη της Νέας Ιωνίας, το Λαύριο, η Ελευσίνα, κ.ά.). Οι πρόσφατες αποφάσεις χωροθέτησης νέων πολιτιστικών χρήσεων στην πόλη (π.χ., η χωροθέτηση της «Ακαδημίας Τέχνης» στα Άνω Λιόσια, η δημιουργία Μουσείου της Πόλης στην Ακαδημία Πλάτωνος) και η μελλοντική χρήση των ολυμπιακών εγκαταστάσεων προφανώς δημιουργούν νέες χωρικές ισορροπίες στον αθηναϊκό πολιτιστικό χάρτη. Στο πλαίσιο της παρούσας διατριβής δίνεται έμφαση στις κεντρικές περιοχές του Δήμου Αθηναίων, ιδιαίτερα δε αυτών που συνορεύουν και επηρεάζουν αυτή του Ψυρή.

A. Κέντρο

Το σύγχρονο κέντρο της Αθήνας (Ιστορικό τρίγωνο, Σύνταγμα, Κολωνάκι) ταυτίζεται σε μεγάλο βαθμό τις τελευταίες δεκαετίες με το πολιτιστικό της κέντρο. Ήδη στο πολεοδομικό σχέδιο των Κλεάνθη-Σάουμπερτ το ιστορικό κέντρο προβλέπεται να υποδεχτεί τις βασικές πολιτιστικές λειτουργίες. Η τριλογία των κτιρίων της Ακαδημίας, του Πανεπιστημίου και της Βιβλιοθήκης στην Πανεπιστημίου, το Αρχαιολογικό Μουσείο και το Πολυτεχνείο αποτελούν ορισμένες από τις πρώτες πολιτιστικές υποδομές της πόλης.

Μεταπολεμικά οι σημαντικότερες πολιτιστικές υποδομές αναπτύσσονται στον άξονα της οδού Ριζάρη¹³, στον οποίο υπάρχει σήμερα η κύρια συγκέντρωση μουσείων της Αθήνας δημιουργώντας έτσι μία «άτυπη» περιοχή μουσείων. Μέχρι και σήμερα ο πολιτιστικός χάρτης των κεντρικότερων περιοχών της Αθήνας επιδέχεται σημαντικές αλλαγές: η τελική χωροθέτηση του Μουσείου Μοντέρνας Τέχνης του ιδρύματος Β. και Ελ. Γουλανδρή έχει αποφασιστεί σε κτίριο δίπλα στο Παναθηναϊκό Στάδιο, προσθέτοντας άλλο ένα σημαντικό πολιτιστικό ίδρυμα στην περιοχή, η Λυρική Σκηνή – αν και ανακαινίζεται το κτίριο της οδού Ακαδημίας – αναμένεται να μετεγκατασταθεί στην περιοχή του πρώην Ιπποδρόμου στο Δέλτα Φαλήρου, ενώ και το νέο Μουσείο Ακροπόλεως στην περιοχή του Μακρυγιάννη καθώς και το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης στο Φιξ αναμένεται να αλλάξουν συνολικά την εικόνα των αντίστοιχων περιοχών. Το κτίριο του Μετοχικού Ταμείου Στρατού (ονομάζεται πλέον City-link), το μεγαλύτερο κτίριο του κέντρου της Αθήνας, ανακαινίστηκε πρόσφατα και φιλοξενεί πολιτιστικούς χώρους και εκδηλώσεις (θέατρο Παλλάς, υπαίθριες εκδηλώσεις, κ.ά.). Το κέντρο της πόλης και το Κολωνάκι φιλοξενούν επίσης έναν μεγάλο αριθμό γκαλερί, θεάτρων, κινηματογράφων, εταιριών καλλιτεχνικής παραγωγής, σχεδιαστών μόδας, πολιτιστικών ιδρυμάτων κ.ά.

¹³ Βυζαντινό Μουσείο, Μουσείο Μπενάκη, Εθνική Πινακοθήκη, Πολεμικό Μουσείο, Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης και πρόσφατα το Μέγαρο Μουσικής Αθηνών.

Πρόσφατα, πραγματοποιήθηκε μελέτη η οποία προτείνει την ένωση των βασικών σημείων συγκέντρωσης πολιτιστικών υποδομών με επίκεντρο τη Τριλογία. Επίκεντρο της μελέτης που συνέταξαν οι κ. Αθανάσιος Αραβαντινός, ομότιμος καθηγητής Πολεοδομίας του ΕΜΠ, Δημήτρης Κονταργύρης, αρχιτέκτονας, Κωνσταντίνος Σερράος, δρ. αρχιτέκτων-πολεοδόμος, με την ειδική συνεργασία του συγκοινωνιολόγου και καθηγητή του ΕΜΠ κ. Θάνου Βλαστού, είναι η δημιουργία ενός «πολιτιστικού πετάλου». Στο πέταλο αυτό εντάσσουν και άλλες πολιτιστικές υποδομές όπως το Πνευματικό Κέντρο του Δήμου Αθηναίων, την Καθολική Εκκλησία, το Ινστιτούτο Γκαίτε, το Ωδείο και τη Λυρική Σκηνή. Σκοπός είναι να αναδειχθεί το σύγχρονο πολιτιστικό πρόσωπο της πόλης με παράλληλες συγκοινωνιακές και πολεοδομικές βελτιώσεις. Ως κύρια πρόταση για την πραγματοποίηση της πρότασης προτείνουν την βύθιση της οδού Ακαδημίας¹⁴ και την παράλληλη δημιουργία υπόγειων χώρων για καφέ-γκαλερί, βιβλιοπωλείων, γραφείων φοιτητικών ή πολιτιστικών συλλόγων (Γιαννάρου 2006).

Β. Πλάκα

Η τουριστική περιοχή της Πλάκας αποτελεί ένα από τα πλέον χαρακτηριστικά παραδείγματα ανάπλασης περιοχής στην Ελλάδα. Η γειτνίαση της περιοχής τόσο με το κέντρο της πόλης όσο και με τους κυριότερους αρχαιολογικούς χώρους της Αθήνας καθιστούσε την περιοχή ελκυστική για κατοικία καθώς και για δραστηριότητες τουρισμού και αναψυχής. Πριν αποτελέσει τουριστικό αστικό πόλο, η Πλάκα δεν είχε τη σημερινή εικόνα. Στα μέσα της δεκαετίας του 1950, όταν πλέον η ελληνική οικονομία στρέφεται προς τον εξωτερικό τουρισμό με τη κατασκευή σύγχρονων ξενοδοχειακών μονάδων¹⁵ ανατέθηκε στον αρχιτέκτονα Δημήτρη Πικιώνη η ανάπλαση της περιοχής του Φιλοπάππου. Η περιοχή αυτή όπως και η γειτονική περιοχή του Θησείου φιλοξενούσε μέχρι τότε υπόκοσμο με ιδιαίτερη δράση σε μικροκλοπές, εμπόριο χασίς, υπαίθρια πορνεία, κ.ά. Η ανάπλαση και η αστυνόμευση της περιοχής οδήγησε στη μετακίνηση του πληθυσμού σε άλλες περιοχές του κέντρου και, κυρίως, στην Πλάκα, η οποία πλέον συγκέντρωνε κυκλώματα κέντρων διασκέδασης, εμπορίας ναρκωτικών, πορνείας, τα οποία αποκτήσαν μεγάλη δύναμη και διασυνδέσεις με ξένα κυκλώματα. Το αποτέλεσμα ήταν η εγκατάλειψη της περιοχής από τους μόνιμους κατοίκους της, οι οποίοι από 8.000 προπολεμικά μειώθηκαν σε 2.000 μεταπολεμικά. Παράλληλα τα κτίρια της, που δεν μπορούσαν να μετατραπούν σε πολυκατοικίες λόγω των αυστηρών περιορισμών που έθετε ο

¹⁴ Η πρόταση αυτή θεωρείται πραγματοποιήσιμη με δεδομένο ότι σε ορισμένα σημεία της οδού Ακαδημίας θα πραγματοποιηθούν έργα για την επέκταση της γραμμής του μετρό. Η βύθιση της οδού αναμένεται να δημιουργήσει δημόσιο χώρο για περίπατο και αναψυχή.

¹⁵ Χαρακτηριστική είναι η κατασκευή των πρότυπων ξενοδοχειακών μονάδων Ξενία του Ε.Ο.Τ. υπό τη διεύθυνση του αρχιτέκτονα Άρη Κωσταντινίδη.

αρχαιολογικός νόμος, απαξιώθηκαν και πολλά μετατράπηκαν σε νυχτερινά κέντρα (Σαρηγιάννης 2004:450).

Η αύξηση του τουρισμού τη δεκαετία του 1960 και η ελκυστικότητα της περιοχής σύντομα δημιουργούν την ανάγκη ανάπλασης, η οποία πραγματοποιείται με βάση τη μελέτη του αρχιτεκτονικού γραφείου του Δ. Ζήβα τη δεκαετία του 1970 με αποτέλεσμα την εκδίωξη των παρανόμων δραστηριοτήτων και των νυχτερινών κέντρων. Εν τω μεταξύ η περιοχή είχε αρχίσει να ταυτίζεται με τις μπουάτ και τη νυχτερινή ζωή, με όλες τις αρνητικές επιπτώσεις που μπορεί να φέρνουν. Πριν την εκπόνηση της μελέτης, το διάστημα 1965-1966 το Υφυπουργείο Οικισμού εξεδήλωσε ένα πρώτο ενδιαφέρον για τη συντήρηση της παλαιάς συνοικίας του 19^{ου} αιώνα. Μια ομάδα νέων αρχιτεκτόνων συνέστησε το λεγόμενο «Γραφείο της Πλάκας» του Υφυπουργείου. Στις πρώτες εργασίες της ομάδος περιλαμβάνονταν σχέδια αποτύπωσης αναπτυγμάτων δρόμων και προτάσεις για μέτρα που στόχευαν στην λειτουργική και μορφολογική αναμόρφωση της περιοχής. Το 1966 μια δημόσια συζήτηση έλαβε χώρα στον Δήμο¹⁶, όπου οι εκπρόσωποι των κατοίκων διαμαρτυρήθηκαν, ενώ μεγάλο μέρος της επιστημονικής κοινότητας υποστήριζε την ιδέα μιας ανασκαφικής επιχείρησης μεγάλης κλίμακας για την αποκάλυψη του «αρχαίου άστεως» στη συνολική του έκταση¹⁷. Τα θετικά αποτελέσματα των ανασκαφών της Αμερικανικής Σχολής στην Αγορά δημιουργούσαν ένα αισιόδοξο κλίμα και το αίτημα μιας διεθνούς εκστρατείας (που θα χρηματοδοτούσαν από κοινού το Ελληνικό κράτος και η UNESCO) για να συνεχισθούν οι ανασκαφές σε ολόκληρη την περιοχή της Πλάκας γινόταν ολοένα και πιο σθεναρό.

Μόνο μια μικρή μειονότητα επιστημόνων επέμεινε στην ανάγκη διατήρησης της ζωντανής συνοικίας της Πλάκας ως μόνο σωζόμενο Αθηναϊκό οικιστικό σύνολο του 19^{ου} αιώνα και ως μια ιδανική οπτική μετάβαση από το σύγχρονο κέντρο της πόλης προς τα μνημεία της Ακροπόλεως. Λόγω του τεραστίου κόστους των απαλλοτριώσεων στην προβλεπόμενη εκτεταμένη περιοχή ανασκαφών και των συνεπαγόμενων κοινωνικών προβλημάτων από την απομάκρυνση 4.500 περίπου κατοίκων από την περιοχή, καμία ενέργεια δεν έγινε για την πραγμάτωση του μεγάλου αυτού αρχαιολογικού εγχειρήματος. Ακολούθησαν δέκα χρόνια αδράνειας κατά τα οποία η Πλάκα επιβίωσε κάτω από δυσμενείς συνθήκες κοινωνικής εξαθλίωσης και αρχιτεκτονικής παραμόρφωσης, ενώ η αστική ανάπτυξη της Πλάκας άρχισε μετά το 1976 (Παπαγεωργίου-Βενετάς 2005: 426).

¹⁶ Η συζήτηση αυτή ήταν ένα πρώτο παράδειγμα δημόσιας συμμετοχής σε ένα πολύ σοβαρό θέμα σχεδιασμού που έθετε το εναλλακτικό ερώτημα της προτεραιότητας της περαιτέρω αρχαιολογικής έρευνας ή μιας γενικευμένης πολιτικής συντηρήσεως της ζωντανής συνοικίας της Πλάκας.

¹⁷ Όπως είχαν προτείνει οι Κλεάνθης και Schaubert στο σχέδιο πόλης, αλλά και ο Klenze.

Με τα τέλη της δεκαετίας του 1970, η περιβαλλοντική μόλυνση, η κυκλοφοριακή συμφόρηση και ο υποβιβασμός της ποιότητας ζωής είχαν φθάσει σε πρωτοφανή έξαρση στο κέντρο των Αθηνών. Η αναμόρφωση της Πλάκας, η πεζοδρόμηση του εμπορικού κέντρου, η εκστρατεία δενδροφύτευσης των δρόμων, και τα δραστικά μέτρα για την προστασία και διατήρηση των μνημείων της Ακροπόλεως αποτέλεσαν σημαντικές πρωτοβουλίες για την εποχή. Το 1979 ο αντιπρόσωπος της ομάδος αρχιτεκτόνων και πολεοδόμων, Αλέξανδρος Φωτιάδης, δημοσίευσε μια συνοπτική πρόταση για τη δημιουργία ενός ενοποιημένου πολιτιστικού πάρκου που την δημοσιοποίησε μέσα από σειρά συνεντεύξεων και συστάσεων προς τις αρχές¹⁸. Τα μέλη της ομάδος χαρακτηρίζονταν από μαχητικό πνεύμα και έκαναν πρακτικές προτάσεις που αφορούσαν την χρηματοδότηση του έργου μέσω συντονισμένων δημοσίων επενδύσεων σε βραχυπρόθεσμη και μεσοπρόθεσμη βάση. Αν και το σχέδιο Φωτιάδη δεν κάλυπτε ολόκληρο τον πολιτιστικό-ιστορικό χώρο, και παρά το γεγονός ότι οι συστάσεις που περιελάμβανε δεν είχαν μελετηθεί σε βάθος, ενεργοποίησε ωστόσο τον διάλογο σε σχέση με ένα συντονισμένο σχέδιο για την Ενοποίηση των Αρχαιολογικών Χώρων (Παπαγεωργίου-Βενετάς 2005: 428-9).

Τη δεκαετία του 1980 επί δημαρχίας Α. Τρίτση ολοκληρώνεται η απομάκρυνση των νυχτερινών κέντρων (μεταξύ των οποίων και ιστορικά μπαρ, τζαζ κλαμπ, μπουάτ, κ.ά.). Σήμερα αποτελεί περιοχή που φιλοξενεί τουριστικές δραστηριότητες, πολυτελείς κατοικίες, καθώς και ιδρύματα, παραρτήματα Πανεπιστημίων, κ.λπ. (Σαρηγιάννης 2004:251). Παρ' όλο που επιτεύχθηκε η διάσωσή της ως ιστορικού πυρήνα και κατοικίας, δεν αποφεύχθηκε παντελώς ο κίνδυνος της εκδίωξης του ντόπιου πληθυσμού και της μονολειτουργικότητας του εμπορίου συγκεκριμένης κατηγορίας (τουριστικά είδη κυρίως) και δεν απέκτησε τελικά σχετική αυτονομία στη λειτουργία της ως γειτονιάς με έντονη πολιτιστική κληρονομιά. Σήμερα κυριαρχεί η συζήτηση για τις «παρενέργειες» της αναβάθμισης και τη μετατροπή της Πλάκας σε «υπνούπολη πολυτελείας», μιας περιοχής δηλαδή όπου λείπουν οι απαραίτητες καθημερινές χρήσεις που χαρακτηρίζουν μια γειτονιά. Κατά την άποψη πολλών επιστημόνων και οικολογικών οργανώσεων η Πλάκα κινδυνεύει να χάσει τον χαρακτήρα της λόγω των αυστηρών κανονισμών χρήσεων γης που ισχύουν και των πιέσεων που

¹⁸ Μία από τις προτάσεις του σχεδίου Φωτιάδη παρουσίαζε την ιδέα μιας υπερυψωμένης πλατφόρμας μήκους 250 μέτρων πάνω από τις σιδηροδρομικές γραμμές του Ηφαιστείου, που σκοπός της ήταν να συνδέσει τις ανασκαφές του Κεραμεικού με εκείνες της Αγοράς. Είναι ωστόσο αφελές να προσδοκά κανείς την ενοποίηση αρχαιολογικών χώρων με τη βοήθεια υπερυψωμένων διαδρόμων ενώ το πραγματικό πρόβλημα παραβλέπεται: η δηλωμένη δηλαδή ανάγκη ανασκαφής της αρχαίας Οδού των Παναθηναίων από το Δίπυλο και τις ανασκαφές του Κεραμεικού έως το ήδη ανασκαμμένο τμήμα της Αγοράς. Η πρόταση περιελάμβανε επίσης την δημιουργία ενός τεχνητού λόφου προς τα ανατολικά του Ολυμπίου, ώστε να διαχωριστεί ο αρχαιολογικός χώρος από τις αθλητικές εγκαταστάσεις στα ανατολικά του (Παπαγεωργίου-Βενετάς 2005:429)

ασκούν ορισμένοι κάτοικοι να κλείνουν νωρίς τα καταστήματα (βλ. Περιοδικό Οικοτοπία τ.37, www.asda.gr).

Γ. Εξάρχεια

Τα Εξάρχεια και η γειτονική Νεάπολη αποτελούν ήδη από τα τέλη της δεκαετίας του 1970 περιοχές με μεγάλη συγκέντρωση φοιτητών. Επίσης, μετά την ποιοτική ανάπλαση της Πλάκας δέχτηκαν ένα σημαντικό μέρος των παράνομων δραστηριοτήτων (κυρίως όσων σχετίζονταν με τα ναρκωτικά)¹⁹. Τα Εξάρχεια συνδέθηκαν έντονα με πολιτικά κινήματα όλου του πολιτικού φάσματος (αναρχικός χώρος, πανκ, ακροδεξιές οργανώσεις) αλλά διατήρησαν το χαρακτήρα αυτό για σχετικά μικρό διάστημα αφού η μετακίνηση πολλών πανεπιστημιακών σχολών και τμημάτων του Πολυτεχνείου και του Πανεπιστημίου της Αθήνας στις εγκαταστάσεις του Ζωγράφου και των Ιλίσίων οδήγησαν στην εγκατάλειψή της από μεγάλο μέρος των φοιτητών. Μέχρι σήμερα οι τοπικοί σύλλογοι κατοίκων μιλούν για τη δαιμονοποίηση της περιοχής μέσω των ρεπορτάζ των μέσων μαζικής ενημέρωσης με θέμα επεισόδια, ξυλοδαρμούς, αναρχικές ομάδες, κ.ά.²⁰.

Σήμερα η περιοχή έχει πλέον αποκτήσει μία εναλλακτική εικόνα και πολλά χαρακτηριστικά πολιτιστικής περιοχής και απευθύνεται πλέον στα μεσαία και ανώτερα στρώματα. Τα ανακαινισμένα νεοκλασικά κτίρια, τα μπαρ, τα εστιατόρια, η μικρή απόσταση από το κέντρο κ.λπ. αποτελούν κίνητρα εγκατάστασης για νέους κατοίκους και μικρές εταιρίες του δημιουργικού τομέα, οι οποίοι εκτοπίζουν τους φοιτητές και τους μετανάστες. Η περιοχή περιλαμβάνει πολλές πολυκατοικίες του Μεσοπολέμου οι οποίες χαρακτηρίζονται από ιδιαίτερη αισθητική, με την «Μπλε Πολυκατοικία» της πλατείας Εξαρχείων να είναι η πιο χαρακτηριστική περίπτωση. Η ανάγκη της κτηματαγοράς να παρέχει κατοικία υψηλής ποιότητας κοντά στο κέντρο οδήγησε στην ποιοτική αναβάθμιση της περιοχής με ανακαινίσεις κατοικιών, πεζοδρομήσεις, καθιστώντας τη γειτονιά σήμερα ελκυστική για τις μεσαίες και ανώτερες τάξεις.

Δ. Μεταξουργείο – Κεραμεικός – Ακαδημία Πλάτωνος

Η περιοχή του Μεταξουργείου πήρε το όνομα της από τη Σηρική Εταιρία Αθανάσιου Δουρούτη, μία από τις μεγάλες βιοτεχνικές μονάδες του 19^{ου} αιώνα στην Αθήνα. (Αγγριαντώνη και Χατζηγιάννου 1995:4-19). Το κτίριο άρχισε να κατασκευάζεται το 1833 από τον Δανό αρχιτέκτονα Χριστιανό Χάνσεν για να

¹⁹ Δεν ήταν η μόνη περιοχή που αντιμετώπισε πρόβλημα: μεγάλο όγκο των δραστηριοτήτων δέχονται οι γειτονικές στην Πλάκα περιοχές του Ψυρή, του Μεταξουργείου και του Θησείου

²⁰ www.asda.gr/el/xoroi/exarxeia.htm

χρησιμοποιηθεί σαν εμπορικό κέντρο. Το πολεοδομικό σχέδιο εκείνης της εποχής προέβλεπε ότι το κέντρο της πόλης θα γινόταν στη γειτονική περιοχή του Κεραμεικού - επομένως η ανέγερση ενός μεγάλου κτιρίου εκεί είχε ιδιαίτερη βαρύτητα. Τα σχέδια όμως άλλαξαν και το κέντρο της Αθήνας μεταφέρθηκε στην πλατεία Συντάγματος, όπου αναγέρθηκαν τα Ανάκτορα. Το κτίριο του Χάνσεν έμεινε ημιτελές και το 1853 μετασκευάστηκε για να λειτουργήσει ως μεταξουργείο μέχρι το 1875²¹. Στο τέλος του 19ου αιώνα το κτίριο μετατράπηκε σε συγκρότημα κατοικιών, χρήση που διατήρησε μέχρι πριν από μερικές δεκαετίες. Ύστερα από πολλές νομικές περιπέτειες, ο Δήμος Αθηναίων απέκτησε την κυριότητα του κτιρίου το 1993.

Η συνοικία του Μεταξουργείου διαμορφώθηκε σε περιοχή κατοικίας το τρίτο τέταρτο του 19ου αιώνα, όταν η πόλη της Αθήνας άρχισε να επεκτείνεται προς τα δυτικά. Εκεί συγκεντρώθηκαν κυρίως εσωτερικοί μετανάστες από τα νησιά και την Πελοπόννησο που έμεναν και εργάζονταν στα χαμηλά σπίτια και στα εργαστήρια της περιοχής. Κατά την περίοδο του Μεσοπολέμου το Μεταξουργείο απέκτησε πλούσια πολιτιστική και κοινωνική ζωή, καθώς αποτέλεσε ένα από τα κέντρα του θεατρικού κόσμου της Αθήνας.

Τα μεταπολεμικά χρόνια η εικόνα του Μεταξουργείου συνδέεται έντονα με την παρακμή, τους οίκους ανοχής και την εγκληματικότητα και πολλοί από τους παλαιούς ιδιοκτήτες ακινήτων μετακόμισαν σε "καλύτερες" περιοχές της πόλης. Αργότερα, κυρίως στις δεκαετίες του 1980 και του 1990 η περιοχή δέχεται μεγάλο αριθμό ξένων μεταναστών (νωρίτερα είχαν ήδη εγκατασταθεί εκεί πολλοί Έλληνες μουσουλμάνοι). Σήμερα η ευρύτερη περιοχή του Μεταξουργείου²² έχει μεταβληθεί σε δυναμικό πόλο έλξης νέων χρήσεων κατοικίας και πολιτισμού. Νέες πολιτιστικές χρήσεις όπως το BIOS, το εσπιατόριο Ηριδανός, η γκαλερί Βάμιαλη, οι πολυχώροι Αθηναΐδα, Νixon, το 417, και Επί Κολωνών, κ.ά. Η περιοχή έχει ταυτιστεί σε μεγάλο βαθμό με τα θέατρα που φιλοξενεί. Παρότι θέατρα όπως το Βέμπο και το Περόκέ έχουν μακρά πορεία στην περιοχή, το πνεύμα της ανανέωσης έκανε την Ασπασία Κράλλη και τον Χρήστο Βαλαβανίδη να φτιάξουν πίσω από το ΙΚΑ της Πειραιώς το Από Μηχανής Θέατρο (σήμερα φιλοξενεί την Πειραματική Σκηνή του Εθνικού Θεάτρου), η Άννα Βαγενά και ο Λουκιανός Κηλαηδόνης έστησαν ακριβώς απέναντι το Θέατρο Μεταξουργείο, ενώ από τους πρώτους που «τόλμησε» να μετακομίσει στην περιοχή ήταν ο Θεόδωρος Τερζόπουλος, που μετέτρεψε έναν παλιό οίκο ανοχής του '60 στο θέατρο Άτις. Άλλα θέατρα της περιοχής είναι το Θέατρο της Άνοιξης, το Αργώ, το θέατρο Κατερίνα Βασιλάκου, το θέατρο Εντροπία, το Μαίρη Αρώνη, το Άλμα, το Altera Pars, το χοροθέατρο Κινητήρας, το Χυτήριο, κ.ά. τα

²¹ Ήταν μάλιστα το πρώτο ατμοκίνητο εργοστάσιο στην Ελλάδα.

²² Περιλαμβάνει επίσης την περιοχή του Κεραμεικού από την βόρεια πλευρά της Πειραιώς και την περιοχή της Ακαδημίας Πλάτωνος.

οποία έχουν προστεθεί τα τελευταία χρόνια στη λίστα των φροντισμένων και με σύγχρονο προφίλ θεάτρων της πόλης. Επίσης στα όρια με το Γκάζι ανακατασκευάζεται το κτίριο της Λαϊδος για να στεγάσει την Ταινιοθήκη της Ελλάδος.

Γενικά διαμορφώνεται μία νέα πολιτιστική περιοχή σε συνέχεια της περιοχής του Ψυρή. Σημαντικό γεγονός για την περιοχή είναι ότι έχουν ξεκινήσει οι διαδικασίες για τα έργα ανακαίνισης για τη μετατροπή των κτιρίων Χάνσεν στο Μεταξουργείο σε χώρο πολλαπλών πολιτιστικών χρήσεων από το Δήμο Αθηναίων, ικανοποιώντας έτσι ένα πάγιο αίτημα των κατοίκων της περιοχής. Στις ανακαινισμένες από κάθε άποψη εγκαταστάσεις του, θα στεγαστεί η νέα σύγχρονη Δημοτική Πινακοθήκη, δίνοντας καινούργιες προοπτικές και δυνατότητες ανάπτυξης και ανάδειξης της μεγάλης συλλογής που έχει στη διάθεσή της. Πολύ σημαντικό γεγονός είναι ο αρχιτεκτονικός διαγωνισμός που διοργάνωσε η κατασκευαστική εταιρία ΓΕΚ για ένα συγκρότημα κατοικιών και γραφείων στην οδό Μυλλέρου²³. Παράλληλα, η ζήτηση για κατοικία στην περιοχή αυξάνει συνέχεια και αφορά κυρίως νέους άντρες και γυναίκες 25 - 45 χρονών, αφοσιωμένους στην καριέρα τους και χωρίς οικογενειακές υποχρεώσεις²⁴.

Ε. Γκάζι

Η ευρύτερη περιοχή Γκάζι - Κεραμεικός βρίσκεται στα όρια του αρχαιολογικού πάρκου Αθήνας. Αν και τα σχέδια των Κλεάνθη - Σάουμπερτ προόριζαν την περιοχή για την ανέγερση του παλατιού, η περιοχή αποτέλεσε τον βιομηχανικό πόλο της Αθήνας μετά την εγκατάσταση του εργοστασίου Γκαζιού. Οι βιομηχανικές χρήσεις οδήγησαν στην υποβάθμιση της περιοχής και μετά την παύση της λειτουργίας τη δεκαετία το 1980, η απαξίωση των βιομηχανικών κτιρίων δεν οδήγησε στην αντικατάστασή τους από πολυκατοικίες ή άλλες χρήσεις όπως συνέβη σε άλλες περιοχές. Τα τελευταία χρόνια η περιοχή δέχθηκε έναν σχετικά μεγάλο πληθυσμό μουσουλμάνων από τη Β. Ελλάδα, η οποία αποτελεί από τότε μία ξεχωριστή κοινωνική ομάδα, με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και προβλήματα (Τζιρτζιλάκη 1998).

Το εργοστάσιο Γκαζιού της Αθήνας, το οποίο κατασκευάστηκε από τη Γαλλική Εταιρία Γκαζιού Φωτισμού αποτελεί ένα από τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα νέας χρήσης βιομηχανικού χώρου. Όταν σταμάτησε τη λειτουργία του το 1982 και πέρασε στην ιδιοκτησία του Δήμου Αθηναίων, υπήρξαν

²³ Βλ. www.gek.gr

²⁴ Ρηγόπουλος Δ., «Νεοαστοί στις παρυφές της Ομόνοιας», Άρθρο στην *Καθημερινή*, 6-8-2006, Αθήνα 2006.

αντιπαραθέσεις σχετικά με το μέλλον του: υπήρχαν προτάσεις για κατεδάφιση και δημιουργία πάρκου, για την ανέγερση όπερας ή για τη μετατροπή του σε μουσείο. Τελικά ο Δήμος Αθηναίων αποφάσισε να δημιουργήσει την Τεχνόπολη, έναν πολυχώρο με πολλαπλές χρήσεις όπου φιλοξενούνται εκδηλώσεις, εκθέσεις, ο δημοτικός ραδιοφωνικός σταθμός, γραφεία, κ.ά. Αν και το κτίριο διατηρεί ανέπαφα ορισμένα ιστορικά χαρακτηριστικά, πολλά μέρη του άλλαξαν εντελώς.

Τη διετία 1996-1997 άρχισαν δειλά-δειλά να κάνουν την εμφάνιση τους τα πρώτα μαγαζιά νυχτερινής διασκέδασης στην περιοχή, δίνοντας της έτσι μια διαφορετική όψη από αυτή που μέχρι τότε είχε. Τα μπαράκια που ξεφυτρώνουν τα τελευταία χρόνια πρεσβεύουν ένα διαφορετικό τρόπο διασκέδασης από το συνηθισμένο στην περιοχή, αφού χαρακτηρίζονται ως gay and lesbian ή gay friendly, χωρίς αυτό βέβαια να έχει δεσμευτικό ή απαγορευτικό χαρακτήρα για όσους συχνάζουν στα συγκεκριμένα μαγαζιά. Το Νέο Μουσείο Μπενάκη στην οδό Ανδρονίκου αποτελεί μία από τις πιο πρόσφατες προσθήκες στην περιοχή, ενώ το χοροθέατρο Ροές της Σοφίας Σπυράτου, η θεατρική σχολή του Γ. Κιμούλη αποτελούν τις παλαιότερες προσθήκες στην περιοχή. Ιδιαίτερη είναι η κατάσταση που έχει δημιουργηθεί στην Ιερά Οδό με τη λειτουργία μεγάλου αριθμού νυχτερινών κέντρων, συχνά χωρίς άδεια. Η κυκλοφοριακή συμφόρηση και η ηχορύπανση έχει δημιουργήσει ιδιαίτερα προβλήματα στην περιοχή, με τους κατοίκους να προχωρούν σε κινήσεις διαμαρτυρίας.

ΣΤ. Θησείο

Η περιοχή του Θησείου αποτελεί ιστορικό τμήμα της Αθήνας με ιδιαίτερες σύγχρονες λειτουργίες. Στην περιοχή στεγάστηκε από το 1835 έως το 1874 στον αρχαίο ναό του Θησείου το πρώτο Κεντρικό Αρχαιολογικό Μουσείο της χώρας. Την 1η Δεκεμβρίου 1834 φθάνει επισήμως στην Αθήνα ο βασιλιάς Όθωνας και δια της οδού Ηρακλειδών αφιππεύει στο Θησείο (ναό Αγ. Γεωργίου τότε) όπου τελείται λειτουργία. Το 1860 η περιοχή του Θησείου γνωρίζει μεγάλη οικοδομική δραστηριότητα. Το κτίριο, στο οποίο στεγάζεται το Μουσείο, χτίσθηκε το 1898 και αρχικά προοριζόταν για κατοικία. Την άνοιξη του 1857 κατασκευάστηκαν οι γύρω από την Ακρόπολη δρόμοι (Διονυσίου του Αεροπαγίτου, Αποστόλου Παύλου), οι οποίοι εκτείνονται από την Πύλη του Αδριανού μέχρι την οδό Πειραιώς, δια της οδού Ηρακλειδών. Σήμερα η οδός Ηρακλειδών είναι ένας γραφικός πεζόδρομος στον οποίο υπάρχουν στη σειρά παλιά κτίρια και café. Το Μουσείο Ηρακλειδών στην ομώνυμη οδό αποτελεί έναν από τους πιο δραστήριους ιδιωτικούς πολιτιστικούς οργανισμούς της πόλης. Ο δρόμος ευθυγραμμίζεται με την Ακρόπολη και από τα μπαλκόνια των κτιρίων μπορεί κανείς να δει τον Παρθενώνα, γεγονός που έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη επιχειρήσεων αναψυχής.

Μαζί με την περιοχή των Πετραλώνων, το Θησείο αποτελεί δημοφιλή περιοχή αναψυχής λόγω των πολυάριθμων εστιατορίων που λειτουργούν. Παράλληλα όμως διαθέτει μεγάλο αριθμό κατοίκων, μεταξύ των οποίων και πολλούς καλλιτέχνες. Σύμφωνα με την Μ. Τσόκλη και τον Τ. Μπαντή, κατοίκους της περιοχής, δεν λείπουν τα προβλήματα και οι συγκρούσεις από την περιοχή, σαφώς όμως δεν έχουν την έκταση που λαμβάνουν σε άλλες περιοχές. Θεωρούν την περιοχή ιδανική για κατοικία ή ήπια επιχειρηματική δραστηριότητα. Αντίθετα ο κ. Κοντοπρίας, του μουσείου Ηρακλειδών, θεωρεί την περιοχή του Ψυρή πιο ανθρώπινη και ήσυχη, τουλάχιστον σε σύγκριση με την οδό Ηρακλειδών.

Ζ. Οδός Πειραιώς - Ελαιώνας

Στην περίπτωση της Αθήνας, πιο χαρακτηριστική περίπτωση αποτελεί η μετατροπή της οδού Πειραιώς²⁵ σε άξονα πολιτισμού με υλοποίηση ρυθμίσεων²⁶ και παρεμβάσεων για την εξυγίανση και την αναβάθμιση της οδού Πειραιώς, την εξασφάλιση και την προβολή της φυσιογνωμίας του ιστορικού αυτού άξονα κατά τη διαδρομή του μέσα στο χρόνο, την ανάδειξη του ρόλου του ως συνδυαστικού κρίκου της Αθήνας και του Πειραιά.

Λόγω και της εγκατάστασης του εργοστασίου Γκαζιού στο τέλος του 19ου αιώνα και κατά μήκος της οδού Πειραιώς δημιουργήθηκε ο πρώτος πυρήνας εργοστασίων (4 αλευρόμυλοι) και συγκεντρώθηκαν κεραμοποιεία (θέση Καμίνια), ενώ η περιοχή μεταξύ Καμινίων και Αγ. Διονυσίου αποτέλεσε την πρώτη βιομηχανική ζώνη του Πειραιά. Με την ανάπτυξη της χημικής βιομηχανίας διαμορφώνονται οι πρώτοι πυρήνες βαριάς βιομηχανίας στον Πειραιά (ΧΡΩΠΕΙ, ΗΒΗ, ΕΛΑΙΣ, ΕΛΜΑ κ.ά.), στην πλευρά της Αθήνας (ΠΑΥΛΙΔΗΣ) και στην περιοχή Μοσχάτου - Ν. Φαλήρου (Γαβριήλ, Ρόκα κ.ά.). Κατά το μεσοπόλεμο, και με την εγκατάσταση των προσφύγων, δημιουργήθηκε το σημερινό ενιαίο αστικό συγκρότημα και αναπτύχθηκαν οι πιο σύγχρονες βιομηχανίες²⁷.

Σήμερα η Οδός Πειραιώς φέρει τα ίχνη της αποβιομηχάνισης με εμφανή τα σημάδια υποβάθμισης και παρακμής. Η μέχρι τώρα επέμβαση της Πολιτείας ήταν αποσπασματική με ρυθμίσεις κυρίως θεσμικές που αφορούσαν τις γύρω περιοχές,

²⁵ Η ιστορία της οδού Πειραιώς ξεκινά τον 5ο π.Χ. αιώνα, όταν οι Αθηναίοι, κατανοώντας τη σημασία του Πειραιά, οικοδόμησαν τα Μακρά Τείχη για την αμυντική σύνδεση των δύο πόλεων. Η οδός Πειραιώς θεμελιώθηκε και ακολουθεί σήμερα το βόρειο σκέλος των Μακρών Τειχών ως το σημείο που στρέφεται για να συναντήσει τον Κεραμικό και την Ιερά Οδό. Τα πρώτα πολεοδομικά σχέδια των Αθηνών προέβλεπαν τη θέση των Ανακτόρων στην περιοχή της Ομόνοιας και στον Κεραμικό και έτσι στην περιοχή συγκεντρώθηκαν μεσαία και αστικά στρώματα πληθυσμού.

²⁶ Πρόσφατα, το ΥΠΕΧΩΔΕ προχώρησε στην τροποποίηση του Γενικού Πολεοδομικού Σχεδίου των πέντε δήμων που διασχίζει ο δρόμος με την οποία αποθαρρύνονται οι επενδύσεις μεγάλης κλίμακας, αφού μειώνονται οι συντελεστές δόμησης (από το 3 στο 1,8 έως 2,3) προκειμένου να διαφυλαχθεί ο «ιστορικός - παραδοσιακός χαρακτήρας». Σκοπός είναι να οριστεί ένα πλαίσιο κανόνων για όσους θα επιθυμούσαν να επενδύσουν στην περιοχή και να επιταχυνθεί η περιβόητη πολιτιστική ανάπτυξη άξονα των 28,5 χιλιομέτρων.

²⁷ Βιομηχανίες μετάλλου - ΧΑΛΚΟΡ, ΒΙΟΣΩΛ, κ.ά., χημικές βιομηχανίες, κλωστοϋφαντουργίας κ.ά.

στις οποίες εμπίπτει κατά τμήματά της και η Οδός Πειραιώς²⁸. Η μελέτη προέβλεπε την σήμανση και προβολή των σημείων εκείνων που ήδη προσδιορίζουν έναν πολιτιστικό χαρακτήρα στο δρόμο (Σχολή Καλών Τεχνών, Γκάζι, Κεραμεικός), όπως και άλλων που θα αναδειχθούν μετά από σχετικές παρεμβάσεις και σύνδεση του δρόμου με περιοχές, όπου έχουν εκπονηθεί ανάλογες μελέτες, στην ακτίνα επιρροής των οποίων βρίσκεται η Πειραιώς (Ψυρή, Θησείο, Μεταξουργείο, μελέτη Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων, Ελαιώνας κ.ά.). Γινόταν ουσιαστική ρύθμιση της δόμησης στην περιοχή με παρεμβάσεις στους όρους δόμησης και καθορισμό ειδικών περιορισμών για την προστασία της οπτικής φυγής του δρόμου προς την Ακρόπολη και την αναγνώριση, διατήρηση και ανάδειξη του κτιριακού πλούτου του δρόμου (βιομηχανικού ή μη) ως σημείων αναφοράς στη διαδρομή (Εθνική Πινακοθήκη, ΣΑΝΙΤΑΣ, ΝΕΛΣΩΝ, ΗΒΗ, ΧΡΩΠΕΙ κ.ά.) με ένταξη νέων χρήσεων στα παλαιά κελύφη. Απομακρύνονταν τα στοιχεία που προσβάλλουν τον δημόσιο χώρο και τα κτίρια, για μία καλύτερη αντιληπτική οργάνωση του χώρου, εμπλουτίζονταν με ελεύθερους χώρους και δημιουργία πόλων αναψυχής και άθλησης και ανακουφιζόταν με κυκλοφοριακές ρυθμίσεις.

Η υλοποίηση των προτεινόμενων ρυθμίσεων και παρεμβάσεων με την εξυγίανση και την αναβάθμιση της οδού Πειραιώς δεν μπορεί να αξιολογηθεί με δεδομένο ότι πρόκειται για μια διαδικασία που εξελίσσεται. Η πρόσφατη απόφαση για ανάπλαση του Ελαιώνα²⁹, η λειτουργία της εταιρίας ειδικού σκοπού «Διπλή Ανάπλαση Α.Ε.» και η επέκταση του δικτύου του μετρό προς το Αιγάλεω δημιουργούν νέες συνθήκες για την περιοχή και τον άξονα της οδού Πειραιώς. Κρατικοί οργανισμοί, βιομηχανικές και εμπορικές επιχειρήσεις, πολιτιστικοί φορείς και μεμονωμένοι πολίτες επενδύουν σημαντικά κεφάλαια στον βασικό αυτόν άξονα, που αλλάζει «εικόνα» ημέρα με την ημέρα. Μέχρι πρόσφατα ο δρόμος ταυτιζόταν με τη βιομηχανική υποδομή, ενώ σήμερα ταυτίζεται με τον πολιτισμό, την εκπαίδευση και το εμπόριο.

Ως πόλος έλξης πολιτιστικών δραστηριοτήτων, η Πειραιώς έχει ενισχυθεί σημαντικά με την εγκατάσταση ιδιαίτερων πολιτιστικών χώρων σε παλιούς βιομηχανικούς χώρους: το Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού λειτουργεί τον Ελληνικό Κόσμο στο παλιό συγκρότημα της «Βιοσώλ», συνολικής έκτασης 65 στρεμμάτων, το νέο Μουσείο Μπενάκη, η Τεχνόπολη στο Γκάζι, το Πνευματικό ίδρυμα Μελίνα Μερκούρη στο πιλοποιείο του Πουλόπουλου, ο νέος χώρος της Ειρήνης Παπά στο εργοστάσιο της Σάνιτας, ο χώρος «Πειραιώς 260» που χρησιμοποιήθηκε για τις

²⁸ (όπως η μελέτη του Ελαιώνα ρυθμίζει 3 Ο.Τ. στο Βόρειο πρόσωπο της Πειραιώς, ή τα Προεδρικά Διατάγματα χρήσεων γης και όρων δόμησης των εκατέρωθεν της οδού Δήμων, που ρυθμίζουν κατά τον ίδιο τρόπο συγκεκριμένο αριθμό Ο.Τ. επ' αυτής.

²⁹ Η απόφαση για εγκατάσταση του γηπέδου του Παναθηναϊκού στην περιοχή του Ελαιώνα και οι ειδικές ρυθμίσεις που προβλέπονται για την περιοχή έχουν προκαλέσει μεγάλο επενδυτικό ενδιαφέρον κατασκευαστικών εταιριών, αλλά και αρκετές αντιδράσεις.

ανάγκες του Φεστιβάλ Αθηνών, το BIOS, η γκαλερί Π36, το εργοστάσιο Τσαούσογλου³⁰ κ.ά. Παράλληλα δημιουργήθηκαν πολλά νυχτερινά κέντρα³¹, θέατρα, εστιατόρια και καφέ που καθιστούν το βόρειο τμήμα της δημοφιλή προορισμό νυχτερινής εξόδου.

³⁰ Το εργοστάσιο Τσαούσογλου χρησιμοποιήθηκε με μεγάλη επιτυχία στο Φεστιβάλ Αθηνών το 2006 φιλοξενώντας παραστάσεις και υπαίθριο χώρο εστίασης. Η αγορά του από το Υπουργείο Πολιτισμού με σκοπό τη μετατροπή του σε «Πολυχώρο Πολιτισμού» ανακοινώθηκε στο τέλος του 2006 από τον αρμόδιο υπουργό.

³¹ Νυχτερινά κέντρα δημιουργήθηκαν στον άξονα της Πειραιώς στο ύψος του Δήμου Αθηναίων αλλά και στην Ιερά Οδό, με αποτέλεσμα η οδός Πειραιώς, να χαρακτηρίζεται η «παραλιακή του χειμώνα».

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: Η πολιτιστική περιοχή του Ψυρή

«...Εκεί ευρίσκονται αι αποθήκαι, τα σιδηρουργεία, τα ατμοκίνητα εργοστάσια, τα σφαγεία τα ζωοστάσια και όλα όσ' άλλα αναγκάζονται παρ' ημίν οι δυστυχείς κάτοικοι της οδού Ηφαίστου, της Πλάκας, της Βάθειας, του Ψυρή ν' ανέχωνται περί αυτούς»

Εμμανουήλ Ροΐδη, *Κείμενα για την Αθήνα των Ολυμπιακών Αγώνων του 1896*,
σελ. 67, Εκδ. Μεταίχμιο, Αθήνα 2004

1. Η περιοχή του Ψυρή

A. Η επιλογή της περιοχής του Ψυρή ως περίπτωση μελέτης

Στη παρούσα διατριβή η περιοχή του Ψυρή έχει επιλεγεί ως αντιπροσωπευτική περίπτωση για την Αθήνα και τον ελληνικό αστικό χώρο και διερευνούνται οι συνθήκες με τις οποίες έχει σχηματιστεί και το πλαίσιο λειτουργίας της σήμερα. Η διερεύνηση πραγματοποιείται βάσει έρευνας πεδίου με ερωτηματολόγια και επιτόπιες συνεντεύξεις με βοήθεια και της σχετικής αρθρογραφίας και βιβλιογραφίας.

Οι κύριοι λόγοι που επιλέχθηκε η περιοχή είναι οι εξής:

- Αποτελεί την πιο χαρακτηριστική σύγχρονη πολιτιστική περιοχή της Αθήνας με μεγάλη αναγνωρισιμότητα στο ευρύτερο κοινό. Η Πλάκα και τα Εξάρχεια, περιοχές οι οποίες για διαφορετικούς λόγους έχουν γνωρίσει την ποιοτική ανάπλαση, δεν εμφανίζουν τα κύρια χαρακτηριστικά πολιτιστικής περιοχής.
- Η περιοχή του Ψυρή, ειδικά τα τελευταία χρόνια, έχει αποκτήσει χαρακτηριστικά τουριστικής περιοχής αφού αποτελεί την κατάληξη της περιοχής της Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων, η οποία αποτελεί τον κύριο αστικό τουριστικό προορισμό της Αθήνας.
- Η μετατροπή της από βιοτεχνική περιοχή σε πολιτιστική περιοχή έχει συντελεστεί από τις αρχές της δεκαετίας του 1990 και έχει ήδη κλείσει ένα πρώτο κύκλο ζωής. Διευκολύνεται επομένως τόσο η σύγκριση με τις αντίστοιχες περιοχές του εξωτερικού που δημιουργούνται την ίδια περίπου περίοδο, όσο και η αξιολόγηση των θετικών και αρνητικών επιπτώσεων της λειτουργίας της. Οι περιοχές που έχουν αρχίσει να εμφανίζουν σημάδια

ποιοτικής ανάπλασης και δυννητικής μετατροπής σε πολιτιστικές περιοχές, όπως είναι το Μεταξουργείο, το Γκάζι και ο Βοτανικός εξελίσσονται αυτή τη στιγμή με αποτέλεσμα να είναι δύσκολη η διερεύνησή τους. Οι περιφερειακές ελληνικές πόλεις δεν εμφανίζουν χαρακτηριστικά πολιτιστικών περιοχών, με εξαίρεση την περιοχή των Λαδάδικων, που παρουσιάζεται συνοπτικά σε ξεχωριστό κεφάλαιο.

- Η σχετική αρθρογραφία σε εφημερίδες και περιοδικά είναι εκτεταμένη και παρουσιάζει άλλοτε θετικά και άλλοτε αρνητικά την ανάπλαση της περιοχής. Υπάρχει εκτεταμένη βιβλιογραφία και αναφορές για την ιστορία της περιοχής, η σύγχρονη πραγματικότητα της ωστόσο δεν έχει διερευνηθεί.

Β. Περιγραφή - Ιστορία

Η ιστορική συνοικία του Ψυρή είναι μια από τις πλέον χαρακτηριστικές περιοχές του κέντρου της Αθήνας, η οποία εδώ και δύο δεκαετίες περίπου έχει γίνει ιδιαίτερα δημοφιλής ως πόλος δραστηριοτήτων πολιτισμού και αναψυχής. Τα γεωγραφικά όρια της περιοχής ορίζονται από την οδό Ερμού, την οδό Ασωμάτων, την οδό Πειραιώς, την οδό Αθηνάς και την οδό Σοφοκλέους. Συνορεύει με τον Κεραμεικό, ο οποίος περιλαμβάνει τον αρχαιολογικό χώρο και τέσσερα οικοδομικά τετράγωνα, καθώς και την «κορεατική αγορά», την περιοχή του ιστορικού τριγώνου, το Μοναστηράκι και την περιοχή του Μεταξουργείου.

Η ονομασία της συνοικίας έχει προκαλέσει πολλές συζητήσεις και χαρακτηριστικό είναι ότι η ονομασία γράφεται άλλοτε με δύο ρ (Ψυρρή) και άλλοτε με ένα (Ψυρή), ενώ σε πηγές έχει βρεθεί και ως Ψειρή. Επικρατέστερη¹ είναι η εκδοχή που παρουσιάζει ο Γ. Καιροφύλας από το βιβλίο του Κ. Μπίρη «Αι τοπωνυμίες της πόλεως και των περιχώρων των Αθηνών», ότι η συνοικία πήρε το όνομα της από τον ιδιοκτήτη της εκκλησίας του Αγίου Αθανασίου του Ψυρή και της ομώνυμης βρύσης². Το επώνυμο Ψυρής σήμαινε Ψαριανός από την παλαιότερη ονομασία του νησιού Ψύρα ή Ψυρίη. Η τοποθεσία του Ψυρή στους αρχαίους χρόνους συνδέεται με την περιοχή του Κολλυτού, ο οποίος τα χρόνια της αθηναϊκής ακμής κατοικείται από την ανώτερη τάξη και από εταίρες. Η περιοχή βρισκόταν μεταξύ δύο πυλών του Θεμιστόκλειου τείχους των Ήριων και των Αχαρνικών. Τα χρόνια με τις καταστροφές της Αθήνας και τα βυζαντινά χρόνια λιγόστεψαν σημαντικά τον πληθυσμό της Αθήνας, με την περιοχή του Ψυρή να

¹ Στη παρούσα διατριβή υιοθετείται η ορθή ονομασία Ψυρή και όχι η ονομασία Ψυρρή, η οποία λανθασμένα έχει καθιερωθεί (στις βιβλιογραφικές πηγές χρησιμοποιείται η ορθογραφία του συγγραφέα ή του συντάκτη).

² Η ονομασία Ψυρή αναφέρεται και σε βασιλικό διάταγμα του 1856.

παραμένει όλα τα χρόνια από τις πιο πυκνοκατοικημένες περιοχές. Εντυπωσιακό είναι το γεγονός ότι ήδη από τότε η περιοχή αρχίζει και φιλοξενεί τεχνίτες και κατασκευαστές (υαλουργούς, κεραμιστές, κ.ά.).

Πολλοί ξένοι περιηγητές αναφέρουν ότι τον 17^ο και 18^ο αιώνα η περιοχή του Ψυρή ήταν μια απόμερη περιοχή γύρω από τον Αη Γιάννη της Κολώνας. Τα πρώτα χρόνια που η περιοχή αρχίζει και πάλι να κατοικείται είναι λίγο πριν την επανάσταση του 1821. Ένας από τους πιο γνωστούς κατοίκους του Ψυρή εκείνης της περιόδου είναι ο Λόρδος Βύρωνας, ο οποίος το 1809 νοίκιασε τρία δωμάτια στο σπίτι της Θεοδώρας Μακρή, χήρα του υποπρόξενου της Αγγλίας. Εκεί γνωρίζεται με τη μία από τις τρεις κόρες της οικογένειας για την οποία γράφει και το γνωστό ποίημα «Η κόρη των Αθηνών». (Καιροφύλας 2000:18).

Η γειτονιά υπήρξε τόπος κατοικίας από τα μεσαιωνικά ακόμη χρόνια, κυρίως από τη μεσαία και την κατώτερη τάξη. Εκτός από τις λίγες οικογένειες των αρχόντων και των πλούσιων νοικοκυραίων με κτήματα στα Μεσόγεια, οι υπόλοιποι κάτοικοι ήταν έμποροι που είχαν μαγαζιά στο Παζάρι, τεχνίτες κ.λπ. Η περιοχή διατηρεί μέχρι σήμερα τη μεσαιωνική πολεοδομία της, χαρακτηριστικό που της δίνει ιδιαίτερο χαρακτήρα και την διαφοροποιεί από τις περισσότερες περιοχές του κέντρου της Αθήνας. Επίκεντρο της ήταν και παραμένει η Πλατεία Ηρώων, η οποία ονομάστηκε έτσι για να τιμηθούν οι ήρωες του 1821, και κυρίως οι υπερασπιστές της Ακρόπολης και στις δύο πολιορκίες της, που ήταν στην πλειοψηφία τους από την περιοχή. Στην Πλατεία Ηρώων είχαν το στέκι τους και οι λεγόμενοι «νταήδες» οι οποίοι ήταν κυρίως απογοητευμένοι άνεργοι αγωνιστές (αφού όλα τα πόστα τα είχαν καταλάβει οι Βαυαροί του Όθωνα) που αντί να πάρουν τα βουνά (όπως έκαναν κάποιοι άλλοι κατατρεγμένοι αγωνιστές: οι λήσταρχοι) κατέληξαν στου Ψυρή να ζητιανεύουν δουλειές.

Η τελευταία εικοσαετία του 19^{ου} αιώνα σχετίζεται με την καταδυνάστευσή της περιοχής από τους λεγόμενους κουτσαβάκηδες ή μάγκες του Ψυρή³. Ανάμεσα τους υπήρχαν κακοποιοί, εγκληματίες, φυγόδικοι, λιποτάκτες, κ.ά., οι οποίοι καθιστούσαν την περιοχή επικίνδυνη ακόμη και για την αστυνομία, η οποία είχε στις τάξεις της εκείνη την εποχή πολλούς κακοποιούς. Η λύση ήρθε όταν πλέον ο Χαρίλαος Τρικούπης ορίζει το 1892 διευθυντή της Αστυνομίας τον Δημήτριο Μπαϊρακτάρη, ο οποίος εκκαθαρίζει το σώμα και εξαπολύει ανελέητο πόλεμο στους κουτσαβάκηδες. Όπως αναφέρουν οι πηγές τους κούρευε με την ψιλή μηχανή, στραπατзарίζοντας ταυτόχρονα την αμφίεση του μάγκα, π.χ. το ριχτό σακάκι και τα μυτερά παπούτσια (Καιροφύλας 2000:118-120).

³ Αναφέρονται και ως «τραμπούκοι», από την ομώνυμη μάρκα κουβανέζικων πούρων τα οποία τους μοίραζαν οι πολιτικοί στις προεκλογικές εκδηλώσεις για να τους υποστηρίξουν) ή ως «μόρτηδες» από τη γαλλική λέξη mort – θάνατος, επειδή κατά τη διάρκεια επιδημίας αναλάμβαναν έναντι αμοιβής την περιουλλογή των νεκρών.

Τα πολλά εκκλησάκια ήταν ένα άλλο σήμα κατατεθέν του Ψυρή. Τα περισσότερα κατεδαφίστηκαν. Το υλικό μάλιστα από 73 τέτοια εκκλησάκια χρησιμοποιήθηκε για να ανεγερθεί η Μητρόπολη της Αθήνας. Στη γειτονιά σώζονται και βυζαντινές εκκλησίες, όπως για παράδειγμα ο Αη Γιάννης της Κολώνας, η αρχαιότερη εκκλησία της Αθήνας που διασώζεται, και οι Άγιοι Ανάργυροι στον περίβολο των οποίων έχουν ταφεί πολλοί από τους αγωνιστές που έπεσαν στις πολιορκίες της Ακρόπολης (Σκουμπουρδή 2004:44).

Η περιοχή του Ψυρή έχει συνδεθεί με το συγγραφέα Αλ. Παπαδιαμάντη, ο οποίος είχε το προσωνόμιο «ο ερημίτης του Ψυρή»⁴. Σημαντικά στοιχεία για την περιοχή μπορεί να αντλήσει κανείς από τα έργα του Μ. Μητσάκη «Εις Αθηναίος Χρησοθήρας» και «Θεάματα του Ψυρή», ειδικά για τις ταβέρνες στις οποίες επικρατούσε «φιλοσοφική ατμόσφαιρα» με πολλούς δημοσιογράφους, πολιτικούς, κ.λπ. να συζητούν και να διασκεδάζουν εκεί κάθε βράδυ. Χαρακτηριστικό είναι ότι προπολεμικά οι ταβέρνες του Ψυρή ήταν περισσότερες από της Πλάκας, με ονομαστή αυτή του Κόκκορα και του Αη Γιάννη (Σκουμπουρδή 2004).

Από τα πιο σημαντικά κτίρια του Ψυρή, το οποίο του έδωσε από τότε έναν πολιτιστικό χαρακτήρα, ήταν το πρώτο λιθόκτιστο θέατρο της Αθήνας, το θέατρο Μπούκουρα το οποίο κτίστηκε το 1838 στη σημερινή οδό Μενάνδρου. Υπεύθυνος του θεάτρου ήταν ο Ιταλός Ιωσήφ Καμιλλιέρι (τον διαδέχτηκε σύντομα ο Σανσόνι) στον οποίο παραχωρήθηκε το οικόπεδο αλλά και η αποκλειστικότητα λειτουργίας θεάτρου σε ολόκληρη την πόλη. Στο θέατρο φιλοξενήθηκαν γνωστές παραστάσεις ιταλικής όπερας, όπου ιδιαίτερη αίσθηση έκαναν οι ιταλίδες καλλονές Ρίτα Μπράσσο και Λούλη. Το 1844 τη διαχείριση του θεάτρου αναλαμβάνει ο Σπετσιώτης αγωνιστής Ιωάννης Μπούκουρας. Το θέατρο συνέχισε να λειτουργεί μέχρι το 1898, ωστόσο τα τελευταία χρόνια της λειτουργίας του παρακμάζει, και έναν χρόνο αργότερα κατεδαφίζεται (Σκουμπουρδή 2004).

Γ. Πολεοδομική εξέλιξη

Τα στοιχεία που παραθέτουν οι ιστορικοί έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την πολεοδομική εξέλιξη της περιοχής μέχρι και σήμερα. Με την ανακήρυξη της Αθήνας σε πρωτεύουσα του νεοσύστατου κράτους, στην περιοχή του Ψυρή γίνονται τα πρώτα έργα κοινής ωφέλειας, όπως η λιθόστρωση της οδού Ερμού και η κατασκευή υπονόμων. Η διαμόρφωση της πλατείας του Ψυρή ολοκληρώθηκε αργότερα, το 1862, σε μία περίοδο που δεν είχαν διαμορφωθεί ακόμη κεντρικότερες πλατείες. Αρχικός σκοπός ήταν να φιλοξενήσει τη δημοτική αγορά (αντί του ποσού των 25.000 δρχ.) η οποία τελικά δημιουργήθηκε στην Πλατεία

⁴ Σύμφωνα με στοιχεία νοίκιαζε ένα δωμάτιο σε μία αυλή στην οδό Αριστοφάνους. Αναφέρει συχνά τη μπακαλοταβέρνα του Καχριμάνη που βρίσκεται στην οδό Σαρρή.

Αέριδων στην Πλάκα, για να μετακομίσει πολύ αργότερα στη σημερινή της θέση στην οδό Αθηνάς. Η μορφή της αλλάζει εκ νέου το 1901 όταν ο Δήμος αναλαμβάνει να προχωρήσει με την καλλιτεχνική αναβάθμιση των πλατειών της Αθήνας (Καιροφύλας 2000:25). Η περιοχή είχε και αρκετά αρχοντικά σπίτια, χαρακτηριστικές είναι οι κατοικίες του υποπρόξενου Μακρή στην οδό Αγίας Θέκλας, η κατοικία του άρχοντα της Μολδοβλαχίας Ιωάννη Καρατζά στην οδό Σαρρή⁵, ο οποίος έχτισε και δεύτερη πολυτελή κατοικία στη θέση της σημερινής πλατείας Κουμουνδούρου, την οποία και αγόρασε αργότερα ο Αλέξανδρος Κουμουνδούρος. Η οδός Ρήγα Παλαμήδη πήρε το όνομα της επειδή εκεί κατοικούσε ο γνωστός πολιτικός και συγγραφέας.

Μεγάλες αλλαγές στην αστική μορφολογία συντελούνται την εποχή του Μεσοπολέμου, όταν κατεδαφίζονται αρκετές παλιές κατοικίες και κατασκευάζονται νέα καταστήματα και αποθήκες. Ακόμα μεγαλύτερες αλλαγές γίνονται στην περιοχή μετά το 2^ο Παγκόσμιο Πόλεμο, όταν πλέον οι μεγάλες βιοτεχνικές και εμπορικές επιχειρήσεις αλλάζουν εντελώς τη μορφολογία της περιοχής. Χαρακτηριστικότερο στοιχείο της περιοχής σε όλους τις περιόδους της είναι ότι διατηρεί τη «μεσαιωνική» ρυμοτομία της με στενά και δαιδαλώδη σοκάκια, χαρακτηριστικό που δεν συναντάται σε άλλες περιοχές της Αθήνας. Το χαρακτηριστικό αυτό προσδίδει και έναν ιδιαίτερο χαρακτήρα στην περιοχή που λειτουργεί σαν πλεονέκτημα. Ο μεγάλος αριθμός ιστορικών νεοκλασικών κτιρίων είναι επίσης ένα χαρακτηριστικό της περιοχής⁶.

Δ. Η σημερινή εξέλιξη της περιοχής

Η μετατροπή της περιοχής του Ψυρή σε περιοχή έλξης δραστηριοτήτων πολιτισμού και αναψυχής βασίστηκε σε μεγάλο βαθμό στην παράδοση και την ιστορική κληρονομιά, όπως συμβαίνει αντίστοιχα και σε παρόμοιες περιοχές του εξωτερικού. Αν και η περιοχή γνωρίζει απήχηση και μεγάλη επισκεψιμότητα μόλις την τελευταία δεκαετία, η περιοχή είχε αναπτύξει έναν εναλλακτικό «μποέμ» χαρακτήρα πολύ πριν. Ήδη από τις αρχές του αιώνα οι ταβέρνες του Ψυρή αποτελούν σημεία αναφοράς, καθώς εκεί γίνονταν πολιτικές συζητήσεις, μαζεύονταν παρέες διανοούμενων της εποχής, κ.λπ.

Μπορεί να υποστηριχθεί ότι μεταπολεμικά η περιοχή αποκτά έναν ιδιαίτερο χαρακτήρα λόγω της εγκατάστασης των λεγόμενων «υπαρξιστών». Στη οδό Σαρρή στο νούμερο 29 βρισκόταν η περίφημη παράγκα του Σίμου του Υπαρξιστή -κατά

⁵Το οποίο για μία περίοδο μετατράπηκε σε φυλακή, τις περίφημες φυλακές Γκαρμπολά και αργότερα σε σχολείο – σήμερα έχει πλέον κατεδαφιστεί.

⁶ Σήμερα η περιοχή διαθέτει σύμφωνα με τα στοιχεία του Υ.ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ. 293 διατηρητέα κτίρια (Λάπηνα 2002).

κόσμο Σίμου Τσαπνίδη. Η λέσχη-κοινόβιο λειτούργησε στα πρότυπα των ομάδων υπαρκτών που συστάθηκαν στο Παρίσι και έμεινε στην ιστορία ως «ιπτάμενη παράγκα⁷». Για τα ήθη της εποχής, αυτοί οι «παλαβοί νεανίες» ήταν πονοκέφαλος και το 1956 η Αστυνομία κλείνει την παράγκα «άντρο διαφθοράς των νέων». Για διαμαρτυρία ο Σίμος, την 25 Μαρτίου παρελαύνει ανάποδα στην Πανεπιστημίου, ενώ η κανονική παρέλαση κατεβαίνει, με ένα σαράβαλο τζιπ βαμμένο καρό με το χέρι και γεμάτο ποιήματα!⁸ Ο Σίμος μετά από πολλά χρόνια στο εξωτερικό επανέρχεται στου Ψυρή όπου ζει επιδιορθώνοντας ομπρέλες στην ταρατσα του, μέχρι το θάνατό του. Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι όταν στα μέσα της δεκαετίας του 1990 κάποιος επιχειρηματίας έκανε πρόταση να αγοράσει το δικαίωμα χρήσης του ονόματός του για ένα εστιατόριο στη περιοχή αλλά αρνήθηκε. Η πρακτική αυτή συναντάται και σε άλλες περιπτώσεις όπου η παράδοση της περιοχής «αγοράζεται» από επιχειρηματίες ή χρησιμοποιούνται ονομασίες που παραπέμπουν στην ιστορία της περιοχής (π.χ. η ονομασία του παλιού μανάβικου του Καχριμάνη το οποίο αναφέρεται από τον Παπαδιαμάντη, σήμερα χρησιμοποιείται από μουσικό μεζεδοπωλείο στην οδό Σαρρή 15).

Στις δεκαετίες του 1950 και στις αρχές της δεκαετίας του 1960 η περιοχή διατηρεί σε μεγάλο βαθμό το χαρακτήρα γειτονιάς που είχε και προπολεμικά με τις αυλές και τους δρόμους να χαρακτηρίζονται από ζωντάνια. Χαρακτηριστικός είναι ο τρόπος με τον οποίο περιγράφει ο Καιροφύλας μία χαρακτηριστική μορφή της περιοχής, τον αμαξά, γνωστός και ως «Αντώνης, ο τζέντλεμαν» (Καιροφύλας 2000:40-142).

Αργότερα, στις δεκαετίες του 1960 και του 1970 η περιοχή αν και διατηρούσε έναν «μποέμ» χαρακτήρα, συνδέθηκε με την εικόνα των βιοτεχνιών, της Κεντρικής Αγοράς και, τις νυχτερινές ώρες, με τους οίκους ανοχής. Λόγω της Κεντρικής Αγοράς σύντομα η περιοχή απέκτησε εμπορικές επιχειρήσεις, αποθήκες, μικρές βιοτεχνίες και εργαστήρια. Πολλοί παλιοί κάτοικοι αποφασίζουν να μετακομίσουν σε άλλες περιοχές λόγω της όχλησης από τις βιοτεχνικές δραστηριότητες και η γειτονιά σιγά σιγά χάνει το χαρακτήρα της γειτονιάς (Καιροφύλας 2000:139). Τις νυχτερινές ώρες η περιοχή ερημώνει, δίνοντας θέση σε παράνομες δραστηριότητες, όπως οίκους ανοχής, πώληση ναρκωτικών, κ.λπ.

⁷ «Την βαφτίσαμε έτσι γιατί ήταν ετοιμόρροπη και γιατί συχνά κάναμε εκδρομές και ολόήμερα πάρτι στην εξοχή. Στις εκδρομές παίρναμε μαζί και... πιάνο!», έλεγε ο Σίμος για τα «ΝΕΑ» (26/2/96) στον Νίκο Μάστορα. Στις συναντήσεις των μελών που αναστάτωναν την Αθήνα, συμμετείχαν εκατοντάδες αγόρια και κορίτσια, καθώς βασικό αντικείμενο ήταν το γλέντι, η αυτοέκφραση, οι εκδρομές, αλλά και φιλανθρωπικές εκδηλώσεις και φιλοσοφικές συζητήσεις για το «ζουμί» της ύπαρξης. Πασίγνωστα ονόματα πέρασαν λίγο-πολύ από εκεί: Θόδωρος Πάγκαλος, Νίκος Καρούζος, Ντίνος Ηλιόπουλος, η δυάδα Σακελλάριου – Γιαννακόπουλου.

⁸ Βλ. «Ερμη η παράγκα του Σίμου» ΤΑ ΝΕΑ 11.06.99 και «Η ιστορία του Ελληνικού Ροκ», Εκδ. Μοντέρνοι Καιροί, Αθήνα 2006

Τη δεκαετία του 1980 με την ραγδαία ανάπτυξη των προαστίων της Αθήνας η περιοχή χάνει τους περισσότερους κατοίκους της και ο χαρακτήρας της είναι πλέον αυτός της υποβαθμισμένης και προβληματικής περιοχής που διατηρείται μέχρι πρόσφατα. Ως σημείο καμψής της πρόσφατης μετατροπής της περιοχής του Ψυρή σε πολιτιστική περιοχή και της συνεπακόλουθης ανάπλασης ήταν τα τέλη της δεκαετίας του 1980 όταν το παλιό τυπογραφείο της εφημερίδας «ΕΜΠΡΟΣ» στην οδό Ρήγα Παλαμήδου μετατράπηκε σε θεατρική σκηνή από την ομάδα Μορφές των Μπαντή, Οικονομίδου και Καταλειφού και η παλιά ξυλαποθήκη στη οδό Σαρρή μετατράπηκε σε θέατρο (Πολιτεία) με την ευθύνη του Σωτήρη Χατζάκη και της Έρης Δρίνη. Ήρθε να προστεθεί στα θέατρα Αποθήκη, το παλαιότερο της περιοχής το οποίο διαμορφώθηκε σε θέατρο το 1979 και ξεκίνησε να λειτουργεί σαν θέατρο το 1980 καθώς και το Θέατρο οδού Ερμού που λειτουργούσε από το 1985. Παράλληλα λειτούργησαν και ορισμένες επιχειρήσεις αναψυχής οι οποίες αποτέλεσαν σημείο αναφοράς για την περιοχή (Τάκη 13, Ζεϊδωρον). Ακολούθησαν αρκετές γκαλερί και σήμερα η ευρύτερη περιοχή φιλοξενεί πάνω από 60 πολιτιστικές επιχειρήσεις και οργανισμούς. Παράλληλα αυξήθηκε ο αριθμός των επιχειρήσεων αναψυχής και των καταστημάτων, χωρίς ωστόσο να χαστεί εντελώς ο βιοτεχνικός της χαρακτήρας. Ιδιαίτερο χαρακτήρα δίνουν μέχρι σήμερα τα κηροπλαστεία, τα δερματάδικα (κυρίως στην Αγίας Θέκλας), τα υαλουργεία, τα εργαστήρια μουσικών οργάνων, κ.λπ. Οι παραδοσιακές αυτές δραστηριότητες δίνουν έναν ακόμη λόγο για επίσκεψη στην περιοχή. Ορισμένες επιχειρήσεις δε έχουν ιστορική αξία: η ταβέρνα «Δίπορτο» διεκδικεί τον τίτλο του παλαιότερου εν λειτουργία μαγειρείου της Αθήνας⁹, ο φούρνος του Βενέτη, ο οποίος λειτουργεί από το 1900 στη γωνία Αγ. Αναργύρων και Σαρρή είναι ο παλαιότερος σε λειτουργία αθηναϊκός φούρνος¹⁰ και η κάβα στην οδό Σαρρή η οποία λειτουργεί στο χώρο του παλιού παγοποιείου που πουλούσε πάγο και λεμονάδες.

Ε. Το Προεδρικό Διάταγμα 233Δ/1998 και οι επιπτώσεις του

Με δεδομένη τη χαμηλή ποιότητα ζωής στην περιοχή και την υποβάθμιση, οι κρατικές και δημοτικές αρχές προσπάθησαν να αντιστρέψουν την κατάσταση με θεσμικά μέσα και μελέτες πολεοδομικής αναβάθμισης. Μία σειρά Πολεοδομικών Διαταγμάτων αναφέρονται σε μέτρα πολεοδομικής αναβάθμισης με βάση το Ρυθμιστικό Σχέδιο της Αθήνας και αφορούν περιοχές-συνοικίες όπως το Μετς, την Πλάκα, το Ιστορικό Κέντρο, τα Εξάρχεια-Λ. Στρέφη, τον Ελαιώνα, το Θησείο, το

⁹ Στο Δίπορτο σύχναζε ο συγγραφέας Βάρναλης, όπου εικάζεται ότι έγραψε το έργο του «Οι Μοιραίοι».

¹⁰ Σύμφωνα με τους ιδιοκτήτες και τους υπεύθυνους των πολιτιστικών επιχειρήσεων, ο φούρνος αποτελεί σήμερα σημείο συνάντησης των καλλιτεχνών και κατοίκων της περιοχής, λειτουργώντας ως ένα άτυπο forum.

Μεταξουργείο, κ.ά. (Αυγερινού 2003:245). Για την περιοχή του Ψυρή η σημαντικότερη πολιτική απόφαση για τη σύγχρονη λειτουργία της περιοχής είναι η θέσπιση του Προεδρικού Διατάγματος 233Δ /1998 «Περί Καθορισμού χρήσεων γης και ειδικών όρων και περιορισμών δόμησης στην περιοχή Ψυρή – Κέντρου (Ομόνοιας)» το οποίο απαγορεύει τις οχλούσες χρήσεις γης και προσδιορίζει την περιοχή του Ψυρή (Ομόνοια και Ψυρή) ως περιοχή γενικής κατοικίας, που σημαίνει ότι επιτρέπονται οι εξής χρήσεις:

- Κατοικία
- Ξενοδοχεία μέχρι 100 κλινών και ξενώνες
- Εμπορικά Καταστήματα (με εξαίρεση τις υπεραγορές και τα πολυκαταστήματα)
- Γραφεία, Τράπεζες, Ασφάλειες, Κοινοφελείς οργανισμοί
- Κτίρια Εκπαίδευσης
- Εστιατόρια (απαγορεύει τα fast food)
- Αναψυκτήρια¹¹
- Θρησκευτικοί χώροι
- Κτίρια κοινωνικής πρόνοιας
- Επαγγελματικά εργαστήρια χαμηλής όχλησης
- Πρατήρια βενζίνης (υπό όρους)
- Αθλητικές εγκαταστάσεις
- Κτίρια Στάθμευσης
- Πολιτιστικά κτίρια και εν γένει πολιτιστικές εγκαταστάσεις

Το Προεδρικό Διάταγμα επιτρέπει κατ' εξαίρεση συγκεκριμένες χρήσεις, ουσιαστικά για να προστατέψει αυτές που ήδη υπήρχαν στην περιοχή. Συγκεκριμένα, ενώ απαγορεύει τις χρήσεις «συνάθροισης κοινού» επιτρέπει σε ορισμένα θέατρα (Εμπρός, Ήβη, Ερμού, Αποθήκη, Θησεϊόν, Πολιτεία¹²) καθώς και σε κτίρια διοίκησης (Πυροσβεστική, Πολεοδομία, Αγορανομία) να συνεχίσουν να λειτουργούν. Επιτρέπει επίσης ορισμένες ακόμα χρήσεις στα κτίρια με μέτωπο στην οδό Πειραιώς, καθώς και τις εγκαταστάσεις του Μετρό.

Εκτός από την περιοχή του Ψυρή το Π.Δ. αναφέρεται και στην περιοχή από την οδό Σοφοκλέους μέχρι την Ομόνοια την οποία ορίζει ως πολεοδομικό κέντρο, με σαφώς περισσότερες δυνατότητες χρήσεων γης.

Στο Άρθρο 3 επιβάλλει συγκεκριμένες ρήτρες σχετικά με τις ποινές και τις χρήσεις. Προβλέπει την σφράγιση του ακινήτου εφόσον καταστρατηγείται ή

¹¹ Στα αναψυκτήρια περιλαμβάνονται οι εξής χρήσεις: αναψυκτήρια, καφεενία (παραδοσιακά), καφετέριες (εκσυγχρονισμένα καφεενία), μπαρ (οινοπωλεία, χωρίς καλλιτεχνικό ή μουσικό πρόγραμμα), κυλικεία, ζαχαροπλαστεία, γαλακτοπωλεία, μπουγατσάδικα, λουκουματζήδικα (αμιγή). Τα μπαρ με μουσική, τα κλάμπ, κ.λπ. ανήκουν στα κέντρα διασκέδασης και αναψυχής και δεν επιτρέπονται στην περιοχή του Ψυρή.

¹² Το Π.Δ. επιτρέπει την εγκατάσταση χώρων συνάθροισης στο Κακουργιοδικείο και ένα κτίριο στην οδό Σαπφούς, τα οποία μέχρι σήμερα όμως δεν έχουν αποκτήσει αυτή τη χρήση.

παραβιάζεται η επιτρεπόμενη χρήση και απαγορεύει την εγκατάσταση οποιασδήποτε νέας χρήσης πλην της κατοικίας χωρίς ειδική έγκριση από την αρμόδια Υπηρεσία, καθώς και την εγκατάσταση νέων οίκων ανοχής ή χαρτοπαικτικών λεσχών. Απαγορεύει τη λειτουργία κάθε χρήσης που δημιουργεί όχληση, ανεξάρτητα αν την ευθύνη για την όχληση έχουν οι ιδιοκτήτες, οι πελάτες ή οι εργαζόμενοι. Τέλος επιτρέπει υπό αυστηρούς όρους την τοποθέτηση τραπεζοκαθισμάτων, τεντών, πάγκων πλανόδιων πωλητών σε περιορισμένα τμήματα πλατειών, πλατωμάτων, πεζοδρομίων και πεζόδρομων.

Στο άρθρο 4 ορίζονται οι συντελεστές δόμησης, ο αριθμός των ορόφων και το μέγιστο επιτρεπόμενο ύψος, το οποίο διαφέρει ανάλογα με το Οικοδομικό Τετράγωνο. Ενδεικτικό είναι ότι προς την πλευρά που συνορεύει με το Μοναστηράκι και το Θησείο ο συντελεστής δόμησης μειώνεται στο 1,8, ενώ δεν ξεπερνάει το 3,3. Χαρακτηριστικό είναι επίσης ότι με το Προεδρικό Διάταγμα προωθείται η αναθεώρηση του ρυμοτομικού σχεδίου καθώς και οι χρήσεις γης σε μια προσπάθεια να διασωθούν από την κατεδάφιση πολλά διατηρητέα αφού το παλιό ρυμοτομικό που είχε εκδοθεί τη δεκαετία του 1940 προέβλεπε την κατεδάφιση τους για την διαπλάτυνση των δρόμων (Λιάππα 2002)!

Η εφαρμογή του νέου Π.Δ. συναντά πολλές δυσκολίες, όπως καταγγέλλει ο Σύλλογος Αρχιτεκτόνων με επιστολή προς το Υ.ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ. στις 16 Ιουλίου 2001. Ο ΣΑΔΑΣ - Πανελλήνια Ένωση Αρχιτεκτόνων παρακολουθώντας την εξέλιξη των χρήσεων γης στην περιοχή Ψυρή κατά την εφαρμογή του από 18.3.1998 Π.Δ. διαπιστώνει την υπέρμετρη αύξηση των καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος και την εξαφάνιση - κατάληψη του δημόσιου χώρου. Επίσης διαπιστώνει την αλλοίωση του βιοτεχνικού χαρακτήρα της περιοχής. Για το λόγο αυτό και σε σχέση με τους στόχους του Ρυθμιστικού Σχεδίου της Αθήνας Ν. 1515 ΦΕΚ 18/Α/12.12.1985) ζητά: Α) την αυστηρότερη εφαρμογή του Π.Δ., Β) την απόδοση του δημόσιου χώρου στους κατοίκους και επισκέπτες, Γ) τον αυστηρότερο έλεγχο των καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος, Δ) την επέκταση όπου απαιτείται του χαρακτηρισμού τμημάτων της περιοχής ως κορεσμένα ως προς τη χρήση υγειονομικού ενδιαφέροντος.

Πράγματι, η εφαρμογή του Π.Δ. δεν υπήρξε αποτελεσματική και γι' αυτό το λόγο από το 2004 ισχύει αναστολή της χορήγησης αδειών υγειονομικού ενδιαφέροντος για την περιοχή του Ψυρή (η περιοχή θεωρήθηκε κορεσμένη). Με το προεδρικό διάταγμα αρκετές βιοτεχνίες εξαναγκάστηκαν να κλείσουν, αλλά δεν επιλύθηκαν τα προβλήματα των κατοίκων που ζητούσαν ζώνες αμιγούς κατοικίας και απόσταση 50 μέτρων μεταξύ των καταστημάτων αναψυχής. Μέχρι και σήμερα η αδειοδότηση καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος και η επιβάρυνση (κυκλοφοριακή, ηχητική, κ.λπ.) που προκαλούν όσα καταστήματα αναψυχής

λειτουργούν σήμερα αποτελούν σημαντικά προβλήματα και πολλές φορές οδηγούν σε προστριβές. Πολλά καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος (μπαρ, εστιατόρια, κ.λπ.) παραβιάζουν με διάφορους τρόπους τους όρους της άδειας λειτουργίας και μέχρι αυτή τη στιγμή δεν διαφαίνεται η πολιτική θέληση επίλυσης του προβλήματος¹³.

Ο υπερκορεσμός από καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος, η ηχορύπανση, οι συγκρούσεις μεταξύ των κατοίκων και των επιχειρηματιών οδήγησαν στην απαξίωση της περιοχής από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και μεγάλους μέρους της κοινής γνώμης. Συχνά πλέον η ονομασία Ψυρή αναφέρεται σαν παράδειγμα προς αποφυγή, ειδικά για περιπτώσεις αναπλάσεων άλλων περιοχών στην Αθήνα ή σε άλλες ελληνικές πόλεις. Οι προετοιμασίες για τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων και η μεγάλη επισκεψιμότητα που έφερε στις ιστορικές περιοχές του κέντρου έφερε ελπίδες για ανατροπή του κλίματος και ενδεχόμενο «ξεκαθάρισμα» της περιοχής, ελπίδες που όμως δεν επαληθεύτηκαν.

ΣΤ. Σύγχρονα Χαρακτηριστικά του Ψυρή

Η περιοχή του Ψυρή, όπως εξετάζεται στο παρόν διδακτορικό, δεν έχει ενιαίο χαρακτήρα, αλλά αποτελείται από διακριτές περιοχές με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Αν και είναι δύσκολο να διαχωριστούν με ακρίβεια τα όρια κάθε περιοχής, μπορεί κανείς να ισχυριστεί ότι η περιοχή του Ψυρή χαρακτηρίζεται από τα παρακάτω διακριτά τμήματα:

1. Πλατεία Θεάτρου - Πλατεία Βαρβακείου - Σοφοκλέους – Ευριπίδου

Πρόκειται για το τμήμα εκείνο που διατηρεί τις εμπορικές του λειτουργίες περισσότερο από κάθε άλλο και λειτουργικά αποτελεί συνέχεια του πολεοδομικού συγκροτήματος της Ομόνοιας. Στο τμήμα αυτό η ανάπτυξη είναι λιγότερο ορατή και οι πολιτιστικές δραστηριότητες πιο διάσπαρτες. Αν και η πλατεία Βαρβακείου φιλοξένησε ένα σχετικά μεγάλο αριθμό γκαλερί τα τελευταία χρόνια, σήμερα ταυτίζεται σε μεγάλο βαθμό με την ασιατική κοινότητα (χαρακτηρίζεται ως η «αθηναϊκή China town») λόγω του μεγάλου αριθμού μεταναστών που είτε έχουν εμπορικές επιχειρήσεις, είτε συχνάζουν στην περιοχή. Τόσο οι μετανάστες όσο και οι επιχειρήσεις εμπορίας μπαχαρικών, φρούτων, κ.λπ. στην Ευριπίδου και τους γύρω δρόμους προσθέτουν μία ιδιαίτερη αισθητική στην εικόνα της περιοχής.

¹³ Για το θέμα των αδειοδοτήσεων και της παρνομίας των καταστημάτων αναψυχής υπάρχει εκτεταμένη αρθρογραφία, ενδεικτικά βλ. Τέλλογλου 2002, Χατζηαντωνίου 2006, www.asda.gr.

2. Πλατεία Αγ. Αναργύρων – Πλατεία Ηρώων – Μιαούλη

Η πλατεία Αγ. Αναργύρων, η οδός Μιαούλη και τα γύρω στενά αποτελούν την καρδιά της περιοχής του Ψυρή, συγκεντρώνει τις περισσότερες δραστηριότητες αναψυχής και εστίασης και είναι το τμήμα με το οποίο το ευρύτερο κοινό ταυτίζει την ονομασία Ψυρή. Στο τμήμα αυτό χωροθετούνται αρκετές από τις μικρότερες πολιτιστικές επιχειρήσεις (γκαλερί, designer, κ.λπ.) Τα παραδοσιακά επαγγέλματα που χωροθετούνταν σε συγκεκριμένους δρόμους (δερματάδικα στην Αγίας Θέκλας, εργαστήρια γυαλιού στην Αγ. Αναργύρων, κ.ά.) συνεχίζουν και σήμερα να δίνουν συγκεκριμένο στίγμα. Από το 2004, η οδός Μιαούλη λόγω του σταθμού Μετρό αποτελεί τη σημαντικότερη πύλη εισόδου στην περιοχή του Ψυρή.

3. Οδός Σαρρή - Πλατεία Κουμουνδούρου - Οδός Ασωμάτων

Το βορειότερο τμήμα του Ψυρή προς την οδό Πειραιώς είναι αρκετά ανομοιογενές. Η οδός Σαρρή ταυτίζεται σε μεγάλο βαθμό με τα θέατρα που έχουν εγκατασταθεί εδώ και πολλά χρόνια, σήμερα όμως φιλοξενεί πολλές ακόμη πολιτιστικές δραστηριότητες καθώς και κατοικίες. Αρχικά ταυτίστηκε κυρίως με την «Off Broadway» θεατρική σκηνή της Αθήνας, αφού τα θέατρα που ξεκίνησαν εκεί παρουσίαζαν κυρίως μη εμπορικές παραστάσεις¹⁴, κάτι που δεν ισχύει σήμερα. Η Πλατεία Κουμουνδούρου αποτελεί το τμήμα με τους περισσότερους κατοίκους και έχει ταυτιστεί την τελευταία δεκαετία με τους πρόσφυγες που διέμεναν στον κοινόχρηστο χώρο της πλατείας. Σήμερα, οι πρόσφυγες έχουν εκδιωχθεί, η πλατεία έχει επανασχεδιαστεί και έχει αλλάξει αρκετά χαρακτήρα, με τις κινέζικες επιχειρήσεις να αποτελούν τη συντριπτική πλειοψηφία. Η οδός Ασωμάτων προσφέρει μία πολύ διαφορετική εικόνα, λόγω των χρήσεων που φιλοξενεί και από τις δύο πλευρές της (Μουσείο Ισλαμικής Τέχνης, Μουσείο Νεώτερης Κεραμικής, Συναγωγή, Υπηρεσίες Υπουργείου Πολιτισμού, κ.ά.) που φιλοξενούνται σε αναπαλαιωμένα νεοκλασικά κτίρια.

Η ευρύτερη περιοχή του Ψυρή περιλαμβάνει αρκετά σημαντικά δημόσια και ιδιωτικά κτίρια των οποίων ο χαρακτήρας και η μελλοντική χρήση μπορεί να καθορίσει σε μεγάλο βαθμό τον αντίστοιχο χαρακτήρα της περιοχής. Φυσικά, πολύ σημαντικό τοπόσημο αποτελεί ο σταθμός μετρό στο Μοναστηράκι, αλλά και η ομώνυμη πλατεία η οποία αποτελεί σημείο συνάντησης. Τα προβλήματα που

¹⁴ Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι οι δεκάδες θεατρικές σκηνές της Αθήνας είναι χωροθετημένες σε ομάδες σχηματίζοντας τις λεγόμενες θεατρικές «πιάτσες» (συνεντ. Μπαντής, Δρίνη). Οι πιάτσες χαρακτηρίζουν συχνά και το χαρακτήρα των παραστάσεων, π.χ. η πιάτσα της Λεωφόρου Αλεξάνδρας από την επιθεώρηση, οι πιάτσες της Πατησίων, της Ιπποκράτους και της Αμερικής από το εμπορικό θέατρο, κ.ο.κ. Σήμερα οι διαχωρισμοί αυτοί ατονούν.

εμφανίστηκαν στην διαμόρφωση της πλατείας από την Ε.Α.Χ.Α.¹⁵ επηρεάζουν σημαντικά και την σημερινή της λειτουργία. Τα πιο χαρακτηριστικά κτίρια της περιοχής είναι τα εξής:

- Κακουργιοδικεΐον:

Το Κακουργιοδικεΐον, σχεδιασμένο από τον Ερνέστο Τσίλερ, κτίστηκε την περίοδο 1834-1836 πάνω στην εκκλησία της Αγίας Ελεούσας (την εποχή εκείνη πολλές εκκλησίες φιλοξένησαν τις δημόσιες υπηρεσίες της νέας πρωτεύουσας) και ως ένα από τα εμβληματικά κτίρια της περιοχής δεν έχει μπει σε πρόγραμμα ανακαίνισης, παρά το γεγονός ότι αναφέρεται στις προθέσεις του ΥΠΕΧΩΔΕ η ανακατασκευή του¹⁶. Η ιδιοκτησία είναι της Ιεράς Μητρόπολης η οποία πρόσφατα ξεκίνησε την ανακαίνισή του για τη μετατροπή του σε βιβλιοθήκη (άλλωστε το Π.Δ. επιτρέπει κατ' εξαίρεση τη χρήση του ως χώρο συνάθροισης κοινού).

- Διπλάρειος Σχολή

Υπάγεται στην Ελληνική Βιοτεχνική Εταιρεία (Ε.Β.Ε.) και ιδρύθηκε στην Αθήνα το 1892, από τον καθηγητή του Πανεπιστημίου Αθηνών Στέφανο Κυπάρισσο. Σύμφωνα με το καταστατικό της, η Εταιρεία είχε σκοπό την προαγωγή και ανάπτυξη της δωρεάν τεχνικής διδασκαλίας. Ο Αριστείδης Διπλάρης, μέλος της Ε.Β.Ε. από το 1894, όρισε με διαθήκη του τη διάθεση της περιουσίας του για την ίδρυση μιας ομώνυμης Σχολής, στην οποία θα διδασκόταν δωρεάν σε άνδρες και γυναίκες σχέδιο και γενικώς, τέχνες. Σήμερα η σχολή έχει αναστείλει τη λειτουργία της και το κτίριο παραμένει ανεκμετάλλευτο.

- Υγειονομικός Σταθμός Πλατείας Ηρώων

Ιστορικό κτίριο της περιοχής που στέγαζε τα δημοτικά ιατρεία το οποίο κτίστηκε την περίοδο του Μεσοπολέμου κατά τη δημαρχεία Σπύρου Μερκούρη. Σήμερα στεγάζει τις υπηρεσίες του 1^{ου} Δημοτικού Διαμερίσματος της Αθήνας, ηλεκτρολογικό υλικό κατά κύριο λόγο, χωρίς ωστόσο να εξυπηρετεί τους επισκέπτες. Η σημερινή χρήση του αδικεί το κτίριο όταν θα μπορούσε να φιλοξενήσει εναλλακτικές δραστηριότητες¹⁷ (Καιροφύλας 2000:25).

- Εκκλησίες

¹⁵ Η αρχιτεκτονική μελέτη που κέρδισε το σχετικό διαγωνισμό δεν εφαρμόστηκε σωστά από τον εργολάβο με αποτέλεσμα να υπάρχουν μέχρι σήμερα σημαντικά προβλήματα.

¹⁶ Βλ. www.minenv.gr

¹⁷ Ο Γ. Καιροφύλας προτείνει να δημιουργηθεί στο χώρο μουσείο Λόρδου Βύρωνα ή Παπαδιαμαντή (Καιροφύλας 2000:25)

Οι εκκλησίες της περιοχής αποτελούν σημαντικό τοπίο της περιοχής, ορισμένες δε θα μπορούσαν να αναδειχθούν σε τουριστικά αξιοθέατα (π.χ., ο Άγιος Γιάννης της Κολώνας). Σημαντικές εκκλησίες είναι επίσης η Αγία Ελεούσα, ο Άγιος Δημήτριος, η αρμένικη εκκλησία στην οδό Κριεζή. Δυστυχώς πολλές από τις ιστορικές εκκλησίες της περιοχής είτε έχουν γκρεμιστεί, είτε έχει αλλοιωθεί ο χαρακτήρας τους μέσα από μεταγενέστερες προσθήκες.

- Λοιπά Κτίρια

Εκτός από τα παραπάνω κτίρια, υπάρχουν πολλά ακόμη που χαρακτηρίζουν την περιοχή, όπως το κτίριο της Πυροσβεστικής, η Πινακοθήκη του Δήμου Αθηναίων, το νεοκλασικό κτίριο της οδού Σαχτούρη και Σαρρή, το μοντερνιστικό κτίριο της Εμπορικής Τράπεζας, κ.ά. Σήμερα λειτουργούν επίσης αρκετές δημόσιες υπηρεσίες στην περιοχή (Εφορία, Μεταφραστικό Τμήμα ΥΠ.ΕΞ., Δημοτική Αστυνομία Δήμου Αθηναίων, Κοινωνικές υπηρεσίες, κ.ά.) Στην περιοχή έχουν προστεθεί και ορισμένα σύγχρονα κτίρια που αλλοιώνουν το χαρακτήρα της περιοχής, όπως π.χ. πάρκινγκ, εμπορικά κέντρα, ενώ ιδιαίτερο πρόβλημα προκαλούν οι διάφορες παράνομες παρεμβάσεις¹⁸.

Ζ. Η επιρροή της ανάπλασης στην αγορά ακινήτων του Ψυρή

Όπως συνέβη και στις περιπτώσεις του εξωτερικού η δημιουργία της πολιτιστικής περιοχής του Ψυρή λόγω των έργων ανάπλασης δημιούργησε αλυσιδωτές εξελίξεις στην τοπική αγορά ακινήτων. Τα εγκαταλειμμένα καταστήματα, οι αποθήκες και τα νεοκλασικά κτίρια που μετατράπηκαν σε γκαλερί, εστιατόρια, θέατρα, μπαρ και κέντρα διασκέδασης κατέστησαν την περιοχή ιδιαίτερα προσοδοφόρα. (Χρυσικοπούλου 2005, Ρηγόπουλος 2006). Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων, οι πεζοδρομήσεις, η δημιουργία σταθμών μετρό και οι αναπλάσεις εκτόξευσαν τις τιμές για επαγγελματικά ακίνητα τόσο στο Ψυρή και στη συνέχεια στο Γκάζι και στο Μεταξουργείο σε δυσθεώρητα ύψη. Από τα 600 ευρώ το τετραγωνικό που ήταν η μέση τιμή πώλησης επαγγελματικής στέγης στην ευρύτερη περιοχή του Ψυρή στις αρχές της δεκαετίας του 1990, σήμερα τα καταστήματα που πωλούνται τιμώνται ανάλογα με τη θέση και τα τετραγωνικά τους έως και 4.000 ευρώ ανά τ.μ., με τον «αέρα» να φτάνει τις 150.000 ευρώ, ενώ οι τιμές ενοικίασης αγγίζουν ακόμη και τα 6.000 ευρώ μηνιαίως. Όπως όμως συμβαίνει με κάθε έκρηξη τιμών που δημιουργεί φαινόμενα «φούσκας», οι

¹⁸ Στην περιοχή υπάρχουν πολλές παράνομες κατασκευές, για τις οποίες εκκρεμούν αποφάσεις κατεδάφισης, πολεοδομικές παραβάσεις, κεραίες, παροχές ρεύματος, κ.λπ. Πολλές περιπτώσεις είναι ορατές δια γυμνού οφθαλμού, ωστόσο δεν είναι στους σκοπούς της παρούσας διατριβής να τις καταγράψει ή να εξετάσει τα νομικά αίτια για την πλημμυρή αντιμετώπισή τους.

δυσχερείς συνθήκες στην αγορά ακινήτων και η συρρίκνωση του εισοδήματος των καταναλωτών δεν επιτρέπουν να διατηρηθούν οι τιμές αυτές και σήμερα πλέον η περιοχή θεωρείται κορεσμένη. «Αν και τα μισθώματα τα πρώτα χρόνια κινήθηκαν στη λογική της αγοράς, η ανάπτυξη της περιοχής και οι προσαυξήσεις επί των αρχικών συμβολαίων μετέτρεψαν τα καταστήματα της περιοχής στα πιο ακριβά της Αθήνας», αναφέρει η Τζένη Κοντοπάνου, πρόεδρος της ένωσης που έχουν συστήσει οι καταστηματοάρχες της περιοχής. Πλέον υπάρχουν περιπτώσεις που κατάστημα 30 τετραγωνικών νοικιάζεται έναντι 1.500 ευρώ το μήνα, ενώ σε ακίνητα που βρίσκονται κοντά στην πλατεία Ηρώων οι ενοικιαστές πληρώνουν ακόμη και 6.000 ευρώ μηνιαίως για κατάστημα 200 τ.μ. Αν και στο πρόσφατο παρελθόν οι καταστηματοάρχες μπορούσαν να αντεπεξέλθουν στα έξοδα αυτά, η μείωση της δαπάνης για διασκέδαση και η αύξηση του λειτουργικού τους κόστους συρρίκνωσαν τα περιθώρια κέρδους. Αποτέλεσμα είναι να έχει υποχωρήσει η ζήτηση, καθώς αρκετοί ενοικιαστές δεν μπορούν να αντεπεξέλθουν στα έξοδα λειτουργίας και στη λήξη του συμβολαίου επιδιώκουν όσο το δυνατόν μικρότερη αύξηση του ενοικίου με μεγαλύτερο χρόνο μίσθωσης. Συγχρόνως το ύψος των νέων ενοικιοστασίων αποθαρρύνει πολλούς που προτιμούν να νοικιάσουν μεγαλύτερους χώρους με τα ίδια ή και λιγότερα χρήματα σε άλλα σημεία της πόλης. Βασική αιτία για τη διατήρηση των μισθωμάτων σε υψηλά επίπεδα είναι ότι τα τελευταία χρόνια δεν δίνονται νέες άδειες λειτουργίας καταστημάτων από το ΥΠΕΧΩΔΕ και το Δήμο Αθηναίων. Έτσι υπάρχουν πολλές επινοικιάσεις προς όφελος των ιδιοκτητών και λιγότερο των νέων ενοικιαστών.

Σημαντική επιρροή στην τοπική αγορά ακινήτων είχε η τάση για κατοίκηση στο κέντρο από τη μεσαία και ανώτερη τάξη, καθώς και από καλλιτέχνες. Πολλοί από τους επάνω ορόφους των κτιρίων μετατράπηκαν σε πολυτελή διαμερίσματα τύπου loft, πολλά από τα οποία έχουν το πλεονέκτημα της θέας στην Ακρόπολη. Σύντομα δημιουργήθηκε μία νέα κοινότητα κατοίκων στην περιοχή η οποία αν και δεν είναι πολυάριθμη, συνεχίζει να αυξάνεται.

Αν και οι ιδιοκτήτες έχουν αποκομίσει υψηλά κέρδη (ιδιαίτερα όσοι αγόρασαν στα μέσα της δεκαετίας του '90, πριν ανέβουν οι τιμές) από την ενοικίαση των ακινήτων τους, θέλουν να προσελκύσουν νέους ιδιοκτήτες, ιδιαίτερα τώρα που βλέπουν ότι ο ανταγωνισμός από περιοχές όπως το Γκάζι και η Ιερά Οδός εντείνεται. Εκεί ο υψηλότερος συντελεστής δόμησης έχει οδηγήσει στη μαζική κατασκευή κατοικιών, αλλά και στη δημιουργία κέντρων αναψυχής και πολιτιστικών χώρων. Στα σημεία αυτά υπάρχουν ακίνητα μεγάλης επιφάνειας που μπορούν να μετατραπούν σε χώρους διασκέδασης (όπως π.χ. η «Αθηνών Αρένα», χωρητικότητας 3.500 θεατών). Οι τιμές πώλησης στο Γκάζι και το Βοτανικό είναι

ελαφρώς χαμηλότερες από τις αντίστοιχες του Ψυρή και κατά μέσο όρο δεν ξεπερνούν τις 2.500 ευρώ το τ.μ. (Χρυσικοπούλου 2005).

2. Πολιτιστική Περιοχή του Ψυρή

Α. Πολιτιστικές Επιχειρήσεις και Οργανισμοί

Από τη δεκαετία του 1990 η περιοχή του Ψυρή αρχίζει να μετατρέπεται σε πόλο έλξης πολιτιστικών δραστηριοτήτων και δραστηριοτήτων αναψυχής. Παρά τη φερόμενη παρακμή τα προβλήματα, σήμερα η περιοχή συνεχίζει να υποδέχεται επιχειρήσεις και κατοίκους που ανήκουν στον καλλιτεχνικό – δημιουργικό χώρο. Ένας μικρός αριθμός έχει αποχωρήσει ή σκοπεύει να αποχωρήσει, συνολικά όμως η περιοχή συνεχίζει να συγκεντρώνει ένα πολύ μεγάλο ποσοστό πολιτιστικών δραστηριοτήτων, οι οποίες βρίσκονται σχεδόν αποκλειστικά σε ορόφους και όχι πλέον σε ισόγεια που καταλαμβάνουν κυρίως οι επιχειρήσεις αναψυχής και εστίασης λόγω των ακριβών ενοικίων. Παράλληλα αρκετοί νέοι κάτοικοι έχουν προστεθεί στους λιγοστούς παλαιότερους που έχουν απομείνει, εκμεταλλευόμενοι τους σχετικά φθηνούς βιοτεχνικούς και αποθηκευτικούς χώρους στους ορόφους των πολυκατοικιών, στο πλαίσιο της μόδας των loft.

Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις και οργανισμοί της περιοχής χαρακτηρίζονται από ανομοιογένεια. Στο παράρτημα πραγματοποιείται μία πλήρη καταγραφή των χαρακτηριστικών τους, σύμφωνα με τα στοιχεία των ερωτηματολογίων και των συνεντεύξεων, για να γίνουν κατανοητά τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ο τρόπος σκέψης των ιδιοκτητών τους ως προς την περιοχή του Ψυρή. Οι 53 επιχειρήσεις και οι αντίστοιχοι εκπρόσωποι παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 8.1

ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ		
1.	A.ANTONOPOULOU.ART	Αγγελική Αντωνοπούλου
2.	ALPHA ΔΕΛΤΑ GALLERY	Νίκη Τσιάντη
3.	ARTOWER AGORA	Κων/νος Καραντινός
4.	BATAGIANNI GALLERY	Βάσω Μπαταγιάννη
5.	D624	Anne Laure Obertson
6.	DIANA GALLERY	Νταϊάνα Μπισογιάννη
7.	DOWN TOWN GALLERY	Νίκος Σταθούλης
8.	E31	Νάνσυ Κουγιούφα
9.	Red Gallery	Δημήτρης Μουρκάκος
10.	ELS HANAPPE UNDERGROUND	Els Hannape
11.	LAB ART PROJECTS	Νίκη Γεωργιοπούλου
12.	Art 7	Χρόνης Τσακίρακάκης
13.	XIPPAS	Αλίκη Καρυώτη
14.	ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ	Νίκος Κοντοπρίας
15.	Gallery and Lab	Λήδα Αλεξοπούλου
16.	ΝΗΣΟΣ	Πόλα Καπόλα

17.	ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗ ΔΗΜΟΥ ΑΘΗΝΑΙΩΝ	Νέλλυ Κυριαζή
18.	ΡΕΒΒΕΚΑ ΚΑΜΧΗ (έκλεισε)	Ρεβέκκα Καμχή
19.	ΤΕΧΝΟΦΑΣΗ, Ασωμάτων	Αλίκη Πήτερσον - Ελένη Μανιτζοπούλου
20.	ΜΟΥΣΕΙΟ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ ΤΕΧΝΗΣ ΑΛΕΞ ΜΥΛΩΝΑ	Ελένη Μυλωνά
21.	Oxymoron	Μαρία Φωκίδη
22.	ΕΜΠΟΡΙΚΟΝ+ΑΠΟΘΗΚΗ	* 19
23.	ΔΙΠΥΛΟΝ	Ράια Μουζενίδου
24.	ΘΥΡΑ ΤΕΧΝΗΣ	Φάνης Καφούσιας
25.	ΕΜΠΡΟΣ	Τάσος Μπαντής
26.	ΗΒΗ	Αντώνης Αντωνίου
27.	ΘΗΣΕΙΟΝ	Ρένα Φουρτούνη
28.	ΠΟΛΙΤΕΙΑ	Γιώργος Χατζάκης, Έρση Δρίνη
29.	Θεατρικό Εργαστήρι	Ζώτης Βλάσσης
30.	Θέατρο Κωφών	Νέλλυ Καρρά - Σοφία Ρομπόλη
31.	Mokume	Σοφία Μαϊκίδου
32.	HOUSE OF ART	Γεωργόπουλος
33.	Νίκος Καζέρος	Νίκος Καζέρος
34.	Ελένη Τζιρτζιλάκη	Ελένη Τζιρτζιλάκη
35.	KLMF Architects	Λαμπρόπουλος
36.	THE DESIGN SHOP	Μαρί Σωτηράλη - Διονύσης Λιβάνης
37.	POORDESIGNERS	Τάσος Σαπουνάκης
38.	3 IN A BOX	Αντώνης Αμπατζής
39.	COMMUNICATION DESIGN P16	Michael Ochs - Ρένα Χρυσικοπούλου
40.	The Switch	Μαίρη Παλμούτσου
41.	No logo	Γιώργος Κωσταντινίδης
42.	Highway Productions	Γιώργος Λυκιαρδόπουλος
43.	We design	Σέργιος και Φίλιππος Φωτιάδης
44.	Warda	Ιωάννα Κωστίκα
45.	Βάσω Κόνσολα	Βάσω Κόνσολα
46.	Christoforos Kotentos	Χριστόφορος Κοτέντος
47.	Γιώργος Ελευθεριάδης	Γιώργος Ελευθεριάδης
48.	Μιχάλης Καζάκης	Μιχάλης Καζάκης
49.	Μικρό Πολυτεχνείο	Θράσος Καμινάκης
50.	Ισλαμικής Τέχνης	Άννα Μπαλλιάν
51.	CINE ΨΥΡΡΗ	Ντίνος Αυγουσιδής
52.	Vocals Studio	Αριστείδης Σουβατζής
53.	Eco Action	Τάκης Μπαλάσκας

Οι γκαλερί και οι χώροι τέχνης αποτελούν την πλειοψηφία των πολιτιστικών επιχειρήσεων, καθιστώντας την περιοχή ως ένα άτυπο κέντρο τέχνης. Τα κοινά εγκαίνια και οι ανοιχτές βραδιές αποτελούν μία από τις λίγες επίσημες πολιτιστικές συνεργασίες στην περιοχή μεταξύ επιχειρήσεων. Δεν πρόκειται για ένα ομοιογενές σύνολο αφού διαφέρουν σημαντικά ως προς τους σκοπούς, τις εγκαταστάσεις, τη φιλοσοφία, κλπ. Αν και κυριαρχεί η άποψη ότι στου Ψυρή

¹⁹ Στην περίπτωση της Ελληνικής Θεαμάτων, στην οποία ανήκουν τα συγκεκριμένα θέατρα, υπήρξε μεγάλη δυσκολία στην ανεύρεση υπευθύνου που να γνωρίζει όλα τα θέματα, επομένως τα στοιχεία συμπληρώθηκαν από διαφορετικούς εργαζόμενους της Εταιρίας.

«βρίσκονται οι εναλλακτικοί της τέχνης, τριαντάρηδες οι περισσότεροι, με σπουδές στο εξωτερικό και ανάλογες επαφές, που τολμούν να δείξουν λιγότερο καθιερωμένους καλλιτέχνες» σε αντιδιαστολή με το Κολωνάκι (Βαϊμάκη και Πειλίδου 2006, σελ. 18), η έρευνα δείχνει ότι η ομάδα αυτή δεν ταυτίζεται ούτε στις απόψεις της ούτε στις καλλιτεχνικές επιλογές. Το ίδιο ισχύει και για τα θέατρα και τις μουσικές σκηνές. Μετά το 2000 η περιοχή του Ψυρή έχει ξεκινήσει να μεταβάλλεται σε μία «πιάτσα» δημιουργικών γραφείων σε αντιδιαστολή προς τις περιοχές της λεωφόρου Κηφισίας και του Κολωνακίου όπου βρίσκονται οι περισσότερες διαφημιστικές επιχειρήσεις.

B. Άλλες επιχειρήσεις με πολιτιστική δραστηριότητα

Εκτός από τις αμιγώς πολιτιστικές επιχειρήσεις που αναλύονται στο τμήμα όπου παρουσιάζεται η έρευνα, στην περιοχή λειτουργεί και ένας αριθμός επιχειρήσεων με δευτερεύουσα πολιτιστική δραστηριότητα που μπορεί να καταταχθεί στην ίδια κατηγορία εφόσον απευθύνεται και στο ίδιο κοινό.

- Εμπορικά Καταστήματα

Πρέπει να σημειωθεί ότι στην περιοχή λειτουργούν επίσης πολλά καταστήματα που πωλούν μεταξύ άλλων και αντικείμενα τέχνης, χειροποίητα αντικείμενα, μικροέπιπλα, είδη δώρων, κ.ά. Χαρακτηριστικά μπορούν να αναφερθούν το Mofu, το Αγάπη Δια Χειρός, το Formica, το Cute (πρόσφατα άνοιξε και ένας πολυχώρος στην οδό Αγ. Αναργύρων, το Epidemic). Επίσης λειτουργούν έξι παλαιοπωλεία-αντικερί τα οποία όπως και οι γκαλερί απευθύνονται σε συλλέκτες. Οι επιχειρήσεις αυτές αν και δεν περιλαμβάνονται στον πληθυσμό που εξετάζεται, έχουν κοινά στοιχεία με την ομάδα επιχειρήσεων της έρευνας. Στην ίδια κατηγορία μπορούν να υπολογιστούν και τα ιδιαίτερης αισθητικής κομμωτήρια, τα καταστήματα πώλησης ρούχων – π.χ., το Shop112 στην Ερμού – και τα καταστήματα δίσκων. Η τάση αύξησης τους είναι μεγάλη κυρίως τα δύο τελευταία χρόνια και αποτελούν επιπλέον στοιχείο για την προσέλκυση επισκεπτών. Όπως λέει ο ιδιοκτήτης του Epidemic, το κατάστημά του στο Ψυρή δύσκολα κατατάσσεται στην ίδια κατηγορία με άλλα εμπορικά καταστήματα, αφού απευθύνεται σε ένα ιδιαίτερο κοινό.

- Ξενοδοχεία

Στην περιοχή λειτουργούσαν ανέκαθεν μικρές ξενοδοχειακές μονάδες. Με αφορμή τους Ολυμπιακούς Αγώνες στην περιοχή ανοίγουν δύο ξενοδοχεία με ιδιαίτερο design, το Fresh στην οδό Σωκράτους και το Ochre and Brown στην οδό

Λεωκορίου, τα οποία βασίζουν την προβολή τους στην καλλιτεχνική ατμόσφαιρα της περιοχής.

- Εστιατόρια – Μπαρ – Νυχτερινά κέντρα

Πολλά καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος (εστιατόρια, μεζεδοπωλεία, μπαρ, καφέ, κ.ά.) φιλοξενούν συχνά και πολιτιστικές δραστηριότητες λειτουργώντας σαν χώροι συναυλιών, θεάτρου ή εκθέσεων. Σε αυτή την κατηγορία ανήκει ένας αρκετά μεγάλος αριθμός καταστημάτων που είτε διοργανώνουν διάφορες μεμονωμένες εκδηλώσεις (bar theatre, εκθέσεις ζωγραφικής, παραστάσεις, κ.ά.) ή διαθέτουν ένα σταθερό μουσικό πρόγραμμα. Ιδιαίτερη περίπτωση αποτελούν και ορισμένες ταβέρνες και μπαρ που αν και δεν ανήκουν σε αυτήν την κατηγορία λειτουργούν τις ώρες των γκαλερί και προσελκύουν διαφορετικό κοινό, καθώς και περιπτώσεις όπως ο φούρνος της Σαρρή, που αποτελεί ένα ιδιαίτερο σημείο συνάντησης κατοίκων και καλλιτεχνών.

Γ. Προβολή – Οδηγοί

Σε αντίθεση με τις περισσότερες περιπτώσεις πολιτιστικών περιοχών στο εξωτερικό, στο Ψυρή δεν έχει δημιουργηθεί κάποιος φορέας που να έχει αναλάβει την κοινή προώθηση. Οι περιπτώσεις κοινής προβολής είναι περιστασιακές και γίνονται με πρωτοβουλία ορισμένων μόνο επιχειρήσεων ενός τομέα (π.χ., η περίπτωση των κοινών εγκαινίων των γκαλερί με την κυκλοφορία κοινής πρόσκλησης).

- Psiri Online

Η πιο σημαντική προσπάθεια κοινής προβολής τόσο των πολιτιστικών όσο και των υπόλοιπων επιχειρήσεων του Ψυρή γίνεται από την ιστοσελίδα psiri online, η οποία έχει καθιερώσει παγκοσμίως τις ονομασίες URL psiri και psirri. Πρόκειται για μια ιδιωτική πρωτοβουλία που στοχεύει στην προβολή της πολιτιστικής, καλλιτεχνικής, τουριστικής και εμπορικής αξίας μιας περιοχής που αναβαθμίζεται καθημερινά από το μεράκι των ανθρώπων που ζουν και εργάζονται εκεί. Πίσω από την προσπάθεια αυτή, βρίσκονται οι άνθρωποι της εταιρείας Artistic Investments και η γκαλερί Επιστροφή. Σύμφωνα με τον διευθυντή κ. Κοντοπρία η ιδέα του website ξεκίνησε από το γεγονός ότι πολύς κόσμος ερχόταν στην περιοχή ζητώντας πληροφορίες δίχως να γνωρίζει που να ρωτήσει. Η ιστοσελίδα, πράγματι, έρχεται να καλύψει ένα σημαντικό κενό προβάλλοντας τις επιχειρήσεις και τις δραστηριότητές τους και παρέχοντας και επιπλέον δυνατότητες e-marketing μέσω της hit360. Ωστόσο η ιστοσελίδα δεν έχει το ρόλο των παρόμοιων website του

εξωτερικού, αφού δεν λειτουργεί σαν σημείο επικοινωνίας και ανταλλαγής ιδεών, αλλά περισσότερο σαν επιχειρηματικός οδηγός.

Παρέχει μεταξύ άλλων και τη δυνατότητα κλεισίματος τραπεζιού σε εσπιατόρια, μια υπηρεσία που δεν παρουσίασε ωστόσο μεγάλη ζήτηση. Όπως λέει ο ιδιοκτήτης της Κουζίνας του CineΨυρρή Ντίνος Αυγουστίδης, οι πελάτες τους «δεν είναι πιτσιρικάδες και οι μεγαλύτεροι σε ηλικία δεν μπαίνουν στο διαδίκτυο να κλείσουν». Ο Νίκος Κοντροπριάς συμφωνεί, αλλά λέει ότι το διαδίκτυο με τη βοήθεια εργαλείων διαδικτυακού μάρκετινγκ μπορεί να φέρει πελάτες και αναφέρει ότι πολλοί ξένοι έρχονται στην περιοχή μέσω της ιστοσελίδας τους. Τις διαπιστώσεις αυτές επιβεβαιώνει και πρόσφατη δημοσκόπηση του τμήματος ΕΜΜΕ του Πανεπιστημίου Αθηνών με το περιοδικό Highlights.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα στατιστικά της επισκεψιμότητας της ιστοσελίδας. Μέσα σε ένα χρόνο (Ιούλιο 2005 μέχρι τον Ιούνιο 2006) η ιστοσελίδα δέχτηκε 70100 επισκέψεις. Η προσεκτική εξέταση των στατιστικών επιβεβαιώνει ορισμένες βασικές διαπιστώσεις:

- ο Η περιοχή είναι πλέον δημοφιλής για τα εστιατόρια και τα νυχτερινά κέντρα, που αποτελούν και τον κύριο λόγο επίσκεψης. Η μόνη κατηγορία που φαίνεται να ενδιαφέρει τους επισκέπτες στον πολιτιστικό τομέα είναι τα θέατρα.
- ο Δημοφιλείς ιστοσελίδες μέσα στο psirri on line είναι αυτές των κομμωτηρίων και των ξενοδοχείων.

Για το 2005 και το 2006 η υψηλότερη επισκεψιμότητα παρουσιάζεται τους μήνες Νοέμβριο (8.357), Δεκέμβριο (8.316) και Ιανουάριο (8.244). Αντίθετα τους καλοκαιρινούς μήνες οι επισκέψεις είναι πολύ λιγότερες, τον Ιούλιο (2.644) και Αύγουστο (2.736). Η πτώση αυτή αν και είναι αναμενόμενη λόγω των θερινών διακοπών και των ελάχιστων εκδηλώσεων, καταδεικνύει την εποχικότητα της λειτουργίας του Ψυρή σε αντίθεση με άλλες πολιτιστικές περιοχές (π.χ. το ΜQ της Βιέννης συνεχίζει να δέχεται πολλούς επισκέπτες το καλοκαίρι με ειδική προώθηση με τίτλο ΜQ Sommer).

Για να μπορέσει να κρίνει κανείς την επιτυχία του εγχειρήματος, πρέπει να λάβει υπόψη και τη γενικότερη κατάσταση στη ζήτηση παρόμοιων υπηρεσιών. Είναι χαρακτηριστικό ότι στην Ελλάδα δεν συνηθίζεται να χρησιμοποιείται το Internet για πολιτιστική ενημέρωση ή, ακόμα περισσότερο, για αγορά εισιτηρίων, για κλείσιμο θέσεων, κ.λπ. Σύμφωνα με την έρευνα του περιοδικού Highlights μόλις το 2% του πληθυσμού ενημερώνεται για θέματα πολιτισμού από το διαδίκτυο, όταν το 41% προτιμά την τηλεόραση για το σκοπό αυτό (Highlights 2005:27). Όπως ανέφερε και ο Ν. Κοντροπριάς οι Έλληνες δεν είναι συνηθισμένοι

να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να σχεδιάσουν την έξοδό τους, σίγουρα όμως τα επόμενα χρόνια η τάση αυτή θα αλλάξει.

Στου Ψυρρή

Η μόνη προσπάθεια έκδοσης εφημερίδας έγινε στο διάστημα από 2001 έως το 2003 από τον Κ. Σανιδά μέσω της δωρεάν εφημερίδας με τίτλο «Στου Ψυρρή». Σύμφωνα με τον εκδότη, η προσπάθεια αν και επικροτήθηκε από όλους δεν είχε επιτυχημένη συνέχεια και οδηγήθηκε στο κλείσιμο.

- Άλλα

Άλλες μορφές δημοσιότητας περιλαμβάνουν τις καταχωρίσεις και τα φυλλάδια του Δήμου Αθηναίων για συγκεκριμένες εκδηλώσεις στην περιοχή, αφίσες και flyer για εκδηλώσεις και πάρτυ, αφιερώματα περιοδικών ή εφημερίδων (π.χ. Αθηνόραμα), κ.ά. (βλ. βιβλιογραφία Ψυρή). Πολύ σημαντική ήταν η δημοσιότητα του designwalk, της εκδήλωσης που οργάνωσαν το Ιανουάριο του 2007 οι designer της περιοχής. Με δεδομένο ότι δεν υπάρχει στρατηγική μάρκετινγκ και προβολής της περιοχής, η δημοσιότητα είναι αποσπασματική και συχνά δίνει έμφαση στη νυχτερινή ζωή της περιοχής. Πολλές φορές δε σε αντίστοιχα δημοσιεύματα η περιοχή απαξιώνεται ή συνοδεύεται από καταγγελίες σχετικά με την παρανομία και την μη τήρηση των νόμων από τα νυχτερινά κέντρα. Τέλος, πιο σπάνιες είναι οι αναφορές σε τηλεοπτικά προγράμματα.

Δ. Αποχωρήσεις - Εκτοπισμός

Όπως και στις άλλες περιπτώσεις μελέτης, οι εκτοπίσεις ή το κλείσιμο επιχειρήσεων, είναι ένα αναπόφευκτο χαρακτηριστικό, το οποίο μπορεί να φέρει σημαντικά προβλήματα στη λειτουργία και το προφίλ της περιοχής. Τα τελευταία δέκα χρόνια η περιοχή έχει αλλάξει ριζικά πρόσωπο σε βαθμό που ο επισκέπτης της δεκαετίας του 1980 δεν θα την αναγνώριζε. Αν και παραμένουν πολλές από τις επιχειρήσεις και βιοτεχνίες, η εικόνα της περιοχής έχει αλλοιωθεί από την είσοδο δεκάδων νέων επιχειρήσεων και κατοίκων. Ο εκτοπισμός αφορά περιπτώσεις που σχετίζονται με θεσμικά μέτρα και περιπτώσεις που σχετίζονται με πιέσεις της αγοράς.

Πέρα από τις οχλούσες βιοτεχνικές χρήσεις (βυρσοδεψεία, κ.ά.) που εγκατέλειψαν την περιοχή λόγω του σχετικού διατάγματος του Υ.ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ., πολλές από τις παραδοσιακές βιοτεχνικές και κατασκευαστικές χρήσεις αντιμετώπισαν πρόβλημα επιβίωσης λόγω της πίεσης που δέχτηκαν από την αγορά ακινήτων. Πολλές χρήσεις οι οποίες είχαν και πολιτιστικό ή ιστορικό χαρακτήρα

(π.χ., κατάστημα επισκευής και πώλησης γραμμόφωνων, καταστήματα μουσικών οργάνων, υαλουργεία, κηροποιεία) και συνείσφεραν σημαντικά στην αυθεντικότητα και την «πολιτιστική» ατμόσφαιρα της περιοχής αναγκάστηκαν να κλείσουν. Πρέπει να τονιστεί το γεγονός ότι πολλές από τις επιχειρήσεις που αναγκάστηκαν να αποχωρήσουν, δεν κατάφεραν να λειτουργήσουν αλλού, άλλοτε επειδή στηρίζονταν στην κεντρικότητα της περιοχής, τα άτυπα δίκτυα, κ.λπ. και άλλοτε επειδή οι ιδιοκτήτες ήταν σε ηλικία που προτιμούσαν να μη δουλέψουν άλλο (βλ. Βιοτεχνικό Επιμελητήριο 2005).

Στον πολιτιστικό τομέα, πολλές από τις γκαλερί και τις αίθουσες τέχνης που συνδέθηκαν με την περιοχή έκλεισαν ή μετεγκαταστάθηκαν αλλού. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι ο Εικαστικός Κύκλος, η Unlimited, το Άρτιο, A-Station, κ.ά. Επίσης έκλεισαν θέατρα όπως το θέατρο Ερμού και η Αλκμήνη, ενώ το θέατρο Γιάννη Βούρου δεν λειτουργήσε ποτέ. Σημαντικό στοιχείο αποτελεί και η αλλαγή της ιδιοκτησίας πολιτιστικών χώρων (κυρίως των θεάτρων) και η πώληση των ακινήτων που νοικιάζουν οι πολιτιστικές επιχειρήσεις και οι καλλιτέχνες από τους ιδιοκτήτες τους.

Η συνεχής είσοδος και έξοδος πολιτιστικών επιχειρήσεων στην περιοχή του Ψυρή είναι ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά της λειτουργίας της περιοχής²⁰. Ανάλογη είναι η εικόνα και στις επιχειρήσεις αναψυχής, όπου η συνεχής εναλλαγή ονομάτων, τύπου διασκέδασης ή κουζίνας ανάλογα με τη μόδα αποτελεί συνηθισμένη πρακτική.

Όπως εξηγείται και παρακάτω η εκτόπιση οδήγησε σε περιστασιακές κινήσεις διαμαρτυρίας με διαβήματα, επιστολές διαμαρτυρίας, συναντήσεις, κ.ά. Οι διαμαρτυρίες αυτές δεν απέκτησαν ποτέ μαζικό χαρακτήρα ούτε και έφεραν σημαντικά αποτελέσματα²¹. Μία ιδιαίτερη μορφή διαμαρτυρίας για τα αρνητικά σημεία της ανάπτυξης του Ψυρή είναι τα γκράφιτι στους τοίχους τα οποία εκφράζουν συγκεκριμένη αντίληψη (π.χ., «Ψώνια, το Ψυρή δεν είναι μπαρ και διασκέδαση είναι πολιτισμός», «Βιοτέχνη μην ξεπουλάς την περιουσία σου», κ.ά.)

Ε. Δημόσια Παρέμβαση στην Πολιτιστική Περιοχή

Οι κρατικές αρχές και η Τοπική Αυτοδιοίκηση παρεμβαίνουν στην λειτουργία της περιοχής με διάφορους τρόπους εφαρμόζοντας τους σχετικούς νόμους. Πιο σημαντική θεωρείται η παρέμβαση του Υπουργείου Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων, του Δήμου Αθηναίων και, δευτερευόντως, της

²⁰ Χαρακτηριστικό είναι ότι κατά τη διάρκεια του διαστήματος της συγγραφής της διατριβής η κινητικότητα των πολιτιστικών επιχειρήσεων της περιοχής συνεχίστηκε με πολύ γρήγορους ρυθμούς.

²¹ Ενδεικτικός είναι ο πρόσφατος αποκλεισμός της Ιεράς Οδού από περιοίκους το Σάββατο βράδυ προκειμένου να διαμαρτυρηθούν για την αλόγιστη λειτουργία νυχτερινών κέντρων.

Νομαρχίας. Ειδικές αρμοδιότητες έχει, τέλος, η Αστυνομία, η Ε.Α.Χ.Α., ο Οργανισμός Αθήνας (υπάγεται στο ΥΠΕΧΩΔΕ), κ.ά.

1. ΥΠΕΧΩΔΕ

Το ΥΠΕΧΩΔΕ λόγω των αρμοδιοτήτων σε θέματα πολεοδομίας και χωροταξίας έχει τον κύριο λόγο για τις αναπλάσεις και τις περιβαλλοντικές παρεμβάσεις στη περιοχή του Ψυρή. Η Διεύθυνση Ειδικών Έργων Αναβάθμισης Περιοχών είχε την αρχική ευθύνη και εποπτεία για τα έργα – πεζοδρομήσεις, διαμόρφωση πλατειών, κυκλοφοριακές ρυθμίσεις- που άρχισαν να πραγματοποιούνται τη δεκαετία του 1990. Στα μέσα της δεκαετίας πολλά από τα έργα πραγματοποιούνται πλέον υπό την ευθύνη της Εταιρίας Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων που υπάγεται στο Υπουργείο Πολιτισμού. Η Διεύθυνση Ειδικών Έργων Αναβάθμισης Περιοχών (Γραφείο Πλάκας) έχει την εποπτεία των χρήσεων γης και συνηγορεί για την έκδοση άδειας λειτουργίας καταστήματος.

Η Άννα Παρασκευοπούλου, υπεύθυνη στο γραφείο της Πλάκας, γνωρίζει τα θέματα αδειοδότησης και χρήσεων γης καλύτερα από κάθε άλλον και δηλώνει απογοητευμένη από τη σημερινή κατάσταση. Η παρανομία και η παραβίαση της πολεοδομικής νομοθεσίας έχει καθιερωθεί σε βαθμό που η αντιμετώπισή της καθίσταται ιδιαίτερα δύσκολη. Αναφέρεται στην περίπτωση της Πλάκας και την πολιτική βούληση που υπήρχε από τον τότε υπουργό ΥΠΕΧΩΔΕ Αντώνη Τρίτση «ο οποίος επέβλεπε την εφαρμογή των ρυθμίσεων του Π.Δ. με την ανάκληση αδειών, μια διαδικασία πάρα πολύ δυσάρεστη και με μεγάλο πολιτικό κόστος για όποιον εμπλέκεται». Σήμερα αναφέρει ότι και ο δικός τους ρόλος έχει γίνει πολύ δύσκολος αφού οι ενδιαφερόμενοι χρησιμοποιούν ό,τι μέσο διαθέτουν για να πετύχουν το στόχο τους (κυρίως δικαστικές διαμάχες) με αποτέλεσμα «από αρχιτέκτονες να έχουμε γίνει δικηγόροι». Ουσιαστικά η αυθαιρεσία διαμορφώνει την περιοχή, η οποία θα ήταν τελείως διαφορετική αν είχαν τηρηθεί όσα ακριβώς προέβλεπε το Προεδρικό Διάταγμα. Υπάρχουν πράγματι πολλές περιπτώσεις όπου δεν τηρούνται οι νόμοι και οι προδιαγραφές που θέτει η άδεια (π.χ. με άδεια παραδοσιακού φούρνου λειτουργούν καφέ). Ωστόσο, παραδέχεται ότι δεν μπορεί να προληφθεί ο εκτοπισμός παλιών χρηστών (κατοίκων, παραδοσιακών επαγγελματιών) αφού ο νόμος της αγοράς υπερισχύει, όπως και ότι ο ορισμός του ποσοστού των χρήσεων σε μια περιοχή αποτελεί πολύ δύσκολη διαδικασία. Θεωρεί ότι η διαβούλευση με τους κατοίκους αποτελεί σημαντική προκαταρκτική διαδικασία και θεωρεί τη σχετική μελέτη του Δ. Ζήβα για την Πλάκα υποδειγματική ως προς αυτό το σκέλος.

Επιρρίπτει σημαντικές ευθύνες στην αστυνομία, το Δήμο και τη Νομαρχία αν και παραδέχεται ότι και αυτοί πολλές φορές είναι θύματα του ελαστικού νομικού πλαισίου. Υπάρχουν πολλοί τρόποι να συνεχίσει να λειτουργεί ένα

κατάστημα, ενώ αναφέρονται περιπτώσεις καταστημάτων που λειτουργούν και αφού τους έχει αφαιρεθεί η άδεια και έχουν σφραγιστεί (!). Η αστυνομία απλά βεβαιώνει τις παραβάσεις και τις στέλνει στο αρμόδιο δικαστικό όργανο, ενώ ο Δήμος Αθηναίων και η Νομαρχία σφραγίζει τα καταστήματα. Πρόκειται για χρονοβόρες διαδικασίες και οι καταστηματάρχες έχουν βρει πολλά μέσα και «παραθυράκια» για να συνεχίσουν τις δραστηριότητές τους.

Όσον αφορά τις αναπαλαιώσεις κτιρίων, το καθεστώς επιδοτήσεων έχει σταματήσει λόγω ανεπάρκειας πόρων (τη δεκαετία του '80 και στις αρχές της δεκαετίας του 1990 δίνονταν επιχορηγήσεις). Σήμερα, όσοι αποφασίζουν να ανακαινίσουν νεοκλασικό κτίριο υποστηρίζονται μόνο με έμμεσο τρόπο, αφού τους επιτρέπουν υπό αυστηρές προϋποθέσεις να λειτουργήσουν κατάστημα υγειονομικού ενδιαφέροντος (η κ. Παρασκευοπούλου θεωρεί λανθασμένη αυτήν την διευκόλυνση).

Για τις πολιτιστικές χρήσεις και τη σημασία τους για μία περιοχή όπως του Ψυρρή, η κ. Παρασκευοπούλου είναι μάλλον επιφυλακτική. Η σχετική νομοθεσία ορίζει ως πολιτιστικές χρήσεις μόνο τα μουσεία, τις πινακοθήκες και τις βιβλιοθήκες. Πάντως θεωρεί ότι δεν μπορεί ο καθένας να ασκεί πολεοδομική πολιτική ή να αυθαιρετεί (αναφέρει χαρακτηριστικά γνωστό επιχειρηματία ο οποίος ζητά την πλήρη απελευθέρωση των πολεοδομικών όρων για να χτίσει ο κόσμος καζίνο και μπαρ μέχρι το Σούνιο και να βγάζει λεφτά!)

Η εμπλοκή του ΥΠΕΧΩΔΕ σε θέματα ανασχεδιασμού στο κέντρο της Αθήνας έχει υπάρξει καθοριστική. Την ίδια χρονιά που τέθηκε το προεδρικό διάταγμα σε ισχύ (το 1998), το ΥΠΕΧΩΔΕ μέσω του τότε υπουργού Κώστα Λαλιώτη ανακοινώνει ένα πολύ φιλόδοξο σχέδιο ανάπλασης της περιοχής κόστους 2 δις. δρχ., το οποίο πέρα από το επικείμενο προεδρικό διάταγμα για τις χρήσεις γης, αναφέρει παρεμβάσεις σε κτίρια της περιοχής (στο κτίριο του Μουσείου Ισλαμικής Τέχνης, το θέατρο Θησείο, το Cine Ψυρρή, το θέατρο επί της οδού Σαχτούρη 4, κ.ά. καθώς και την πεζοδρόμηση των οδών Διπύλου, Κρανσού, Λ. Νίκα, Αγαθάρχου, Αγίου Δημητρίου, Μισούλη και Κακουργιοδικείου (βλ. Ναυτεμπορική 1998). Οι πεζοδρομήσεις δεν πραγματοποιήθηκαν ποτέ, ενώ ορισμένα μόνο από τα κτίρια θεάτρων ολοκληρώθηκαν. Στη Σαχτούρη 4 προβλέπει μάλιστα τη δημιουργία θεάτρου και χώρου πολλαπλών χρήσεων (αναφέρεται μάλιστα και σε άλλα δημοσιεύματα ως θέατρο Γιάννη Βούρου) το οποίο μάλλον αναφέρεται στο σημερινό House of Art.

2. Δήμος Αθηναίων

Ειδικά για την περιοχή, ο Δήμος Αθηναίων, τόσο μέσω της κεντρικής του διοίκησης όσο και μέσω της λειτουργίας του 1^{ου} Δημοτικού Διαμερίσματος στο

οποίο ανήκει η περιοχή του Ψυρή, έχει σημαντικές αρμοδιότητες όσον αφορά τη λειτουργία της περιοχής. Ο ρόλος του Δήμου στη διαδικασία της ανάπλασης καθορίζεται από τις εξής αρμοδιότητες (παρ. 5, άρθρο 8 ν. 1508/1997):

α. Η διαδικασία ανάπλασης ορισμένης περιοχής γίνεται με πρωτοβουλία, εκτός των άλλων δημόσιων φορέων, και του οικείου Ο.Τ.Α.

β. Μεριμνά για την ευρύτερη δημοσιοποίηση της προκαταρκτικής πρότασης ανάπλασης με κάθε πρόσφορο τρόπο.

γ. Με απόφαση του συμβουλίου του Ο.Τ.Α. εγκρίνεται προκαταρκτική πρόταση ανάπλασης.

δ. Διαχειρίζεται το πρόγραμμα ανάπλασης.

ε. Ως φορέας ανάπλασης ορίζεται ο οικείος δήμος ή κοινότητα.

στ. Σε περίπτωση που δεν είναι φορέας ανάπλασης, εποπτεύει τη δραστηριότητα του φορέα ανάπλασης.

ζ. Τα ακίνητα της περιοχής ανάπλασης απαλλοτριώνονται υπέρ του οικείου Ο.Τ.Α.

η. Με απόφαση του οικείου δημοτικού ή κοινοτικού συμβουλίου πραγματοποιείται η ανταλλαγή παλαιών ακινήτων με νέα ακίνητα και προσδιορίζονται τα ακίνητα που περιέρχονται στο φορέα (Χριστοφιλόπουλος 2002: 318-321)

Επίσης έχει αρμοδιότητες όσον αφορά τον έλεγχο των καταστημάτων μέσω της Διεύθυνσης Αδειών Καταστημάτων και την Πολεοδομία. Ασκεί συνεχείς ελέγχους στην περιοχή, ελέγχει την εφαρμογή των όρων για τη χρήση τραπεζοκαθισμάτων, φροντίζει για την καθαριότητα και την αποκομιδή των σκουπιδιών, κ.ά. Στην άμεση ευθύνη του είναι η διαμόρφωση και οι χρήσεις στις πλατείες. Από το 2006, τέλος, ο Δήμος Αθηναίων επαναφέρει την ελεγχόμενη στάθμευση στο ιστορικό κέντρο και την περιοχή του Ψυρή.

3. Νομαρχία

Η Νομαρχία έχει αρμοδιότητες που αφορούν κυρίως τον υγειονομικό έλεγχο των καταστημάτων της περιοχής.

4. Αστυνομία

Η Αστυνομία έχει την ευθύνη της διαπίστωσης των παραβάσεων και της εφαρμογής των αποφάσεων των δικαστικών σωμάτων. Παράλληλα, είναι υπεύθυνη για την τήρηση της έννομης τάξης και την αντιμετώπιση της ηχορύπανσης, του παράνομου εμπορίου κ.λπ.

5. Ε.Α.Χ.Α

Η Ενοποίηση Αρχαιολογικών Χώρων Αθήνας Α.Ε. ιδρύθηκε τον Οκτώβριο του 1997 (ΦΕΚ 909/15.10.97) και είναι Ανώνυμη Εταιρεία με μοναδικό μέτοχο το

Δημόσιο (Υπουργεία Πολιτισμού και ΠΕΧΩΔΕ). Έδρα της Εταιρείας είναι ο Δήμος Αθηναίων και η διάρκειά της είναι δεκαετής. Σκοπός της Εταιρείας είναι η υλοποίηση του προγράμματος της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας όπως εξειδικεύεται με το συγκεκριμένο πρόγραμμα έργων και παρεμβάσεων. Για την επίτευξη των στόχων της η ΕΑΧΑ Α.Ε. μπορεί:

1. Να εκπονεί μελέτες που εξειδικεύουν ή συμπληρώνουν την υπάρχουσα προμελέτη για την ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων ή να αναθέτει την ολική ή μερική εκπόνηση τέτοιων μελετών.
2. Να παρακολουθεί και να διαχειρίζεται το πρόγραμμα ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων, όσον αφορά στα θέματα μελετών και εκτέλεσης έργων.
3. Να αναλαμβάνει την εκτέλεση και την επίβλεψη ή την ανάθεση σε τρίτους όλων των απαιτούμενων για την υλοποίηση του προγράμματος έργων.
4. Να εισηγείται όλες τις απαραίτητες ρυθμίσεις και εγκρίσεις (πολεοδομικές, κυκλοφοριακές κ.λπ.).
5. Να εκπονεί προδιαγραφές και προκηρύξεις εκδηλώσεως ενδιαφέροντος για τις προς ανάθεση μελέτες και να συντάσσει τεύχη δημοπράτησης έργων προς εκτέλεση στα πλαίσια του προγράμματος.

Σήμερα η ΕΑΧΑ Α.Ε. έχει –σε μεγάλο βαθμό– ολοκληρώσει το έργο της ως εταιρία σκοπού και αναμένεται η κατάργησή της.

ΣΤ. Διαβούλευση - Διαμαρτυρίες - Ψηφίσματα -Μελέτες

Μέχρι σήμερα, παρά το γεγονός ότι οι συμμετοχικές διαδικασίες σε αστικό επίπεδο είναι μάλλον υποτονικές στην Ελλάδα, οι διαμαρτυρίες είτε από συλλόγους της περιοχής, είτε από πολιτικούς, είτε απλά από συσπειρώσεις πολιτών για το μέλλον της περιοχής του Ψυρή είναι αρκετές. Η αποτελεσματικότητα των κινήσεων αυτών υπήρξε ωστόσο μάλλον περιορισμένη.

Στις 13 Νοεμβρίου του 1995 γίνεται για πρώτη φορά μία επίσημη ενημερωτική συγκέντρωση στην περιοχή όπου συμμετέχουν οι εκπρόσωποι του Υ.ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ. Μ. Πατελάκη και Μ. Κωσταντινίδου, ο εκπρόσωπος του Δήμου Αθηναίων Μ. Σκαλέας, οι εκπρόσωποι του Βιοτεχνικού Επιμελητηρίου Αθηνών Γ. Κανελλόπουλος και Δ. Ευφραιμίδης και εκπρόσωποι των τοπικών φορέων. Στη συνάντηση δεν συζητήθηκαν καν οι παρεμβάσεις που είχαν αρχίσει ήδη να υλοποιούνται και η συζήτηση αναλώθηκε στις παραλείψεις που είχαν γίνει μέχρι τότε (βλ. Καζέρος 1995, σ. 35-26). Από τότε δεν έχει πραγματοποιηθεί παρόμοια ανοιχτή εκδήλωση.

Από τότε έχουν υπάρξει μεμονωμένες διαμαρτυρίες και συναντήσεις, οι οποίες είχαν διαφορετικό χαρακτήρα. Άλλες είχαν καθαρά κλαδικό χαρακτήρα

(όταν αφορούσαν τις βιοτεχνίες ή το εμπόριο της περιοχής), άλλες έγιναν στο πλαίσιο καλλιτεχνικών πρωτοβουλιών (π.χ., ομάδα Αστικό Κενό) και άλλες αποτελούσαν πρωτοβουλίες κατοίκων για μεμονωμένα προβλήματα (π.χ., για την παρουσία λαθρομεταναστών στην πλατεία Κουμουνδούρου).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει η γραπτή ερώτηση στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή που κατέθεσε το 2003 ο ευρωβουλευτής του ΣΥΝ Μιχάλης Παπαγιαννάκης²² σχετικά με την «ανάπλαση» της περιοχής Ψυρή στην Αθήνα. Με την ερώτησή του ο Μιχάλης Παπαγιαννάκης θίγει το θέμα των διογκουμένων προβλημάτων της ιστορικής και γραφικής γειτονιάς της ελληνικής πρωτεύουσας, η οποία συνδύαζε, διατηρώντας μέχρι πρότινος το παραδοσιακό της χαρακτήρα, τη συμβίωση επαγγελματιών, εμπόρων, βιοτεχνών και μόνιμων κατοίκων. Ο ευρωβουλευτής του ΣΥΝ επισημαίνει στην ερώτησή του προς το αρμόδιο κοινοτικό όργανο ότι τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι κάτοικοι και επαγγελματίες της περιοχής έχουν οξυνθεί τα τελευταία χρόνια στο όνομα μιας άναρχης, θορυβώδους και κακώς νοούμενης «ανάπλασης» με συγχρηματοδότη οργανισμό, σε μεγάλο βαθμό, την Ευρωπαϊκή Ένωση (Β' ΚΠΣ - Πρόγραμμα ενοποίησης αρχαιολογικών χώρων, Ευρωπαϊκό πρόγραμμα περιβάλλοντος). Βάσει των ανωτέρω, ο Μιχάλης Παπαγιαννάκης ζήτησε να πληροφορηθεί από την Επιτροπή εάν, πριν χρηματοδοτήσει το όργανο τα σχετικά έργα, είχε λάβει γνώση των στόχων του οποιουδήποτε σχεδιασμού αυτής της ανάπλασης, εάν είχε δώσει την έγκρισή της και εάν έχει παρακολουθήσει την «εφαρμογή» τους²³.

Πιο πρόσφατη περίπτωση είναι η επιστολή διαμαρτυρίας που έστειλαν κάτοικοι και επιχειρηματίες της περιοχής που βρίσκεται κοντά στην οδό Σοφοκλέους και την πλατεία Θεάτρου. Συγκεκριμένα διαμαρτύρονται για τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν καθημερινά με τους ναρκομανείς και τους παράνομους πλανόδιους πωλητές που προκαλούν ρύπανση στην περιοχή. Σημαντικό στοιχείο είναι ότι η προσπάθεια αυτή έγινε με πρωτοβουλία πολιτιστικών επιχειρήσεων και αναφέρεται ρητά η προσδοκία δημιουργίας ισχυρού πόλου έλξης

²² Δεν ήταν δυνατή η επικοινωνία με τον κ. Παπαγιαννάκη για περαιτέρω διευκρινίσεις.

²³ «Η υποτιθέμενη ανάπλαση», παρατηρεί ο Μιχάλης Παπαγιαννάκης, «τείνει ολοένα και περισσότερο να εκτοπίσει παραδοσιακούς κατοίκους και επαγγελματίες και να παραδώσει το χώρο σε μια ανεξέλεγκτη ανάπτυξη νυκτερινών κέντρων που προκαλούν πολλαπλές οχλήσεις και ρυπάνσεις, διαλύοντας εντέλει τον αστικό και οικονομικό ιστό στο ίδιο το κέντρο της ελληνικής πρωτεύουσας». Σημειώνει ότι πολλαπλασιάζονται οι σχετικές διαμαρτυρίες και τα διαβήματα των άμεσα ενδιαφερομένων στις αρχές, χωρίς αποτέλεσμα παρά το γεγονός ότι αναγνωρίζεται γενικώς η ύπαρξη παρανομιών και υπερβάσεων. Κάτοικοι και επαγγελματίες της περιοχής έχουν, όπως αναφέρει, καταθέσει αναφορά στον πρόεδρο του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, και την Επιτροπή Αναφορών του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, ενώ έχουν προσφύγει με εκτενή καταγγελία και στην Επίτροπο περιβάλλοντος, καλώντας τα κοινοτικά όργανα να πράξουν τα δέοντα «προκειμένου να δώσουν τέλος στην τραγελαφική κατάσταση που έχει δημιουργηθεί στην περιοχή Ψυρή εξαιτίας αυτής της «ανάπλασης» τα τελευταία χρόνια».

πολιτιστικών και συναφών δραστηριοτήτων, π.χ. χώροι τέχνης, αρχιτεκτονικά γραφεία (σημ. η επιστολή παρατίθεται στο παράρτημα).

Η περιοχή του Ψυρρή, αν και ανήκει στο ιστορικό κέντρο και έχει μεγάλο ενδιαφέρον για τη σύγχρονη λειτουργία της Αθήνας, καθώς και τον διεθνή τουριστικό και πολιτιστικό ρόλο της και το επιχειρηματικό προφίλ της, δεν ακολουθεί αναπτυξιακές κατευθύνσεις ενός συγκεκριμένου master plan (οι αναφορές που γίνονται στο Ρ.Σ.Α. δεν συνιστούν σχέδιο δράσης, άλλωστε το σύνολο του Ρ.Σ.Α. επικαιροποιείται αυτή την περίοδο) ή μιας μελέτης. Δεν σημαίνει ότι δεν έχουν υπάρξει μελέτες για την περιοχή: ο Δήμος Αθηναίων σε μελέτη του για την περιοχή της οποίας την αρχική ευθύνη είχε Δ. Φιλιππίδης (Μελέτη Αναβάθμισης του Ψυρρή) πρότεινε ένα συγκεκριμένο αρχιτεκτονικό πλαίσιο λειτουργίας για τις βιοτεχνικές επιχειρήσεις της περιοχής με σκοπό την αποκατάσταση του παραδοσιακού χαρακτήρα της περιοχής. Αφού παραδόθηκε η πρώτη φάση, η ίδια μελέτη συνεχίστηκε από τον Δ. Σταματογιαννόπουλο και τον Λίνο Κυδωνιάτη αλλά παρά το γεγονός ότι τα παραδοτέα της κατέληγαν σε διαφορετικά συμπεράσματα συνεχίστηκε και παραδόθηκε κανονικά (Τζιρτζιλάκη 1995 :38).

Αναφορές στην περιοχή γίνονται σε πολλά ακόμη κείμενα προγραμματισμού ή κείμενα με θέμα το σχεδιασμό της πόλης για την Αθήνα (Οικονόμου κ.ά. 2001, Γετίμης και Καυκαλάς 2003, Ε.Μ.Π.-Υ.ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ 2004, Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε., ΥΠ.ΠΟ., Ε.Α.Χ.Α. 2004, Περιφέρεια Αττικής 2005). Δεν υπάρχει ωστόσο μία σύγχρονη μελέτη όπως συμβαίνει στην περίπτωση του Manchester ή του Τίλμπουργκ που να ορίζει τη λειτουργία της ως πόλο έλξης πολιτιστικών δραστηριοτήτων παρά το γεγονός ότι έχει αρχίσει να εμφανίζει τα χαρακτηριστικά αυτά τουλάχιστον μία δεκαετία. Η περιοχή έχει διερευνηθεί επίσης σε πλήθος πτυχιακών και μεταπτυχιακών εργασιών χωρίς ωστόσο να έχει προκύψει συγκεκριμένη πρόταση ή παρέμβαση. Συχνά, οι μελέτες διακρίνονται από μια αντίληψη εξωραϊσμού του χώρου και των κτιρίων «που βοηθούν την ευχάριστη οπτική περιπλάνηση στο χώρο και απευθύνεται σε νέους επενδυτές και κατοίκους» (Καζέρος 1995:35).

Z. Συλλογικότητες και ομάδες συμφερόντων

1. Φορείς και Σύλλογοι

- Σύλλογος Κατοίκων Επαγγελματοβιομηχάνων Ψυρρή

Το διάταγμα για τη μετεγκατάσταση ορισμένων δραστηριοτήτων από το Ψυρρή και η διαφαινόμενη μετατροπή της περιοχής σε περιοχή αναψυχής οδήγησε το 1995 στη δημιουργία του Συλλόγου Κατοίκων Επαγγελματοβιομηχάνων Ψυρρή

(ΣΚΕΨ)²⁴. Ο Σύλλογος παρεμβαίνει αρκετά συχνά σε τοπικά θέματα με σκοπό κυρίως την προστασία των συμφερόντων του κλάδου. Ο πρόεδρος του Συλλόγου Μ. Ποντίδας δραστηριοποιείται έντονα με διαμαρτυρίες και μηνύσεις με σκοπό το «ξεκαθάρισμα» της περιοχής από τα παράνομα νυχτερινά καταστήματα.

- Τοπικός Σύλλογος Καταστηματαρχών Η Παλιά Πόλη

Ο Σύλλογος εκπροσωπεί τους καταστηματαρχες της περιοχής και διαθέτει γραφεία στην οδό Αγίας Θέκλας. Πρόεδρος είναι η Τζένη Κοντοπάνου, ιδιοκτήτρια του μεζεδωπωλείου «Μεθυστάνες», η οποία δραστηριοποιείται τόσο σε θέματα που αφορούν τον κλάδο, όσο και σε θέματα ανάπλασης της περιοχής.

Το 2005 ο Σύλλογος διοργανώνει από κοινού με το σύλλογο Παναθήναια, το 1^ο Δημοτικό Διαμέρισμα του Δήμου Αθηναίων και το Σύλλογο «Χαμόγελο του Παιδιού» τις Αποκριές στο Ψυρή. Το event περιλαμβάνει παρέλαση της μπάντας του Δήμου Αθηναίων, ζογκλέρ, συναυλίες και κυνήγι θησαυρού (με έπαθλο ένα αυτοκίνητο – χορηγία γνωστής εταιρίας αυτοκινήτων). Κατά τη διάρκεια του Καρναβαλιού πωλούνται ειδικές κάρτες ενίσχυσης του Χαμόγελου του Παιδιού που προσφέρουν εκπώσεις ή δώρα στα καταστήματα της περιοχής. Ένα από τα πιο ενδιαφέροντα στοιχεία του event ήταν ότι απαγορεύτηκε η κυκλοφορία οχημάτων σε όλη την περιοχή (επιτρεπόταν μόνο στις περιμετρικές οδούς) δίνοντας έτσι μια διαφορετική εικόνα στους επισκέπτες.

- Ο Σύλλογος Κατοίκων «Παναθήναια»

Εδρεύει στην οδό Σαχτούρη 8-10, κοντά στην πλατεία Κουμουνδούρου και αποτελεί και ασχολείται κυρίως με θέματα των κατοίκων της πλατείας. Ο Πολιτιστικός Σύλλογος «Παναθήναια» δραστηριοποιείται από το 1997, αρχικά σαν Συντονιστική Επιτροπή Κατοίκων, στην ευρύτερη περιοχή της πλατείας Κουμουνδούρου, στου Ψυρρή, στο Μεταξουργείο και στον Κεραμεικό. Στόχο έχει την αναβάθμιση και την ανάδειξη της περιοχής και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής για όλους τους κατοίκους.

- Καλλιτεχνικές Ομάδες

Η "Ομάδα Αστικό Κενό" ιδρύθηκε παράλληλα με την ΣΚΕΨ έχοντας σα στόχο την εκπροσώπηση των κατοίκων και των καλλιτεχνών της περιοχής. Η Ομάδα είχε έντονη δράση στα τέλη της δεκαετίας του 1990 και στις αρχές του 2000, τα μέλη της συχνά έγιναν στόχοι απειλών και λειτούργησε συχνά και σαν εκπρόσωπος των κατοίκων. Άλλες καλλιτεχνικές ομάδες που συχνά

²⁴ Για λίγα χρόνια λειτούργησε και η «Ένωση Πολιτών για το Μέλλον του Ψυρή» με πρόεδρο τον Λεωτέρη Γρηγορίου, ο οποίος κατήγγειλε απειλές και ξυλοδαρμούς.

δραστηριοποιούνται στην περιοχή είναι η "Locus Athens", η οποία οργανώνει εικαστικά δρώμενα σε διάφορα σημεία της πόλης και πρόσφατα η ομάδα "reconstruction" που δραστηριοποιείται στην πόλη συνολικά. Τέλος, μεμονωμένα events οργανώνουν στην περιοχή καλλιτέχνες, συγκροτήματα, κ.λπ. Στις 14 και 15 Ιουλίου 2006 η ομάδα Outro και KRK σε συνεργασία με το Athens Video Arts Festival οργάνωσαν ένα πετυχημένο street event με τίτλο "Back to the Streets" στην οδό Ρήγα Παλαμήδη με προβολές βίντεο, παιχνίδια και dj sets. Κανένα από τα event δεν έχει αποκτήσει περιοδικότητα ή ευρύτερη δημοσιότητα, πολύ συχνά δε αφορούν ένα μεμονωμένο κοινό.

2. Ομάδες συμφερόντων

Για να κατανοηθεί καλύτερα ο ρόλος των συλλόγων και τα προβλήματα που οδήγησαν στην παύση της λειτουργίας του πρέπει να περιγραφεί ο ξεχωριστός χαρακτήρας κάθε ομάδας χρηστών της περιοχής. Οι χρήστες της περιοχής και η σχέση τους με τον ιδιαίτερο χαρακτήρα της περιοχής όπως προκύπτει από τα ερωτηματολόγια και τις επιτόπιες συνεντεύξεις:

1. Βιοτεχνίες και Καταστήματα Χονδρικής Πώλησης

Πρόκειται για επαγγελματίες και βιοτέχνες που είναι εγκατεστημένοι στην περιοχή του Ψυρή εδώ και πολλά χρόνια με δραστηριότητες που επεκτείνονται από την τυπογραφία, την κηροποιία μέχρι την πώληση κρέατος και δεν σχετίζονται με την πολιτιστική ταυτότητα της περιοχής. Όπως και στην περίπτωση του Μάντσεστερ η «εταιρική ταυτότητα» της περιοχής δεν δημιουργεί προστιθέμενη αξία για τις επιχειρήσεις τους, ενώ τα κύρια συλλογικά αιτήματά τους σχετίζονται με τις ρυθμίσεις κυκλοφορίας, τις θέσεις στάθμευσης, τον εκτοπισμό κ.λπ. Μέσα από τον ΣΚΕΨ ασκούν ιδιαίτερες πιέσεις και έχει δημιουργηθεί και μία σχετική αντιπαλότητα με τις επιχειρήσεις αναψυχής. Βέβαια δεν είναι λίγες οι επιχειρήσεις που ευνοήθηκαν από την ανάπτυξη της περιοχής και την αύξηση των επισκεπτών (π.χ., τα καταστήματα που φτιάχνουν τραπέζια και καρέκλες με τον παραδοσιακό τρόπο σύντομα βρήκαν πελατεία στις νέες ταβέρνες της περιοχής). Πολλές φορές δε οι ίδιοι οι βιοτέχνες ή τα παιδιά τους εκμεταλλεύτηκαν τους χώρους τους λειτουργώντας επιχειρήσεις αναψυχής.

Τα μικρότερα καταστήματα που βρίσκονται στην περιοχή αποτελούν ένα ξεχωριστό υποσύνολο στην περιοχή. Πρόκειται κυρίως για οικογενειακές επιχειρήσεις που έχουν συνδεθεί ιστορικά με την περιοχή. Τείνουν να θεωρούν την περιοχή εγκληματική, εγκαταλειμμένη και σε παρακμή, ασκούν συνεχή κριτική στην πολιτική του δήμου και βλέπουν με σκεπτικισμό τις οικιστικές και πολιτιστικές εξελίξεις της περιοχής. Γενικά, η πολιτιστική και οικιστική εξέλιξη της περιοχής

δεν τους ενδιαφέρει παρά μόνο στο πλαίσιο της προσέλκυσης αγοραστικού κοινού στην περιοχή. Από τις συνεντεύξεις προκύπτει ότι οι σχέσεις με τους πολιτιστικούς επιχειρηματίες χαρακτηρίζονται άλλοτε από εντάσεις (οι παλαιότερες επιχειρήσεις θεωρούν «ότι η περιοχή τους ανήκει δικαιωματικά») και άλλοτε από καλές σχέσεις συνεργασίας.

3. Νέα Καταστήματα

Τα νέα καταστήματα που ακολουθούν τις τάσεις της πολιτιστικής περιοχής (καταστήματα ρούχων, επίπλων, ιδιαίτερων κοσμημάτων, κόμικς, κ.ά.) δεν αποτελούν δυναμική ομάδα λόγω του μικρού μεγέθους τους (άλλωστε το προεδρικό διάταγμα απαγορεύει τα μεγάλα εμπορικά καταστήματα) και ταυτίζονται σε μεγάλο βαθμό με τις θέσεις των πολιτιστικών επιχειρήσεων. Ακολουθούν το «τουριστικό ωράριο» παραμένοντας ανοιχτά ως αργά εκμεταλλευόμενα την κίνηση της βραδυνής ζώνης. Η πελατεία τους εξαρτάται σημαντικά από την κίνηση στην περιοχή και απευθύνονται στο νεανικό κυρίως κοινό.

4. Παλιοί Κάτοικοι

Οι παλιοί κάτοικοι που έχουν μείνει είναι πλέον ελάχιστοι. Αντιλαμβάνονται την περιοχή ως μια ήσυχη γειτονιά και τους ανησυχεί η δυσμενής μετεξέλιξη της σε κέντρο αναψυχής, η εγκληματικότητα καθώς και η εγκατάσταση κοινωνικών υπηρεσιών για ναρκωμανείς. Δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τα θέματα ασφάλειας της περιοχής και τους ικανοποιούν τα έργα πεζοδρομήσεων, φωτισμού, αναπαλαιώσεων και διαμόρφωσης των δημόσιων χώρων. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι αναφέρονται συχνά συμφωνίες των κατοίκων με τα παράπλευρα καταστήματα αναψυχής (π.χ., αναλαμβάνουν δαπάνες της κατοικίας) προκειμένου να μην διαμαρτυρηθούν για τις πιθανές παράνομες δραστηριότητές τους.

5. Κοινωνικές υπηρεσίες και υπηρεσίες πρόνοιας

Οι κοινωνικές υπηρεσίες αποτελούν –όπως αντίστοιχα συμβαίνει και στις περιπτώσεις του εξωτερικού – θέμα προστριβών, παρά το γεγονός ότι η λειτουργία τους είναι συμβατή με το Π.Δ. Αυτές που στεγάζονται στην περιοχή είναι οι εξής:

- Δ' Μονάδα Θεραπευτικής Υποκατάστασης του ΟΚΑΝΑ (Ομάδες Θεραπείας κατά της Εξάρτησης από τα ναρκωτικά). Βρίσκεται στη Σοφοκλέους 48, δέχεται βαριά περιστατικά²⁵ και μεταφέρθηκε εκεί από τα Εξάρχεια πριν δύο χρόνια. Σύμφωνα

²⁵ Η Δ' Μονάδα Θεραπευτικής Υποκατάστασης του ΟΚΑΝΑ στην περιοχή της Αθήνας (Σοφοκλέους 48) είναι προσανατολισμένη στη συγκράτηση των ασθενών στο πρόγραμμα υποκατάστασης. Στη Μονάδα εντάσσονται άτομα που έχουν απομακρυνθεί από τις άλλες Θεραπευτικές Μονάδες Υποκατάστασης γιατί δεν ανταποκρίθηκαν στη θεραπεία (επανειλημμένες υποτροπές ή ασύμβατη συμπεριφορά), έτσι ώστε να συνεχιστούν οι προσπάθειες μείωσης της βλάβης και να αυξηθούν οι ευκαιρίες, για όσα άτομα παρουσιάζουν ικανοποιητική βελτίωση και το επιθυμούν, να επανενταχθούν σε μία από τις υπάρχουσες

και με εκπροσώπους του ίδιου του οργανισμού, η παρουσία τους πράγματι φέρνει προβλήματα στην περιοχή αφού δίπλα στο κτίριο γίνεται διακίνηση ουσιών.

- Ξενώνας για τους Άστεγους του Δήμου Αθηναίων στο ξενοδοχείο Κάπρι – Ψαρομηλίγκου 6.

- Κέντρο Υποδοχής και Σίτισης Αστέγων του Δήμου Αθηναίων, το οποίο λειτουργεί από τον Απρίλιο του 2005. Πρόκειται για ιδιόκτητο χώρο στην οδό Σοφοκλέους 70, που ανακαινίστηκε προκειμένου να χρησιμοποιηθεί σε πρώτη φάση για την μεσημεριανή και βραδινή σίτιση των αστέγων της πόλης μας. Το κτίριο διαθέτει ισόγειο, 1ο όροφο και μεγάλο προαύλιο χώρο, δίπλα ακριβώς από τα γραφεία της Διεύθυνσης Κοινωνικής Μέριμνας του Δήμου Αθηναίων.

Οι υπηρεσίες αυτές κατηγορούνται ότι έχουν φέρει στην περιοχή πολλούς ναρκομανείς και περιθωριακούς, ένα πρόβλημα το οποίο αναφέρουν οι περισσότεροι ερωτώμενοι στην έρευνα. Όπως συμβαίνει και στις υπόλοιπες περιπτώσεις του εξωτερικού, οι υπηρεσίες αυτές προκαλούν δυσαρέσκεια στους κατοίκους και τους επιχειρηματίες της περιοχής. Το πρόβλημα δεν αφορά συγκεκριμένα ένα τμήμα του Ψυρή, σε ορισμένους δρόμους ωστόσο (ειδικά όσο πλησιάζει κανείς την Ομόνοια) είναι πολύ πιο έντονο. Στους δρόμους γύρω από την Πλατεία Θεάτρου η συγκέντρωση των ναρκομανών και η παραβατική συμπεριφορά τους αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό πρόβλημα. Όπως ισχυρίζεται ο αρχιτέκτονας Κ. Λαμπρινόπουλος του ΚΛΜΦ «η καθημερινή παρουσία ναρκομανών στην είσοδο αποτελεί μεγάλο πρόβλημα για το γραφείο», ενώ η Αλίκη Καρυώτη της γκαλερί Χίρρας αναφέρει ότι «πολλές φορές δεν μπορούμε καν να περάσουμε τις σκάλες και αναγκάζομαστε να περνάμε κυριολεκτικά από πάνω τους... μέχρι τώρα δεν μας έχουν πειράξει, αλλά φοβόμαστε...».

6. Επιχειρήσεις Αναψυχής

Στην περιοχή λειτουργούν σήμερα περίπου 40 εστιατόρια (ταβέρνες, μεζεδοπωλεία, κ.ά.) και 35 καφέ, μπαρ και νυχτερινά κέντρα (ορισμένα καταστήματα αλλάζουν χρήση κατά τη διάρκεια της ημέρας). Δεν χαρακτηρίζονται από σύμπτωση στις απόψεις τους για την περιοχή. Σύμφωνα με την Αγάπη Παπαδοπεράκη, ιδιοκτήτρια της Ψύρρας, τα προβλήματά τους είναι πολλαπλά και προέρχονται άλλοτε από τον υπερβολικό ζήλο της Αστυνομίας και άλλοτε από «κακούς» συναδέλφους. Πιστεύει ότι η περιοχή δεν έχει κορεστεί και δεν θα έπρεπε να έχουν θεσμοθετηθεί τόσο αυστηροί όροι στις χρήσεις γης.

θεραπευτικές μονάδες, συνεχίζοντας τη θεραπεία τους. Στις περιπτώσεις που ο ασθενής δεν κάνει παράλληλη χρήση και δεν παρουσιάζει προβλήματα συμπεριφοράς, για διάστημα τουλάχιστον 3 μηνών, μπορεί να παραπεμφθεί για θεραπεία στην καταλληλότερη για τη συνέχιση της θεραπείας του θεραπευτική μονάδα (www.okana.gr).

Ο αριθμός τους μεταβάλλεται με γρήγορους ρυθμούς, υπολογίζονται όμως ότι είναι πάνω από 70 στο σύνολο που λειτουργούν σταθερά. Δεν μπορούν ωστόσο να θεωρηθούν ενιαία κατηγορία, αφού το καθένα λειτουργεί διαφορετικές ώρες και με εναλλασσόμενο κοινό. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του μπαρ Τάκη 13 το οποίο ήταν από τα πρώτα που άνοιξαν στα τέλη της δεκαετίας του 1990 και αποτέλεσε σημείο αναφοράς για τις πρώτες επέλεξαν (ο ιδιοκτήτης Φοίβος Μητρόπουλος, ο οποίος πέθανε πρόσφατα, δήλωνε σύμφωνα με τον Τάσο Μπαντή και την Έρση Δρίνη, απογοητευμένος από την εξέλιξη της περιοχής). Υπάρχουν και επιχειρήσεις που έχουν δώσει ένα νέο στίγμα στην περιοχή, όπως π.χ. το παγωτατζίδικο της οδού Τάκη, που κατάφερε να καταστήσει την περιοχή δημοφιλή για απογευματινή οικογενειακή έξοδο.

7. Πολιτιστικές Επιχειρήσεις

Η κατηγορία αυτή αποτελεί το κύριο αντικείμενο έρευνας της παρούσας διατριβής. Πρόκειται για ένα μεγάλο σε πληθυσμό τομέα επιχειρήσεων στην περιοχή (60 περίπου επιχειρήσεις) μετά τα καταστήματα λιανικής πώλησης και χαρακτηρίζεται από έντονη ανομοιογένεια. Ορισμένες πολιτιστικές επιχειρήσεις λειτουργούν σε χώρους όπου δεν είναι απαραίτητη η απευθείας πρόσβαση του κοινού (σχεδιαστές, εταιρίες ηχογραφήσεων, διαφημιστικές εταιρίες, εικαστικοί καλλιτέχνες, κ.λπ), ενώ άλλες απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό που τις αναζητά (γκαλερί, μόδα, κ.λπ.). Η ανομοιογένεια εμφανίζεται ακόμη και σε επιχειρήσεις του ίδιου τομέα.

- Θέατρα

Στον τομέα του θεάτρου για παράδειγμα, τα θέατρα ΗΒΗ, Αποθήκη και Εμπορικών στην οδό Σαρρή κινούνται στο χώρο του λεγόμενου εμπορικού θεάτρου. Αυτό απαιτεί μία εντελώς διαφορετική επιχειρηματική αντίληψη, αφού τα θέατρα αυτά διαχειρίζονται μεγάλους προϋπολογισμούς και οι παραστάσεις εμπεριέχουν μεγάλο εμπορικό ρίσκο. Σύμφωνα με το διευθυντή του ΗΒΗ, κ. Αντώνη Αντωνίου «αν κλείσουν τα μεγάλα θέατρα – δεν θεωρώ τα θέατρα των πενήντα θέσεων θεατρικές επιχειρήσεις – η περιοχή του Ψυρή και ιδιαίτερα η οδός Σαρρή θα αντιμετωπίσουν σημαντική κρίση». Πράγματι, τα θέατρα αυτά έχουν πληρότητα καθημερινά και λειτουργούν ευεργετικά για άλλες επιχειρήσεις, όχι μόνο στον τομέα της αναψυχής και της εστίασης. Χαρακτηριστική είναι η μαρτυρία της ιδιοκτήτριας του Gallery and Lab, το οποίο βρίσκεται στην οδό Σαχτούρη 1-3 στη γωνία με την οδό Σαρρή, ότι «πολλοί από τους θεατές του θεάτρου ΗΒΗ περιμένοντας στην ουρά για να βγάλουν εισιτήρια, βλέπουν την γκαλερί και

ανεβαίνουν για να περάσουν την ώρα τους μέχρι να ξεκινήσει η παράσταση, ορισμένοι δε αγοράζουν και έργα».

- Γκαλερί

Οι γκαλερί είναι ίσως περισσότερο ταυτισμένες με την πολιτιστική εικόνα του Ψυρή από τις άλλες πολιτιστικές επιχειρήσεις. Είναι και ο κλάδος που ταυτίζεται συχνότερα με την «πολιτιστική παρακμή» με το κλείσιμο ορισμένων γκαλερί και την απαισιοδοξία που εκφράζουν οι ιδιοκτήτες τους.

Συχνά ο ρόλος των γκαλερί παρεξηγείται αφού πολλοί πιστεύουν ότι έχουν εκπαιδευτικό ρόλο, όταν στην πραγματικότητα πρόκειται για επιχειρήσεις που προστατεύουν τα συμφέροντα των καλλιτεχνών που εκπροσωπούν. Επομένως, η εξασφάλιση φθηνότερου ενοικίου αποτελεί βασικό επιχειρηματικό στόχο. Οι ερωτώμενοι ιδιοκτήτες γκαλερί δεν έχουν τις ίδιες απόψεις όσον αφορά τους στόχους τους, αφού άλλοι ενδιαφέρονται να προσελκύσουν ευρύτερο κοινό και άλλοι όχι. Ορισμένοι παραδέχονται ότι ο χώρος και η νοοτροπία των γκαλερί ενδεχομένως να λειτουργεί αποτρεπτικά για να την επισκεφτούν άτομα που δεν ανήκουν στους φιλότεχνους. Όπως λέει η επιμελήτρια και ιστορικός τέχνης Νάντια Αργυροπούλου «το Ψυρή δεν είναι πια χώρος αναφοράς. Η ιστορία ότι οι γειτονιές καθορίζουν το στυλ, δεν ισχύει.... Τη νομαδικότητα που χαρακτηρίζει τις γκαλερί, όπως και σε άλλες χώρες, μπορεί να τη δει κανείς και στην Αθήνα, άρα θα ξαναμοιραστεί η τράπουλα». Το Μεταξουργείο και το Γκάζι πράγματι τείνουν να γίνουν υποδοχείς καλλιτεχνικών δραστηριοτήτων, και δύο ιδιοκτήτριες γκαλερί, η Λωραΐνη Αλιμπράντη της Gazon Rouge και η Δήμητρα Βάμιαλη της Vamiali's που έχουν μετακινηθεί στο Μεταξουργείο επιβεβαιώνουν τη θέση αυτή λόγω κορεσμού του Ψυρή (βλ. συνέντευξη στην Athens Voice, Βαϊμάκη και Πειλίδου 2006, σελ. 19). Πάντως δεν είναι λίγοι αυτοί που εκφράζουν την απαισιοδοξία τους για το Ψυρή ως γειτονιά «εικαστικού περιπάτου».

- Γραφεία Design

Τα γραφεία design μπορούν να αποτελέσουν μία ξεχωριστή κατηγορία με κοινό χαρακτηριστικό το σχετικά μικρό τους μέγεθος και το γεγονός ότι είναι οι πιο πρόσφατες πολιτιστικές επιχειρήσεις στην περιοχή (όλες εγκαταστάθηκαν στην περιοχή μετά το 2000). Χαρακτηρίζονται από μεγάλη κινητικότητα και είναι και η ομάδα που πρόσφατα οργάνωσε ένα από τα πιο πρωτοποριακά πολιτιστικά γεγονότα, το designwalk, όπου τα γραφεία της περιοχής άνοιξαν για τρεις ημέρες τις πόρτες τους στο κοινό ανοίγοντας παράλληλα μία συζήτηση για το μέλλον της περιοχής. Είχε μεγάλη επισκεψιμότητα και εκτεταμένη κάλυψη από τον Τύπο, με την περιοχή του Ψυρή να χαρακτηρίζεται «περιοχή των δημιουργικών ομάδων».

- Λοιπές

Εκτός από τις τρεις αυτές διακριτές ομάδες λειτουργούν στην περιοχή πολιτιστικές επιχειρήσεις που δεν μπορούν να κατηγοριοποιηθούν. Μεταξύ άλλων ασχολούνται με την καλλιτεχνική εκπαίδευση, τη μόδα, την αρχιτεκτονική, την εικονογράφηση, κ.ά. Στην ομάδα αυτή δεν υπάρχουν κοινές αντιλήψεις ή στοιχεία. Οι σχεδιαστές μόδας αποτελούν μία ιδιαίτερη υποκατηγορία. Όπως λέει χαρακτηριστικά η Β. Κόνσολα, πρόκειται για πολύ μικρούς παραγωγούς με τεράστιο υπερκέρδος αφού τιμολογούνται πολύ ακριβά οι δημιουργίες τους. Εξαρτώνται αρκετά από πρώτες ύλες και από την προβολή, ενώ είναι η μοναδική υποκατηγορία που ευνοείται από τη συνύπαρξη με ορισμένες από τις βιοτεχνίες.

8. Νέοι Κάτοικοι

Οι νέοι κάτοικοι οι οποίοι έχουν αρχίσει να μετακομίζουν τα τελευταία χρόνια στην περιοχή δεν συνιστούν μια ομοιογενή ομάδα, αλλά γενικά οι ενδείξεις²⁶ καταδεικνύουν ότι θεωρούν ιδανική τη ζωή στο κέντρο της πόλης και τις ευκαιρίες αναψυχής και πολιτιστικής δραστηριότητας που τους δίνει. Πρόκειται κυρίως για νέα ζευγάρια ή μεμονωμένα άτομα χωρίς παιδιά. Η απόφαση τους για κατοικία στο Ψυρή πραγματοποιήθηκε γνωρίζοντας ότι η περιοχή αντιμετωπίζει προβλήματα. Χαρακτηριστική είναι η δήλωση του Διονύση Λιβάνη ότι «το να διαμαρτύρεσαι για το θόρυβο στο Ψυρή, είναι σαν να μετακομίζεις δίπλα σε αεροδρόμιο και μετά να γκρινιάζεις για το θόρυβο που κάνουν τα αεροπλάνα».

Αν και οι απόψεις τους διαφέρουν, οι νέοι κάτοικοι ενδιαφέρονται για το μέλλον της περιοχής και πιστεύουν ότι πρέπει να διατηρηθεί ο παραδοσιακός χαρακτήρας. Όπως και στο Μάντσεστερ, η ανοχή στα κοινωνικά προβλήματα της περιοχής μέσα στην ομάδα αυτή είναι μεγαλύτερη, χωρίς να έχουν προσδιοριστεί όρια τα οποία εάν ξεπεραστούν θα δημιουργήσουν αντιδράσεις. Οι ναρκομανείς και η εγκληματικότητα αποτελούν και για αυτούς πολύ σημαντικό πρόβλημα, όπως άλλωστε και πολλά καθημερινά θέματα που παραμένουν άλυτα (κυκλοφορία, στάθμευση, καθαριότητα).

3. Προβλήματα

1. Χρήσεις γης και αδειοδότηση καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος

²⁶ Παρά το ιδιαίτερο κοινωνιολογικό και οικονομικό ενδιαφέρον που παρουσιάζει η ομάδα αυτή δεν έχει πραγματοποιηθεί σχετική έρευνα.

Ο ανεπαρκής καθορισμός των χρήσεων γης και η πολυδιάσπαση των αρμοδιοτήτων αδειοδότησης και ελέγχου των κέντρων διασκέδασης ανάμεσα σε τρία υπουργεία, τις νομαρχίες, τους δήμους, την αστυνομία και την πυροσβεστική, αποτελούν τα σημαντικότερα προβλήματα για την ανάπτυξη και εύρυθμη λειτουργία περιοχών του κέντρου όπως είναι και του Ψυρή. Εάν δεν ανασταλεί για ένα χρόνο η χορήγηση αδειών ωστόσο να εκδοθεί προεδρικό διάταγμα που να καθορίζει λεπτομερώς τις χρήσεις γης, η κατάσταση θα διαιωνίζεται. Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι το 70% των ερωτώμενων βρίσκει ότι τα μπαρ και τα εστιατόρια αποτελούν μέτριο ή αρνητικό παράγοντα ως προς την επίδραση που έχουν στις επιχειρήσεις τους. Όπως είπε ο Τάσος Μπαντής, «αποφεύγω να περπατάω από το σπίτι μου στο Θησείο προς το θέατρο Εμπρός μέσα από του Ψυρή, δεν μπορώ να περνάω πάνω από τραπεζοκαθίσματα, προτιμώ να κάνω κύκλο...».

Ένα σημαντικό πρόβλημα, επίσης, θεωρείται η πληθώρα κατηγοριών καταστημάτων, γιατί πίσω από αυτές κρύβονται «παραθυράκια» για παρατυπίες. Σύμφωνα με την αντιδήμαρχο Αθηναίων κ. Βαλσαμάκη, οι τιμοκατάλογοι ενός "παραδοσιακού καφενείου" και ενός μπαρ προσφέρουν περίπου τα ίδια. Επειδή, λοιπόν, σε ένα παραδοσιακό καφενείο δεν επιτρέπεται μεγάλη ηχητική εγκατάσταση, βάζουν γιγαντοθόνες και παίζουν... μουσικά βίντεο. Αυτή η περίπτωση μπορεί να αθωωθεί στο δικαστήριο, «παίζοντας» με την ορολογία».

Εκτός από τη διαδικασία αδειοδότησης των καταστημάτων και η ίδια η διαδικασία ελέγχου κατά κοινή ομολογία πάσχει. Σύμφωνα με τον προϊστάμενο του τμήματος υγειονομικού ελέγχου της νομαρχίας Αθηνών, κ. Παν. Παπαδόπουλο η υπηρεσία έχει 19 επόπτες υγείας για να διεξάγουν ελέγχους σε ολόκληρο το Δήμο Αθηναίων και ακόμα δέκα γειτονικούς δήμους. Επιπλέον οι βραδινοί έλεγχοι (μετά τις 10 μ.μ.) δεν είναι κατοχυρωμένοι από την υπηρεσία και βασίζονται στη φιλοτιμία του προσωπικού. Τέλος, η ίδια η νομοθεσία είναι ανελαστική και πρέπει να εκσυγχρονίζεται τακτικά. Για τον κ. Παπαδόπουλο, το σημαντικότερο πρόβλημα είναι η αδυναμία επιβολής των αποφάσεων, εξαιτίας «παραθύρων» του νόμου. «Ένα κατάστημα, που σφραγίστηκε επειδή είναι ακατάλληλο μπορεί να συνεχίσει να λειτουργεί επί 5 ή 6 χρόνια, με αναστολές της απόφασης» (βλ. Καθημερινή, 4-12-2004).

Χαρακτηριστική των μεθόδων που μηχανεύονται οι υποψήφιοι ιδιοκτήτες νυκτερινών κέντρων, προκειμένου να παρακάμψουν τη νομοθεσία είναι η περίπτωση μουσικού μεζεδοπωλείου στο κέντρο του Ψυρή. Δεδομένης της δυσκολίας απόκτησης άδειας στο συγκεκριμένο σημείο του Ψυρή, η διεύθυνση προσέγγισε το δήμο Αθηναίων ως πολιτιστικός φορέας που θα λειτουργούσε κυλικείο. Το κατάστημα λειτούργησε χωρίς άδεια ως μεζεδοπωλείο με ζωντανή

μουσική. Τα τελευταία τέσσερα χρόνια το κατάστημα συνέλεξε 180 μηνύσεις από το οικείο Α. Τ. Ακροπόλεως, ενώ σφραγίστηκε τουλάχιστον 15 φορές από το δήμο συνεχίζοντας όμως να λειτουργεί κανονικά, με προσωρινές διαταγές αναστολής. Παρ' όλα αυτά, η αίτηση εγκρίθηκε από το ΥΠΕΧΩΔΕ «για κοινωνικούς λόγους» (!), ωστόσο ο δήμος την απέρριψε για πολλοστή φορά, με το σκεπτικό ότι το κατάστημα δεν λειτουργεί (όπως προέκυψε από ελέγχους) ως παραδοσιακό καφενείο, αλλά ως τυπικό κέντρο διασκέδασης της περιοχής. Η μεν υπόθεση εξακολουθεί να εκκρεμεί και το δε κατάστημα να λειτουργεί... Ενδεικτικό είναι επίσης το γεγονός ότι αν και στα νυχτερινά κέντρα αλλάζουν συνεχώς τα ονόματα που εμφανίζονται ως ιδιοκτήτες για νομικούς λόγους, είναι γνωστό ότι η πλειοψηφία τους ανήκει σε συγκεκριμένους επιχειρηματίες.

2. Αξιοποίηση Ολυμπιακών Αγώνων

Το σημαντικότερο σημείο καμπής για την περιοχή τα τελευταία χρόνια υπήρξε το 2004 όταν ξεκίνησε η λειτουργία του σταθμού μετρό και πραγματοποιήθηκαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες στην Αθήνα. Η λειτουργία του σταθμού μετρό στο Μοναστηράκι με την μία έξοδο του να οδηγεί απευθείας στη περιοχή του Ψυρή βελτίωσε σε μεγάλο βαθμό τη δυνατότητα πρόσβασης η οποία μέχρι τότε ήταν αρκετά προβληματική. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες έφεραν πολύ κόσμο στις περιοχές του Ιστορικού Κέντρου της Αθήνας (κάτι που δεν ίσχυσε για κεντρικές περιοχές με υποδομές διασκέδασης και πολιτισμού όπως είναι το Κολωνάκι και τα Εξάρχεια) και η περιοχή του Ψυρή δέχθηκε μεγάλο αριθμό επισκεπτών. Ουσιαστικά ήταν η πρώτη φορά που ξένοι τουρίστες επισκέπτονταν μαζικά την περιοχή, η οποία αρχίζει πλέον να μπαίνει στο πρόγραμμα των τουριστών. Ωστόσο χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι σε αρκετές περιπτώσεις η μαζικότητα του Ψυρή αποθάρρυνε την λειτουργία περιπτέρων ή VIP rooms (χαρακτηριστική είναι η περίπτωση πολυεθνικής εταιρίας που αν και επέλεξε το κτίριο της Επιστροφής για αυτό το σκοπό τελικά θεώρησε ότι η περιοχή δεν ανταποκρίνεται στους πελάτες). Κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων πολλές αίθουσες επιδοτήθηκαν από τον Οργανισμό Ολυμπιακών Αγώνων 2004 μέσω του συλλόγου τους να παραμείνουν ανοιχτές, ωστόσο όσοι επέλεξαν να το κάνουν αναφέρουν ότι μετάνιωσαν, αφού η κίνηση και το ενδιαφέρον ήταν μηδαμινό.

Σε πολλές συνεντεύξεις της παρούσας διατριβής, οι Ολυμπιακοί Αγώνες αναφέρονται ως «μεγάλη χαμένη ευκαιρία» και «τελειωτική καταστροφή» αφού τα αναμενόμενα κέρδη έφεραν μία πρωτοφανή έλευση νυχτερινών μαγαζιών στην περιοχή, η – συχνά παράνομη – παρουσία των οποίων ακύρωσε οποιαδήποτε ελπίδα ή προσπάθεια για την καθιέρωση της περιοχής για τις πολιτιστικές χρήσεις της.

Οι γκαλερί που παρέμειναν ανοιχτές με υποστήριξη της Οργανωτικής Επιτροπής δεν είχαν επισκεψιμότητα ενώ και οι πολιτιστικές παρεμβάσεις στο χώρο δεν κατάφεραν να καταδείξουν τον ιδιαίτερο χαρακτήρα της περιοχής. Η μεγάλη επισκεψιμότητα ωστόσο «έβαλε στον τουριστικό χάρτη» την περιοχή του Ψυρή και συντέλεσε στην ακόμα ευρύτερη αναγνωρισιμότητα της, τουλάχιστον στον ελληνικό χώρο. Τέλος, οι Ολυμπιακοί Αγώνες ακύρωσαν τις ελπίδες που υπήρχαν για το «συμμάζεμα» των νυχτερινών κέντρων. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός, σύμφωνα με την κ. Βαλσαμάκη, αντιδήμαρχο Αθηναίων, ότι σε μία μέρα τις παραμονές των Ολυμπιακών Αγώνων, κατατέθηκαν περισσότερες από πενήντα αιτήσεις. Οι αρχιτέκτονες Ελένη Τζιρτζιλάκη και Νίκος Καζέρος επίσης επισήμαναν το γεγονός ότι στην περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων υπήρξε μεγάλη ζήτηση για χώρους αναψυχής και «κάθε τρύπα πλέον φιλοξενούσε μπαρ και μεζεδοπωλεία, τα οποία κερδοσκοπήσαν όσο μπορούσαν». Πολλά από αυτά έκλεισαν λίγο μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες.

3. OKANA

Στην οδό Σοφοκλέους 48 λειτουργεί η Δ' Θεραπευτική Μονάδα Υποκατάστασης του Οργανισμού Κατά των Ναρκωτικών (Ο.ΚΑ.ΝΑ). Ο ίδιος ο οργανισμός αντιμετωπίζει σημαντικά προβλήματα όσον αφορά το διοικητικό σχήμα του (αυτή τη στιγμή ο οργανισμός δεν έχει πρόεδρο, αφού δεν έχει αντικατασταθεί) και σύμφωνα με την υπεύθυνη ο όγκος της δουλειάς γιγαντιώθηκε τα τελευταία χρόνια με αποτέλεσμα να μην μπορούν να ανταπεξέλθουν στις αυξανόμενες ανάγκες κάτι που δεν επέτρεψε και τον σωστό σχεδιασμό όσον αφορά τη χωροθέτηση.

Το πρόβλημα των χρηστών ναρκωτικών δεν αποτελεί πρόβλημα μόνο για την περιοχή του Ψυρή, αλλά για την ευρύτερη περιοχή της Ομόνοιας (ακόμη και στην ίδια την πλατεία Ομόνοιας το πρόβλημα είναι πολύ μεγάλο). Η αστυνομία επιβεβαιώνει τα παράπονα των ερωτώμενων αφού, όπως αναφέρει η εφημερίδα Καθημερινή, ανώτατοι αξιωματικοί της αστυνομίας και η κα Κατσαμπέ, δημοτική σύμβουλος Αθηναίων, αναφέρουν ότι πράγματι η πώληση ναρκωτικών γίνεται σε σημεία κοντά στα γραφεία του OKANA. «Μόλις ο OKANA μεταφέρθηκε από την οδό Ερεσού στη Σοφοκλέους, το πρόβλημα από τα Εξάρχεια μεταφέρθηκε στην περιοχή του Ψυρή. Το πρόβλημα είναι ότι πολλοί από τους ουσιοεξαρτημένους εμφανίζουν πολυτοξικομανία. Παίρνουν υποκατάστατα και στη συνέχεια απέξω κάνουν χρήση ηρωίνης». Οι επιχειρηματίες και οι κάτοικοι επισημαίνουν το πρόβλημα στην επιστολή τους προς τον Υπουργό Δημόσιας Τάξης (βλ. παράρτημα) και πολλοί από αυτούς υποστηρίζουν ότι το πρόβλημα έχει πάρει μεγάλες διαστάσεις. «Ζητούν λεφτά συνέχεια, συγκρούονται μεταξύ τους και μας κάνουν

να φοβόμαστε να γυρίσουμε αργά το βράδυ στη δουλειά μας ή στο σπίτι μας» λέει η φωτογράφος Ιωάννα Κωστίκα (Warda).

Πάντως το καθεστώς χρήσεων γης δεν εμποδίζει τη συγκεκριμένη λειτουργία αφού επιτρέπονται σε περιοχές γενικής κατοικίας οι χρήσεις κοινωνικής πρόνοιας, όπου περιλαμβάνεται και η περίπτωση του OKANA. Η κ. Παρασκευοπούλου (ΥΠΕΧΩΔΕ) πιστεύει ότι είναι καλύτερα οι υπηρεσίες αυτές να βρίσκονται σε κεντρικές περιοχές γραφείων και εμπορικών χρήσεων.

4. Εποχικότητα της περιοχής

Όπως αναφέρθηκε και στο κεφάλαιο 5, ένα από τα σημαντικά προβλήματα των πολιτιστικών περιοχών μπορεί να είναι η εποχικότητα στην πολιτιστική δραστηριότητα και την επισκεψιμότητα της περιοχής. Το πρόβλημα αυτό είναι ιδιαίτερα εμφανές στην περιοχή του Ψυρρή, σύμφωνα και με τα στοιχεία του *psirri on line*. Τον Ιούλιο και τον Αύγουστο όλες οι πολιτιστικές δραστηριότητες σταματούν και τα περισσότερα καταστήματα κλείνουν, όταν παραδόξως η ίδια εποχή είναι η υψηλή τουριστική σεζόν για την Αθήνα.

Πρόβλημα αποτελεί και η μη ισορροπημένη λειτουργία της περιοχής κατά τη διάρκεια του 24ωρου. Η δημοσκόπηση που πραγματοποιήθηκε στους επισκέπτες της ιστοσελίδας www.psirrionline.gr αποτελεί ένδειξη²⁷ για την επισκεψιμότητα της περιοχής τις διαφορετικές ώρες της ημέρας. Σε 1244 άτομα, η πλειοψηφία (77%) προτιμά να επισκεφθεί την περιοχή τις βραδυνές ή νυχτερινές ώρες, το 17% το μεσημέρι και μόλις το 7% το πρωί (Πηγή: *psirri on line*).

5. Πεζοδρόμηση – Πάρκινγκ – Δημόσιος Χώρος – Κτίρια – Αγορά Ακινήτων

Τα θέματα που σχετίζονται με τις περιβαλλοντικές παρεμβάσεις συνεχίζουν να απασχολούν τους κατοίκους και τους επιχειρηματίες της περιοχής. Τα προβλήματα εντοπίζονται σε άστοχες παρεμβάσεις (Βαρβάκειος Πλατεία, Πλατεία Μοναστηρακίου), σε προβλήματα στάθμευσης (π.χ. στην Κουμουνδούρου και στην οδό Αθηνάς), εγκαταλειμμένες κατοικίες, κ.ά. Ειδικά τα εγκαταλειμμένα κτίρια που ανήκουν στο δημόσιο τομέα συνεχίζουν να προκαλούν τριβές όσον αφορά την επανάχρησή τους.

²⁷ Οι δημοσκοπήσεις στο διαδίκτυο συνήθως δεν είναι αντιπροσωπευτικές, αφού η πλειοψηφία των ατόμων που το χρησιμοποιούν τείνουν να έχουν συγκεκριμένα κοινωνικά χαρακτηριστικά (π.χ., μικρή ηλικία, υψηλό μορφωτικό επίπεδο).

4. Έρευνα πεδίου στη περιοχή του Ψυρή

A. Στοιχεία Έρευνας

Η επιτόπια έρευνα διεξήχθη με τη χρήση ερωτηματολογίου το οποίο συμπληρωνόταν κατά τη διάρκεια συνέντευξης. Το δείγμα αποτελούν οι επιχειρήσεις, οργανισμοί και επαγγελματίες με κύριο αντικείμενο την πολιτιστική δραστηριότητα που δραστηριοποιούνται στην περιοχή του Ψυρή. Η έρευνα για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις της περιοχής του Ψυρή πραγματοποιήθηκε στο διάστημα 13-2- 2006 ως 8-5-2006 σε 58 πολιτιστικές επιχειρήσεις (εκ των οποίων δέχθηκαν να απαντήσουν οι 53). Χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της προσωπικής συνέντευξης του επιχειρηματία ή εκπροσώπου στο χώρο της επιχείρησης με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου 38 πληροφοριακών πεδίων. Σε ορισμένες περιπτώσεις η συνέντευξη έγινε με το σύνολο των εργαζομένων της επιχείρησης ή με παραπάνω από έναν συνιδιοκτήτες. Οι περισσότερες ερωτήσεις είναι κλειστές ερωτήσεις με πολλαπλές επιλογές. Υπήρξαν επίσης τέσσερις ανοιχτές ερωτήσεις και δύο ερωτήσεις-φίλτρο.

Το δείγμα αφορούσε το σύνολο του πληθυσμού των επιχειρήσεων και των οργανισμών που έχουν σαν κύρια δραστηριότητα τον πολιτισμό (δεν περιλαμβάνονται στο δείγμα επιχειρήσεις αναψυχής όπως ταβέρνες, μπαρ, κ.λπ. που ενδεχομένως να έχουν σαν δευτερεύουσα δραστηριότητα την πολιτιστική δραστηριότητα) και λειτουργούν στην ευρύτερη περιοχή του Ψυρή. Ο διαχωρισμός των χώρων σε χώρους πολιτιστικής δραστηριότητας και χώρους αναψυχής δεν γίνεται με βάση αξιολογικά κριτήρια και όρους ποιότητας αλλά με βάση την ανάγκη λειτουργικότητας σε μια διαδικασία καταγραφής. Για παράδειγμα, στην κατηγορία των "Χώρων Αναψυχής" οι λειτουργίες εστίασης, συχνά, συνοδεύονται και από καλλιτεχνικό πρόγραμμα, αν και τα τελευταία χρόνια οι χρήσεις είναι μικτές και τα όρια γίνονται περισσότερο δυσδιάκριτα. Για παράδειγμα, στην πρώτη κατηγορία θα ήταν δύσκολο να ενταχθεί η κινηματογραφική αίθουσα ενός multiplex, ενώ στη δεύτερη θα ήταν δύσκολη η ένταξη ενός μπαρ με ζωντανή μουσική. Ένας άλλος διαχωρισμός που ακολουθήθηκε σε έρευνα γεωγραφικής κατανομής των πολιτιστικών χώρων στην Αθήνα, περιελάμβανε δύο κατηγορίες, τους "καλλιτεχνικούς" και τους "εκπαιδευτικούς χώρους". Μάλιστα, στους "εκπαιδευτικούς" χώρους συμπεριλάμβανε τα "μουσεία", τις "βιβλιοθήκες", τους "αρχαιολογικούς" και τους "εικαστικούς" χώρους, τους τελευταίους "με βάση τη λογική ότι είναι εκθεσιακοί και σχετίζονται περισσότερο με τα μουσεία και τις συλλογές", (βλ. Δέφνερ 1992: 412-416). Η αναζήτηση των επιχειρήσεων έγινε μέσω επιχειρηματικών οδηγιών, της ιστοσελίδας psiri on -line και επιτόπιας έρευνας. Αναζητήθηκαν οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί που λειτουργούσαν στο

συγκεκριμένο χρονικό διάστημα ή είχαν κλείσει πρόσφατα (σε αυτήν την περίπτωση εμπíμπουν μόνο δύο περιπτώσεις, οι γκαλερί Els Hannare και Ρεβέκκα Καμχή) και οι συνεντεύξεις έγιναν με τους διευθυντές ή τους εκπροσώπους.

Υπολογίζεται ότι ο πραγματικός αριθμός σε σχέση με τι δείγμα είναι ελάχιστα μεγαλύτερος με δεδομένο ότι ορισμένες –ατομικές κυρίως- επιχειρήσεις δεν παρουσιάζονται σε κάποιο οδηγό και έτσι είναι πιθανό να μην περιλήφθηκαν. Οι περιπτώσεις αυτές σε καμία περίπτωση δεν ξεπερνούν το 1/5 του δείγματος επομένως το δείγμα θεωρείται αντιπροσωπευτικό και για τις δικές τους περιπτώσεις. Τέλος στο συνολικό δείγμα (58 πολιτιστικές επιχειρήσεις) περιλαμβάνονται πέντε περιπτώσεις όπου οι υπεύθυνοι δεν ήθελαν να συμμετάσχουν στην έρευνα.

Στα συμπεράσματα της έρευνας χρησιμοποιούνται ποιοτικά στοιχεία και απαντήσεις που προέκυψαν από τις συνεντεύξεις και συζητήσεις, ενώ παρουσιάζονται σχόλια και απόψεις θεσμικών παραγόντων και επιχειρηματιών που δεν ανήκουν στο δείγμα, αλλά θεωρήθηκε ότι η άποψή τους έχει σημασία. Συγκεκριμένα οι περιπτώσεις αυτές είναι:

Τζένη Κοντοπάνου (Παλιά Πόλη)
Αγάπη Παπαδοπεράκη (Ψύρρα)
Γιάννης Γούναρης (βιοτέχνης)
Άννα Παρασκευοπούλου ΥΠΕΧΩΔΕ (Γραφείο Πλάκας)
Εκδότης «Στου Ψυρρή»
Υπάλληλοι OKANA
Τουλούμης Αντώνης (Ναοδομία), Μπαλλής Νίκος (επιβλ. Μηχανικός Κακουργιδικείου)
Ιδιοκτήτης Epidemic (Πέτρος)
Ε. Μαυρίκου (υπεύθυνη ΑΚΤΟ)
Βάσω Κυριάκη (εικαστικός)
Παρκαδόρος, Καταστηματάρχης Κουμουνδούρου,
Μυρτιά Νικολακοπούλου (ιδιοκτήτρια Q-Box – άνοιξε μετά την ολοκλήρωση της έρευνας)

Επιπλέον χρησιμοποιήθηκαν άρθρα και αφιερώματα από περιοδικά και εφημερίδες που αναφέρονται στην περιοχή του Ψυρρή. Τέλος, χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία από εργασίες του μαθήματος του μεταπτυχιακού προγράμματος του Τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης στο μάθημα Πολιτιστική Αποκέντρωση, καθώς και πληροφορίες που παρείχε η κ. Άρτεμις Σκουμπουρδή, Ξεναγός.

- Τεχνικά προβλήματα

Ένα από τα προβλήματα που προκύπτει από την επεξεργασία του ερωτηματολογίου είναι η σχετική δυσκολία να προσδιοριστούν οι πραγματικοί λόγοι που σκοπεύουν να φύγουν (ή έφυγαν) ορισμένοι επιχειρηματίες από την περιοχή. Η «αντίδραση για λόγους γοήτρου» είναι ένα συνηθισμένο πρόβλημα στις απαντήσεις ενός ερωτηματολογίου¹ και στην περίπτωση των επιχειρηματιών είναι δύσκολο να παραδεχτεί κανείς τους πραγματικούς λόγους μετακόμισης ή πρόθεσης μετακόμισης. Σε πολλές περιπτώσεις μπορεί να έχουν προηγηθεί λανθασμένες επιχειρηματικές επιλογές ή να έχει παίξει ρόλο η γενικότερη κρίση στον τομέα. Το ερωτηματολόγιο προσφέρει την ευκαιρία στους ερωτώμενους να αποφύγουν σχετικές απαντήσεις αποδίδοντας τα παραπάνω στην παρακμή της περιοχής.

Ένα δεύτερο πρόβλημα προκύπτει στην ανεύρεση των πολιτιστικών επιχειρήσεων της περιοχής. Οι περισσότερες επιχειρήσεις είτε έχουν ιστοσελίδα είτε έχουν ενταχθεί στην βάση του psirri on line ή και σε κάποια άλλη βάση επιχειρήσεων. Η αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος είναι ικανή για να θεωρηθούν τα συμπεράσματα σημαντικά, ενώ μόλις πέντε από το συνολικό καταγεγραμμένο δείγμα αρνήθηκαν ή δεν κατέστη δυνατό να συμμετέχουν. Είναι πιθανόν ωστόσο να μην έχουν εντοπιστεί επαγγελματίες που χρησιμοποιούν το Ψυρή σαν έδρα επιχείρησης ή μεμονωμένοι καλλιτέχνες που διαμένουν στην περιοχή και ασκούν επιχειρηματική δράση. Ο αριθμός τους ωστόσο κρίνεται ότι δεν θα μπορούσε να αλλάξει τα αποτελέσματα της έρευνας.

B. Αποτελέσματα Έρευνας Πεδίου (Ποιοτική Επεξεργασία)

Εκτός από τη στατιστική επεξεργασία των κλειστών ερωτήσεων του ερωτηματολογίου, οι συνεντεύξεις με τους διευθυντές/ιδιοκτήτες των πολιτιστικών επιχειρήσεων και οργανισμών περιλάμβανε την ανοιχτή συζήτηση σχετικά με θέματα που αφορούν την περιοχή του Ψυρή, την πολιτιστική πολιτική, κλαδικά θέματα, κ.ά. Η διαδικασία οδήγησε σε πολύ ενδιαφέρουσες συζητήσεις στις οποίες αναπτύχθηκαν σκέψεις και προτάσεις τους για την περιοχή του Ψυρή. Πολύ ενδιαφέροντα είναι επίσης τα συμπεράσματα των εκπροσώπων κρατικών φορέων, πρόεδρων συλλόγων, καταστηματαρχών, κ.λπ. με τους οποίους πραγματοποιήθηκαν συναντήσεις. Τέλος, σε ορισμένες περιπτώσεις χρησιμοποιούνται αποσπάσματα από άρθρα και συνεντεύξεις στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Συχνά οι απόψεις που εκφράζουν οι ερωτώμενοι ενισχύουν τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων, ωστόσο σε αρκετές περιπτώσεις εκφράζονται

¹ βλ. Javeau 1996: 128-130.

αντικρουόμενες απόψεις καθώς και πολύ ενδιαφέρουσες θέσεις σε συγκεκριμένα ζητήματα.

Οι απαντήσεις ποιοτικού χαρακτήρα μπορούν να ομαδοποιηθούν σε κατηγορίες, στο πλαίσιο των οποίων διαφαίνεται η ποικιλία απόψεων που υπάρχει ανάμεσα στους ερωτώμενους του δείγματος, παρά το γεγονός ότι θα ανέμενε κανείς να έχουν ταυτόσημες απόψεις.

α. Κλαδικά θέματα κάθε πολιτιστικού τομέα

- Γκαλερί

Η ανάδειξη της περιοχής του Ψυρή σε πολιτιστική περιοχή ταυτίζεται σε μεγάλο βαθμό με τον εικαστικό χώρο και τις γκαλερί. Οι απόψεις των εκπροσώπων τους διαφέρουν σημαντικά, αν και κοινό στοιχείο είναι οι δυσκολίες που αντιμετωπίζει ο χώρος. Η Α. Αντωνοπούλου (antonopoulou art) δεν νιώθει να ανταγωνίζεται τις γκαλερί της περιοχής του Κολωνακίου γιατί το κοινό είναι διαφορετικό, ούτε τις γκαλερί που συστεγάζονται στην ίδια περιοχή, αντιθέτως πιστεύει στη συνεργασία τους. Συμμετείχε τόσο στα κοινά εγκαίνια, όσο και στο παρατεταμένο ωράριο των Ολυμπιακών Αγώνων. Σύμφωνα με την Νίκη Τσιάντη (ΑΔ), υπάρχουν παράπονα για τη λειτουργία του Επιμελητηρίου Αιθουσών Τέχνης, ενώ στην περιοχή παρακολουθούν μόνο «τομεακά» τις άλλες γκαλερί και δεν τους απασχολεί τι συμβαίνει στην περιοχή. Όσον αφορά τη συνεργασία με άλλες γκαλερί και πολιτιστικές επιχειρήσεις, ο Κων/νος. Καραντινός (Arttower) υποστηρίζει ότι έως τώρα δεν είχαν επιτυχία οι προσπάθειες του και κατηγορεί το Σύλλογο Αιθουσών Τέχνης ότι συχνά λειτούργησε μεροληπτικά (αποκλείστηκαν για πολλές χρονιές από την Art Athina καθώς και από τις εκδηλώσεις των Ολυμπιακών Αγώνων). Θεωρεί τη λειτουργία ενός Συλλόγου με συμμετοχή του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα απαραίτητη και ότι η διοργάνωση ενός φεστιβάλ θα άλλαζε σημαντικά την εικόνα της περιοχής.

Η Ελβετίδα Anne-Laure Obertson (D624) επέλεξε να δραστηριοποιηθεί στην Ελλάδα όταν παντρεύτηκε με Έλληνα και τη γοήτευσε ιδιαίτερα η περιοχή του Ψυρή αφού απέκλεισε πολλές άλλες περιοχές. Με γνώμονα αντίστοιχες περιοχές του εξωτερικού και έχοντας επιλέξει συνειδητά την περιοχή πιστεύει ότι η περιοχή προσφέρεται για καλλιτέχνες («όταν έρχονται ξένοι καλλιτέχνες φίλοι νομίζουν ότι βρίσκονται σε μια παιδική χαρά, ενθουσιάζονται από τα μαγαζάκια, τα κτίρια, κ.λπ.»), αλλά και για τουρίστες με ιδιαίτερα ενδιαφέροντα. Ιδιαίτερη εντύπωση της προκαλεί η έλλειψη σχεδιασμού για την περιοχή από το κράτος και η ασυνεννοησία μεταξύ των πολιτιστικών επιχειρήσεων. Η ιδέα με την παλιά βιτρίνα (χρησίμευε στην έκθεση βιοτεχνικών προϊόντων) μέσα σε μια μικρή στοά στην οδό

Καλαμίδα με ένα μικρό λαϊκό καφενείο είναι πολύ ιδιαίτερη. Σύμφωνα με την ιδιοκτήτρια το ιδιαίτερο στοιχείο της είναι «ότι είναι προσβάσιμη στον απλό κόσμο και ειδικά στον κόσμο που κάθεται στο καφενείο, ο οποίος σχολιάζει τα εκθέματα και έτσι δημιουργείται μία ιδιαίτερη αλληλεπίδραση» (σ.σ., όταν μίλησα με την ιδιοκτήτρια του καφενείου επιβεβαίωσε το γεγονός). Η προσπάθεια της είναι πειραματική, ανοιχτή σε οποιαδήποτε καλλιτεχνική έκφραση, μη κερδοσκοπική και όπως λέει η ιδιοκτήτρια «η γκαλερί έχει κάνει τον κύκλο της, άλλωστε επρόκειτο για ένα πείραμα, οπότε μάλλον θα την κλείσω σε λίγο καιρό αφού μου τρώει πολύ χρόνο». Δηλώνει απογοητευμένη από την πολιτιστική πολιτική της Ελλάδας όταν συγκρίνεται με αυτή της Ελβετίας, θεωρεί δε ιδιαίτερο πρόβλημα την έλλειψη στήριξης νέων καλλιτεχνών και επικρίνει το γεγονός ότι η Αθήνα δεν εκμεταλλεύτηκε επαρκώς τους Ολυμπιακούς Αγώνες.

Σύμφωνα με την Ντιάνα Μπισογιάννη (Diana Gallery), η χωροθέτηση των γκαλερί μέσα στην αγορά αποδείχτηκε ιδιαίτερη πρόκληση και οι σχέσεις με τους ανθρώπους της αγοράς είναι ιδιαίτερα καλές. Σήμερα διακρίνει αύξηση της πορνείας – ειδικά με πόρνες από την Αφρική- και της εγκληματικότητας στην περιοχή (αν και όπως λέει χαρακτηριστικά «ποτέ δεν την πείραξαν και ίσα ίσα μας προστατεύουν αφού μας γνωρίζουν») και πολλοί επισκέπτες διστάζουν να έρθουν σε εγκαίνια, εκδηλώσεις, κ.λπ. τις βραδινές ώρες. Δεν θεωρεί ότι η συνύπαρξη με άλλες γκαλερί την βοήθησε ιδιαίτερα, αν και έχει καλές άτυπες σχέσεις μαζί τους και θεωρεί επιτυχία τα κοινά εγκαίνια που διοργάνωσαν. Πιστεύει ότι η ιδέα να δημιουργηθεί ένας σύλλογος για όλες τις πολιτιστικές επιχειρήσεις στην περιοχή μπορεί να λύσει πολλά προβλήματα. Τέλος, κατακρίνει το Υπουργείο για την έλλειψη στρατηγικής για τις εικαστικές τέχνες, αλλά θεωρεί και την έλλειψη εκπαίδευσης των Ελλήνων σε θέματα εικαστικών τεχνών εξίσου αρνητικό χαρακτηριστικό. Σήμερα θεωρεί ότι έχει κλείσει τον κύκλο της στην περιοχή και αναζητεί νέο χώρο σε γειτονική περιοχή του κέντρου, στην Πλατεία Καρύτση.

Όπως δήλωνε όταν ξεκινούσε ο Νίκος Σταθούλης (ιδιοκτήτης της Down Town Gallery) στην εφημερίδα Ελευθεροτυπία, «πιο εύκολο θα ήταν να ανοίξω φαγάδικο ή αρτ-καφέ που είναι και της μόδας, όμως βλέπω ότι υπάρχει τόσο νέο καλλιτεχνικό αίμα που δεν μπορούν να το απορροφήσουν οι παλιές γκαλερί. Καθημερινά έρχονται δύο και τρεις καλλιτέχνες και μου ζητάνε να δείξουν τη δουλειά τους. Αφήστε δε τους συλλέκτες, που εκπροσωπούν τις νέες επαγγελματικές τάξεις και βλέπουν την τέχνη σαν τρόπο ζωής αλλά και σαν επένδυση». Αναμφισβήτητο το γεγονός που έκανε γνωστή την γκαλερί ήταν η έκθεση με έργα από τη συλλογή Ιόλα, την οποία επισκέφθηκαν -σύμφωνα με εκτιμήσεις του Ν. Σταθούλη- περισσότεροι από 6.000 κοσμικοί, φιλότεχνοι και περίεργοι από όλη την Αθήνα. Σήμερα, μετά την γενικότερη οικονομική κρίση στον

χώρο ο ιδιοκτήτης είναι απαισιόδοξος τόσο για τον εικαστικό χώρο στην Ελλάδα όσο και για την περιοχή του Ψυρή. Η γκαλερί δεν δουλεύει πλέον με εκθέσεις αλλά ως ιδιωτικός χώρος για συλλέκτες, ενώ στους απώτερους στόχους είναι η λειτουργία γκαλερί στο Κολωνάκι μακριά από «την πιο άσχημη και βρώμικη περιοχή του Λεκανοπεδίου». Θεωρεί το χώρο των εικαστικών τεχνών δύσκολο, με μεγάλα ρίσκα όταν επενδύει κανείς σε νέους καλλιτέχνες.

Η Νάνσυ Κουγιούφα (ιδιοκτήτρια του E31) ουσιαστικά δεν επέλεξε την περιοχή, αλλά εγκαταστάθηκε στον ιδιόκτητο χώρο που ήδη κατείχε αφού έτσι κι αλλιώς ως καλλιτέχνης αναζητούσε έναν εκθεσιακό χώρο. Όπως λέει «στην αρχή η αντιμετώπιση που είχε από τους ένοικους του κτιρίου ήταν αρνητική, ωστόσο με συνήθισαν και έχουν πολύ καλές σχέσεις αφού ο κόσμος που την επισκέπτεται μπαίνει και στα δικά τους μαγαζιά». Δεν έχει ακόμη επιχειρήσει να ξεκινήσει συνεργασίες στην περιοχή, ενώ γενικά δηλώνει αισιόδοξη τόσο για την επιχείρησή της όσο και για τη γειτονιά. Πιστεύει ότι οι αντίστοιχες περιοχές στις ευρωπαϊκές πόλεις (αναφέρει χαρακτηριστικά το Mitte του Βερολίνου) πρέπει να λειτουργήσουν σαν υπόδειγμα και θεωρεί τη λειτουργία ενός οργανισμού ή συλλόγου πολύ καλή ιδέα.

Η Ελς Χάναπε (Els Hannape) έφυγε από την περιοχή κυρίως λόγω υψηλής τιμής του ενοικίου, ωστόσο η παρακμή της περιοχής την επηρέασε εξίσου. Συνεχίζει να τη βρίσκει πολύ ελκυστική, πιστεύει όμως ότι έχει αλλάξει χαρακτήρα και όπως αναφέρει «για πρακτικούς λόγους είναι ευκολότερο το Κολωνάκι, αφού το Ψυρή αποκόβεται όταν έχει πορείες στο κέντρο για τους επισκέπτες των Βορείων Προαστίων». Ένα Street Festival θα βοηθούσε σημαντικά τη βελτίωση της εικόνας της περιοχής ενώ δε θα δίσταζε να γυρίσει εκεί εάν βελτιωθούν ορισμένοι παράγοντες. Στη συζήτηση που ακολούθησε, σε μία προσπάθεια σύγκρισης με το Βέλγιο, ανέφερε ότι στην Αθήνα ο αστικός σχεδιασμός είναι ανύπαρκτος ενώ αποκλείει την πιθανότητα να μεταβληθεί η Αθήνα σε τουριστικό προορισμό όπως το Μπιλμπάο. Όσον αφορά τις συνεργασίες, η ιδιοκτήτρια λέει ότι έχει αναπτύξει συνεργασία μόνο με ορισμένες γκαλερί στην περιοχή με τις οποίες θεωρεί ότι έχουν κοινή αισθητική (κυρίως όσες φιλοξενούν ξένους καλλιτέχνες). Θεωρεί αποτυχημένη την προσπάθεια που έγινε μέσω του Συλλόγου αιθουσών τέχνης κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004.

Αν και η γκαλερί της Νίκης Γεωργιοπούλου (Mooi-Art Lab) δεν αποτελεί κύρια επαγγελματική της απασχόληση, η ιδιοκτήτρια πιστεύει ότι το Ψυρή υπήρξε μία πρόσφορη περιοχή για την ανάπτυξη μιας πολιτιστικής επιχείρησης. Δηλώνει και σήμερα αισιόδοξη για την περιοχή, χωρίς να παραβλέπει τη σύγκρουση συμφερόντων με άλλους χρήστες (κυρίως με τις βιοτεχνίες), το πρόβλημα του πάρκινγκ, την έλλειψη προβολής, κ.λπ.

Στο χώρο των γκαλερί θεωρεί ότι υπάρχει έντονος ανταγωνισμός για ένα πολύ περιορισμένο αγοραστικό κοινό και αυτή είναι και η αιτία που δεν έχουν αναπτυχθεί πιο αποτελεσματικές συνεργασίες. «Ακόμη και απλά προβλήματα, όπως ο καθορισμός ενός κοινού ωραρίου, μετατρέπεται σε αιτία για διαφωνίες. Επιβεβαιώνει και την κρίση που περνούν οι γκαλερί, λέγοντας χαρακτηριστικά ότι άτομα που αγόρασαν έργα την τελευταία πενταετία τώρα έρχονται να τα πουλήσουν όσο όσο και ζητούν βοήθεια.

Σε συνεντεύξεις και αφιερώματα περιοδικών ο ιδιοκτήτης της γκαλερί Breeder έχει δηλώσει επανειλημμένα την αρνητική πλέον εικόνα που έχει η περιοχή, η οποία έχει εξελιχθεί σε ένα παζάρι τη μεσαίας τάξης. «Περιμέναμε μια πιο εναλλακτική ζωντάνια. Και τελικά πιστεύουμε ότι Σόχο δεν πρόκειται να γίνει γιατί έχει γίνει ήδη Πλάκα», όπως λέει (βλ. συνέντευξη στην Athens Voice, Βαϊμάκη και Πειλίδου 2006, σελ. 19).

Σύμφωνα με τη διευθύντρια της γκαλερί Χίρρας, Αλίκη Καρυώτη και την υπάλληλο Άννα Χατζηνάσιου, το σημείο στο οποίο βρίσκονται, αν και έχει τη γοητεία του παρουσιάζει αρκετά προβλήματα. Σημαντικότερο πρόβλημα αποτελούν οι ναρκομανείς, οι οποίοι μαζεύονται στο κλιμακοστάσιο και στη στοά δημιουργώντας πρόβλημα στη διέλευση. Επίσης, η περιοχή αποτελεί και σημείο συνάντησης μεταναστών από το Πακιστάν και την Ινδία, οι οποίοι δημιουργούν μία ιδιαίτερη ατμόσφαιρα αλλά και συνωστισμό στην οδό Σοφοκλέους (δηλώνουν ότι δεν έχουν κανένα πρόβλημα μαζί τους). Η Αλίκη Καρυώτη θεωρεί επιτακτική ανάγκη την απομάκρυνση του Κέντρου Σίτισης του Δήμου και το παράρτημα του OKANA, το οποίο θεωρεί και το σημαντικότερο πρόβλημα στη λειτουργία της επιχείρησης. Όπως λέει χαρακτηριστικά «η είσοδος στην γκαλερί είναι πάντα επεισοδιακή, λόγω των πολλών μεταναστών και κυρίως των ναρκομανών, που σίγουρα τρομάζουν τους πελάτες». Όσον αφορά τις συνεργασίες, λειτουργούν μάλλον αυτόνομα και δεν ευελπιστούν ούτε και πιστεύουν σε ευκαιρίες στην περιοχή του Ψυρή. Τέλος, θεωρεί την ιδέα των κοινών εγκαινίων ιδιαίτερα καλή ιδέα και απορεί που σταμάτησε.

Όπως λέει ο Νίκος Κοντοπρίας (Artistic Investments) «όλα αυτά τα χρόνια αναπτύχθηκαν με τους περιοίκους πολύ θερμές προσωπικές σχέσεις, κάτι που δύσκολα προκύπτει σε άλλες αστικές γειτονιές – π.χ. στο Θησείο». Συνεργάζεται με πολλές πολιτιστικές επιχειρήσεις και διατηρεί πολύ καλές σχέσεις με το Σύλλογο Καταστηματαρχών (είναι και μέλη), με τον οποίο αρκετές φορές έχει συζητηθεί η διοργάνωση ενός φεστιβάλ ή event. Όσον αφορά την περιοχή του Ψυρή, θεωρεί πολύ σημαντική παράμετρο τη λειτουργία της όλης της ώρες της ημέρας («η λειτουργία του παγωτατζιδικου στην οδό Τάκη άλλαξε το ωράριο της περιοχής») και την περαιτέρω περιβαλλοντική βελτίωση. Προβληματίζεται για την ασφάλεια

και το μεγάλο αριθμό μεταναστών της περιοχής, αν και σοβαρότερο πρόβλημα θεωρεί τη μεγάλη επέκταση των καταστημάτων αναψυχής.

Η Λήδα Αλεξοπούλου (Gallery and Lab) για την περιοχή δηλώνει αισιόδοξη, ενώ αναφέρεται στην ιδιαιτερότητα της συγκεκριμένης πολυκατοικίας, η οποία συγκεντρώνοντας μεγάλο αριθμό καλλιτεχνών, σχεδιαστών, κ.λπ. δημιουργεί από μόνη της μία κοινότητα με φιλικές (και συχνά επαγγελματικές) σχέσεις. Θεωρεί ωστόσο ότι επί της ουσίας η υποστήριξη που δίνει ο ένας στον άλλο δεν είναι και τόσο σημαντική, άλλωστε οι περισσότεροι δεν ενδιαφέρονται για τις εκθέσεις της. Η ίδια πιστεύει ότι η περιοχή εν μέρει την έχει βοηθήσει όσον αφορά την επισκεψιμότητα της γκαλερί. Ιδιαίτερο ρόλο παίζουν σε αυτό τα εμπορικά θέατρα της οδού Σαρρή αφού «πολλοί επισκέπτες βλέπουν την γκαλερί όσο περιμένουν στην ουρά για την προώληση των εισιτηρίων και ανεβαίνουν μέχρι να δουν την παράσταση». Όσον αφορά το Ψυρή θεωρεί μεγάλο πλεονέκτημα «ότι δεν έχει ανηφόρες, δεν έχει αγορά, έχει εύκολη πρόσβαση και αποτυπώνεται εύκολα στη μνήμη». Τέλος, κατά την άποψη της λείπει ένας μεσάζοντας στην περιοχή που θα μπορούσε να δημιουργήσει τις συνθήκες για να βελτιωθούν οι συνεργασίες και να επιλυθούν τα προβλήματα.

Η διευθύντρια της Δημοτικής Πινακοθήκης, ιστορικός – αρχαιολόγος Νέλλυ Κυριαζή αναφέρεται στην αναβάθμιση των δραστηριοτήτων που παρέχει η Πινακοθήκη προς τους πολίτες με δωρεάν ξεναγήσεις, εκδόσεις κ.λπ. και ειδικά προς τα παιδιά (με τη βοήθεια εκπαιδευτικών προγραμμάτων, μουσειοπαιδαγωγών, κ.ά.). Η επισκεψιμότητα έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια («ο κόσμος που πάει στα θέατρα συχνά περνάει και από εδώ») και η μετακόμιση θα σηματοδοτήσει μια νέα εποχή για την Πινακοθήκη αλλά και το ίδιο το κτίριο. Παραδέχεται ότι ο Δήμος Αθηναίων, όπως και όλοι οι Ο.Τ.Α. είναι παγιδευμένος σε αγκυλώσεις και γραφειοκρατικές διαδικασίες. Όσον αφορά την περιοχή του Ψυρή πιστεύει ότι ο Δήμος θα έπρεπε να είχε επένψει σε νηπιακό στάδιο στην πολιτιστική περιοχή ώστε να προλάβει τη δημιουργία τόσων κέντρων διασκέδασης που πλέον απωθούν την επίσκεψη και την επένδυση. Θεωρεί ότι η νοοτροπία στο εξωτερικό είναι διαφορετική όσον αφορά τη συμμετοχή του κοινού στις πολιτιστικές δραστηριότητες αλλά και την εμπλοκή των κρατικών φορέων.

Η εικαστικός Βάσω Κυριάκη της οποίας η αναδρομική έκθεση παρουσιαζόταν από την Πινακοθήκη εκείνες τις ημέρες, αναφέρθηκε επίσης στην αυξημένη και ενθουσιώδη προσέλευση παιδιών στην Πινακοθήκη. Όσον αφορά την περιοχή αναφέρθηκε στην πρωτόγνωρη ατμόσφαιρα που είχαν οι πρώτες θεατρικές παραστάσεις της Αλίκης Γεωργούλη και του θεάτρου Εμπρός και την αλλοίωση του χαρακτήρα της περιοχής από τα νυχτερινά κέντρα.

Ο Δημήτρης Μουρκάκος (Red) ευελπιστεί σε συνεργασίες στο πλαίσιο της περιοχής στο μέλλον με δεδομένο ότι ο χώρος των εικαστικών τεχνών είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικός και υπάρχουν πολλά προβλήματα τα οποία δεν επιλύονται εύκολα.

- Σχεδιαστές (Designer)

Οι ιδιοκτήτες του γραφείου ΠΙ6 θεωρούν ότι το Ψυρή έχει καθιερωθεί ως πιάτσα δημιουργικών γραφείων με πιο προσωπικές και εξατομικευμένες δουλειές σε αντιδιαστολή με τις μεγάλες διαφημιστικές της Κηφισίας. Θεωρούν ως σημαντικό πρόβλημα του κλάδου την έλλειψη αξιοκρατίας στους σχετικούς διαγωνισμούς (η συμμετοχή έχει μεγάλο κόστος) και αναφέρουν ότι σε άλλες χώρες πλέον έχει καθιερωθεί αποζημίωση για όσους καλούνται να υποβάλλουν πρόταση. Όσον αφορά την περιοχή, την επέλεξαν λόγω της παραδοσιακής εικόνας που διατηρεί («η οποία πρέπει πάσα θυσία να διασωθεί»), θεωρούν πλεονέκτημα το ότι γνωρίζουν άλλους καλλιτέχνες και σχεδιαστές και γενικά είναι αισιόδοξοι για το μέλλον της.

Η Μαίρη Παλμούτσου (Switch) θεωρεί ότι πράγματι το Ψυρή έχει εξελιχθεί σε μία πιάτσα εναλλακτικού design (σε αντιδιαστολή με την Κηφισία) και οι πελάτες αναζητούν εδώ πιο «φρέσκες ιδέες». Η The Switch προσπαθεί να εκμεταλλευτεί αυτήν την πεποίθηση δημιουργώντας μια πιο προσωπική, οικογενειακή σχέση με τους πελάτες και προωθώντας το νεανικό τους προφίλ (σημ. είναι όλοι κάτω των τριάντα). Ωστόσο αναφέρει ότι υπάρχουν και φορές που η εικόνα αυτή λειτουργεί αντίστροφα: «οι πελάτες αναμένουν χαμηλότερες τιμές από αυτούς και ενδεχομένως κρίνουν ως πιο αξιόπιστο ένα γραφείο που εδράζει στο Κολωνάκι ή στην Κηφισία». Γι' αυτό το λόγο σκοπεύουν να επεκταθούν λειτουργώντας έναν ακόμη χώρο-βιτρίνα για τους πελάτες σε πιο κεντρικό σημείο. Όσον αφορά τον πολιτιστικό προγραμματισμό θεωρεί την λειτουργία ενός συλλόγου για την περιοχή την καλύτερη δυνατή λύση και δηλώνει ότι θα τους ενδιέφερε πολύ να συμμετάσχουν στο σχεδιασμό ενός street event. Τέλος θεωρεί πολύ σημαντικό να αναζητηθούν λύσεις από παρόμοιες περιπτώσεις στο εξωτερικό (αναφέρει το Brixton του Λονδίνου) και να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα του πάρκινγκ και της περιβαλλοντικής υποβάθμισης.

Σύμφωνα με τον Άντωνη Αρπατζή (ArtBox) η επιχείρηση δεν επηρεάζεται σημαντικά από την περιοχή ούτε και έχει αναπτύξει δικτύωση με άλλες εταιρίες. Χαρακτηριστικό είναι ότι θεωρεί την περιοχή πλέον ακριβή, με αποτέλεσμα η επιχείρηση να ετοιμάζεται να μετακομίσει άμεσα σε άλλη περιοχή

εκτός κέντρου όπου θα έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει μεγαλύτερο χώρο. Γενικά θεωρεί την περιοχή κορεσμένη και δεν είναι αισιόδοξος για το μέλλον της.

- Θέατρα-Κινηματογράφοι-Μουσικές Σκηνές

Στο θεατρικό χώρο ο Τάσος Μπαντής (Εμπρός) πιστεύει ότι μόνο το Θησείον, η Πολιτεία και το Εμπρός κρατούν τον αρχικό off Broadway χαρακτήρα της περιοχής. Σύμφωνα με το Α. Αντωνίου «θέατρα κάτω των εκατό θέσεων δεν μπορούν να θεωρηθούν καν επιχειρήσεις, με την τρόπο που λειτουργεί το Ήβη». Σύμφωνα με τον Ντίνο Αυγουστίδη, το σινεμά από το 2004 αντιμετωπίζει πολύ σημαντικά προβλήματα επιβίωσης λόγω της γενικότερης κρίσης στον κινηματογράφο (ειδικά στο θερινό, όπου ο ανταγωνισμός των multiplex είναι μεγάλος), ενώ το εστιατόριο το οποίο ειδικεύεται στην παραδοσιακή ελληνική κουζίνα συνεχίζει να έχει πετυχημένη πορεία.

Το θέατρο Κωφών αντιμετωπίζει ιδιαίτερες δυσκολίες όσον αφορά την εξεύρεση πόρων (σύμφωνα με την Ν. Καρρά οι αρχές του σύγχρονου μάρκετινγκ αποθαρρύνουν τη χορηγία προς ομάδες ατόμων με αναπηρία ή πρόβλημα διότι μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την εικόνα μιας εταιρίας), δεν έχουν επαρκή στήριξη από το κράτος («μας χρησιμοποιούν οι πολιτικοί μόνο όταν θέλουν να δείξουν ευαίσθητο πρόσωπα στα Μ.Μ.Ε. και μας ξεχνούν αμέσως μετά») και δεν μπορεί να καταταχθεί στην ίδια κατηγορία με τα άλλα θέατρα αφού ανήκει στις «ειδικές τέχνες» (Very Special Arts). Πολλά από τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν σχετίζονται με την κοινότητα κωφών και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει. Η μεταφράστρια, η οποία δουλεύει κυρίως εθελοντικά λέει χαρακτηριστικά ότι «τα προβλήματα ξεκινούν από τα σχολεία κωφών τα οποία έχουν πολλές ελλείψεις και διογκώνονται λόγω της αδυναμίας των ίδιων των μελών του θεάτρου να διαχειριστούν την τύχη του». Αναφέρει επίσης ότι πολλοί είναι οι σκηνοθέτες και ηθοποιοί που ζήτησαν συνεργασία, τις περισσότερες φορές όμως δεν ήταν σε θέση να καταλάβουν τις ειδικές απαιτήσεις των κωφών (π.χ., το γεγονός ότι δυσκολεύονται πολύ να διαβάσουν κείμενο). Όσον αφορά την περιοχή δεν αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα προβλήματα, εξυπηρετεί πολύ η κεντρικότητα της και θεωρούν ότι το Ψυρή έχει πλέον χαλάσει - όταν πρωτοήρθαν η κατάσταση ήταν σαφώς καλύτερη.

Αντίθετα η Μαίρη Ράζη (Θέατρο Οδού Ερμού) σε αφιέρωμα της εφημερίδας Καθημερινή (βλ. Αγγελικόπουλος 1997) αναφέρεται στις δυσκολίες που αντιμετώπισαν στην αρχή: «Ζήσαμε άγριες καταστάσεις και ας είμαστε επί της Ερμού. Τραβεστί έκαναν πιάτσα έξω από την πόρτα μας και συχνά πελάτες παρακείμενων οίκων ανοχής έμπαιναν στο θέατρο...». Όπως λέει τότε - μάλλον

προφητικά – « τώρα μπήκαν φώτα, έγιναν αναπαλαιώσεις, πεζοδρομήσεις, κυκλοφορεί κόσμος – έφυγε η αγριάδα. Αλλά, δυστυχώς, βλέπω ότι έρχονται άλλα – και χειρότερα».

- Σχεδιαστές Μόδας

Ο Γ. Ελευθεριάδης αναφέρεται γενικότερα στον κλάδο της μόδας στην Ελλάδα, λέγοντας ότι σε αντίθεση με ότι συμβαίνει σε άλλες χώρες –π.χ. στην Τουρκία ή στα νέα μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης – η ελληνική μόδα δεν προβάλλεται («το ελληνικό design γενικά αναγνωρίζεται ατομικά, πουθενά δεν εμφανίζεται συνολικά») ούτε έχει κατατεθεί ποτέ μία πρόταση πολιτικής. Όσον αφορά την περιοχή του Ψυρή πιστεύει ότι η ιδιωτική πρωτοβουλία κίνησε τη διαδικασία ανάπτυξης και συνεχίζει να αποτελεί την κύρια δύναμη, ενώ θεωρεί ότι η δυνατότητα αντιπροσωπευτικών διαδικασιών, λήψης κοινών αποφάσεων κ.λπ. δεν υπάρχει. Η γειτνίαση με πολλούς προμηθευτές (υφάσματα, φερμουάρ, κ.λπ.) αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα, όπως επίσης το γεγονός ότι αρέσει στους πελάτες που έρχονται στο χώρο, ενώ αντίθετα η περιοχή δεν αποτελεί ακόμη σημαντικό σημείο πώλησης ρούχων. Δεν πιστεύει ότι η εναλλακτική ατμόσφαιρα της περιοχής ταυτίζεται με το χαρακτήρα των ρούχων του («δεν είμαι off σχεδιαστής» λέει). Θεωρεί απαραίτητη τη βελτίωση του περιβάλλοντος, τη ρύθμιση της κυκλοφορίας και του παρκαρίσματος. Τέλος, πιστεύει ότι η ανάπτυξη της περιοχής τελικά εξελίχθηκε με τρόπο που δεν το περίμενε κανείς, αφού «από τους Ολυμπιακούς Αγώνες και μετά ορισμένες μέρες οι επισκέπτες κυριολεκτικά κλείνουν τους δρόμους».

Αν και δεν πιστεύει ότι η λειτουργία της σε μία περιοχή με πολλές πολιτιστικές επιχειρήσεις την έχει βοηθήσει ή ότι θα μπορούσε να έχει σημείο πώλησης στην περιοχή, η Βάσω Κόνσολα εκφράζεται πολύ θετικά. Ως σχεδιάστρια μόδας τη διευκολύνει ιδιαίτερα η γειτνίαση με πολλούς προμηθευτές (υφάσματα, φερμουάρ, κ.λπ.) και πιστεύει ότι την επηρεάζουν οι στερεοτυπικές απόψεις περί εναλλακτικού πολιτιστικού προφίλ που συνδέονται με την περιοχή όσον αφορά την εικόνα της. Τον σχεδιασμό του website της έχει αναλάβει η εταιρία the switch με την οποία συστεγάζεται στην ίδια πολυκατοικία στην οδό Σαχτούρη. Η ίδια βρίσκεται στην πολυκατοικία τα περισσότερα χρόνια και περιγράφει την μετατροπή της από κατοικίες μεταναστών («χρειάστηκε να κάνουμε έξωση σε 15 τουλάχιστον Πακιστανούς») στην σημερινή της κατάσταση μέσα σε δύο χρόνια («οι αγορές έγιναν από στόμα σε στόμα»). Θεωρεί ότι η περιοχή έχει υποβαθμιστεί με χαμηλής ποιότητας διασκέδαση, με αρκετά προβλήματα. Ωστόσο διατηρεί τη γοητεία της και την πρωτοποριακή ιδιότητα της ως καλλιτεχνική περιοχή («η περιοχή του Ψυρή μοιάζει λίγο με τη Μύκονο, όπου όλοι γνωρίζονται και συναντιούνται μεταξύ

τους») και αν μπορούσε θα ήθελε να πουλάει ρούχα μέσω μιας μπουτίκ (είναι όμως απαγορευτικά τα ενοίκια στο ισόγειο). Τέλος, δείχνει να συμφωνεί με τον Γ. Ελευθεριάδη για τα προβλήματα του κλάδου της μόδας στην Ελλάδα, παρά τις προσπάθειες που κάνει ο σύλλογος που έχουν συστήσει οι σχεδιαστές (μεταξύ άλλων διοργανώνουν την Εβδομάδα Μόδας).

Ο Χριστόφορος Κοτέντος συμφωνεί με τις θέσεις των άλλων δύο σχεδιαστών μόδας για τα προβλήματα του κλάδου στη χώρα μας και θεωρεί σημαντική την εγγύτητα προμηθευτών πρώτων υλών. Στην περιοχή συνεργάζεται εκτός από τους άλλους σχεδιαστές μόδας με τον Νίκο Σταθούλη (έχει πραγματοποιήσει επίδειξη μόδας στη γκαλερί Down Town People). Γενικά είναι πολύ ευχαριστημένος από την περιοχή, δεν του αρέσει το Κολωνάκι όπου βρίσκονται οι περισσότεροι συνάδελφοί του, αν και δεν θεωρεί ότι επηρεάζει σημαντικά τις πωλήσεις του ή την εικόνα του. Το αγοραστικό του κοινό έρχεται κυρίως από άλλες περιοχές της Αθήνας (βόρεια και νότια προάστια) και δεν περιμένει να προσελκύσει κόσμο που έρχεται τυχαία στου Ψυρή. Θεωρεί σημαντικό να διατηρηθεί η ποικιλία χρήσεων στην περιοχή και την προβολή της μέσα από φεστιβάλ, μια ιστοσελίδα, κ.ά.

- Λοιποί

Ο Αριστείδης Σουβαλτζής (Vocal Studios), ιδιοκτήτης της επιχείρησης την οποία λειτουργεί μαζί με τη σύζυγό του, πρωτοξεκίνησε στο Αιγάλεω και μετακόμισε στην περιοχή του Ψυρή το 2000. Δηλώνει ότι στο συγκεκριμένο τομέα, δηλ. της μουσικής εκπαίδευσης, τα reality show με θέμα το τραγούδι αύξησαν τη δημοτικότητα των σχολών τραγουδιού, αλλά και έντειναν τον ανταγωνισμό. Η συνύπαρξη της επιχείρησης με τα θέατρα είναι θετική, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι έχει αποκομίσει μεγάλα οφέλη. Αντίθετα, σύμφωνα με δηλώσεις του ιδιοκτήτη η επιχείρηση αντιμετωπίζει σημαντικά οικονομικά προβλήματα και σύμφωνα με τον ίδιο «θα έπρεπε ήδη να την είχα κλείσει».

Σύμφωνα με έναν από τους ιδρυτές του, τον Βλάσση Ζώτη, το Θεατρικό Εργαστήρι καλύπτει ένα κενό στην ελληνική θεατρική σκηνή που αφορά εξειδικευμένα σεμινάρια και μετακλήσεις από το εξωτερικό. Συνεργάζονται κυρίως με το Theatre Complicite, αλλά και με ανεξάρτητους σκηνοθέτες, ηθοποιούς, χορευτές σε ένα ευρύ πλαίσιο θεατρικών και καλλιτεχνικών θεμάτων. Η υπεύθυνη της ΑΚΤΟ (κ. Μαυρίκου) δήλωσε αδυναμία να βοηθήσει στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, αφού η σχολή διοικείται κεντρικά. Στις συνεντεύξεις, ωστόσο, αρκετοί τόνισαν ως θετικό στοιχείο στην περιοχή την ύπαρξη της συγκεκριμένης σχολής αν και δεν έχει κάνει αισθητή την ύπαρξή της μέχρι σήμερα στα δρώμενα

της περιοχής. Σύμφωνα με τη διευθύντρια² της σχολής Mokume, οι λόγοι που επιλέχθηκε η συγκεκριμένη περιοχή δεν είχε σχέση με τις υπόλοιπες πολιτιστικές χρήσεις, ούτε και αναμενόταν κάποιο όφελος από την περαιτέρω εξέλιξη της σε πολιτιστική περιοχή. Η κεντρικότητα της περιοχής και η εύκολη πρόσβαση ήταν και παραμένει το βασικότερο κριτήριο για τη χωροθέτηση και λειτουργία στην περιοχή. Δεν αναφέρθηκαν προβλήματα ασφάλειας παρά μόνο περιστασιακά με ναρκομανείς. Δεν υπάρχουν ιδιαίτερες σχέσεις με άλλες πολιτιστικές επιχειρήσεις της περιοχής.

Σύμφωνα με την έφορο της συλλογής Ισλαμικής Τέχνης Άννα Μπαλλιάν (Μουσείο Μπενάκη), το μουσείο αποτελεί λόγο επίσκεψης για ειδικούς και φιλότεχνους από όλο τον κόσμο. Η γειτνίαση του με το Αρχαιολογικό Πάρκο, η εξαιρετική θέα του προς τον Κεραμικό και την Ακρόπολη και η λειτουργία του καφέ στο τελευταίο όροφο, το καθιστούν μέρος της «πολιτιστικής διαδρομής» του ιστορικού κέντρου της Αθήνας. Το Μουσείο Μυλώνα, από την άλλη πλευρά, δεν λειτουργεί σε σταθερή βάση λόγω διαχειριστικών και πρακτικών λειτουργιών («μόνο το άνοιγμα της πόρτας μεταφράζεται σε πολύ μεγάλα έξοδα» όπως λέει η Ε. Μυλωνά) και σκοπός είναι να λειτουργεί τουλάχιστον τους καλοκαιρινούς μήνες. Όσον αφορά τη βοήθεια από το κράτος, έχει εγκριθεί ποσό 300.000 Ευρώ περίπου το οποίο όμως δεν έχει ακόμη αποδοθεί. Όπως λέει και η ίδια, δεν περίμενε αυτή την αντιμετώπιση και τόσες δυσκολίες, θεωρεί το νομικό πλαίσιο για τη λειτουργία των ιδιωτικών μουσείων ασαφές και θεωρεί ότι η μητέρα της ουσιαστικά ξόδεψε την περιουσία της χωρίς αντίκρισμα. Ως διευθύντρια του μουσείου δεν είναι σε θέση να αντιμετωπίσει τα πολλαπλά διαχειριστικά προβλήματα και αναζητεί άμεσα λύση. Μία από τις λύσεις που προτείνει είναι να παραδώσει τη διαχείριση στην εταιρία Artistic Investments (μία συνεργασία που αναμένεται να αλλάξει σημαντικά τις ισορροπίες στην περιοχή). Για την περιοχή είναι γενικά αισιόδοξη, δεν θεωρεί ότι η ύπαρξη άλλων πολιτιστικών επιχειρήσεων έχει επηρεάσει την λειτουργία του μουσείου, δεν έχει αναπτύξει όμως συνεργασίες κυρίως λόγω της έλλειψης χρόνου (βρίσκεται για μεγάλα διαστήματα στη Νέα Υόρκη).

Ο Θράσος Καμινάκης (Μικρό Πολυτεχνείο) υποστηρίζει ότι το συγκεκριμένο σημείο του Ψυρή (ουσιαστικά βλέπει περισσότερο προς το Θησείο) είναι ιδανικό για τους σκοπούς λόγω της καλής πρόσβασης και της ωραίας θέας. Αντιμετωπίζει οικονομικές δυσκολίες («η επιχείρηση έχει φτάσει στα όρια της») αφού όπως λέει σε αντίθεση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις της Αθήνας (π.χ., Βίος) δεν συνδυάζει τις δραστηριότητές του με πώληση φαγητού και ποτού, αλλά

² Η συνέντευξη και η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου (21.2 και 4.3) πραγματοποιήθηκε με ιδιαίτερες δυσκολίες και ασάφεια σε πολλές απαντήσεις, με δεδομένο ότι η Σχολή λειτουργεί με Διοικητικό Συμβούλιο και η διευθύντρια δεν επιθυμούσε να απαντήσει σε πολλές ερωτήσεις.

βασίζεται αποκλειστικά στις συμμετοχές στα σεμινάρια (ο χώρος θα μπορούσε κάλλιστα να μετατραπεί σε κερδοφόρο καφέ-μπαρ).

Η Πόλα Καπόλα (Εκδόσεις Νήσος) λέει ότι η περιοχή δεν επηρεάζει σημαντικά τη λειτουργία της επιχείρησης. Τα πιο σημαντικά προβλήματα της επιχείρησης συνδέονται με τη λειτουργία του κλάδου και του πανεπιστημιακού βιβλίου (καθυστερήσεις στην πληρωμή από το Υπ. Παιδείας, ελλιπής εθνική πολιτική βιβλίου). Δεν πραγματοποιεί λιανική πώληση, οπότε δεν ενδιαφέρεται άμεσα για την επισκεψιμότητα της περιοχής. Θα την ενδιέφερε η ανάπτυξη περισσότερων συνεργασιών στην περιοχή καθώς και η συνεργασία με άλλες πολιτιστικές επιχειρήσεις. Γενικά, στην περιοχή θεωρεί σημαντικά προβλήματα το παρκάρισμα, τους ναρκομανείς και την περιβαλλοντική υποβάθμιση.

β. Δημόσια Παρέμβαση

Η Α. Αντωνοπούλου (antonopoulou art) υποστηρίζει ότι ο δημόσιος τομέας δεν μπορεί να βοηθήσει και η πρωτοβουλία θα έπρεπε να ξεκινάει από τους επιχειρηματίες και τάσσεται υπέρ της λειτουργίας ενός συλλόγου ή φορέα για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις, τη διοργάνωση ενός street festival και την κοινή προβολή. Ο Κ. Καραντινός αναφέρθηκε στις πολλές δυσκολίες που αντιμετωπίζει και στην έλλειψη υποστήριξης από το Δήμο και την Πολιτεία. Η ανεπιτυχής διαμόρφωση της πλατείας και των προσόψεων της οδού Αθηνάς μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες και η επιλογή να δοθεί το μεγαλύτερο μέρος της πλατείας σε εστιατόριο –σουβλατζίδικο αποτελεί ένα από τα μεγάλα προβλήματα, τη στιγμή που αποτελεί πάγια πρόθεση των αιθουσών τέχνης της περιοχής η έκθεση στο δημόσιο χώρο. Έχει δημιουργήσει και σχετικό σύλλογο για την προστασία της πλατείας, ο οποίος ωστόσο παραμένει ανενεργός. Πολλοί από τους ερωτώμενους δήλωσαν ότι δεν πιστεύουν ότι μπορεί η τοπική αυτοδιοίκηση ή η κρατική αρχή να παρέμβει αποτελεσματικά στα προβλήματα, παρά μόνο με την τήρηση του νόμου.

δ. Πολιτιστική Επιχειρηματικότητα και Σύλλογος

Σύμφωνα με τη Μαρία Φωκίδη (oxymoron), για την ίδια η επιλογή της περιοχής δεν έγινε τυχαία αφού ήδη λειτουργούσαν αρκετές γκαλερί εκεί, ενώ μεγάλο ρόλο έπαιξε και η ιδιαιτερότητα του κτιρίου και της περιοχής. Αν και αναγνωρίζει και αρνητικά χαρακτηριστικά στην περιοχή (ειδικά στην Πλατεία Κουμουνδούρου θεωρεί σοβαρά προβλήματα την κινέζικη «μαφία», τον ΟΚΑΝΑ, κ.ά.) δηλώνει αισιόδοξη. Έχει αναπτύξει πολλές συνεργασίες στην περιοχή και μάλιστα πολλές φορές έχει συζητηθεί η ιδέα ενός street event, το οποίο όμως ποτέ

δεν υλοποιήθηκε, γεγονός που αποδίδει σε μικροδιαφορές και παρεξηγήσεις. Διαφωνεί ότι το Μεταξουργείο και το Γκάζι θα μπορέσουν να λειτουργήσουν ως πολιτιστικές περιοχές με τον τρόπο που λειτουργεί εδώ και χρόνια το Ψυρή. Τέλος, αναφέρει ως ιδιαίτερο στοιχείο τα παραδοσιακά επαγγέλματα και τους ανθρώπους που εργάζονται χρόνια στη γειτονιά (την κ. Κούλα που πουλάει σκόρδα, τα μαγειρία που λειτουργούν μόνο για τους εργαζόμενους τα μεσημέρια, τις παραδοσιακές επιχειρηματικές δραστηριότητες, κ.ά.).

Ο διευθυντής της γκαλερί RED, ιστορικός τέχνης Δημήτρης Μουρκάκος θεωρεί ότι η περιοχή έχει ιδιαίτερη γοητεία, ειδικά στο σημείο που βρίσκεται η γκαλερί, και είναι ιδιαίτερα αισιόδοξος για την εξέλιξη της. Θεωρεί ιδιαίτερα σημαντική τη διατήρηση του παραδοσιακού χαρακτήρα του Ψυρή και των παραδοσιακών επαγγελμάτων (π.χ υαλουργοί, δερματάδες).

Ο αρχιτέκτονας Νίκος Καζέρος θεωρεί ότι δύσκολα θα υπάρξει συνεργασία με το σύλλογο των καταστηματαρχών («τους διακρίνει έπαρση, θεωρούν την περιοχή δική τους») και θεωρεί ότι η περιοχή είναι σήμερα αρκετά «φορτισμένη», με αντιπαλότητες ακόμα και ανάμεσα σε ομοειδείς επιχειρήσεις. Η ενεργοποίηση ενός συλλόγου με τη βοήθεια του Δήμου (και του Υπουργείου Πολιτισμού όσον αφορά τις πολιτιστικές δραστηριότητες) θα ήταν κατά την άποψή του η καλύτερη λύση για την επίλυση των προβλημάτων και την προβολή της περιοχής. «Η περιοχή γίνεται δημοφιλής ως τόπος κατοικίας για νέους, καλλιτέχνες, κ.λπ. αφού συνεχίζει να προσφέρει πολλά πλεονέκτηματα». Χαρακτηριστικό σημάδι θεωρεί την πρόσφατη λειτουργία μεσιτικού γραφείου.

Ο Κωνσταντίνος Λαμπρινόπουλος (KLMP) αναφέρει τέλος τις προσπάθειες που έγιναν για τη διοργάνωση ενός χριστουγεννιάτικου event (bazaar, συναυλίες) από το Guru bar. Τέλος θεωρεί τις συγκρίσεις με το Γκάζι ατυχείς αφού δεν πρόκειται για παρόμοια περίπτωση: ο υψηλότερος συντελεστής δόμησης θα δημιουργήσει ένα νέο οικιστικό σύνολο στο Γκάζι το οποίο θα προσελκύσει βαθμιαία την μεσαία τάξη.

Σύμφωνα με το διευθυντή του Eco- action Τάκη Μπαλάσκα, αν και η επιχείρηση του δεν είναι πολιτιστική, έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον διότι πρόκειται για επιχείρηση που ουσιαστικά απευθύνεται στο ίδιο κοινό με τις πολιτιστικές επιχειρήσεις. Αυτός ήταν άλλωστε και ένας από τους λόγους που ήρθαν στην περιοχή: πιστεύει ότι η περιοχή λόγω της επισκεψιμότητας από νέους ανθρώπους και της εναλλακτικής ατμόσφαιράς της μπορεί να αποτελέσει προορισμό για το κοινό της επιχείρησης. Πιστεύει ότι η κοινή προβολή και οι κοινές δραστηριότητες θα μπορούσαν να βοηθήσουν την επιχείρησή του, άλλωστε αυτός είναι ο λόγος που έχει επιλέξει να συμμετέχει στο psirri.gr.

Ο Γιώργος Λυκιαρδόπουλος (Highway productions) είναι επιφυλακτικός για τη λειτουργία ενός συλλόγου για την προάσπιση του πολιτιστικού χαρακτήρα της περιοχής και ισχυρίζεται ότι συνήθως είναι μία ομάδα ανθρώπων που κινεί άτυπα παρόμοιες διαδικασίες. Θεωρεί ότι στην περιοχή έχουν πράγματι αναπτυχθεί οικονομίες κλίμακας λόγω της γειτνίασης πολιτιστικών επιχειρήσεων, επαγγελματιών και καλλιτεχνών. Η περιοχή είναι όμως κορεσμένη όσον αφορά τις δραστηριότητες αναψυχής και η παρέμβαση κρίνεται απαραίτητη. Συγκρίνοντας το Ψυρή με άλλες πολιτιστικές περιοχές πιστεύει ότι αναλογίες υπάρχουν κυρίως με την περίπτωση των Λαδάδικων και όχι τόσο με περιπτώσεις στο εξωτερικό. Τέλος, συσχετίζει την έλλειψη μιας ζωντανής μουσικής ή εικαστικής σκηνής με την αποτυχία να καθιερωθεί η περιοχή πολιτιστικά. Όπως λέει, μια σκηνή jazz θα μπορούσε να αλλάξει το χαρακτήρα της περιοχής, «όμως δυστυχώς στην Ελλάδα προηγείται η βιτρίνα και η ουσιαστική πολιτιστική κίνηση δεν έρχεται ποτέ».

Η αρχιτέκτονας Ελένη Τζιρτζιλάκη θεωρεί πολύ σημαντικό να διατηρηθεί και να ενισχυθεί η μίξη χρήσεων και θεωρεί ιδιαίτερα σημαντικές ορισμένες παραδοσιακές δραστηριότητες της περιοχής (π.χ, ο επισκευαστής γραμμοφώνων, ο παραδοσιακός φούρνος, η παλαιότερη κάβα της Αθήνας, οι ξυλογλύπτες, κ.λπ.). Θεωρεί ότι ο αποκλεισμός των κατοίκων και των επαγγελματιών από τις διαδικασίες αποφάσεων για την περιοχή δημιουργεί σημαντικά προβλήματα, ενώ ο μεγάλος αριθμός μπαρ και εσπιατορίων που συνεχίζει να αυξάνει παρά το διάταγμα αναστολής αδειοδότησης επιχειρήσεων υγειονομικού ενδιαφέροντος δημιουργεί συγκρούσεις και σοβαρά προβλήματα στην περιοχή (αναφέρεται και στις «έμμεσες και άμεσες απειλές, προκλήσεις και παρανομίες»). Προβλέπει την εμφάνιση παρόμοιων προβλημάτων σε γειτονικές περιοχές που τώρα ξεκινούν να «γίνονται δημοφιλείς» όπως το Γκάζι και το Μεταξουργείο όπου ο πληθυσμός των τουρκόφωνων απειλείται άμεσα με εκτοπισμό. Σαν λύση προτείνει τον επαναπροσδιορισμό της περιοχής ως περιοχή κατοικίας («γνωρίζω πλέον πολλούς νέους ανθρώπους που επιλέγουν να ζήσουν εδώ») και πολλαπλών δραστηριοτήτων και την εφαρμογή των νόμων όσον αφορά τα νυχτερινά κέντρα. Υποστηρίζει εδώ και χρόνια τη δημιουργία ενός ενιαίου συλλόγου στην περιοχή, τη διοργάνωση κοινών εκδηλώσεων και τη συνεργασία των πολιτιστικών επιχειρήσεων και αισιοδοξεί για ότι η γειτονιά θα λύσει τα σοβαρά προβλήματά της.

Ο Θράσος Καμινάκης επιδιώκει να συνεργάζεται με άλλους πολιτιστικούς οργανισμούς και επιχειρήσεις με παρεμφερείς δράσεις (π.χ., Εμπρός, Φούρνος –με το οποίο συνδιοργανώνουν το Pocket Theater Festival) εντός και εκτός του Ψυρή, όπου θεωρεί ότι έχει επικρατήσει η λογική της «αρπαχτής». Η Άννα Μπαλλιάν λέει ότι στην περιοχή δεν έχουν αναπτύξει συνεργασίες, είναι όμως ανοιχτοί σε οποιαδήποτε πρόταση («αν και το παράρτημα του Μουσείου στην οδό Πειραιώς

καλύπτει με καλύτερο τρόπο το άνοιγμα αυτό»). Το Θεατρικό Εργαστήρι, σύμφωνα με το Βλάσση Ζώτη έχει μόνιμη συνεργασία με το θέατρο Εμπρός, η οποία είναι και η μοναδική στην περιοχή. «Η περιοχή δεν επηρεάζει ιδιαίτερα τη δραστηριότητα μας, μας βοηθάει κυρίως η κεντρικότητα της», όπως λέει και πιστεύει ότι μπορεί να καθιερωθεί ως πόλος ποιοτικού τουρισμού, αρκεί να προστατευτεί η παραδοσιακή εικόνα και ο ελληνικός χαρακτήρας της περιοχής.

Στη συζήτηση που πραγματοποιήθηκε κατά τη διάρκεια πρόβας, οι υπεύθυνοι του καταστήματος House of Art είπαν ότι χάθηκαν σημαντικές ευκαιρίες («αδράνησαν οι επιχειρηματίες») για την προώθηση της περιοχής, που θα μπορούσαν να είχαν βελτιώσει σημαντικά την εικόνα της. Θεωρούν ότι η ατμόσφαιρα της περιοχής έχει επηρεάσει θετικά τη λειτουργία της επιχείρησής τους. Ο διευθυντής της επιχείρησης Δημήτρης Γεωργόπουλος θεωρεί μέτρια τη γενικότερη εικόνα της περιοχής, ενώ υποστηρίζει την ιδέα κοινής διοργάνωσης event ή φεστιβάλ που θα πραγματοποιηθεί με βάση μία κοινή επιτροπή ή ομάδα που ασχολούνται με τις πολιτιστικές δραστηριότητες στην περιοχή.

Σύμφωνα με τον Φάνη Καφούσια (Θύρα Τέχνης), μόνο μέσα από τις κοινές δράσεις διαφορετικών πολιτιστικών ομάδων μπορούν να προκύψουν ενδιαφέροντα πράγματα και στην περίπτωση του Ψυρή η μεγάλη συγκέντρωση μπορεί να ευνοήσει τις συνεργασίες. Είναι απαραίτητη η εμπλοκή εκπαιδευτικών φορέων (πανεπιστήμια, καλλιτεχνικές σχολές, κ.ά.) στην οργάνωση και τη διαχείριση της περιοχής, όπως και ο εξορθολογισμός και η απλοποίηση των κρατικών επιδοτήσεων προς τις πολιτιστικές επιχειρήσεις. Από την πλευρά του λειτουργεί με εξωστρεφή τρόπο, επιδιώκει συνεργασίες με όλους τους φορείς (έχει προσεγγίσει και νυχτερινά κέντρα) και όπως λέει «στον πολιτιστικό χώρο πρέπει κανείς να δοκιμάζει νέα πράγματα ειδικά δεν εξελίσσεται τίποτα». Δεν πιστεύει ότι η περιοχή αντιμετωπίζει αξεπέραστα προβλήματα και δηλώνει αισιόδοξος ως προς το μέλλον της.

Ο Νίκος Σταθούλης (down town), αντιθέτως, δεν πιστεύει γενικότερα στη συλλογική δράση στη περίπτωση αστικών περιοχών («ο πολιτισμός δεν μπορεί να είναι συλλογικό προϊόν, αλλά μόνο αποτέλεσμα ατομικής πορείας και καινοτομίας») και πιστεύει ότι φταίνε και οι ίδιοι οι επιχειρηματίες –χωρίς να εξαιρεί τον εαυτό του). Η βοηθός σκηνοθέτη και υπεύθυνη για τη διαδικτυακή σελίδα του θεάτρου Θησείων, θεατρολόγος Ρένα Φουρτούνη³, αναφέρεται στην αίσθηση γειτονιάς και τις πολύ καλές σχέσεις με τους κατοίκους και τους επαγγελματίες (μάλιστα μία παράσταση πριν τρία χρόνια λάμβανε τόπο στη γειτονιά με ηθοποιούς ορισμένους από τους κατοίκους). Αναφέρεται στην εμπειρία της από άλλες πολιτιστικές περιοχές στο Λονδίνο (Hackney, Hoxton) και τις

³ Ο Μιχάλης Μαρμαρινός απουσίαζε εκείνη την περίοδο από την Ελλάδα, ετοιμάζοντας στην Ολλανδία την παράσταση «Ικέτιδες» με τον ολλανδικό θίασο Veenfabriek.

σημαντικές διαφορές που υπάρχουν με το Ψυρή. Συγκεκριμένα αναφέρεται στους τρόπους με τους οποίους καταφέρνουν να αποφύγουν τη σύγκρουση των χρήσεων μεταξύ παραδοσιακών και νέων πολιτιστικών χρήσεων, καθώς και του τρόπου με τον οποίο εμπλέκονται οι κάτοικοι και οι επισκέπτες (π.χ. με τη λειτουργία hot spots, όπου μπορεί να κανείς να αντλήσει δωρεάν πληροφορίες από το Διαδίκτυο). «Η λειτουργία ενός τοπικού ευρυζωνικού δικτύου LAN για την περιοχή θα μπορούσε να βοηθήσει σημαντικά την επικοινωνία μεταξύ των πολιτιστικών επιχειρήσεων» λέει, ενώ θεωρεί απαραίτητη τη λειτουργία ενός τοπικού συλλόγου για την προώθηση των πολιτιστικών δραστηριοτήτων της περιοχής. Από την πλευρά του θεάτρου υπάρχει μεγάλη εξωστρέφεια για συνεργασίες και δραστηριότητες, άλλωστε χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι πολλές από τις παραστάσεις γίνονται εκτός θεάτρου. Τέλος θεωρεί την εκπαίδευση και την κρατική μέριμνα σε σχέση με τον πολιτισμό βασικό στοιχείο που επηρεάζει κάθε δραστηριότητα ή πολιτική.

Ο Ντίνος Αυγουστίδης (Cine Ψυρή) υποστηρίζει ότι οι πολιτιστικές επιχειρήσεις της περιοχής εμφανίζουν την ίδια παθογένεια με τον πολιτιστικό τομέα της χώρας: σκηνοθέτες που κερδοσκοπήσαν με τις επιδοτήσεις, κρατική αδιαφορία, κ.λπ. Θεωρεί ότι είναι λανθασμένη η κυρίαρχη νοοτροπία που επικρατεί σύμφωνα με την οποία ο πολιτισμός δεν πρέπει να είναι κερδοφόρα δραστηριότητα, αλλά μεράκι. Σύμφωνα με το Χ. Τσακιρακάκη η συνύπαρξη του στο ίδιο κτίριο με τον Γ. Ελευθεριάδη και γενικότερα με άλλες γκαλερί και καλλιτέχνες θεωρεί ότι δεν τον έχουν βοηθήσει επί της ουσίας. Η περιοχή του Ψυρή θα μπορούσε να βελτιωθεί αν υπήρχε μεγαλύτερη προσοχή στα θέματα αδειοδότησης, ενώ ιδιαίτερο ρόλο θα μπορούσε να παίξει στην περιοχή η γαστρονομία (θεωρεί ότι λίγα εστιατόρια προσφέρουν ιδιαίτερη ποιοτική κουζίνα, κάτι που θα μπορούσε να αλλάξει με την πιστοποίηση και τη χορήγηση σήματος ποιότητας).

Οι Αλίκη Πήτερσον και Ελένη Μανιτοπούλου θεωρούν την πολιτιστική επιχειρηματικότητα ιδιαίτερα δύσκολη υπόθεση για τα ελληνικά δεδομένα και τον χώρο «παρεξηγημένο». Όπως λένε οι τιμές πώλησης για νέους καλλιτέχνες είναι συχνά υπερτιμημένες, ενώ ο εικαστικός χώρος λειτουργεί σε μεγάλο βαθμό αυθαίρετα. Όσον αφορά την περιοχή, αν και ακόμη δεν έχουν ξεκινήσει να αναζητούν συνεργασίες, πιστεύουν ότι υπάρχει το έδαφος για κοινά έργα. Πιστεύουν ότι ιδιαίτερο ρόλο σε πολιτιστικές περιοχές πρέπει να κατέχει η Τριτοβάθμια Εκπαίδευση (Α.Σ.Κ.Τ, ιδιωτικές σχολές) αφού είναι σε θέση να προσφέρει δημιουργικές ιδέες και ανταλλαγή απόψεων. Ακόμη, ότι στην περιοχή θα πρέπει να λειτουργήσει ένας ενδιάμεσος φορέας ο οποίος θα συντονίζει ενέργειες, εκδηλώσεις, συνεργασίες, κ.λπ. Τέλος, είναι απογοητευμένες από το

γεγονός ότι κρατικοί φορείς τέχνης ή και μουσεία (π.χ. το Μουσείο Ισλαμικής Τέχνης που είναι στον ίδιο δρόμο) δεν ανοίγονται προς νέες ιδέες και συνεργασίες αλλά λειτουργούν με εσωστρέφεια.

Ο Σέργιος και ο Φίλιππος Φωτιάδης (we design) πιστεύουν ότι είναι θέμα χρόνου να χάσει και η δική τους περιοχή το χαρακτήρα της και να «αρχίσει να μοιάζει με το Κολωνάκι». Όσον αφορά την συνύπαρξη τους με άλλα γραφεία design πιστεύουν ότι δημιουργείται έντονος ανταγωνισμός με το Ψυρή να καθιερώνεται ως «νεανική πιάτσα» στο χώρο. Είναι ιδιαίτερα απογοητευμένοι από την έλλειψη υποστήριξης από τις κρατικές αρχές τόσο στις παρόμοιες επιχειρήσεις («οι τρικλοποδιές είναι συνήθειες»), όσο και γενικότερα στην ομαλή λειτουργία της γειτονιάς. Στο συγκεκριμένο κομμάτι το πρόβλημα με τους ναρκομανείς είναι ιδιαίτερα έντονο, γι' αυτό και έχει γίνει η επιστολή διαμαρτυρίας με υπογραφές των κατοίκων. Η καθαριότητα, οι παράνομοι πλανόδιοι και ο θόρυβος τις νυχτερινές ώρες θεωρούνται επίσης σημαντικά προβλήματα.

Η Μαρί Σωτηρέλλη (design shop) έχοντας μεγαλώσει στο Σίδνεϋ στην Αυστραλία θεωρεί τις πολιτιστικές περιοχές (π.χ. Pyrmont) που έχουν αναπτυχθεί εκεί πιο οργανωμένες, αλλά και πιο εμπορικές. Μαζί με τον συνιδιοκτήτη Διονύση Λιβάνη είναι αρκετά αισιόδοξοι για την περιοχή, θεωρούν ότι προσφέρει εύκολη πρόσβαση και ένα αρκετά καλό επίπεδο καθημερινής ποιότητας ζωής και τα προβλήματα που υπάρχουν μπορούν να αντιμετωπιστούν. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι στην περιοχή δουλεύει εδώ και λίγο καιρό και η αδερφή της Μαρί, η οποία σχεδιάζει ρούχα. Όσον αφορά το κλάδο τους δεν πιστεύει ότι η περιοχή παίζει ιδιαίτερο ρόλο στην δουλειά τους ή ότι ο ανταγωνισμός είναι σημαντικός, άλλωστε οι υπηρεσίες τους προσφέρονται συχνότερα στην έδρα του πελάτη.

Ο Γιώργος Κωσταντινίδης, επικεφαλής της no-logo, έχει ξαναζήσει από κοντά τη μετατροπή μιας πρώην βιομηχανικής περιοχής σε πολιτιστική στο Λονδίνο. Ο Γιώργος Κωσταντινίδης περιγράφοντας την πορεία του Brixton θεωρεί σημαντική τη δράση συγκεκριμένων πολιτιστικών μονάδων όπως η Blue Note και η Straight Eight. Γενικά θεωρεί ότι το θέμα των αναπλάσεων εμπεριέχει και πολλές παρεξηγήσεις διότι αυτοί που ξεκινούν να συμμετέχουν εκπλήσσονται και ενοχλούνται όταν τα πράγματα παίρνουν διαφορετική πορεία από αυτή που είχαν φανταστεί. «Είναι μοιραίο οι πόλεις να κινούνται χαοτικά». Οι δύο ομάδες, όπως ανέφεραν οι επικεφαλής τους, θεωρούν τον πολιτισμό επένδυση σε μια πόλη. Είναι επιλεκτικοί στη δουλειά τους και δεν έχουν ενεργοποιήσει πιθανές συνεργασίες στην περιοχή («μου λένε συνέχεια να βγω να μοιράσω καρτούλες στη γειτονιά, δεν με ενδιαφέρει όμως»). Λειτουργούν με διαφορετικό τρόπο από ότι μία κοινή επιχείρηση, έχοντας ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων και δίκτυο συνεργατών. Η περιοχή και ο ιδιαίτερος χαρακτήρας της τους αρέσει πολύ («συναντιόμαστε σε

συγκεκριμένα καφέ, βρίσκουμε παλιά παιχνίδια για το συγκρότημα μας τους DrogAtec») αν και δεν πιστεύουν ότι μπορεί να εφαρμοστεί μία κοινή πολιτική για την περιοχή. Τέλος, συμφωνούν ότι η διοργάνωση ενός festival θα βοηθούσε την περιοχή και μάλιστα ισχυρίζονται ότι έχουν ετοιμάσει ένα event-έκπληξη στο Ψυρή, το οποίο θα αλλάξει τις παγιωμένες ισορροπίες!

ε. Παρακμή του Ψυρή

Σύμφωνα με τη Ρεβέκκα Καμχή, ο λόγος αποχώρησής της δεν σχετίζεται με την περιοχή, αφού εάν δεν γινόταν η έξωση θα συνέχιζε. Άλλωστε το κτίριο ήταν λειτουργικό αλλά και ιδιαίτερης ιστορικής και αισθητικής ιστορίας. Ωστόσο ανέφερε ότι υπήρχαν κατά καιρούς προβλήματα με τις γειτονικές επιχειρήσεις, ενώ θεωρεί ότι η ευρύτερη περιοχή του Ψυρή έχει πλέον αλλάξει προς το χειρότερο χωρίς να υπάρχει ελπίδα αντιστροφής. Θεωρεί ότι τα «μπουζουκομάγαζα και τα κλαμπ έχουν δημιουργήσει ένα δυσάρεστο κλίμα» που απαγορεύουν την κατοίκηση όταν, αντίθετα, οι εμπορικές χρήσεις («τύπου Zara») θα μπορούσαν να βελτιώσουν την εικόνα. Όσον αφορά τις έως τώρα συνεργασίες στο χώρο των γκαλερί θεωρεί ότι τα κοινά εγκαίνια και ωράρια (κάποια στιγμή συμμετείχαν και 11 γκαλερί) λειτούργησαν πολύ καλά, ωστόσο η έλλειψη ομαδικότητας και η κακή συνεννόηση είναι συνηθισμένο φαινόμενο στο χώρο του πολιτισμού. Αντίθετα, είναι ιδιαίτερα αισιόδοξη όσον αφορά την εξέλιξη του Μεταξουργείου σε μία πολιτιστική περιοχή με κατοικία, αρκεί «να παραμείνει ήσυχη, να μη γίνει διασκεδασούπολη, ας γίνει ένα φινό Κολωνάκι» όπως λέει χαρακτηριστικά. Ο Νίκος Σταθούλης θεωρεί ότι «η θητεία του στο Ψυρή έχει πλέον ολοκληρωθεί», αφού πολλοί φιλότεχνοι απωθούνται από την εικόνα που παρουσιάζει σήμερα το Ψυρή (γνωστοί συλλέκτες του έχει πει ότι δεν θέλουν να ξαναπατήσουν εκεί!). Η Βάσω Μπαταγιάννη δηλώνει απογοητευμένη και απαισιόδοξη όσον αφορά την περιοχή και θα ήθελε να μετακομίσει αλλού εάν μπορέσει. Δεν πιστεύει ότι η ύπαρξη πολιτιστικών επιχειρήσεων στην περιοχή και η δικτύωση την βοηθάει, υποστηρίζει ότι το Ψυρή μπορεί να χαρακτηριστεί κορεσμένο και δεν νομίζει ότι η κοινή προβολή ή ένα φεστιβάλ θα τη βοηθήσει ιδιαίτερα. Τονίζει ότι η αποτυχημένη προσπάθεια που έγινε στους Ολυμπιακούς Αγώνες (εννοεί την επιδότηση ορισμένων γκαλερί για να ανοίγουν με διευρυμένο ωράριο) έδειξε πόσο δύσκολο είναι να προσελκύσει κανείς επισκέπτες και να οργανώσει επιτυχημένες δραστηριότητες.

Η Έρση Δρίνη (Πολιτεία) είναι αρκετά απαισιόδοξη αφού θεωρεί ότι οι πολιτικοί την εγκατέλειψαν στην τύχη της. Όπως λέει «η περιοχή πρέπει να βγάλει το ψεύτικο προσωπίο ότι δήθεν ασχολείται με την τέχνη, όλοι ξέρουμε ότι

πρόκειται για εμπορική κοινότητα!». Ενοχλείται από τη νοοτροπία των επιχειρηματιών που ήρθαν στην περιοχή να κερδοσκοπήσουν (αναφέρεται και στα θέατρα-σουπερμάρκετ τα οποία έχουν ακυρώσει την ιερότητα του θεατρικού χώρου) και τη γενικότερη νοοτροπία της περιοχής με τις άστοχες ανακαινίσεις («φτιάχνουν σπίτια-τούρτες»), τους εκβιασμούς, τις απειλές και την «βλαχογκλαμουριά». Ξεχωρίζει ωστόσο ορισμένες περιπτώσεις καλλιτεχνικών ομάδων, καφέ και εστιατορίων (π.χ. CineΨυρρή, Τάκη 13) ως ποιοτικές. Όσον αφορά την ανάπτυξη της περιοχής αποδίδει ευθύνες και στους πολιτικούς που την υλοποίησαν και την ανικανότητα να κρατήσουν τις δεσμεύσεις τους (αναφέρεται και στη μη εκπλήρωση καταβολής επιδότησης για την ανακαίνιση του κτιρίου). Πιστεύει ότι το Ψυρρή πρέπει να βουλιάξει για να αναγεννηθεί κάτι νέο και ότι αυτό δεν θα αργήσει να γίνει. Τέλος, όσον αφορά την διαχείριση της περιοχής τάσσεται υπέρ της ομαδικότητας και δηλώνει πρόθυμη να «παρατήρει τα πάντα και να συμμετάσχει σε μία νέα κίνηση εάν είναι αξιόλογη».

Ο Τάσος Μπαντής ήταν αρνητικός για τη σημερινή εικόνα της περιοχής χαρακτηρίζοντας την ένα «άχρωμο διασκεδαστήριο». Δεν είναι αισιόδοξος για το μέλλον αφού είναι σίγουρος ότι θα εξαφανιστούν όλες οι βιοτεχνικές δραστηριότητες, ενώ οι αρχικοί σκοποί της ανάπτυξης δεν θα επιτευχθούν αφού πλέον η περιοχή έχει πάρει άλλο δρόμο. Ανέφερε ως θετικό στοιχείο το γεγονός ότι η περιοχή αρχίζει και πάλι να κατοικείται, αν και πιστεύει ότι χρειάζεται αγώνας για να καταφέρει να διαφυλάξει τα αυτονόητα. Επίσης, την περίπτωση του ιερέα του ναού των Αγίων Αναργύρων, πάτερ Παναγιώτη, ο οποίος έχει χρειαστεί να συγκρουστεί πολλές φορές με τις παρακείμενες ταβέρνες και καφετέριες για να μην επεκταθούν τα τραπεζοκαθίσματα στα όρια της εκκλησίας. Η παρανομία γενικά αποτελεί κατά τη γνώμη του δύσκολη περίπτωση στην οποία δεν μπορεί κανείς να αντιδράσει (υπάρχουν δεκάδες περιπτώσεις με αυθαίρετα κτίσματα, επεκτάσεις, παράνομες ηλεκτροδοτήσεις, κ.ά.). Εξέφρασε ανησυχία για το άμεσο μέλλον της περιοχής, αφού η επισκεψιμότητα υποχωρεί και ορισμένες ώρες υπάρχει απόλυτη ερημιά, ενώ επιτακτική κρίνει την παρέμβαση του κράτους για τη βελτίωση της περιοχής. Όπως ισχυρίζεται λείπει ένας χαρισματικός άνθρωπος για να συντονίσει κοινές δραστηριότητες ή φεστιβάλ στην περιοχή, αφού οι σύλλογοι κατοίκων που λειτουργούν στην περιοχή δεν είναι αποτελεσματικοί.

Χαρακτηριστική είναι και η δήλωση της Γκιλέν Ντανκάν (της Art Unlimited) για τους λόγους της μετακόμισης της από το Ψυρρή «...σήμερα το περιβάλλον δεν είναι ευχάριστο. Η περιοχή αναπτύχθηκε γρήγορα, χωρίς σχεδιασμό και έχασε την προσωπικότητα της. Είναι ένα κέντρο μόνο για κατανάλωση (βλ. Μπάρκα Φ., «Ψυρρή χωρίς προσωπικότητα» Ελευθεροτυπία 24-1-2005).

Διαμετρικά αντίθετη είναι η περίπτωση της γκαλερί Q-Box, η οποία επέλεξε να μετακομίσει στην περιοχή του Ψυρή (στην οδό Αρμοδίου) από το Κολωνάκι. Σύμφωνα με την ιδιοκτήτρια Μυρτιά Νικολακοπούλου η επιλογή του συγκεκριμένου χώρου έγινε τόσο λόγω της ιδιαιτερότητας του κτιρίου όσο και λόγω της περιοχής, αν και δεν θα είχε επιλέξει «το κέντρο του Ψυρή». Πιστεύει στη συνεργασία με άλλους πολιτιστικούς οργανισμούς και στο άνοιγμα προς το κοινό, θεωρώντας την περιοχή ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα όσον αφορά τη μελλοντική της εξέλιξη.

ε. Εξωγενείς Παράγοντες (Εγκληματικότητα, Ναρκωτικά, Κυκλοφοριακό, κ.ά.)

Ο Νίκος Καζέρος θεωρώντας την έλευση των μπαρ και των νυχτερινών κέντρων ως σημαντικό πρόβλημα της περιοχής, αναφέρεται σε συγκεκριμένες περιπτώσεις αυθαίρετων καταστημάτων (εξ ολοκλήρου παράνομα ή κλείνουν παράνομα στοά πολυκατοικίας ή έχουν μία άδεια και λειτουργούν περισσότερα καταστήματα) και στην μη εφαρμογή του Προεδρικού Διατάγματος που υπήρξε και ο κύριος λόγος των κινητοποιήσεων μετά το 1998. Σχετικά με την περιοχή, ο Κωνσταντίνος Λαμπρινόπουλος (KLF) αναφέρεται στα προβλήματα που υπάρχουν τόσο με τους ναρκομανείς («το πρόβλημα είναι πάρα πολύ μεγάλο, κοιμούνται στην πιλοτή μας, δημιουργούν φασαρίες, ζητούν χρήματα, πρέπει κάτι να γίνει...») όσο και με τους παλιούς χρήστες της πλατείας (βιοτέχνες, έμπορους) οι οποίοι δεν δείχνουν να τους αποδέχονται. Στην Πλατεία Θεάτρου, το μέλλον της Διπλάρειου Σχολής η οποία δεν λειτουργεί πια (αποτελεί κληροδότημα και τη διαχειρίζεται ειδική επιτροπή) θα είναι καθοριστικός παράγοντας για το μέλλον της. Γενικά δεν είναι πολύ αισιόδοξος για την περιοχή στην οποία δύσκολα θα επέλεγε να ζήσει, αφού δεν επικρατεί σε ορισμένα θέματα η κοινή λογική και τελικά η κατάσταση τείνει να γίνει μη αντιστρέψιμη.

Η Άννα Μπαλλιάν (Μουσείο Μπενάκη) δηλώνει απογοητευμένη από την εγκατάλειψη των νεοκλασικών κτιρίων της περιοχής, θεωρεί εγκληματική την αλλοίωση του παραδοσιακού χαρακτήρα της («κάθε δρόμος είχε κάποτε εξειδικευμένους τεχνίτες, οι οποίοι χάνονται») και κατακρίνει τη μετατροπή της σε ένα «λαϊκό πανηγύρι» τα βράδια. Ο Αριστείδης Σουβαλτζής (Vocal Studios), πιστεύει ότι η συνύπαρξη του με τα θέατρα της οδού Σαρρή τον έχει ωφελήσει στη δουλειά του και εμφανίζεται αισιόδοξος για ένα «ξεκαθάρισμα» της περιοχής. Γενικά, θεωρεί την περιοχή «διχασμένη» ανάμεσα στις πρωινές και τις νυχτερινές χρήσεις, με τις δεύτερες να δημιουργούν προβλήματα. Η λαϊκή διασκέδαση και η ακρίβεια των υπηρεσιών έχουν δημιουργήσει μια αρνητική εικόνα στον κόσμο.

Ωστόσο, είναι αισιόδοξος ότι η περιοχή θα «ξεκαθαρίσει» και θα βελτιωθεί, ενώ θετικό είναι το γεγονός ότι νέοι κάτοικοι –κυρίως νέα ζευγάρια χωρίς παιδιά - έρχονται εδώ για την εμπειρία της ζωής στο κέντρο.

Ο Ντίνος Αυγουστίδης (Cine-Ψυρρή) θεωρεί κυρίαρχο πρόβλημα την κίνηση και το πάρκινγκ, τον υπερβολικό πλέον αριθμό νυχτερινών κέντρων, τα ναρκωτικά, την ανασφάλεια, κλπ. «Δεν υπάρχει πολιτική βούληση για ξεκαθάρισμα και βελτίωση της περιοχής», ενώ ίσως το χαρακτηριστικότερο δείγμα της κρίσης που περνάει η περιοχή είναι «ότι έχουν μειωθεί αρκετά οι τιμές για προστασία!». Πιστεύει ότι το ξεκαθάρισμα μοιραία θα γίνει από μόνο του. Ωστόσο συνεχίζει να θεωρεί το Ψυρή ιδανική περιοχή κατοικίας (παλιά έμενε στο κτίριο του εστιατορίου, ενώ σήμερα μένει σε διαμέρισμα κοντά στην οδό Σαρρή), ότι σε λίγα χρόνια θα έχουν αυξηθεί περισσότερο οι κάτοικοι, ενώ χαρακτηριστικό είναι ότι ενθαρρύνει και το γιο του να μένει εκεί. Τέλος αναφέρεται στις παραδοσιακές δραστηριότητες που πρέπει να διατηρηθούν με κάθε κόστος. Αναφέρει χαρακτηριστικά την περίπτωση του καταστήματος «εδώδιμων – αποικιακών» του Ορφανίδη που αποτελούσε ένα από τα ιστορικά μαγαζιά της Αθήνας το οποίο ενώ θα έπρεπε να έχει προστατευτεί μεταβλήθηκε σε κοσμηματοπωλείο.

Η ιδιοκτήτρια και καλλιτεχνική διευθύντρια του Διπύλου Ραία Μουζενίδου δηλώνει απογοητευμένη από την αντιμετώπιση των αρχών και των περιόικων και ανησυχεί για το μέλλον. Συγκρίνοντας το Ψυρή με αντίστοιχες περιοχές του εξωτερικού (κυρίως το Παρίσι) ισχυρίζεται ότι η κύρια διαφορά είναι η διαφορετική νοοτροπία, το γεγονός ότι εκεί πολλοί πολιτιστικοί χώροι είναι δημοτικοί και όσοι ασχολούνται με τον πολιτισμό είναι επαγγελματίες. Θεωρεί ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτέλεσαν χαμένη ευκαιρία για την αναβάθμιση και την επίλυση των προβλημάτων της περιοχής. Από την πλευρά της προσπαθεί να ανοίξει το χώρο στην περιοχή και ειδικά προς τους κατοίκους («φιλοξενώ τις γιορτές του παρακείμενου σχολείου στο χώρο δωρεάν αν και είναι οι ίδιοι οι γονείς που μετά κάνουν καταγγελίες εναντίον μου»). Πιστεύει ότι λείπει το πνεύμα συνεργασίας στην περιοχή ανάμεσα στις πολιτιστικές επιχειρήσεις και ότι ένας σύλλογος θα μπορούσε πράγματι να βοηθήσει σημαντικά στον τομέα αυτό.

Όσον αφορά την περιοχή, ο εικονογράφος Μιχάλης Καζάζης πιστεύει ότι έχει χάσει εντελώς το χαρακτήρα της και «σε 20 χρόνια θα γίνει αριστοκρατική, όπως η Πλάκα σήμερα». Θεωρεί μεγάλο πρόβλημα τον τρόπο με τον οποίο διεκδικούν την περιοχή οι επισκέπτες των μπαρ. Σύμφωνα με το διευθυντή του Eco- action Τάκη Μπαλάσκα στην περιοχή πιστεύει ότι πρέπει να δοθεί προσοχή στην ασφάλεια και τα διάφορα πρακτικά θέματα που προκύπτουν (π.χ., ώρες τροφοδοσίας, συγκομιδή σκουπιδιών, κυκλοφοριακό).

Η Ιωάννα Κωστίκα (Warda) έχοντας ζήσει στο Λονδίνο υποστηρίζει ότι η περιοχή της θυμίζει το Hoxton όπου επίσης οι παλιές βιοτεχνίες φιλοξενούν πλέον designer και γκαλερί. Η λειτουργία ενός θεσμικού οργάνου για την επίλυση των προβλημάτων της γειτονιάς και η εφαρμογή του σχεδιασμού θα βοηθούσε σημαντικά τη βελτίωση της κατάστασης. Ωστόσο θεωρεί ότι η περιοχή έχει να αντιμετωπίσει και πολύ σοβαρά προβλήματα κυρίως όσον αφορά τους ναρκομανείς και τους παράνομους πλανόδιους πωλητές. Μαζί με άλλες επιχειρήσεις της περιοχής έχουν συντάξει επιστολή διαμαρτυρίας προς τον Υπουργό Δημόσιας Τάξης για την επίλυση των θεμάτων αυτών. Ο Τάσος Σαπουνάκης (poor designers) θεωρεί ότι στην περιοχή οι «περίεργες» αδειοδοτήσεις, η ελλιπής οργάνωση του δημόσιου χώρου (π.χ., η άθλια κατάσταση των πεζοδρομίων που δεν επιτρέπουν σε κάποιον που έχει μωρό σε καροτσάκι να κινηθεί), η έλλειψη συνεννόησης και η κρατική αδιαφορία αποτελούν τα σημαντικότερα προβλήματα στην περιοχή, η οποία έχει εξελιχθεί μάλλον τυχαία. Γενικά, όμως, δηλώνει αισιόδοξος για την περιοχή, η οποία έχει εύκολη πρόσβαση και προσφέρει ευκαιρίες διασκέδασης και αναψυχής που σε άλλες περιοχές δεν θα υπήρχαν (αναφέρει τη Γλυφάδα όπου σκεφτόταν αρχικά να ανοίξει την επιχείρησή του). Δεν έχουν προλάβει να ανοιχτούν προς τις άλλες πολιτιστικές επιχειρήσεις της περιοχής, αλλά θα τους ενδιέφερε πολύ ένα κοινό event ή μία συνεργασία. Τέλος αναφέρει ότι συχνά χρησιμοποιούν την βιβλιοθήκη της ΑΚΤΟ για τη δουλειά τους, ενώ κατακρίνει το σύστημα εκπαίδευσης στον τομέα που ισχύει στην Ελλάδα.

στ. Ιδιαίτερες περιπτώσεις στο πλαίσιο της περιοχής

Οι δύο πολυκατοικίες που έχουν συγκεντρώσει πολιτιστικές επιχειρήσεις και καλλιτέχνες (οδό Σαχτούρη 1-3 και Αισχύλου 11) αποτελούν ιδιαίτερες περιπτώσεις στο πλαίσιο της περιοχής. Ο Μιχάλης Καζάζης έχει αναπτύξει συνεργασία με διάφορες εκδοτικές επιχειρήσεις, ενώ συνεργάζεται και με το House of Art. Έχει και αυτός την έδρα του στην πολυκατοικία της Σαχτούρη 1-3, την οποία θεωρεί πράγματι αρκετά πρωτότυπη όσον αφορά το καλλιτεχνικό κλίμα (βρίσκει ωραία ιδέα τα πάρτι με ανοιχτές πόρτες), αν και δεν έχει αναπτύξει κάποια συνεργασία στην πολυκατοικία. Σύμφωνα με την Μαίρη Παλμούτσου, αρχικά τους γοήτευσε το κτίριο, ο ενιαίος χώρος που προέκυψε ενώνοντας δύο διαμερίσματα και η θέα. Περιγράφει το κλίμα που επικρατεί στην πολυκατοικία πολύ ιδιαίτερο με τα ανοιχτά πάρτι, συναντήσεις στην ταράτσα, ανταλλαγές απόψεων, πολύ καλή διαχείριση κ.λπ. (μάλιστα έχουν εξασφαλίσει πελατεία από τους άλλους ένοικους, ενώ έχουν διακοσμήσει και τους κοινόχρηστους χώρους και την είσοδο).

Σύμφωνα με τον Γιώργο Λυκιαρδόπουλο η επιλογή του χώρου έγινε ύστερα από συνεννόηση με φίλους και κυρίως από την εταιρία we design, η οποία

στεγάζεται ακριβώς από κάτω στην οδό Αισχύλου. Όπως ισχυρίζεται, η τάση για ανακαίνιση των παλιών βιοτεχνικών χώρων έχει αρχίσει και γίνεται πολύ δημοφιλής. Ο Σέργιος και ο Φίλιππος Φωτιάδης θεωρούν ότι η συνύπαρξη αυτή στην πολυκατοικία τους έχει ωφελήσει σημαντικά, αφού μοιράζονται ιδέες, απόψεις, κ.λπ., αλλά και επιλύουν πρακτικά ζητήματα όπως π.χ. κοινή ταχυδρομική εταιρία. Χαρακτηριστικό είναι επίσης ότι οι αγοροπωλησίες στην περιοχή γίνονται με υπόδειξη φίλων, γνωστών, κ.λπ. και συχνά δεν «φτάνουν» ποτέ στην αγορά και αυτό βέβαια επηρεάζει σημαντικά τη σύνθεση του νέου πληθυσμού (η δική τους περίπτωση είναι ίδια αφού το διαμέρισμα το υπέδειξε ο Γιώργος Λυκιαρδόπουλος που βρίσκεται στον ακριβώς επάνω όροφο). Η αισθητική του κτιρίου με τους ενιαίους μεγάλους χώρους τύπου loft υπήρξε για όλους σημαντικός παράγοντας για την επιλογή του κτιρίου αλλά και της περιοχής (αναφέρουν ωστόσο ότι ενώ η τιμή είναι λογική, η μετατροπή και ανακαίνισή του είναι πολυδάπανη). Σύμφωνα με την Ιωάννα Κωστίκα, η ιδέα της κοινής συνύπαρξης λειτουργεί πολύ καλά, με την καθεμιά τους να έχει την ανανεωτικότητα της όσον αφορά τις δουλειές της. Είναι ιδιαίτερα ικανοποιημένη από την περιοχή και όπως λέει χαρακτηριστικά «αν ξανάρχιζα πάλι εδώ θα ερχόμουν», θεωρώντας ότι σε άλλη περιοχή, π.χ. στη Βουλιαγμένη δεν θα μπορούσε να λειτουργήσει. Μάλιστα, στην περιοχή εργάζεται και η αδερφή της Ελένη Κωστίκα και πιο πρόσφατα ο πατέρας της, που είναι και οι δύο αρχιτέκτονες.

η. Νυχτερινή Οικονομία

Οι περισσότεροι από τους ερωτώμενους κατακρίνουν την άναρχη λειτουργία των νυχτερινών κέντρων και θεωρούν ότι έχουν βλάψει σημαντικά την περιοχή. Ο Αντώνης Αντωνίου εκφράζει μία αρκετά διαφορετική άποψη από τους περισσότερους ερωτώμενους αφού πιστεύει ότι η αύξηση των εστιατορίων και των νυχτερινών κέντρων δεν έχει βλάψει αλλά έχει ωφελήσει την επιχειρηματικότητα στην περιοχή. Θεωρεί το ενδεχόμενο κλεισίματος των επιχειρήσεων αυτών αρνητικό τόσο κοινωνικά όσο και επιχειρηματικά. Φοβάται ότι το Ψυρή μπορεί να μεταλλαχθεί σε Πλάκα (αναφέρεται στις πιέσεις που ασκούν οι κάτοικοι εκεί για σφράγιση όλων των καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος), ενώ του Ψυρή δεν έχει κατά τη γνώμη του ικανό αριθμό κατοίκων. Γνωρίζοντας αρκετά καλά τον χώρο των νυχτερινών κέντρων ισχυρίζεται ότι λόγω και του μεγάλου περιθωρίου κέρδους που έχουν μετακινούνται μέσα στην πόλη σε περιοχές που παρέχουν τις καλύτερες συνθήκες, όπως συμβαίνει σήμερα με την οδό Πειραιώς ενώ όταν εγκαταλείπουν μαζικά μια περιοχή δημιουργούν επιπλέον οικονομικά προβλήματα σε μια σειρά επιχειρήσεων («αυτό έχει συμβεί στην παραλιακή με την αποχώρηση πολλών νυχτερινών κέντρων»). Τέλος, θεωρεί ότι το θέατρο προσφέρει στην

περιοχή και ενδεχόμενο κλείσιμό τους θα επηρεάσει σίγουρα αρνητικά τις άλλες επιχειρήσεις.

θ. Αναφορές – Συγκρίσεις με πολιτιστικές περιοχές του εξωτερικού

Οι ιδιοκτήτες του ΠΙ6 συγκρίνουν την περιοχή με αντίστοιχες περιοχές που έχουν επισκεφθεί στη Γερμανία (Mitte και Kreuzberg στο Βερολίνο, Kulturmeile στη Φρανκφούρτη) και την Ισπανία (Raval στη Βαρκελώνη). Ιδιαίτερα για το Raval πιστεύουν ότι έχει αρκετές ομοιότητες με το Ψυρή και θα μπορούσε να λειτουργήσει ως βέλτιστη πρακτική (ως σημαντική διαφορά αναφέρουν τη λειτουργία πολλών μικρών σχεδιαστών στο Raval με πολύ φτηνές τιμές, όταν το Ψυρή είναι αδικαιολόγητα ακριβό). Ως προβλήματα στην περιοχή αναφέρουν την εγκληματικότητα (τους έχουν σπάσει τη βιτρίνα), τους ναρκομανείς, το θόρυβο και το μεγάλο αριθμό μπαρ και εσπιατορίων («τα οποία συνήθως δεν έχουν χαρακτήρα και δεν προσφέρουν τίποτα στην περιοχή»). Τέλος θεωρούν τη λειτουργία info point και ενός θεσμικού οργάνου για την περιοχή πολύ σημαντικά βήματα για τη βελτίωση της. Ο Νίκος Κοντοπιάς (Επιστροφή, Artistic Investments) έχοντας επισκεφτεί πολλές πολιτιστικές περιοχές στο εξωτερικό, θεωρεί το Museums Quartier της Βιέννης υποδειγματική περίπτωση οργάνωσης και προβολής από την οποία θα μπορούσε να μάθει το Ψυρή. Τέλος, όσον αφορά την ίδια την επιχείρηση υποστηρίζει ότι ουσιαστικά δεν υπάρχει θεσμικό πλαίσιο για τη λειτουργία ιδιωτικών μουσείων στην Ελλάδα, ούτε και κρατική υποστήριξη. Η εικαστικός Λήδα Αλεξοπούλου συγκρίνει το Ψυρή με το Soho του Λονδίνου, για το οποίο αναφέρει ότι έγινε πολύ εμπορικό, και το Mitte του Βερολίνου, στο οποίο «οι γκαλερί παρουσιάζουν κυρίως εμπορική δουλειά, όταν στις περιοχές γύρω από το Mitte (π.χ. Prenzlauerberg) υπάρχουν καλλιτέχνες που νοικιάζουν ισόγειους χώρους και παρουσιάζουν ανεξάρτητα τις δουλειές τους». Ο Σέργιος και ο Φίλιππος Φωτιάδης, έχοντας ζήσει στη Νέα Υόρκη κάνουν τις σχετικές συγκρίσεις παρομοιάζοντας το Ψυρή με την περιοχή του Chelsea και την Πλάκα με το Soho.

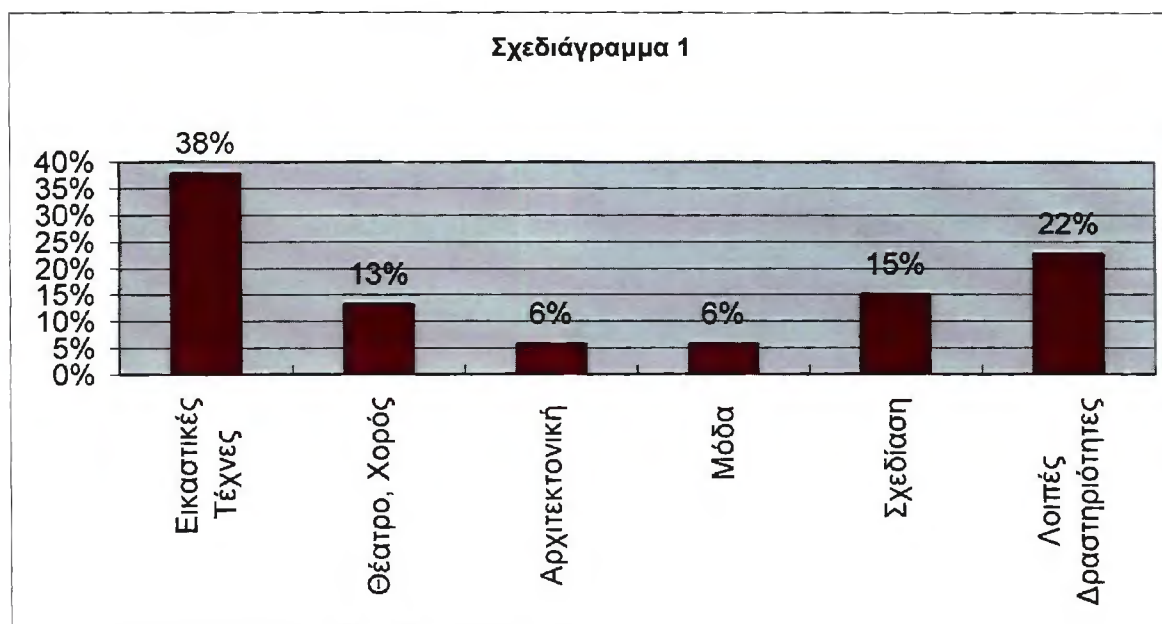
Η Ελένη Τζιρτζιλάκη αναφέρεται σε περιπτώσεις στο εξωτερικό (π.χ., περιοχή Mitte στο Βερολίνο, Ρώμη, Παρίσι) και πρόσφατα συμμετείχε σε μία δράση για τη διάσωση της βιομηχανικής κληρονομιάς στη βιομηχανική περιοχή Isola στο Μιλάνο. Συγκρίνοντάς την με το Ψυρή λέει ότι η κίνηση πολιτών μπορεί υπό συγκεκριμένες συνθήκες να προστατέψει την ιστορικότητα μιας περιοχής και να εξασφαλίσει ότι δεν θα εκτοπιστούν οι προηγούμενοι χρήστες.

Γ. Αποτελέσματα Έρευνας Πεδίου (Ποσοτική Επεξεργασία)

Το δείγμα αφορά 58 αμιγώς πολιτιστικές επιχειρήσεις και οργανισμούς που έχουν ως έδρα την ευρύτερη περιοχή του Ψυρή. Στο δείγμα δεν περιλαμβάνονται επιχειρήσεις που έχουν την πολιτιστική δραστηριότητα ως δευτερεύουσα απασχόληση (π.χ., εστιατόρια που φιλοξενούν και συναυλίες, καταστήματα πώλησης επίπλων που διαθέτουν και είδη τέχνης, κ.λπ.). Στην έρευνα¹ δέχθηκαν να απαντήσουν οι εκπρόσωποι 53 επιχειρήσεων (91,3% του δείγματος) όπως φαίνεται στον πίνακα 1, ποσοστό ικανό να δώσει αντιπροσωπευτικές απαντήσεις και απόψεις για το σύνολο. Σε όσες ερωτήσεις απεικονίζονται οι απαντήσεις σε ποσοστιαία ανάλυση έχει πραγματοποιηθεί στρογγυλοποίηση.

α. Η Επιχείρηση

Ερώτηση 1 : Ποια είναι η κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης που εκπροσωπείται (δυνατότητα για μία απάντηση).



¹ Το πλήρες ερωτηματολόγιο παρατίθεται στο παράρτημα.

Πίνακας 1

Εικαστικές τέχνες	20
Θέατρο, χορός	7
Εκδόσεις	1
Φωτογραφία, Κινηματογράφος, Video	2
Μουσική	
Τηλεόραση & ραδιόφωνο	1
Συναυλίες, ηχογραφήσεις κ.λπ.	2
Σχεδίαση (βιομηχανικό design, διακόσμηση, γραφιστική)	8
Άλλο: Πολυχώροι, Εκπαιδευτικές δραστηριότητες	3
Μόδα	3
Ταξιδιωτικό γραφείο	1
Αρχιτεκτονικά γραφεία	3
Μουσείο	1
Οργάνωση εκδηλώσεων	1
Σύνολο	53

Όσον αφορά το είδος της πολιτιστικής δραστηριότητας (οριζόντια διαφοροποίηση) παρατηρούμε τη μεγάλη ποικιλία δραστηριοτήτων με κυρίαρχες τις εικαστικές τέχνες. Το μεγάλο ποσοστό των επιχειρήσεων που αφορά τις εικαστικές τέχνες (38%) χαρακτηρίζει την περιοχή ως «περιοχή γκαλερί». Ωστόσο το ποσοστό αυτό δεν αφορά των αριθμό εργαζομένων όπου η εικόνα διαφοροποιείται (βλ. παρακάτω). Η συγκέντρωση των γκαλερί στην περιοχή είναι πολύ μεγάλη και για τα δεδομένα της Αθήνας γενικότερα, αφού αφορά το μισό περίπου πληθυσμό τους στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας, με το Κολωνάκι να ακολουθεί αμέσως μετά στην άτυπη αυτή ιεράρχηση. Οι γκαλερί της περιοχής (μαζί με ορισμένα θέατρα) είναι άλλωστε και υπεύθυνες για τη μετεξέλιξη της περιοχής σε «πολιτιστική περιοχή» τη δεκαετία του 1990. Η αναλογία αυτή αποτελεί ιδιαιτερότητα του Ψυρή αφού σε καμία άλλη πολιτιστική περιοχή του εξωτερικού δεν υπάρχει τόσο υψηλή αναλογία σε έναν πολιτιστικό τομέα που τείνει να ταυτίζεται με την «υψηλή τέχνη» (εξαίρεση αποτελεί το Mitte του Βερολίνου). Λόγω της μίξης χρήσεων που υπάρχει είναι δύσκολο να ισχυριστεί κανείς ότι οι εικαστικές τέχνες έχουν ηγεμονικό ρόλο στην περιοχή, άλλωστε όπως φαίνεται παρακάτω απασχολούν πολύ μικρό αριθμό εργαζομένων.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό είναι ότι σε πολλές περιπτώσεις οι επιχειρήσεις ή οι επαγγελματίες επεκτείνονται και σε άλλους καλλιτεχνικούς τομείς (η τάση αυτή λειτουργεί καλύτερα σε μεγάλες συγκεντρώσεις επιχειρήσεων όπου μπορεί να έχουν και υποστήριξη). Έτσι ορισμένα θέατρα λειτουργούν και σαν εκθεσιακοί χώροι

(οργανώνοντας και εικαστικές εκθέσεις), τα γραφεία design μπορεί να οργανώσουν ένα καλλιτεχνικό δρώμενο, οι αρχιτέκτονες να εκθέτουν και σαν καλλιτέχνες, κ.λπ. Επίσης, κάθε ομάδα διακρίνεται από διαφορετικά χαρακτηριστικά και διαφορετικό πλέγμα σχέσεων με άλλους τομείς όπως η αναψυχή, οι βιοτεχνίες και οι υπηρεσίες.

Στο δείγμα μπορούν να εντοπιστούν τέσσερις βασικές υποομάδες:

1. Γκαλερί (20 επιχ.)
2. Θέατρα και χώροι συναυλιών (7 επιχ.)
3. Designer (8 επιχ.)
4. Λοιπές Δραστηριότητες (16 επιχ.)

2^η Ερώτηση: Αναφέρετε ποιος είναι ο κύριος χαρακτήρας των δραστηριοτήτων (δυνατότητα για μία απάντηση).

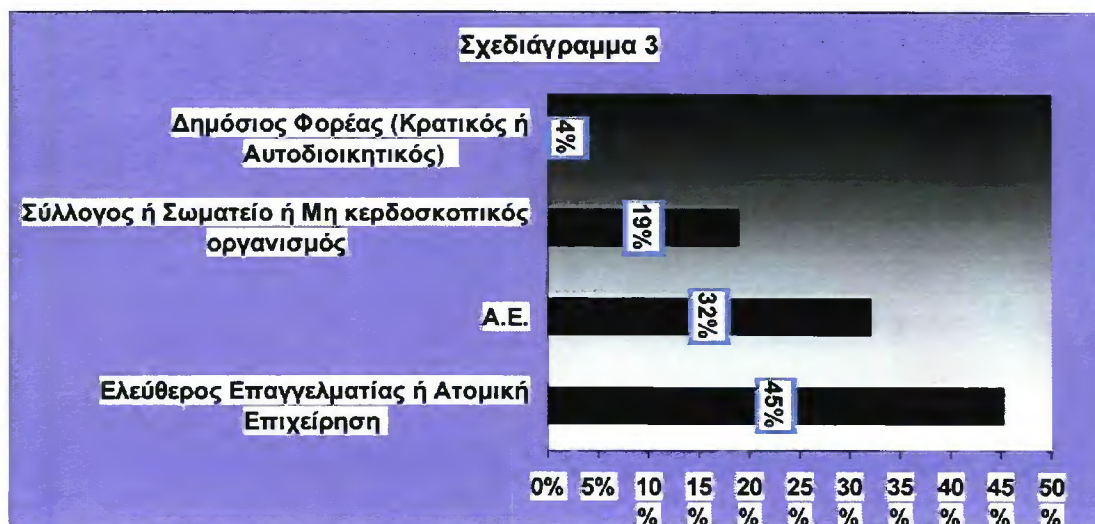


Πίνακας 2

Πωλήσεις ή παροχή υπηρεσιών	41	77%
Παραγωγή π.χ. Παραστάσεις, Εκδόσεις	12	23%
Άλλο		
Συνολικά	53	100%

Από τα στοιχεία του Πίνακα 2 (κάθετη διαφοροποίηση) φαίνεται ότι η πολιτιστική περιοχή του Ψυρή αφορά κυρίως την πώληση και την παροχή υπηρεσιών, χωρίς να σημαίνει αυτό ότι δεν υπάρχει η διάσταση της πολιτιστικής παραγωγής. Άλλωστε σε πολλές επιχειρήσεις τα όρια είναι δυσδιάκριτα (π.χ., οι designer παρέχουν συγκεκριμένη υπηρεσία αλλά παράγουν αντικείμενα, αφίσες, κ.λπ. ή ένας ιδιοκτήτης γκαλερί να τη χρησιμοποιεί ενδεχομένως και σαν ατελιέ για την παραγωγή έργων).

3^η Ερώτηση: Ποια είναι η νομική μορφή της επιχείρησής σας;

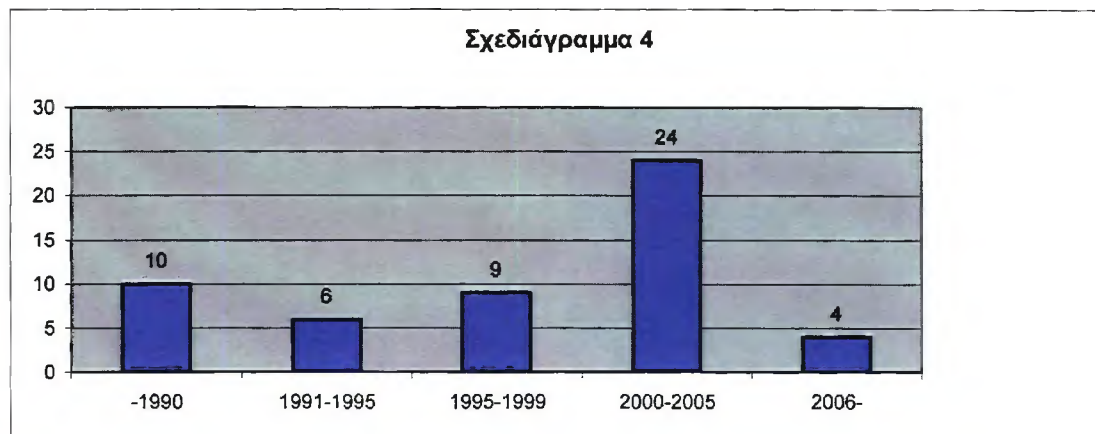


Πίνακας 3

Ελεύθερος Επαγγελματίας ή Ατομική Επιχείρηση	24	45%
Α.Ε.	17	32%
Σύλλογος ή Σωματείο ή Μη κερδοσκοπικός οργανισμός	10	19%
Δημόσιος Φορέας (Κρατικός ή Αυτοδιοικητικός)	2	4%
Σύνολο	53	100%

Η εταιρική μορφή των επιχειρήσεων και των οργανισμών του δείγματος –όπως φαίνεται στο σχεδιάγραμμα και πίνακα 3 - δείχνει ότι σε αντίθεση με τις περιπτώσεις του εξωτερικού έχουμε να κάνουμε κυρίως με εταιρίες ή ελεύθερους επαγγελματίες και όχι με δημόσιους φορείς. Η απουσία δημόσιων φορέων διαφοροποιεί την περιοχή ως προς την ανάπτυξή της, αφού όπως φαίνεται στις περιπτώσεις π.χ. του Τίλμπουργκ ή της Βιέννης, οι φορείς αυτοί αποτελούν προνομιακούς συνομιλητές των τοπικών και εθνικών κυβερνήσεων, κατευθύνοντας και επηρεάζοντας την εξέλιξη της πολιτιστικής περιοχής.

4^η Ερώτηση: Ποιο έτος ιδρύθηκε η επιχείρησή σας ;



Πίνακας 4

-1990	10
1991-1995	6
1995-1999	9
2000-2005	24
2006-	4

Η ερώτηση αυτή αφορά το έτος ίδρυσης της επιχείρησης (και όχι το έτος εγκατάστασης στην περιοχή που ακολουθεί παρακάτω). Το σχεδιάγραμμα και ο πίνακας 4 δείχνουν την κατανομή μεταξύ των νέων- με έτος ίδρυσης μετά τα 2000 - (53%) και παλαιότερων (47%) επιχειρήσεων, η οποία είναι μοιρασμένη, γεγονός που δείχνει ότι ούτε οι παλιοί ούτε οι νέοι επιχειρηματίες αποτελούν τη πλειοψηφία.

5^η Ερώτηση: Πόσα άτομα απασχολούσε η επιχείρησή σας την 1^η Ιανουαρίου 2006, περιλαμβάνοντας και τον εαυτό σας ;

Πίνακας 5

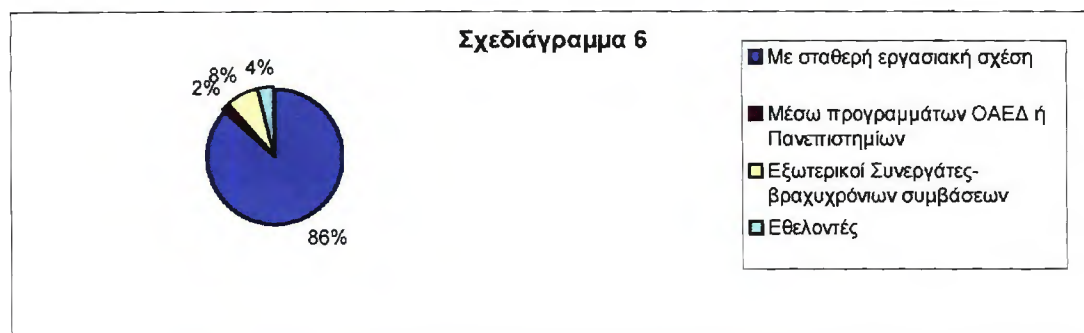
Κατηγορίες	Σύνολο απασχολουμένων	Μ.Ο.
Γκαλερί	62	3,1
Θέατρα- Σκηνές	112	11,2
Designer	31	4,4
Λοιπά	81	5,1
ΣΥΝΟΛΟ	286	5,4

Στην πολιτιστική περιοχή σύμφωνα με τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων (βλ. πίνακα 5) εργάζονται **286** εργαζόμενοι στον πολιτιστικό τομέα, αριθμός σχετικά μικρός σε σχέση με άλλες πολιτιστικές περιοχές στο εξωτερικό.

Κάθε επιχείρηση απασχολεί κατά μέσο όρο **5,4** άτομα, έχουμε δηλαδή να κάνουμε με μικρές επιχειρήσεις. Εάν προσθέσουμε και τους καλλιτέχνες που συνεργάζονται περιστασιακά με γκαλερί, θέατρα, σκηνές, κ.λπ. ο αριθμός αυτός ανεβαίνει σημαντικά. Το 39% των εργαζόμενων των πολιτιστικών επιχειρήσεων της περιοχής εργάζεται στα θέατρα και τις μουσικές σκηνές, όπου μάλιστα δεν συνυπολογίζονται οι ελεύθερες συνεργασίες με ηθοποιούς, κ.λπ. Αν και δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία, μπορεί επίσης εύκολα να συμπεράνει κανείς από τις σχετικές χωρητικότητες ότι τα θέατρα και οι μουσικές σκηνές προσελκύουν και το συντριπτικό ποσοστό των «πολιτιστικών» επισκεπτών του Ψυρή.

Η κυρίαρχη μορφή είναι η εταιρία (Ο.Ε. ή Α.Ε.) 2 ή 3 ατόμων και η ατομική επιχείρηση, ενώ ένα μικρό ποσοστό των εργαζόμενων προσλαμβάνονται μέσω Ο.Α.Ε.Δ. ή με βραχυχρόνιες συμβάσεις (βλ. επόμενη ερώτηση). Ενδεικτικό είναι επίσης ότι κατά τη διάρκεια ορισμένων συνεντεύξεων στις μικρότερες επιχειρήσεις συνάντησα υπαλλήλους, οι οποίοι στο ερωτηματολόγιο δεν αναφέρθηκαν και στη σχετική ερώτησή μου μού απάντησαν είτε ότι πρόκειται για συγγενείς που βοηθούν περιστασιακά, είτε ότι πρόκειται για φίλους που ανήκουν στην καλλιτεχνική ομάδα αλλά δεν υπάρχει εργασιακή σχέση.

6^η Ερώτηση: Σε ποια από τις παρακάτω κατηγορίες κατατάσσεται η πλειοψηφία των ατόμων που εργάζονταν την 1^η Ιανουαρίου 2006 στην επιχείρησή σας:

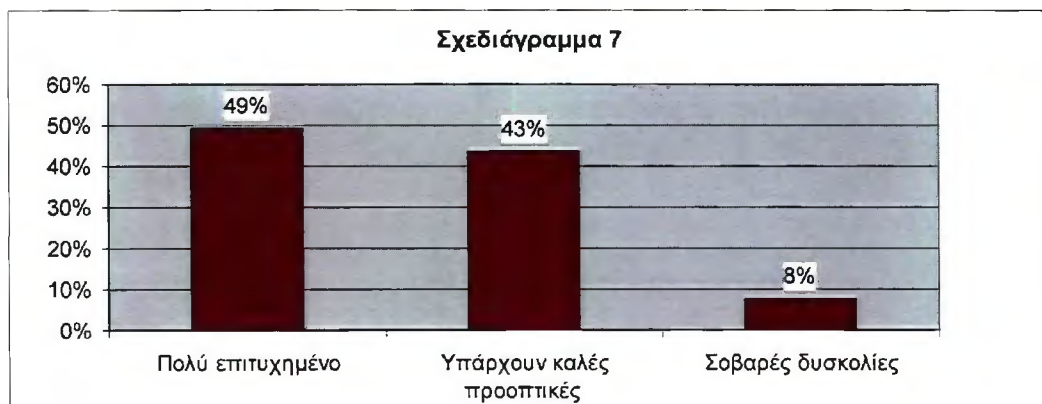


Πίνακας 6

Με σταθερή εργασιακή σχέση	46	87%
Μέσω προγραμμάτων ΟΑΕΔ ή Πανεπιστημίων	1	2%
Εξωτερικοί Συνεργάτες- βραχυχρόνιων συμβάσεων	4	7%
Εθελοντές	2	4%
Σύνολο	53	100%

Στο σχεδιάγραμμα και πίνακα 6 φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζομένων απασχολείται με σταθερή σύμβαση, ποσοστό στο οποίο δεν συνυπολογίζονται οι περιοδικές συνεργασίες (οι οποίες μπορούν να αφορούν μια σεζόν ή μια παράσταση) που κατά κανόνα συνάπτουν οι πολιτιστικές επιχειρήσεις με τους καλλιτέχνες. Τα πρότυπα συνεργασίας άλλωστε διαφέρουν σημαντικά από επιχείρηση σε επιχείρηση: οι γκαλερί δουλεύουν άλλοτε με ποσοστό κέρδους επί των πωλήσεων και άλλοτε με ενοικίαση του χώρου, τα θέατρα άλλοτε με μετακλήσεις θιάσων και άλλοτε με δικές τους παραγωγές, κ.ο.κ. Ορισμένες επιχειρήσεις αποτελούν ιδιαίτερες περιπτώσεις, όπως π.χ. το Μικρό Πολυτεχνείο, όπου ένας μεγάλος αριθμός σεμιναρίων και δραστηριοτήτων πραγματοποιείται από εξωτερικούς συνεργάτες ή η Ελληνική Θεαμάτων που διαθέτει ένα ακόμη πιο πολύπλοκο σύστημα σχέσεων μεταξύ τηλεοπτικών και θεατρικών παραγωγών και των συντελεστών τους.

7^η Ερώτηση: Πως βλέπετε αυτή τη στιγμή το μέλλον της επιχείρησής σας ;

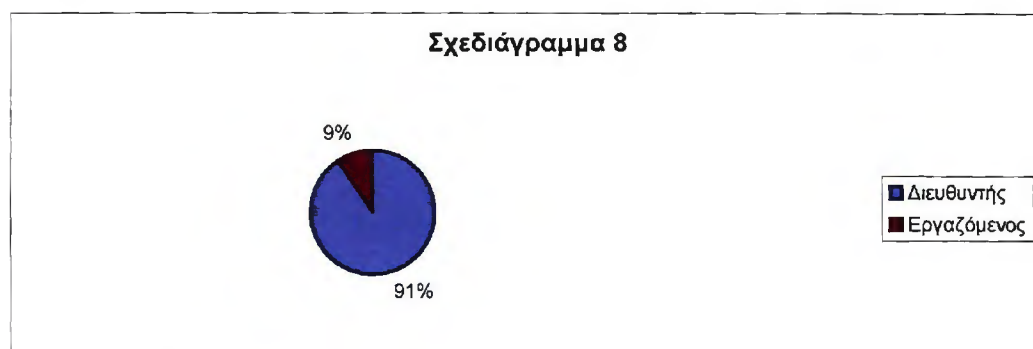
**Πίνακας 7**

Πολύ επιτυχημένο, δεν υπάρχουν προβλήματα επιβίωσης	26	49%
Υπάρχουν καλές προοπτικές αλλά και μεγάλη αβεβαιότητα	23	43%
Σοβαρές δυσκολίες, ενδεχομένως να κλείσει μέσα στα επόμενα χρόνια	4	8%
Σύνολο	53	100%

Η ερώτηση αυτή, αν και αποτελεί εκτίμηση οπότε δεν μπορεί να αποτελέσει δείκτη για το μέλλον των συγκεκριμένων επιχειρήσεων, εμφανίζει την εικόνα που έχουν οι ίδιοι επιχειρηματίες για το μέλλον τους. Σύμφωνα με τις απαντήσεις (βλ. σχεδιάγραμμα και πίνακα 7), το 49% θεωρεί ότι το μέλλον θα είναι επιτυχημένο, ενώ το 51% είτε εκφράζει επιφυλάξεις, είτε θεωρεί βέβαιο ότι θα κλείσει (τρεις από τις επιχειρήσεις πράγματι έκλεισαν κατά τη διάρκεια της έρευνας).

β. Ο Διευθυντής – Επιχειρηματίας

8^η Ερώτηση: Είστε ο διευθυντής ή ιδιοκτήτης της επιχείρησης ;



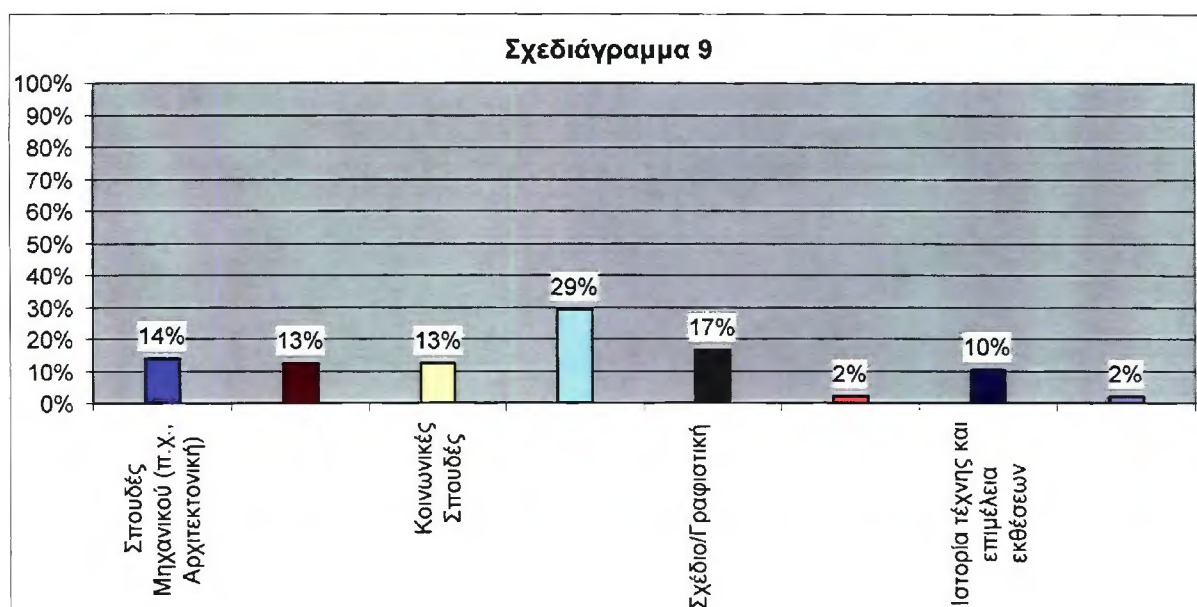
Πίνακας 8

Διευθυντής	48	91%
Εργαζόμενος	5	9%
Σύνολο	53	100%

Σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας ήταν να προσεγγίσει τους διευθυντές ή τους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων, ώστε να δοθεί το προφίλ των ανθρώπων που πήραν την απόφαση να ξεκινήσουν επιχειρηματική δράση στην περιοχή. Όπου αυτό ήταν αδύνατο λόγω πρακτικών δυσκολιών (π.χ., απουσία, ασθένεια), ή άλλων προβλημάτων (π.χ., όταν αποτελεί παράρτημα μεγαλύτερης επιχείρησης), η συνέντευξη και η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια στελέχους ή εργαζόμενου ο οποίος ήταν σε θέση να γνωρίζει και να απαντήσει. Οι περιπτώσεις αυτές αφορούν μόλις το 9% του δείγματος (βλ. σχεδιάγραμμα και πίνακα 8). Στις περιπτώσεις που οι εταιρίες αποτελούνται από δύο ή τρία άτομα σε ισότιμο ρόλο διευθυντή (π.χ. We Design, Design Shop, Τεχνοφάση, Θέατρο Κωφών), η συνέντευξη πραγματοποιήθηκε επιλεκτικά με ένα άτομο, αλλά καταγράφηκαν οι κοινές απόψεις ή οι διαφωνίες.

Ένα σημαντικό στοιχείο που προκύπτει από την ερώτηση αυτή είναι ότι αρκετές επιχειρήσεις έχουν ιδιόμορφα καθεστώτα διοίκησης που διαφέρουν σημαντικά από άλλες οικονομικές δραστηριότητες. Σε πολλές περιπτώσεις (ειδικά στους designer) πρόκειται για ομάδες με φιλικές σχέσεις που ξεκινούν μια μικρή επιχείρηση χωρίς οργανόγραμμα ή περιγραφή αρμοδιοτήτων, ιδιαίτερο ενδιαφέρον δε έχουν περιπτώσεις όπως η Warda και η We Design όπου τα μέλη της επιχείρησης λειτουργούν και ανεξάρτητα.

9η Ερώτηση: Σε ποιόν τομέα ανταποκρίνονται οι σπουδές σας/ η ειδίκευση σας;



Πίνακας 9

Σπουδές Μηχανικού (π.χ., Αρχιτεκτονική)	7	14%
Οικονομικές Σπουδές - Διοίκηση Επιχειρήσεων - Μάρκετινγκ	6	13%
Κοινωνικές Σπουδές	6	13%
Καλλιτεχνικές Σπουδές	14	29%
Σχέδιο/Γραφιστική	8	17%
Δεν έχω ειδικευτεί	1	2%
Ιστορία τέχνης και επιμέλεια εκθέσεων	5	10%
Άλλο	1	2%
Σύνολο	48	100%

Η ερώτηση αυτή στοχεύει να συμβάλλει στην ανακάλυψη του προφίλ του πολιτιστικού επιχειρηματία στην Ελλάδα. Είναι χαρακτηριστικό ότι σε ελάχιστες περιπτώσεις οι διευθυντές-ιδιοκτήτες έχουν τελειώσει σπουδές που σχετίζονται με την διοίκηση ή την πολιτιστική διαχείριση. Σύμφωνα με δηλώσεις οι πιο πολλοί «χρειάστηκε να τα μάθουν στην πορεία», άλλωστε όπως φαίνεται στο σχεδιάγραμμα και πίνακα 9, η πλειοψηφία (56%) έχει τελειώσει σπουδές με πολιτιστική κατεύθυνση (θεατρικές, κινηματογραφικές, εικαστικές, ιστορίας της τέχνης, επιμέλειας εκθέσεων, κ.ά.). Χαρακτηριστικό στοιχείο είναι ότι έξι μέλη του δείγματος είναι κάτοχοι διδακτορικού τίτλου, ενώ η πλειοψηφία έχει πραγματοποιήσει μέρος ή το σύνολο των σπουδών στο εξωτερικό.

10^η Ερώτηση: Τι ρόλο έπαιξαν οι παρακάτω παράγοντες στην απόφαση

ιδρύσης της επιχείρησής σας ; (Προσδιορισμός από 1-10, όπου 1=ο

σημαντικότερος λόγος, 2=ο δεύτερος σημαντικότερος λόγος και 3=ο τρίτος κατά σειρά, κ.ο.κ.)



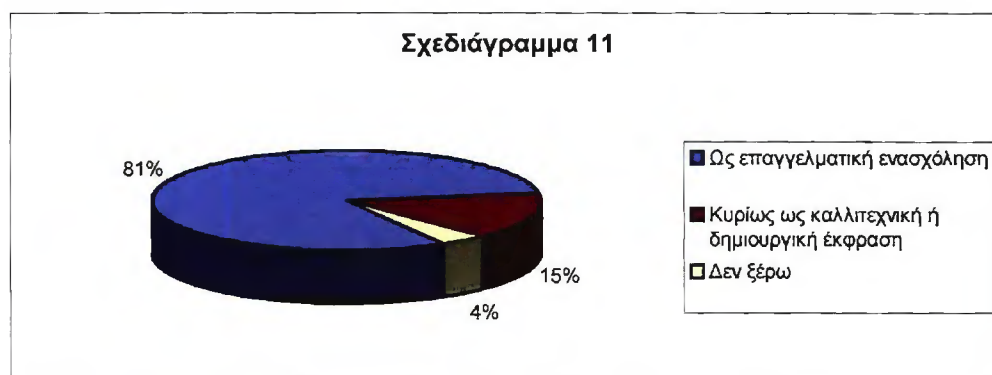
Πίνακας 10

Πρόκληση	23%
Ανακάλυψη ανάγκης στην αγορά	14%
Επιθυμία να είμαι αφεντικό του εαυτού μου	8%
Διάθεση ιδίου κεφαλαίου	5%
Προσωπικό ενδιαφέρον για τον τομέα	37%
Μη ικανοποίηση με προηγ. εργασία	4%

Δυνατότητα για περισσότερα χρήματα	3%
Καλύτερες δυνατ. συνδ.οικογ.& εργασίας	1%
Απειλή ανεργίας	4%
Ανεργία	1%
Σύνολο	100%

Χαρακτηριστικό της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας αποτελεί το γεγονός ότι το κέρδος συχνά δεν είναι το σημαντικότερο κίνητρο σε αντίθεση με όλες τις άλλες μορφές επιχειρηματικότητας. Ως λόγο ίδρυσης αναφέρουν συχνότερα την πρόκληση ή το προσωπικό ενδιαφέρον για το συγκεκριμένο τομέα, χωρίς βεβαίως αυτό να σημαίνει ότι το κέρδος δεν αποτελεί σκοπό.

11^η Ερώτηση: Πώς αντιλαμβάνεστε την ενασχόληση με την επιχείρησή σας;



Πίνακας 11

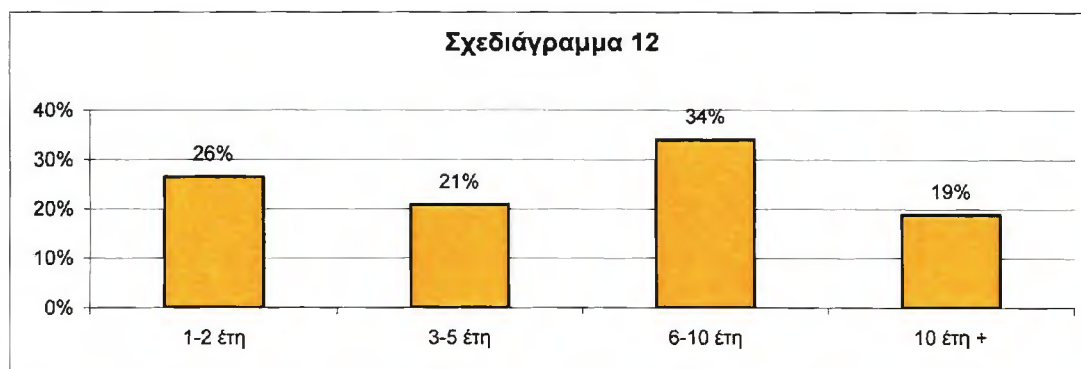
Ως επαγγελματική ενασχόληση	43	81%
Κυρίως ως καλλιτεχνική ή δημιουργική έκφραση	8	15%
Δεν ξέρω	2	4%
Σύνολο	53	100%

Από τις απαντήσεις στην ερώτηση αυτή (βλ. σχεδιάγραμμα και πίνακα 11) εξετάζεται η επικρατούσα άποψη ότι η ενασχόληση με την τέχνη και τον πολιτισμό σπάνια αποτελεί βασική επαγγελματική επιδίωξη. Στο συγκεκριμένο δείγμα ωστόσο, η άποψη αυτή καταρρίπτεται αφού η συντριπτική πλειοψηφία θεωρεί την ενασχόλησή του επάγγελμα. Όπως αναφέρεται και στο κεφ. 2, τα πολιτιστικά επαγγέλματα αποτελούν τομέα απασχόλησης με αυξητική τάση και με ολοένα μεγαλύτερη εξειδίκευση. Στις συνεντεύξεις ήταν σαφές ότι η πλειοψηφία έχει επιλέξει συνειδητά τον συγκεκριμένο τομέα και παρακολουθεί στενά το καλλιτεχνικό χώρο. Η

επαγγελματική του συμπεριφορά δεν έχει πάντα σαν άξονα το κέρδος ή τις ορθές επιχειρηματικές αποφάσεις.

γ. Τόπος Εγκατάστασης και Περιβάλλον

12^η Ερώτηση: Πόσα χρόνια βρίσκεται η επιχείρησή σας στην περιοχή του Ψυρή;



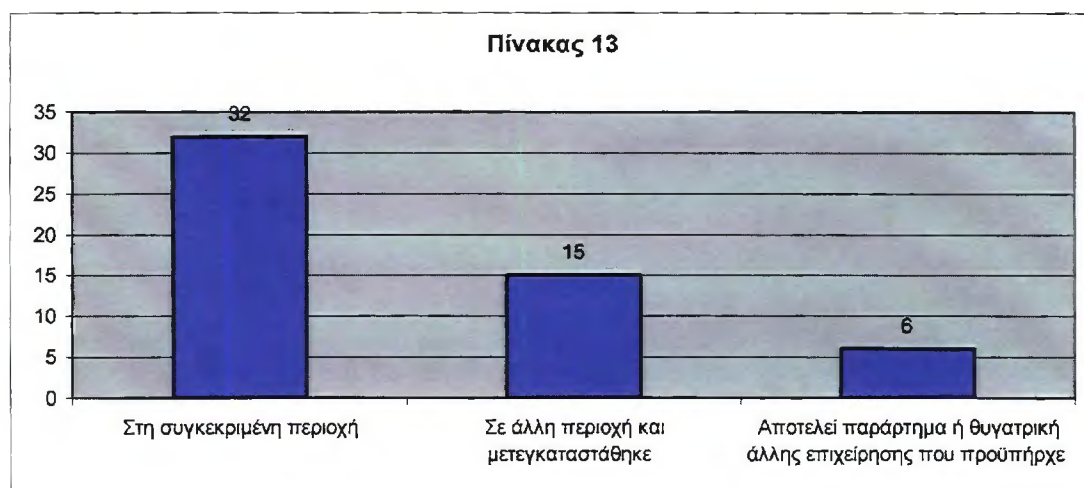
Πίνακας 12

1-2 έτη	14	26%
3-5 έτη	11	21%
6-10 έτη	18	34%
10 έτη +	10	19%
Σύνολο	53	100%

Ο αριθμός των ετών που βρίσκεται η κάθε επιχείρηση στην περιοχή του Ψυρή αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς δείκτες για την παρουσίαση της εξέλιξης της περιοχής μέχρι σήμερα. Εδώ καταρρίπτεται μία αρκετά διαδεδομένη άποψη (όπως διαφαίνεται και μέσα από τα δημοσιεύματα των εφημερίδων) ότι η περιοχή βρίσκεται σε παρακμή όσον αφορά τον πολιτιστικό τομέα και ότι η «χρυσή εποχή» για την εγκατάσταση νέων πολιτιστικών επιχειρήσεων ήταν η δεκαετία του 1990. Παρά τα προβλήματα και την αρνητική δημοσιότητα των τελευταίων ετών, η περιοχή συνεχίζει να αποτελεί δημοφιλή τόπο εγκατάστασης για πολιτιστικές επιχειρήσεις (ενδεχομένως η ζήτηση να είναι μεγαλύτερη στις γειτονικές περιοχές – Γκάζι, Μεταξουργείο) και υπάρχει αυξητική τάση του πληθυσμού τους μετά το 2000, όπως φαίνεται στο σχεδιάγραμμα και πίνακα 12. Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις που εγκαταλείπουν την περιοχή δεν είναι τόσο πολλές όσο θα πίστευε κανείς: σε μία πρόχειρη καταγραφή θα βρει κανείς μόλις πέντε πολιτιστικές επιχειρήσεις που οδηγήθηκαν σε κλείσιμο – Θέατρο Οδού Ερμού, Άρτιο, Unlimited, Επίκεντρο, Στίγμα) και άλλες τρεις που

έκλεισαν κατά τη διάρκεια της έρευνας. Εάν δε αναζητήσει κανείς τους λόγους, θα διαπιστώσει ότι σχεδόν ποτέ δεν σχετίζονται με την φερόμενη «παρακμή» της περιοχής. Ερωτώμενοι που έτυχε να γνωρίζουν τους λόγους που απομακρύνθηκαν οι πέντε επιχειρήσεις αυτές ανέφεραν ότι συχνά ήταν άσχετοι με τη λειτουργία τους π.χ., διαφωνία απόψεων μεταξύ συνεργατών, έξωση λόγω ενοικιαστηρίου, αλλαγή στόχων, κ.λπ. Περιπτώσεις όπως οι γκαλερί Art Unlimited, Στίγμα και Els Hannape ανήκουν σε αυτή τη κατηγορία.

13^η Ερώτηση: Σε ποια περιοχή ιδρύθηκε και λειτούργησε για πρώτη φορά η επιχείρησή σας;



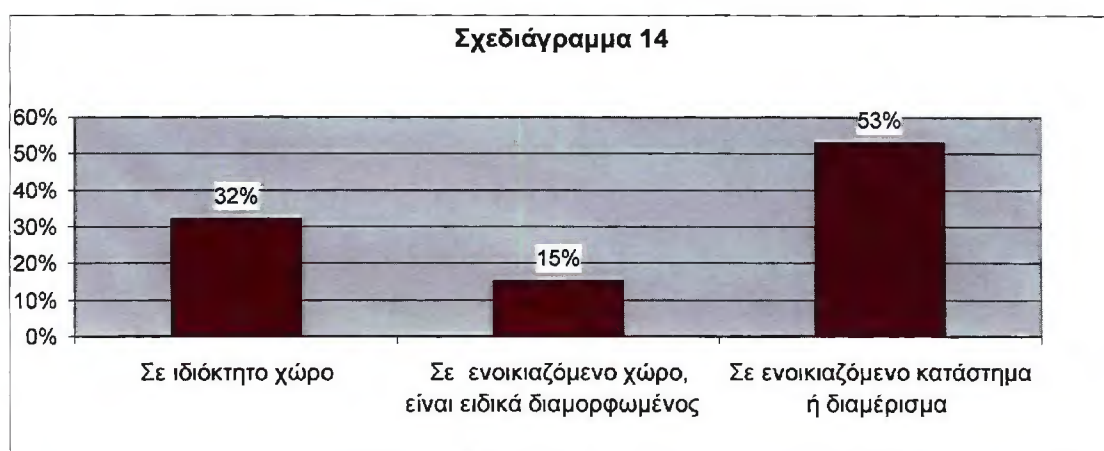
Πίνακας 13

Στη συγκεκριμένη περιοχή	32	61%
Σε άλλη περιοχή και μετεγκαταστάθηκε	15	28%
Αποτελεί παράρτημα ή θυγατρική άλλης επιχείρησης που προϋπήρχε	6	11%
Σύνολο	53	100%

Οι απαντήσεις στην ερώτηση αυτή όπως αποτυπώνονται στο σχεδιάγραμμα και πίνακα 13 δείχνουν ότι οι περισσότεροι επέλεξαν την περιοχή του Ψυρή σαν έδρα για το ξεκίνημα της επιχειρηματικής δράσης, ενώ λιγότεροι ήταν αυτοί που ήδη είχαν ξεκινήσει την επιχείρησή τους σε άλλο μέρος. Έτσι, ενώ σε πολλές περιπτώσεις του εξωτερικού ενθαρρύνεται η μετεγκατάσταση στη νέα περιοχή η οποία λειτουργεί σαν υποδοχέας, εδώ έχουμε να κάνουμε κυρίως με νέους επιχειρηματίες. Ο δείκτης αυτός χαρακτηρίζει και την ποιότητα των επιχειρήσεων αλλά και τον πειραματικό – καινοτομικό τους χαρακτήρα.

Από την άλλη πλευρά, οι περιπτώσεις επιχειρήσεων που άλλαξαν έδρα διαφοροποιούνται μεταξύ τους τόσο όσον αφορά την περιοχή προέλευσης (το Κολωνάκι αναφέρεται στις περισσότερες περιπτώσεις) όσο και για τους λόγους που αναγκάστηκαν να μετακομίσουν. Σε πολλές περιπτώσεις οι λόγοι μετακόμισης συνδέονται με την απόρριψη της περιοχής προέλευσης και όχι με την περιοχή του Ψυρή.

14^η Ερώτηση: Που στεγάζετε την επιχείρησή σας ;



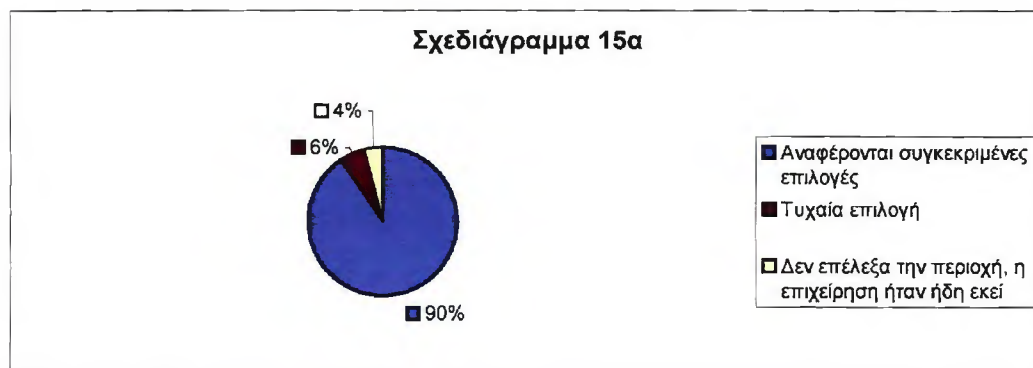
Πίνακας 14

Σε ιδιόκτητο χώρο	17	32%
Σε ενοικιαζόμενο χώρο, είναι ειδικά διαμορφωμένος	8	15%
Σε ενοικιαζόμενο κατάστημα ή διαμέρισμα	28	53%
Σε χώρο που παραχωρείται δωρεάν	0	0 %
Σύνολο	53	100%

Το υψηλό ποσοστό (32%) των ιδιόκτητων χώρων – όπως δείχνουν το σχεδιάγραμμα και ο πίνακας 14 - είναι ένα στοιχείο με ιδιαίτερο ενδιαφέρον, ειδικά αν συγκριθεί με τις περιπτώσεις του εξωτερικού. Ακολουθεί τη γενικότερη τάση για υψηλά ποσοστά ιδιοκτησίας, όπου η Ελλάδα είναι πρώτη σε σχέση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες. Το στοιχείο αυτό μπορεί να ερμηνευτεί και ως διάθεση για ιδιωτική επένδυση στην περιοχή, αφού η αγορά ενός ακινήτου συνδυάζεται με την προσδοκία για υψηλή κερδοφορία σε σχέση με την ανάπτυξη της περιοχής. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι ένα μικρό μόνο ποσοστό (9%) διαθέτουν και κατοικία στο Ψυρή. Ωστόσο, οι όροφοι των πολυκατοικιών κατοικούνται ολόενα και

περισσότερο από νέους οι οποίοι αναζητούν την αισθητική των loft σε σχέση με τη ζωή στο κέντρο της πόλης.

15^η Ερώτηση: Ποιοι ήταν οι βασικοί λόγοι εγκατάστασης της επιχείρησής σας στην συγκεκριμένη περιοχή ; (δυνατότητα για 3 απαντήσεις)



Πίνακας 15α

Αναφέρονται συγκεκριμένες επιλογές	48	90%
Τυχαία επιλογή	3	6%
Δεν επέλεξα την περιοχή, η επιχείρηση ήταν ήδη εκεί	2	4%
Σύνολο	53	100%



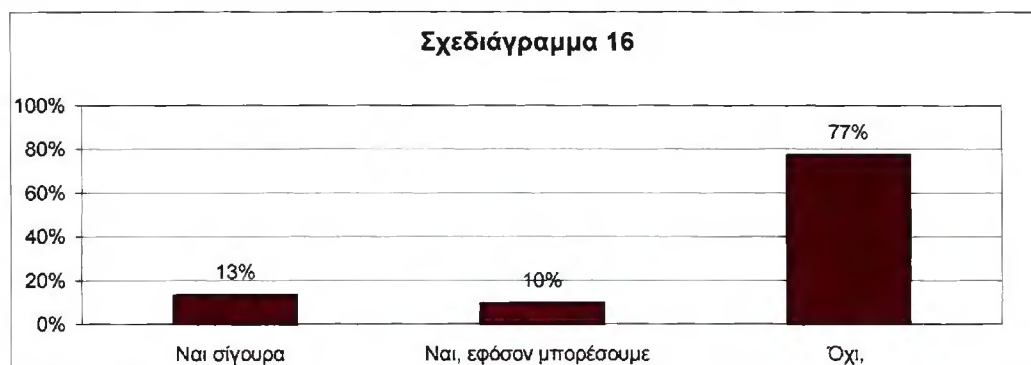
Πίνακας 15β

Ύπαρξη παρόμοιων επιχειρήσεων και οργανισμών στην περιοχή	11	9%
Έτοιμος χώρος, κατάλληλος για πολιτιστικές εκδηλώσεις-δραστηριότητες	9	7%
Ιδιαιτερότητα κτιρίου (π.χ. βιομηχανικός χώρος)	28	22%
Χαμηλές τιμές (ενοίκιο ή αγορά)	25	20%
Καλλιτεχνική – δημιουργική ατμόσφαιρα της περιοχής του Ψυρή	30	24%
Επαρκής χώρος στάθμευσης	1	1%
Εύκολη πρόσβαση	8	6%
Κοντά σε προμηθευτές	6	5%
Κοντά στην αγορά ή στους πελάτες	7	6%
Ικανοποιητικές υποδομές για τεχνολογία	0	0%
Προσμονή για αναβάθμιση στο μέλλον	1	1%
Σύνολο	126	100%

Στην ερώτηση αυτή οι επιχειρηματίες καλούνται να δηλώσουν τους σημαντικότερους λόγους για τους οποίους επέλεξαν την περιοχή ως τόπο εγκατάστασης. Στον πίνακα 15 διαχωρίζονται οι απαντήσεις σε τρεις βασικές κατηγορίες: σε όσους επέλεξαν συνειδητά την περιοχή και σε όσους είτε την επέλεξαν τυχαία είτε ήταν ήδη η επιχείρηση εκεί. Στην πρώτη κατηγορία ανήκει η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος (90%) αναφέροντας συγκεκριμένους παράγοντες που τους προσέλκυσαν στην περιοχή.

Στο σχεδιάγραμμα και πίνακα 15β φαίνεται ποιοι είναι οι σημαντικότεροι λόγοι με σημαντικότερο την καλλιτεχνική ατμόσφαιρα της περιοχής (24%). Ακολουθούν οι χαμηλές τιμές, οι οποίες αποτέλεσαν κίνητρο για αγορά πριν γίνει η περιοχή δημοφιλής (σε συνδυασμό με χρηματοδοτικά προγράμματα για την ανακαίνιση κτιρίων). Σήμερα οι τιμές για αγορά ή ενοικίαση ισόγειου καταστήματος είναι απαγορευτικές για μικρές επιχειρήσεις και οι τιμές για τους υπόλοιπους ορόφους έχουν αυξηθεί σημαντικά. Ειδικά για τις περιπτώσεις των βιοτεχνικών χώρων είναι πολύ υψηλά τα κόστη ανακαίνισης και μετατροπής τους σε χώρους γραφείου ή κατοικίας. Το γεγονός ότι οι περισσότεροι δελεάστηκαν κυρίως από την καλλιτεχνική ατμόσφαιρα της περιοχής και τη συνύπαρξη με άλλες πολιτιστικές επιχειρήσεις, καθώς και από την ιδιαιτερότητα των κτιρίων, δείχνει ότι υπήρχε εξαρχής η προσμονή για τη δημιουργία της πολιτιστικής περιοχής και η εξασφάλιση οφέλους από την συνύπαρξη με παρόμοιες επιχειρήσεις.

16^η Ερώτηση: Θα μετακομίσει η επιχείρησή σας σύντομα;

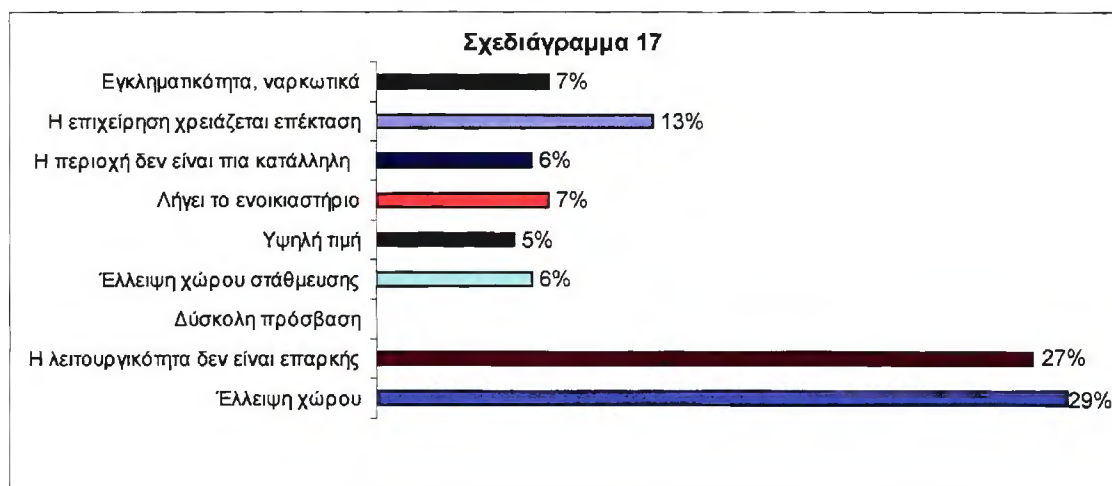


Πίνακας 16

Ναι σίγουρα	7	13%
Ναι, εφόσον μπορέσουμε	5	10%
Όχι	41	77%
Σύνολο	53	100%

Η ερώτηση-φίλτρο σχετικά με την πιθανή μετακόμιση της επιχείρησης δείχνει ότι ένα ικανό ποσοστό (23%) έχει αποφασίσει ή επιθυμεί να μετακομίσει (βλ. σχεδιάγραμμα και πίνακα 16). Το ποσοστό αυτό δείχνει εν μέρει την απογοήτευση των επιχειρηματιών από την περιοχή, ωστόσο δεν είναι επαρκής ένδειξη ότι η περιοχή περνάει κρίση.

17^η Ερώτηση: Ποιοι είναι οι βασικότεροι λόγοι για την μετακόμιση της επιχείρησής σας; (Προσδιορισμός από 1-3, όπου 1=ο σημαντικότερος λόγος, 2=ο δεύτερος σημαντικότερος λόγος και 3=ο τρίτος κατά σειρά)



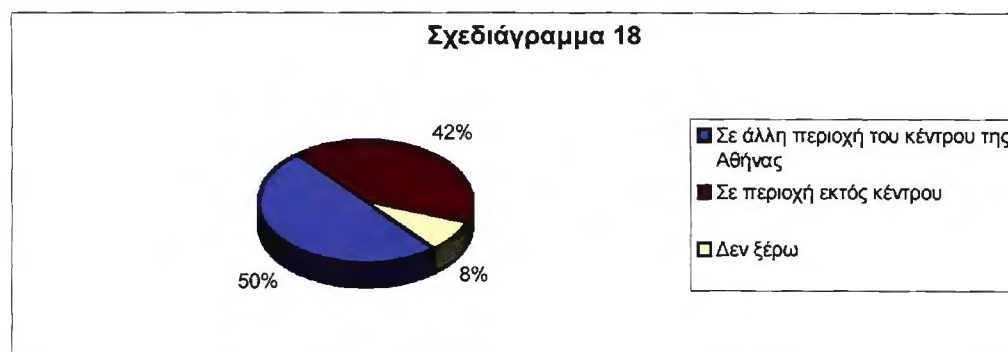
Πίνακας 17

Έλλειψη χώρου	29%
Η λειτουργικότητα δεν είναι επαρκής	27%
Δύσκολη πρόσβαση	0%
Έλλειψη χώρου στάθμευσης	6%
Υψηλή τιμή	5%
Λήγει το ενοικιαστήριο	7%
Η περιοχή δεν είναι πια κατάλληλη	6%
Η επιχείρηση χρειάζεται επέκταση	13%
Εγκληματικότητα, ναρκωτικά	7%
Σύνολο	100 %

Οι απαντήσεις στην ερώτηση αυτή όπως αποτυπώνονται στο σχεδιάγραμμα και πίνακα 17 δείχνουν τους λόγους για τους οποίους επιθυμούν οι επιχειρήσεις που εξέφρασαν επιθυμία να μετακομίσουν. Η ανάλυση των αποτελεσμάτων δείχνει ότι στις περισσότερες περιπτώσεις οι λόγοι δεν σχετίζονται με την ίδια την περιοχή. Ελάχιστοι αναφέρουν την «παρακμή» της περιοχής ως αιτία, ορισμένοι αναφέρουν τα ακριβά ενοίκια, στις περισσότερες περιπτώσεις όμως οι λόγοι φαίνεται να είναι ενδοεπιχειρησιακοί (επέκταση, λειτουργικότητα, οικονομικά προβλήματα, κ.ά.). Χαρακτηριστικό είναι επίσης το γεγονός ότι δεν υπάρχει σημαντική συσχέτιση μεταξύ των ερωτώμενων που εκφράζονται αρνητικά για την περιοχή με την επιθυμία για

μετακόμιση, όπως θα ανέμενε κανείς. Παρά τις μετακομίσεις ή το κλείσιμο πολιτιστικών επιχειρήσεων ο αριθμός τους δεν μειώνεται, και όλα δείχνουν ότι θα ξεπεράσει τις 70 μέσα στην επόμενη διετία.

18η Ερώτηση: Πού θα μετακομίσει η επιχείρησή σας ;



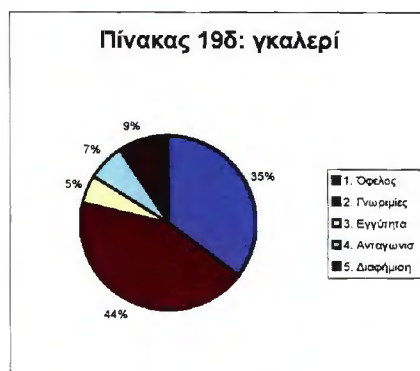
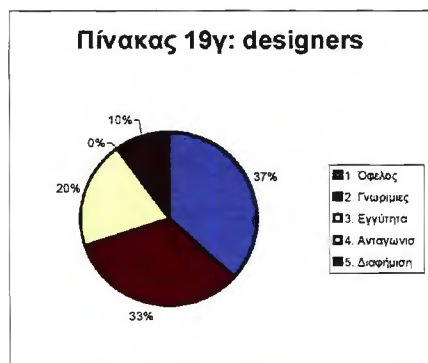
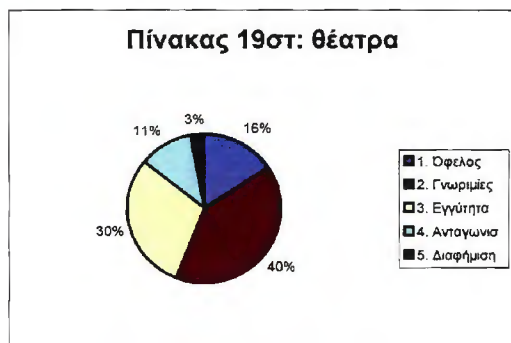
Πίνακας 18

Σε άλλη περιοχή του κέντρου της Αθήνας	6	50%
Σε περιοχή εκτός κέντρου	5	42%
Σε άλλη πόλη		0%
Στο εξωτερικό		0%
Δεν ξέρω	1	8%
Σύνολο	12	100%

Κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων ορισμένοι από αυτούς που σκοπεύουν να μετακομίσουν ανέφεραν το Κολωνάκι (ειδικά οι γκαλερί) ως προορισμό, άλλοι την περιοχή του Μεταξουργείου, το ιστορικό κέντρο της Αθήνας, ενώ αρκετοί σκοπεύουν να εγκαταλείψουν εντελώς τις κεντρικές περιοχές της Αθήνας. Από τις απαντήσεις (βλ. σχεδιάγραμμα και πίνακα 18) είναι δύσκολο να προσδιοριστεί αν υπάρχει τάση για συγκέντρωση πολιτιστικών επιχειρήσεων σε μία άλλη περιοχή. Χαρακτηριστική είναι η τάση να παραμείνουν σε περιοχές του κέντρου της Αθήνας, αφού οι περισσότεροι επιχειρηματίες γνωρίζουν ότι δύσκολα θα μπορούσαν να καθιερωθούν σε μία μη καθιερωμένη περιοχή.

19^η Ερώτηση

Πώς αξιολογείται την επίδραση της ύπαρξης άλλων πολιτιστικών επιχειρήσεων στην επιχείρησή σας δεδομένου ότι βρίσκεστε σε μία πολιτιστική περιοχή;





Πίνακας 19.α

Ναι, πιστεύω ότι η περιοχή επηρεάζει την επιχείρησή μου (αναφέρουν συγκεκριμένα ποσοστά)	40	75%
Διαφωνώ, δεν πιστεύω ότι η περιοχή έχει επίδραση στη λειτουργία της επιχείρησής μου	13	25%

Πίνακας 19.ε

	Designer	Gallery	Θέατρα	Λοιπά	M.O.
ΣΥΝΟΛΟ	6	13	7	14	%
1. Όφελος	37%	35%	16%	30%	30%
2. Γνωριμίες	33%	44%	40%	28%	36%
3. Εγγύτητα	20%	5%	30%	33%	22%
4. Ανταγωνισμός	0%	7%	11%	0%	4%
5. Διαφήμιση	10%	9%	3%	9%	8%
Σύνολο					100,00%

Οι ερωτώμενοι καλούνται να αξιολογήσουν με ποσοστά τους παρακάτω πέντε παράγοντες:

- ο Όφελος από την καλλιτεχνική ατμόσφαιρα της περιοχής
- ο Δυνατότητα για άτυπα δίκτυα - Ανταλλαγή δημιουργικών ιδεών - Γνωριμίες
- ο Εγγύτητα προμηθευτών ή Εγγύτητα πελατών
- ο Υγιής Ανταγωνισμός
- ο Διαφήμιση της επιχείρησης

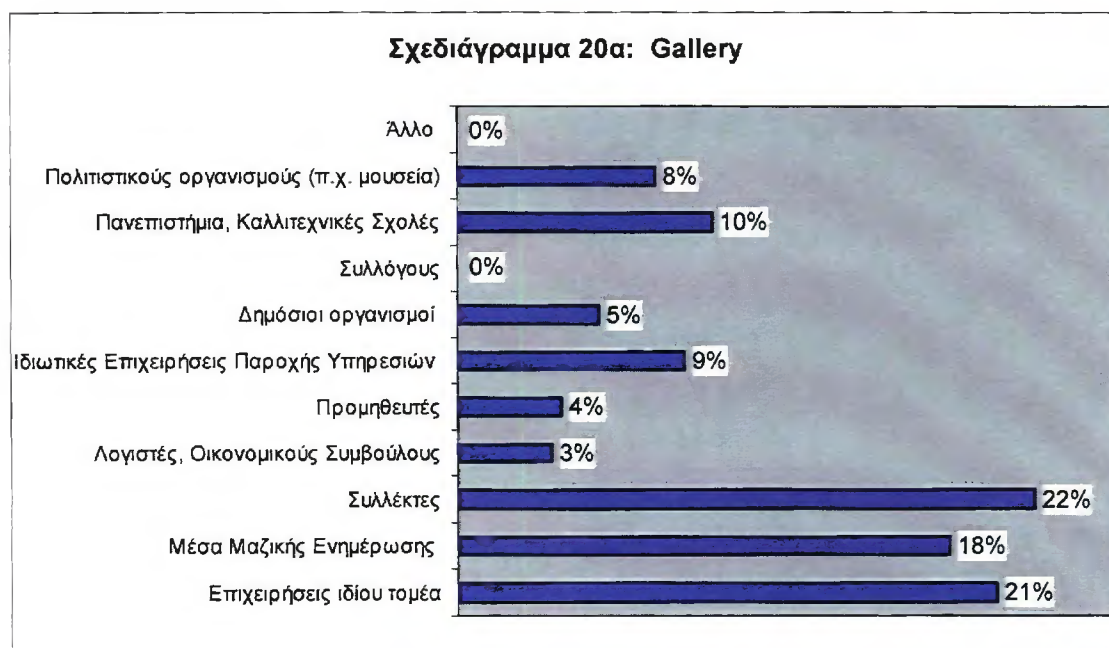
Η ερώτηση αυτή έχει σαν στόχο να αξιολογήσουν οι ερωτώμενοι τη συνύπαρξη τους με άλλες πολιτιστικές επιχειρήσεις εφ' όσον βρίσκονται σε μία «πολιτιστική περιοχή» και να αξιολογήσουν πέντε χαρακτηριστικά με ποσοστό ώστε να του δοθεί η

δυνατότητα να αξιολογήσουν και την σχετική βαρύτητα μεταξύ τους. Ένα πρώτο σημαντικό στοιχείο είναι ότι ένας στους τέσσερις ερωτώμενους θεωρεί ότι η ύπαρξη άλλων πολιτιστικών επιχειρήσεων στην περιοχή του Ψυρή δεν επηρεάζει τη λειτουργία της επιχείρησής του. Το ποσοστό αυτό είναι αρκετά μεγάλο και ίσως σχετίζεται με το γεγονός ότι οι αρχές αλλά και οι ίδιες οι επιχειρήσεις δεν έχουν προωθήσει την ιδέα της «πολιτιστικής περιοχής». Σε αντίστοιχες συνεντεύξεις στις περιπτώσεις του εξωτερικού οι πολιτιστικοί επιχειρηματίες είναι σαφώς πιο ενημερωμένοι και συνειδητοποιημένοι για το ρόλο της πολιτιστικής περιοχής, έχοντας ήδη συμμετάσχει σε συλλόγους, ομάδες εργασίας, κ.ά.

Το υπόλοιπο 75% του δείγματος θεωρεί ότι ωφελείται από την ύπαρξη των άλλων πολιτιστικών επιχειρήσεων της περιοχής. Αξιολογούν ως πιο σημαντικούς παράγοντες την καλλιτεχνική ατμόσφαιρα (creative milieu) της περιοχής και τη δυνατότητα για άτυπα δίκτυα, ανταλλαγή δημιουργικών ιδεών και γνωριμίες ως τους πιο σημαντικούς, ενώ για πολλές επιχειρήσεις η εγγύτητα προμηθευτών ή εγγύτητα πελατών αποτελεί σημαντικό παράγοντα. Λιγότερο σημαντικό θεωρούν τον υγιή ανταγωνισμό που αναπτύσσεται μεταξύ τους (οι περισσότεροι θεωρούν ότι η συνύπαρξη τους δεν συνιστά ανταγωνισμό), αλλά και τη διαφήμιση της επιχείρησης λόγω της ύπαρξης τους στην περιοχή. Στην ερώτηση μου εάν θεωρούν ότι το «Ψυρή» λειτουργεί ως brandname θετικά ή αρνητικά για την επιχείρηση τους (π.χ., εάν ο εναλλακτικός χαρακτήρας της περιοχής οδηγεί τους πελάτες να ταυτίζουν την επιχείρηση με αυτή την εικόνα) οι περισσότεροι απάντησαν ότι δεν επηρεάζει σημαντικά, και μόνο ορισμένοι απάντησαν ότι η εικόνα του επηρεάζεται θετικά ή και αρνητικά. Κάθε υποομάδα του δείγματος τείνει να αξιολογεί διαφορετικά τα χαρακτηριστικά αυτά (π.χ., τα θέατρα θεωρούν την εγγύτητα σημαντικότερη από τις άλλες ομάδες) γενικά όμως τείνουν να συμφωνούν.

δ. Συνεργασία – Δικτύωση

20^η Ερώτηση: Με ποιες από τις επόμενες επιχειρήσεις / οργανισμούς / άτομα / υπηρεσίες έχετε επαγγελματικές σχέσεις συχνότερα;
(Προσδιορισμός από 1-10, όπου 1=ο σημαντικότερος λόγος, 2=ο δεύτερος σημαντικότερος λόγος και 3=ο τρίτος κατά σειρά, κ.ο.κ.)



Σχεδιάγραμμα 20β: Θέατρα



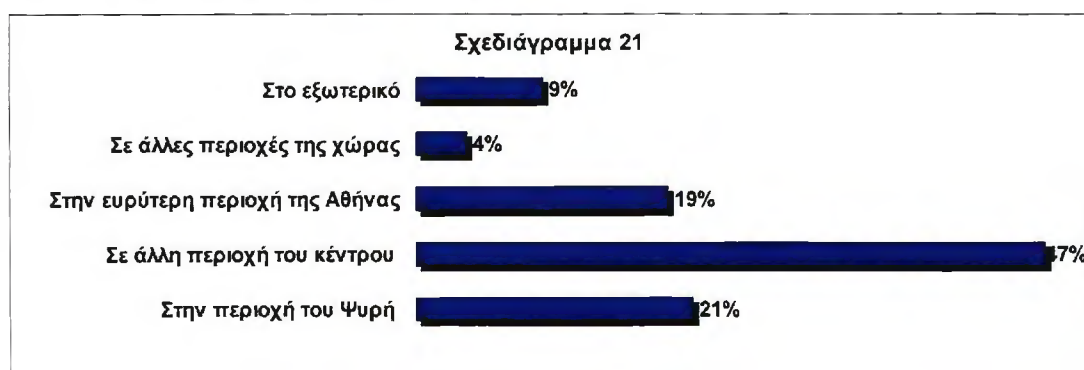
Σχεδιάγραμμα 20γ: Designer





Οι απαντήσεις στην ερώτηση αυτή, όπως δείχνουν οι πίνακες 20, 20α, 20β, 20γ, 20δ, δίνουν μια ένδειξη σχετικά με τους σημαντικότερους συνεργάτες κάθε επιχείρησης, όπου φαίνεται ότι η πλειοψηφία των πολιτιστικών επιχειρήσεων συνεργάζεται με ομοειδείς επιχειρήσεις, γεγονός που ενισχύει την ανάγκη για συγκέντρωση. Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης αποτελούν επίσης σημαντικό συνεργάτη για κάθε επιχείρηση που ασχολείται με πολιτιστικές δραστηριότητες, άλλωστε είναι ίσως ο τομέας της οικονομίας που εξαρτάται όσο κανένας άλλος από την προβολή και τη διαφήμιση. Σχετικά μικρή είναι η συνεργασία με το δημόσιο τομέα, ενώ ενδιαφέρον είναι το σχετικά μεγάλο ποσοστό συνεργασίας με εκπαιδευτικούς οργανισμούς, στοιχείο που δείχνει τη σημασία που μπορεί να διαδραματίσει ένας εκπαιδευτικός οργανισμός στο πλαίσιο μιας πολιτιστικής περιοχής. Κάθε υποομάδα έχει τις ιδιαιτερότητες της: οι γκαλερί συνεργάζονται κυρίως με συλλέκτες, οι designer με ιδιωτικές επιχειρήσεις, κ.λπ.

21^η Ερώτηση: Που βρίσκονται οι περισσότερες επιχειρήσεις / οργανισμοί / άτομα / υπηρεσίες του ίδιου τομέα ;



Πίνακας 21

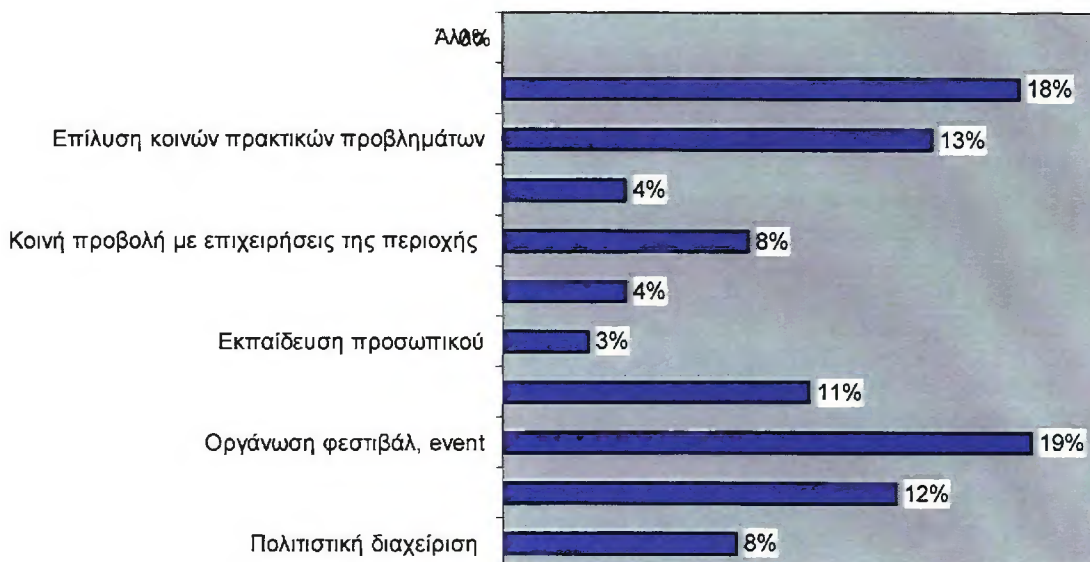
Στην περιοχή του Ψυρή	11	21%
Σε άλλη περιοχή του κέντρου	25	47%
Στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας	10	19%
Σε άλλες περιοχές της χώρας	2	4%
Στο εξωτερικό	5	9%
Σύνολο	53	100%

Η ερώτηση αυτή δείχνει ουσιαστικά εάν η περιοχή του Ψυρή είναι, σύμφωνα με την εκτίμηση των ερωτώμενων, σημαντική περιοχή συγκέντρωσης για τις επιχειρήσεις μίας συγκεκριμένης πολιτιστικής δραστηριότητας. Από τις απαντήσεις (βλ. σχεδιάγραμμα και πίνακα 21) προκύπτει ότι μόλις το 21% των ερωτώμενων πιστεύει ότι εκεί βρίσκονται οι περισσότερες ομοειδείς επιχειρήσεις. Η ερώτηση ωστόσο φάνηκε να δυσκολεύει τους ερωτώμενους όσον αφορά το ποιες ανήκουν στον ίδιο τομέα, π.χ. ορισμένοι εκπρόσωποι γκαλερί θεώρησαν ότι οι υπόλοιπες γκαλερί δεν ανήκουν στον ίδιο τομέα αλλά χωρίζονται σε ομάδες ανάλογα με τους καλλιτέχνες που εκπροσωπούν.

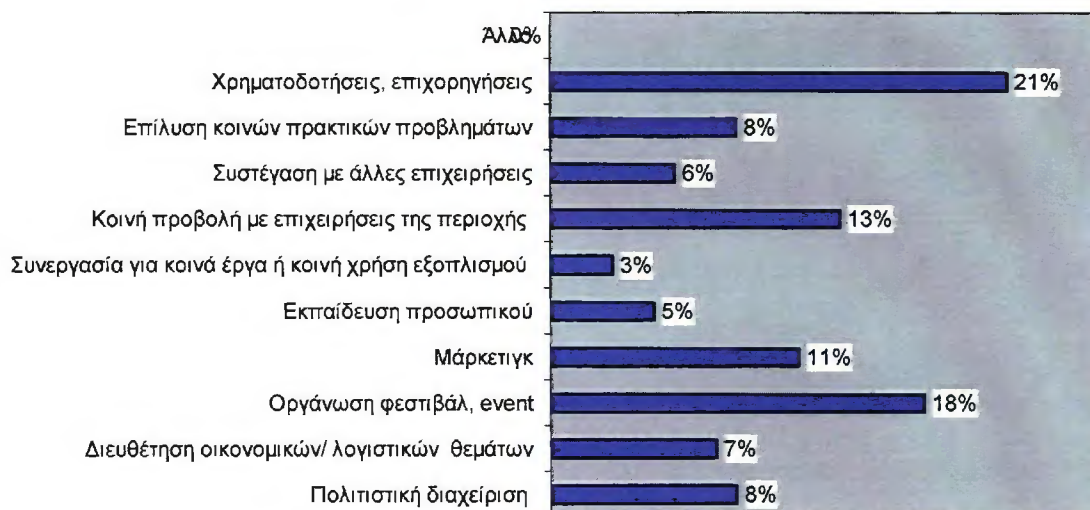
22^η Ερώτηση: Πως κρίνετε τη σημασία των παρακάτω παραγόντων για την επιχείρησή σας; (Προσδιορισμός από 1-3, όπου 1=ο σημαντικότερος λόγος, 2=ο δεύτερος σημαντικότερος λόγος και 3=ο τρίτος κατά σειρά κ.ο.κ.)



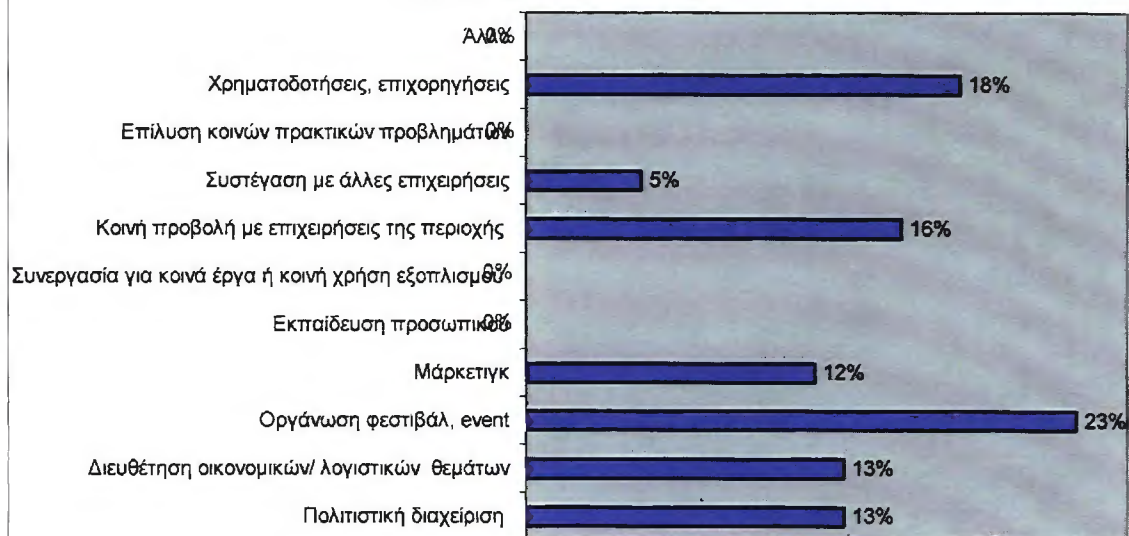
Σχεδιάγραμμα 22 Gallery



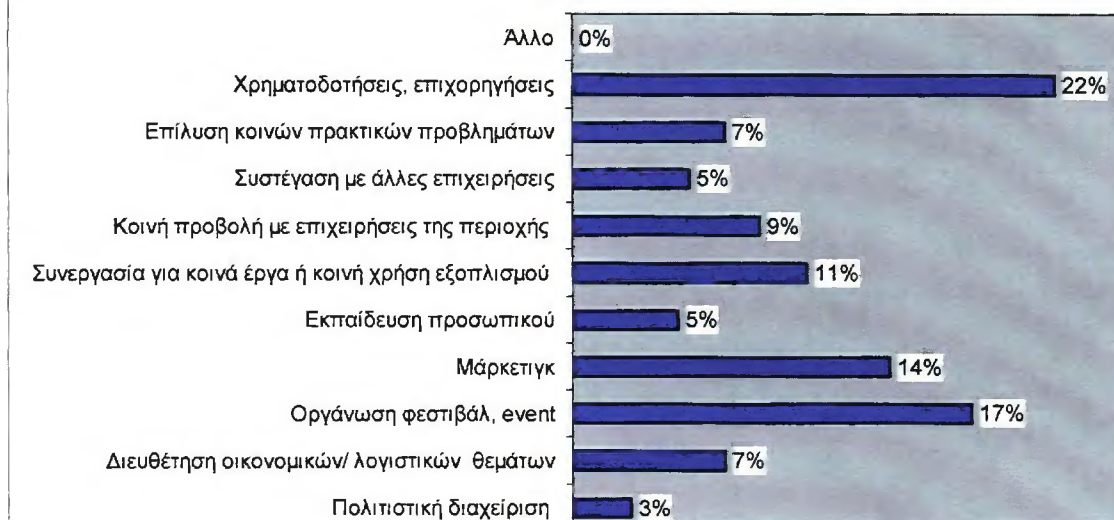
Σχεδιάγραμμα 22 Θέατρα



Σχεδιάγραμμα 22 Designer

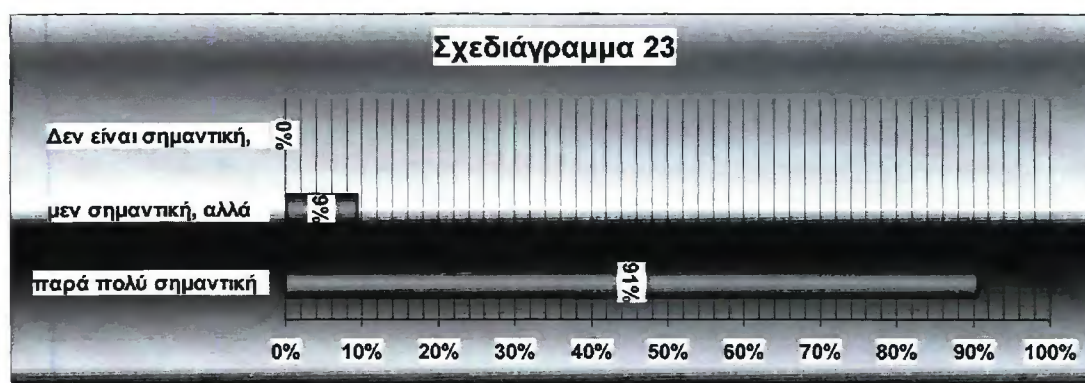


Σχεδιάγραμμα 22 Λοιπά



Οι απαντήσεις σε αυτή την ερώτηση επιβεβαιώνουν το πάγιο αίτημα των πολιτιστικών επιχειρηματιών για τη διοργάνωση ενός φεστιβάλ ή event στην περιοχή. Επίσης αναδεικνύει τη σημασία που έχει για τους ερωτώμενους η ενημέρωση για χρηματοδοτικά προγράμματα και επιχορηγήσεις, καθώς και το πάγιο ενδιαφέρον τους για κοινή προβολή, εφαρμογή στρατηγικής μάρκετινγκ και πολιτικής πωλήσεων. Εντύπωση κάνει επίσης το γεγονός ότι οι ερωτώμενοι αξιολογούν ως τελευταία προτεραιότητα την εκπαίδευση του προσωπικού. Και σε αυτή την ερώτηση διαφοροποιούνται σημαντικά οι τέσσερις υποομάδες όσον αφορά την σχετική βαρύτητα που προσδίδουν σε κάθε τομέα.

23^η Ερώτηση: Ποια είναι η σημασία της προσωπικής απευθείας επαφής με πελάτες ή συνεργάτες;



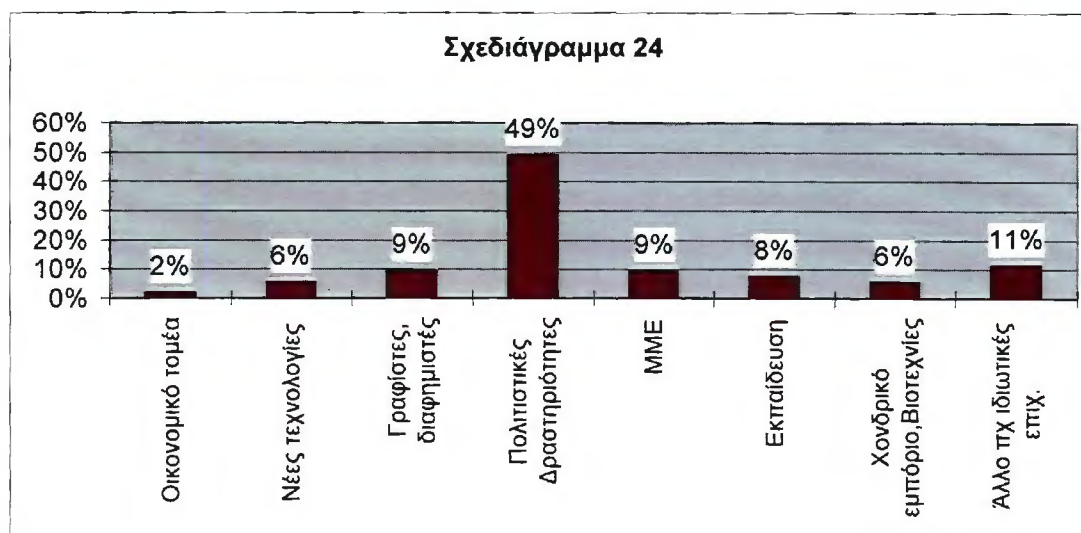
Πίνακας 23

Παρά πολύ σημαντική	48	91%
Ναι μεν σημαντική, αλλά	5	9%
Δεν είναι σημαντική	0	0%
Σύνολο	53	100%

Η ερώτηση ζητάει από τους ερωτώμενους να αξιολογήσουν τη σημασία που αποδίδουν στην απευθείας επαφή με συνεργάτες, πελάτες, συνάδελφους, κ.ά. σε αντιδιαστολή με την τηλεφωνική-ηλεκτρονική επαφή. Οι απαντήσεις στην ερώτηση αυτή (βλ. σχεδιάγραμμα και πίνακα 23) έρχεται να επιβεβαιώσει την υπόθεση ότι η απευθείας επαφή (face to face) είναι πολύ σημαντική για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις¹, γεγονός που ενισχύει την τάση για συγκέντρωσή τους.

¹ Παρουσιάζεται στο Κεφ. 3

24^η Ερώτηση: Σε ποιόν τομέα δραστηριοποιούνται οι περισσότερες επιχειρήσεις / οργανισμοί / άτομα / υπηρεσίες που συνεργάζεστε; (δυνατότητα για μία απάντηση)

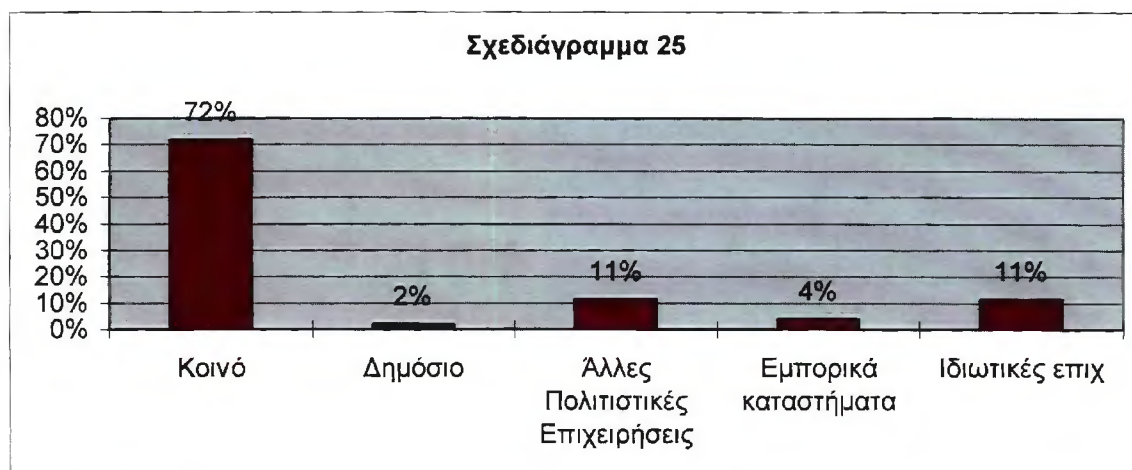


Πίνακας 24

Οικονομικό τομέα	1	2%
Νέες τεχνολογίες	3	6%
Γραφίστες, διαφημιστές	5	9%
Πολιτιστικές Δραστηριότητες	26	49%
ΜΜΕ	5	9%
Εκπαίδευση	4	8%
Χονδρικό εμπόριο, βιοτεχνίες	3	6%
Άλλο π.χ. ιδιωτικές επιχειρήσεις	6	11%
Σύνολο	53	100%

Οι απαντήσεις στην ερώτηση αυτή αποτελούν ένδειξη για τις επαγγελματικές σχέσεις των πολιτιστικών επιχειρήσεων (αν και η δυνατότητα για μία απάντηση δεν επιτρέπει την αξιολόγηση). Όπως φαίνεται στο σχεδιάγραμμα και στον πίνακα 24 το γεγονός ότι οι μισές επιχειρήσεις συνεργάζονται κυρίως με ομοειδείς επιχειρήσεις εκφράζει τη δυναμική των πολιτιστικών περιοχών και την αναγκαιότητα για χωροθέτηση σε κοντινή απόσταση. Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης αναφέρθηκαν πολλές φορές κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων, τόσο σαν πελάτες (π.χ. για τους γραφίστες), όσο και σαν μέσα προβολής.

25^η Ερώτηση: Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι πελάτες της επιχείρησής σας; (δυνατότητα για μία απάντηση)



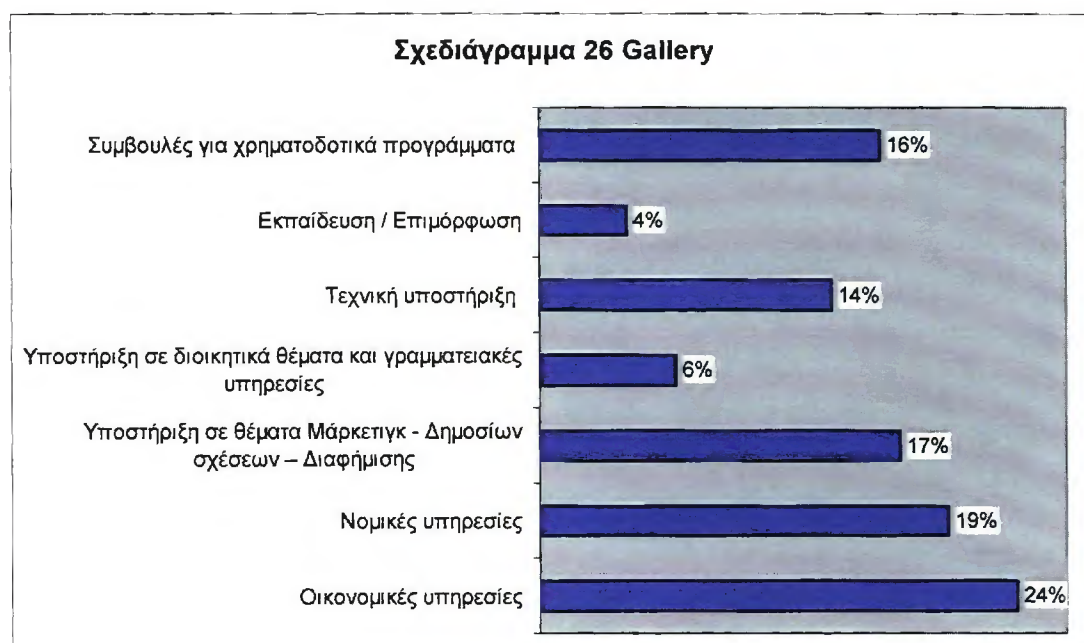
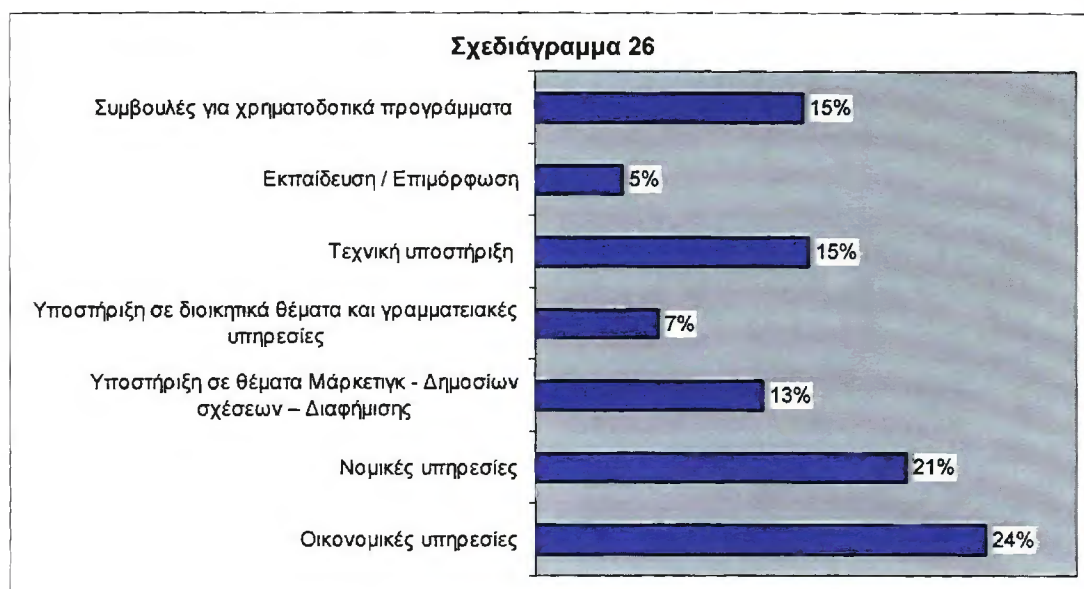
Πίνακας 25

Κοινό	38	72%
Δημόσιο	1	2%
Άλλες Πολιτιστικές Επιχειρήσεις	6	11%
Εμπορικά καταστήματα	2	4%
Ιδιωτικές επιχειρήσεις	6	11%
Σύνολο	53	100%

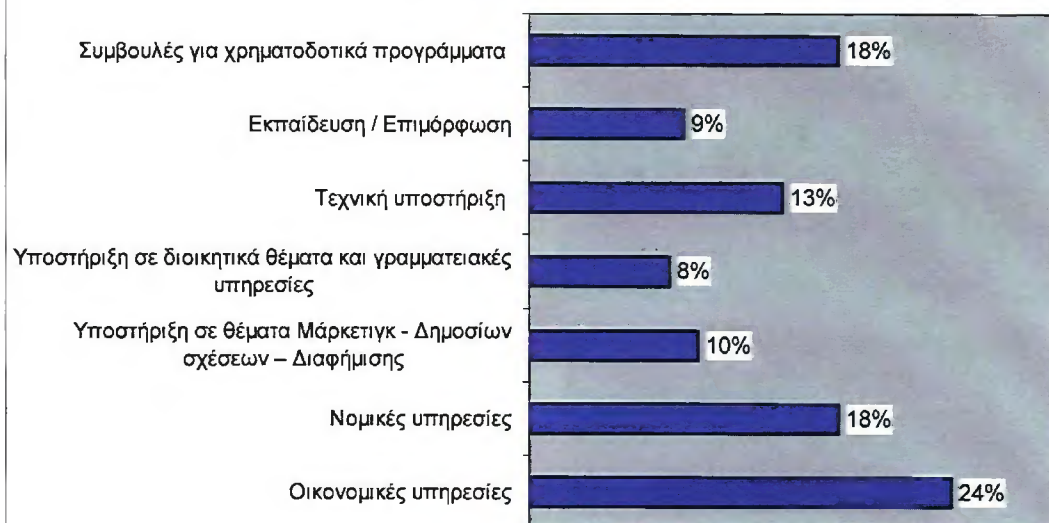
Στην ερώτηση αυτή οι ερωτώμενοι καλούνται να ορίσουν το σημαντικότερο «πελάτη» τους. Σκοπός είναι να εντοπιστεί εάν οι επιχειρήσεις αυτές πρώτον είναι εστιασμένες στο Business to Business (B2B) ή στο Business to Customer (B2C) και δεύτερον εάν ενδιαφέρονται για την προσέλκυση κοινού. Είναι προφανές ότι σε ορισμένες περιπτώσεις επιχειρήσεων (π.χ. γραφίστες, κινηματογραφικοί παραγωγοί) η προσέλκυση του κοινού δεν ενδιαφέρει, ενώ σε άλλες η προσέλκυση κοινού αποτελεί τον κύριο στόχο (π.χ., θέατρα). Στην πραγματικότητα, σε πολλές περιπτώσεις ο διαχωρισμός αυτός δεν είναι ξεκάθαρος: στην περίπτωση των γκαλερί συχνά η προσέλκυση συλλεκτών-αγοραστών ενδιαφέρει περισσότερο από την προσέλκυση κοινού, ενώ πολλοί γραφίστες, αρχιτέκτονες, σχεδιαστές της περιοχής συμμετέχουν και σε εξωστρεφείς δραστηριότητες όπως εκθέσεις, καλλιτεχνικές ομάδες, κ.ά. Εταιρίες όπως η roordesigners, η The switch και η Ochymoroti δεν λειτουργούν αποκλειστικά σαν γραφεία ή εταιρίες, αλλά έχουν συχνά και τα χαρακτηριστικά μιας καλλιτεχνικής ομάδας. Όπως λέει ο Τάσος Σαπουνάκης της roordesigners «η εταιρία αποτελείται από έναν πυρήνα πέντε ατόμων, υπάρχει όμως και μία ομάδα φίλων που συμμετέχει στις δραστηριότητες μας». Το πρότυπο αυτό δεν αναφέρεται σε μία τυπική οργανωτική διάρθρωση μιας εταιρίας, αλλά στο πρότυπο μιας ανοιχτής καλλιτεχνικής ομάδας, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι παραμελείται το επιχειρηματικό κομμάτι.

26^η Ερώτηση: Σε τι βαθμό έχει ανάγκη η επιχείρησή σας από εξωτερικές υπηρεσίες στις παρακάτω κατηγορίες; (Προσδιορισμός από 1-3, όπου 1=ο

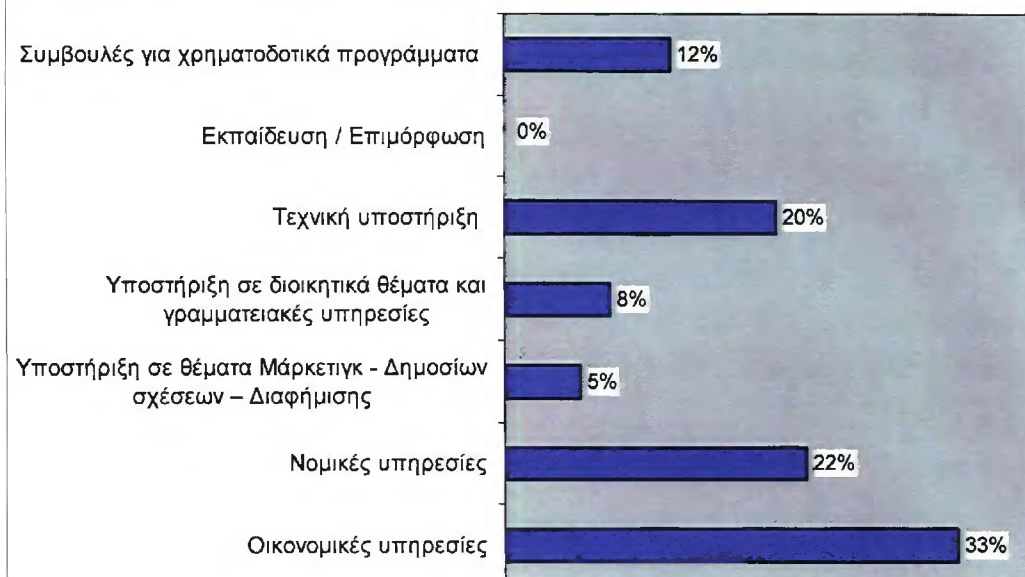
σημαντικότερος λόγος, 2=ο δεύτερος σημαντικότερος λόγος και 3=ο τρίτος κατά σειρά κ.ο.κ.)



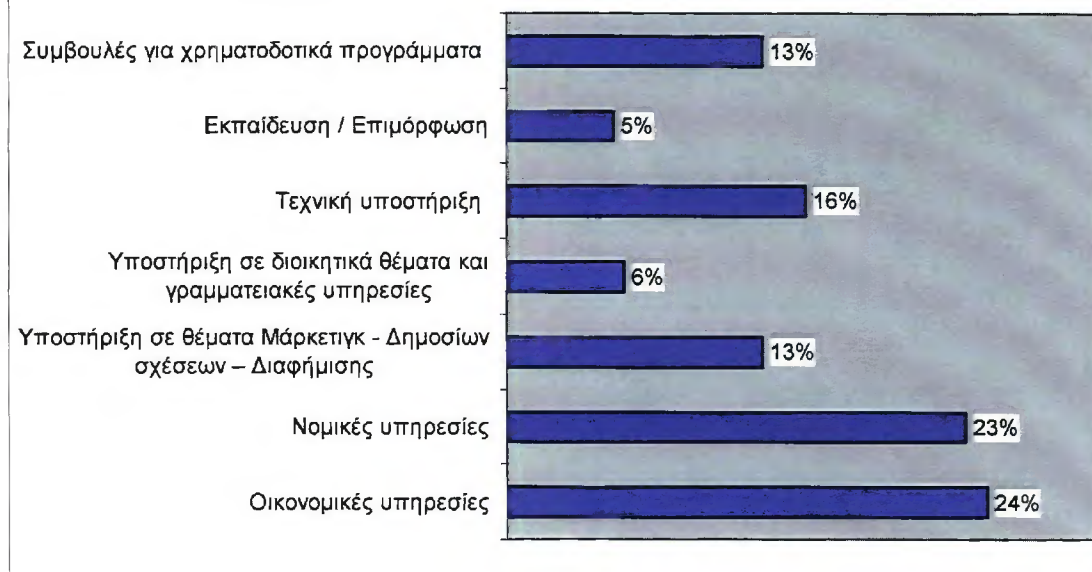
Σχεδιάγραμμα 26 Θέατρα



Σχεδιάγραμμα 26 Designer



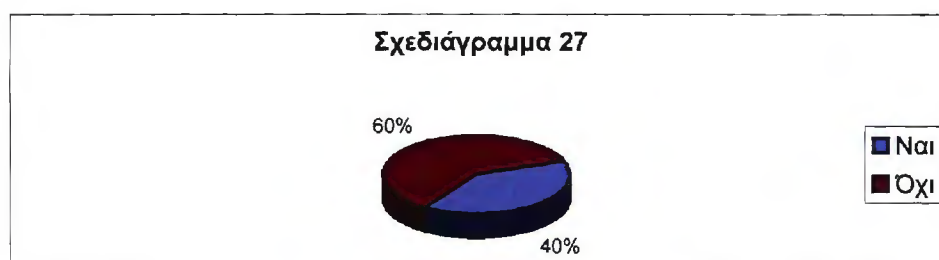
Σχεδιάγραμμα 26 Λοιπά



Σκοπός της ερώτησης είναι να γίνει κατανοητό τι είδους υπηρεσίες θα είχαν ζήτηση σε περίπτωση που αυτές παρέχονταν από ένα σύλλογο ή κεντρικό φορέα προκειμένου να υποστηριχθεί η καλύτερη λειτουργία ενός cluster (όπως συμβαίνει σε ορισμένες περιπτώσεις ξένων επιχειρήσεων). Στην ερώτηση αυτή φαίνεται ότι οι οικονομικές υπηρεσίες είναι ο κύριος τομέας στον οποίο οι επιχειρήσεις καταφεύγουν σε εξωτερικές συνεργασίες και ακολουθούν οι νομικές υπηρεσίες, η τεχνική υποστήριξη και οι συμβουλές για χρηματοδοτικά προγράμματα.

ε. Ο Ρόλος της Δημόσιας Διοίκησης

27^η Ερώτηση: Η επιχείρησή σας λαμβάνει επιχορηγήσεις για τις δραστηριότητές της; (ερώτηση – φίλτρο)



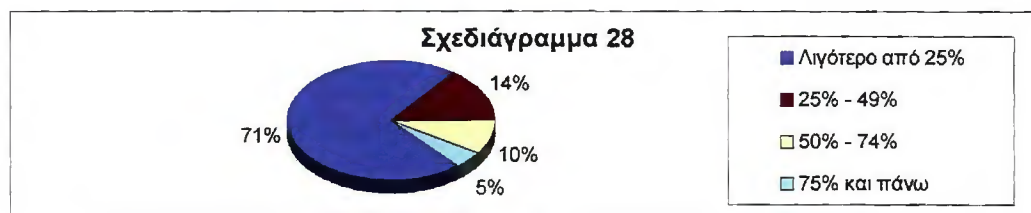
Πίνακας 27

Ναι	21	40%
Όχι	32	60%
Σύνολο	53	100%

Οι άμεσες και έμμεσες κρατικές επιχορηγήσεις αποτελούν ένα από τα σημαντικότερα μέσα προγραμματισμού μιας πολιτιστικής περιοχής (και της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας ευρύτερα). Οι απαντήσεις στην ερώτηση αυτή (σχεδιάγραμμα και πίνακας 27) δείχνουν ότι ελάχιστα έχει συμβάλει η δημόσια χρηματοδότηση στην ανάπτυξη της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας στην περιοχή, σε αντίθεση με άλλες περιοχές του εξωτερικού όπου οι χρηματοδοτήσεις συχνά είναι τόσο σημαντικές που μπορεί να μιλήσει κανείς για δημόσια πρωτοβουλία.

Αν και το ποσοστό των επιχειρήσεων που έχουν λάβει επιχορήγηση αγγίζει το 40%, επομένως δεν μπορεί να θεωρηθεί αμελητέο, είναι απαραίτητο να ληφθεί υπόψη το ποσοστό της δαπάνης που καλύπτει η επιχορήγηση καθώς και το ποσοστό των επιχειρήσεων που καλύπτουν το σύνολο του προϋπολογισμού τους με αυτόν τον τρόπο (δημόσια μουσεία, βιβλιοθήκες, ΜΚΟ).

28^η Ερώτηση: Σε τι ποσοστό καλύπτουν οι επιχορηγήσεις τον προϋπολογισμό σας ;

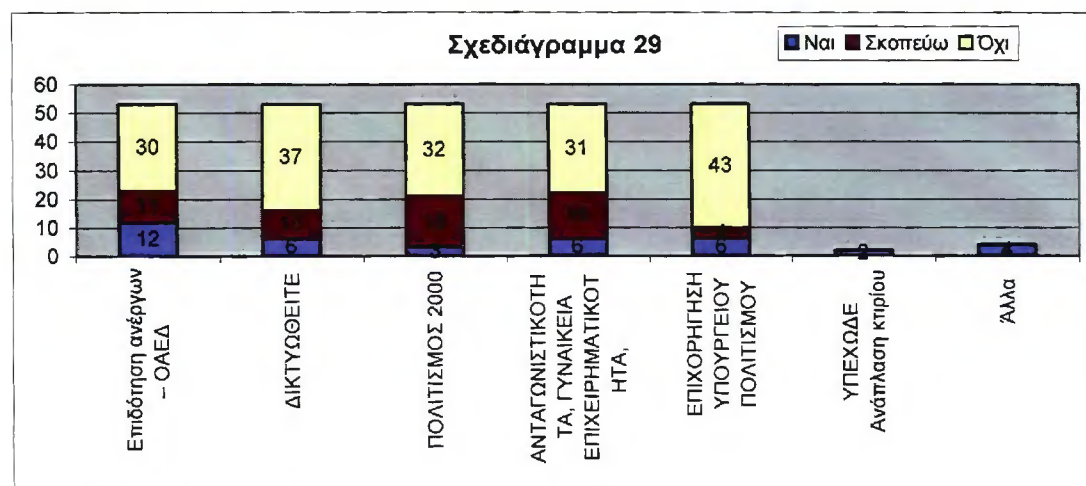


Πίνακας 28

Λιγότερο από 25%	15	71%
25% - 49%	3	14%
50% - 74%	2	10%
75% και πάνω	1	5%
Σύνολο	21	100%

Το σχεδιάγραμμα και ο πίνακας 28 δείχνουν ότι ελάχιστα έχουν συμβάλλει οι δημόσιες χρηματοδοτήσεις στην ανάπτυξη της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας στην περιοχή σε αντίθεση με άλλες πολιτιστικές περιοχές του εξωτερικού όπου οι χρηματοδοτήσεις συχνά είναι τόσο σημαντικές που μπορεί να μιλήσει κανείς για δημόσιες πρωτοβουλίες. Το γεγονός ότι μόλις το 40% των επιχειρήσεων έχει λάβει χρήματα και από αυτές το 85% δεν έχει καλύψει παραπάνω από το μισό του προϋπολογισμού.

29^η Ερώτηση: Συμμετέχετε σε συγκεκριμένα προγράμματα του δημοσίου (επιχορηγούμενα και μη) στους παρακάτω τομείς;



Πίνακας 29

Κατηγορία	Ναι	Σκοπεύω	Όχι	Σύνολο
Επιδότηση ανέργων - ΟΑΕΔ	12	11	30	53
ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ	6	10	37	53
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ 2000	3	18	32	53
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	6	16	31	53
ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	6	4	43	53
ΥΠΕΧΩΔΕ Ανάπλαση κτιρίου	2			2
Leader	1			1
Ποιότητα Κουζίνας ΕΟΤ	1			1
ΓΓ Νέας Γενιάς	1			1
Προϋπολογισμός Δ. Αθηναίων	1			1

Η συγκεκριμένη ερώτηση έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον όσον αφορά τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις του δείγματος εκμεταλλεύονται ή ενημερώνονται σχετικά με τα χρηματοδοτικά προγράμματα. Ο μεγάλος αριθμός αρνητικών απαντήσεων εκφράζει κυρίως την άγνοια ή το φόβο για τα προγράμματα, ενώ το ποσοστό των επιχειρήσεων που έχουν συμμετάσχει είναι ιδιαίτερα μικρό. Η άγνοια ήταν πολύ μεγάλη για προγράμματα όπως το ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ 2000 στο οποίο οι περισσότερες επιχειρήσεις έχουν το δικαίωμα να υποβάλλουν προτάσεις. Ακόμη όμως και αυτές που συμμετέχουν δεν καταφέρνουν να καλύψουν παρά μόνο ένα μικρό ποσοστό του προϋπολογισμού τους που σπάνια ξεπερνάει το 25%. Σε ορισμένες περιπτώσεις αναφέρθηκαν γραφειοκρατικά προβλήματα ένταξης σε συγκεκριμένα προγράμματα, καθυστέρησης πληρωμών, γραφειοκρατικών διαδικασιών, κ.λπ. Στις περισσότερες περιπτώσεις οι ιδιοκτήτες/διευθυντές δείχνουν μεγάλο ενδιαφέρον για τις δυνατότητες χρηματοδότησης.

30^η Ερώτηση: Με ποιους τρόπους πιστεύετε ότι μπορεί να βοηθήσει ο δημόσιος τομέας στη λειτουργία της επιχείρησής σας (ανοιχτή ερώτηση);

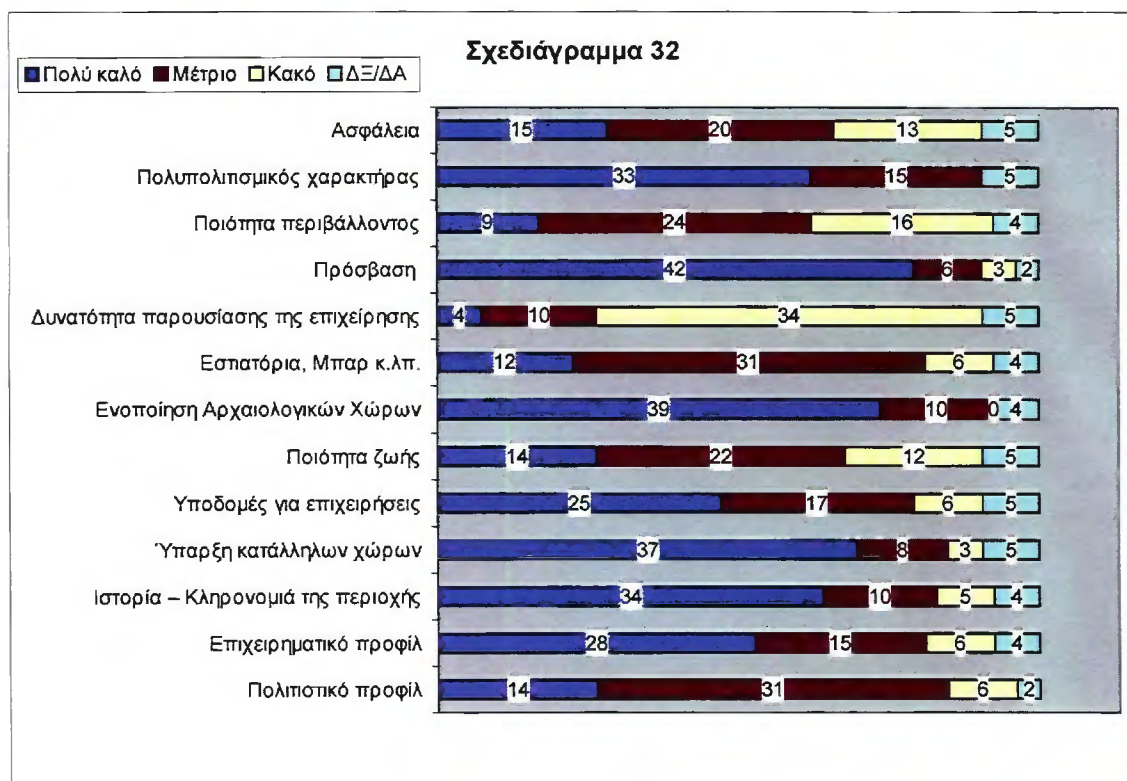
Στην ερώτηση αυτή δόθηκαν πολλές διαφορετικές απαντήσεις με τους περισσότερους ερωτώμενους να συμφωνούν ότι η βελτίωση του καθεστώτος επιχορηγήσεων και η μείωση της γραφειοκρατίας θα ήταν οι πιο σημαντικές κινήσεις που θα έπρεπε να κάνει ο δημόσιος τομέας. Βέβαια η κάθε υποομάδα αναφέρεται στα ιδιαίτερα προβλήματά της (π.χ. η γκαλερί στα ωράρια, οι designer στους διαγωνισμούς, οι ιδιοκτήτες θεάτρων στις καθυστερήσεις των επιχορηγήσεων κ.λπ.). Τέλος, ορισμένοι απαντούν ότι δεν περιμένουν καμία βοήθεια από το δημόσιο τομέα.

31^η Ερώτηση: Μπορεί ο δημόσιος τομέας να βοηθήσει στη λειτουργία της περιοχής του Ψυρή και εάν ναι με ποιον τρόπο (ανοιχτή ερώτηση);

Όπως και στην προηγούμενη ερώτηση οι απαντήσεις διαφέρουν σημαντικά. Οι περισσότεροι αναφέρουν τη συνέχιση των αναπλάσεων, τις πεζοδρομήσεις, τις ανακαινίσεις κτιρίων, την ηχορύπανση, τα παράνομα κέντρα, τον ΟΚΑΝΑ, κ.ά. Όλοι οι ερωτώμενοι δείχνουν να συμφωνούν ότι οι κρατικές και οι τοπικές αρχές πρέπει να βελτιωθούν όσον αφορά την παρέμβαση τους στην περιοχή, η οποία μέχρι σήμερα κρίνεται ανεπαρκής.

στ. Η λειτουργία ως πολιτιστική περιοχή

32^η Ερώτηση: Πως κρίνετε τη σημασία των παρακάτω χαρακτηριστικών όσον αφορά το κλίμα για τις επιχειρήσεις / οργανισμούς / άτομα που δραστηριοποιούνται στον πολιτιστικό τομέα στην περιοχή του Ψυρή;

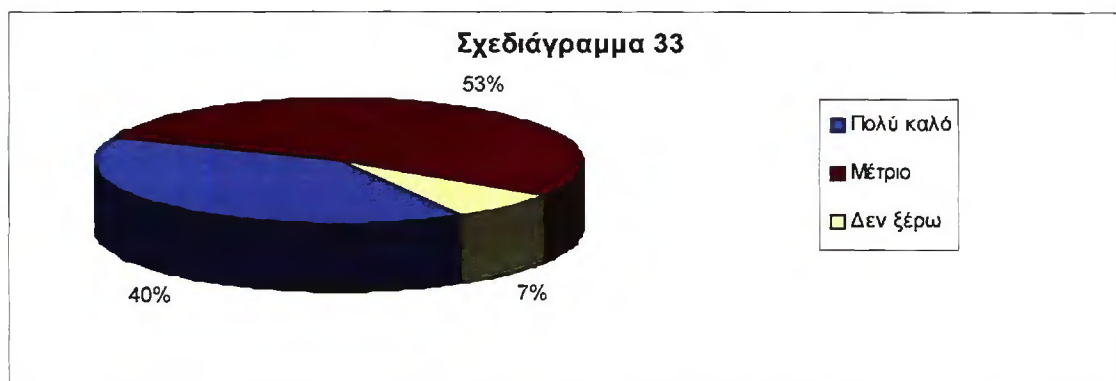


Πίνακας 32

Κατηγορία	Πολύ καλό	Μέτριο	Κακό	ΔΞ
Πολιτιστικό προφίλ	14	31	6	2
Επιχειρηματικό προφίλ	28	15	6	4
Ιστορία – Κληρονομιά της περιοχής	34	10	5	4
Υπαρξη κατάλληλων χώρων	37	8	3	5
Υποδομές για επιχειρήσεις	25	17	6	5
Ποιότητα ζωής	14	22	12	5
Ενοποίηση Αρχαιολογικών Χώρων	39	10	0	4
Εστιατόρια, Μπαρ κλπ	12	31	6	4
Δυνατότητα παρουσίασης της επιχείρησής, π.χ. εκθέσεις, φεστιβάλ	4	10	34	5
Πρόσβαση	42	6	3	2
Ποιότητα περιβάλλοντος	9	24	16	4
Πολυπολιτισμικός χαρακτήρας	33	15		5
Ασφάλεια	15	20	13	5
Άλλο, Θέατρα.....	1		1	

Η ερώτηση αυτή καλεί τους ερωτώμενους να αξιολογήσουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά της περιοχής του Ψυρή, με βάση την προσωπική τους εκτίμηση. Ως θετικά χαρακτηριστικά της περιοχής χαρακτηρίζουν την πολύ καλή πρόσβαση, τα έργα της Ενοποίησης των Αρχαιολογικών Χώρων, την ιστορία και την κληρονομιά της περιοχής (η οποία κατά ορισμένους δεν προβάλλεται σωστά, ορισμένοι ωστόσο υποστήριξαν ότι τα έργα στην περιοχή έμειναν ανολοκλήρωτα) και τον πολυπολιτισμικό χαρακτήρα της περιοχής (η πλειοψηφία θεωρεί θετική ή αδιάφορη την παρουσία μεταναστών). Ως προβλήματα βλέπουν κυρίως την ασφάλεια και την εγκληματικότητα, την χαμηλή ποιότητα ζωής, τα περιβαλλοντικά προβλήματα, αλλά και την έλλειψη δυνατότητας παρουσίασης της επιχείρησής τους. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει η στάση των ερωτώμενων απέναντι στα μπαρ και τα εστιατόρια: η πλειοψηφία τα κρίνει μέτρια και σχεδόν όλοι θεωρούν ότι ο αριθμός τους είναι πολύ μεγάλος και οι παρεχόμενες υπηρεσίες συχνά χαμηλής ποιότητας, οι περισσότεροι δε είναι αντίθετοι με τη λειτουργία μεγάλων νυχτερινών κέντρων στην περιοχή. Από την άλλη πλευρά θεωρούν ότι ορισμένα καφέ και εστιατόρια με ιδιαίτερη ποιότητα βοηθούν ουσιαστικά την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Πολλά από τα χαρακτηριστικά επομένως είναι δύσκολο να αξιολογηθούν μονόπλευρα, ωστόσο δίνεται μία γενική εικόνα των απόψεων που επικρατούν για την περιοχή.

33^η Ερώτηση: Πως θα χαρακτηρίζατε το κλίμα για τις επιχειρήσεις – οργανισμούς – άτομα που δραστηριοποιούνται στον πολιτιστικό τομέα στην περιοχή του Ψυρή ;



Πίνακας 33

Πολύ καλό	21	40%
Μέτριο	28	53%
Κακό	0	0%
Δεν ξέρω	4	7%
Σύνολο	53	100%

Σε συνέχεια της προηγούμενης ερώτησης, οι ερωτώμενοι καλούνται να απαντήσουν ποια είναι η γενική εντύπωση τους από τη λειτουργία της επιχείρησής τους. Το μεγαλύτερο ποσοστό (53%) δηλώνει ότι θεωρεί μέτριο το κλίμα που έχει διαμορφωθεί στην περιοχή.

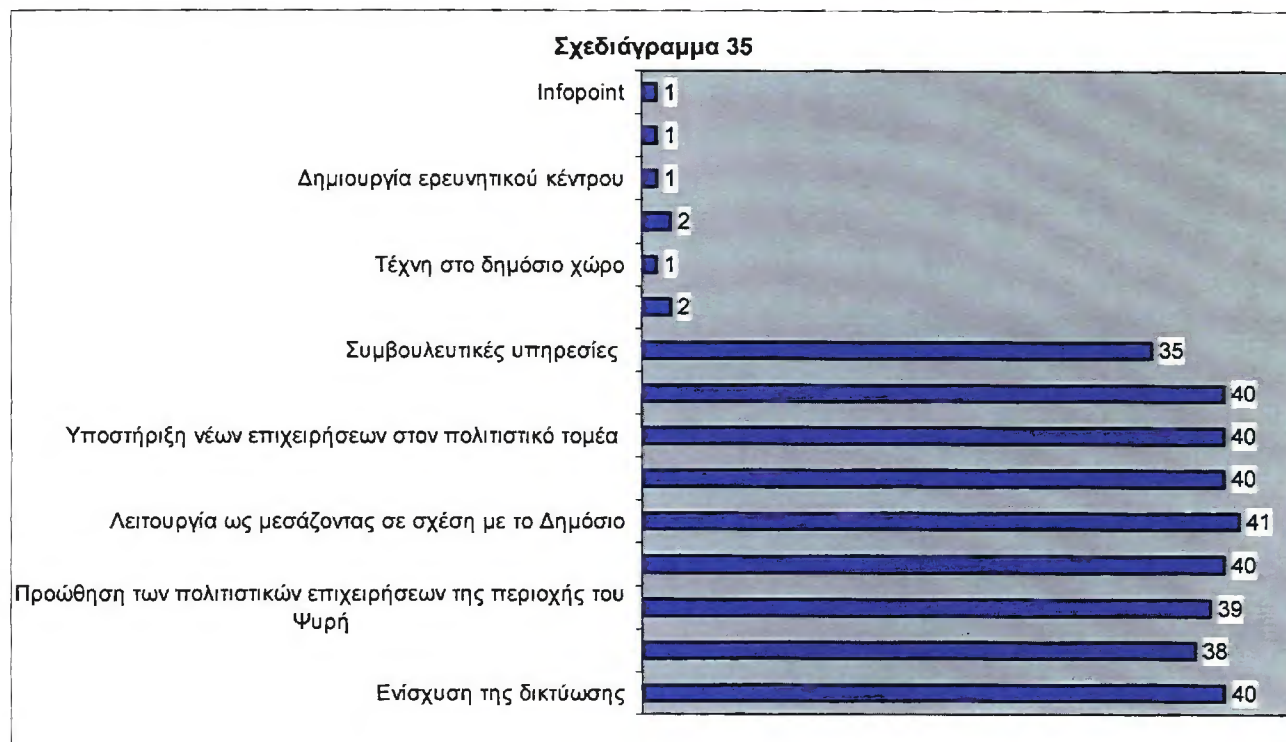
34^η Ερώτηση: Πιστεύετε ότι θα έπρεπε να δημιουργηθεί ένας ξεχωριστός οργανισμός ή σύλλογος για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις της περιοχής του Ψυρή ;



Πίνακας 34

Ναι	43	81%
Όχι	7	13%
Δεν ξέρω	3	6%
Σύνολο	53	100%

35^η Ερώτηση: Ποιες κατά τη γνώμη σας θα πρέπει να είναι οι δραστηριότητες αυτού του οργανισμού; (δυνατότητα για περισσότερες από μια απάντηση)



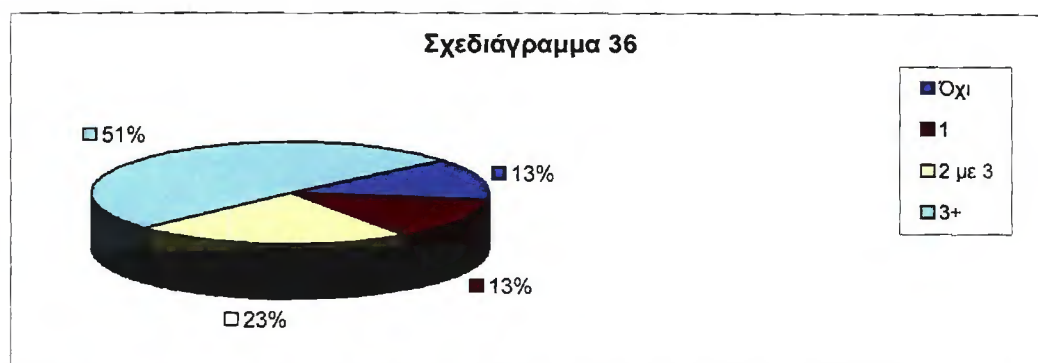
Πίνακας 35

Ενίσχυση της δικτύωσης	40
Παροχή πληροφοριών σε πολιτιστικές επιχειρήσεις	38
Προώθηση των πολιτιστικών επιχειρήσεων της περιοχής του Ψυρή	39
Προώθηση της περιοχής του Ψυρή συνολικά	40
Λειτουργία ως μεσάζοντας σε σχέση με το Δημόσιο	41
Οργάνωση κοινών δραστηριοτήτων, όπως φεστιβάλ, event, κ.ά.	40
Υποστήριξη νέων επιχειρήσεων στον πολιτιστικό τομέα	40
Λειτουργία ως σημείο συνάντησης για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις	40
Συμβουλευτικές υπηρεσίες	35
Έκδοση χάρτη, φανζίν	2
Τέχνη στο δημόσιο χώρο	1
Συμμετοχή Δήμου	2
Δημιουργία ερευνητικού κέντρου	1
Ευρυζωνικό δίκτυο LAN	1
Infopoint	1

Οι δύο παραπάνω ερωτήσεις αφορούν την πιθανότητα λειτουργίας ενός συλλόγου ή ενός οργανισμού για την πολιτιστική περιοχή του Ψυρή, στα πρότυπα της TASCQ στο Temple Bar ή του NQA στο Northern Quarter. Οι ερωτώμενοι σε μεγάλο ποσοστό συμφωνούν με τη λειτουργία του, αν και διαφωνούν για τη μορφή, τα μέλη και

τον τρόπο συμμετοχής της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και των κρατικών φορέων. Η έννοια ενός συλλόγου-μεσάζοντα φαίνεται να δελεάζει τους επιχειρηματίες της περιοχής.

36^η Ερώτηση: Έχετε υπόψη σας πολιτιστικές περιοχές σε πόλεις του εξωτερικού και εάν ναι ποιες;



Πίνακας 36

Όχι	7	13%
1	7	13%
2 με 3	12	23%
3+	27	51%
Σύνολο	53	100%

Η ερώτηση αυτή έχει σαν σκοπό να διερευνηθεί εάν οι ερωτώμενοι είναι εξοικειωμένοι με την έννοια των «πολιτιστικών περιοχών» με δεδομένο ότι στην Ελλάδα ο όρος δεν είναι διαδεδομένος όπως στις υπόλοιπες χώρες (στις αντίστοιχες συζητήσεις στις πέντε περιπτώσεις του εξωτερικού, οι ερωτώμενοι ήταν ήδη ενημερωμένοι). Από τις απαντήσεις είναι ξεκάθαρο ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων γνωρίζει ή έχει επισκεφθεί πολιτιστικές περιοχές του εξωτερικού. Πιο συχνά αναφέρονται περιοχές όπως το Mitte στο Βερολίνο, το Brixton και το Hoxton στο Λονδίνο, το Marais στο Παρίσι και το SoHo και το Village στη Νέα Υόρκη (Μιλάνο). Ο Γιώργος Κωσταντινίδης του B-Station αναφέρθηκε εκτενώς στην περίπτωση του Brixton, στην οποία δούλευε και ίδιος και μετέφερε τις εντυπώσεις του αυτές στου Ψυρή. Η Anne-Laure Obertson επίσης αναφέρθηκε στις περιπτώσεις που έχει ζήσει από κοντά στο εξωτερικό. Στην ερώτηση εάν βλέπουν κοινά στοιχεία με την περιοχή του Ψυρή, οι περισσότεροι απάντησαν θετικά, εντοπίζοντας και ένα μεγάλο αριθμό διαφορών. Η Ρένα Χρυσανθακοπούλου και ο Michael Ochs αναφέρθηκαν στην περιοχή του Raval στη Βαρκελώνη αναφερόμενοι στην καλύτερη τιμολόγηση, την αυθεντικότητα και τον

παραδοσιακό χαρακτήρα». Σε άλλες περιπτώσεις αναφέρθηκε το γεγονός ότι στην περιοχή του Ψυρή οι καλλιτέχνες και οι πολιτιστικές επιχειρήσεις δεν είναι ορατές όπως αντίστοιχα σε άλλες πόλεις (ακόμη και στη Θεσσαλονίκη), ότι η κρατική πολιτιστική πολιτική διαφέρει σημαντικά, ότι δεν υπάρχει σημείο συνάντησης.

Ένα εντυπωσιακό στοιχείο που προκύπτει από τις συνεντεύξεις είναι ότι πάνω από τα $\frac{3}{4}$ των ερωτώμενων του δείγματος έχει ζήσει ή εργαστεί ή σπουδάσει στο εξωτερικό. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την παραπάνω ερώτηση οδηγεί στην εκτίμηση ότι πολλοί ερωτώμενοι οδηγήθηκαν στην επιλογή της περιοχής της πρώην βιομηχανικής περιοχής του Ψυρή έχοντας ήδη εικόνες ή γνώση παρόμοιων περιοχών στο εξωτερικό. Σχεδόν όλοι παραδέχονται ότι ήρθαν με την προσμονή να μετατραπεί το Ψυρή σε ένα «ελληνικό Σόχο», σε μία περιοχή όπως την είχαν ζήσει στο εξωτερικό.

37^η Ερώτηση: Πιστεύετε ότι γενικά η περιοχή του Ψυρή έχει καθιερωθεί στο ευρύτερο κοινό με θετικό τρόπο ως πολιτιστική περιοχή;



Πίνακας 37

Ναι	42	79%
Όχι	9	17%
Δεν ξέρω	2	4%
Σύνολο	53	100%

Η ερώτηση αυτή αφορά την εικόνα που πιστεύουν ότι έχουν οι περισσότεροι πολίτες για την περιοχή είτε μετά από επίσκεψή τους, είτε μέσα από δημοσιεύματα εφημερίδων περιοδικών, κ.ά. (η εικόνα που έχουν οι επιχειρηματίες και οι κάτοικοι δεν ταυτίζεται με την εικόνα που έχει ο μέσος επισκέπτης). Πιστεύουν ότι το ευρύτερο κοινό έχει θετική άποψη για την περιοχή η οποία όμως αφορά κυρίως τις ευκαιρίες αναψυχής που προσφέρει και όχι τόσο την πολιτιστική της πλευρά. Αρκετοί από τους ερωτώμενους πιστεύουν ότι η περιοχή θα αναπτυχθεί περαιτέρω ως τουριστικός προορισμός, ενώ άλλοι δηλώνουν απαισιόδοξοι.

38^η Ερώτηση: Τι προτάσεις έχετε να κάνετε για τη βελτίωση του επιχειρηματικού κλίματος για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις της περιοχής του Ψυρή;

Οι προτάσεις έχουν ενταχθεί στο κείμενο των αποτελεσμάτων της έρευνας.

5. Συμπεράσματα Έρευνας Πεδίου

A. Κύριες διαπιστώσεις

Η επεξεργασία των αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίων και των συνεντεύξεων, πέρα από μία αναλυτική εικόνα της διάρθρωσης και της λειτουργίας της πολιτιστικής περιοχής του Ψυρή, οδηγεί σε ορισμένα βασικά συμπεράσματα. Σε πολλές περιπτώσεις οι απόψεις που επικρατούν έχουν πολλά κοινά σημεία με τις περιπτώσεις πολιτιστικών περιοχών του εξωτερικού, ιδιαίτερα δε με την περίπτωση του Northern Quarter του Μάντσεστερ και του Temple Bar του Δουβλίνου. Οι περιπτώσεις αυτές, σε αντίθεση με το Museumsquartier της Βιέννης και το Veemarktkwartier του Τίλμπουργκ, δεν σχεδιάστηκαν αλλά προέκυψαν κυρίως λόγω της δραστηριοποίησης των πολιτιστικών επιχειρήσεων και συγκυριών.

Σε τοπικό επίπεδο οι επενδύσεις στον πολιτισμό μπορούν να έχουν και αρνητικές συνέπειες. Οι υψηλές προσδοκίες από ένα μεγάλο πολιτιστικό γεγονός ή μία σημαντική αναστήλωση μπορεί να μην έχουν άμεσες οικονομικές επιπτώσεις ή να οδηγήσουν σε ζημιά. Μπορεί επίσης να οδηγήσουν σε παράπλευρες αρνητικές συνέπειες, όπως εκτοπισμό, συγκρούσεις για τις χρήσεις γης, πληθωρισμό, περιβαλλοντικές επιπτώσεις, κ.ά. Άλλωστε πολλές φορές τονίζονται υπερβολικά οι επιτυχημένες περιπτώσεις και αγνοούνται οι αποτυχημένες (Grefte 2005:51). Γενικά διαπιστώνεται ότι ο κίνδυνος υπερεκτίμησης του ρόλου του πολιτισμού είναι ιδιαίτερα σημαντικός στις περιπτώσεις χάραξης πολιτικής για μια πολιτιστική περιοχή.

Στην περιοχή του Ψυρή μια σειρά από ευτυχείς συγκυρίες – η μίξη χρήσεων, ο ιδιαίτερος χαρακτήρας, η αστική μορφολογία, η γειτνίαση με το αρχαιολογικό πάρκο, η μεγάλη επισκεψιμότητα κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων- δημιούργησαν τις κατάλληλες συνθήκες να καθιερωθεί η περιοχή στη συνείδηση των πολιτών ως πόλος πολιτιστικών δραστηριοτήτων και αναψυχής. Παράλληλα, όμως, η τάση απαξίωσης της περιοχής εμφανίζεται ιδιαίτερα έντονη τα τελευταία χρόνια, τόσο στα ΜΜΕ όσο και στην αντίληψη του κοινού, με αποτέλεσμα η ονομασία Ψυρή να χρησιμοποιείται συχνά ως παράδειγμα προς αποφυγή.

Τα συμπεράσματα παρουσιάζονται σε θεματικές κατηγορίες, εφόσον τα θέματα που προκύπτουν αφορούν διαφορετικές πτυχές της πολιτιστικής περιοχής και της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας της περιοχής του Ψυρή. Ακολουθώντας, με βάση την ανάλυση των ισχυρών και αδύνατων σημείων, ευκαιριών και απειλών, επιχειρείται η διατύπωση ορισμένων βασικών προτάσεων.

α. Πολιτιστικές Επιχειρήσεις

Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις του δείγματος, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, δεν αποτελούν ομοιογενές σύνολο. Μέσα από τις απαντήσεις των ερωτώμενων προκύπτουν δύο βασικές ομαδοποιήσεις:

Ι. Κατηγοριοποίηση με βάση την πολιτιστική δραστηριότητα

Η σημαντικότερη ομαδοποίηση προκύπτει μέσα από το είδος της πολιτιστικής δραστηριότητας. Στις συνεντεύξεις και στα ερωτηματολόγια αποτυπώνονται οι βασικές δυσκολίες που αντιμετωπίζει κάθε υποκατηγορία πολιτιστικής δραστηριότητας. Οι γκαλερί, τα θέατρα και οι εταιρίες design είναι οι πλέον χαρακτηριστικές ομάδες που παρουσιάζουν σχετική ομοιογένεια.

- Οι γκαλερί δίνουν μεγαλύτερη έμφαση σε θέματα νομικού πλαισίου λειτουργίας και ωραρίου καθώς και στη γενικότερη κρίση στη συγκεκριμένη αγορά. Οι εικαστικές τέχνες αποτελούν μία αναγνωρίσιμη και αυτόνομη κατηγορία στην πολιτιστική σκηνή κάθε χώρας. Στην Ελλάδα, ο εικαστικός χώρος περιορίζεται σε μία ομάδα φορέων και προσώπων: ΥΠ.ΠΟ, ΑΣΚΤ, καλλιτέχνες, γκαλερί, επιμελητές εκθέσεων, το ΕΜΣΤ, το ΚΜΣΤ, τους συλλέκτες, τα εξειδικευμένα έντυπα (Highlights, gap, athensbiennale, Νέα της Τέχνης, κ.ά.), το σύλλογο Αιθουσών τέχνης, την Art Athina, κ.λπ. Πρόκειται για έναν ιδιαίτερο χώρο που δεν μπορεί να συγκριθεί εύκολα με άλλους πολιτιστικούς χώρους, αφού το προϊόν που παράγει λειτουργεί και ως επενδυτικό αγαθό, επηρεάζεται επομένως σημαντικά από την πορεία των μακροοικονομικών δεικτών. Η λειτουργία των γκαλερί έχει την ιδιομορφία ότι δεν στηρίζεται στην προσέλκυση κοινού.
- Οι designer δίνουν έμφαση στους αξιολογικούς διαγωνισμούς, τις δυσκολίες στην τιμολόγηση και στον ανταγωνισμό. Ως γραφεία παροχής υπηρεσιών έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά και ανάγκες από τις υπόλοιπες πολιτιστικές επιχειρήσεις εφόσον συνεργάζονται μόνο με άλλες επιχειρήσεις. Ο ανταγωνισμός είναι αρκετά μεγάλος αφού λειτουργούν δεκάδες παρόμοιες επιχειρήσεις στην Αθήνα, οι υπηρεσίες συχνά προσφέρονται στην έδρα του πελάτη και – όπως οι αρχιτέκτονες – ακολουθούν συχνά τη διαδικασία των διαγωνισμών.
- Τα θέατρα και οι μουσικές σκηνές διαφέρουν σημαντικά σε μέγεθος και λειτουργία. Υπάρχουν μεγάλες σκηνές (π.χ. θέατρο Ήβη με χωρητικότητα 560 θεατών) και μικρές «εναλλακτικές» σκηνές (π.χ. θέατρο Πολιτεία με 70 – 150 θεατές) με διαφορετική επιχειρηματική και καλλιτεχνική αντίληψη. Αναφέρονται στο πρόβλημα με τις επιχορηγήσεις, την υπερπροσφορά στον

χώρο και την έλλειψη στήριξης. Η θεατρική σκηνή της Αθήνας έχει αρκετές ιδιαιτερότητες με κυριότερη το μεγάλο πλήθος των θεατρικών σκηνών και των παραστάσεων – υπολογίζονται πάνω από 140 το χρόνο.

- Οι σχεδιαστές μόδας αποτελούν μία περιορισμένη υποκατηγορία των πολιτιστικών επιχειρήσεων του Ψυρή, οι οποίοι όμως δεν χρησιμοποιούν την περιοχή σαν σημείο πώλησης (όπως συμβαίνει αντίστοιχα σε πολιτιστικές περιοχές του εξωτερικού). Αναφέρονται στην έλλειψη προβολής τους στο εξωτερικό και τις γραφειοκρατικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν.
- Τέλος, ξεχωριστή κατηγορία αποτελούν οι δύο δημόσιοι οργανισμοί (Μουσείο Ισλαμικής Τέχνης και Πινακοθήκη Δήμου Αθηναίων) οι οποίοι λειτουργούν με διαφορετικό τρόπο από τις άλλες επιχειρήσεις, διαθέτοντας πολυάριθμο προσωπικό και κεντρικές υποδομές από τις οποίες εξαρτώνται.

II. Κατηγοριοποίηση με βάση το έτος εγκατάστασης στην περιοχή

Η χρονική στιγμή που έχουν έρθει στην περιοχή οι ερωτώμενοι επηρεάζει και τις απαντήσεις τους και μπορεί να ομαδοποιήσει το δείγμα. Αυτό ισχύει τόσο όσον αφορά την πρόθεση για μετακόμιση όσο και γενικότερα την κρίση των χαρακτηριστικών της περιοχής. Υπάρχει αρκετά μεγάλη συσχέτιση μεταξύ της χρονιάς που εγκαταστάθηκαν οι ερωτώμενοι στην περιοχή και της αξιολόγησης των χαρακτηριστικών της (με αυτούς που εγκαταστάθηκαν πιο πρόσφατα να αξιολογούν με πιο θετικό τρόπο τα χαρακτηριστικά). Στις δεκαετίες του '80 και του '90 αυτοί που εγκαθίστανται στην περιοχή μπορούν να χαρακτηριστούν πιο τολμηροί αφού αρχικά δεν υπήρχαν οι ενδείξεις για την ανάπτυξή της. Ο περιθωριακός χαρακτήρας της περιοχής λειτούργησε σαν θετικό στοιχείο για αυτούς πριν ξεκινήσει η έλευση μεγάλου αριθμού επισκεπτών τις βραδινές ώρες η οποία και υποχρέωσε ένα «ξεκαθάρισμα». Οι εκπρόσωποι της πρώτης ομάδας πολιτιστικών επιχειρήσεων που έζησε την αλλαγή αυτή πλέον ενοχλείται από την εξέλιξη της περιοχής, είδε με έκπληξη να εφαρμόζονται παράνομες πρακτικές (προστασία, παράνομες επεκτάσεις, ηχορύπανση, κ.λπ.) και αρκετοί έφυγαν απογοητευμένοι.

Η δεύτερη ομάδα που εγκαθίσταται τη δεκαετία του 2000 έχει διαφορετικά χαρακτηριστικά, αν και οι απόψεις τους ταυτίζονται σε πολλά σημεία με την πρώτη ομάδα. Η περίπτωση τους διαφέρει διότι έρχονται συνειδητά σε μία περιοχή γνωρίζοντας ήδη τα προβλήματα της και με αυτό το δεδομένο είναι πιο θετικοί στις κρίσεις των χαρακτηριστικών της περιοχής. Στην ομάδα αυτή λόγω της εφαρμογής του Π.Δ. δεν υπάρχουν πλέον θέατρα, χώροι συναυλιών, κ.λπ. αφού έχουν απαγορευτεί και αποτελούνται κυρίως από μικρότερες επιχειρήσεις.

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν επίσης τα αποτελέσματα της έρευνας που σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά των πολιτιστικών επιχειρήσεων, με δεδομένο ότι δεν υπάρχει σχετική μελέτη στην Ελλάδα. Σχετικά με τα χαρακτηριστικά αυτά μπορούν να γίνουν οι εξής παρατηρήσεις:

- Τα χαρακτηριστικά της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας όπως περιγράφονται στο κεφ. 2 είναι αναγνωρίσιμα και στο δείγμα. Η ανορθολογική οικονομική συμπεριφορά (π.χ., χαρακτηριστικό είναι ότι οι περισσότερες εταιρίες design επιλέγουν τις δουλειές τους και δεν κάνουν επιθετική διαφημιστική εκστρατεία στην περιοχή), η εξάρτηση από ανεπίσημα δίκτυα, η χαμηλή πιστοληπτική ικανότητα, η αβεβαιότητα για το άμεσο μέλλον, κ.ά. επαληθεύονται από τις απαντήσεις των ερωτώμενων. Πρόκειται κυρίως για ατομικές ή πολύ μικρές επιχειρήσεις (εκτός από τέσσερις περιπτώσεις), με περιορισμένες οικονομικές δυνατότητες. Δεν δουλεύουν βάσει των πρακτικών του σύγχρονου μάνατζμεντ και δεν ακολουθούν πάντα ορθολογική οικονομική συμπεριφορά, σκοπός τους δηλαδή δεν είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους αλλά η επίτευξη του καλύτερου δυνατού καλλιτεχνικού αποτελέσματος αποκλείοντας συνεργασίες που δεν τους «εκφράζουν». Η συμπεριφορά αυτή παρατηρήθηκε σε αρκετές περιπτώσεις στο δείγμα. Ένα άλλο σημαντικό χαρακτηριστικό είναι ότι σε πολλές περιπτώσεις πρόκειται για επιχειρήσεις έντασης τεχνολογίας και γνώσης ή έντασης εργασίας και όχι έντασης κεφαλαίου.
- Ιδιαίτερη εντύπωση κάνει ο σχετικά μικρός αριθμός επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν προγράμματα επιχορήγησης (40%), αλλά και η άγνοια που δηλώνει μεγάλο μέρος του δείγματος για συγκεκριμένα προγράμματα. Ενδεικτικό ήταν ότι ελάχιστοι είχαν ακούσει για το ευρωπαϊκό πρόγραμμα Πολιτισμός 2000¹ και μόλις μία επιχείρηση έχει εμπειρία συμμετοχής. Στις περιπτώσεις πολιτιστικών περιοχών του εξωτερικού η κρατική ενίσχυση των επιχειρήσεων είναι ιδιαίτερα σημαντική, σε ορισμένες περιπτώσεις δε είναι τόσο έντονη (αν και όχι ξεκάθαρη) που μιλάμε ουσιαστικά για δημοτική ή κρατική πρωτοβουλία. Στο συγκεκριμένο δείγμα ορισμένες επιχειρήσεις κάνουν χρήση χρηματοδοτικών προγραμμάτων επιχειρηματικότητας ή στήριξης ανέργων (συγκεκριμένα το 40% του δείγματος, εκ των οποίων το 71% δηλώνει ότι η χρηματοδότηση που εξασφάλισε καλύπτει μικρότερο ποσοστό από το 25% του προϋπολογισμού τους), δηλώνοντας ως λόγους την έλλειψη χρόνου, τη γραφειοκρατία ή και την άγνοια.

¹ Το Πρόγραμμα ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ 2000 είναι ένα ευρωπαϊκό πρόγραμμα συνεργασίας σε πολιτιστικά θέματα στο οποίο όλες οι επιχειρήσεις του δείγματος έχουν τις προϋποθέσεις να λειτουργήσουν σαν δυνητικοί δικαιούχοι (βλ. www.europe.eu.int/culture)

- Ένα μεγάλο ποσοστό (πάνω από 50%) των διευθυντών και των στελεχών των επιχειρήσεων του δείγματος έχει ζήσει για αρκετό καιρό στο εξωτερικό (κυρίως στο Λονδίνο και τη Νέα Υόρκη) και έχει ζήσει από κοντά περιπτώσεις πολιτιστικών περιοχών.
- Οι διευθυντές των επιχειρήσεων έχουν ακολουθήσει κατά κύριο λόγο καλλιτεχνική εκπαίδευση και σπανίως (μόνο σε 3 περιπτώσεις) έχουν και οικονομικές γνώσεις. Υπήρξαν συχνές αναφορές σε δυσκολίες αντιμετώπισης προβλημάτων οικονομικής φύσης.
- Στις περισσότερες περιπτώσεις η εκπαίδευση (μετεκπαίδευση, σεμινάρια) δεν φαίνεται να αποτελεί προτεραιότητα για τους επιχειρηματίες, ωστόσο στην περίπτωση των θεάτρων αναφέρθηκε αρκετές φορές η ανάγκη για συνεχή εκπαίδευση, σεμινάρια, κ.λπ. Το Θεατρικό Εργαστήρι το οποίο καλύπτει με συνεργασίες και μετακλήσεις το θέμα αυτό έχει συνεργασία με το θέατρο Εμπρός γι' αυτό το σκοπό. Σύμφωνα με έναν από τους ιδρυτές του εργαστηρίου, τον Γ. Βλάσση οι επαγγελματίες έλληνες ηθοποιοί και σκηνοθέτες δεν αποφασίζουν εύκολα να ακολουθήσουν ένα σεμινάριο ή μία διάλεξη από ξένο συνάδελφο τους. Θεωρεί όμως ιδιαίτερα σημαντική την μετεκπαίδευση η οποία θα έπρεπε να παρέχεται και από κρατικούς θεατρικούς φορείς.
- Πέρα από τις περιπτώσεις συνεργασιών και άτυπης δικτύωσης, οι περιπτώσεις τριβών και αποκλεισμών μεταξύ των πολιτιστικών επιχειρήσεων είναι επίσης ένα συχνό φαινόμενο. Οι εκφράσεις «δεν μας παίζουν» και «δεν μας μιλάνε» ακούστηκε αρκετά συχνά κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων, ενώ είναι εμφανές ότι δεν υπάρχει συμφωνία για το είδος και την αισθητική των επιλογών. Το πρόβλημα του χαρακτήρα της περιοχής δεν είναι απλό, άλλωστε οι απαξιωτικοί χαρακτηρισμοί των ΜΜΕ και των ίδιων των ερωτώμενων συνδέονται άμεσα με το χαρακτήρα που της προσδίδουν οι πολιτιστικές επιχειρήσεις και οι επιχειρήσεις αναψυχής.

β. Συλλογικότητες

Μία από τις σημαντικότερες διαπιστώσεις του Κεφαλαίου 3 αναφορικά με τις περιπτώσεις πολιτιστικών περιοχών του εξωτερικού είναι ότι βασικό ρόλο στη διαμόρφωση και λειτουργία τους είχαν οι συλλογικοί και κοινωνικοί φορείς (επιμελητήρια, σύλλογοι, συμβούλια περιοχής, συμπράξεις δημοσίου και ιδιωτικού τομέα, κ.λπ.), είτε προϋπήρχαν είτε δημιουργήθηκαν στο πλαίσιο της πολιτιστικής περιοχής.

- Οι σύλλογοι που λειτουργούν στην περιοχή εκφράζουν αντικρουόμενες απόψεις και οι πολιτιστικές επιχειρήσεις δεν έχουν αυτόνομη εκπροσώπηση. Ορισμένοι έχουν επιλέξει να ενταχθούν ή να συμμετάσχουν στους συλλόγους που υπάρχουν, οι περισσότεροι όμως αγνοούν την ύπαρξη τους ή δεν επιθυμούν να συμμετάσχουν. Οι σύλλογοι δεν έχουν καταφέρει να καταστούν ισότιμοι συνομιλητές των κρατικών φορέων ή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, χαρακτηριστικό είναι ότι δεν πραγματοποιούνται ποτέ σχετικές συναντήσεις. Οι αντιδικίες μεταξύ των συλλόγων και των ομάδων επιχειρηματιών είναι αρκετά συνηθισμένη και δημιουργεί επιπρόσθετα προβλήματα στην περιοχή. Ορισμένες διαμαρτυρίες ξεκινούν από μεμονωμένους κάτοικους ή επιχειρηματίες της περιοχής (π.χ. συλλογή υπογραφών για την επιστολή διαμαρτυρίας προς το Υπουργείο Δημόσιας Τάξης) αλλά μέχρι τώρα δεν έχουν αποτέλεσμα.
- Πολλές πολιτιστικές επιχειρήσεις ανήκουν σε επιμελητήρια ή συλλόγους (π.χ., Επιμελητήριο Αιθουσών Τέχνης) ανάλογα με το είδος της πολιτιστικής δραστηριότητας, έχοντας –στο σύνολο τους- αδύναμη πολιτική εκπροσώπηση. Δεν υπάρχει επίσης κάποιος πολιτιστικός ή εκπαιδευτικός οργανισμός ή επιχείρηση με ηγετικό ρόλο στην περιοχή του Ψυρή ή με δυνατή πολιτική επιρροή, όπως συμβαίνει συχνά στις αντίστοιχες περιπτώσεις του εξωτερικού (π.χ. στη Βιέννη).

γ. Κατοικία

Η κατοικία δεν έχει ενισχυθεί σημαντικά στην περιοχή του Ψυρή, παρά το γεγονός ότι η αύξησή της αποτελούσε τον βασικό στόχο του προεδρικού διατάγματος. Οι παλιοί και νέοι κάτοικοι της περιοχής υπολογίζονται γύρω στους 1500, αριθμός όχι πολύ μεγάλος. Υπάρχει τάση για αύξηση των κατοίκων στην περιοχή, άλλωστε η κεντρικότητα και η θέα ορισμένων διαμερισμάτων προσελκύουν νέους κατοίκους ανώτερων οικονομικών στρωμάτων, αλλά δεν έχει την ίδια δυναμική με άλλες περιοχές του κέντρου, ούτε και έχουν επιφέρει εμφανείς αλλαγές στην περιοχή. Τα προβλήματα που αναφέρουν οι ερωτώμενοι είναι χαρακτηριστικά:

- Η ηχορύπανση, η αυξημένη κίνηση τις νυχτερινές ώρες, η εξυπηρέτηση των βιοτεχνικών και εμπορικών δραστηριοτήτων, οι ναρκομανείς κ.λπ. δημιουργούν προβλήματα στους κατοίκους
- Η περιοχή δεν προσφέρεται για οικογένειες (όσοι από τους ερωτώμενους έχουν οικογένεια απέκλεισαν την περίπτωση να ζήσουν ποτέ εκεί)

- Η ποσότητα και η ποιότητα των κατοικιών στην περιοχή δεν είναι ικανοποιητική και η αγορά ενός διαμερίσματος συνήθως συνοδεύεται με πολύ υψηλό κόστος ανακαίνισης (ειδικά όταν η προηγούμενη χρήση ήταν βιοτεχνική).
- Αν και το Π.Δ. προέβλεπε να μεταβληθεί η περιοχή σε περιοχή γενικής κατοικίας, στην πράξη οι χρήσεις που απαιτούνται δεν εγκαταστήθηκαν στην περιοχή (π.χ. σούπερ μάρκετ), δεν υπάρχουν αρκετά σχολεία, νηπιαγωγεία, παιδικές χαρές, κ.λπ., υπάρχουν δε και πολλά πρακτικά προβλήματα (συγκομιδή σκουπιδιών, πάρκινγκ). Η πρόσφατη εφαρμογή της ελεγχόμενης στάθμευσης² στην περιοχή αναμένεται να βελτιώσει το κυκλοφοριακό πρόβλημα, η επιτυχία του όμως θα κριθεί στο διάστημα στο οποίο το κέντρο της Αθήνας δέχεται τη μεγαλύτερη συμφόρηση (Δεκέμβριος, Ιανουάριος). Η γειτνίαση με την Κεντρική Αγορά, το εμπορικό κέντρο, το αρχαιολογικό πάρκο, κ.λπ., διευκολύνει σημαντικά, ωστόσο δεν αποτελεί επαρκή παράγοντα για να την καταστήσουν δημοφιλή περιοχή κατοικίας.

Οι κάτοικοι δεν μοιράζονται κοινές απόψεις μεταξύ τους στα βασικά θέματα της περιοχής ή στις πολιτικές και κοινωνικές τους πεποιθήσεις. Ορισμένοι συνδυάζουν την επιλογή τους με τη γενικότερη στάση ζωής ή την αποστροφή τους για τα αυτοκίνητα, ενώ άλλοι επικαλούνται εντελώς διαφορετικούς λόγους (ατμόσφαιρα, κοντινή απόσταση με το χώρο εργασίας, κ.ά.). Στην περιοχή δεν διαμένουν πολλοί φοιτητές. Δεν αποτελούν ομογενές σύνολο και διαφέρει η στάση τους ακόμη και για σημαντικά προβλήματα, όπως αυτό του OKANA το οποίο η πλειοψηφία θεωρεί πρόβλημα αλλά υπάρχει και ένα σημαντικό ποσοστό το οποίο δεν ενοχλείται καθόλου. Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγουν και οι Derek Wynne και Justin O'Connor όσον αφορά το κέντρο του Manchester, όπου οι κάτοικοι δεν δείχνουν να μοιράζονται κοινά χαρακτηριστικά (Wynne and O'Connor 1996:). Γενικά, ενώ αρκετοί συγγραφείς (Harvey 1989 , Smith 1996 , Zukin 1982, 1996) θεωρούν ότι υπάρχει μία ομάδα (επικρατεί ο όρος *gentrifiers*) με συγκεκριμένα κοινωνικά χαρακτηριστικά η οποία οδηγεί την ποιοτική ανάπλαση μιας περιοχής, τα στοιχεία δείχνουν ότι η γενίκευση αυτής της θέσης είναι παρακινδυνευμένη (Nathan and Urwin 2006).

δ. Προβλήματα της Περιοχής

² Από την 1^η Σεπτεμβρίου 2006 ο Δήμος Αθηναίων επανέφερε το μέτρο της ελεγχόμενης στάθμευσης σε ορισμένες ζώνες στο κέντρο της πόλης, ορίζοντας θέσεις για κατοίκους, επισκέπτες και για ειδικές περιπτώσεις (ΑΜΕΑ, νοσοκομεία, δημόσιες υπηρεσίες, κ.λπ.) και απαγορεύοντας τους επισκέπτες να σταθμεύσουν πάνω από τρεις ώρες.

- Το θέμα της εγκληματικότητας, των ναρκομανών, των πλανόδιων σε συνδυασμό με την καθαριότητα είναι θέματα που απασχολούν τους υπεύθυνους των πολιτιστικών επιχειρήσεων.
- Η «Ντισενεϋοποίηση» της περιοχής και η συζήτηση για τις «αυθεντικές» και «ψεύτικες» εμπειρίες που προσφέρει μία πόλη είναι φλέγον θέμα για την περιοχή. Η ιστορία της περιοχής, οι βιοτεχνίες και οι παραδοσιακές δραστηριότητες τείνουν να αποτελέσουν παράγοντα προσέλκυσης επισκεπτών. Σύμφωνα με τον Γ. Σταφυλάκη, ο οποίος γράφει το κείμενο στην ιστοσελίδα της γκαλερί D624, "ακόμα και σήμερα οι ιδιοκτήτες των περισσότερων κέντρων διασκέδασης της περιοχής πουλούν «παρελθόν», μέσα από τη νοσταλγική εξιδανίκευση της νοοτροπίας του κεφιά και του γλεντιού". Η νοσταλγία αυτή αποτελεί σήμερα μια κεντρική παράμετρο της λαϊκιστικής εξύμνησης της παράδοσης που εντάθηκε στην Ελλάδα από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 (Δεμερτζής 2004).
- Η λειτουργία της περιοχής διχοτομείται και διαφοροποιείται σημαντικά στις διαφορετικές ώρες της ημέρας. Η 24ωρη λειτουργία μιας πολιτιστικής περιοχής αποτελεί επιθυμητό στόχο υπό την προϋπόθεση ότι δεν θα επηρεάζεται η χρήση της κατοικίας. Σύμφωνα με τις ενδείξεις η 24ωρη λειτουργία της περιοχής μπορεί να ενισχυθεί με τη λειτουργία επιχειρήσεων και καταστημάτων που μπορούν να προσελκύσουν επισκέπτες όλη την ημέρα, χωρίς όμως και να προκαλέσουν την επέκταση του εμπορικού κέντρου της πόλης στην περιοχή.

ε. Δημόσια Παρέμβαση και Πολιτική

Η δημόσια παρέμβαση και ο προγραμματισμός των τοπικών αρχών στις περιπτώσεις των πολιτιστικών περιοχών είναι καθοριστικός παράγοντας που διαμορφώνει το μέλλον τους. Στην περίπτωση του Ψυρή η πλειοψηφία των ερωτώμενων θεωρεί ότι το κράτος και οι τοπικές αρχές ολιγωρούν και δεν έχουν συμβάλλει όπως οφείλουν στην βελτίωση της περιοχής.

- Ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο όσον αφορά τη σύγκριση με τις πολιτιστικές περιοχές, αποτελεί η έλλειψη μεγάλων επενδυτικών σχημάτων ή έργων στην περιοχή του Ψυρή, ενώ η δημόσια δαπάνη περιορίζεται στα έργα της Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων και στις πολεοδομικές παρεμβάσεις. Η άρση του καθεστώτος επιδότησης της ανακαίνισης νεοκλασικών κτιρίων έχει δυσκολέψει την αποκατάσταση των κτιρίων αυτών και οι διευκολύνσεις προς τους ιδιώτες που αποφασίζουν να τα ανακαινίσουν με δικούς τους

πόρους δεν είχαν μέχρι σήμερα τα προσδοκώμενα αποτελέσματα. Το Μουσείο Ισλαμικής Τέχνης αποτελεί ένα σημαντικό επενδυτικό εγχείρημα στην περιοχή, στην πλειοψηφία τους όμως οι πολιτιστικές επιχειρήσεις έχουν περιορισμένες οικονομικές δυνατότητες, μικρό αρχικό κεφάλαιο και δεν κάνουν χρήση χρηματοδοτικών προγραμμάτων. Παρόμοιο πρότυπο με μικρές επενδύσεις υπάρχει στο ΝQ και στο TB, ενώ στο VMK και στο MQW τα μεγάλα έργα, οι δημόσιες επενδύσεις και τα ισχυρά κίνητρα προσέλκυσης δημιουργούν μία διαφορετική εικόνα.

- Το πρόβλημα με τα νυχτερινά καταστήματα τα οποία πολλές φορές λειτουργούν σε καθεστώς ημιπαρανομίας, χωρίς άδεια ή με παραποιημένη άδεια, χωρίς χώρο σταύθμευσης, κ.λπ. αναφέρθηκε σαν σημαντικό πρόβλημα από τους περισσότερους ερωτώμενους³. Ο δημόσιος χώρος στην περιοχή συχνά γίνεται αντικείμενο σύγκρουσης με το κράτος να καλείται να δώσει λύσεις. Οι νομοθετικές λύσεις δεν επαρκούν για να λύσουν τα προβλήματα της περιοχής και ο μεγάλος αριθμός και η ανεξέλεγκτη λειτουργία κέντρων διασκέδασης δημιουργεί σημαντικά οικονομικά αντικίνητρα. Η έλλειψη πολιτικής βούλησης και αποτελεσματικής συνεργασίας μεταξύ των αρμόδιων φορέων έχει δημιουργήσει μία παγιωμένη κατάσταση η οποία στηλιτεύεται από τα ΜΜΕ και τους ερωτώμενους. Η εφαρμογή των σχετικών νόμων είναι βέβαιο ότι θα αλλάξει σημαντικά την εικόνα της περιοχής.
- Η εφαρμογή του Π.Δ. για την περιοχή πρέπει απαραίτητα να αξιολογηθεί έτσι ώστε να επανακαθοριστούν οι στόχοι για το μέλλον.

στ. Πολιτιστικά Γεγονότα - Events

Σημαντικό ρόλο στη λειτουργία και την προβολή μιας πολιτιστικής περιοχής, όπως αναφέρθηκε, κατέχει η διοργάνωση περιοδικών πολιτιστικών εκδηλώσεων και events που βοηθούν στην καθιέρωση της περιοχής και στην αύξηση των επισκεπτών. Στην περιοχή του Ψυρή δεν έχει καθιερωθεί μέχρι σήμερα ένα event, παρά τη σχετική προθυμία των ερωτώμενων.

- Η απουσία ενός street festival αναφέρθηκε από πολλούς ως σημαντική έλλειψη, όπου μάλιστα θα μπορούσαν να συμμετάσχουν ή και να το χρηματοδοτήσουν οι επιχειρήσεις αναψυχής. Υπήρξαν περιπτώσεις όπου ιδέες για event και φεστιβάλ ξεκίνησαν αλλά δεν υλοποιήθηκαν. Τέτοιες

³ Ορισμένοι αναφέρθηκαν σε συγκεκριμένα καταστήματα που λειτουργούν παράνομα ενώ έχουν σφραγιστεί, σε μεθόδους εκφοβισμού, «προστασία», κ.λπ. διευκρινίζοντας όμως ότι τα φαινόμενα αυτά δεν αφορούν το σύνολο των νυχτερινών καταστημάτων. Εκτεταμένες αναφορές για το θέμα αυτό μπορεί να αναζητήσει κανείς και σε αφιερώματα εφημερίδων και τηλεοπτικά ρεπορτάζ.

περιπτώσεις είναι η ιδέα ενός street event με jazz μουσική στην Πλατεία Θεάτρου για τα Χριστούγεννα, μία εκδήλωση από την Oxygore και την Breeder, ιδέες της ομάδας Αστικό Κενό κ.ά. Ο Γιώργος Κωσταντινίδης του B-Station επίσης αναφέρθηκε στη σημασία ενός φεστιβάλ και ότι είναι στα άμεσα σχέδια του να ξεκινήσει μία σχετική προσπάθεια, «η οποία θα είναι πρωτοποριακή και θα δώσει απάντηση σχετικά με το πώς οργανώνεται ένα αποτελεσματικό event». Οι εκδηλώσεις που έχουν γίνει μέχρι τώρα (π.χ. Αποκρίες, υπαίθρια πάρτυ, καλλιτεχνικά δρώμενα κ.ά.) δεν κατάφεραν να προσελκύσουν την προσοχή, δεν καθιερώθηκαν και συχνά αφορούσαν ένα πολύ περιορισμένο κοινό. Η μόνη εκδήλωση που προκάλεσε το ενδιαφέρον και προσφέρεται ως βέλτιστη πρακτική υπήρξε το designwalk (βλ. παρακάτω).

- Οι Ολυμπιακοί Αγώνες και οι εκδηλώσεις που οργανώθηκαν στην πόλη κατά την τέλεσή τους αποτελούν την σημαντικότερη αναφορά σε οποιαδήποτε συζήτηση ή σχεδιασμό για την πόλη της Αθήνας. Αν και πολλοί από τους ερωτώμενους εξέφρασαν απογοήτευση ή κριτική για τον τρόπο που οργανώθηκε το πρόγραμμα εκδηλώσεων στην περιοχή (για τις επιλογές, την αποτυχία της ιδέας των ανοιχτών γκαλερί, τον συνωστισμό, κ.ά.), όλοι παραδέχονται ότι εκείνες οι ημέρες ήταν ιδιαίτερες και πρέπει η εμπειρία αυτή να χρησιμοποιηθεί σαν οδηγός για μελλοντικό σχεδιασμό. Μέχρι σήμερα δεν έχει πραγματοποιηθεί κάτι παρόμοιο και οι ιδέες που υλοποιήθηκαν (δημόσια τέχνη, ανοιχτές συναυλίες, κ.λπ.) δεν είχαν καμία συνέχεια.
- Η παραδοσιακή βιοτεχνική δραστηριότητα του Ψυρή αποτελεί για τους περισσότερους από τους ερωτώμενους μία θετική παραδοσιακή εικόνα και η διατήρησή της πρέπει να αποτελέσει σημαντική προτεραιότητα. Οι δρόμοι με τους εξειδικευμένους τεχνίτες αποτελούν για πολλούς ένα από τα ισχυρά πλεονεκτήματα της περιοχής με προοπτικές να προσδώσουν νέες εικόνες και εμπειρίες στο αστικό τουριστικό προϊόν. Η έλλειψη υποστήριξης παράλληλα με την απουσία προβολής τους θέτει σε κίνδυνο το μέλλον τους και ήδη πολλές παραδοσιακές δραστηριότητες έχουν εκτοπιστεί.
- Μετά την ολοκλήρωση της έρευνας, στις 26-28 Ιανουαρίου 2007 πραγματοποιήθηκε μία πρώτη προσπάθεια κοινής πολιτιστικής δράσης από 14 γραφεία designer που λειτουργούν στην περιοχή⁴. Σύμφωνα με το δέλτιο τύπου το design walk αποτελείται από πολλές μικρές, αυτόνομες εκθέσεις γραφιστικού ενδιαφέροντος. Οι συμμετέχοντες οργανώνουν και παρουσιάζουν στα γραφεία τους από μία έκθεση με έργα που καλύπτουν

⁴ Ορισμένα γραφεία βρίσκονται εκτός της περιοχής έρευνας της διατριβής.

ένα ευρύ φάσμα της οπτικής επικοινωνίας: γραφιστική σε συνδυασμό με τυπογραφία, εικονογράφηση, φωτογραφία, video και εγκαταστάσεις από Έλληνες και ξένους σχεδιαστές.

B. Μπορεί το Ψυρή να χαρακτηριστεί cluster πολιτισμού;

Στο παρόν διδακτορικό οι πολιτιστικές περιοχές εξετάζονται στο πλαίσιο των πολιτικών συγκέντρωσης (clustering) που εφαρμόζουν ή ενθαρρύνουν οι πόλεις. Ο όρος «πολιτιστικά clusters» χρησιμοποιείται τα τελευταία χρόνια αρκετά συχνά για την περίπτωση των πολιτιστικών περιοχών. Τόσο στην περίπτωση του Ψυρή, όσο και στην περίπτωση πολιτιστικών περιοχών του εξωτερικού παρατηρούμε στις περισσότερες περιπτώσεις ότι δεν ικανοποιούνται οι προϋποθέσεις για να χαρακτηριστούν cluster, αφού λείπει ο κεντρικός φορέας (συνήθως ως φορείς διαχείρισης λειτουργούν άτυπες ή «χαλαρές» συλλογικότητες, οι οποίες σε καμία περίπτωση δεν έχουν την οργανωτική ικανότητα των αντίστοιχων φορέων των επιχειρηματικών clusters), δεν υπάρχει κοινή στρατηγική, ο εκπαιδευτικός – ερευνητικός ρόλος είναι υποβαθμισμένος και οι συνεργασίες δεν καθορίζουν το τελικό προϊόν. Ένα από τα σημαντικότερα συμπεράσματα της συγκριτικής παρουσίασης των πολιτιστικών περιοχών είναι ότι ο όρος cluster χρησιμοποιείται καταχρηστικά για αυτές τις περιπτώσεις (βλ. κεφ. 5). Οι μοναδικές περιπτώσεις που ο όρος πολιτιστικό cluster μπορεί να αποδοθεί με την κυριολεκτική του σημασία είναι στην περίπτωση του τομέα των οπτικοακουστικών μέσων.

Στην περίπτωση του Ψυρή, στον τομέα των αμιγώς πολιτιστικών επιχειρήσεων ικανοποιούνται σε μεγάλο βαθμό τα βασικά χαρακτηριστικά μίας καθαρής χωρικής συγκέντρωσης, και όχι ενός cluster ή ενός κοινωνικού δικτύου (όπως αναλύονται σε προηγούμενο κεφάλαιο). Αυτό προκύπτει από τα εξής:

- Οι σχέσεις μεταξύ των επιχειρήσεων είναι:
 - ο άτυπες, μη αναγνωρίσιμες,
 - ο καιροσκοπικές και ασταθείς, δεν βασίζονται σε σταθερές συναλλαγές,
 - ο δεν βασίζονται σε κοινή αντιπροσώπευση ή lobbying,
 - ο δεν γίνονται κοινές επενδύσεις
 - ο δεν υπάρχει μεγάλη εμπιστοσύνη μεταξύ τους
 - ο διαφαίνονται εντάσεις και αντιδικίες μεταξύ των επιχειρήσεων.
- Η είσοδος στην περιοχή είναι γενικά ανοιχτή, δεν υπόκειται σε περιορισμούς, σε αντίθεση με τα περισσότερα clusters που αποκλείουν την είσοδο λόγω του υψηλού κόστους ή ειδικών προδιαγραφών.

- Κυριαρχούν οι ατομικές επιχειρήσεις ή πολύ μικρές επιχειρήσεις.
- Λόγω του αστικού χαρακτήρα και σε αντίθεση με τις περιπτώσεις cluster τα ενοίκια αυξάνονται δυσανάλογα στην περιοχή, καθιστώντας το μακροχρόνιο προγραμματισμό ιδιαίτερα δύσκολο.
- Υπάρχει παντελής απουσία ενός φορέα διαχείρισης και ενός εκπαιδευτικού – ερευνητικού φορέα στην περιοχή που θα μπορούσε να παίξει το ρόλο του συντονιστή (οι περιπτώσεις των ιδιωτικών σχολών δεν καλύπτουν αυτόν τον ρόλο).
- Η πρόθεση αρκετών επιχειρήσεων να μετακομίσουν (22%) καθώς και η δήλωση ότι η περιοχή δεν επηρεάζει τη λειτουργία της επιχείρησης για ένα μεγάλο ποσοστό (25%) αποτελεί ένδειξη ότι η περιοχή δεν παρέχει ικανοποιητικές δεσμεύσεις ή ιδιαίτερη εμπιστοσύνη για πολλές πολιτιστικές επιχειρήσεις

Τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά, επομένως, τα οποία θεωρούνται κρίσιμα για το χαρακτηρισμό μιας περιοχής ως cluster (βλ. Κεφ. 4), ικανοποιούνται μόνο τμηματικά στην περίπτωση του Ψυρή. Συγκεκριμένα:

- **Εγγύτητα:** (Οι φορείς και οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε ένα cluster εκμεταλλεύονται τις προνομιακές σχέσεις που αναπτύσσονται από τις άμεσες επαφές, τις ανταλλαγές γνώσης, την ανάπτυξη και ανακύκλωση ανθρώπινου δυναμικού και τις κοινές υποδομές). Η εγγύτητα είναι πολύ σημαντικός παράγοντας για τις περισσότερες περιπτώσεις και οι σχέσεις που αναπτύσσονται είναι διαφόρων τύπων (π.χ. στη Σαχτούρη 1-3, οι στενές φιλικές σχέσεις οδηγούν εύκολα και σε επαγγελματικές σχέσεις, π.χ. πάρτυ με ανοιχτές πόρτες). Κοινές υποδομές δεν υπάρχουν, ενώ η συνεργασία και η συστέγαση με άλλες επιχειρήσεις δεν αποτελεί επιχειρηματική προτεραιότητα: η συνεργασία για κοινά έργα ή κοινή χρήση εξοπλισμού δεν αξιολογείται σε υψηλή θέση (5,3% στην 10^η θέση), ενώ η συστέγαση με άλλες επιχειρήσεις βρίσκεται στην χαμηλότερη θέση (4,8% στην 12^η θέση). Στις σχετικές συνεντεύξεις, ωστόσο, οι περισσότεροι δήλωσαν πρόθυμοι να συμμετάσχουν σε κάποιο project, ένα φεστιβάλ, κ.ά.

- **Ελαστικότητα:** (Οι σχέσεις μεταξύ των επιχειρήσεων προσαρμόζονται στις εσωτερικές και εξωτερικές συνθήκες και ανταποκρίνονται στην ανάγκη για καινοτομία που επιβάλλονται από ένα αυξημένα ανταγωνιστικό περιβάλλον). Δεν υπάρχει αντίστοιχη ένδειξη στις επιχειρηματικές πρακτικές των ερωτώμενων και δεν διαφαίνονται αλλαγές στη νοοτροπία ή στη διοίκηση προκειμένου να αντιμετωπιστεί μία δυσκολία ή μία ευκαιρία. Για παράδειγμα, στην περίπτωση των

γκαλερί μία κοινή στρατηγική για την προσέλκυση ενός ευρύτερου αγοραστικού κοινού ευκαιρίακών συλλεκτών ή φιλότεχνων⁵ θα μπορούσε να βοηθήσει να αντιμετωπιστεί η κρίση στον συγκεκριμένο τομέα.

- **Μικρό και μεσαίο μέγεθος οικονομικών δραστηριοτήτων:** (οι μικρές επιχειρήσεις έχουν υψηλότερο βαθμό ελαστικότητας και ταιριάζουν καλύτερα στις δυναμικές οι οποίες είναι απαραίτητες για την προσαρμοστικότητα των cluster). Ο όρος αυτός ικανοποιείται στην περιοχή του Ψυρή όπου η πλειοψηφία των πολιτιστικών επιχειρήσεων είναι μικρές ή μικρομεσαίες. Το μέγεθος σε πολλές περιπτώσεις ενδέχεται να λειτουργεί και αρνητικά λόγω της δυσκολίας που αντιμετωπίζουν στον προγραμματισμό, στην επέκταση των δραστηριοτήτων, κ.ά.

- **Αποτελεσματικότητα:** (Αναπτύσσοντας το τελικό προϊόν μέσα από μια παράλληλη διαδικασία ανατροφοδότησης της αλυσίδας, βελτιώνεται η ποιότητα και ανταποκρίνεται στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς). Ο πολιτιστικός τομέας χρειάζεται εκ των πραγμάτων συνεχή αναπροσαρμογή στα νέα δεδομένα της τεχνολογίας, της ζήτησης, κ.λπ. Οι απαντήσεις των ερωτώμενων δείχνουν ότι στην περιοχή του Ψυρή οι δυνατότητες που προσφέρει η γειτνίαση για κοινά project, αλληλοϋποστήριξη, ενημέρωση, φεστιβάλ, κ.λπ., έχουν αμεληθεί.

- **Συνεργασία:** (Η συνεργασία μπορεί να αφορά διαφορετικές χρονικές στιγμές και βαθμούς είτε πρόκειται για στρατηγικές είτε για οριζόντιες συνεργασίες (από ανταλλαγή γνώσης σε συγκεκριμένα κομμάτια της παραγωγής έως συνεργασίες μεγάλης κλίμακας). Η συνεργασία στις περισσότερες περιπτώσεις παίρνει τη μορφή άτυπης σχέσης και σε σπάνιες περιπτώσεις αποκτά συμβατική σχέση. Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι δεν έχει καθιερωθεί καν ένα περιοδικό φεστιβάλ το οποίο να προβάλλει την περιοχή. Η περιοχή του Ψυρή αποτελεί ένα έντονο ανταγωνιστικό τοπικό περιβάλλον μέσα στο οποίο οι πολιτιστικές επιχειρήσεις αναγκάζονται να μεταβάλλουν συνεχώς τις σχέσεις τους με άλλες επιχειρήσεις. Σε λίγες περιπτώσεις εμφανίζονται μακροπρόθεσμες συνεργασίες μεταξύ τους.

Μόνο στις περιπτώσεις της συστέγασης σε ένα μεμονωμένο κτίριο όπως συμβαίνει στο κτίριο της Σαχτούρη 1-3 ή στο κτίριο της Αισχύλου 11 αναπτύσσονται σημαντικές συνεργασίες. Ωστόσο, οι εξωτερικές οικονομίες που αναπτύσσονται από την δραστηριότητα των πολιτιστικών επιχειρήσεων (δημιουργία καλλιτεχνικής ατμόσφαιρας, ανάπλαση κτιρίων, προσέλκυση κοινού

⁵ Εδώ ως βέλτιστη πρακτική μπορεί να χρησιμοποιηθεί η περίπτωση του δανεισμού έργων τέχνης (KunstUitleen) που λειτουργεί με μεγάλη επιτυχία στο Tilburg.

και κατοίκων των εύπορων ομάδων της κοινωνίας, κ.λπ.) ωφελούν τις περισσότερες επιχειρήσεις της περιοχής.

- Ανταγωνιστικότητα: (ο ανταγωνισμός στο πλαίσιο του cluster μπορεί να είναι αρκετά εντατικός για να ενδυναμώσει τις εσωτερικές και εξωτερικές συνεργασίες, με σκοπό να κρατήσει την επαφή με την καινοτομία και να αντεπεξέλθει στη διαφοροποίηση της ζήτησης). Ο ανταγωνισμός στην περίπτωση των πολιτιστικών επιχειρήσεων δεν αποκτά τη μορφή και την ένταση που έχει σε άλλους τομείς, με δεδομένο ότι η συνύπαρξη ομοειδών πολιτιστικών επιχειρήσεων σε μία περιοχή (π.χ. θέατρα, γκαλερί) δεν λειτουργεί ανταγωνιστικά στο βαθμό που οι πελάτες δεν χρειάζεται να επιλέξουν αλλά μπορούν να χρησιμοποιήσουν παράλληλα τις υπηρεσίες τους (υπήρξαν ελάχιστοι ερωτώμενοι που διαφώνησαν με τη θέση αυτή, λέγοντας ότι ο ανταγωνισμός τους δυσκολεύει σημαντικά). Στην περίπτωση των designers ο ανταγωνισμός είναι πιο σκληρός, αφού πελάτες είναι κυρίως άλλες επιχειρήσεις που καλούνται να επιλέξουν. Γενικά, στην περίπτωση του Ψυρή, οι πολιτιστικές επιχειρήσεις υιοθετούν μια ατομική συμπεριφορά, ενώ καμία από αυτές (εκτός της Ελληνικής Θεαμάτων διατοπικά) δεν έχει ισχύ απέναντι στην αγορά. Μόνο στην περίπτωση των γκαλερί μπορεί να υποστηριχθεί ότι ως σύνολο έχουν δυνατή αντιπροσώπευση στην αγορά, με την περιοχή να αποτελεί το μεγαλύτερο πόλο συγκέντρωσής τους στην Αθήνα.

Οι παραπάνω λόγοι που οδηγούν μία επιχείρηση να αναζητήσει τη χωροθέτηση της σε ένα cluster, δεν αποτελούν επομένως δυνατά στοιχεία στην περίπτωση του Ψυρή. Παρά το γεγονός αυτό η περιοχή συνεχίζει να ελκύει πολιτιστικές χρήσεις.

Όπως αναφέρθηκε και στο Κεφάλαιο 3, ο R. Florida προσθέτει έναν ακόμα λόγο: την τάση των επιχειρήσεων να συγκεντρώνονται προκειμένου να εκμεταλλευτούν την ύπαρξη μεγάλων συγκεντρώσεων ατόμων της «δημιουργικής τάξης», δηλ. ατόμων που διαθέτουν το ταλέντο να προωθήσουν την καινοτομία και την οικονομική ανάπτυξη. Γι' αυτό και διατυπώνει τη θέση ότι μία στρατηγική τοπικής ανάπτυξης πρέπει να απευθύνεται και να προσελκύει τα μέλη της τάξης αυτής και όχι τόσο τις επιχειρήσεις οι οποίες θα αναγκαστούν να ακολουθήσουν (Florida 2002, 2004). Η θεωρία του Florida σε αυτή την περίπτωση δείχνει να δικαιώνεται μόνο εν μέρει αφού η τάση αύξησης της κατοικίας στην περιοχή του Ψυρή (αλλά και στο Γκάζι, το Μεταξουργείο και την Ακαδημία Πλάτωνος) από νέους επαγγελματίες και καλλιτέχνες αποδεικνύει την επιρροή που έχει η ομάδα αυτή είναι μεν σημαντική, δεν αποτελεί όμως τη βασική κινητήρια δύναμη σε μία αστική περιοχή. Η πόλη αποτελούσε ανέκαθεν και θα συνεχίσει να αποτελεί τόπο

σύγκρουσης συμφερόντων και κοινωνικών ομάδων που την διαμορφώνουν, γεγονός που είναι εμφανές και στην περίπτωση του Ψυρή.

Γ. Το μέλλον της περιοχής του Ψυρή

Γενικά, ενώ είναι σαφές ότι οι προσεγγίσεις της αστικής ανάπλασης που βασίζονται στον πολιτισμό μπορούν να υπάρξουν αποτελεσματικές είτε για συγκεκριμένες περιοχές είτε για ολόκληρες πόλεις, είναι εξίσου σαφές ότι τα εννοιολογικά και λειτουργικά πλαίσια προγραμματισμού τους έχουν αναπτυχθεί με διαφορετικό τρόπο σε κάθε περίπτωση. Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι στην περίπτωση του Ψυρή υπάρχουν σημαντικές διαφορές προσέγγισης σε σχέση με τις περιπτώσεις των πολιτιστικών περιοχών στο εξωτερικό ή και στο εσωτερικό⁶. Οι διαφορές αυτές δεν αφορούν μόνο το κανονιστικό και λειτουργικό πλαίσιο αλλά και τις βασικές εννοιολογικές υποθέσεις σχετικά με τις αρχές, τις ορθές πρακτικές και τα μέσα. Η έννοια των «πολιτιστικών περιοχών» ως στρατηγική επιλογή για τις πόλεις δεν υπάρχει ακόμη στην Ελλάδα, όταν στις περιπτώσεις του εξωτερικού η έννοια πολιτιστική περιοχή εμφανίζεται από τα πρώτα στάδια ανάπτυξης στα κείμενα προγραμματισμού. Υπάρχει επομένως μια ανάγκη για συνεπέστερα εννοιολογικά πλαίσια για τις πολιτικές πολιτιστικής συγκέντρωσης όπως και ανάγκη άντλησης συμπερασμάτων από βέλτιστες πρακτικές στο εξωτερικό. Απαιτείται ένα ευρύτερο φάσμα πιθανών προσεγγίσεων με ανάμειξη «εκ των άνω» και «από την βάση» μεθόδων, αντικαθιστώντας τις γενικές έννοιες.

Η έλλειψη μελετών που σχετίζονται με την ανάπτυξη της περιοχής του Ψυρή συνολικά, όσο και για την πολιτιστική επιχειρηματικότητα συγκεκριμένα, καθιστούν τα συμπεράσματα της έρευνας ιδιαίτερα χρήσιμα για μελλοντικές πολιτικές και παρεμβάσεις. Στο πλαίσιο αυτό, μετά τη σύγκριση με τις περιπτώσεις πολιτιστικών περιοχών στο εξωτερικό, η διατύπωση γενικών προτάσεων για τη βελτίωση της λειτουργίας του Ψυρή ως πολιτιστική περιοχή που ακολουθεί μπορεί να υπάρξει ιδιαίτερα χρήσιμη. Για την καλύτερη παρουσίαση των προτάσεων προηγείται η ανάλυση των ισχυρών και αδύνατων σημείων, ευκαιριών και απειλών.

⁶ Η σύγκριση με τα Λαδάδικα δείχνει ότι οι διαφορετικές συνθήκες και περιστάσεις έχουν οδηγήσει τις δύο περιοχές να ακολουθήσουν ξεχωριστές πορείες.

Πίνακας 1: SWOT Ανάλυση για την περιοχή του Ψυρή

Ισχυρά Σημεία - Κατάληξη "αρχαιολογικού περιπάτου" - Συνδυασμός με τουριστικές δραστηριότητες - Η μορφολογία της περιοχής βοηθάει στην εύκολη απομνημόνευση, δεν έχει ανηφόρες (μεσαιωνική ρυμοτομία) - Μεγάλη ποικιλομορφία χρήσεων που συνεχίζει να φιλοξενεί η περιοχή (παρά τον εκτοπισμό πολλών χρήσεων), - Διατήρηση παραδοσιακών επαγγελμάτων - γειτνίαση με την περιοχή Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων και η θέα στην Ακρόπολη και σε άλλα αξιοθέατα - Συνδυασμός με δραστηριότητες αναψυχής, εστίασης, κ.ά. - Άριστη πρόσβαση λόγω μετρό	Αδύνατα Σημεία - Ελλιπής προβολή με ηλεκτρονικές υπηρεσίες και πληροφόρηση, - Εποχικότητα επισκεψιμότητας, μεγάλη κάμψη τους καλοκαιρινούς μήνες - Έλλειψη δράσεων υποστήριξης - Λειτουργία τοπικών συλλόγων με αντικρουόμενα συμφέροντα και χαμηλός βαθμός ενεργού συμμετοχής των ατόμων σε συλλογικότητες - Χαμηλό ποσοστό συνεργασιών - Πρόβλημα ναρκωτικών και εγκληματικότητας - Μεγάλος αριθμός καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος – κορεσμός - Απουσία σημαντικών ερευνητικών – εκπαιδευτικών φορέων - Έλλειψη αξιόπιστων μελετών και προτάσεων
Ευκαιρίες - Αξιοποίηση δημόσιων, εμβληματικών κτιρίων περιοχής (Κακουργιοδικείο, Γραφεία Δημοτικού Διαμερίσματος, Διπλάρειος Σχολή, Πινακοθήκη Δ.Α.) - Παγκόσμια τάση αύξησης του αστικού τουρισμού (city breaks) - Πρόγραμμα περιβαλλοντικών παρεμβάσεων (πεζοδρομήσεις, φωτισμός) - Ίδρυση φορέα διαχείρισης και προώθησης της πολιτιστικής περιοχής (λειτουργία γραφείου, ιστοσελίδας) - Ενίσχυση υποδομών καλλιτεχνικής εκπαίδευσης της περιοχής - Διοργάνωση γεγονότων (events) που θα λειτουργήσουν ως καταλύτες - Δράσεις Στήριξης Πολιτιστικής Επιχειρηματικότητας (θερμοκοιτίδες, χρηματοδοτικά προγράμματα) - Προγράμματα κοινωνικής ένταξης μεταναστών, ναρκομανών, κ.ά.	Απειλές - Αύξηση εγκληματικότητας - Εκτοπισμός Παραδοσιακών και Πολιτιστικών Δραστηριοτήτων – Μονοκαλλιέργεια δραστηριοτήτων αναψυχής και εμπορίου - Επανεμφάνιση της πτωτικής τάσης του αστικού τουρισμού στην Αθήνα - Προβολή αρνητικής εικόνας για το Ψυρή από τα Μ.Μ.Ε. - Ανταγωνισμός από γειτονικές περιοχές - Περαιτέρω αύξηση ενοικίων ενδέχεται να πλήξει τις πολιτιστικές επιχειρήσεις

Η παραπάνω SWOT Analysis σε σχέση με προτάσεις οι οποίες είτε εκφράστηκαν από τους ερωτώμενους, είτε προκύπτουν με βάση τη διεθνή εμπειρία μπορούν να οδηγήσουν στη διατύπωση ενός στρατηγικού σχεδίου για το μέλλον της περιοχής του Ψυρή βάσει γενικών προτάσεων.

- Στρατηγικό Όραμα

Η διατύπωση των βασικών κατευθύνσεων για το μέλλον της περιοχής είναι το πρώτο βήμα για τη χάραξη οποιασδήποτε στρατηγικής. Το στρατηγικό όραμα θα πρέπει να ξεκαθαρίζει ότι το Ψυρή θα λειτουργεί ως μία πολιτιστική περιοχή με ελεγχόμενες δραστηριότητες αναψυχής, μη οχλούσες εμπορικές δραστηριότητες

και κατοικία. Αυτό δε σημαίνει ότι ο πολιτισμός ακυρώνει ή υποβαθμίζει τις υπόλοιπες αστικές λειτουργίες της περιοχής, αλλά ότι πρέπει να αποτελέσει τον τομέα εκείνο στον οποίο πρέπει να δοθεί προτεραιότητα.

Ενδεχομένως αυτό θα προϋποθέτει την επικαιροποίηση του Π.Δ. το οποίο, ενώ δίνει σωστές κατευθύνσεις σε πολλά θέματα (συντελεστές δόμησης, περιορισμούς στις χρήσεις γης), διακρίνεται από ένα πνεύμα το οποίο δεν ανταποκρίνεται απόλυτα στην πραγματική εξέλιξη της περιοχής. Η επικαιροποίηση ή αλλαγή του Π.Δ. εγείρει μία ευρύτερη συζήτηση σχετικά με την επάρκεια των πολεοδομικών ρυθμίσεων και εργαλείων (Ρυθμιστικό Σχέδιο, Πολεοδομικά Σχέδια) και της αποσπασματικής πολιτικής παρέμβασης των κρατικών θεσμών σε θέματα χρήσεων γης (Χριστοφιλόπουλος 2002). Αν και δεν είναι στους στόχους της παρούσας διατριβής να διαπραγματευτεί τα θέματα αυτά, τα προβλήματα στις χρήσεις γης στην περιοχή του Ψυρή και η έλλειψη επαρκών κατευθύνσεων για το σύνολο του κέντρου της Αθήνας, καθιστούν την ανάγκη επαναπροσδιορισμού των αρχών του πολεοδομικού σχεδιασμού της Αθήνας επιτακτική.

- Περιβαλλοντικά θέματα - Χρήσεις γης στην περιοχή

Οι δημόσιες υπηρεσίες και ειδικά ο Δήμος Αθηναίων θα πρέπει να δώσουν μεγάλη σημασία στη διατήρηση και στη μετατροπή κτιρίων που ανήκουν στον ευρύτερο δημόσιο τομέα ή σε κοινωφελή ιδρύματα. Η μελλοντική χρήση του Κακουργιοδικείου, της Διπλάρειου Σχολής, της Πινακοθήκης και του θεάτρου ΕΜΠΡΟΣ θα καθορίσουν και το χαρακτήρα της περιοχής. Ειδικά τα γραφεία του Δημοτικού Διαμερίσματος στο παλαιό ιατρείο της πλατείας Αγίων Αναργύρων πέρα από διοικητικές διεκπεραιώσεις δεν έχει κάποιο ρόλο στην περιοχή. Επιθυμητή θα ήταν η λειτουργία του ως κέντρο πληροφόρησης για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις, τις επιχειρήσεις αναψυχής και τις βιοτεχνίες στα πρότυπα του Temple Bar.

Η περιοχή είναι ήδη κοινωνικά βεβαρημένη με αποτέλεσμα οι επιπρόσθετες χρήσεις κοινωνικής βοήθειας (π.χ. ΟΚΑΝΑ) να προσθέτουν επιπλέον προβλήματα στην περιοχή. Με δεδομένο ότι στην περιοχή δεν λειτουργούν προγράμματα ενημέρωσης των κατοίκων ή βοήθειας στο δρόμο όπως συμβαίνει αντίστοιχα σε περιοχές του εξωτερικού.

Το θέμα της ασφάλειας και της καταπολέμησης του αστικού φόβου είναι βασικός παράγοντας επιτυχίας. Ο χαρακτηρισμός μιας περιοχής ως εγκληματικής αποθαρρύνει μεγάλο μέρος πολιτών να την επισκεφθεί, ειδικά δε τις κατηγορίες πληθυσμού που θεωρούν ότι είναι πιο ευάλωτες στο έγκλημα στον δρόμο, δηλ. τις γυναίκες και τους ηλικιωμένους. Ο αποκλεισμός πληθυσμιακών ομάδων από την περιοχή είναι σημαντικό κοινωνικό πρόβλημα, το οποίο, παράλληλα θα

δημιουργήσει προβλήματα και στην ομαλή λειτουργία και την εικόνα της πολιτιστικής περιοχής. Ο σωστός φωτισμός και η διακριτική αστυνόμευση της περιοχής είναι βασικές προϋποθέσεις για να μπορεί η περιοχή να λειτουργεί δίχως προβλήματα τόσο για τους κατοίκους όσο και για τους επισκέπτες.

Τέλος, πολύ σημαντική είναι και η αντιμετώπιση πρακτικών ζητημάτων όπως η κυκλοφορία, το πάρκινγκ, οι πεζοδρομήσεις, η καθαριότητα, κ.λπ. Ο αρχικός σχεδιασμός του ΥΠΕΧΩΔΕ προέβλεπε την πεζοδρόμηση περισσότερων δρόμων της περιοχής, αλλά δεν υλοποιήθηκαν. Η περιοχή απαιτεί ειδική συγκοινωνιακή μελέτη για να εντοπιστούν τα ενδεχόμενα προβλήματα που μπορεί να επιφέρει η επέκταση του δικτύου των πεζοδρόμων στην περιοχή. Θα πρέπει να υπάρξει μέριμνα για την εξυπηρέτηση των επιχειρήσεων και των κατοίκων. Το πρόβλημα της στάθμευσης είναι πολύ σημαντικό στην περιοχή ειδικά τις βραδινές ώρες, οπότε θα πρέπει να ενισχυθούν οι δημόσιες μεταφορές (π.χ., με τη λειτουργία του Μετρό όλο το 24ωρο). Η συγκομιδή των σκουπιδιών και η καθαριότητα αναφέρθηκαν από πολλούς ερωτώμενους ως προβλήματα της περιοχής και θα πρέπει να αναζητηθούν άμεσες λύσεις (π.χ., η χρήση μικρότερων πιο ευέλικτων αυτοκινήτων συλλογής σκουπιδιών που –σε αντίθεση με αυτά που υπάρχουν τώρα- θα μπορούν να προσεγγίσουν όλα τα σημεία της περιοχής).

- Αντιπροσώπηση - Συνεργασία

Το γεγονός ότι οι σύλλογοι που λειτουργούν δεν εκφράζουν τους αντικειμενικούς στόχους ή τα συμφέροντα όλων των επαγγελματιών και των κατοίκων καθιστά τη λειτουργία τους ανεπαρκή. Άλλωστε, οι ομάδες που έχουν δημιουργηθεί δεν είναι ούτε συμπαγείς ούτε διακρίνονται από συνοχή. Σε πολλές περιπτώσεις τα μέλη μιας ομάδας δεν μοιράζονται κοινές απόψεις, ενώ αρκετές είναι οι περιπτώσεις μεταπήδησης από μία ομάδα στην άλλη, π.χ. ένας παλιός επαγγελματίας της περιοχής που μετατρέπει με τα παιδιά του την επιχείρησή του σε μπαρ.

Αρχικά θα μπορούσε να ξεκινήσει μία προσπάθεια συνεννόησης σε βασικά ζητήματα με συμμετοχή όλων των συλλόγων υπό την επίβλεψη του Δήμου. Τα διαφορετικά σχήματα των περιπτώσεων του εξωτερικού προσφέρουν διαφορετικούς τρόπους προσέγγισης του θέματος.

- Πολιτιστικές Επιχειρήσεις

Η παραμονή και η λειτουργία των πολιτιστικών επιχειρήσεων της περιοχής θα πρέπει να υποστηριχθεί με σκοπό την τοπική ανάπτυξη και τη δημιουργία

θέσεων εργασίας. Η ανάπτυξη των μικρών και μεσαίων πολιτιστικών επιχειρήσεων σε μια πόλη μπορεί να έχει την ίδια σημασία με ένα μεγάλο «εμβληματικό» πολιτιστικό έργο και αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την καθιέρωση μιας τοπικής πολιτιστικής σκηνής.

Ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί στη λειτουργία της περιοχής ως πόλος έλξης νέων ταλέντων μέσω της δημιουργίας και ενίσχυσης χώρων εργασίας, χώρων έκθεσης ή παραστάσεων, χώρων εκπαίδευσης, κ.λπ. Ειδικά το θέμα των εκπαιδευτικών θεσμών είναι ιδιαίτερα σημαντικό, ώστε να ενισχυθεί ο πολιτιστικός χαρακτήρας της περιοχής και η ενδυνάμωση της με νέα ταλέντα. Σήμερα, ίσως ο κύριος λόγος που η περιοχή του Ψυρή δεν έχει παρακμάσει τόσο όσο η περιοχή των Λαδάδικων είναι επειδή έχει δεχθεί νέα ταλέντα που εγκαταστάθηκαν στην περιοχή τα τελευταία δύο χρόνια. Από όλες τις περιπτώσεις φαίνεται ότι η εκπαίδευση και η έρευνα είναι οι τομείς οι οποίοι, όπως αντίστοιχα και στις περιπτώσεις clustering άλλων τομέων, κατέχουν κεντρικό ρόλο στον τρόπο ανάπτυξης μιας πολιτιστικής περιοχής. Στο σημείο αυτό η περιοχή του Ψυρή υστερεί και είναι απαραίτητη η ενίσχυση της. Αυτό δε σημαίνει απαραίτητα ότι πρέπει να εισέλθει πανεπιστημιακό τμήμα στην περιοχή: ένα ερευνητικό κέντρο ή ένα παράρτημα το οποίο να ασχολείται με θέματα πολιτιστικής πολιτικής, τέχνης, αστικού σχεδιασμού, αρχιτεκτονικής, κ.ά. μπορεί να στηρίξει επιστημονικά και πρακτικά τον προγραμματισμό, να προτείνει λύσεις και να συμμετάσχει στην οργάνωση εκθέσεων και εκδηλώσεων (βλ. το ρόλο του Manchester Institute of Popular Culture, των Ινστιτούτων Αρχιτεκτονικής στη Βιέννη και το Τίλμπουργκ, των πανεπιστημιακών εργαστηρίων στο Ελσίνκι).

Η ίδρυση ενός φορέα διαχείρισης και προώθησης της πολιτιστικής περιοχής (εταιρία ειδικού σκοπού) στα πρότυπα των περιπτώσεων του εξωτερικού είναι επίσης ένας κρίσιμος παράγοντας ανάπτυξης από τον οποίο θα εξαρτηθεί σημαντικά η περαιτέρω ανάπτυξή της. Όπως φαίνεται και από την έρευνα πεδίου η πλειοψηφία των ερωτώμενων τη θεωρεί πολύ θετική. Η εταιρία αυτή θα πρέπει να μεριμνά για την ενίσχυση της δικτύωσης, την παροχή πληροφοριών σε πολιτιστικές επιχειρήσεις, την προώθηση των πολιτιστικών επιχειρήσεων της περιοχής του Ψυρή και την προώθηση της περιοχής του Ψυρή συνολικά. Παράλληλα θα πρέπει να λειτουργεί ως μεσάζοντας σε σχέση με το Δημόσιο, να οργανώνει κοινές δραστηριότητες, όπως φεστιβάλ, event, κ.ά., να υποστηρίζει τις νέες επιχειρήσεις στον πολιτιστικό τομέα, να λειτουργεί ως σημείο συνάντησης για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις, να παρέχει συμβουλευτικές υπηρεσίες και να φροντίσει για την εγκατάσταση ενός ευρυζωνικού δικτύου. Επιθυμητή είναι επομένως η λειτουργία ενός ειδικού γραφείου για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις στην περιοχή του Ψυρή και μιας βελτιωμένης ιστοσελίδας.

- Πολιτιστικά Γεγονότα – Προβολή – Σύνδεση με τουριστική προβολή

Ο πολιτιστικός προγραμματισμός για την περιοχή θα πρέπει να ενθαρρύνει τις τοπικές πολιτιστικές πρωτοβουλίες και τη δικτύωση εντός της περιοχής, να μεγιστοποιεί το όφελος από τη χρήση του δημόσιου και του ημι-δημόσιου χώρου θέτοντας παράλληλα και τις προϋποθέσεις για την ορθή διαχείριση κοινού και να συνδεθεί με την πολιτιστική ατζέντα της πόλης της Αθήνας. Η επιτυχία του πολιτιστικού προγραμματισμού σε άλλες πολιτιστικές περιοχές (Museumsquartier, Temple Bar, Veemarktkwartier) δείχνει ότι η ετήσια οργάνωση εκδηλώσεων βοηθάει σημαντικά στην καθιέρωση της πολιτιστικής περιοχής. Ορισμένα ενδεικτικά πολιτιστικά γεγονότα είναι τα εξής:

- Φεστιβάλ με «ανοιχτές πόρτες» εργαστηρίων, γκαλερί, γραφείων designer, κ.λπ., με πρότυπο το designwalk.
- Φεστιβάλ με αναβίωση παραδοσιακών δραστηριοτήτων
- Έθνικ φεστιβάλ
- Καρναβάλι (αναβάθμιση εορτασμού).
- Φεστιβάλ Ηλεκτρονικής Μουσικής, πρωτοποριακών ταινιών (στα πρότυπα του e-φως), Ρεμπέτικου, κ.ά.

Η περιοχή θα μπορούσε να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο σε φεστιβάλ που ήδη υπάρχουν ή θα μπορούσαν να ξεκινήσουν. Ενδεικτικά:

- Θεατρικό Φεστιβάλ Αθήνας, όπως τα αντίστοιχα φεστιβάλ Δουβλίνου και Βιέννης.
- Προσπάθειες προσέγγισης με το Ελληνικό Φεστιβάλ για διοργάνωση παραστάσεων στην ευρύτερη περιοχή (στη Βιέννη το Museumsquartier έχει ταυτιστεί με το Φεστιβάλ Βιέννης).
- Έκθεση πολιτιστικών εκδηλώσεων της επόμενης χρονιάς κάθε Σεπτέμβριο (στα πρότυπα της Uitmarkt του Άμστερνταμ).
- «Νύχτα των Μουσείων» (στα πρότυπα των γερμανικών πόλεων).

Η προβολή της περιοχής και η αντιστροφή του αρνητικού κλίματος για την περιοχή είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχία του πολιτιστικού προγραμματισμού. Το θέμα της ιστοσελίδας που θα προβάλλει το σύνολο της περιοχής (θα μπορούσε να λειτουργήσει από τον ίδιο φορέα που λειτουργεί σήμερα τη σελίδα psirionline με επιδότηση για ελεύθερη συμμετοχή) είναι βασικό. Γενικά η περίπτωση του Museumsquartier είναι η πλέον επιτυχημένη με πολύ καλή ιστοσελίδα και προβολή από τα ΜΜΕ. Ειδικά η έκδοση μηνιαίου περιοδικού και η διάθεσή του ως ένθετο κυριακάτικης εφημερίδας μπορεί να λειτουργήσει και σε άλλες περιπτώσεις, όπως στην περίπτωση του Ψυρή (ίσως σαν ένθετη στήλη). Ο

Δήμος και οι κρατικοί φορείς από την πλευρά τους, προχωρώντας σε περιβαλλοντικές βελτιώσεις και στην εφαρμογή των νομοθετικών διατάξεων όπου εντοπιστεί παρανομία, θα πρέπει να φροντίσουν να προβληθεί το έργο τους έτσι ώστε να καταστεί γνωστό στο ευρύτερο κοινό ότι η περιοχή «ξεκαθάρισε» ή «βελτιώθηκε».

Το θέμα της πολιτιστικής χορηγίας είναι ιδιαίτερα κρίσιμο για οποιαδήποτε προσπάθεια αυτόνομης χρηματοδότησης εκδηλώσεων ή προσπαθειών, ειδικά με δεδομένο ότι το νέο νομοσχέδιο για την πολιτιστική χορηγία που αναμένεται να ψηφιστεί το 2007 μπορεί να οδηγήσει σε ένα σχετικό ενδιαφέρον από τις εταιρίες.

Η σύνδεση με το τουριστικό προϊόν της πόλης της Αθήνας πρέπει να ενισχυθεί βάσει συγκεκριμένης πολιτικής προσέγγισης η οποία να δίνει έμφαση στις νέες τάσεις της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς. Η προώθηση αυθεντικών αστικών εμπειριών, αναβίωσης του ιστορικού κλίματος διαφορετικών εποχών, η προβολή άγνωστων ιστορικών γεγονότων και μνημείων στο κοινό και η βελτίωση των παρεχομένων υπηρεσιών μπορεί να προσφέρει στην πόλη επιπλέον λόγους επίσκεψης. Η αστική εμπειρία πρέπει να περιλαμβάνει την επίσκεψη σε εκθέσεις, τις αγορές, την περιήγηση, την κοινωνικοποίηση, κ.λπ. δημιουργώντας τη φήμη μια «ζωντανής» πόλης. Η φήμη μιας πόλης ταξιδεύει γρηγορότερα και είναι πιο αποτελεσματική από την επίσημη τουριστική προώθηση – η Αθήνα μέχρι σήμερα δεν έχει καταφέρει να δημιουργήσει την φήμη που έχουν άλλες πόλεις όπως η Βαρκελώνη, το Βερολίνο, κ.λπ.

Η απουσία πολιτιστικών γεγονότων και η υπολειτουργία της περιοχής τους τουριστικούς μήνες Ιούλιο και Αύγουστο αποτελεί σημαντικό πρόβλημα για το σύνολο της πόλης, αφού οδηγεί στην υπερσυγκέντρωση επισκεπτών στις περιοχές γύρω από την Ακρόπολη, ενώ δημιουργείται και λανθασμένη εντύπωση στους επισκέπτες όσον αφορά την πολιτιστική ζωή της πόλης συνολικά. Η πλειονότητα των σημαντικότερων αστικών προορισμών (π.χ., Βιέννη, Λονδίνο, Ρώμη) συνεχίζει να παρέχει ένα πλούσιο πολιτιστικό πρόγραμμα τους μήνες αυτούς, όταν μάλιστα δεν έχουν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Αθήνας (θάλασσα σε μικρή απόσταση, δυνατότητα για μονοήμερες εκδρομές σε παραθεριστικούς προορισμούς, κ.ά.). Επίσης, η προώθηση του σύγχρονου πολιτιστικού χαρακτήρα της περιοχής προϋποθέτει εύκολη πρόσβαση, σήμανση, διευρυμένα ωράρια, κ.λπ. των πολιτιστικών επιχειρήσεων.

- Εμπόριο – Αναψυχή

Η περιοχή του Ψυρή και η Αγορά αποτέλεσαν ιστορικά το κέντρο χονδρικού εμπορίου υλικών, βιοτεχνικών προϊόντων, τροφίμων, κ.λπ. της πόλης και η

διατήρηση της ιδιότητας αυτής πρέπει να αποτελέσει ζητούμενο στο πλαίσιο της μεταβολής των λειτουργιών του κέντρου. Η ανάγκη για τη λειτουργία αυτή σαφώς δεν παραμένει αναλλοίωτη στο χρόνο: το χονδρικό εμπόριο θα μπορούσε να είναι πιο αποδοτικό σε μία άλλη περιοχή της Αθήνας με εύκολη πρόσβαση που θα βοηθούσε να αποσυμφορηθεί το κέντρο. Ωστόσο, ο χαρακτήρας της περιοχής θα δεχόταν πλήγμα και η απουσία της Κεντρικής Αγοράς θα άλλαζε ριζικά το χαρακτήρα της περιοχής. Ο πληθυσμός των χονδρεμπόρων, των τεχνιτών, των εργαστηρίων, των καταστημάτων των μεταναστών, κ.ά. αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο της περιοχής.

Επιθυμητός στόχος είναι να ενισχυθεί το εμπόριο που σχετίζεται με τη λειτουργία της πολιτιστικής περιοχής. Στο Northern Quarter του Μάντσεστερ οι πωλήσεις δίσκων, ρούχων, κ.λπ. προσελκύουν το νεανικό κοινό στην περιοχή. Στην περιοχή του Ψυρή εμφανίζεται αντίστοιχη τάση. Οι επιχειρήσεις αναψυχής θεωρούνται απαραίτητες για τη λειτουργία της περιοχής και αποτελούν μέρος της εικόνας της. Τα εστιατόρια ενθαρρύνουν την επίσκεψη στην περιοχή σε διαφορετικές ώρες της ημέρας και είναι σε θέση να προσελκύσουν ένα μεγάλο ηλικιακό φάσμα.

- Μελλοντικές Κατευθύνσεις και Διλήμματα

Οι παραπάνω παρατηρήσεις που προκύπτουν από την έρευνα αναδεικνύουν την άμεση ανάγκη για τη χάραξη στρατηγικής για την περιοχή του Ψυρή, καθώς και για την τομεακή εξειδίκευση βάσει ειδικών μελετών. Θεματικές ενότητες όπως το κυκλοφοριακό πρόβλημα, η κατοικία, η ασφάλεια, το αστικό πράσινο κ.ά., πρέπει να γίνουν αντικείμενα μελέτης, ενώ απαραίτητη είναι η αναπροσαρμογή του Ρυθμιστικού Σχεδίου της Αθήνας στα θέματα αυτά. Η διεθνής εμπειρία μπορεί να προσφέρει τις κατάλληλες βέλτιστες πρακτικές και τα εργαλεία που απαιτούνται. Παραμένουν ωστόσο σημαντικά διλήμματα τα οποία σχετίζονται αφενός με τη γενικότερη πολιτική κατεύθυνση για τη σύγχρονη πόλη (π.χ. τη στροφή προς τη μητροπολιτική διοίκηση), την αειφορία και την επίλυση των προβλημάτων που παρουσιάζονται στην εφαρμογή κάθε σχεδίου. Η παράνομη λειτουργία καταστημάτων, η παραβατικότητα, η εκτόπιση χρήσεων και οι συγκρούσεις συμφερόντων απαιτούν την αποτελεσματικότερη παρέμβαση του κράτους.

Από την πλευρά της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και του πολιτικού σχεδιασμού, είναι ξεκάθαρο ότι απαιτείται άριστη γνώση των ιδιαίτερων συνθηκών λειτουργίας των πολιτιστικών επιχειρήσεων. Είναι δύσκολο να επιλυθούν τα προβλήματα που συνδέονται με τις πολιτιστικές περιοχές με μία κίνηση, ωστόσο η εμπειρία που έχει αποκτηθεί πλέον μπορεί να λειτουργήσει σαν μαθησιακή λειτουργία.

Βιβλιογραφία Ψυρή

- Αγγελικόπουλος Α., «Στου Ψυρή το Αθηναϊκό Μπρόντγουέι», Άρθρο στην *Καθημερινή*, 7-12-1997, Αθήνα 1997.
- Αθανασούλια Π., «Ψυρή, Πρωινό ξύπνημα στη γειτονιά που δεν κοιμάται», άρθρο στο περιοδικό «Κ», Εφημ. Καθημερινή 22-1-2006, σελ. 44-51, Αθήνα 2006.
- Βαϊμάκη Β., Πηλείδου Ν., «Στο ... Σόχο της Τέχνης», άρθρο στην *Athens Voice*, 2 Μαρτίου 2006. σελ. 18-19, Αθήνα 2006.
- Επτά Ημέρες, «Οδός Αθηνάς», 17-6-2001, Εφημ. Καθημερινή, Αθήνα 2001.
- Καζέρος Ν., «Εκτός περιοχής Ψυρή», άρθρο στο περιοδικό *Αρχιτέκτονες*, τ.5/6, σελ.35-38, Αθήνα 1995.
- Καρκαγιάννης Α., «Αθήνα. Ένας τεράστιος σωρός από σπασμένα πολύχρωμα γυαλιά (και μια πολιτισμική «χαβούζα» από μουσεία, μέγαρα μουσικής και σκυλάδικα), άρθρο στην Καθημερινή, 28-9-2003, Αθήνα 2003
- Λάμπας Δ., «Υπό προστασία κτίρια στου Ψυρή», Άρθρο στην *Καθημερινή*, 15-2-2002, Αθήνα 2002
- Μπάρκα Φ., «Ψυρή χωρίς προσωπικότητα», Άρθρο στην *Ελευθεροτυπία* 24-1-2005, Αθήνα 2005.
- Ναυτεμπορική, «2 δις. θα κοστίσει η αναβάθμιση του Ψυρή», Άρθρο 13-2-1998, Αθήνα 1998.
- Ποντίδας Χ., «Πλατεία Θεάτρου, Και η Αθήνα αποκτά το ... Σόχο της», άρθρο στην εφημερίδα *ΤΑ ΝΕΑ*, 29/10/2003, Σελ.: Ρ22.
- Πουρναρά Μ., «Του Ψυρή δεν έγινε το Σόχο της Αθηνάς» Άρθρο στην *Καθημερινή*, 21-1-2007, Αθήνα 2007.
- Ρηγόπουλου Δ., «Στου Ψυρή η λάμψη είναι απατηλή», Άρθρο στην *Καθημερινή*, 12-12-2004, Αθήνα 2004.
- Ρηγόπουλου Δ., «Η συνοικία του Ψυρή διώχνει τις γκαλερί», Άρθρο στην *Καθημερινή*, 27 - 7 -2005, Αθήνα 2005.
- Ρηγόπουλου Δ., «Πειραιώς: Η λεωφόρος του πολιτισμού», Άρθρο στην *Καθημερινή*, 27-2-2005, Αθήνα 2005.
- Σεβαστάκης Δ., «Το σκληρό διήγημα», άρθρο στο περιοδικό *Highlights*, Μάρτιος - Απρίλιος 2006, σελ. 38-41.
- Σουλιώτης Γ., «Ομόνοια: Μαύρη ζωή και λευκός θάνατος», Άρθρο στην *Καθημερινή*, 16-7-2006, Αθήνα 2006.
- Συμεών Α., «Το πρόσωπο της Αθηνάς στη νέα Χιλιετία, Ανασύσταση του Σχεδίου Κλεάνθη - Schaubert στον Κεραμεικό», Άρθρο στην *Καθημερινή*, 22-3-1998, Αθήνα 1998.
- Τα Νέα, Αφιέρωμα: «Οι ιστορικές γειτονιές... δίνουν υπεραξία στα ακίνητα», 11.10.2003, Αθήνα 2003.
- Τα Νέα, Αφιέρωμα στους Ολυμπιακούς Αγώνες 2004: «Στου Ψυρή, Σαν νησί που βρέχεται από πεζοδρόμια...», 11.11.2004, Αθήνα 2004.
- Τέλλογλου Τ., «Τα κόλπα των ανθρώπων της νύχτας», άρθρο στην εφημερίδα το *Βήμα* 13-10-2002, Αθήνα 2002.
- Τζιρτζιλάκη Ε., «Το τοπίο της γειτονιάς», άρθρο στο περιοδικό *Αρχιτέκτονες*, τ.5/6, σελ.38-44, Αθήνα 1995.
- Χρυσικόπουλος Ν., «Προσγείωση τιμών στο «ελληνικό Σόχο», Άρθρο στην *Ελευθεροτυπία* 15-5-2005.
- Χατζηαντωνίου Ν., «Οι μάγκες δεν υπάρχουν πια...», Άρθρο στην *Ελευθεροτυπία* 29.4.2006, Αθήνα 2006.
- Χατζηγεωργίου Β., «Ζεϊμπεκιές... του Δήμου με τις άδειες», Άρθρο στην *Ελευθεροτυπία* 29.4.2006, Αθήνα 2006.
- Χαραλαμποπούλου Β., «Σήμα κινδύνου εκπέμπουν τα Λαδάδικα της Θεσσαλονίκης, άρθρο στην εφημερίδα», *Τα Νέα*, σελ 22. 24-11-2004.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: Γενικά Συμπεράσματα

1. Πόλη και Πολιτιστικές Περιοχές: Κύριες Διαπιστώσεις

Η παρούσα διατριβή, με τη θεωρητική και πρακτική ανάλυση της νέας πραγματικότητας των πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών που πραγματοποιεί, εντοπίζει την πολυπλοκότητα του θέματος και ξεκαθαρίζει το μέγεθος των προκλήσεων και των δυσκολιών. Η παρουσίαση διαφορετικών περιπτώσεων μελέτης και η συγκριτική, πολυεπιστημονική προσέγγιση του σύνθετου θέματος της τοπικής πολιτιστικής πολιτικής, επαληθεύει τις αρχικές παραδοχές και καταδεικνύει την έλλειψη ενός ώριμου μεθοδολογικού πλαισίου για το συγκεκριμένο θέμα, καθώς και την ανάγκη περαιτέρω διερεύνησης του θέματος από την επιστημονική κοινότητα.

A. Παλαιότερες και Σύγχρονες Θεωρητικές Προσεγγίσεις

Καταρχήν διαφαίνεται η αδυναμία των παλαιότερων προσεγγίσεων της αστικής ανάπτυξης να αξιολογήσουν το ρόλο του πολιτισμού και των πολιτιστικών επιχειρήσεων στην διαδικασία ανάπτυξης. Ανάλογη διαπίστωση ισχύει για τις σχετικές θεωρήσεις της Οικονομίας του Πολιτισμού και του Πολιτιστικού Προγραμματισμού, οι οποίες δεν δίνουν τόσο μεγάλη έμφαση στη γεωγραφική συγκέντρωση πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στο γεγονός ότι δεν παρακολουθούν τις νέες τάσεις που χαρακτηρίζουν τη σχέση της πόλης με τον τουρισμό και τον πολιτισμό. Η σημασία των νέων τάσεων που περιγράφονται στα δύο πρώτα κεφάλαια της διατριβής επιβεβαιώνεται μέσα από την ανάλυση των χαρακτηριστικών των πολιτιστικών περιοχών. Διαγράφεται έτσι ένα νέο αστικό τοπίο, μέρος των οποίων είναι και οι πολιτιστικές περιοχές. Τάσεις όπως είναι η αύξηση του αστικού τουρισμού και των city breaks, η ένταση του αστικού ανταγωνισμού, η δημιουργία νέων αρχιτεκτονικών εμβλημάτων, η ανάπτυξη πρώην βιομηχανικών περιοχών, η έκρηξη των μουσείων, η ανάδυση των νέων τεχνολογιών, κ.ά. πράγματι επηρεάζουν όλες τις παραμέτρους της πολιτιστικής ζωής των πόλεων και αποκτούν κυρίαρχο ρόλο σε κάθε σχεδιασμό.

Ωστόσο, η αδυναμία των παλαιότερων προσεγγίσεων οφείλεται κυρίως στη μετεξέλιξη των πολιτιστικών περιοχών, οι οποίες έχουν αποκτήσει νέα σημασία και πιο περίπλοκα χαρακτηριστικά. Αποτελούν πλέον απαραίτητο συστατικό στοιχείο των σύγχρονων πόλεων και, σε αντίθεση με ότι συνέβαινε παλαιότερα, ενθαρρύνεται συνειδητά η δημιουργία τους με αντίστοιχες στρατηγικές. Είναι προφανές ότι η σημερινή γενιά πολιτιστικών περιοχών (της δεκαετίας του 2000) διαφέρει από τις προηγούμενες σε πολλά σημεία. Οι πολιτιστικές περιοχές

παρουσιάζονται πλέον ως ένα δημοκρατικό, αποτελεσματικό και βιώσιμο μοντέλο αστικής πολιτιστικής πολιτικής με μικρή εξάρτηση από την κρατική επιχορήγηση και έμφαση στην επιχειρηματικότητα, την καινοτομία και το τοπικό δυναμικό. Δεν ακολουθούν τους παραδοσιακούς διαχωρισμούς των πολιτιστικών αγαθών, δημιουργώντας πιο ανοιχτές διαδικασίες συμμετοχής και κατανάλωσης. Σκοπός τους είναι να προκαλέσουν το ενδιαφέρον επισκεπτών και κατοίκων μέσα από την δημιουργία νέων υποδομών (αναπλάσεις όψεων κτιρίων, αστικός εξοπλισμός, βελτίωση δημόσιων χώρων, κ.ά.) και της μίξης δραστηριοτήτων πολιτισμού, τουρισμού και αναψυχής (φεστιβάλ, αγορές, διασκέδαση, διαμονή, κ.ά.).

Όσον αφορά στις σύγχρονες θεωρητικές προσεγγίσεις που αφορούν τη σχέση πολιτισμού και αστικής ανάπτυξης, αν και προσφέρουν χρήσιμα συμπεράσματα, δεν καλύπτουν την ανάγκη θεωρητικής στήριξης της πρακτικής των πολιτιστικών περιοχών. Είναι χαρακτηριστικό ότι δημοφιλή θεωρητικά υποδείγματα, όπως είναι αυτά της Δημιουργικής Πόλης και της Δημιουργικής Τάξης, δεν προσφέρουν σημαντικά στοιχεία για την ανάλυση των πολιτιστικών περιοχών. Άλλωστε, χαρακτηρίζονται από εγγενείς αδυναμίες και παραλείψεις που έχουν τονιστεί στις σχετικές κριτικές. Ωστόσο η ανάδυση των θεωριών αυτών έχει εμπλουτίσει σημαντικά τη σχετική ακαδημαϊκή συζήτηση και έχει στρέψει το ενδιαφέρον στην αστική πολιτιστική πολιτική. Παράλληλα, έχει δημοσιευτεί πρόσφατα μεγάλος αριθμός μελετών σχετικά με τη σχέση της πολιτιστικής επένδυσης και αστικής αναζωογόνησης, προσφέροντας ένα βασικό πλαίσιο συζήτησης και κριτικών θέσεων. Η παρουσίαση των σημαντικότερων θεωρητικών προσεγγίσεων στο πλαίσιο της παρούσας διατριβής και η πολυεπιστημονική προσέγγιση που επιχειρείται βοηθάει σημαντικά στην ανάλυση των περιπτώσεων μελέτης και τη διατύπωση συμπερασμάτων.

Η βιβλιογραφία που αναφέρεται στις πολιτιστικές περιοχές είναι ιδιαίτερα περιορισμένη. Στις περιπτώσεις άρθρων και συγγραμμάτων¹ που αναφέρονται στην πρόσφατη ανάδυση των πολιτιστικών περιοχών ως στρατηγικό εργαλείο αστικής ανάπτυξης, συχνά απουσιάζουν σημαντικές παράμετροι. Γι' αυτό το λόγο, παρά το γεγονός ότι η συνεισφορά ορισμένων εξ αυτών είναι πολύ σημαντική, δεν έχει επικρατήσει μία συγκεκριμένη θεωρητική προσέγγιση. Συχνά η ανάλυση που πραγματοποιείται κλίνει προς μία επιστημονική θεώρηση (π.χ., κοινωνιολογική, πολεοδομική, επιχειρηματική) αγνοώντας έτσι σημαντικά χαρακτηριστικά άλλων προσεγγίσεων. Ορισμένες προσεγγίσεις, όπως αυτές του Mommaas ή του Roodhouse αγνοούν τα σχετικά υποδείγματα χωρικής συγκέντρωσης. Ένα βασικό συμπέρασμα είναι, επομένως, ότι οποιαδήποτε προσπάθεια απλουστευτικής και γενικολογικής αντιμετώπισης των θεμάτων που άπτονται του αστικού πολιτιστικού

¹ βλ. Κεφ. 5.

σχεδιασμού και, ιδιαίτερα, του θέματος των «πολιτιστικών περιοχών», είναι καταδικασμένη να αποτύχει. Αντίθετα, απαιτείται μια ολοκληρωτική επανατοποθέτηση των πρακτικών για την αντιμετώπιση των προβλημάτων τους. Η ανάγκη για πολύπλευρη, πολυεπιστημονική προσέγγιση του θέματος τόσο σε θεωρητικό όσο και σε πρακτικό επίπεδο είναι απαραίτητη. Είναι σαφές ότι αν και οι πολιτικές δημιουργίας πολιτιστικών περιοχών και πολιτιστικής συγκέντρωσης (cultural clustering) έχουν σημαντικές θετικές επιπτώσεις τόσο στις συγκεκριμένες περιοχές όσο και στις πόλεις ευρύτερα, το σχετικό εννοιολογικό πλαίσιο και τα μεθοδολογικά εργαλεία είναι ακόμη αδύνατα και δεν επαρκούν για να καλύψουν την ευρύτητα των προσεγγίσεων και των περιπτώσεων.

Β. Υποδείγματα Χωρικών Συγκεντρώσεων

Χρήσιμη αποδεικνύεται η παρουσίαση των πολιτιστικών περιοχών με τη βοήθεια των θεωριών χωρικής συγκέντρωσης, παρά το γεγονός ότι παρουσιάζονται ιδιαιτερότητες που δημιουργούν δυσκολίες. Η πολιτιστική επιχειρηματικότητα και η τάση συγκέντρωσής της είναι αστικό φαινόμενο και ισχύει το εξής παράδοξο: παρά τη ραγδαία ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών που καθιστά τη συνύπαρξη των επιχειρήσεων μη αναγκαία, στον τομέα του πολιτισμού η τάση συγκέντρωσης των επιχειρήσεων παραμένει δυνατή.

Η θεωρία των cluster είναι ιδιαίτερα δημοφιλής και χρησιμοποιείται πλέον και στον πολιτιστικό τομέα. Παρά τις σχετικές αναφορές στη βιβλιογραφία, οι πολιτιστικές περιοχές σπάνια παρουσιάζουν τα χαρακτηριστικά ενός cluster – με εξαίρεση τις περιπτώσεις συγκέντρωσης του οπτικοακουστικού τομέα. Ένα βασικό συμπέρασμα της διατριβής είναι, επομένως, ότι πρέπει να υπάρχει μεγάλη επιφύλαξη όταν ορίζουμε ή αποκαλούμε τις περιοχές αυτές cluster. Η συζήτηση αυτή γίνεται ακόμη πιο δύσκολη με δεδομένο ότι η θεωρία του Porter δέχεται τα τελευταία χρόνια μεγάλη κριτική, ενώ και η εφαρμογή μοντέλων χωρικής συγκέντρωσης στον πολιτιστικό τομέα αποτελεί επίσης πεδίο αντιθετικών απόψεων. Από την άλλη πλευρά, η τελευταία γενιά πολιτιστικών περιοχών (της δεκαετίας του 1990 και, ιδιαίτερα, του 2000) προγραμματίζεται εξ αρχής μαζί με τους συμμετέχοντες. Οδηγούμαστε έτσι λίγο πιο κοντά στη νοοτροπία και τις συνθήκες δημιουργίας cluster μέσα στην πόλη (πράγματι, το Museumsquartier της Βιέννης και το Veemarktkwartier του Τίλμπουργκ εμφανίζουν χαρακτηριστικά cluster και διαθέτουν χαρακτηριστικά που τις διαφοροποιεί σημαντικά από τις πολιτιστικές περιοχές των προηγούμενων δεκαετιών).

Οι πολιτιστικές περιοχές ταιριάζουν περισσότερο στο υπόδειγμα της καθαρής χωρικής συγκέντρωσης, όπου οι σχέσεις μεταξύ των επιχειρήσεων είναι πρόσκαιρες και η ισχύς τους απέναντι στην αγορά είναι μικρή. Στις έξι περιπτώσεις

μελέτης πράγματι η ατομική συμπεριφορά και οι πρόσκαιρες σχέσεις χαρακτηρίζουν τις πολιτιστικές περιοχές προκειμένου να ανταποκριθούν στον έντονο τοπικό ανταγωνισμό και τις ανάγκες και μεταβολές της αγοράς. Η πρόσβαση στη συγκέντρωση δραστηριοτήτων είναι συνήθως ανοιχτή (σε ορισμένες περιπτώσεις, όπως της Βιέννης, ισχύουν περιορισμοί) και οι επιδόσεις της συγκέντρωσης μετρούνται από τις τιμές στην αγορά ακινήτων. Η εμπιστοσύνη μεταξύ των επιχειρήσεων είναι μικρή και οι σχέσεις συνήθως βραχυπρόθεσμες.

Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό, σε αντίθεση με τις επιχειρηματικές συγκεντρώσεις άλλων τομέων, είναι ότι η διαδικασία σχεδιασμού και διοίκησης μιας πολιτιστικής περιοχής μπορεί να προκαλέσει τα αντίθετα αποτελέσματα από τα επιδιωκόμενα. Αυτό συμβαίνει επειδή η πολιτιστική παραγωγή και οι καλλιτέχνες λειτουργούν σε μεγάλο βαθμό αυθόρμητα, δεν επιθυμούν τη συνεχή παρέμβαση και ακολουθούν συχνά επιλογές όπου το κέρδος δεν είναι το κύριο κριτήριο.

Ένα άλλο στοιχείο που αποδεικνύει την ιδιαίτερη σημασία που έχει η συγκέντρωση των πολιτιστικών επιχειρήσεων σχετίζεται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της απασχόλησης στο τομέα αυτό. Οι απασχολούμενοι στον δημιουργικό τομέα (πολιτισμός, διαφήμιση) είναι η μόνη ομάδα που μπορεί να ανταλλάσσει γνώση και πληροφορίες που βασίζονται σε μια συμβολική εξατομικευμένη γνώση. Ειδικά στον τομέα του πολιτισμού η απευθείας επαφή θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική. Αν και στις κορυφαίες πολυεθνικές επιχειρήσεις του τομέα (ιδίως στον κινηματογράφο, στη μόδα και στην τηλεόραση) λειτουργούν παγκόσμια δίκτυα με πρόσβαση σε ελάχιστες μεγάλες επιχειρήσεις. Σε όλες τις υπόλοιπες πολιτιστικές επιχειρήσεις τα δίκτυα αυτά έχουν έντονο τοπικό χαρακτήρα, έντονη κινητικότητα και το περιεχόμενο που διακινείται είναι σημαντικό για την καθημερινή τους λειτουργία (Storper and Venables 2004:356).

Γ. Ο Ρόλος του Τουρισμού και της Πολιτιστικής Επιχειρηματικότητας

Αδιαμφισβήτητα η σημασία του αστικού τουρισμού και της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας για την ανάπτυξη των πολιτιστικών περιοχών έχει ξεχωριστή βαρύτητα. Η σχέση των πολιτιστικών περιοχών με τον αστικό τουρισμό δεν εξετάζεται επαρκώς στις σχετικές προσεγγίσεις. Με δεδομένο ότι ο αστικός τουρισμός παρουσιάζει σημαντική αύξηση παγκοσμίως και αφορά πλέον το σύνολο των πόλεων, πολλοί παράμετροι του αστικού σχεδιασμού κινούνται πλέον γύρω από την τουριστική παραγωγή και κατανάλωση. Επομένως είναι λανθασμένο η προσέγγιση του θέματος των πολιτιστικών περιοχών να αγνοεί την τουριστική τους διάσταση, αφού αποτελεί βασικό τους στοιχείο. Ο τουριστικός χαρακτήρας των πολιτιστικών περιοχών συχνά είναι ιδιαίτερα έντονος, άλλωστε αυτός είναι και ο λόγος που οι περισσότερες πολιτιστικές περιοχές μπορούν να χαρακτηριστούν και

ως τουριστικές. Παράλληλα, συνδέεται και με θέματα όπως είναι η εποχικότητα, ο συνωστισμός, η αυθεντικότητα κ.λπ. που απαιτούν ειδική αντιμετώπιση.

Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις, όπως προκύπτει μέσα από την έρευνα, είναι το βασικό συστατικό των πολιτιστικών περιοχών. Πρόκειται, σε μεγάλο βαθμό για μικρές επιχειρήσεις, με «ανορθόδοξη» οικονομική συμπεριφορά και μεγάλο βαθμό ανασφάλειας. Δημιουργούν σημαντική προστιθέμενη αξία σε μια πόλη ή μια περιοχή μέσα από τη δημιουργία τοπικής πολιτιστικής σκηνής και για να λειτουργήσουν απαιτούν την ύπαρξη γνώσης, εμπειρίας και εξειδίκευσης, ώστε να εξισορροπούν την οικονομική και πολιτιστική τους διάσταση (O'Connor 2006). Το πιο σημαντικό χαρακτηριστικό είναι ότι οι πολιτιστικές επιχειρήσεις είναι επιχειρήσεις έντασης πληροφοριών και γι' αυτό δεν μπορούν να εγκατασταθούν εύκολα εκτός πόλης. Ο τρόπος υποστήριξής τους και η δικτύωση που αναπτύσσεται μεταξύ τους είναι παράγοντες – κλειδιά για τη λειτουργία και τη βιωσιμότητα των πολιτιστικών περιοχών.

Δ. Χάραξη πολιτικής και αντιμετώπιση απειλών

Η συζήτηση για τις πολιτιστικές περιοχές επικεντρώνεται στην χάραξη στρατηγικής και το βαθμό παρέμβασης του δημόσιου τομέα. Αρκετές περιπτώσεις σύγχρονων πολιτιστικών περιοχών ελέγχονται και χρηματοδοτούνται άμεσα ή έμμεσα από το δημόσιο τομέα. Άλλες φορές οι δημόσιες αρχές προσπαθούν να μπουκώσουν και να μονοπωλήσουν μια πολιτιστική περιοχή σε μεταγενέστερη φάση, δημιουργώντας αντιδράσεις και δυσανεμία. Στις περισσότερες περιπτώσεις οι κρατικές επιδοτήσεις δεν αφορούν τόσο μεγάλα έργα υποδομής όσο την υποστήριξη των πολιτιστικών επιχειρήσεων. Από την άλλη πλευρά, η ιδιαιτερότητα των πολιτιστικών περιοχών είναι ότι βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στον αυθόρμητο, ανοργάνωτο και «περιθωριακό» χαρακτήρα τους. Οι καλλιτέχνες και οι πολιτιστικές επιχειρήσεις δεν ελκύονται από οργανωμένες εμπορικές περιοχές και, συχνά, όταν συνειδητοποιήσουν ότι οι περιοχές πλέον λειτουργούν εμπορικά τις εγκαταλείπουν.

Σημαντικός είναι ο ρόλος του προγραμματισμού για την αντιμετώπιση απειλών και κινδύνων. Η απειλή του κορεσμού και η αντιμετώπισή του αποτελεί ένα από τα πιο δύσκολα σημεία. Αν και μια πολιτιστική περιοχή μπορεί να ανανεωθεί και να συνεχίσει την πετυχημένη πορεία της για πολλές δεκαετίες, η εμπειρία δείχνει ότι στην πλειονότητα των περιπτώσεων η παρακμή αποτελεί μέρος του κύκλου ζωής της. Στις περιπτώσεις μελέτης όλες οι πολιτιστικές περιοχές που δημιουργήθηκαν τη δεκαετία του 1990 αντιμετώπισαν, με διαφορετική ένταση, φάση παρακμής. Εξίσου σημαντικό πρόβλημα αποτελεί το θέμα της ποιοτικής ανάπλασης (gentrification) και της σχέσης με τη διαδικασία ανάπτυξης των

πολιτιστικών περιοχών και συχνά πλήττει τη δυναμική της καλλιτεχνικής κοινότητας. Η σταδιακή, αλλά νομοτελειακά βέβαιη απομάκρυνση του ντόπιου πληθυσμού και των καλλιτεχνών με τη διαδικασία του *gentrification* και η εισδοχή ανώτερων εισοδηματικά τάξεων μπορεί να ανασχεθεί μόνο με την πρόληψη από τα πρώτα κιόλας στάδια προγραμματισμού και μέσω των συμμετοχικών διαδικασιών των ίδιων των κατοίκων, καθώς και με την εφαρμογή μιας σειράς ειδικών πολιτικών και μέτρων ενταγμένων στη φιλοσοφία του προγραμματισμού. Σημαντικό είναι να υποστηριχθούν ορισμένοι οργανισμοί και χρήσεις που μπορούν να υποβοηθήσουν την πολιτιστική βιωσιμότητα μιας περιοχής. Από την άλλη πλευρά δεν πρέπει η ανάπτυξη και οι επιπτώσεις της να δαιμονοποιούνται συνολικά: στην πράξη η αλλαγή χρήσεων σε μια αστική περιοχή μοιραία διώχνει ορισμένες επιχειρήσεις (π.χ. συνεργεία, καταστήματα ανταλλακτικών, κ.ά.) αφού οι πελάτες και οι ομοειδείς επιχειρήσεις λιγοστεύουν. Παράλληλα, σε πολλές περιπτώσεις οι επιχειρηματίες και οι κάτοικοι αποφασίζουν συνειδητά να πουλήσουν τις ιδιοκτησίες τους καρπώμενοι το κέρδος από την αναβάθμιση και να ξεκινήσουν υπό καλύτερους όρους σε άλλη περιοχή.

Ακόμη, επιβεβαιώνεται ότι η επιστημονική ανάλυση, αλλά και η χάραξη μιας στρατηγικής για μια πολιτιστική περιοχή πρέπει να λαμβάνει υπόψη της διάφορα επιμέρους θέματα που επηρεάζουν την εξέλιξή της. Συχνά, καθοριστικό ρόλο μπορεί να έχουν παράγοντες όπως η αγορά ακινήτων ή η κυριαρχία ενός δημόσιου πολιτιστικού φορέα. Το θέμα της προβολής αποδεικνύεται ιδιαίτερα κρίσιμο, ειδικά σε σχέση με τον τουρισμό, όπως συμβαίνει αντίστοιχα και με το θέμα του σχεδιασμού του δημόσιου χώρου, της ασφάλειας και της εγκληματικότητας. Εξίσου σημαντικά είναι ακόμη είναι ζητήματα όπως η αντιπροσώπευση, η δικτύωση, η επίλυση συγκρούσεων, η οργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων, κ.ά.

Γενικά αποδεικνύεται ότι η κύρια δυσκολία στις προσπάθειες κατάρτισης ενός σχετικού μοντέλου στρατηγικής, είναι ότι οι πολιτιστικές περιοχές δεν εμφανίζονται με κοινή μορφή και χαρακτηριστικά, αλλά παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές ως προς τη βαρύτητα που δίνεται σε κάθε δραστηριότητα. Οι πολιτιστικές περιοχές δεν λειτουργούν μόνο ως τόποι συγκέντρωσης πολιτιστικών δραστηριοτήτων (καλλιτεχνών, πολιτιστικών επιχειρήσεων και οργανισμών, κ.ά.), αλλά ως τόποι κατοικίας, αναψυχής, τουρισμού και συγκινήσεων με ευμετάβλητο και ευαίσθητο περιεχόμενο. Επομένως, κάθε περίπτωση απαιτεί ιδιαίτερη αντιμετώπιση, όπως φαίνεται στις περιπτώσεις μελέτης.

2. Συγκριτική παρουσίαση περιπτώσεων μελέτης

Το κύριο πρόβλημα στη διεθνή βιβλιογραφία είναι ότι ο αριθμός των περιπτώσεων που εξετάζεται είναι μικρός με αποτέλεσμα να είναι δύσκολο να

καταλήξει κανείς σε ασφαλή συμπεράσματα. Η σύγκριση της περιοχής του Ψυρή με τις άλλες περιπτώσεις πολιτιστικών περιοχών που παρουσιάζονται στο Κεφάλαιο 6 μπορεί να οδηγήσει σε πολύ χρήσιμες διαπιστώσεις, παρά τις σημαντικές διαφορές που υπάρχουν μεταξύ τους.

Πίνακας 1: Ποσοτική Σύγκριση Πολιτιστικών Περιοχών²

	Northern Quarter	Temple Bar	Vee-markt kwartier	Cable Factory	Vienna Museums Quartier	Ψυρή
Δεκαετία που ξεκίνησε	1990	1990	2000	1990	2000	1990
Αριθμός Πολιτ. Επιχειρήσεων	107	31	45	22	60	58
Αριθμός Εργαζόμενων Πολιτιστικών Επιχειρήσεων	700	236	600	900	500	286
Σύνολο Επιχειρήσεων	610	-	-	24	60	-

Η αριθμητική σύγκριση που παρουσιάζεται στον παραπάνω πίνακα αμέσως δείχνει τις διαφορές μεγέθους: Στην περιοχή του Ψυρή λειτουργούν 58 Πολιτιστικές Επιχειρήσεις και 286 εργαζόμενοι (όταν αντίστοιχα οι επιχειρήσεις αναψυχής είναι πάνω από 80). Στο NQ του Μάνστεστερ 105 πολιτιστικές επιχειρήσεις και 700 εργαζόμενοι, ενώ στην περιοχή λειτουργούν 610 επιχειρήσεις συνολικά. Στο Temple Bar του Δουβλίνου λειτουργούν 31 πολιτιστικές επιχειρήσεις με 236 εργαζόμενους με 146 να είναι σταθερής απασχόλησης (η TBP αναφέρει ωστόσο ότι οι πολιτιστικές επιχειρήσεις είναι 50). Στη Βιέννη λειτουργούν 40 πολιτιστικές επιχειρήσεις μόνο στο Quartier 21, ενώ στο σύνολο του Museums Quartier ξεπερνούν τις 60. Στο Cable Factory, όπου οι χώροι είναι περιορισμένοι λειτουργούν 35 επιχειρήσεις και ανεξάρτητοι καλλιτέχνες.

Στις περιπτώσεις των Museums Quartier και του Cable Factory, λειτουργούν μόνο πολιτιστικές επιχειρήσεις, ενώ στις υπόλοιπες περιπτώσεις λειτουργούν παράλληλα και άλλοι κλάδοι και υπάρχει και κατοικία δημιουργώντας πιο σύνθετα προβλήματα. Οι δύο αυτές περιπτώσεις επομένως αποτελούν ξεχωριστή κατηγορία αφού η διοίκησή τους γίνεται με διαφορετικά κριτήρια και δεν εξετάζεται η λειτουργία τους σαν γειτονιά. Γενικά το μέγεθος των επιχειρήσεων είναι μικρό και ο αριθμός των εργαζομένων αλλάζει κατά περίπτωση. Το μοντέλο της μικρής επιχείρησης με «χαλαρό» πλαίσιο λειτουργίας είναι το επικρατέστερο στις περισσότερες περιπτώσεις, αν και υπάρχουν και εταιρίες και

² Τα στοιχεία αφορούν το 2006, προέρχονται κυρίως από μελέτες ή τις επίσημες ιστοσελίδες και είναι υπό συνεχή αναθεώρηση. Η ανεύρεση των στοιχείων δεν είναι εύκολη και συχνά δεν διευκρινίζεται ο τρόπος μέτρησης (π.χ. ο αριθμός των εργαζομένων μπορεί να περιλαμβάνει και το καλλιτεχνικό προσωπικό που εργάζεται με σύμβαση ορισμένου χρόνου).

οργανισμοί με πολυάριθμο προσωπικό. Οι μεγαλύτερες εταιρίες τείνουν να αποτελούν το σημαντικότερο παράγοντα ανάπτυξης λόγω του ηγεμονικού τους ρόλου. Η διαπίστωση αυτή δεν ισχύει παντού: στην περιοχή του Ψυρή η Πινακοθήκη του Δήμου Αθηναίων και η Εταιρία Θεαμάτων που είναι οι πιο σημαντικές σε μέγεθος επιχειρήσεις δεν έχουν σημαντικό ρόλο στην περιοχή, ούτε επηρεάζουν τις άλλες επιχειρήσεις. Η συγκριτική αντιπαράθεση των έξι περιπτώσεων μελέτης αποτελεί μια πρωτότυπη συνεισφορά στην επιστημονική συζήτηση για τις πολιτιστικές περιοχές και την πολιτιστική clustering. Μέχρι σήμερα η συζήτηση αυτή διεξάγεται κυρίως σε εθνικό επίπεδο (κυρίως στη Μ. Βρετανία) δίχως να έχουν γενικευτεί τα συμπεράσματα από τις διαφορετικές πρακτικές των πόλεων. Παράλληλα δεν έχουν διερευνηθεί επαρκώς τα υποδείγματα χωρικών συγκεντρώσεων όσον αφορά την εφαρμογή της στον πολιτιστικό τομέα.

Η αντιπαράθεση των περιπτώσεων μελέτης που παρουσιάζεται στον πίνακα 2 επαληθεύει εν μέρει τις κατηγοριοποιήσεις που παρουσιάζονται στο Κεφ. 5, παράλληλα, ωστόσο, σηματοδοτεί τα λεπτά όρια μεταξύ των κατηγοριών αυτών όσον αφορά την πρακτική εφαρμογή πολιτικών. Οι παράγοντες που επηρεάζουν τελικά την κάθε περίπτωση διαφέρουν σε ένταση και σημασία με αποτέλεσμα να είναι ιδιαίτερα δύσκολο να αναζητηθούν κοινές πολιτικές. Η αστική μορφολογία, το θεσμικό πλαίσιο, οι κάτοικοι, οι επιχειρηματίες, οι θεσμικές παράμετροι, τα ευρύτερα προγραμματικά πλαίσια, οι κοινωνικοοικονομικές συνθήκες, η πρόσβαση, ο ανταγωνισμός με άλλες περιοχές, ο τουρισμός, τα mega-event, κ.ά. είναι παράγοντες που επηρεάζουν την κάθε περίπτωση, συχνά με τρόπο μη προβλέψιμο. Κίνδυνοι μπορεί να προκύψουν εάν κανείς δεν εντοπίσει ή αγνοήσει τις ειδικές συνθήκες που διακρίνουν κάθε περίπτωση. Συχνά το πλαίσιο μέσα στο οποίο πετυχαίνει ή αποτυγχάνει μια πολιτιστική περιοχή μπορεί να μην είναι σαφές και να μην εντοπίζονται εύκολα εξωγενείς παράγοντες των οποίων η σχέση μπορεί να μην είναι καθόλου αυτονόητη: π.χ., ο Montgomery (2004: 29) διατυπώνει την εικασία ότι το λεγόμενο «ιρλανδικό θαύμα» –δηλ. η εντυπωσιακή οικονομική και τεχνολογική ανάπτυξη της Ιρλανδίας τα τελευταία δέκα χρόνια- έχει επηρεάσει σημαντικά την επιτυχία του Temple Bar. Το μέγεθος και τα ειδικά χαρακτηριστικά κάθε πόλης πρέπει επίσης να λαμβάνονται υπόψη: σε ορισμένες μεσαίου μεγέθους πόλεις όπου ήδη λειτουργεί ένας πολιτιστικός πόλος ή μια πολιτιστική περιοχή, η δημιουργία δεύτερης πολιτιστικής περιοχής ενδέχεται να αποτύχει.

Παρακάτω παρουσιάζονται συγκριτικά τα κύρια χαρακτηριστικά κατά κατηγορία.

Πίνακας 2: ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΨΥΡΗ

Κατηγορία	Northern Quarter	Temple Bar	Veemarktkwartier	Cable Factory	Vienna Museum Quartier	Ψυρή
1. Γεγονότα – Φεστιβάλ	Το NQ Street Festival λειτουργεί για αρκετά χρόνια ως παράγοντας προσέλκυσης κοινού αλλά σταμάτησε να διοργανώνεται μετά το 2000.	Στην περιοχή διοργανώνεται μεγάλος αριθμός φεστιβάλ, με πιο δημοφιλή το Φεστιβάλ Θεάτρου του Δουβλίνου και το Dublin Fringe Festival (επεκτείνονται ωστόσο και σε άλλες περιοχές). Το Latin Festival και το Mystery Movie είναι οι πιο δημοφιλείς εκδηλώσεις που γίνονται αποκλειστικά στην περιοχή. Μεγάλη απήχρηση έχουν και οι εβδομαδιαίες αγορές βιβλίων και μόδας (Cow's Lane Festival).	Οι συνεχείς εκδηλώσεις έχουν συχνά τη μορφή αφιερωμάτων, θεματικών εβδομάδων, κ.λπ., χωρίς όμως να έχει καθιερωθεί κάποιο φεστιβάλ. Το φεστιβάλ έθνικ μουσικής Mundial, αν και μέχρι πρόσφατα γινόταν σε άλλη περιοχή εκτός πόλης, διοργανώνεται πλέον στους χώρους του VMK και έχει μεγάλο αντίκτυπο στην περιοχή.	Η οργάνωση ενός φεστιβάλ του πολυχώρου όπου θα συμμετέχουν όλοι οι χρήστες του χώρου παραμένει ένα μόνιμο ζητούμενο. Οι περισσότερες εκδηλώσεις οργανώνονται αυτόνομα από τους φορείς που εδρεύουν στο κτίριο.	Το MQ έχει το πιο πλούσιο πρόγραμμα, με το Διεθνές Φεστιβάλ της Βιέννης να είναι το σημαντικότερο φεστιβάλ της πόλης. Πολύ σημαντικά είναι επίσης το Internationale Tanzwochen Wien και το Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Βιέννης (Vienne). Υπάρχουν πολλές άλλες εκδηλώσεις, όπως το ArtNight, το Rainbow Parade, το Hallamach Festival, σημαντικές παρουσιάσεις μόδας (long night of fashion show, unit f, boutique gegenalltag) που αποτελούν κύριο παράγοντα προσέλκυσης κοινού.	Η οργάνωση ενός φεστιβάλ αποτελεί το μόνιμο ζητούμενο. Η μόνη κοινή δραστηριότητα είναι τα κοινά εγκαίνια των γκαλερί και ορισμένες μεμονωμένες προσπάθειες (π.χ. Καρναβάλι). Στις αρχές του 2007 η διοργάνωση του designwalk αποτέλεσε σημείο αναφοράς με μεγάλη επιτυχία.

2. Πολιτιστικές Υποδομές (θέατρα, αίθουσες συναυλιών, μουσεία, κ.ά.)	Στη περιοχή λειτουργούν ιδιωτικοί χώροι συναυλιών, οι σημαντικότερες πολιτιστικές υποδομές της πόλης (π.χ. το νέο μουσείο Urbis, τα θέατρα) βρίσκονται σε άλλες περιοχές.	Υπάρχουν 12 χώροι διαφορετικού χαρακτήρα για συναυλίες, θέατρο (The Ark, Project Arts Center, Olympia Theatre, Ιρλανδικό Κέντρο Κινηματογράφου, Gallery of Photography).	Το VMK έχει επαρκείς χώρους συναυλιών, κ.λπ. παραστάσεων, οι οποίοι αυξάνονται συνεχώς. Το 013 αποτελεί έργο - ναυρχίδα για την περιοχή.	Το Cable Factory είναι ένα ενιαίο κτίριο που φιλοξενεί διαφορετικές χρήσεις και διαθέτει πολλούς χώρους παραστάσεων, μουσεία, κ.ά.	Στο MQ λειτουργεί μεγάλος αριθμός ιδιωτικών πολιτιστικών χώρων (Leopold Museum, MUMOK, Kunsthal, Quartier 21, Zoom, κ.ά. Αναμένεται να προστεθούν κι άλλα κτίρια και χώροι.	Υπάρχει αρκετά μεγάλος αριθμός θεάτρων, αιθουσών συναυλιών, κ.λπ. Καθοριστικό ρόλο κατέχουν οι μελλοντικές χρήσεις της περιοχής (Διηλάρειος, Κακουρνιδοκείο).
3. Χώροι πολιτιστικής δημιουργίας - Καλλιτεχνικά Στούντιο	Ο πιο σημαντικός χώρος πολιτιστικής δημιουργίας είναι το Craft Center που παρέχει μικρούς χώρους σε 40 δημιουργούς και παράλληλα λειτουργούν στούντιο ηχογράφησης, στελιέ, κ.λπ.	Το Temple Bar Gallery παρέχει χώρους εργασίας σε 30 καλλιτέχνες και υπάρχουν ειδικά προγράμματα για φιλοξενία συγγράφων και ξένων καλλιτεχνών.	Οι υπάρχοντες χώροι 013, V39, Faxx, Dunelhof, και οι σχεδιαζόμενοι In-C και Pleinkantoor de WerkVorm διαθέτουν χώρους ηχογράφησης, στούντιο, κλπ. Στο μέλλον προβλέπεται και η φιλοξενία ξένων καλλιτεχνών.	Το CB φιλοξενεί στούντιο καλλιτεχνών, φωτογράφους, επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις νέες τεχνολογίες στον πολιτισμό, κ.λπ.	Στους χώρους του Quartier 21 υπάρχουν στούντιο, στελιέ, χώροι για τη φιλοξενία ξένων καλλιτεχνών, κ.λπ.	Στην περιοχή λειτουργούν από ιδιώτες στούντιο ηχογραφήσεων, στελιέ καλλιτεχνών, σχεδιαστήρια, αρχιτεκτονικά γραφεία, φωτογραφικά στούντιο, κ.ά.
4. Υπαρξη στρατηγικής για τις μικρές επιχειρήσεις	Το ΝQ είχε εξ αρχής μια διατυπωμένη στρατηγική για την ίδρυση και ενθάρρυνση πολιτιστικών επιχειρήσεων, η οποία ενισχύθηκε περισσότερο με την ίδρυση του C.I.D.S.	Η TBP ως ιδιοκτήτης των χώρων έχει κάνει προσπάθειες για χαμηλά ενοίκια προς τις μικρότερες πολιτιστικές επιχειρήσεις. Γενικά δεν υπάρχει μία κοινή στρατηγική για τις πολιτιστικές βιομηχανίες.	Η έννοια της επιχειρηματικότητας είναι κεντρική στο VMK. Η ίδρυση και εγκατάσταση νέων επιχειρήσεων ενθαρρύνεται με διάφορους τρόπους και η περιοχή λειτουργεί σαν θερμοκοιτίδα.	Δεν έχει διατυπωθεί συγκεκριμένη στρατηγική. Ενθαρρύνεται η χωροθέτηση νέων πολιτιστικών επιχειρήσεων με διάφορους έμμεσους τρόπους.	Αν και δεν υπάρχει διατυπωμένη στρατηγική για τη στήριξη των επιχειρήσεων, οι μικρές επιχειρήσεις ενθαρρύνονται να συμμετάσχουν στο Quartier 21. Ισχύουν αυστηροί κανονισμοί επιλογής.	Δεν υπάρχει υποστήριξη ειδικά για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις, παρά μόνο από κρατικά προγράμματα. Ορισμένα θέατρα λαμβάνουν επιδότηση.

5. Κατοικία	Ήδη η περιοχή είχε κατοίκους, αλλά προστέθηκαν και νέες πολυτελείς κατοικίες μετά το 2000.	Αρχικά επιδιώχθηκε η κατοίκηση, σήμερα όμως αποτελεί δευτερεύουσα χρήση στην περιοχή και δεν ενθαρρύνεται.	Δωμάτια για φιλοξενούμενους, καθώς και χρήση κατοικίας στις γύρω περιοχές.	Δεν υπάρχει κατοικία μέσα στο σύμπλεγμα, βρίσκεται όμως σε περιοχή πολυτελών κατοικίας σε παράκτια περιοχή (waterfront) και η σύνδεση με τη γειτονιά αποτελεί σημαντικό στόχο.	Δωμάτια για φιλοξενούμενους	Αν και «περιοχή γενικής κατοικίας» δεν φιλοξενεί μεγάλο αριθμό κατοίκων, αλλά υπάρχει τάση για δημιουργία πολυτελών κατοικιών στους επάνω ορόφους των πολυκατοικιών
6. Ύπαρξη Σημαντικών Πολιτιστικών Οργανισμών	Δεν υπάρχουν σημαντικοί πολιτιστικοί οργανισμοί, μόνο μικρές επιχειρήσεις	Ολοένα και περισσότεροι οργανισμοί αναζητούν στέγη στη περιοχή, ήδη βρίσκονται εκεί το Εθνικό Ιρλανδικό Κέντρο Κινηματογράφου και άλλοι οργανισμοί.	Ο Πολιτιστικός Οργανισμός του Τίλμπουργκ κατέχει σημαντικό ρόλο στην διοίκηση της περιοχής, όπως και το Κέντρο Αρχιτεκτονικής και Αστικού Σχεδιασμού Cast που μετακόμισε πρόσφατα στην περιοχή.	Φιλοξενεί κυρίως μικρές επιχειρήσεις και ομάδες, παραρτήματα οργανισμών, εργαστήρια, κ.ά.	Στο ΜQ συμμετέχουν διάφοροι σημαντικοί πολιτιστικοί οργανισμοί, μουσεία, ερευνητικοί οργανισμοί, κ.ά.	Το Μουσείο Ισλαμικής Τέχνης και η Πινακοθήκη του Δ.Α. είναι οι σημαντικότεροι οργανισμοί στην περιοχή.
7. Καλλιτεχνική Εκπαίδευση – Έρευνα	Το Ερευνητικό Ινστιτούτο M.I.P.C του Manchester Metropolitan University ήταν από τους βασικούς παράγοντες στην ανάπτυξη της περιοχής. Λειτουργούν και ιδιωτικές καλλιτεχνικές σχολές.	Λειτουργεί μία σχολή θεάτρου. Επίσης το πανεπιστήμιο της πόλης, το Trinity College, βρίσκεται ακριβώς δίπλα στο Temple Bar	Η εκπαίδευση είναι κύρια δραστηριότητα στο VMK μέσω των οργανισμών που δραστηριοποιούνται εκεί (Ακαδημία Ροκ, ΑΤΤΑΚ, Κέντρο Εκπαίδευσης Multimedia Center).	Λειτουργούν σχολές χορού, θεάτρου, παιδικού θεάτρου, αρχιτεκτονικής (παράρτημα του πανεπιστημίου).	Το ΜQ διαθέτει σχολές χορού, θεάτρου, παιδικού θεάτρου, αρχιτεκτονικής.	Λειτουργούν ιδιωτικές θεατρικές σχολές, χώροι σεμιναρίων, σχολές όπως η ΑΚΤΟ και η Mokume.

8. Δημόσιος Χώρος – Αρχιτεκτονική	Ο σχεδιασμός του δημόσιου χώρου υπήρξε παράγοντας ανάπτυξης της πολιτιστικής περιοχής.	Από την πρώτη φάση ανάπτυξης η τέχνη στο δημόσιο χώρο έπαιξε σημαντικό ρόλο και έργα εκτίθενται μέχρι και σήμερα κυρίως στην Πλατεία του Δημαρχείου.	Η τέχνη στο δημόσιο χώρο αποτελεί προτεραιότητα στο VMK, τόσο στο σχεδιασμό κτιρίων (π.χ. 013), όσο και στη διαμόρφωση πλατειών, πάρκων, κ.ά.	Η διαμόρφωση του δημόσιου χώρου γύρω από το κτίριο έγινε μόλις πρόσφατα και διευκολύνει την πρόσβαση στις γειτονικές οικιστικές περιοχές.	Η τέχνη στο δημόσιο χώρο στο MQ, εκφράζεται κυρίως μέσα από τον εντυπωσιακό σχεδιασμό κτιρίων (π.χ. MUMOK, Halle E και G).	Η χρήση και η διαμόρφωση του δημόσιου χώρου παραμένει πρόβλημα στην περιοχή δημιουργώντας και έντονες συγκρούσεις.
9. Καθεσώς Επιδοτήσεων	Πολλές πολιτιστικές επιχειρήσεις εκμεταλλεύτηκαν τα προγράμματα επιχειρηματικότητας. Άμεσα και έμμεσα επιδοτούνται από το Δήμο και το Arts Council.	Η TBP επιδοτεί έμμεσα τις πολιτιστικές επιχειρήσεις μέσα από το πρόγραμμα κατοικιών και βοηθάει καταρτίζοντας τις σχετικές μελέτες σκοπιμότητας. Το Εθνικό Συμβούλιο Τεχνών έχει την ευθύνη των καλλιτεχνικών επιδοτήσεων.	Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις επιδοτούνται κυρίως από εθνικές πρωτοβουλίες. Ο Δήμος και ο Πολιτιστικός Οργανισμός μπορούν να επιδοτήσουν έμμεσα μέσω χαμηλού ενοικίου.	Η Εταιρία Διαχείρισης του CB βοηθάει τις μικρότερες ή τις νέες επιχειρήσεις επιδοτώντας το ενοίκιο και παρέχοντας διοικητική υποστήριξη.	Πολλές επιχειρήσεις εκμεταλλεύτηκαν προγράμματα επιδοτήσεων για την εγκατάστασή τους στο MQ.	Αν και μπορούν να κάνουν χρήση προγραμμάτων του ΥΠΑΝ, EOMMEX, του ΟΑΕΔ – Πολιτισμός ή του Υπουργείου Πολιτισμού, οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν δέχονται επιδότηση. Αρκετές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν ιδιαίτερες δυσκολίες στην απορρόφηση τους ή και γραφειοκρατικά προβλήματα.
10. Κοινωνική Πολιτική	Στο ΝQ λειτουργεί μεγάλος αριθμός κοινωνικών υπηρεσιών και υπηρεσιών πρόνοιας.	Δεν υπάρχουν κοινωνικές υπηρεσίες στην περιοχή. Ορισμένοι οργανισμοί έχουν ειδικά προγράμματα, π.χ. The Ark.	Ο ΜΚΟ ΑΤΤΑΚ ο οποίος ασχολείται με τους νέους είναι ένας από τους πιο δραστήριους οργανισμούς στην περιοχή.	Δεν υπάρχουν σχετικές δραστηριότητες.	Τα Πολιτιστικά Προγράμματα για την ένταξη των μεταναστών όπως το Echotek αποτέλεσαν σημαντική προσπάθεια (δεν θεωρήθηκαν όμως πετυχημένα).	Η περιοχή διαθέτει μεγάλη παρουσία μεταναστών (καταστήματα), κοινωνικών υπηρεσιών (ΟΚΑΝΑ, Κέντρο Αστέγων) ενώ αντιμετωπίζει σοβαρό πρόβλημα με τη παρουσία ναρκωτικών.

11. Προβολή – Μάρκετινγκ – Διαχείριση κοινού- Χορηγική πολιτική	Η ΝQA είχε μέχρι πρόσφατα την ευθύνη προβολής μέσω ιστοσελίδας, ενημερωτικού δελτίου, εκδηλώσεων, κ.ά. Μετά τη πρόσφατη διάλυση του συλλόγου το ρόλο αυτό έχει αναλάβει σε μεγάλο βαθμό ο Δήμος.	Σε ζητήματα προβολής το Temple Bar είναι η πιο πετυχημένη περίπτωση, αφού από την αρχή δόθηκε βαρύτητα στον τομέα αυτό. Την ευθύνη έχει κυρίως η TBP. Η TASCQ επίσης δραστηριοποιείται σε θέματα προβολής.	Δεν υπάρχει σχέδιο κοινής προβολής ή μάρκετινγκ. Το ρόλο της προβολής έχει αναλάβει άτυπα ο Δήμος. Πρόσφατα άρχισε να λειτουργεί σχετική ιστοσελίδα.	Η προβολή και το μάρκετινγκ γίνεται από το Δήμο και την Εταιρεία Διαχείρισης του CB, υπάρχουν όμως περιθώρια βελτίωσης. Η Διαχείριση Κοινού είναι ένα από τα προβληματικά σημεία.	Η εταιρία MuseumsQuartier Enrichtungs – u. BetriebsgesmbH είναι υπεύθυνη για την προβολή, η οποία γίνεται με πολλούς τρόπους – ειδικό ένθετο σε εφημερίδα, ενημερωτικό δελτίο, ιστοσελίδα, διαφημίσεις. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην προσέλκυση πολιτιστικού τουρισμού.	Δεν υπάρχει σχέδιο κοινής προβολής ή μάρκετινγκ, και η . σχετική ιστοσελίδα που λειτουργεί είναι ιδιωτικού χαρακτήρα.
12. Λειτουργία όλο το 24ωρο	Ήδη στην αρχική μελέτη η 24ωρη λειτουργία και η μικτές χρήσεις ήταν κύριος στόχος.	Οι μικτές χρήσεις γης ενθαρρύνθηκαν από την αρχή με τη δημιουργία οικιστικής ανάπτυξης. Επίσης επιδιώχθηκε η λειτουργία της περιοχής την ημέρα (εμπόριο, εκπαίδευση, κ.ά.) και τη νύχτα (μπαρ, συναυλίες, κ.α)	Στόχος είναι να λειτουργεί η περιοχή όλο το 24ωρο. Μέχρι σήμερα δεν υπήρχαν πολλές επιλογές για τη διάρκεια της ημέρας, έχουν αρχίσει όμως να δημιουργούνται εστιατόρια, καφέ, κ.ά.	Ο στόχος της 24ωρης καθημερινής λειτουργίας παραμένει δύσκολος.	Η ίδια η περιοχή είναι προσβάσιμη όλο το 24ωρο, αλλά τα ιδρύματα έχουν διαφορετικά ωράρια. Λειτουργεί κοινό εισιτήριο τριών τύπων (MQ Kombi Ticket, MQ Art Ticket MQ Duo Ticket) που επιτρέπουν την είσοδο στα διάφορα ιδρύματα και μουσεία του MQ, ενώ λειτουργεί και δωρεάν τηλεφωνική γραμμή για πληροφορίες.	Η περιοχή λειτουργεί την ημέρα (εμπόριο, εκπαίδευση, γκαλερί, κ.ά.) και τη νύχτα (θέατρα μπαρ, συναυλίες, κ.ά.) αλλά η μεγαλύτερη επισκεψιμότητα αφορά τις νυχτερινές ώρες.

13. Κοινός Πολιτιστικός Προγραμματισμός	Το ΝQA συντόνιζε έως ένα βαθμό τις δραστηριότητες της περιοχής, χωρίς όμως να δεσμεύεται κανείς. Η διάλυση του συλλόγου έχει οδηγήσει σε έλλειψη προγραμματισμού.	Η ΤΒΡ συνεχίζει μέχρι σήμερα να έχει την ευθύνη συντονισμού του πολιτιστικού προγράμματος του ΤΒ, σε συνεργασία με κρατικούς φορείς.	Οι συνεργασίες και οι κοινές δραστηριότητες των οργανισμών και των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται είναι πολλές, ωστόσο δεν υπάρχει κοινός προγραμματισμός. Ο Δήμος κάνει προσπάθειες προς αυτή τη κατεύθυνση αλλά δεν μπορεί να εκπληρώσει αυτό το ρόλο.	Η έλλειψη ενός ξεκάθਾਰου οράματος δημιουργεί προβλήματα στον κοινό πολιτιστικό προγραμματισμό για τον οποίο είναι υπεύθυνη η Εταιρεία Διαχείρισης σε συνεργασία με τα δίκτυα που λειτουργούν στο CB.	Υπάρχει ξεκάθαρος πολιτιστικός προγραμματισμός μέσω της εταιρίας του ΜQ.	Δεν υπάρχουν πολλές συνεργασίες ή κοινές δραστηριότητες των οργανισμών και των επιχειρήσεων. Σε ορισμένες περιπτώσεις (π.χ. designwalk) δημιουργούνται συμπράξεις, ωστόσο δεν υπάρχει κοινός προγραμματισμός.
14. Εμπλοκή Δήμου	Αρχικά ο Δήμος παρακολουθούσε τις εξελίξεις, από το 2000 και μετά όμως είναι ο κυρίαρχος φορέας στην περιοχή. Η πιο δυναμική εμπλοκή του ακολούθησε μια γενικότερη αναδιοργάνωση των δημοτικών επιχειρήσεων και της νοοτροπίας της δημοτικής αρχής.	Αν και Δήμος δεν έχει τόσο μεγάλη εμπλοκή στη διοίκηση της περιοχής, οι αποφάσεις του και η υποστήριξη του από το 1991 και μετά καθόρισε σημαντικά την επιτυχία του ΤΒ.	Στην περίπτωση του ΝΜΚ ο Δήμος κατέχει τον κυρίαρχο ρόλο στις εξελίξεις και το συντονισμό. Η εμπλοκή του θεωρείται πετυχημένη σε συνδυασμό και με την πολύ καλή λειτουργία του γενικά (δημοτικά σχέδιο διοίκησης - Tilburg model)	Ο Δήμος του Ελαίνκι είναι ο φορέας που υποστήριξε από την αρχή το έργο και μέσω του Πολιτιστικού Γραφείου συνεχίζει να ελέγχει το Δ.Σ. CB.	Ο Δήμος της Βιέννης έχει το 25% της Εταιρίας Διαχείρισης και έχει παίξει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της περιοχής.	Ο Δήμος Αθηναίων μέσω της Πινακοθήκης στην πλατεία Κουμουνδούρου και των γραφείων του Δημοτικού Διαμερίσματος στην πλατεία Ηρώων θα μπορούσε να έχει ενεργή παρουσία. Ωστόσο δεν συμμετέχει, ενώ συχνά κατηγορείται ότι σκελ τις αρμοδιότητές του πληρημελώς.

Σε σχέση με την παραπάνω σύγκριση, σημαντικά είναι τα συμπεράσματα που μπορούν να εξαχθούν σχετικά με τους κύριους παράγοντες που επηρεάζουν μια πολιτιστική περιοχή. Οι επιλογές και πρωτοβουλίες που καθορίζουν την επιτυχία των αναπλάσεων με έμφαση στον πολιτισμό εξαρτώνται από ενδογενείς παράγοντες, αλλά και από παράγοντες που βρίσκονται εκτός της πολιτιστικής περιοχής.

Πρώτον, οι μεγάλες πολιτιστικές επιχειρήσεις ή δημόσιοι πολιτιστικοί οργανισμοί μπορούν να καθορίζουν το χαρακτήρα, την αυθεντικότητα, την επισκεψιμότητα, ή ακόμη και τις ώρες λειτουργίας μιας περιοχής. Γενικά, οι πολιτιστικές επιχειρήσεις συνδέονται περισσότερο από κάθε άλλη ομάδα με την εικόνα, την εταιρική ταυτότητα και την κοινωνικότητα της περιοχής, οπότε σημαντικό είναι να βρεθεί ένα ιδιαίτερο εναλλακτικό πρόσωπο που να τις εκπράζει χωρίς όμως να αποτελεί «περιθώριο». Βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στη δικτύωση και επωφελοούνται άμεσα από την ανάπλαση της περιοχής. Για το λόγο αυτό βρίσκει ιδιαίτερο πεδίο εφαρμογής η λειτουργία της πολιτιστικής θερμοκοιτίδας, η οποία στις περιπτώσεις συγκεντρώσεων λειτουργεί ευεργετικά για τις νέες μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Σε πολλές περιπτώσεις η τακτική επιδότηση των πολιτιστικών οργανισμών και επιχειρήσεων εγγυάται την πολιτιστική βιωσιμότητα μιας περιοχής. Στο Temple Bar και το Museumsquartier η υποστήριξη που παρέχεται αποτελεί και το κύριο σημείο επιτυχίας, σε αντίθεση με τις περιοχές του Northern Quarter και του Ψυρή όπου η επικράτηση της δύναμης της αγοράς έχει δημιουργήσει πρόβλημα. Όταν η πολιτιστική περιοχή περιορίζεται σε ένα συγκρότημα, όπως στις περιπτώσεις του Museumsquartier και του Cable Factory, η οργάνωση και η υποστήριξη των πολιτιστικών επιχειρήσεων ελέγχεται πιο εύκολα: μπορεί να γίνει επιλογή των πολιτιστικών επιχειρήσεων που ταιριάζουν στο προφίλ, να σχεδιαστούν ενέργειες δικτύωσης και προβολής, κ.λπ. Όταν αφορά ευρύτερη αστική περιοχή οι δυσκολίες είναι σαφώς σημαντικότερες όσον αφορά το συντονισμό. Στις περιπτώσεις που οι πολιτιστικές επιχειρήσεις λειτουργούν παράλληλα με άλλους επαγγελματίες στην περιοχή, δημιουργούνται συχνά συγκρούσεις. Ιδανικό είναι να υπάρχει συμπληρωματικότητα και καλή συνεργασία, αφού όταν δεν υπάρχουν δημιουργούνται προβλήματα. Σε πολλές περιπτώσεις εμφανίζεται μια ιδιαίτερη κατηγορία μικρών καταστημάτων ρούχων, μουσικής, επίπλων, κ.ά., που συμβάλλει σημαντικά στην εικόνα και λειτουργία της πολιτιστικής περιοχής. Η περίπτωση της παράλληλης λειτουργίας μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων αναψυχής είναι άλλη μία περίπτωση που συνοδεύεται συχνά από προβλήματα.

Δεύτερον, η πολιτιστική διαχείριση στο πλαίσιο μιας πολιτιστικής περιοχής αποτελεί το κλειδί για την ανάπτυξή της. Οι συλλογικότητες που αναπτύσσονται,

είτε αυτές βασίζονται σε εταιρική μορφή είτε σε μορφή συλλόγου, μπορούν να σχεδιάσουν τη στρατηγική της περιοχής, να επιλύσουν τυχόν συγκρούσεις και να ασκήσουν πιέσεις όταν χρειαστεί. Είναι σαφές ότι η εταιρική μορφή με σαφές οργανόγραμμα είναι προτιμητέα αφού, όπως φαίνεται και από την περίπτωση του Μάντσεστερ, οι σύλλογοι μπορούν εύκολα να παρακαμφθούν ή να ελεγχθούν. Σε όλες τις περιπτώσεις που εξετάζονται οι δημόσιοι πολιτιστικοί οργανισμοί και φορείς είναι σε θέση να διαδραματίσουν κεντρικό ρόλο και ειδικά όπου ο έλεγχος του δημόσιου τομέα είναι πιο έντονος, πολλές δυσκολίες ξεπερνιούνται πιο εύκολα. Από την άλλη πλευρά οι ανοιχτές συμμετοχικές διαδικασίες και η ενημέρωση αποτελούν σημαντικούς παράγοντες επιτυχίας. Ιδιαίτερη σημασία έχει η ισότιμη ένταξη προϋπάρχοντων δικτύων ή θεσμών στη διοίκηση της περιοχής ώστε να μην δημιουργηθούν αντιπαλότητες. Ειδική αντιμετώπιση απαιτεί το πρόβλημα του εκτοπισμού, το οποίο συχνά σχετίζεται με την πίεση που ασκούν συγκεκριμένες ομάδες σε άλλες θεωρώντας ότι δεν ταιριάζουν στο προφίλ της περιοχής. Συχνά δεν πρόκειται απλά για θέμα οικονομικό που σχετίζεται με τις τιμές των ενοικίων, αλλά για τη δύναμη επιβολής ενός συγκεκριμένου σχεδίου σε άλλους.

Τρίτον, σε όλες τις περιπτώσεις η προσέλκυση τουριστών αποτελεί βασικό παράγοντα ανάπτυξης. Στις περιπτώσεις όμως που οι πόλεις βρίσκονται ήδη σε υψηλή θέση στις τουριστικές ιεραρχήσεις (όπως η Βιέννη, το Δουβλίνο και η Αθήνα), η πολιτιστική περιοχή αποτελεί και εργαλείο τουριστικής ανάπτυξης. Πολύ σημαντική είναι η έννοια της αυθεντικότητας και της ιδιαίτερης ατμόσφαιρας και η επιλογή των χαρακτηριστικών που θα προβληθούν σε μια πολιτιστική περιοχή και οι εντυπώσεις που θα μείνουν στον επισκέπτη έχουν μεγάλη βαρύτητα. Για παράδειγμα, η επιλογή να προωθηθεί η λαϊκή ή η «παρακμιακή» πλευρά μιας περιοχής μπορεί να αποδειχθεί πιο πετυχημένη τουριστικά από το να προβληθεί ως περιοχή σύγχρονης δημιουργίας και αναψυχής. Η ύπαρξη ξενοδοχειακών μονάδων (συχνά με ιδιαίτερο αστικό χαρακτήρα, τύπου *boutique hotel*) ενισχύει την τουριστική λειτουργία της πολιτιστικής περιοχής. Τέλος, το θέμα της εποχικότητας αποτελεί σημαντικό πρόβλημα για τις πολιτιστικές περιοχές, χωρίς όμως να επηρεάζει όλες τις επιχειρήσεις με τον ίδιο τρόπο. Ο αστικός τουρισμός και ο τρόπος που επηρεάζει η πολιτιστική δραστηριότητα την εποχικότητα του δεν αναφέρεται συχνά. Η πτώση της πολιτιστικής κίνησης το καλοκαίρι δημιουργεί αντίστοιχη πτώση στην επισκεψιμότητα και μεγάλα προβλήματα στις επιχειρήσεις αναψυχής.

Τέταρτον, η εκπαιδευτική δραστηριότητα αποδεικνύεται σημαντικό συστατικό στοιχείο μιας πολιτιστικής περιοχής. Στις περισσότερες περιπτώσεις και ειδικά στο Τίλμπουργκ, οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες που σχετίζονται με τον πολιτισμό δημιουργούν σημαντικές συνέργειες και καθορίζουν το χαρακτήρα της

περιοχής. Στην περίπτωση του Ψυρή, οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες είναι σημαντικές (π.χ., Μικρό Πολυτεχνείο, Θεατρικό Εργαστήρι, ΑΚΤΟ, κ.λπ.) χωρίς όμως να παίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της περιοχής. Η απασχόληση των αποφοίτων στην περιοχή είναι σημαντικός παράγοντας ειδικά στις περιπτώσεις που υπάρχει ο κίνδυνος αναχώρησης ταλέντων προς μεγαλύτερες πόλεις.

Πέμπτον, πολλοί παράγοντες που σχετίζονται με τη καθημερινότητα και τη ποιότητα ζωής αποδεικνύονται ιδιαίτερα σημαντικοί. Η διαχείριση του δημόσιου χώρου αποτελεί κύριο ζήτημα αφού συνδέεται με πολλά προβλήματα. Η σημασία της είναι ιδιαίτερα προφανής στην Ελλάδα όπου η αποφυγή της παραβατικότητας και των αντικοινωνικών συμπεριφορών δεν είναι δεδομένη, με αποτέλεσμα γνωστά προβλήματα μορφής και λειτουργίας να υποβαθμίζουν έντονα το δημόσιο χώρο της πόλης, όπως η παράνομη κυκλοφορία και στάθμευση, η κατάληψη από παρόδιες χρήσεις, οι καταστροφές αστικού εξοπλισμού, η ηχορύπανση κ.λπ. (Οικονόμου 2004). Ο δημόσιος χώρος πρέπει να διαχωρίζεται, να μην αμφισβητείται και να είναι σχεδιασμένος με τρόπο ώστε να μπορεί να χρησιμοποιηθεί από κατοίκους και επισκέπτες. Οι πολιτιστικές περιοχές που διαθέτουν ανεκμετάλλετους δημόσιους χώρους ή κτίρια διαθέτουν ένα μεγάλο πλεονέκτημα (μεταξύ αυτών περιλαμβάνεται και η περιοχή του Ψυρή), αφού μπορούν να σχεδιάσουν το μέλλον τους σε σχέση με το στρατηγικό όραμα για την περιοχή. Επίσης το θέμα των μεταφορών, των πεζοδρομήσεων και της επίλυσης των κυκλοφοριακών προβλημάτων αποτελεί καίριο ζήτημα, αφού η εύκολη πρόσβαση στην περιοχή όλο το 24ωρο αποτελεί πολύ σημαντικό παράγοντα. Το θέμα της ασφάλειας και του αστικού φόβου είναι πολύ σοβαρό και μπορεί να οδηγήσει μια πολιτιστική περιοχή ή το κέντρο μιας πόλης στην παρακμή. Γενικά, η δημιουργία των συνθηκών εργασίας και κατοικίας που θα διευκολύνουν την καθημερινή ζωή πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα για κάθε στρατηγική.

Έκτον, Η διοργάνωση ενός μόνιμου φεστιβάλ, *street event*, ειδικού εορτασμού, κ.λπ. σε μια πολιτιστική περιοχή έχει πολλαπλά οφέλη: οδηγεί στη γνωριμία του ευρύτερου κοινού με την περιοχή, καθιστά την περιοχή αναγνωρήσιμη, ταυτίζεται η περιοχή με την εικόνα του φεστιβάλ και αυξάνει την δουλειά των επιχειρήσεων αναψυχής.

Έβδομον, η κερδοσκοπική λειτουργία της αγορά ακινήτων έχει συχνά αρνητικά αποτελέσματα στις πολιτιστικές περιοχές. Στις περιπτώσεις μελέτης, η αγορά ακινήτων διαφέρει σημαντικά. Στο MuseumsQuartier δεν υπάρχει κατοικία, στο Cable factory υπάρχει περιοχή κατοικίας σε μικρή απόσταση, η οποία όμως ήταν ήδη αναβαθμισμένη πριν τη μετατροπή του χώρου σε χώρο συγκέντρωσης πολιτιστικών επιχειρήσεων και στο Temple Bar και στο Northern Quarter η κατοικία αποτέλεσε σημαντικό τομέα ανάπτυξης με ωφελούμενους είτε τους

αντίστοιχους δήμους είτε μεγάλες εταιρίες ανάπτυξης ακινήτων. Στην περιοχή του Ψυρή η κατάσταση διαφέρει, λόγω της πολυιδιοκτησίας, της απουσίας μεγάλων επενδυτών στο χώρο των ακινήτων και της ανυπαρξίας σχετικής δραστηριότητας από το Δήμο Αθηναίων. Σε κάθε χώρα η αγορά ακινήτων διαμορφώνεται με διαφορετικό τρόπο (π.χ. στην Ολλανδία ο τομέας των ακινήτων ελέγχεται από πολυεθνικές εταιρίες real estate), επομένως οι συγκρίσεις τιμών και πρακτικών είναι ιδιαίτερα δύσκολη. Κοινή διαπίστωση αποτελεί το γεγονός ότι η υπερβολική αύξηση των τιμών αποτελεί πρόβλημα για τη λειτουργία μιας πολιτιστικής περιοχής επειδή με αυτόν τον τρόπο δεν μπορούν να παραμείνουν στην περιοχή οι καλλιτέχνες και οι νέες πολιτιστικές επιχειρήσεις.

Τέλος, η αποτελεσματική και προσεκτική προβολή μιας πολιτιστικής περιοχής είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες επιτυχίας ή αποτυχίας. Η πολιτιστική ταυτότητα μιας πολιτιστικής περιοχής δεν είναι εκ των προτέρων διαμορφωμένη αλλά επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες. Χαρακτηριστική είναι η αδυναμία της περιοχής του Ψυρή να προβάλει την αυθεντικότητα της, την πολιτιστική υπόσταση της και την κληρονομιά της, ενώ τα ΜΜΕ την έχουν απαξιώσει σε μεγάλο βαθμό. Η περίπτωση της προβολής του Museumsquartier της Βιέννης αποτελεί βέλτιστη πρακτική με δεδομένο ότι ο ιδρυματικός του χαρακτήρας εύκολα θα μπορούσε να οδηγήσει σε μια τυπική εικόνα περιοχής μουσείων. Η διεθνής προβολή δεν αποτελεί ζητούμενο για όλες τις περιπτώσεις, αν και περιοχές όπως το Ψυρή θα μπορούσαν να βελτιωθούν σημαντικά στον τομέα αυτό. Γενικά, μια πετυχημένη πολιτιστική περιοχή λειτουργεί και νοερά στην αντίληψη τόσο πριν όσο και μετά την επίσκεψη.

3. Πολιτιστική περιοχή Ψυρή

Το θέμα των πολιτιστικών περιοχών στην Ελλάδα αποτελεί, σε μεγάλο βαθμό, ανεξερεύνητο χώρο, ενώ τα χαρακτηριστικά της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας δεν έχουν μελετηθεί επαρκώς. Επομένως τα στοιχεία της διατριβής παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Μέσα από τις συνεντεύξεις της περιοχής του Ψυρή προκύπτουν ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά για τον Έλληνα επιχειρηματία του πολιτισμού: σε πολλά σημεία επιβεβαιώνονται και εδώ οι διαπιστώσεις που διατυπώνονται στην σχετική ξένη βιβλιογραφία. Μία σημαντική διαφορά είναι η σχετικά μεγαλύτερη ιδιοκτησία των ακινήτων που παρατηρείται στην Ελλάδα και η περιορισμένη χρήση χρηματοδοτικών προγραμμάτων. Βεβαίως, οι επιχειρήσεις διαφοροποιούνται σημαντικά μεταξύ τους όσον αφορά βασικά χαρακτηριστικά. Τα αποτελέσματα της έρευνας στην περιοχή του Ψυρή αποτελούν και μια ένδειξη για τα χαρακτηριστικά των μικρομεσαίων πολιτιστικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα γενικότερα. Αν και η στατιστική καταγραφή της ΕΣΥΕ

δεν βοηθά στην εύρεση της αντιπροσωπευτικότητας του δείγματος, το δείγμα μπορεί να θεωρηθεί ικανό για να βγουν κάποια συμπεράσματα σε πανελλαδικό επίπεδο. Ο οπτικοακουστικός τομέας (κινηματογράφος, τηλεόραση, μουσική βιομηχανία, κ.λπ.) και η διαφήμιση αποτελούν κλάδους με διαφορετικές επιχειρηματικές συμπεριφορές, μεγέθη, οικονομικά χαρακτηριστικά, αλλά και ιδιοκτησιακό καθεστώς (σε αρκετές περιπτώσεις αποτελούν θυγατρικές πολυεθνικών επιχειρήσεων). Επομένως τα αποτελέσματα δεν αντιπροσωπεύουν αυτούς τους τομείς, όπως δυσκολίες υπάρχουν και στην περίπτωση των αρχιτεκτόνων. Σημαντικά συμπεράσματα είναι αυτά που διατυπώνονται για τον τομέα των γκαλερί όπου το δείγμα ήταν πολύ μεγάλο και αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό ποσοστό σε πανελλήνιο επίπεδο.

Οι ελληνικές πολιτιστικές περιοχές είναι δύσκολο να συγκριθούν με τις αντίστοιχες πολιτιστικές περιοχές που έχουν προκύψει τα τελευταία χρόνια στις Αμερικάνικες και Ευρωπαϊκές πόλεις με δεδομένο ότι δεν έχουν προκύψει λόγω συστηματικής πολιτικής. Στις περισσότερες περιπτώσεις και ειδικά στην περίπτωση του Ψυρή, προέκυψαν ερήμην του αστικού σχεδιασμού, ο οποίος δεν προέβλεψε ποτέ τη δημιουργία πολιτιστικής περιοχής. Ο όρος δεν έχει καν καθιερωθεί στα προγραμματικά πολιτικά κείμενα (Ρυθμιστικά Σχέδια, προγραμματικά κείμενα υπουργείων, κ.ά.) όπως αντίστοιχα στο εξωτερικό, και μόλις πρόσφατα γίνονται σχετικές αναφορές στην επιστημονική βιβλιογραφία (βλ. Κόνσολα 2006:112, Γοσποδίνη 2006:28-29, Λουκαΐτου-Σιδέρη 2006:54-56). Η απουσία προγραμματικής παρέμβασης για τις περιοχές αυτές και η έλλειψη συνειδητοποίησης της δυναμικής και των αποτελεσμάτων που μπορεί να έχει αυτή η παρέμβαση έχουν σαν αποτέλεσμα να μην έχουν εκμεταλλευτεί οι ελληνικές πόλεις τη δυναμική των πολιτιστικών περιοχών.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την περίπτωση του Ψυρή έχει η εξέταση της περίπτωσης των Λαδάδικων. Τα Λαδάδικα – παρά τις σημαντικές διαφορές που παρουσιάζουν με το Ψυρή³ - αντιμετωπίζουν κρίση που συνδέεται και με την απαξίωση, η οποία, σύμφωνα τουλάχιστον με τα δημοσιεύματα και τις συνεντεύξεις απειλεί και την περιοχή του Ψυρή. Η κρίση αυτή φαίνεται σήμερα να οδηγεί σε μια νέα αναγέννηση των Λαδάδικων με βάση μια καλύτερη μίξη χρήσεων που αφορούν όλο το 24ώρο και όχι μόνο τη βραδυνή οικονομία. Ο πρώτος κύκλος ζωής της περιοχής επομένως έκλεισε οδηγώντας σε ένα «ξεκαθάρισμα», το οποίο περιμένουν και πολλοί από τους ερωτώμενους στο Ψυρή. Το κοινό στοιχείο είναι ότι η έλλειψη προγραμματισμού και διορατικότητας οδήγησε την ίδια την αγορά να

³ Κύρια ένσταση για τη σύγκριση των δύο περιοχών αποτελεί το γεγονός ότι στα Λαδάδικα οι πολιτιστικές επιχειρήσεις, οι καλλιτέχνες και η κατοικία ουδέποτε είχαν σημαντικό ρόλο – αντίθετα επίκεντρο εξαρχής ήταν η αναψυχή. Ωστόσο, σήμερα διαφαίνεται μια τάση ενίσχυσης του πολιτιστικού χαρακτήρα της περιοχής.

απαξιώσει την έμφαση στις νυχτερινές δραστηριότητες. Θα μπορούσε να ισχυριστεί κανείς ότι τα Λαδάδικα ολοκλήρωσαν πιο γρήγορα τον κύκλο τους αφού τα τελευταία χρόνια την περιοχή χαρακτηρίζει η πτώση της επισκεψιμότητας και η παρακμή (βλ. Ιγνατιάδης 2006). Στις συνεντεύξεις ορισμένοι από τους ερωτώμενους ανέφεραν ότι η μοίρα της περιοχής του Ψυρή θα είναι πανομοιότυπη, οι ενδείξεις όμως δεν επιβεβαιώνουν κάτι τέτοιο. Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις στα Λαδάδικα είναι πολύ λιγότερες και η περιοχή δεν στηρίζεται από κατοίκους, αντίθετα στο Ψυρή η περιοχή συνεχίζει να υποδέχεται πολιτιστικές επιχειρήσεις και νέους κατοίκους. Υπάρχουν και άλλοι σημαντικοί παράγοντες που διαφοροποιούν τις δύο περιοχές: η περιοχή του Ψυρή συνορεύει με αρχαιολογικά μνημεία και τον «τουριστικό» αρχαιολογικό περίπατο, προβάλλεται σε τουριστικούς οδηγούς και διαθέτει μια σχετικά «ικανή» πολιτιστική ποικιλομορφία. Αντίθετα τα Λαδάδικα είναι εγκλωβισμένα σε μια μονόπλευρη ανάπτυξη των δραστηριοτήτων αναψυχής σε μια πόλη που βασίζεται ελάχιστα στον αστικό τουρισμό. Ο ρόλος των Λαδάδικων διαφέρει αρκετά και ως προς την αστική ιεραρχία της πόλης: πρόκειται για μια μεταβατική περιοχή που ενώνει την πόλη με το λιμάνι (και ειδικά την αναπλασμένη προβλήτα Α) και μπορεί να συγκριθεί με το ρόλο αντίστοιχων περιοχών σε πόλεις-λιμάνια όπως το Ρότερνταμ και η περιοχή Witte de Withstraat.

Οι ιδιαίτεροι παράγοντες που δημιουργούν σημαντικές διαφοροποιήσεις στις ελληνικές περιπτώσεις είναι καταρχήν ο μεγάλος αριθμός φορέων που εμπλέκονται στη διαδικασία του πολεοδομικού σχεδιασμού της περιοχής και η έλλειψη συντονιστικού οργάνου ή άλλου φορέα που να προβάλλει την περιοχή, να αποτελεί τόπο συνάντησης και συζήτησης, να ασκεί πίεση στους κρατικούς φορείς και να υποβοηθά στη δημιουργία consensus στις επιχειρήσεις της κάθε περιοχής. Στην περίπτωση του συλλόγου του Northern Quarter στο Manchester, ο σύλλογος λειτούργησε ως μηχανισμός πίεσης προς το δημοτικό συμβούλιο, συνεργάζεται με το πανεπιστήμιο της πόλης και λειτουργεί σαν μηχανισμός προώθησης και διαφήμισης της περιοχής. Δίχως να λείπουν τα προβλήματα, ο σύλλογος αυτός μπορεί να θεωρηθεί άριστη πρακτική και να υιοθετηθεί και σε ελληνικές περιπτώσεις, όπου οι αλληλοσυγκρουόμενες αρμοδιότητες των κρατικών και δημοτικών φορέων δεν επιτρέπουν το σχεδιασμό και την επίλυση θεμάτων.

Σημαντικό ρόλο έχει και το νομοθετικό πλαίσιο και τα νομοθετικά κείμενα που αφορούν την πολεοδομική οργάνωση και τις χρήσεις γης. Μία κριτική άποψη θεωρεί ότι τα κείμενα φαίνεται να επηρεάζονται από την αρχή της λειτουργιοκρατίας που επιβάλλει ο μοντερνιστικός πολεοδομικός σχεδιασμός (ζωνοποίηση), όταν οι νέες αντιλήψεις για την πόλη οφείλουν να ενισχύουν την ανάμιξη συμβατών χρήσεων γης και την αποφυγή φαινομένων όπως οι

«υπνουπόλεις» (Χριστοφιλόπουλος 2004: 262-3). Η άποψη αυτή επιβεβαιώνεται σε έναν μεγάλο βαθμό στην περίπτωση του Ψυρή.

Τρεις είναι οι κύριες ιδιαιτερότητες της πολιτιστικής περιοχής του Ψυρή:

1. Η μεγάλη ποικιλομορφία χρήσεων που συνεχίζει να φιλοξενεί η περιοχή (παρά τον εκτοπισμό πολλών χρήσεων), η διατήρηση παραδοσιακών επαγγελμάτων, η γειτνίαση με την Ενοποίηση Αρχαιολογικών Χώρων και η θέα στην Ακρόπολη και σε άλλα αξιοθέατα, η άριστη πρόσβαση με το μετρό και η «καλλιτεχνική ατμόσφαιρα» αποτελούν κύρια συγκριτικά πλεονεκτήματα της περιοχής.
2. Σε σύγκριση με τις άλλες περιπτώσεις, η κρατική παρέμβαση δεν είναι αποτελεσματική και ο σχεδιασμός για την περιοχή μάλλον αμήχανος. Στην πραγματικότητα ο χαρακτηρισμός της περιοχής ως «περιοχή γενικής κατοικίας» έχει στην πράξη ακυρωθεί με τις δραστηριότητες αναψυχής και πολιτισμού να χαρακτηρίζουν πλέον την περιοχή.
3. Δεν υπάρχει στην περιοχή κοινή άποψη ή μια διατυπωμένη γνώμη για την λειτουργία της ως πολιτιστική περιοχή, συχνά δε δεν της αναγνωρίζεται καν ο ρόλος αυτός. Ο χαμηλός βαθμός συνειδητοποίησης του ιδιαίτερου χαρακτήρα μιας πολιτιστικής περιοχής, δηλ. της ιστορικής διάστασης, της πολιτιστικής της ιδιαιτερότητας και των δυνατοτήτων που προσφέρει η συνύπαρξη με παρόμοιες ή συμπληρωματικές χρήσεις (οικονομίες κλίμακας) και η κοινή προβολή και διεκδίκηση, αποτελεί σημαντικό ανασταλτικό παράγοντα ανάπτυξης.

Η απαξίωση της περιοχής, όπως εκφράζεται μέσα από δημοσιεύματα, δεν εκφράζει το σύνολο των πολιτιστικών φορέων της περιοχής. Συχνά στα δημοσιεύματα αυτά υπερτονίζεται ο ρόλος των γκαλερί και το γεγονός ότι πολλές απ' αυτές εγκατέλειψαν την περιοχή. Αυτό όμως στην πραγματικότητα οφείλεται στα εγγενή προβλήματα του συγκεκριμένου τομέα (οι περισσότεροι εκπρόσωποι γκαλερί παραδέχονται ότι τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν δεν συνδέονται με την περιοχή). Το γεγονός ότι υπάρχει πλέον στην περιοχή ένας σημαντικός αριθμός πολιτιστικών επιχειρήσεων και επαγγελματιών εκτός του εικαστικού χώρου που εργάζεται στο Ψυρή και μάλιστα δραστηριοποιείται έντονα, εξασφαλίζει την πολιτιστική βιωσιμότητα της περιοχής. Το σχετικά μεγάλο ποσοστό ιδιοκτησίας στην περιοχή από πολιτιστικούς φορείς αποτελεί επίσης ένδειξη δέσμευσης με την περιοχή.

Τα αδιαμφισβήτητα πλεονεκτήματα της περιοχής θα συνεχίσουν να προσφέρουν ευκαιρίες σε επιχειρηματίες και χρήστες. Με την αποτελεσματική εφαρμογή του νομοθετικού πλαισίου και την υποστήριξη δράσεων η περιοχή του Ψυρή μπορεί να «επανακαθιερωθεί» ως πολιτιστική περιοχή και να αποτελέσει και παράδειγμα για άλλες αναδυόμενες πολιτιστικές περιοχές. Ένα ευρύτερο ερώτημα είναι εάν η Αθήνα μπορεί ή πρέπει να χρησιμοποιήσει τις πολιτιστικές επιχειρήσεις

και τους οργανισμούς και τις αντίστοιχες συγκεντρώσεις σαν κινητήρια δύναμη ως αναδυόμενη μητρόπολη. Η περιφερειακή θέση της Αθήνας στο πολιτιστικό γίνεσθαι σίγουρα δεν επιτρέπει μεγαλεπήβολες φιλοδοξίες, ωστόσο η εμπειρία πόλεων όπως το Δουβλίνο και η Βιέννη δείχνουν τον τρόπο με τον οποίο η σύγχρονη πολιτιστική δημιουργία αλληλοσυμπληρώνεται με την πολιτιστική κληρονομιά. Με δεδομένο μάλιστα ότι ο ανταγωνισμός είναι σκληρός ακόμη και στο χώρο των Βαλκανίων, όπου η Κωνσταντινούπολη ακολουθεί μια πρωτοποριακή πολιτιστική πολιτική⁴ (Μπιενάλε, νέα μουσεία, κ.ά.), η Σόφια και το Βουκουρέστι θα αναζητήσουν νέους τρόπους βελτίωσης της εικόνας τους και τα Τίρανα διοργανώνουν μια από τις πλέον επιτυχημένες Μπιενάλε.

4. Προς ένα νέο μοντέλο στρατηγικής για τις πολιτιστικές περιοχές

Στις μελέτες περιπτώσεων του εξωτερικού παρουσιάζονται συνοπτικά ορισμένες γενικές αξιολογήσεις της πορείας των πολιτιστικών περιοχών. Η περιοχή του Ψυρή, όπως παρουσιάζεται σε αυτό το κεφάλαιο, τι μπορεί να προσθέσει σε αυτή τη διεθνή συζήτηση όσον αφορά βέλτιστες πρακτικές ή τα παραδείγματα προς αποφυγή; Η χάραξη ξεχωριστής στρατηγικής είναι πλέον απαραίτητη για την αποτελεσματική λειτουργία της σύγχρονης πολιτιστικής περιοχής. Αποδεικνύεται ότι η δημιουργία μιας επιτυχημένης πολιτιστικής περιοχής είναι χρονοβόρα και ιδιαίτερη αξία αποκτούν οι ενδιάμεσοι φορείς μεταξύ των καλλιτεχνών και των πολιτιστικών επιχειρήσεων και των υπόλοιπων τομέων της οικονομίας. Γενικά αποδεικνύεται ότι η πολιτιστική επένδυση αποτελεί λύση για την αναζωογόνηση μιας πόλης ή μιας περιοχής με την προϋπόθεση ότι υποστηρίζεται από μια αποτελεσματική στρατηγική και κατάλληλα στελέχη ή μάντζερ. Αν και μπορεί κανείς να ανιχνεύσει κοινές στρατηγικές επιλογές μεταξύ των πολιτικών πολιτιστικής συγκέντρωσης είναι δύσκολο να σχηματιστεί ένα σύνολο κανόνων ή πρακτικών για τη δημιουργία μιας πολιτιστικής περιοχής.

Υπάρχουν πολλά σημεία τα οποία καθιστούν την περιοχή ιδιαίτερη με αποτέλεσμα να μην μπορεί να συγκριθεί με όλες τις περιπτώσεις του εξωτερικού με δεδομένες και τις ιδιαίτερες συνθήκες της κάθε πόλης. Από τις περιπτώσεις που εξετάζονται η Βιέννη και το Δουβλίνο είναι οι μόνες περιπτώσεις όπου μπορούν να συγκριθούν ως προς τον τουριστικό ρόλο της περιοχής και της ένταξής της σε τουριστικές διαδρομές. Το Μάντσεστερ, το Τίλμπουργκ και το Ελσίνκι δεν δέχονται τόσο μεγάλο αριθμό τουριστών, ούτε και διαθέτουν δημοφιλή ιστορικά κέντρα.

⁴ Η σύγχρονη πολιτιστική πολιτική της Κωνσταντινούπολης έχει πολλά ενδιαφέροντα στοιχεία, (για περισσότερες πληροφορίες βλ. Klaić D., *Istanbul's Cultural Constellation and Its European Prospects*, Report Commissioned by www.labforculture.org, Amsterdam, 2005 και Ünsal D., "How to Talk about the Cultural Sector in Turkey", Istanbul 2006).

Αντίθετα η Αθήνα, η Βιέννη και το Δουβλίνο χαρακτηρίζονται από την τουριστική τους δυναμική.

Το γενικότερο συμπέρασμα είναι ότι μια πολιτιστική περιοχή πρέπει να αποτελεί αντικείμενο προγραμματισμού και σχεδιασμού και, προφανώς, ο πολιτιστικός προγραμματισμός είναι το κλειδί της επιτυχίας. Αποδεικνύεται ότι οι παραδοσιακές πρακτικές της πολιτιστικής πολιτικής δεν επαρκούν. Η ανάπτυξη μιας πολιτιστικής περιοχής σημαίνει ότι αναπτύσσεται η βραδυνή ή νυχτερινή οικονομία της περιοχής, οπότε είναι πολύ σημαντικό η ανάπτυξη αυτή να μην αποτελέσει επιβαρυντικό παράγοντα για τους κατοίκους. Ο τρόπος με τον οποίο αντιμετωπίζουν σε κάθε περίπτωση την νυχτερινή οικονομία οι κάτοικοι εξαρτάται από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους: τον τρόπο ζωής τους, την ανεκτικότητα τους, το κλίμα, το ωράριο εργασίας, τις ώρες που κοιμούνται, κ.λπ. (Evans 2001:144).

Παρά το γεγονός ότι δεν υπάρχει μία «συνταγή» επιτυχίας, με βάση την εμπειρία που έχει πλέον δημιουργηθεί, είναι δυνατό να καθοριστούν τα σημαντικότερα βήματα μιας στρατηγικής για τη δημιουργία μιας πολιτιστικής περιοχής που ξεκινά να διαμορφώνεται σήμερα:

Πίνακας 3: Βήματα Στρατηγικής

ΦΑΣΕΙΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
1. Καθορισμός οράματος και σκοπών	Η φάση αυτή αν και είναι πρώιμη, αποδεικνύεται ιδιαίτερα κρίσιμη, με δεδομένο ότι στις περισσότερες πολιτιστικές περιοχές πραγματοποιήθηκε εκ των υστέρων. Το όραμα και η στοχοθεσία απαιτούν τη συμφωνία όλων των πλευρών και τη δέσμευσή τους.
2. Μελέτη βιωσιμότητας πολιτιστικής περιοχής,	Πρέπει να περιλαμβάνει πλήρη ανάλυση των πολιτιστικών, αρχιτεκτονικών, κυκλοφοριακών, διοικητικών και οικονομικών παραμέτρων. Ειδική μέριμνα πρέπει να υπάρχει για το οικιστικό κομμάτι και τα ιδιαίτερα τοπικά προβλήματα. Η ύπαρξη ενός σχεδίου ή μελέτης έχει αποδειχθεί καθοριστική στις περισσότερες περιπτώσεις (βλ. περίπτωση Μάνσεστερ).
3. Καθορισμός στρατηγικής με χρονικές φάσεις με λεπτομερή περιγραφή, καθώς και πιθανούς τρόπους χρηματοδότησης	Το χρονοδιάγραμμα εφαρμογής δίνει μια σαφή πρόβλεψη των εργασιών και της εξέλιξης μιας πολιτιστικής περιοχής και καθορίζει μια συγκεκριμένη στρατηγική. (βλ. περίπτωση Τίλμπουργκ). Ακόμη και όταν υπάρξουν

	καθυστερήσεις ή αλλαγές, η σαφής διατύπωση στρατηγικής και βημάτων είναι καίριας σημασίας.
4. Ορισμός διοικητικού σχήματος και χώρου διοίκησης	Ο τρόπος διοίκησης, διαβούλευσης και διάχυσης πληροφορίας στο πλαίσιο μιας πολιτιστικής περιοχής πρέπει να είναι ξεκάθαρος και αποτελεσματικός, Πολύ σημαντικό είναι να προσωποποιείται σε συγκεκριμένα άτομα και να μην αποτελεί ευθύνη ενός ευρύτερου γραφειοκρατικού μηχανισμού. Ο ρόλος των νέων τεχνολογιών μπορεί να αποδειχτεί ιδιαίτερα σημαντικός στον τομέα αυτό.
5. Μελέτη προβολής και μάρκετινγκ	Ο σωστός σχεδιασμός της προβολής της περιοχής αποδεικνύεται ο παράγοντας κλειδί στις περισσότερες περιπτώσεις. Το αποτελεσματικό branding, η χρήση του διαδικτύου και η αποφυγή αρνητικών εικόνων μιας πολιτιστικής περιοχής πρέπει να αποτελούν προτεραιότητες στα πρώιμα στάδια σχεδιασμού.
6. Ενθάρρυνση των συμμετοχικών διαδικασιών και πρόβλεψη για την επίλυση των συγκρούσεων	Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις, οι κάτοικοι, οι υπόλοιποι επιχειρηματίες πρέπει να παραμένουν ενήμεροι και να γνωρίζουν ότι εάν το ζητήσουν θα υπάρξει ενδιαφέρον για την επίλυση προβλημάτων. Ειδικά για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις και τους καλλιτέχνες η συνεργασία σε τοπικό επίπεδο μπορεί να βοηθήσει στην ανάδειξη ταλέντων, καινοτομιών, θεσμών και στην καθιέρωση «τοπικής σκηνής»

Αυτός ο ενδεικτικός τρόπος ανάπτυξης διαφοροποιείται από αυτόν άλλων κλάδων ή από τα βήματα ανάπτυξης των cluster, τα οποία παρουσιάζονται στο Κεφ. 4. Τα βήματα αυτά δεν επαρκούν από μόνα τους για την επιτυχία μιας πολιτιστικής περιοχής, αφού τα προβλήματα που εμφανίζονται είναι ποικιλόμορφα και δυσεπίλεπτα. Στις περισσότερες δε περιπτώσεις η εκ των υστέρων παρέμβαση αποτέλεσε τη μοναδική λύση. Από την πλευρά της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και του πολιτικού σχεδιασμού, είναι ξεκάθαρο ότι απαιτείται πολύ καλή γνώση των ιδιαίτερων συνθηκών λειτουργίας των πολιτιστικών επιχειρήσεων. Είναι ιδιαίτερα δύσκολο να επιλυθούν τα προβλήματα που συνδέονται με τις πολιτιστικές περιοχές με μία κίνηση, ωστόσο η εμπειρία που έχει αποκτηθεί πλέον μπορεί να λειτουργήσει σαν μαθησιακή λειτουργία.

Αν και μπορεί κανείς να ανιχνεύσει κοινές στρατηγικές επιλογές μεταξύ των πολιτικών πολιτιστικής συγκέντρωσης είναι αδύνατο να σχηματιστεί ένα σύνολο κανόνων ή πρακτικών για τη δημιουργία μιας πολιτιστικής περιοχής. Άλλωστε, σημαντικό είναι να γίνει κατανοητό ότι δεν είναι επιθυμητό κάθε γειτονιά του κέντρου να μετατραπεί σε πολιτιστική περιοχή. Μια γενική διαπίστωση αφορά τη δυσκολία μεταφοράς βέλτιστων πρακτικών από τη μια περίπτωση στην άλλη. Η ισορροπία σε κάθε περίπτωση μεταξύ πολιτιστικής παραγωγής και κατανάλωσης, αναψυχής και πολιτισμού, κατοικίας και επιχειρηματικότητας, κ.ο.κ. δεν ακολουθεί συγκεκριμένο δείκτη ή κανόνα. Γενικά, όταν η έμφαση δίνεται μονόπλευρα στην κερδοσκοπική πλευρά της πολιτιστικής δραστηριότητας, η πολιτιστική βιωσιμότητα τίθεται σε κίνδυνο. Γενικά, η ενθάρρυνση της δημιουργικότητας και της πολιτιστικής δραστηριότητας εμπεριέχουν τον κίνδυνο της υπερεκτίμησης του πολιτισμού, τόσο στο πλαίσιο μιας περιοχής, όσο και στο πλαίσιο μιας πόλης. Συχνά αγνοείται η κοινωνική διάσταση των χωρικών ή επιχειρηματικών αποφάσεων. Η μονομερής αντιμετώπιση του πολιτισμού ως επένδυση και η εισαγωγή έτοιμων προτύπων από άλλες χώρες δεν επιφέρουν πάντα τα αναμενόμενα θετικά αποτελέσματα, αντίθετα σκοπός είναι η ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού και η ισορροπία μεταξύ πολιτιστικής παραγωγής και κατανάλωσης. Η έμφαση σε ποσοτικά χαρακτηριστικά (αριθμός υποδομών, απασχόληση, οικονομικά στοιχεία) και η άποψη ότι οι πόλεις είναι ομοιογενείς και μπορούν να συγκριθούν άμεσα οδηγεί συχνά σε λανθασμένες εκτιμήσεις⁵. Δεύτερον, η άποψη ότι η πολιτιστική επιχειρηματικότητα μπορεί από μόνη της να αποτελέσει κινητήριο δύναμη δεν επαληθεύεται στην πράξη. Η έλλειψη στρατηγικού σχεδίου και η αναποτελεσματική αντιμετώπιση των προβλημάτων μιας περιοχής μπορεί να αποδειχθεί μοιραία.

5. Επίλογος

Το παρόν διδακτορικό δεν εξαντλεί όλες τις πτυχές του θέματος των πολιτιστικών περιοχών. Κατ' αρχήν πρωταρχικός σκοπός της διατριβής είναι να συμβάλλει στην επιστημονική συζήτηση για τις πολιτιστικές περιοχές και το πολιτιστικό clustering, η οποία βρίσκεται σε εξέλιξη. Η ανάγκη για διεπιστημονικές και συγκριτικές παρουσιάσεις περιπτώσεων από αστικά κέντρα σε όλο τον κόσμο συνεχίζει να παραμένει μεγάλη, αφού το φαινόμενο είναι πολύ πρόσφατο και έχει οδηγήσει σε διαφορετικές προσεγγίσεις (βλ. Mommaas 2004). Μέχρι σήμερα δεν έχει επιχειρηθεί μια πλήρης καταγραφή των πρακτικών και των θεωρητικών τάσεων για το θέμα, η οποία θα βοηθούσε σημαντικά στην εξέλιξη της συζήτησης.

⁵ Αυτή είναι και η σημαντικότερη κριτική στάση στη θεωρία της Δημιουργικής Τάξης του Richard Florida, ειδικά στις προσπάθειες εφαρμογής δεικτών εκτός Η.Π.Α.

η οικονομική ενίσχυση, η διοίκηση, κ.λπ. Εφόσον ολοένα και περισσότερο οι πόλεις αλληλοεπηρεάζονται όσον αφορά τις κυρίαρχες τάσεις, η ανάδειξη ενός μοντέλου ανάπτυξης πολιτιστικών περιοχών είναι μείζονος σημασίας.

Με δεδομένο ότι οι παρόμοιες έρευνες είναι ολιγάριθμες στην Ελλάδα σε αντίθεση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες και οι ανάγκες για επιστημονική τεκμηρίωση των σχετικών θεμάτων είναι πολύ μεγάλες, οι προτάσεις που μπορούν να γίνουν προς αυτή τη κατεύθυνση είναι πολλές. Παράλληλα, απαραίτητη κρίνεται η βελτίωση των στατιστικών σειρών της ΕΣΥΕ με νέες οριοθετήσεις και ορισμούς για τον πολιτιστικό τομέα με σκοπό να ξεπεραστούν τα προβλήματα και οι παρερμηνείες που υπάρχουν σήμερα.

Ένα ιδιαίτερα σημαντικό πεδίο που δεν έχει διερευνηθεί επαρκώς στην ελληνική βιβλιογραφία είναι η σύγχρονη τάση για κατοίκηση και ποιοτική ανάπτυξη (gentrification) στο κέντρο των ελληνικών πόλεων (κυρίως στην Αθήνα). Οι πολύ χρήσιμες μελέτες που υπάρχουν σε άλλα κράτη είτε προέρχονται από τον ακαδημαϊκό χώρο (βλ. Wynne and O'Connor 1996, Nathan and Urwin 2006) είτε από τον χώρο του real estate, ο οποίος έχει άμεσο ενδιαφέρον να προσδιορίσει τις βασικές τάσεις στη ζήτηση κατοικίας. Για την Αθήνα δεν έχει υπάρξει παρόμοια μελέτη αν και διαφαίνεται έντονη η τάση κατοίκησης σε περιοχές του κέντρου της Αθήνας (Μεταξουργείο, Γκάζι, Ψυρή). Παράλληλα κρίνεται απαραίτητο να εντοπιστούν οι ειδικές ανάγκες των κοινωνικών ομάδων που ζουν στις περιοχές του κέντρου και ο τρόπος ενσωμάτωσής τους στην πόλη, αλλά και η προστασία τους από τον εκτοπισμό.

Πολύ χρήσιμη θα ήταν επίσης η περαιτέρω συστηματική διερεύνηση του αστικού τουρισμού της Αθήνας (και των υπόλοιπων μεγάλων ελληνικών πόλεων) και των χωρικών επιπτώσεων που έχει, καθώς και το θέμα της τουριστικής προβολής της (περιλαμβάνοντας το marketing και το branding). Τα ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία που αφορούν τον αστικό τουρισμό είναι μάλλον ελλιπή, ενώ θα ήταν ιδιαίτερα χρήσιμο να διερευνηθεί η επισκεψιμότητα τουριστών σε συγκεκριμένες περιοχές της Αθήνας.

Ελάχιστες είναι οι μελέτες για τη σύγχρονη πολιτιστική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα (βλ. ΚΕΠΕ 2000) και υπάρχει μεγάλη ανάγκη να εντοπιστούν τα ιδιαίτερα κλαδικά χαρακτηριστικά του τομέα αυτού. Ακόμη και η στατιστική παρακολούθηση του τομέα είναι σε μεγάλο βαθμό προβληματική και απαιτείται η εναρμόνιση με τους ορισμούς του πολιτιστικού τομέα άλλων κρατών.

Τέλος, ειδικά για την περιοχή του Ψυρή κρίνεται απαραίτητη η διερεύνηση της εφαρμογής των πολεοδομικών ρυθμίσεων και των αποτελεσμάτων που είχαν στην περιοχή. Σε πιο πρακτικό επίπεδο, για την πολιτιστική περιοχή του Ψυρή δεν υπάρχει ουσιαστικά στρατηγικό σχέδιο ή μελέτη σκοπιμότητας, η οποία θα

ποιοτικά στοιχεία που αφορούν τον αστικό τουρισμό είναι μάλλον ελλιπή, ενώ θα ήταν ιδιαίτερα χρήσιμο να διερευνηθεί η επισκεψιμότητα τουριστών σε συγκεκριμένες περιοχές της Αθήνας.

Ελάχιστες είναι οι μελέτες για τη σύγχρονη πολιτιστική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα (βλ. ΚΕΠΕ 2001) και υπάρχει μεγάλη ανάγκη να εντοπιστούν τα ιδιαίτερα κλαδικά χαρακτηριστικά του τομέα αυτού. Ακόμη και η στατιστική παρακολούθηση του τομέα είναι σε μεγάλο βαθμό προβληματική και απαιτείται η εναρμόνιση με τους ορισμούς του πολιτιστικού τομέα άλλων κρατών. Ειδικά για την περιοχή του Ψυρή κρίνεται απαραίτητη η διερεύνηση της εφαρμογής των πολεοδομικών ρυθμίσεων και των αποτελεσμάτων που είχαν στην περιοχή. Σε πιο πρακτικό επίπεδο, για την πολιτιστική περιοχή του Ψυρή δεν υπάρχει ουσιαστικά στρατηγικό σχέδιο ή μελέτη σκοπιμότητας, η οποία θα μπορούσε να λειτουργήσει ως το πλαίσιο της ανάπτυξης της περιοχής τα επόμενα χρόνια.

- ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- Aalst, I. van, *Cultuur in de stad*, ed. Van Arkel, Rotterdam 1997 (ολλανδικά: Ο πολιτισμός στη πόλη).
- Addis M., Fumagalli M., "What makes cities' marketing policies successful sustaining contemporary arts and creating social value?" paper at the 8th *Conference of Arts and Cultural Management*, 2-4 Ιουλίου, Montreal 2005.
- Ainscough N, Cochez G, Groth J., Mignot A., Van Leeuwen N., Wilson D. and Ziegers K., *Northern Quarter Project 2002*, Polis Report, Manchester 2002.
- Amin A., Graham S., "The Ordinary City" in *Transactions of British Geographers*, Vol. 30:3, 1998.
- Amin A, "The Good City" in *Urban Studies* Vol. 43, no 5-6 1009-1023, May 2006
- Arigoni P, "The District of Leisure: Bars, Restaurants and Entrepreneurs of the Milanesi Navigli" in the *International Journal of Urban Labour and Leisure*, vol 1(2), www.ijull.org.uk, 2000.
- Arnstein, S. R. "A Ladder of Citizen Participation", *JAIP*, Vol. 35, No. 4, July, pp. 216-224. 1969
- Asheim, B., "The Urban Turn: From regional clusters to creative cities", Powerpoint presentation for *Innovation Systems Research Network, Seventh Annual Meeting*, Toronto, 5th-6th May 2005.
- Ashworth, G.J. and Voogd H., *Marketing the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning*, Belhaven, London 1990
- Ashworth G.J. and Turnbridge J.E., *The tourist-historic city*, Belhaven Press London 1990.
- Baniotopoulou E., "Art For Whose Sake? Modern Art Museums and their role in transforming societies: the case of the Guggenheim Bilbao" in the *Journal of Conservation and Museum Studies*, Issue 7, November 2001.
- Bell D. and Jayne M.(ed), *City of Quarters, Urban Villages in the Contemporary City*, Ashgate, London 2004.
- Beriatos E., Gospodini A., "Glocalisation and Urban Landscape Transformations: Built Heritage and Innovative Design versus non-competitive morphologies – the case of Athens 2004", *Discussion Papers Series vol.9, no.24*, University of Thessaly Publications: 549-564, Volos 2002.
- Berry M., "Melbourne – Is there Life after Florida?", *Urban Policy and Research*, Vol. 23:4 381-392, December 2005.

- Bevers T., *Georganiseerde Cultuur, De rol van overheid en markt in de kunstwereld*, Coutinho, Bussum 1993 (ολλανδικά: Οργάνωση του πολιτισμού, ο ρόλος του δημοσίου τομέα και της αγοράς στον καλλιτεχνικό κόσμο)
- Bianchini F. and Ghilardi L., "The Culture of Neighbourhoods: A European Perspective" in Bell D. and Jayne M.(ed), *City of Quarters, Urban Villages in the Contemporary City*, Ashgate, London 2004.
- Bianchini F., Parkinson M., *Cultural Policy and Urban Regeneration*, Manchester 1993.
- Binnie J., "Quartering Sexualities: Gay Villages and Sexual Citizenship" in Bell D. and Jayne M.(ed), *City of Quarters, Urban Villages in the Contemporary City*, Ashgate, London 2004.
- Blanc M., Beumont J., "Local Democracy within European Urban Development Programmes" in *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, Vol. 95, No. 4, pp 409-420, May 2005.
- Bock S., "City 2030 –21 Cities in Quest for the future: New Forms of Urban and Regional Governance" in *European Planning Studies*, Vol. 14, No3, p. 321-334, April 2006
- Bogart M., *Artists, Advertising and the Borders of Art*, University of Chicago Press, Chicago 1995.
- Boogaarts I., van Aalst I., *De publieke en stedelijke meerwaarde van de clustering van musea : Museuminsel Berlijn / Museumplein Amsterdam*, Koning Boudewijnstichting, Brussels 2000. (Στα ολλανδικά, τίτλος: Η δημόσια και αστική υπεραξία της συγκέντρωσης μουσείων: Η Νήσος των Μουσείων στο Βερολίνο – Η περιοχή των Μουσείων στο Άμστερνταμ).
- Boorsma B., Van Hemel A., Van Der Wielen N.(ed.), *Privatization and Culture: Experiences in the Arts, Heritage and Cultural Industries in Europe*, Circle/Kluwer, Amsterdam 1998.
- Bovone L., "Fashionable Quarters in the Postindustrial City: The Ticinese of Milan" in *City and Community*, Vol. 4:4 p. 359-380, December 2005.
- Bourdieu P., *Distinction, a social critique of taste*, London 1984.
- Bramham P., Henry I., Mommaas H., Van der Poel H., *Leisure and Urban Processes*, London 1989.
- Bramham P., Spink J., "The myth of the 24-Hour City", presentation paper at MIPC seminars 1997-1998, Leeds 1998.
- Bramwell B., Henry I., Jackson G., Goytia Prat J., Richards G., Van der Straaten J. (ed.), *Sustainable tourism management: Principles and Practice*, Tilburg University Press, Tilburg 1997.

- Brickwood C., *Cultural Policy and Employment in the Information Society: a critical review of recent resources on culture industries, cultural policy and new media*, Boekman, Amsterdam 2001.
- Britto P., Barros C., "Learning-by-Consuming and the Dynamics of the Demand and Prices of Cultural Goods" in *Journal of Cultural Economics*, 29, p. 83-106 May 2005.
- Broecker J., Dohse D., Ruediger S.(ed.), *Innovation Clusters and Interregional Competition*, Springer, Berlin 2003.
- Brooks A.C., Kusner R.J. "Cultural Districts and Urban Development" in *International Journal of Arts Management*, vol. 3:2, 2001.
- Brown A., "Music Policy in Sheffield, Manchester and Liverpool", Αδημοσίευτο Κείμενο, Manchester 1998.
- Brown G., Matysiak G., *Real Estate Investment, a Capital Market Approach*, Prentice Hall, Edinburgh 2000.
- Buhalis, D., *eTourism: information technology for strategic tourism management*, Pearson (Financial Times/Prentice Hall), London 2003
- Burnet S., "Selling us short? Cities, culture and economic development", in Fischer M., Owen U., *Whose Cities*, London 1991.
- Camagni R., "The Concept of Innovative Milieu and Its Relevance for Public Policies in European Lagging Regions" in *Papers in Regional Science*, 74 (4): 317-340, 2005.
- Canestrelli E., Costa P., "Tourist Carrying Capacity, A fuzzy Approach" in *Annals of Tourism Research*, Vol 18., pp 295-311, May 1991.
- Capello R., "Spatial Transfer of Knowledge in High Technology Milieux: Learning versus Collective Learning Processes", *Regional Studies*, 33 (4): 353-365, 1995.
- Castells M. *The informational society: information, technology, economic restructuring and the urban-regional process*, Blackwell, Oxford 1989.
- Castells M, Hall P., *Technopoles of the world: the making of 21st century industrial complexes*, Routledge, London 1994.
- Castells M., *The Information Age, Economy, Society and Culture*. Oxford 1996.
- Champra D., Healy R , Sills E. "Staged authenticity and heritage tourism", in *Annals of Tourism Research* Vol. 30 n. 2 p. Pages 702-719, July 2003.
- Chatterton P., "The Creative City: Creative for who, by who" in *Urban and Regional Regeneration Bulletin*, on-line paper 2000.
- Cheshire P., Magrini S., Medda F, Monastiriotes V., "Cities are not Isolated States", *Research Papers in Spatial and Environmental analysis Series*, 91, LSE, October, London 2004.

- Christofakis, M., "Athens Metropolitan area: New challenges and development planning", paper at *City Futures: International Conference on Globalism and Urban Change*, University of Illinois at Chicago, CUPPA, European Urban Research Association and Urban Affairs Association, Chicago, 8-10 July 2004.
- Colin M., *Altered State: the story of Ecstasy Culture and Acid House*, Arena, Manchester 1995.
- Corijn E., Mommaas H., *Urban cultural policy developments in Europe*, (Report to Cultural Committee, Eurocities) Direct from authors, 1995.
- Council of Europe/Ericarts, *Cultural policies in Europe – a compendium of basic facts and trends:Greece*, www.ericarts.org , 2003.
- Crespi-Vallbona M., Richards G., "The meaning of cultural festivals" in *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 13, No. 1, 2007.
- Crouch D., Luebbren N. (ed.), *Visual culture and tourism*, Berg, Oxford 2003
- CURDS, "Culture Cluster Mapping and Analysis", Report for ONE North East, CURDS - Newcastle University, Newcastle 2001.
- Dear M., Flusty S., "The Postmodern Urban Condition" in Featherstone M., Lash S., (ed.), *Spaces of Culture*, Sage, London 1999.
- Deffner A. "Cultural Activities in Greece: Tradition or Modernity?" . in I. Henry (ed.) *Leisure in Different Worlds*. Vol. 1. Leisure: Modernity, Postmodernity and Lifestyles, LSA, 135-156 Eastbourne1994.
- Deffner A., Konstadakopoulos D, Psycharis Y. (ed), *Culture and Regional Economic Development in Europe: Cultural, Political and Social Perspectives*, University of Thessaly Press, Volos 2003.
- Deffner A., Metaxas T. and P. Arvanitidis "Cultural development and the determinants of the satisfaction of the vision of a city/ place: Some empirical evidence from European cases" Discussion Paper Series 12(3):39-56, Volos 2006.
- Deffner A., Metaxas T., "The Interrelationship of Urban Economic and Cultural Development: The Case of Greek Museums" Discussion Paper Series 12(4):57-82, Volos 2006.
- Dodd A, Van Hemel An (ed), *Planning Cultural Tourism in Europe*, Boekmanstichting, Boekman Publ., Amsterdam 1999.
- Dredge D., "Destination Place Identity and regional tourism policy" in *Tourism Geographies*, Vol. 5/ Nr .4, London 2003.
- Dreyer A, *Kulturtourismus*, Ekδ. Oldenbourg, Muenchen 2000.
- Du Gay P., *Production of Culture, Culture of Production*, Rouledge, London 1995.

- Dziembowska-Kowalska J., Funck R., „Cultural activities as a location factor in European Competition between regions: Concepts and some evidence” in *Annals of Regional Science*, vol. 34:1-12, 2000
- Ebert R., “Welche Rolle kann Kultur heute in der Regionalentwicklung spielen”, Άρθρο στο Leader Forum, Μάρτιος 2005 (a)
- Ebert R., “Kultur in der Stadt: Grundversorgung zwischen Markt, Kommune und Zivilgesellschaft” in *Politik und Kultur*, January – February 2005 (b).
- Ebert R., Siegmann J., *Stadtkultur durch Kultur- und Freizeitviertel: ein struktureller Ansatz zur Stärkung der Innenstädte von Mittelzentren*, άρθρο δημοσιευμένο στη ιστοσελίδα www.stadtart.com, 2003.
- ESPON, Dynamo Transnational Group, *ESPON 1.1.3: The Role and Spatial Effects of Cultural Heritage and Identity (2004-2006)*, Final Report, www.espon.eu, Brussels 2006.
- European Commission, *Local Development and Employment Initiatives: an investigation in the European Union*, EU Working Paper, Brussels 1995.
- European Commission, *Towards Quality Urban Tourism – Integrated Quality Management (IQM) of Urban Tourist Destinations*, DG Enterprise, Brussels 2000
- European Commission, *Culture, The Cultural Industries and Employment*, Brussels 2001.
- European Commission, *Cohesion Policy and Cities: The urban contribution to growth and jobs in the regions*, Commission Staff Working Paper, Brussels 2005
- European Task Force on Culture and Development, *In from the margins, A contribution to the debate on Culture and Development in Europe*, Council of Europe Publishing, Strasbourg 1997.
- European Travel Commission (ETC), World Tourism Organization (WTO), *City Tourism & Culture: The European Experience*, Report, www.etc-corporate.org/resources/uploads/ETC_CityTourism&Culture_LR.pdf, Brussels 2005
- Evans G., *Cultural Planning: An Urban Renaissance?*, Routledge, London 2001
- Evans G. “Measure for measure: Evaluating the evidence of culture’s contribution to regeneration” in *Urban Studies*, Vol. 42 No 5-6, 959-083, May 2005
- Evans G., “Hard-Branding the Cultural Cities: From Prado to Prada” in *International Journal of Urban and Regional Research* Vol 27. nr 2 p. 417-440 June, London 2003.

- Evans G., "Cultural Industry Quarters: From Pre-Industrial to Post-Industrial Production" in Bell D. and Jayne M.(ed), *City of Quarters, Urban Villages in the Contemporary City*, Ashgate, London 2004.
- Evans G., "Creative Spaces, Tourism and the City" in Richards G., Wilson J.(ed.), *Creativity, Tourism and Development*, Routledge, London 2007 (unó έκδοση).
- Fainstein S., "The Changing World Economy and Urban Restructuring" in Judd D., Parkinson M., (eds) *Leadership and Urban Regeneration*, Εκδ. Sage, London 1990.
- Featherstone M., *Consumer Culture and Postmodernism*, Sage, London 1991.
- Featherstone M., Lash S., (ed.), *Spaces of Culture*, Sage, London 1999.
- Fishman R., *Bourgeois Utopias: The Rise and Fall of Suburbia*, Εκδ. Basic Books, New York 1987
- Fleming T., "Supporting the Cultural Quarter? The role of the Creative Intermediary" in In Bell D. and Jayne M.(ed), *City of Quarters, Urban Villages in the Contemporary City*, Ashgate, London 2004.
- Florida R., *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic Books, New York 2002.
- Florida R., "Cities and the Creative Class" in *City and Community*, Vol 2, nr. 1, pp. 3-20, March 2003.
- Florida, R. *Cities and the Creative Class*, Routledge, New York 2004
- Florida, R and Tinagli, I. *Europe in the Creative Age*, DEMOS/Carnegie Mellon University, London 2004
- Fortuna C., "The show must go on: why are old cities becoming fashionable" in Bovone L., *Moda*, Milan 1997.
- Frey B., *Arts and Economics, Analysis and Cultural Policy*, Springer, Berlin 2000.
- Frey B., "Creativity, Government and the Arts" in *The Economist* No.4, 363-376, 2002
- Freyer W., "Event-Management im Tourismus-Kulturveranstaltungen und Festivals als touristische Leistungsangebote" in Dreyer A, *Kulturtourismus*, Oldenbourg, Munich 2000.
- Friedrichs J., Goodman A., *The Changing Downtown*, Εκδ. De Gruyter, New York 1987.
- Fleming T. (ed.), *The role of creative industries in local and regional development*, Government Office for Yorkshire and Humberside, Manchester 1999.

- García, B. "Cultural Policy in European Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future" in Special edition on Cultural Policy and Regeneration, *Local Economy*, vol 19:4, pp. 312-326, 2004.
- García, B. "Urban Regeneration, Arts Programming and Major events: Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004" in Gibson, L. & Stevenson, D. (Ed) Special Issue of the *International Journal of Cultural Policy: Urban Space and the Uses of Culture*, vol 10:1 pp. 103-118, 2004
- Garnham N., "From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the creative industries approach to arts and media policy making in the United Kingdom" in *International Journal of Cultural Policy* Vol. 11, No 1 pp. 15-29, London March 2005.
- Gemeente Rotterdam, *De Stad als Belevenis, Visie & Advies – Een Kader voor een integraal Rotterdams vrijetijdsbeleid*, Rotterdam 2001.
- Getimis P. και G. Kafkalas επιμ. (1993) *Urban and Regional Development in the New Europe*, Αθήνα: URDP-Topos Special Series.
- Getimis P., "Improving European Regional Policy by learning from the past in view of enlargement" in *European Planning Studies*, Vol. 11(1), p. 76-87, 2003.
- Ghilardi L., *Culture at the Centre – Cultural Planning: A strategic approach to successful and sustainable community based regeneration in Scotland*, Report <http://www.connectorscotland.org/typo3/htdocs/index.php?id=2491>, London 2005.
- Giddens A., *The consequences of modernity*, Polity Press, Cambridge 1990.
- Gilmore A., "Popular Music, Urban Regeneration and Cultural Quarters: The case of Rope Walks, Liverpool" in Bell D. and Jayne M.(ed), *City of Quarters, Urban Villages in the Contemporary City*, Ashgate, London 2004.
- Ginsburgh V.A., *Economics of Art and Culture*, Elsevier, Amsterdam 2004.
- Ginsburgh V.A., Menger P.M., *Economics of the Arts – Selected Essays*, Elsevier, Amsterdam 1996.
- Gold J., "From Metropolis to The City: Film Visions of the Future City, 1919-1939" in *Geography, the Media and Popular Culture*, New York, 1985.
- Gold J.R, and Ward S.V. (ed) *Place Promotion: The use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions*, Wiley, Chichester 1994.
- Gospodini A., 'European Cities and Place Identity', *Discussion Papers Series vol.8, no.2* University of Thessaly Publications: 19-36, Volos 2002.
- Gospodini A., 'Urban Waterfront Development in Greek Cities, A Framework for Redesigning Space" in *Cities*, Vol. 18, No 5 pp. 285-295, 2001
- Gottdiener M., "Consumption of Space and Spaces of Consumption" in *Architectural Design* Vol. 57: 12-16, January-February 1998.

- Greater London Authority, London Development Agency, Transport for London, *Late-night London: Planning and Managing the Late-Night Economy*, Έκθεση για την προετοιμασία του Ρυθμιστικού Σχεδίου του Λονδίνου, http://www.london.gov.uk/mayor/economy/docs/late_night_london_full.pdf London 2002.
- Greffe X., *Culture and Local Development*, O.E.C.D., Paris 2005.
- Greffe X., Simonnet V., "The survival of the new cultural companies : the role of the geographical clustering", paper presented at the 14th International Conference of the ACEI, Vienna, 6-9 July 2006.
- Hall J., Neitz M., *Culture: Sociological Perspectives*, Prentice Hall, New Jersey 1993.
- Hall, P., *Cities in Civilization*, Weidenfield & Nicolson, London 1998.
- Hall P., "The Creative city in the 3rd Millenium" Verwijnen J., Lehtovuori P.(eds) *Creative Cities: Cultural Industries, Urban Development and the Information Society*, Helsinki, 1999.
- Hall, P., "Creative Cities and Economic Development" in *Urban Studies*, Vol.37(4): 639-49, 2000.
- Hall, T., *Urban Geography*, 2^η εκδ. Routledge, Λονδίνο 2001 (πρώτη έκδοση 1995).
- Hanningan J., "Boom Towns and Cool Cities: The perils and prospects of developing a distinctive Urban Brand in a Global Economy", paper at the Leverhulme International Symposium on the Resurgent City, LSE 19-21 April 2004, London 2004.
- Harvey D., *The Condition of Postmodernity, An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford 1989.
- Harvey D., Social Justice, Postmodernism and the City" in *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol 16, pp. 588-601, 1992.
- Harvey D., "Flexible Accumulation Through Urbanization: Reflections on the Post-Modernism in the American City" in Amin A. (ed.) *Post-Fordism: A Reader*, Blackwell, Oxford 1996.
- Harvey D., "The New Urbanism and the Communitarian Trap" in *Harvard Design Magazine*, Winter/Spring 1997.
- Heilbrun J., Gray C., *The Economics of Art and Culture*, Cambridge Press, London 2001.
- Heinze T., *Fallstudien und regionale Konzepte zum Kulturtourismus*, FernUniversität-Gesamthochschule in Hagen, Hagen 1997
- Heinze T., *Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus, ein Leitfaden für Kulturmanager*, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2002.

- Hesmondhalgh D., Pratt A., "Cultural Industries and Cultural Policy" in *International Journal of Cultural Policy* Vol. 11, No 1 pp. 1-13, London March 2005.
- Hesmondhalgh D., *The Cultural Industries*, Sage Publications, London 2002.
- Hitters E., *Patronen van Patronage: Mecenaat, protectoraat en markt in de kunstwereld*, Jan Van Arkel, Utrecht 1996 (ολλανδικά: Πρότυπα χρηματοδότησης και ελέγχου: ο μαικήνας, ο προστάτης και η αγορά στο καλλιτεχνικό κόσμο).
- Hitters E., "The Social and Political Construction of a European Cultural Capital: Rotterdam 2001" in *International Journal of Cultural Policy* Vol. 6, No 2 pp. 183-199, London 1999.
- Hitters, E. and Richards G., "The Creation and Management of Cultural Clusters" in *Creativity and Innovation Management*, Vol. 11, pp. 234-247, 2002
- Hoffman B., *Art and Cultural Heritage - Law, Policy and Practice*, Cambridge University Press, New York 2006.
- Hughes H., *Arts, Entertainment and Tourism*, Butterworth and Heinemann, Oxford 2000.
- Hutton T., "The New Economy of the inner city" in *Cities*, Vol.21, p. 89-108, 2004.
- ICOMOS, *International Charter on Cultural Tourism*, http://www.international.icomos.org/charters/tourism_e.htm., Paris 1999.
- Imrie R., Thomas H. and Marshall T., "Business Organisation, Local Dependence and politics of urban renewal in Britain" in *Urban Studies* 32, 1: 31-47, 1995.
- Institut für Stadt- und Regionalplanung der TU Berlin, *Entertaining Cities, Berlin – Los Angeles: A Comparative Study of the Role of Entertainment in the Development of City Regions*, Berlin 2003.
- IRE Subgroup, "Regional Clustering and networking as innovation drivers" in <http://www.innovating-regions.org>, Luxemburg 2005
- Jacobs J., *The Death and Life of Great American Cities, The Failure of Town Planning*, Εκδ. Penguin, New York 1961.
- Jansen-Verbeke M., "Inner-city tourism: resources, tourists and promoters" in *Annals of Tourism Research*, Vol. 13, , pp. 79-100 Pergamon Press, London 1986.
- Jansen-Verbeke M., *Leisure, recreation and tourism in inner cities*, Nijmegen 1988.
- Jansen-Verbeke M., "Tourismification of Historical Cities" in *Annals of Tourism Research*, Vol. 25, No 3, pp. 739-769, Elsevier, London 1998.

- Jeffcutt P., Pratt A., "Managing Creativity in the Cultural Industries" in *Creativity and Innovation Management*, Vol. 11, pp. 234-247, 2002
- Jensen-Butler C., Scachar A, Van Wessep J.(ed), "European Cities in Competition", Strasbourg 1997.
- Jessop B., *The Future of the Capitalist State*, Polity, Cambridge 2002.
- Judd D., Parkinson M., "Urban Leadership and Regeneration", London 1994.
- Kazepov Y. (ed.), *Cities of Europe: Changing Contexts, Local Arrangements and the Challenge to Urban Cohesion*, Blackwell, Oxford 2005.
- Karachalis N., Kyriazopoulos E., "Greek port cities in transition: Urban Regeneration Strategies, Waterfront Development and the role of cultural and tourist resources", Paper at the 46th Congress of the European Regional Science Association, August 30th – September 3rd, Volos 2006.
- KEA European Affairs, *The economy of culture in Europe*, European Commission, Brussels 2006.
- Kearns G., Philo, C. (eds) (1993) *Selling Places: The City as Cultural Capital, Past and Present* Oxford: Pergamon.
- Knox P., Taylor P.(eds), *World Cities in a World System*, Cambridge University Press, Cambridge 1995.
- Klamer A., *Cultural Entrepreneurship*, Άρθρο δημοσιευμένο στην ιστοσελίδα www.klamer.nl, Ιούλιος 2006.
- Klein A., *Kulturmarketing, Das Marketingkonzept fuer Kulturbetriebe*, Dtv, Muenchen 2001.
- Konsola D.(ed), *Culture, Environment and Regional Development*, RDI publ., Athens 1990
- Kotkin J., "Uncool Cities" Prospect, http://www.joelkotkin.com/Urban_Affairs, October 2005 (a)
- Kotkin J., *The City: A Global History*, Modern Editors, Los Angeles 2005.(b)
- K.P.M.G., *De kunsten gewaardeerd: de maatschappelijk en economische betekenis van de professionele kunsten voor Amsterdam*, Amsterdam Uit Buro, Amsterdam 1996. (ολλανδικά: Η αξία των τεχνών: η επιχειρηματική και οικονομική σημασία των επαγγελματικών τεχνών για το Άμστερνταμ).
- Lambooy J. , "Innovation and Knowledge: Theory and Regional Policy", in *European Planning Studies* Vol. 13, No 8. 1137-1152, 2005.
- Landry C., "Helsinki: Towards a Creative City", Draft working paper for Discussion, Helsinki 1998.
- Landry C., Bianchini F., *The Creative City*, London 1994.
- Landry C., Bianchini F., Ebert R., Gnad F., Kunzmann K., *The Creative City in Britain and Germany*, London 1996.

- Landry, C., *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, Earthscan Publishers, London 2000.
- Lange G.B., 'Landscapes of cultural scenes – socio-spatial strategies of Culturepreneurs in Berlin Germany", paper for the 19th EGOS COLLOQUIUM, Copenhagen 2003.
- Lash S, Urry J., *Economies of signs and space* London 1994.
- Lazzaretti L., "City of Art as High Culture Local System and Cultural Districtualization Processes: The Cluster of Art Restoration in Florence" in *International Journal for Urban and Regional Research*, Vol 27(3), pp. 635-48, September 2003.
- Law C., "Urban Tourism and its Contribution to Economic Regeneration" in *Urban Studies* Vol. 29, Nr 23-24, pp 599-628, 1992.
- Leadbeater, C., *What London Can Learn from New York? Entrepreneurial Networks in Silicon Alley and the Hoxton Triangle*, Working Paper No.10, Report for the Diebold Institute Inquiry into Entrepreneurship, The Diebold Institute Entrepreneurship and Public Policy Project, New York 2001
- Leontidou L., *The Mediterranean City in transition*, Cambridge 1990.
- Loftman P., Nevin B., "Prestige project developments: economic renaissance or economic myth" in *Local Economy* Vol 11, 4 p. 304-325, 1999
- Lloyd R., "The Neighborhood in Cultural Production: Material and Symbolic Resources in the New Bohemia" in *City and Community*, Vol. 3:4 p. 343-372, December 2004.
- Lovatt A. (eds.), *The 24-Hour City: Selected papers from the first National Conference on the Night-time Economy*, Manchester 1994.
- Lubberding J.B., Lievers B., "Change Management", Groningen 1996 (ολλανδικά).
- Magosse R., "City Imaging from below: Branding Brussels as the capital of Europe?", Εισήγηση στο συνέδριο "International Conference for Integrating Urban Knowledge & Practice", Gothenburg May 29-June 3, 2005.
- Marcuse P., "Dual City: A Muddy Metaphor for a quartered city" in *International Journal for Urban and Regional Research*, Vol 14(3), pp. 309-344. 1989.
- Markusen A., Schrock G., "The Artistic Dividend: Urban Artistic Specialisation and Economic Development Implications" in *Urban Studies*, Vol. 43, No 11, 1661-1686, September 2006.
- Marris T., "The role and impact of mega events and attractions on regional and national tourism development" in *Revue de Tourism* Vol 4. p.3-12, 1987.
- Marlet G., Poort J. (ed), *Cultuur en creativiteit naar waarde geschat* Amsterdam/Utrecht 2005 (στα ολλανδικά: Προσδιορισμός της αξίας του

πολιτισμού και της δημιουργικότητας, Μελέτη με ανάθεση από το Υπουργείο Πολιτισμού, Εκπαίδευσης και Επιστημών και το Υπουργείο Οικονομικών Υποθέσεων).

- Mayerhoffer E., *Creative Industries – Mehr als Eine Politische requisite?, Creative Industries, Cultural Districts und das Wiener Museumquartier, Ein Internationaler Vergleich*, <http://www.fokus.or.at/paper%20mayerhofer.pdf> , Wien 2002
- McCarthy J., Promoting Image and Identity in 'Cultural Quarters': The Case of Dundee" in *Local Economy* Vol 20, No 3, 280-293, Εκδ. Routledge, August 2005.
- McCarthy J., "The Application of Policy for Cultural Clustering: Current Practice in Scotland", Research Briefing, *European Planning Studies*, Vol. 14:3, 397-408, April 2006 (a).
- McCarthy J., "Regeneration of Cultural Quarters: Public Art for Place Image or Place Identity?" in *Journal of Urban Design*, Vol. 11, No 2, 243-262, June 2006 (b).
- McGuigan J., *Rethinking Cultural Policy*, Open University Press, Berkshire 2004.
- McKercher B., Ho P., du Cros H, *Cultural Tourism, the partnership between tourism and cultural heritage management*, The Haworth Hospitality Press, New York 2002.
- Meinhof U., Kiwan N., *Changing city spaces : new challenges to cultural policy in Europe (final report)]*, European Commission, Brussels 2005
- Miles M., "Drawn and Quartered: El Raval and the Haussmannization of Barcelona" In Bell D. and Jayne M.(ed), *City of Quarters, Urban Villages in the Contemporary City*, Ashgate, London 2004.
- Miles M., "Interruptions: Testing the rhetoric of culturally led urban development" in *Urban Studies*, Vol. 42 No 5-6, 889-911, May 2005.
- Miles M., Hall T., Borden I., *The City Cultures Reader*, Routledge 2000.
- Miles S., Paddison R., "Introduction: The Rise and Rise of Culture-led Urban Regeneration" in *Urban Studies*, Vol. 42 No 5-6, 833-839, May 2005.
- Milligan M., "The Individual and City Life: a commentary on Richard Florida's "Cities and the Creative Class"" in *City and Community*, Vol 2, nr. 1, pp. 21-26 March 2003.
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Een Ondernemende Cultuur Den Haag 1999. (Υπουργείο Εκπαίδευσης, Πολιτισμού και Επιστημών, «Ο Πολιτισμός ως Επιχείρηση», στα ολλανδικά)

- Mommaas H., "The Tilburg Pop Cluster: New Strategies for Urban Development" in Verwijnen J., Lehtuovori P. (eds) "The Creative City: Cultural Industries, Urban Development and the Information Society" , Helsinki 1999.
- Mommaas H., "Cultural Clusters and the Post-Industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy" in *Urban Studies*, Vol. 41, No 3, 507-532 March 2004.
- Mommaas, J.T., Heuvel, M.C.M. van den & Knulst, W.P. (2000). *De vrijetijdsindustrie in Stad en Land; een Studie naar de Markt van Belevissen. Voorstudies en achtergronden/ Wetenschappelijke Raad, V109*. Den Haag: SdU Uitgevers, 198 pp.
- Mommaas, J.T., & Wijs, S. de "Het dynamische verbond tussen cultuur & economie: Kansen voor beleid. In F. Nauta (Ed.), *Creatieve industrie Brabantstad* (pp. 49-95). 's-Hertogenbosch: Programmabureau Brabantstad, Den Bosch 2006.
- Montgomery J., "Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 1: Conceptualising Cultural Quarters" in *Planning, Practice & Research*, Vol. 18, No 4, p. 293-306, November 2003.
- Montgomery J., "Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 2: A Review of Four Cultural Quarters in the UK, Ireland and Australia" in *Planning, Practice & Research*, Vol. 19, No 1, p. 3-31, February 2004.
- Montgomery J., "Beware 'the Creative Class', Creativity and Wealth Creation Revisited" in *Local Economy*, Vol 20, No 4, 337-343, November, London 2005.
- Mulgan M., "The changing shape of the city" in Hall S., Jacques M., "New Times", London 1990.
- Netherlands Architecture Institute, *Eastern Harbour District Amsterdam*, NAI Publishers, Rotterdam 2006.
- Nathan M., Urwin C., *City People, City Centre Living in the UK*, IPPR, London 2006.
- O'Connor J., Lovatt A., "Cities and the Night Time Economy" in *Planning Practice and Research*, Vol. 10, No 2, 1995.
- O'Connor J., "Cultural Intermediaries, cultural policy and urban regeneration" in Bovone L.(ed), "Moda", Milan 1997.
- O'Connor J., "Popular Culture, Reflexivity and Urban Change" in Verwijnen J., Lehtuovori P. (eds) *The Creative City: Cultural Industries, Urban Development and the Information Society* , Helsinki 1999.
- O'Connor J., "Consultation, Representation and Urban Regeneration in the Northern Quarter", Αδημοσίευτο ἄρθρο, Manchester 2001.

- O'Connor J. "Creative exports: Taking Cultural Industries to St. Petersburg" in *International Journal of Cultural Policy* Vol. 11, No 1 pp. 45-60, London March 2005.
- O'Connor J. "Creative Cities: The role of Creative Industries in Regeneration", RENEW Intelligence Report, <http://www.renew.co.uk>, April 2006.
- O'Connor J., Wynne D.(ed.), *From the margins to the Centre: Cultural Production and Consumption in the post-industrial city*, Manchester 1996.
- O'Connor J., Wynne D., "Consumption and the Postmodern City", in *Urban Studies*, Vol. 35: 841-854, May 1998.
- O.E.C.D., *Competitive Cities in the Global Economy*, O.E.C.D, Paris 2006
- Olalquiaga C., *Megalopolis*, Minesota, 1992.
- Opaschowski H.W., *Das gekaufte Paradies: Tourismus in 21. Jahrhundert*, German Press, Hamburg 2001.
- Page S., (1995) *Urban Tourism* London: Routledge (Chapter 6)
- Palazuelos M., "Clusters: Myth or Realistic Ambition for Policy-makers?" in *Local Economy*, Vol. 20, No. 2, 131-140, May, London 2005.
- Palmer/Rae, *European Cities and Cultural Capitals – City Reports* (Part II), Study Prepared for the European Commision, Palmer/Rae Associates, International Cultural Advisors, Brussels 2004.
- Papadopoulou P., "Urban Cultural Profile of Athens", Report for Eurocult 21 project, <http://www.eurocult21.org>. Athens 2004.
- Papageorgiou F., "Leisure policy and quality of life in Athens" in Bramham P., Henry I., Mommaas H., Van der Poel H., (eds), "Leisure and Urban Processes", London 1989.
- Peck, J., "Political economies of scale: fast policy, interscalar relations, and neoliberal workfare" in *Economic Geography* 78, 331-60, 2002.
- Peck J., "Struggling with the Creative Class" in *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 29:4, pp. 740-770, December 2005.
- Porter M.E., *Competitive Advantage*, Free Press, New York 1985.
- Porter, M. E., "Clusters and the New Economics of Competition", *Harvard Business Review*, 76(6): 77-90, 1998.
- Porter, M. E., "Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy", *Economic Development Quarterly*, 14(1): 15-34, 2000.
- Pratt A.C., «The Cultural Industries Sector: its definition and character from secondary sources on employment and trade», *Research Papers on Environmental and Spatial Analysis*, vol. 41, London School of Economics, London 1997.

- Pratt A. C., "New Media, the New Economy and New Spaces", *Geoforum*, 31: 425-436 2001.
- Pratt A.C., "The relationship between the City, Cultural Tourism and the Cultural Industries", in *Cultural Tourism*, Interarts with Turisme de Barcelona, Turisme de Catalunya, Diputacia de Barcelona, Barcelona 2002.
- Pratt A.C., "Creative Clusters: Towards the governance of the creative industries production system?", Paper re-submitted to *Media International Australia incorporating Culture and Policy*, London 2004.
- Pratt A.C. "Cultural Industries and Public Policy: An Oxymoron?" in *International Journal of Cultural Policy* Vol. 11, No 1 pp. 31-44, London, March 2005.
- Pumhiran N., "Reflection on the Disposition of Creative Milieu and its implications for Cultural Clustering Strategies", paper at the 41st ISoCaRP Congress, 17-20 October, Bilbao 2005.
- Quinn B., "Arts Festivals and the City" in *Urban Studies*, Vol. 42, No 5/6, 927-943, May, London 2005
- Rains S., "Quarterizing the City: The Spatial Politics of the Joyce Industry in Dublin" in Bell D. and Jayne M.(ed), *City of Quarters, Urban Villages in the Contemporary City*, Ashgate, London 2004.
- Rains S., "Touring Temple Bar: Cultural Tourism in Dublin's Cultural Quarter" in *International Journal of Cultural Policy* Vol. 6, No 1 pp. 1-16, London 1999
- Raffo C., Lovatt A., Banks M., O'Connor J., "Teaching and Learning entrepreneurship for micro and small businesses in the cultural industries sector", in *Education and Training* Number 6 –pp. 356-365, London 2000.
- Richards G. (ed.), *Cultural Tourism in Europe*, Cab International, London 1996.
- Richards G. (ed.), *Cultural attractions and European Tourism*, Cab International, London 2001.
- Richards G., "The European Capital Event: strategic Weapon in the Cultural Arms Race?" in *International Journal of Cultural Policy* Vol. 6, No 2 pp. 159-181, London 1999.
- Richards G. and Hall D. ed., *Tourism and Sustainable Community Development*, Routledge, London 2003.
- Robinson M, Picard D., *Tourism, Culture and Sustainable Development*, UNESCO, Paris 2006.
- Robert P, Sykes H. (ed.), *Urban Regeneration*, Sage, London 2000.
- Roodhouse S., *Cultural Quarters, Principles and Practices*, Intellect, London 2006

- Roth P., *Marketing im Kulturtourismus-Teil II*, in Marketing im Kulturtourismus, FernUniversitaet-Gesamthochschule in Hagen, Hagen 1998
- Roth S. and Frank S., "Festivalization and the Media: Weimar Cultural Capital of Europe 1999" in *International Journal of Cultural Policy* Vol. 6, No 2 pp. 219-241, London 1999.
- Russo A., "The sustainable cultural cluster, Notes on agglomeration tourism policy and information technologies in tourist cities", Paper at the 40th Congress of the European Regional Science Association, Barcelona 19/8-1/9, 2000.
- Russo A., "Cultural gateways: building partnerships for sustainable development in destination regions" Paper for the 45th Congress of the European Regional Science Association, VUA, 23-27 August 2005, Amsterdam 2005.
- Russo A., Jansen-Verbeke M., Van Der Borg J., "Mapping the Dynamics of European Culture: Pressure and Opportunities from the European Enlargement", Paper for the 45th Congress of the European Regional Science Association, VUA, 23-27 August 2005, Amsterdam 2005.
- Santagata W., "Cultural Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth" in *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol 26:1. 9-23 March 2002.
- Sassen S., *Cities in the World Economy*, Pine Forge Ed., California 1994.
- Sassen S., *The Global City: New York, London, Tokyo*, New Jersey, 1991.
- Savage M., Warde A., "Cities and Uneven Economic Development" in "Urban Sociology, Capitalism and Modernity", London 1993.
- Schulze G, *Die Erlebnisgesellschaft, Kultursoziologie der Gegenwart*, Ekō. Campus, Frankfurt 1992.
- Schuster M., "Two Urban Festivals: La Merce and First Night" in *Planning Practice and Research*, Vol. 10, No 2, 1995.
- Scott A., "The cultural economy of cities" in *International Journal of Regional Research*, Volume 21/2: 323-339, 1997.
- Scott A., "Cultural-Products Industries and Urban Economic Development, Prospects for Growth and Market Contestation in Global Context" in *Urban Affairs Review*, Vol/ 39, No. 4, March, Ekō. Sage, London 2004
- Scullion, A. and García, B., "What is cultural policy research?" in *International Journal of Cultural Policy*, vol 11:2, pp. 113-127, 2005.
- Sharp S., Pollock P., Paddison R., "Just art for a just city: Public art and social inclusion in urban regeneration" in *Urban Studies*, Vol. 42 No 5-6, 959-083, May 2005.

- Sheppard S., Oehler K., Benjamin B., "Buying Into Bohemia: the Impact of Cultural Amenities on Property Values" paper presented at the 14th International Conference of the ACEI, Vienna, 6-9 July 2006.
- Shields R., "Spaces for the subject of consumption" in "Lifestyle Shopping: the subject of consumption", New York and London, 1992.
- Short J., *An Introduction to Urban Geography*, Routledge, London 1984.
- Shorthose J., "Nottigham's de facto Cultural Quarter: The Lace Market, Independents and a Convivial Ecology" In Bell D. and Jayne M.(ed), *City of Quarters, Urban Villages in the Contemporary City*, Ashgate, London 2004.
- Shorthose J., "The engineered and the vernacular in cultural quarter development", in *Capital and Class*, Vol. 84 159-178, 2004.
- Sigala, M. and Leslie, D. (ed), *International cultural tourism: management, implications, and cases*, Butterworth-Heinemann, Oxford 2005.
- Simon P., "Gentrification of Old Neighborhoods and Social Integration" in Kazepov Y. (ed.), *Cities of Europe: Changing Contexts, Local Arrangements and the Challenge to Urban Cohesion*, p. 170-190, Blackwell, Oxford 2005.
- Smith M.P., *Transnational Urbanism, Locating Globalisation*, Blackwell, Oxford 2001.
- Smith N., *The new urban frontier: gentrification and the revanchist city*, Εκδ. Routledge, Λονδίνο 1996
- Soja E., *Postmodern geographies*, Verso, London 1989.
- Soja E., *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real and Imagined Places*, Blackwell, Oxford 1996.
- Sorkin M., "See you in Disneyland" στο Sorkin M., *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space*, Εκδ. Hill and Wang, σελ. 205-232, New York 1992.
- Steiner C., Reisinger Y., "Understanding Existential Authenticity" in *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, No 2, p. 299-318 April 2006.
- Stevenson D., *Cities and Urban Cultures*, Open University Press, Philadelphia 2003.
- Stewart J., Stoker G., *Local Government in the 1990's*, London 1993.
- Storper, M., *The Regional World: Territorial Development in a Global Economy*, Guilford Press , New York 1997
- Storper M., Venables A., "Buzz: face-to-face contact and the urban economy" in *Journal of Economic Geography*, Vol 4, p.351-370, 2004
- Thorsby D., *Economics and Culture*, Cambridge University Press, Cambridge 2001.

- Timo Heikkinen, "In from the Margins: The City of Culture 2000 and the Image of Transformation of Helsinki" in *International Journal of Cultural Policy* Vol. 6, No 2 pp. 201-218, London 1999.
- Torkindson G., *Leisure and recreation management*, London 1993.
- Towse R., *A Handbook for Cultural Economics*, Edward Elgar Publishers, New York 2001
- Turok I., "Property-led regeneration: panacea or placebo?" in *Environment and Planning A* 24, Vol 5: 361-179. .
- UNESCO, *The cultural dimension of development: towards a practical approach*, UNESCO Publishing, Paris 1995.
- Urban F., "The Vindication of the Tenement in East Berlin", paper at the 7th European Urban History Association Conference, 27-30 October, Athens 2004.
- Urry J., *The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies*, Sage, London 1990 (2nd edition 2001)
- Urry J., *Consuming Places*, Routledge, London 1995.
- Urry J., "Globalising the tourist gaze", paper at the Cityscapes Conference, Graz 2001.
- Van Der Berg, L, Van der Borg J., Meer Van Der J., *Urban Tourism, Performance and strategies in eight European cities*, Εκδ. Ashgate, London 1995.
- Van der Borg J., Costa P. Gotti G., "Tourism in European Heritage Cities" in *Annals of Tourism Research*, Vol 23., pp 306-321, May 1996.
- Verwijnen J., Lehtovuori P. (eds), *"Creative Cities: Cultural Industries, Urban Development and the Information Society"*, Helsinki 1999.
- Verwijnen J., Lehtovuori P.(eds), *Managing Urban Change*, Helsinki 1996.
- Waitt G., "Consuming Heritage: Perceived Historical Authenticity" in *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, No 2, p. 835-849, April 2000.
- Waters M., "The new world chaos: Cultural Globalization" in Waters M (ed.), *Globalization*, pp: 124-157, London 1995.
- Wijn C., "Stedelijk broedplaatsenbeleid: vertrekpunten, instrumenten en perspectieven in Boekmancahier Vol 51, 7-23 March 2002 (Στα Ολλανδικά: Αστικές Θερμοκοιτίδες και οι διοίκησή τους: ορισμοί, εργαλεία και προοπτικές)
- Wilkinson L., "How to build scenario's" in *Wired Scenario's* Special issue, *Wired* 3.11: p. 74, October 1995.
- Wilson E., *The sphinx in the city: urban life, the control of disorder, and women*, California University Press, Berkley 1992.
- World Tourism Organization (W.T.O.), European Tourism Commission (E.T.C.) *City Tourism and Culture: The European Experience*, WTO/ETC, Brussels 2005.

- World Travel & Tourism Council, Greece: *The Impact of Travel & Tourism on Jobs and the Economy: Preliminary Findings*, London: WTTC, 2006.
- Wu Weiping, *Dynamic cities and Creative Clusters*, World Bank Policy Research Working Paper 3509, <http://econ.worldbank.org>, February 2005.
- Wynne D., *The Culture Industry: The Arts in Urban Regeneration*, Aldershot, Avebury 1992.
- Wynne D., "Leisure Lifestyle and the new middle class", Routledge, London 1998.
- Wynne D., O'Connor J., "City Cultures and the New Cultural Intermediaries", Paper in BSA Conference "Contested Cities". Leicester, April 1995
- Young C., Lever J., "Place Promotion, economic location and the consumption of the city image" *Tijdschrift voor Economische en Social Geografie*, Vol. 88 No. 4: 332-341, 1997
- Zukin S., "Urban Lifestyles: Diversity and Standardization in Spaces of Consumption" in *Urban Studies*, Vol. 35: 825-839, May 1998.
- Zukin S., *Loft Living*, New York 1988 (First published 1982)
- Zukin S., *Landscapes of power: From Detroit to Disneyworld*, Berkeley 1991.
- Zukin S., *The Cultures of Cities*, Cambridge 1995.
- Zukin, S. How to create a culture Capital: reflections on urban markets and places in I Bazwick (ed.), *Century City: art and culture in the modern metropolis*, London 2001.
- Zukin S., "What's space got to do with it?" in *City and Community*, Vol.1:4 p. 345-350, December 2002

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Bookchin M., *Τα όρια της πόλης*, εκδ. Παρατηρητής Αθήνα 1996.
- Bourdieu P., *Η Διάκριση, Κοινωνική Κριτική της Καλαισθητικής Κρίσης*, Εκδ. Πατάκη, Αθήνα 2002.
- Burgel G., Δεμαθάς Ζ., *Η Ελλάδα μπροστά στην τρίτη χιλιετία – Χώρος, Οικονομία, Κοινωνία*, Εκδ. Τμήμα Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης – Laboratoire de Geographie Urbaine, Universite de Paris X, Αθήνα 2001.
- Davis M., *Πέρα από το Blade Runner: Αστικός Έλεγχος - Η Οικολογία του Φόβου*, Εκδ. Futura, Αθήνα 1998.
- Hobsbawm E., Ranger T., *Η επινόηση της παράδοσης*, Εκδ. Θεμέλιο, Αθήνα 2004.
- Eriksen T.H., *Η Τυραννία της Στιγμής, Γρήγορος και Αργός Χρόνος στην Εποχή της Πληροφορίας*, Εκδ. Σαββάλας, Αθήνα 2005.

- Vasquez Barquero A., *Τοπική Ανάπτυξη, Μία στρατηγική για τη δημιουργία απασχόλησης*, Εκδ. Παπαζήση/Ι.Π.Α., Αθήνα 1991.
- Ε.Μ.Π., Υ.ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ., *Στρατηγικό Πλαίσιο Χωρικής Ανάπτυξης για την Αθήνα-Αττική*, Αθήνα 2004.
- Highlights, *Πολιτιστική συμπεριφορά των Ελλήνων*, Ειδική Έκδοση του περιοδικού Highlights, Εκδ. ΘΟΑΣ, Νοέμβριος Αθήνα 2005.
- Giddens A., *Κοινωνιολογία*, Εκδ. Gutenberg, Αθήνα 2002.
- Javeau C., *Η έρευνα με ερωτηματολόγιο*, Εκδ. Δαρδάνος, Αθήνα 1996.
- Lickorish L., Jenkins C., *Μία εισαγωγή στον τουρισμό*, Εκδ. Κριτική, Αθήνα 2004
- Massey D., Allen J, *Η γεωγραφία έχει σημασία*, Εκδ. Ε.Α.Π., Πάτρα 2001.
- Mc Cann P., *Αστική και Περιφερειακή Οικονομική*, Εκδ.Κριτική, Αθήνα 2002.
- Palmer B.D., *Κουλλούρες της Νύχτας: Νυχτερινές Περιηγήσεις στις ιστορίες της παράβασης από το μεσαίωνα μέχρι σήμερα*, Εκδ. Σαββάλας, Αθήνα 2006.
- Wallerstein I., *Μετά τον Φιλελευθερισμό*, Εκδ. Ηλέκτρα, Αθήνα 2004.
- Walker D., Chapman D., *Η χωροθέτηση της βιομηχανίας, Θεωρία και Πολιτική*, Εκδ. Παπαζήση, Αθήνα 1987.
- Weber Max, *Η πόλη*, εκδ. Κένταυρος, Αθήνα 2003.
- Αντόρνο Τ., *Σύνοψη της πολιτιστικής βιομηχανίας*, Εκδ. Αλεξάνδρεια, Αθήνα 2000.
- Αγγριαντώνη Χ., *Οι απαρχές της εκβιομηχάνισης στην Ελλάδα του 19^{ου} αι.*, Αθήνα, Ε.Τ.Β.Α., 1986.
- Αγγριαντώνη Χ., Χατζηγιάννου Μ., *Το Μεταξουργείο της Αθήνας*, Εκδ. Κ.Ν.Ε.-Ε.Ι.Ε., Αθήνα 1995.
- Αθανασίου Λ., *Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα*, Εκδ. Ι.Τ.Ε.Π., Αθήνα 2003.
- Αραβαντινός Α., *Πολοδομικός Σχεδιασμός, Για μια βιώσιμη ανάπτυξη του αστικού χώρου*, Εκδ. Συμμετρία, Αθήνα 1997.
- Αρσενίδης Γ.(επ), *Πρακτικά διεπιστημονικού συνεδρίου αρχιτεκτονικής και πολεοδομίας από την αρχαιότητα έως σήμερα: Η περίπτωση της Αθήνας*, Μουσείο Βούρου-Ευταξία, Αθήνα 1997.
- Αυγερινού- Κολώνια Σ., «Ο ρόλος του τουρισμού στη διατήρηση και ανάπτυξη των ιστορικών πόλεων» στο Τσάρτας Π.(επ.), *Τουριστική Ανάπτυξη: πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις*, Εκδ. Εξάντας, Αθήνα 2000.
- Αυγερινού- Κολώνια Σ., «Ο αστικός τουρισμός ως εναλλακτική δυνατότητα αστικής ανάπτυξης. Η περίπτωση της Αθήνας» στο Γετιμης Π., Καυκαλάς Γ. (επ.) *Χώρος και Περιβάλλον*, Εκδ. Περ. Τόπος, Αθήνα 2003.
- Βασιλειάδης Χ., *Η Διοικητική και το Μάρκετινγκ των Τουριστικών Προορισμών*, Εκδ. Σταμούλης, Αθήνα 2003.

- Βέλτσος Γ., *Μοντέρνο – Μεταμοντέρνο*, Εκδ. Σμίλη, Αθήνα 1998.
- Βενιζέλος Ε., *Διαχρονία και Συνέργεια – Μια Πολιτική Πολιτισμού*, Εκδ. Καστανιώτη, Αθήνα 1998.
- Βερνίκος Ν., «Το διεθνές πλαίσιο για τις πολιτιστικές στατιστικές της Unesco και οι κατηγορίες των πολιτιστικών δραστηριοτήτων» στο Βερνίκος Ν., Δασκαλοπούλου Σ., Μπαντιμαρούδης Φ., Μπούμπαρης Ν., Παπαγεωργίου Δ., (επ.) *Πολιτιστικές Βιομηχανίες, Διαδικασίες, Υπηρεσίες, Αγαθά*, εκδ. Κριτική, Αθήνα 2005.
- Βερνίκος Ν., Δασκαλοπούλου Σ., Μπαντιμαρούδης Φ., Μπούμπαρης Ν., Παπαγεωργίου Δ., (επ.) *Πολιτιστικές Βιομηχανίες, Διαδικασίες, Υπηρεσίες, Αγαθά*, εκδ. Κριτική, Αθήνα 2005.
- Βουγιούκα Μ., Μεγαρίδης Β., *Οδωνυμικά. Η σημασία των ονομάτων των οδών της Αθήνας*, Εκδ. Πολιτιστικός Οργανισμός Δήμου Αθηναίων Αθήνα 1997.
- Γετίμης Π., *Οικιστική Πολιτική στην Ελλάδα: Τα όρια της μεταρρύθμισης*, Οδυσσέας. Αθήνα 1989
- Γετίμης Π. "Αστική ανάπτυξη και πολιτική" στο Π. Γετίμης, Γ. Καυκαλάς και Ν. Μαραβέγιας (επιμ.) *Αστική και Περιφερειακή Ανάπτυξη*, σ. 307-333, Αθήνα 1993. .
- Γετίμης Π., «Αστικές Πολιτικές και Κοινωνικά Κινήματα στην Πόλη» στο Οικονόμου Δ., Πετράκος Γ., *Η ανάπτυξη των ελληνικών πόλεων*, σελ. 359-370, Πανεπ. Εκδόσεις Θεσσαλίας, Βόλος 1999
- Γετίμης Π., Καυκαλάς Γ., *Μητροπολιτική Διοίκηση, Διεθνής Εμπειρία και ελληνική πραγματικότητα*, Εκδ. Ι.Α.Π.Α.Δ., Αθήνα 2003.
- Γετιμης Π., Καυκαλάς Γ. (επ.) *Χώρος και Περιβάλλον*, Εκδ. Περ. Τόπος, Αθήνα 2003.
- Γετίμης Π., «Η σημασία των νέων μορφών διακυβέρνησης στην ενίσχυση του διεθνούς ρόλου της Αθήνας – Αττικής στο πλαίσιο του νέου χωρικού ανταγωνισμού της διευρυμένης Ευρώπης» στο Ε.Μ.Π., Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Σ.Ε.Π.Ο.Χ., *Πόλη και χώρος από τον 20^ο αιώνα στον 21^ο αιώνα, Τιμητικός τόμος για τον καθηγητή Αθανάσιο Αραβάντινο*, Αθήνα 2004.
- Γεωργούλης Δ (επιμ.) *Κείμενα στη θεωρία και στην εφαρμογή του Πολεοδομικού και Χωροταξικού Σχεδιασμού*, Εκδ. Παπαζήση Αθήνα 1995.
- Γκιόσος Ι., Παπαδημητρίου Δ., Συναδινός Π., *Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων – Μεγάλες Διοργανώσεις: Η περίπτωση των Ολυμπιακών Αγώνων*, Τόμος Στ', Εκδ. Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου, Πάτρα 2000.
- Γοσποδίνη Α., Μπεριάτος Ν. (επ.), *Τα νέα αστικά τοπία και η ελληνική πόλη*, Εκδ. Κριτική, Αθήνα 2006.

- Γοσποδίνη Α., «Σκιαγραφώντας, ερμηνεύοντας και ταξινομώντας τα νέα τοπία της μεταβιομηχανικής πόλης» στο Γοσποδίνη Α., Μπεριάτος (επ.), *Τα νέα αστικά τοπία και η ελληνική πόλη*, Εκδ. Κριτική, Αθήνα 2006.
- Γουλή Ε., «Εθνικό Πολιτιστικό Δίκτυο Πόλεων: πολλά προβλήματα στην εφαρμογή» άρθρο στο περ. Επίλογος '96, Αθήνα 1996.
- Δεμερτζής Ν., «Λαϊκισμός και μνησικακία. Μία συμβολή της (πολιτικής) κοινωνιολογίας των συγκινήσεων», στο Επιστήμη και Κοινωνία, Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας, Τεύχος 12, www.media.uoa.gr/sas/issues/12_issue/index.html , Αθήνα 2004.
- Δεμερτζής Ν., *Παγκοσμιοποίηση, Κοινότητα και Δημόσιος Χώρος*, Άρθρο στο www.media.uoa.gr/people/demertzis/pages_gr/articles, Αθήνα 2006.
- Δεμερτζής Ν., Λίποβατς Θ., *Φθόνος και μνησικακία. Τα πάθη της ψυχής και η κλειστή κοινωνία*, Εκδ. Πόλις, Αθήνα 2006.
- Δέφνερ Α., Λουκίσσας Φ., Μαρμαράς Μ., Τσιλένης Σ. και Χαστάογλου Β. (επ.) *Η Πολεοδομία στην Ελλάδα από το 1949 από το έως το 1974*. Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας. Βόλος 2000.
- Δέφνερ Α., «Η σημασία της σύνδεσης πολιτιστικού και χρονικού σχεδιασμού για τη βιώσιμη ανάπτυξη των πόλεων», ΤΟΠΟΣ, Επιθεώρηση Χωρικής Ανάπτυξης, Σχεδιασμού και Περιβάλλοντος, 18-19/2002, σ.σ. 197-213, Αθήνα 2002.
- Δέφνερ Α., "Πολιτιστικός Τουρισμός και Δραστηριότητες Ελευθέρου Χρόνου: Η επίδραση στη λειτουργία των πόλεων" στο Οικονόμου Δ., Πετράκος Γ., "Η ανάπτυξη των ελληνικών πόλεων", Βόλος 1999.
- Δέφνερ Α., «Μπορεί η ψυχαγωγία να αποτελέσει αντικείμενο σχεδιασμού; Η περίπτωση των εστιατορίων στο πολεοδομικό συγκρότημα της πρωτεύουσας» στο Ε.Μ.Π., Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Σ.Ε.Π.Ο.Χ., *Πόλη και χώρος από τον 20^ο αιώνα στον 21^ο αιώνα, Τιμητικός τόμος για τον καθηγητή Αθανάσιο Αραβάντινο*, Αθήνα 2004.
- Ε.Ε.Τ.Α.Α., *Πολιτισμός και Τοπική Δημοκρατία*, Εκδ. Ε.Ε.Τ.Α.Α, Αθήνα 1994.
- Ε.Μ.Π., Κ.Ν.Ε.-Ε.Ι.Ε., *Ιστορικός βιομηχανικός εξοπλισμός στην Ελλάδα*, Αθήνα, Εκδ. Οδυσσέας, 1998.
- Ε.Μ.Π., Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Σ.Ε.Π.Ο.Χ., *Πόλη και χώρος από τον 20^ο αιώνα στον 21^ο αιώνα, Τιμητικός τόμος για τον καθηγητή Αθανάσιο Αραβάντινο*, Αθήνα 2004.
- Ε.Σ.Υ.Ε., *Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 2004/2005, Δαπάνες Πολιτισμού και Αναψυχής*, Ε.Σ.Υ.Ε., Πειραιάς 2006.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Σχέδιο Ανάπτυξης του Κοινοτικού Χώρου: προς τη χωρικά ισόρροπη και αειφόρο ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης,

Λουξεμβούργο, Υπηρεσία Επισήμων Εκδόσεων των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Βρυξέλλες 2001.

- Ζολί Ρ., *Η πόλη και ο αστικός πολιτισμός*, Αθήνα 1991.
- Ζούνης Π., *Η πολιτιστική χορηγία ως μέσο επικοινωνίας*, Εκδ. Παρατηρητής, Αθήνα 2001.
- Ινστιτούτο Αστικού Περιβάλλοντος και Ανθρώπινου Δυναμικού (Ι.Α.Π.Α.Δ.)/Πάντειο Πανεπιστήμιο, *Μητροπολιτική Διακυβέρνηση, Διεθνής Πραγματικότητα και Ελληνική Πραγματικότητα*, επιμ. Π. Γετίμης, Γ. Καυκαλάς, Αθήνα 2003.
- Ιωαννίδης Γ., *Ο ρόλος του εθελοντικού τομέα στην τοπική πολιτιστική ανάπτυξη : η περίπτωση της πόλης του Πειραιά κατά την περίοδο 1974-2000* Διδακτορική διατριβή, Αθήνα 2004.
- Καζέρος Ν., Λέφας Π.(επ.), *Χωρίς όρια. Οι αχανείς εκτάσεις των Αθηναϊκών προαστίων*, Εκδ. Futura, Αθήνα 2003.
- Κακλαμάνης Ν., *Αθήνα, αιώνια πολιτιστική πρωτεύουσα*, Εκδ. Ιανός, Θεσσαλονίκη 2006.
- Καραμάνου Ζ., *Αποκατάσταση – Επανάχρηση Κτιρίων και Συνόλων, Αναβάθμιση Προβληματικών Οικιστικών Περιοχών*, Θεσσαλονίκη 1997.
- Καραμπέτσου Ειρήνη, «Επανάταξη Απασχωμένων Παραγωγικών Υποδομών στον Ευρύτερο Αστικό Χώρο», Πτυχιακή Εργασία στο ΠΜΣ του Τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Αθήνα 2003.
- Καιροφύλας Γ., *Η Ιστορία της Συνοικίας του Ψυρή*, Εκδ. Φιλιππότη, Αθήνα 2000.
- Καραχάλης Ν., Κυριαζόπουλος Ε., Λουράντος Ν., «Η επαναχρησιμοποίηση βιομηχανικών χώρων σε λιμάνια – Η περίπτωση της πόλης του Πειραιά και του Μουσείου Ναυτικής Παράδοσης» στο Σαπουνάκη-Δρακάκη Λ.(επιμ.), *Η Ελληνική Πόλη σε Ιστορική Προοπτική*, Εκδ. Διόνικος, Αθήνα 2005.
- Καραχάλης Ν. «Ο ρόλος των νέων τεχνολογιών και της εικονικής πραγματικότητας στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στις ελληνικές περιφέρειες: Η περίπτωση της Στερεάς Ελλάδας», στο Κοκκώσης Χ, Φώτης Γ., *Περιφερειακή Επιστήμη και Πολιτική: Ελλάδα και Βαλκάνια*, Ελληνικό τμήμα Ευρωπαϊκής Εταιρίας, Εκδ. Γκοβόστης, Αθήνα 2006.
- Καραχάλης Ν. «Η διαχείριση και προβολή πολιτιστικών – τουριστικών περιοχών σε πόλεις μεσαίου μεγέθους : Ευρωπαϊκή εμπειρία και βέλτιστες πρακτικές» εισήγηση στο συνέδριο «Η επιχειρηματικότητα ως μοχλός ανάπτυξης Ιστορικών Κέντρων» 24-25 Νοεμβρίου Καβάλα 2006.
- Κ.Ε.Π.Ε., *Ο πολιτισμός ως κλάδος της οικονομικής δραστηριότητας*, Εκδ. Κ.Ε.Π.Ε., Αθήνα 2000.

- Κυριαζή Ν., *Η κοινωνιολογική έρευνα : κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνικών*, Εκδ. Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2003
- Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*, Εκδ. Κριτική, Αθήνα 2001.
- Κομνηνός Ν., *Τεχνοπόλεις: Στρατηγικές Ανάπτυξης στην Ευρώπη*, Εκδ. Gutenberg, Αθήνα 1993.
- Κομνηνός Ν., *Θεωρίες της Αστικότητας*, Πανεπιστημιακές Παραδόσεις, <http://www.urenio.org/courses/1.html>, Θεσσαλονίκη 2001
- Κόνσολας Ν., *Σύγχρονη Περιφερειακή Οικονομική Πολιτική*, Αθήνα 1997.
- Κόνσολα Ντ., *Η διεθνής προστασία της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς*, Εκδ. Παπαζήση, Αθήνα 1995.
- Κόνσολα Ντ., «Αναπτυξιακά Έργα και Πολιτιστική Κληρονομιά, Η Περίπτωση των έργων εκτροπής του Αχελώου» στο *Στο Βέλος του Χρόνου , Τιμητικός Τόμος για τον Ακαδημαϊκό-καθηγητή Γεώργιο Λάββα*, Εκδ. University Studio Press, Αθήνα 2004.
- Κόνσολα Ντ., Ιωαννίδης Γ., «Οι Πολιτιστικοί Θεσμοί στη Διαδικασία Αναζωογόνησης των πόλεων: Τα νεωτερικά φεστιβάλ» στο *Επιστημονικές Μελέτες προς τιμήν του καθηγητού Νίκου Κόνσολα*, σελ. 225-246, Αθήνα 2005.
- Κόνσολα Ντ., *Πολιτιστική ανάπτυξη και πολιτική*, Εκδ. Παπαζήση, Αθήνα 2006.
- Κοτέα Μ., *Η βιομηχανική ζώνη του Πειραιά - 1860-1990*, Εκδ. Παντείου Πανεπιστημίου, Αθήνα 1997.
- Κότιος Αγ., "Η πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τον αστικό χώρο", στο Οικονόμου Δ., Πετράκος Γ., *Η ανάπτυξη των ελληνικών πόλεων*, Βόλος 1999.
- Κουσιδώνης Χ. «Η επιχειρησιακή επάρκεια ως προϋπόθεση της τοπικής αυτοτέλειας» στο Γετιμης Π., Καυκαλάς Γ. (επ.) *Χώρος και Περιβάλλον*, Εκδ. Περ. Τόπος, Αθήνα 2003.
- Κουρλιούρος Η., *Διαδρομές στις θεωρίες του Χώρου, Οικονομικές Γεωγραφίες της Παραγωγής και της Ανάπτυξης*, Εκδ. Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2001.
- Κυβέλου Σ. «Η έννοια της εδαφικής/χωρικής συνοχής στην Ευρώπη και η διαχείριση του χώρου» στο Γετιμης Π., Καυκαλάς Γ. (επ.) *Χώρος και Περιβάλλον*, Εκδ. Περ. Τόπος, Αθήνα 2003.
- Λαγός Δ., Διονυσοπούλου Π., «Η εικόνα της Αθήνας ως πόλου έλξης αστικού τουρισμού» στο Γετιμης Π., Καυκαλάς Γ. (επ.) *Χώρος και Περιβάλλον*, Εκδ. Περ. Τόπος, Αθήνα 2003.
- Λαγός Δ., *Οικονομικά του Τουρισμού*, Εκδ Κριτική, Αθήνα 2005.
- Λαμπριανίδης Λ., *Οικονομική Γεωγραφία: Στοιχεία θεωρίας και εμπειρικά παραδείγματα* Εκδ Πατάκη, Αθήνα 2001.
- Λεοντίδου Λ., *Πόλεις της σιωπής*, Εκδ. Ε.Τ.Β.Α., Αθήνα 1989.

- Λεοντίδου Λ., «Μετανεωτερική Αστική Διακυβέρνηση: Από την Πολεοδομική Πολιτική στην Επιχειρηματική Πόλη» στο Ε.Μ.Π., Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Σ.Ε.Π.Ο.Χ., *Πόλη και χώρος από τον 20^ο αιώνα στον 21^ο αιώνα, Τιμητικός τόμος για τον καθηγητή Αθανάσιο Αραβάντινο*, Αθήνα 2004.
- Λεοντίδου Λ., *Αγεωγράφητος χώρος, Ελληνικά Είδωλα στις Επιστημολογικές Διαδρομές της Ευρωπαϊκής Γεωγραφίας*, Εκδ. Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2005.
- Λουκαΐτου-Σιδέρη Α., «Πολιτιστικά Τοπία και Πολιτιστικές Στρατηγικές: Η Αμερικάνικη Εμπειρία» στο Γοσποδίνη Α., Μπεριάτος (επ.), *Τα νέα αστικά τοπία και η ελληνική πόλη*, Εκδ. Κριτική, Αθήνα 2006.
- Λουκάκης Π., «Η σημασία της γειτονιάς και του τεχνικού κοινωνικού εξοπλισμού μέσα από τη διαδικασία αστικοποίησης» στο *Τιμητικό Τόμο στη Μνήμη του καθηγητού Ιερώνυμου Δ. Πίντου*, Εκδ. Πάντειος Ανωτάτη Σχολή Πολιτικών Επιστημών, Αθήνα 1984.
- Λυστάρ Ζ.Φ., *Η μεταμοντέρνα κατάσταση*, Εκδ. Γνώση, Αθήνα 1993.
- Μαλουτάς Θ., *Αθήνα – Κατοικία – Οικογένεια, Ανάλυση των μεταπολεμικών πρακτικών στέγασσης*, Εκδ. Εξάντας, Αθήνα 1990.
- Μαλουτάς Θ., Οικονόμου Δ., (επ.), *Κοινωνική Δομή και και Πολεοδομική Οργάνωση στην Αθήνα*, Εκδ. Παρατηρητής, 1992.
- Μασλίας Ρ., *Η πολιτιστική από μέσα*, Εκδ. Ιανός, Θεσσαλονίκη 1998.
- Μαρμαράς Ε., *Σχεδιασμός και Οικιστικός Χώρος, Θεωρητικές Προσεγγίσεις και όψεις της Ελληνικής Αστικής Γεωγραφίας*, Εκδ. Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2002.
- Μαχαίρας, Σ., «Η βιομηχανική Αθήνα», στο: Αφιέρωμα *Βιομηχανική Αρχαιολογία* στις Επτά Ημέρες, Εφ. *Καθημερινή*, σελίδες 7-10, Αθήνα, 7 Ιανουαρίου 2001.
- Μεταξάς Θ., Πετράκος Γ., «Περιφερειακή ανταγωνιστικότητα και ανταγωνισμός των πόλεων» στο Κοκκώσης Χ., Ψυχάρης Γ., *Περιφερειακή Ανάπτυξη στην Ελλάδα: Τάσεις και Προοπτικές*, Πρακτικά Ημερίδας, Εκδ. Ελληνικό Τμήμα Ε.Ρ.Σ.Α., Βόλος 2005.
- Μεταξάς Θ., Αυγερινού Β., *Ανταγωνιστικότητα και Μάρκετινγκ της Πόλης: Η Περίπτωση των Ολυμπιακών Αγώνων 'Μega' Γεγονότα*, Σειρά Ερευνητικών Εργασιών, Βόλος 2005.
- Μουζέλης Ν., «Τέχνη και Αγορά: Από την κομματικοκρατία στην αγορακρατία», άρθρο στο *Βήμα*. 28.11, Αθήνα 2004.
- Μπαλωμένος Π., «Στρατηγικός σχεδιασμός και ακίνητη περιουσία: Η περίπτωση της διαχείρισης των ακινήτων των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης» στο Κοκκώσης Χ., Ψυχάρης Γ., *Περιφερειακή Ανάπτυξη στην Ελλάδα: Τάσεις και Προοπτικές*, Πρακτικά Ημερίδας, Εκδ. Ελληνικό Τμήμα Ε.Ρ.Σ.Α., Βόλος 2005.

- Μπελαβίλας Ν., Η κατάργηση της δημόσιας πόλης Μεταλλάξεις και συγκρούσεις στον Πειραιά του 2005, Εισήγηση στο Συνέδριο «Γεωγραφίες της Μητρόπολης-Όψεις του φαινομένου στον ελληνικό χώρο», Θεσσαλονίκη 21-22 Οκτωβρίου 2005.
- Μπεριάτος Ηλ., "Η σημασία των δικτύων συνεργασίας στην ανάπτυξη των Ευρωπαϊκών και ελληνικών πόλεων", στο Οικονόμου Δ., Πετράκος Γ., *Η ανάπτυξη των ελληνικών πόλεων*, Βόλος 1999.
- Μπεριάτος Ηλ. «Νέες προσεγγίσεις στο σχεδιασμό και την πολιτική προστασίας της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς» στο Γετίμης Π., Καυκαλάς Γ. (επ.) *Χώρος και Περιβάλλον*, Εκδ. Περ. Τόπος, Αθήνα 2003
- Μπέσιλα-Βήκα Ε., *Οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης ως φορείς επιχειρηματικής δραστηριότητας*, Εκδ. Σάκκουλα, Θεσσαλονίκη 1998.
- Μπιανκίνι Φ., Πάρκινσον Μ.(εκ.), *Πολιτιστική πολιτική και αναζωογόνηση των πόλεων, Η εμπειρία της Δυτικής Ευρώπης*, Εκδ. Ε.Ε.Τ.Α.Α., Αθήνα 1994.
- Μπίθας Κ, *Βιώσιμες Πόλεις, Θεωρία - Πολιτική*, Εκδ. Τυπωθήτω Αθήνα 2001.
- Μπιτσάνη Ε., *Πολιτιστική διαχείριση και περιφερειακή ανάπτυξη, Σχεδιασμός πολιτιστικής πολιτικής και πολιτιστικού προϊόντος*, Εκδ. Διόνικος, Αθήνα 2004.
- Μπόμπολος Ν., «Εξωστρέφεια και αστική εικονογραφία, Ο σχεδιασμός στην αθηναϊκή αστική ανάπτυξη» στο Σαπουνάκη-Δρακάκη Λ.(επιμ.), *Η Ελληνική Πόλη σε Ιστορική Προοπτική*, Εκδ. Διόνικος, Αθήνα 2005.
- Μπουμπάρης Ν., «Η μουσική βιομηχανία σε μετάβαση» στο Βερνίκος Ν., Δασκαλοπούλου Σ., Μπαντιμαρούδης Φ., Μπούμπαρης Ν., Παπαγεωργίου Δ., (επ.) *Πολιτιστικές Βιομηχανίες, Διαδικασίες, Υπηρεσίες, Αγαθά*, εκδ. Κριτική, Αθήνα 2005.
- Ο.Ρ.Σ.Α., *Αθήνα - Αττική, Στρατηγικός Σχεδιασμός για μια βιώσιμη ανάπτυξη, Πρακτικά Διεθνούς Συνεδρίου* Αθήνα, 22-24 Μαΐου 1996
- Οικονόμου, Δ., "Ο κοινωνικός εξοπλισμός στον Αθηναϊκό χώρο", στο Μαλούτας, Θ.-Οικονόμου, Δ. (επιμ.), *Κοινωνική δομή και πολεοδομική οργάνωση στην Αθήνα*, Εκδ. Παρατηρητής, Θεσσαλονίκη 1992.
- Οικονόμου Δ. "Χρήσεις γης και δόμηση εκτός σχεδίου: η ελληνική εκδοχή της αειφορίας" στο Π. Γετίμης, Γ. Καυκαλάς και Ν. Μαραβέγιας (επιμ.) *Αστική και Περιφερειακή Ανάπτυξη*, σ. 63-73, Αθήνα 1993.
- Οικονόμου Δ., Πετράκος Γ., *Η ανάπτυξη των ελληνικών πόλεων*, Πανεπ. Εκδόσεις Θεσσαλίας, Βόλος 1999
- Οικονόμου Δ., Γετίμης Π., Δεμαθάς Ζ., Πετράκος Γ., Πυργιώτης Γ., *Ο Διεθνής Ρόλος της Αθήνας*, Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας, Αθήνα 2001.
- Οικονόμου Δ., «Αστική Αναγέννηση και Πολεοδομικές Αναπλάσεις», άρθρο στο περιοδικό *Τεχνικά Χρονικά*, Εκδ. Τ.Ε.Ε., Μάιος – Ιούνιος, Αθήνα 2004.

- Οικονόμου Δ., «Πολιοδομική Πολιτική στην Ελλάδα: Δομικά Χαρακτηριστικά και σημερινές τάσεις» στο Ε.Μ.Π., Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Σ.Ε.Π.Ο.Χ., *Πόλη και χώρος από τον 20^ο αιώνα στον 21^ο αιώνα, Τιμητικός τόμος για τον καθηγητή Αθανάσιο Αραβάντινο*, Αθήνα 2004.
- Παλάσκας Θ., Παπαθεοδώρου Α., Τσάμπρα Μ., *Η πολιτιστική κληρονομιά ως παράγων ανάπτυξης της Ελληνικής οικονομίας*, Ακαδημία Αθηνών:Γραφείο Οικονομικών Μελετών, (επιστ. Υπεύθυνος: Γ. Δρακάτος), Αθήνα 2006.
- Παναγιωτοπούλου Ρ., Κονιόρδος Σ., Μαράτου-Αλιπράντη Λ., (επιμ.) *Παγκοσμιοποίηση και Σύγχρονη Κοινωνία*, Εκδ. Ε.Κ.Κ.Ε., Αθήνα 2003.
- Παπαδασκαλόπουλος Αθ., *Πρότυπα και Πολιτικές Περιφερειακής Ανάπτυξης*, Εκδ. Παπαζήσης, Αθήνα 1995.
- Παπαδημητρίου Γ., Μακρυδημήτρης Αντ., *Συστήματα Διοίκησης Μητροπολιτικών Περιοχών*, Εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα 1994.
- Παταργιάς Π., Δανιήλ Μ., Πουλούδης Α., Αντωνοπούλου Ζ., «Οι ιστορικές διαδρομές της Αθήνας, η συμβολή τους στο περιβάλλον και τη φυσιογνωμία της πόλης», Περ. Αρχαιολογία και Τέχνες, Τ. 87 σελ 91-96, Ιούνιος 2003.
- Περιφέρεια Αττικής, *Κείμενα Υποστήριξης του Κοινωνικού Διαλόγου για τις Αναπτυξιακές Προτεραιότητες της Περιφέρειας Αττικής στην 4^η Χρηματοδοτική Περίοδο (2007-2013)*, Αθήνα, Ιούλιος 2005.
- Πετράκος Γ., Οικονόμου Δ., "Διεθνοποίηση και Διαρθρωτικές Αλλαγές στο Ευρωπαϊκό Σύστημα Αξιών" στο Οικονόμου Δ., Πετράκος Γ., *Η ανάπτυξη των ελληνικών πόλεων*, Πανεπ. Εκδόσεις Θεσσαλίας, Βόλος 1999.
- Πετράκος Γ., Ψυχάρης Γ., *Περιφερειακή Ανάπτυξη και Πολιτική στην Ελλάδα*, Εκδ. Κριτική, Αθήνα 2004.
- Ρέντζος Γ., *Ανθρωπογεωγραφίες της πόλης*, εκδ. Τυπωθήτω – Δαρδανός, Αθήνα 2006.
- Ρούσσος Π., Τσαούσης Γ., *Στατιστική Εφαρμοσμένη στις Κοινωνικές Επιστήμες*, Εκδ. Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα 2002.
- Σαπουνάκη-Δρακάκη Λ.(επιμ.), *Η Ελληνική Πόλη σε Ιστορική Προοπτική*, Εκδ. Διόνικος, Αθήνα 2005
- Σαρηγιάννης Γ., «Καταστολή και πολιοδομία στην ελληνική πόλη του 21^{ου} αιώνα», στο Ε.Μ.Π., Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Σ.Ε.Π.Ο.Χ., *Πόλη και χώρος από τον 20^ο αιώνα στον 21^ο αιώνα, Τιμητικός τόμος για τον καθηγητή Αθανάσιο Αραβάντινο*, Αθήνα 2004.
- Σένετ Ρ., *Η τυραννία της οικειότητας: Ο δημόσιος και ο ιδιωτικός χώρος στον δυτικό πολιτισμό*, εκδ. Νεφέλη, Αθήνα 1999.
- Σημαιοφορίδης Γ., Αίσωπος Γ. (επ.), *Η σύγχρονη (ελληνική) πόλη*, Metropolis Press, Αθήνα 2001.

- Σκαλτσά Μ., *Για τη Μουσειολογία και τον Πολιτισμό*, Εκδ. Εντευκτήριο, Θεσσαλονίκη 1999.
- Σκουμπουρδή Α., *Ψυρρή, η γειτονιά των ηρώων*, Εκδ. Πατάκη, Αθήνα 2003.
- Σπυριδωνίδης Κ.Β., "Ο αστικός σχεδιασμός από το μοντερνισμό στο μεταμοντερνισμό", στο περιοδικό ΤΟΠΟΣ, τευχ 2, Αθήνα, 1991.
- Σταύρου Π., *Βιομηχανικά Δίκτυα και Clusters, Μια θεωρητική και μεθοδολογική προσέγγιση*, Εκδ. Ι.Α.Π.Α.Δ., Αθήνα 2002.
- Συναδινός Π., «Το Εθνικό Πολιτιστικό Δίκτυο Πόλεων: Ένα παράδειγμα εθνικού σχεδιασμού με στόχο την πολιτιστική αποκέντρωση» στην έκδοση Ε.Ε.Τ.Α.Α., *Πολιτισμός και Τοπική Δημοκρατία*, Εκδ. Ε.Ε.Τ.Α.Α, Αθήνα 1994.
- Συναδινός Π., *Ο αγώνας μιας πόλης*, Εκδ. Καστανιώτη, Αθήνα 2004
- Σύνδεσμος Ελλήνων Περιφερειολόγων, *Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη: Οι επιπτώσεις των Ολυμπιακών Αγώνων 2004*, Πρακτικά Επιστημονικής Ημερίδας, εκδ. Σ.Ε.Π., Αθήνα 2003.
- Σωτηρόπουλος Δ., *Η άγνωστη κοινωνία πολιτών: κοινωνικές κινητοποιήσεις, εθελοντισμός και κράτος στη σύγχρονη Ελλάδα*, εκδ. Ποταμός, Αθήνα 2004.
- Τ.Ε.Ε., *Εμπορικό τρίγωνο κέντρου Αθήνας*, Τ.Ε.Ε., Αθήνα 2000.
- Τμήμα Επικοινωνίας και Μ.Μ.Ε. Πανεπιστημίου Αθηνών, *Η Νέα Γενιά στην Ελλάδα Σήμερα*, Συνοπτική Περίληψη Αποτελεσμάτων Ερευνητικού Προγράμματος, ΕΜΜΕ, Αθήνα 2005.
- Τσάρτας Π., "Κοινωνικές και Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις του Τουρισμού στα Μικρά Αστικά Κέντρα με Τουριστική Ανάπτυξη" στο περιοδικό ΤΟΠΟΣ, τευχ. 15, Αθήνα 1998.
- Τσάρτας Π.(επ.), *Τουριστική Ανάπτυξη: πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις*, Εκδ. Εξάντας, Αθήνα 2000.
- Τσάρτας Π., «Οι ελληνικές τουριστικές πόλεις: από την ομογενοποίηση στην ανάδειξη της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς», στο Γετιμής Π., Καυκαλάς Γ. (επ.) *Χώρος και Περιβάλλον*, Εκδ. Περ. Τόπος, Αθήνα 2003.
- Τσιβάκου Ι., *Υπό το βλέμμα του παρατηρητή, περιγραφή και σχεδίαση κοινωνικών οργανώσεων*, Εκδόσεις Θεμέλιο, Αθήνα 1997.
- Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε., *"Ανάπλαση και Ανάδειξη της Ταυτότητας της Οδού Πειραιώς"*, Αθήνα 1995.
- Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε., *Λαδάδικα, Από την εγκατάλειψη στη διάσωση, Το εγχείρημα μιας άλλης πολιτικής της διατήρησης*, Εκδ. Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε., Θεσσαλονίκη 1996.
- Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε., ΥΠ.ΠΟ., Ε.Α.Χ.Α., *Η αισθητική των πόλεων και η πολιτική των παρεμβάσεων: συμβολή στην αναγέννηση του αστικού χώρου*, Πρακτικά Επιστημονικού Συνεδρίου 13-14 Οκτωβρίου 2003, Αθήνα 2004
- Υπουργείο Πολιτισμού, 2001, *Επικράτεια Πολιτισμού* (Πρακτικά Πανελλήνιας Συνδιάσκεψης Θεσσαλονίκης 7-8 Απριλίου 2001) Αθήνα 2001.

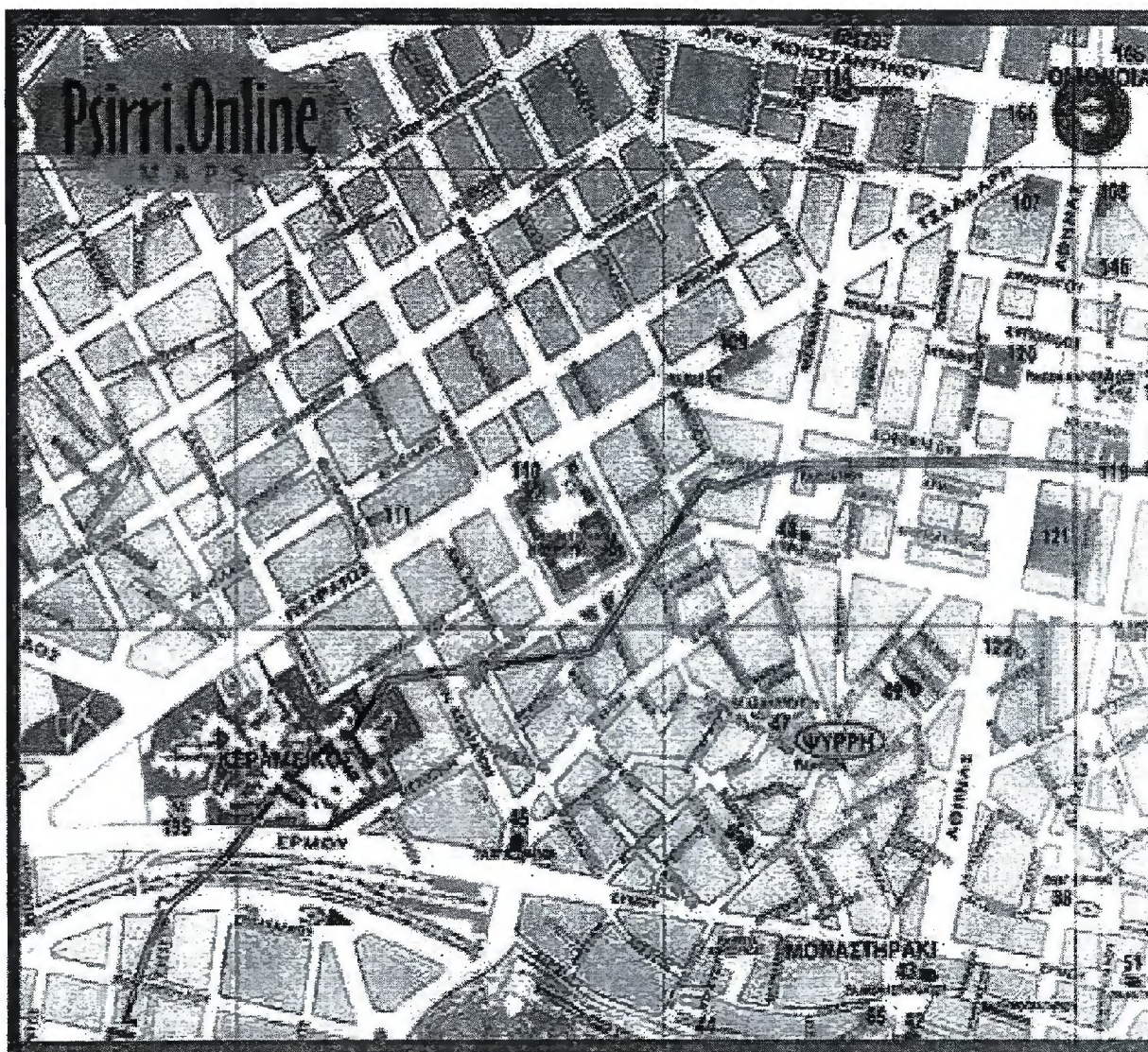
- Φιλιππίδης Δ., *Για την ελληνική πόλη – μεταπολεμική πορεία και μελλοντικές προοπτικές*, Εκδ. Θεμέλιο, Αθήνα 1990.
- Φιλιππίδης Δ., «Η πολεοδομία στην Ελλάδα», στο *Ελλάδα, Αρχιτεκτονική του 20ου αιώνα*, επιμ. Σ. Κονταράτος, W . Wang, Prestel, σσ. 64-73, Μόναχο-Λονδίνο-Νέα Υόρκη, 2000,.
- Φιλιππίδης Μ., «Πολιτιστικό Νησί: Απόβαση αρχιτεκτόνων στο Αμπου Ντάμπι», άρθρο στο *Βήμα (Bήmagazino)*, 4 Μαρτίου, Αθήνα 2007.
- Φωτιάδη - Μολφέτα Ζ., «Νέα Ιωνία: Η μεταλαμπάδευση ενός πολιτισμού» στο Σαπουνάκη-Δρακάκη Λ.(επιμ.), *Η Ελληνική Πόλη σε Ιστορική Προοπτική*, Εκδ. Διόνικος, Αθήνα 2005
- Χαστάογλου Β., «Αξιοποίηση-ανάπλαση του παλιού λιμανιού και της αγοράς (Λαδάδικα) στη Θεσσαλονίκη εισήγηση» στο συνέδριο «Η επιχειρηματικότητα ως μοχλός ανάπτυξης Ιστορικών Κέντρων», 24-25 Νοεμβρίου, Καβάλα 2006
- Χατζηδάκης Γ., «Φεστιβάλ, πανηγύρεις και γιορτές», στο περ. *Επίλογος*, Εκδ. Γαλαίος, Αθήνα 1998.
- Χατζημιχάλης Κ. (επ.), *Περιφερειακή Ανάπτυξη και Πολιτική, Κείμενα από τη Διεθνή Εμπειρία*, Εκδ. Εξάντας, Αθήνα 1992.
- Χριστόγιαννης Γ., *Ελληνική Πολιτιστική Διπλωματία*, Εκδ. Σιδέρη, Αθήνα 2004.
- Χριστοφάκης Μ., «Χωρική Διάσταση της Έρευνας και Καινοτομίας και βασικές προτεραιότητες πολιτικής» στο Κοκκώσης Χ., Ψυχάρης Γ., *Περιφερειακή Ανάπτυξη στην Ελλάδα: Τάσεις και Προοπτικές*, Πρακτικά Ημερίδας, Εκδ. Ελληνικό Τμήμα Ε.Ρ.Σ.Α., Βόλος 2005.
- Χριστοφάκης Μ., *Τοπική ανάπτυξη και περιφερειακή πολιτική*, Εκδ. Παπαζήση, Αθήνα 2001.
- Χριστοφιλόπουλος Δημήτρης Γ., *Πολιτιστικό Περιβάλλον-Χωρικός Σχεδιασμός και Βιώσιμη Ανάπτυξη*, Αθήνα 2002.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

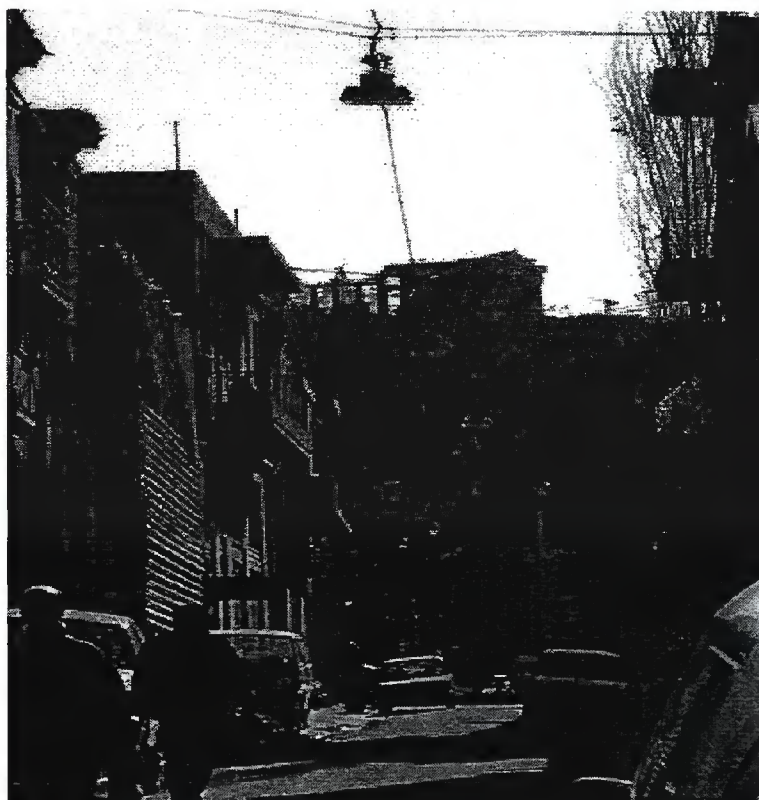
- **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: Χάρτες, Φωτογραφίες**
- **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: Στοιχεία για τον πολιτιστικό τομέα στην Αθήνα**
- **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: Προεδρικό Διάταγμα για την περιοχή του Ψυρή**
- **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ: Ερωτηματολόγιο**
- **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε: Πολιτιστικές Επιχειρήσεις και οργανισμοί της περιοχής του Ψυρή**

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΧΑΡΤΕΣ ΚΑΙ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ

ΧΑΡΤΗΣ ΚΑΙ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΨΥΡΗ



Χάρτης 1: Περιοχή Ψυρή (πηγή: Psirri.Online)

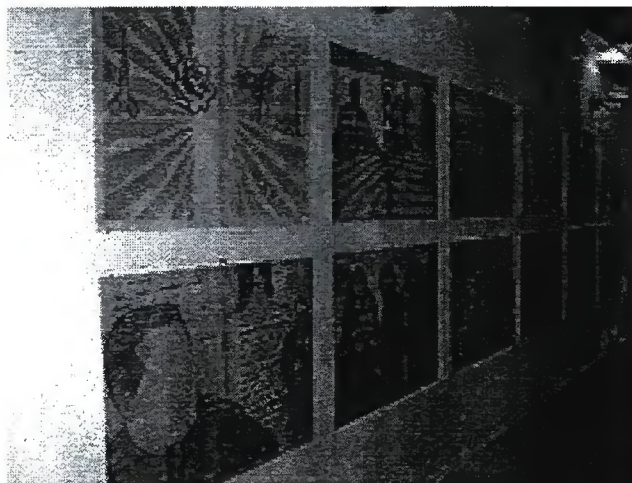
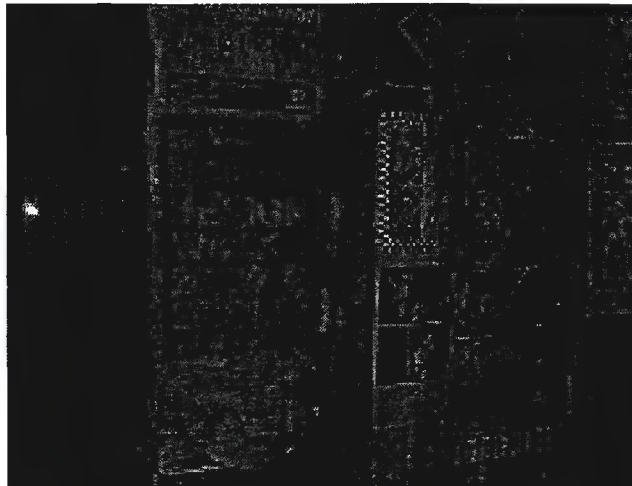


Εικόνα 1: Δρόμος στο Ψυρή



Εικόνα 2: Γκράφιτι στην περιοχή του Ψυρή

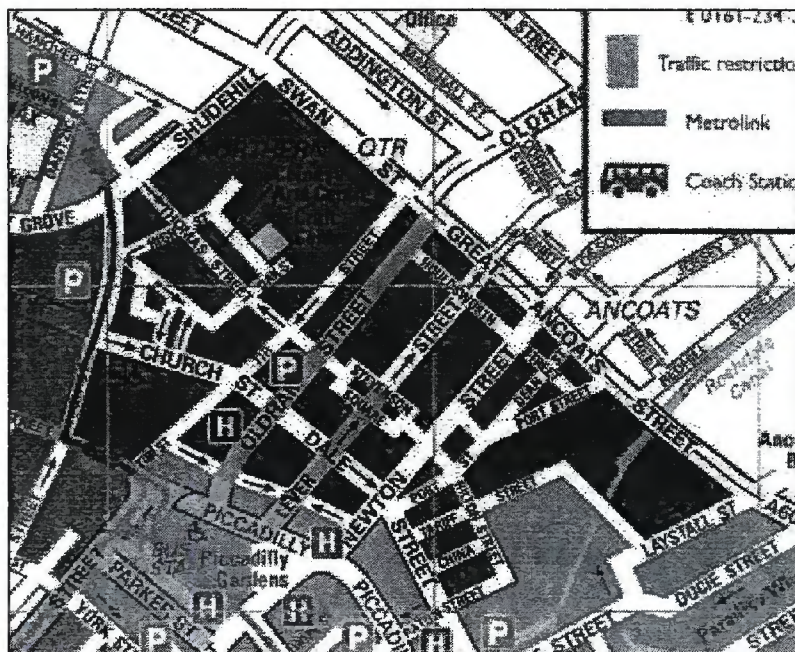
ΕΚΘΕΣΗ «DESIGNWALK» - Ιανουάριος 2007



Εικόνες 3, 4, 5: Φωτογραφίες από το “Designwalk”

ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

A. NORTHERN QUARTER MANCHESTER



Χάρτης 1: Northern Quarter



Εικόνα 1: Fish Market

B. TEMPLE BAR

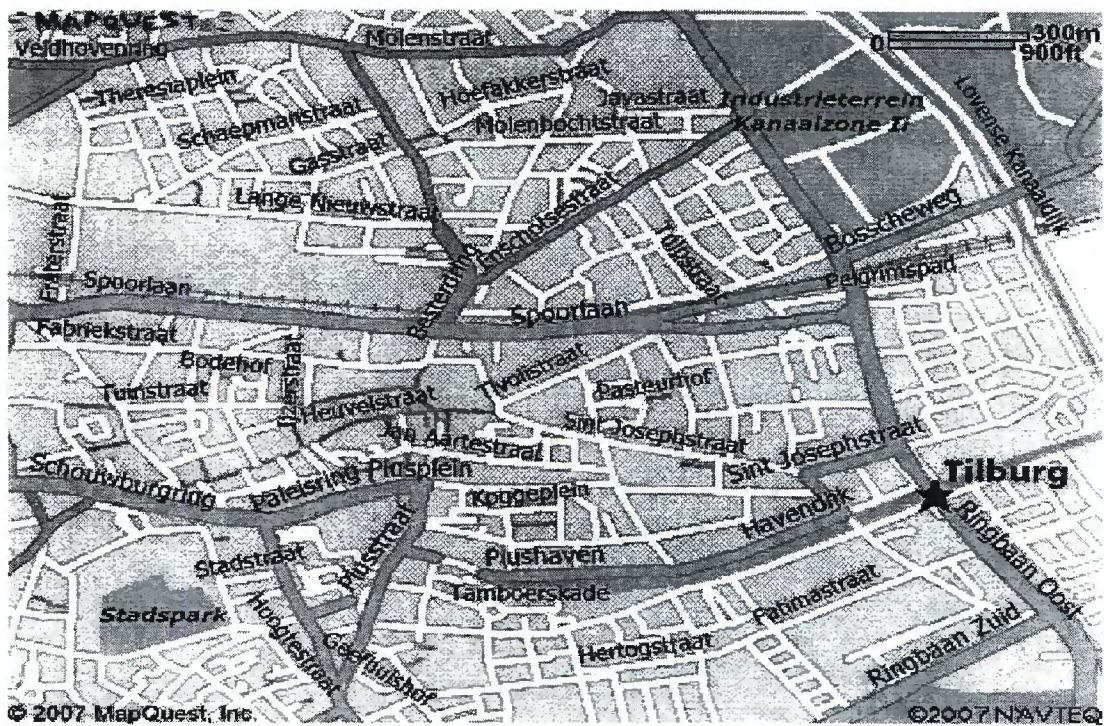


Χάρτης 2: Temple bar

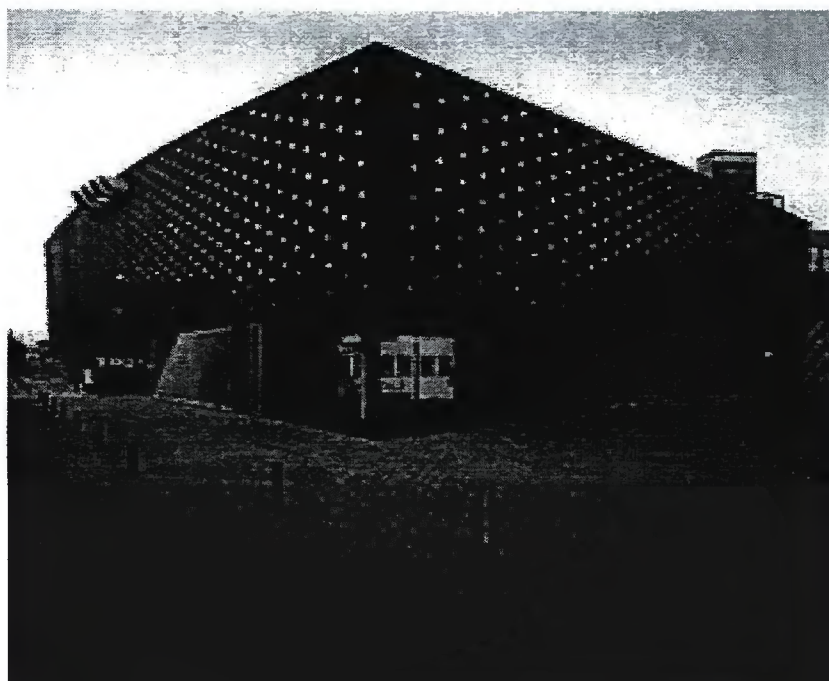


Εικόνα 2 : Δρόμος στο Temple Bar

Γ. VEEMARKTKWARTIER TILBURG

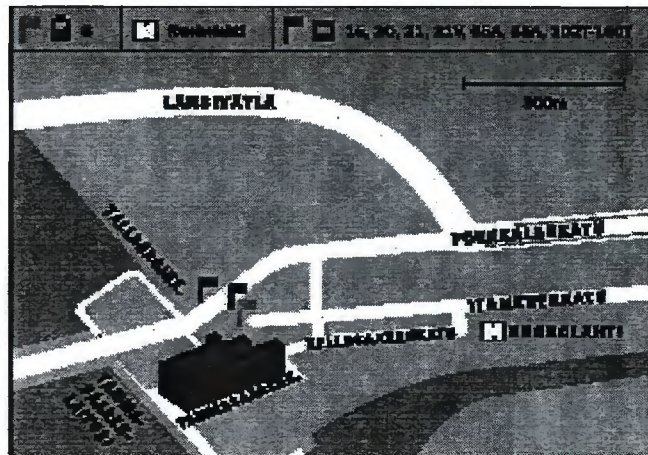


Χάρτης 3: Περιοχή Veemarktkwartier

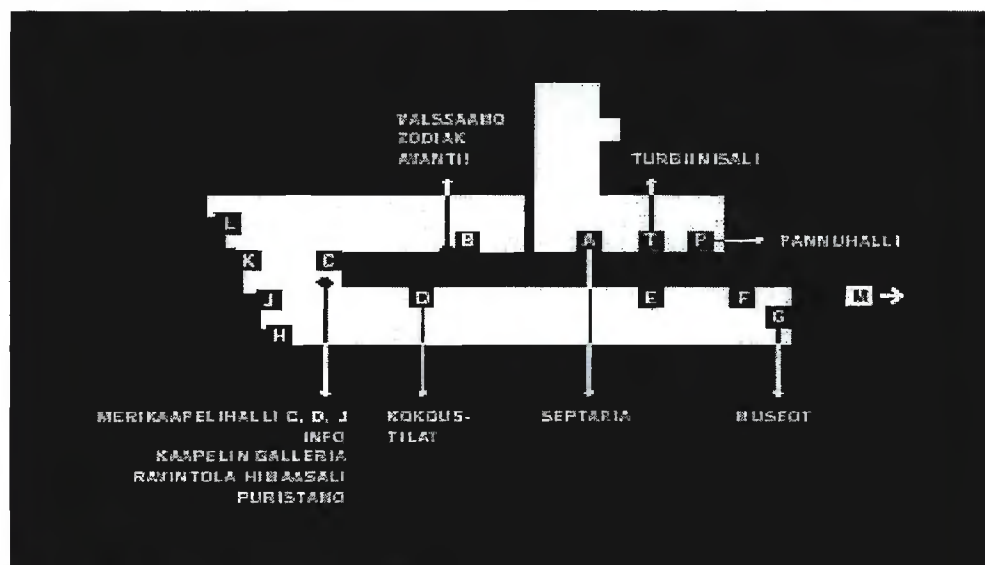


Εικόνα 3: Pop 13

Δ. CABLE FACTORY, ΕΛΣΙΝΚΙ



Χάρτης 4: Cable Factory



Εικόνα 4: Αίθουσες Cable Factory



Εικόνα 4: Εξωτερική άποψη του Cable Factory

Ε. MUSEUMSQUARTIER, BIENNH



Χάρτης 5: Περιοχή Museumsquartier



Εικόνα 5: MUMOK

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: Στοιχεία για τον πολιτιστικό τομέα στην Αθήνα

Η Περιφέρεια Αττικής η οποία αποτελείται από 91 δήμους και 3 κοινότητες ταυτίζεται σε μεγάλο βαθμό με την ευρύτερη αστική συγκέντρωση της Αθήνας. Κατατάσσεται πρώτος μεταξύ των νομών της Ελλάδας σε «μνημειακό δυναμικό». Ο αρχαιολογικός χώρος της Ακρόπολης προσέλκυσε 1.002.459 επισκέπτες για το 2005 σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ, και σε μικρή απόσταση από την Αθήνα, που επιτρέπει αυθημερόν επισκέψεις, βρίσκονται άλλα έξι Μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς (Δαφνί, Δελφοί, Επίδαυρος, Μονή Οσίου Λουκά, Μυκήνες και Τίρυνθα). Άλλοι σημαντικοί αρχαιολογικοί χώροι (τόσο ως προς την επισκεψιμότητα όσο και ως προς την επιστημονική τους αξία) στην πόλη της Αθήνας και στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής είναι το Ολυμπείο (με 129.564 επισκέπτες για το 2005, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ) και η Αρχαία Αγορά (117.897 επισκέπτες για το 2005, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ), ο ναός του Ποσειδώνα στο Σούνιο (255.605 επισκέπτες για το 2005 σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ), ο Κεραμεικός, ο αρχαιολογικός χώρος της Ελευσίνας, ο τύμβος και τα άλλα ταφικά μνημεία του Μαραθώνα, το Αμφιθέατρο Ωρωπού, οι αρχαιολογικοί χώροι του Ραμνούντα και της Βραυρώνας, ο ναός της Αφαίας Αθηνάς στην Αίγινα κ.ά. Επιπλέον, ο Νομός Αττικής καταλαμβάνει την πρώτη θέση και όσον αφορά την επισκεψιμότητα των μουσείων του, με το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο να είναι πρώτο σε επισκεψιμότητα σε ολόκληρη τη χώρα (362.866 επισκέπτες το 2005, σύμφωνα με την ΕΣΥΕ). Σημαντικούς αριθμούς επισκεπτών προσελκύουν επίσης το Μουσείο Μπενάκη (πέμπτο σε επισκεψιμότητα στην Ελλάδα, με 196.620 επισκέπτες το 2005), η Εθνική Πινακοθήκη – Μουσείο Αλ. Σούτσου (έβδομη σε επισκεψιμότητα στην Ελλάδα, με 143.494 επισκέπτες το 2005) και το Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο (ενδέκατο σε επισκεψιμότητα στην Ελλάδα, με 56.610 επισκέπτες το 2005). Πρέπει να τονιστεί μάλιστα ότι πολλά από τα Μουσεία της Αθήνας έχουν ανακαινισθεί ριζικά με την ευκαιρία των Ολυμπιακών Αγώνων, ενώ η Αθήνα διαθέτει τώρα και το μοναδικό Μουσείο Ισλαμικής Τέχνης στη Δυτική Ευρώπη.

Σύμφωνα με την απογραφή της Ε.Σ.Υ.Ε. και τον κατάλογο ερευνών επιχειρήσεων για το έτος 2001 για τις πολιτιστικές βιομηχανίες και σχετικοί κλάδοι, τα στοιχεία των επιχειρήσεων της ευρύτερης περιοχής της Αθήνας που αποτελούνται από τους 91 δήμους και 3 κοινότητες για το έτος 2001 στις πολιτιστικές βιομηχανίες και σχετικοί κλάδοι μπορούν να παρουσιαστούν με διαφορετικούς τρόπους.

Εάν η αξιολόγηση των επιχειρήσεων γίνεται με βάση τον ετήσιο κύκλο εργασιών στον τομέα των πολιτιστικών βιομηχανιών και των επιχειρήσεων αναψυχής τα αποτελέσματα δείχνουν τα εξής:

- Το μεγαλύτερο ποσό κύκλου εργασιών αφορά επιχειρήσεις στον τομέα της ψυχαγωγίας: 302 μονάδες για τα στοιχήματα και τυχερά παιχνίδια με έναν κύκλο εργασιών 2.336.940.000 ευρώ. Ακολουθούν 21.453 επιχειρήσεις αρχιτεκτόνων και πολιτικών μηχανικών οι οποίες παρήγαγαν έναν κύκλο εργασιών για το 2001 1.180.900.000 των ευρώ. Η Αθήνα έχει συνολικά 6938 επιχειρήσεις στην κατηγορία εστιατόρια με έναν κύκλο εργασιών 919.600.000 ευρώ. Από αυτά οι 87 είναι ζαχαροπλαστεία (18.530.000 ευρώ). Υπάρχουν 5608 μπαρ-νυχτερινά κέντρα (901.000.000 ευρώ) εκ των οποίων τα 4.168 είναι καθαυτού νυχτερινά κέντρα (295.000.000 ευρώ) και τα 1440 είναι καφετέριες, όπου συμπεριλαμβάνονται και τα παραδοσιακά ελληνικά καφενεία¹ (42.840.000 ευρώ).
- Οι 1919 επιχειρήσεις στον τομέα της διαφήμισης είχαν 1.318.620.000 κύκλο εργασιών ευρώ για το 2001.
- Ο κλάδος των εκδόσεων είχε 1469 επιχειρήσεις με έναν κύκλο εργασιών 1.298.720.000 ευρώ από τις οποίες οι 261 επιχειρήσεις που εκδίδουν εφημερίδες παρήγαγαν έναν κύκλο εργασιών 610.240.000 ευρώ για το 2001 ενώ οι 839 εκδότες βιβλίων είχαν έναν κύκλο εργασιών 431.020.000. Οι έκδοση περιοδικών αφορά 206 επιχειρήσεις (172.270.000 ευρώ). Τέλος 26 επιχειρήσεις ασχολούνται με τις ηχογραφήσεις (4.390.000 κύκλος εργασιών ευρώ) και 137 επιχειρήσεις με άλλες εκδοτικές δραστηριότητες (80.790.000 ευρώ). 1776 επιχειρήσεις εκτύπωσης και σχετικών δραστηριοτήτων είχαν έναν κύκλο εργασιών 600.130.000 ευρώ οι οποίες κατανέμονται σε: 1080 επιχειρήσεις αφορούν διάφορες εργασίες εκτύπωσης (417.290.000 ευρώ), η εκτύπωση εφημερίδων σε 35 επιχειρήσεις (29.680.000 των ευρώ), 201 επιχειρήσεις βιβλιοδεσίας (42.220.000 ευρώ). Τέλος, 299 επιχειρήσεις ασχολούνται με την προετοιμασία εκτυπώσεων (76.840.000 ευρώ) 161 με βοηθητικές δραστηριότητες για τις εργασίες εκτύπωσης (34.100.00 ευρώ).
- 183 επιχειρήσεις αφορούν το ραδιόφωνο και την τηλεόραση το 2001 συνολικά (567.020.000 ευρώ), εκ των οποίων 42 επιχειρήσεις σχετικές με την τηλεόραση παρήγαγαν έναν κύκλο εργασιών 363.220.000 ευρώ ενώ οι δραστηριότητες ραδιοφωνικής αναμετάδοσης στην Αττική 141 επιχειρήσεων παρήγαγαν έναν κύκλο εργασιών 203.800.000 ευρώ. Υπάρχουν επίσης

¹ Όπως εξηγείται σε άλλο σημείο της διατριβής η κατηγοριοποίηση και οι συνθήκες αδειοδότησης των νυχτερινών κέντρων αποτελεί πρόβλημα, αφού τα παραδοσιακά καφενεία είναι συχνά συγκαλυμμένα νυχτερινά κέντρα.

1784 επιχειρήσεις ειδήσεων και αντιπροσωπειών Τύπου, όπου συμπεριλαμβάνονται οι δημοσιογράφοι και οι φωτογράφοι Τύπου οι οποίες είχαν έναν κύκλο εργασιών 30.450.000 ευρώ.

- Σχετικές με την προηγούμενη κατηγορία είναι επιχειρήσεις κινηματογραφίας, ένας κλάδος 986 επιχειρήσεων στο σύνολο με έναν κύκλο εργασιών 444.840.000 ευρώ για το 2001, εκ των οποίων οι 654 επιχειρήσεις στο βίντεο. Η κινηματογραφία είχε έναν κύκλο εργασιών 275.300.000 των ευρώ. 217 επιχειρήσεις για τη διανομή των ταινιών και των βίντεο κινηματογράφων είχαν έναν κύκλο εργασιών 94.160.000 των ευρώ. Υπάρχουν επίσης 115 κινηματογράφοι (χειμερινοί και υπαίθριοι) με έναν κύκλο εργασιών 75.380.000 των ευρώ. Υπάρχουν 13 επιχειρήσεις με έναν κύκλο εργασιών 17.150.000 ευρώ στην αναπαραγωγή των ηχογραφημένων εκ των προτέρων ήχων και 4 επιχειρήσεις με έναν κύκλο εργασιών 5.930.000 ευρώ στην αναπαραγωγή των ηχογραφημένων εκ των προτέρων εικόνων.
- Στον αμιγώς **πολιτιστικό τομέα** έχουμε 4699 επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών 267.5550.000 ευρώ. Χωρίζεται σε μια κατηγορία που περιλαμβάνει όλες τις πολιτιστικές και λογοτεχνικές δημιουργίες και τις ερμηνείες (αποδόσεις θεάτρων, όπερες, συναυλίες και όπερες, ορχήστρες και ζώνες μουσικής, και όλοι οι καλλιτέχνες). Υπάρχουν 4209 μέλη σε αυτόν τον κλάδο με έναν κύκλο εργασιών 170.360.000 ευρώ για το 2001. Η επόμενη υποομάδα αφορά την εκμετάλλευση αιθουσών (θέατρα, αίθουσες συναυλιών εκτός από κινηματογράφο) με 334 επιχειρήσεις στην Αττική και 67.680.000 ευρώ καθώς επίσης και την ομάδα υπαίθριων παρουσιάσεων, ψυχαγωγίας, γεγονότων και πάρκων για τον ελεύθερο χρόνο και την αναψυχή με 81 επιχειρήσεις και έναν κύκλο εργασιών 6.320.000 ευρώ. Περισσότερες από 75 επιχειρήσεις ασχολούνται με άλλα είδη παραστάσεων (τσίρκων, μαριονέτας, ροντέο, χορό κ.λπ.) με έναν κύκλο εργασιών 23.190.000 ευρώ, ενώ για 103 επιχειρήσεις με λοιπές ψυχαγωγικές δραστηριότητες (πάρκα ψυχαγωγίας, οργανωμένες παραλίες, κάστινγκ, βίντεο, αίθουσες videogames) έχει έναν κύκλο εργασιών 35.980.000 ευρώ.
- Εκτός από τους 15 βοτανικά και ζωολογικά πάρκα συμ. τη λειτουργία των φυσικών βιότοπων με έναν κύκλο εργασιών 2.770.000 των ευρώ. Στην Αττική το 2001 υπήρξαν επίσης 44 εγκαταστάσεις κάμπινγκ με έναν κύκλο εργασιών 2.250.000 ευρώ.

- Οι δραστηριότητες για τις βιβλιοθήκες και τα αρχεία στην Αττική περιλαμβάνουν για το 2001 42 επιχειρήσεις με έναν κύκλο εργασιών 6.690.000 ευρώ.
- Υπάρχουν 44 μουσεία στην Αττική με έναν κύκλο εργασιών 1.140.000 ευρώ.
- Υπάρχουν επίσης 70 επιχειρήσεις στη μουσική και καλλιτεχνική εκπαίδευση με έναν κύκλο εργασιών 4.030.000 ευρώ σε 2001. Αναφέρουν μόνο στα ιδιωτικά πολιτιστικά σχολεία και τα κολέγια, όπως τα ωδεία, τα σχολεία callisthenics και μπαλέτου, σχολεία κατάρτισης για τη ζωγραφική, το γλυπτό, τη χάραξη και γενικά τις τέχνες που δεν παρέχονται από το ελληνικό εκπαιδευτικό σύστημα. Τέλος οι 39 επιχειρήσεις κατασκευής και πώλησης μουσικών οργάνων μουσικής στην Αττική είχαν κύκλο εργασιών 2.230.000 των ευρώ.
- Υπάρχουν 825 σωματεία σχετικά με αθλητικές δραστηριότητες για το 2001 είχαν σε συνολικές και 210.530.000 κύκλος εργασιών ευρώ, 466 επιχειρήσεις αθλητικής εκπαίδευσης, ιππασίας, κ.λπ. με 160.080.000 τον κύκλο εργασιών ευρώ για το 2001. και 359 επιχειρήσεις για την εκμετάλλευση των αθλητικών εγκαταστάσεων (γυμναστήρια, 5X5 και τα στάδια) και 50.450.000 κύκλος εργασιών ευρώ για το 2001.
- 596 επιχειρήσεις ασχολούνται με το εμπόριο τέχνης (81.050.000 ευρώ).
- Οι φωτογραφικές δραστηριότητες είναι ο τομέας δράσης για 1.151 επιχειρήσεις και παρήγαγαν έναν κύκλο εργασιών 62.510.000 των ευρώ.
- Στην Αττική, ο τομέας της έρευνας και της ανάπτυξης στις κοινωνικές και ανθρωπιστικές επιστήμες στην Αττική περιλαμβάνει 301 επιχειρήσεις και έναν κύκλο εργασιών 40.960.000 ευρώ.



04002330904980008



2053

ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

ΤΕΥΧΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ

Αρ. Φύλλου 233

9 Απριλίου 1998

ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑ

ΔΙΑΤΑΓΜΑΤΑ

Καθορισμός χρήσεων γης και ειδικών όρων και περιορισμών δόμησης στην περιοχή Ψυρρή - Κέντρου (Ομόνοιας), του ρυμοτομικού σχεδίου Αθηνών.

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

1. Τις διατάξεις της παρ. 1 του άρθρου 4 του Ν. 1577/1985 «Γενικός Οικοδομικός Κανονισμός» (Α' 210).

2. Τις διατάξεις των άρθρων 9 και 11 του από 17.7.1923 Ν. Δ/τος (Α' 228), όπως μεταγενέστερα τροποποιήθηκαν και συμπληρώθηκαν.

3. Τις διατάξεις των άρθρων 3 και 15 του Ν. 1515/1985 «Ρυθμιστικό Σχέδιο και πρόγραμμα προστασίας περιβάλλοντος της ευρύτερης περιοχής της Αθήνας» (Α' 18).

4. Τις διατάξεις του από 21.9.1979 Π. Δ/τος «Περί χαρακτηρισμού ως παραδοσιακού τμήματος της πόλεως των Αθηνών (Ιστορικό Κέντρο)» (Δ' 567).

5. Την 255/45/4.1.1988 απόφαση του Υπουργού Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων «Έγκριση του Γενικού Πολεοδομικού Σχεδίου Δήμου Αθηναίων (Ν. Αττικής)» (Δ' 80).

6. Τις διατάξεις του άρθρου 29Α του Ν. 1558/1985 «Κυβέρνηση και Κυβερνητικά Όργανα» (Α' 137) όπως αυτό προστέθηκε με το άρθρο 27 του Ν. 2081/1992 (Α' 154).

7. Την υπ' αριθμ. Δ17α/03/99/Φ.2.2.1/29.10.1996 απόφαση του Πρωθυπουργού και του Υπουργού Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων «Ανάθεση αρμοδιοτήτων Υπουργού Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων στους Υφυπουργούς Χρήστο Βαρελά και Θεόδωρο Κολιοπάνο» (1006 Β/4.11.1996).

8. Τις 1295/1.9.1993 και 6/1994 γνωμοδοτήσεις του δημοτικού συμβουλίου Αθηνών.

9. Την από 11.10.1996 εισήγηση της Δ/νσης Πολεοδομικού Σχεδιασμού - Τμήμα Παραδοσιακών Οικισμών.

10. Την 721/1996 γνωμοδότηση του Κεντρικού Συμβουλίου Χωροταξίας Οικισμού και Περιβάλλοντος.

11. Το γεγονός ότι από τις κανονιστικές διατάξεις αυτού του διατάγματος δεν προκαλείται δαπάνη σε βάρος του κρατικού προϋπολογισμού και του οικείου Ο.Τ.Α.

12. Την 151/1997 γνωμοδότηση του Συμβουλίου της Επικρατείας, με πρόταση του Υφυπουργού Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων, αποφασίζουμε:

Άρθρο 1

Στην περιοχή Ψυρρή - Κέντρου (Ομόνοιας), του ρυμοτομικού σχεδίου Αθηνών, που περικλείεται από τις οδούς: Πειραιώς, Αγίων Ασωμάτων, Ερμού, Αθηνάς και πλατεία Ομόνοιας, καθορίζονται χρήσεις γης και ειδικοί όροι και περιορισμοί δόμησης, όπως στα επόμενα άρθρα:

Άρθρο 2

1. Στην παρακάτω περιοχή, επιτρέπονται οι χρήσεις του άρθρου 3 («Γενική κατοικία») του άρθρου 4 («Πολεοδομικό Κέντρο») και του άρθρου 9 («Ελεύθεροι χώροι - αστικό πράσινο») του από 23.2.1987 Π. Δ/τος (Δ' 166), όπως ειδικότερα καθορίζονται στις επόμενες παραγράφους.

Ι. α) Γενική Κατοικία.

Κατοικία

Ξενοδοχεία μέχρι 100 κλινών και ξενώνες

Εμπορικά καταστήματα (με εξαίρεση τις υπεραγορές και τα πολυκαταστήματα).

Γραφεία, τράπεζες ασφάλειες, κοινωφελείς οργανισμοί.

Κτίρια εκπαίδευσης

Εστιατόρια

Αναψυκτήρια

Θρησκευτικοί χώροι

Κτίρια κοινωνικής πρόνοιας

Επαγγελματικά εργαστήρια χαμηλής όχλησης

Πρατήρια βενζίνης (με την επιφύλαξη παρ. ΙΙ 9 του παρόντος άρθρου).

Αθλητικές εγκαταστάσεις.

Κτίρια Στάθμευσης.

Πολιτιστικά κτίρια και εν γένει πολιτιστικές εγκαταστάσεις στις περιοχές που φαίνονται με κίτρινο χρώμα στο σχετικό πρωτότυπο διάγραμμα σε κλίμακα 1/2000, που θεωρήθηκε από τον Προϊστάμενο της Διεύθυνσης Τοπογραφικών Εφαρμογών με την 22491/1997 πράξη του και που αντίτυπό του σε φωτομίκρυνση δημοσιεύεται με το παρόν διάταγμα.

β) Κατ' εξαίρεση των παραπάνω χρήσεων επιτρέπεται:

Η συνέχιση της χρήσης «χώρος συνάθροισης κοινού»

(σημερινό θέατρο «ΕΜΠΡΟΣ») στο ΟΤ 31, περιοχής 65, του ρυμοτομικού σχεδίου Αθηνών, επί της οδού Ρήγα Παλαμίδου.

Η συνέχιση της χρήσης «χώρος συνάθροισης κοινού» (σημερινός κινηματογράφος «ΗΒΗ») στο Ο.Τ. 87, επί της οδού Λουκά Νίκα.

Η συνέχιση της χρήσης «χώρος συνάθροισης κοινού» (σημερινό θέατρο «ΕΡΜΟΥ») στο Ο.Τ. 72, επί της οδού Ερμού.

Η συνέχιση της χρήσης «χώρος συνάθροισης κοινού» (σημερινό θέατρο «ΑΠΟΘΗΚΗ») καθώς και νέων εγκαταστάσεων αυτής της χρήσης στο Ο.Τ. 96.

Η συνέχιση της χρήσης «διοίκηση» (σημερινό ΠΥΡΟΣΒΕΣΤΟΠΕΔΙΟ) στο Ο.Τ. 31, επί της οδού Σαρρή.

Η συνέχιση της χρήσης «διοίκηση» (σημερινή Πολεοδομία Αθηνών) στο Ο.Τ. 18, επί της οδού Μενάνδρου 6 και Πλ. Θεάτρου.

Η συνέχιση της χρήσης «χώρος συνάθροισης κοινού» (σημερινός θεατρικός Οργανισμός «ΠΟΛΙΤΕΙΑ») στο ΟΤ 96, επί του αδιεξόδου της οδού Σαρρή.

Η συνέχιση της χρήσης «διοίκηση» (σημερινό Μέγαρο Εμπορίου - Αγορανομία) στο Ο.Τ. 17, επί των οδών Σοφοκλέους και Πλατείας Θεάτρου.

Η εγκατάσταση νέας χρήσης «χώρος συνάθροισης κοινού» (θέατρο) στο ΟΤ 93, επί των οδών Λεωκορίου και Τουρναβίτου.

Η εγκατάσταση νέας χρήσης «χώρος συνάθροισης κοινού» (θέατρο) στο ΟΤ 20, επί της οδού Σαπφούς.

Η εγκατάσταση νέας χρήσης «χώρος συνάθροισης κοινού» στο κτίριο του Κακουργιοδικείου στο ΟΤ 46 επί των οδών Κακουργιοδικείου και Αγίας Ελεούσης.

II. Πολεοδομικό Κέντρο.

Κατοικία

Ξενώνες, ξενοδοχεία και λοιπές τουριστικές εγκαταστάσεις.

Εμπορικά καταστήματα

Γραφεία, τράπεζες ασφάλειες, κοινωφελείς οργανισμοί

Διοίκηση

Εστιατόρια

Αναψυκτήρια

Κέντρα διασκέδασης αναψυχής

Χώροι συνάθροισης κοινού

Πολιτιστικά κτίρια και εν γένει πολιτιστικές εγκαταστάσεις

Κτίρια Εκπαίδευσης

Θρησκευτικοί χώροι

Κτίρια κοινωνικής πρόνοιας

Επαγγελματικά εργαστήρια χαμηλής όχλησης

Κτίρια στάθμευσης

Αθλητικές εγκαταστάσεις

Εγκαταστάσεις Εμπορικών εκθέσεων

Εγκαταστάσεις μέσων μαζικών μεταφορών, στις περιοχές που φαίνονται με κεραμιδί χρώμα στο διάγραμμα της παραγράφου 11α.

III. Ελεύθεροι χώροι - αστικό πράσινο

Είναι οι χώροι παραμονής, αναψυχής και διακίνησης πεζών και τροχοφόρων, ήτοι πεζοδρόμοι και πεζοδρόμια, οδοί, πλατείες κοινόχρηστοι κήποι, άλση, παιδικές χαρές και λοιποί παρεμφερείς χώροι.

2. Ειδικότερα επιβάλλονται οι εξής όροι και περιορισμοί για τις παρακάτω χρήσεις:

I. Κατοικία:

α. Σε υφιστάμενα κτίρια (οτάν ζητείται αλλαγή χρήσης), σε νέα κτίρια και σε προσθήκες σε υφιστάμενα διατηρητέα ή μη κτίρια, επιβάλλεται η χρήση κατοικίας σε όλους τους ορόφους πάνω από τον τρίτο όροφο (τέταρτο και επόμενους).

β. Κατ' εξαίρεση στα υφιστάμενα κτίρια είναι δυνατόν, μετά από τη σύμφωνη γνώμη της αρμόδιας για τον έλεγχο της περιοχής Υπηρεσίας να επιτρέπεται, σε χώρο, που επιβάλλεται με το παρόν η χρήση της κατοικίας η συνέχιση χρησιμοποίησης χώρου ως επαγγελματική στέγη εφόσον συντρέχουν οι εξής προϋποθέσεις:

Έχει επιφάνεια μικρότερη των 50 τ.μ.

Είναι μοναδική ιδιοκτησία του ενδιαφερομένου (στον ίδιο όροφο του κτιρίου).

Δεν σχλεί την κατοικία

γ. Δεν είναι επιβεβλημένη η χρήση κατοικίας σύμφωνα με τη διάταξη της παρ. 21α:

Σε υφιστάμενα κτίρια που η οικοδομική άδεια προβλέπει άλλες χρήσεις, πλην κατοικίας και σε διατηρητέα κτίρια.

Στα κτίρια που έχουν πρόσωπο επί της Πλ. Ομονοίας, και των οδών Αθηνάς, Ερμού και σ' εκείνα τα κτίρια που βρίσκονται στα οικοδομικά τετράγωνα 1, 4, 5, 6, 7, 20, 22, 23, 24, 99, 100, 102 (περιοχής 65).

Στα κτίρια με χρήσεις πολιτιστικές, κοινωνικές πρόνοιας, ξενώνων και ξενοδοχείων, γραφείων, τραπεζών ασφαλειών, διοίκησης, κοινωφελών οργανισμών, εκπαίδευσης, στάθμευσης, με την προϋπόθεση ότι κάθε μία από τις παραπάνω χρήσεις καταλαμβάνει ολόκληρο το κτίριο.

Στην περίπτωση που εγκαθίστανται έδρες πολιτιστικών συλλόγων της περιοχής, σε μεμονωμένα όροφο κτιρίου ή τμήμα του.

Στην περίπτωση που στο σύνολο του κτιρίου στεγάζεται μία επιχείρηση, ένας φορέας ή ένας οργανισμός.

II. Ξενώνες, ξενοδοχεία και λοιπές τουριστικές εγκαταστάσεις.

Στη χρήση αυτή συμπεριλαμβάνονται και οι χώροι διανυκτέρευσης, που επιχορηγούνται από δημόσιους ή κοινωφελείς φορείς, όπως οικία φοιτητών, οικοτροφεία, ξενώνες νεότητας, αστέγων κ.α.

III. Εμπορικά καταστήματα.

α) Απαγορεύεται η εγκατάσταση, στην περιοχή, νέων μονάδων χονδρεμπορίου. Κατ' εξαίρεση επιτρέπεται μετά από έγκριση της αρμόδιας Υπηρεσίας για τον έλεγχο της περιοχής, η εγκατάσταση μιας μορφής καταστημάτων παραδοσιακού για την περιοχή χονδρικού εμπορίου υλικών, (όπως ειδών από κατεργασμένο δέρμα, ένδυσης, υποδήσης, κιγκαλερίας, ραπτικής, εργαλείων, μικρούλικών οικιακού εξοπλισμού, τροφίμων, ξηρών καρπών) που δεν απαιτούν εκτεταμένους αποθηκευτικούς χώρους και δεν δημιουργούν κυκλοφοριακό πρόβλημα.

β) Απαγορεύονται οι μάντρες πώλησης ή ενοικίασης αυτοκινήτων, η εμπορία και αποθήκευση εξαρτημάτων οχημάτων και ανταλλακτικών αυτών, ελαστικών και ανταλλακτικών αυτοκινήτων και μοτοσυκλετών και οι μόντρες οικοδομικών υλικών και άλλων (όπως πλακιδίων, μαρμάρων, ξυλείας κ.λπ.).

γ) Απαγορεύεται η εμπορία και αποθήκευση καυσίμων (υγρών, στερεών και αερίων), ορυκτών και χημικών προϊόντων για τη βιομηχανία, λιπαντικών, γεωργικών φαρμάκων,

γεωργικών και δασικών πρώτων υλών, ορυκτών, μετάλλων, εγκαταστάσεις εκκενώσεως βόθρων και απολυμάνσεων.

Υφιστάμενες χρήσεις που απαγορεύονται σύμφωνα με τις διατάξεις των παραπάνω περιπτώσεων απομακρύνονται εντός 36 μηνών από τη δημοσίευση του παρόντος δ/τος.

IV. Εστιατόρια

Στη χρήση αυτή συμπεριλαμβάνονται και οι παρακάτω χρήσεις όπως ορίζονται από την παράγραφο 2 του άρθρου 38 της ΑΙΒ/8577/83 απόφασης του Υπουργού Υγείας και Πρόνοιας, Β' 526/1983) και είναι:

Εστιατόρια, οινομαγειρεία, ταβέρνες, ψαροταβέρνες, ψητοπωλεία, οβελιστήρια, σουβλατζήδικα, πιτσαρίες, σνάκμπαρ, ζυθοπωλεία, μπουραρίες ουζοπωλεία και ουζερί.

Δεν επιτρέπεται στην περιοχή η εγκατάσταση FAST - FOOD (γρήγορου φαγητού).

V. Αναψυκτήρια

Στη χρήση αυτή συμπεριλαμβάνονται και οι παρακάτω χρήσεις όπως ορίζονται από την ΑΙΒ/8577/83 απόφαση του Υπουργού Υγείας και Πρόνοιας (Β' 526/1983) και είναι αναψυκτήρια, καφενεία (παραδοσιακά), καφετέριες (εκσυγχρονισμένα καφενεία), μπαρ (οινοπωλεία, χωρίς καλλιτεχνικό και μουσικό πρόγραμμα), κυλικεία, ζαροπλαστεία, γαλακτοπωλεία, μπουγατοάδικα, λουκουματζήδικα (αμιγή).

VI. Κέντρα διασκέδασης και αναψυχής.

Θεωρούνται όλες οι παραπάνω χρήσεις των παραγράφων 4 και 5 που παρουσιάζουν καλλιτεχνικό ή μουσικό πρόγραμμα, καθώς και οι χρήσεις: μπουάτ, δισκοθήκες, καμπαρέ, μπαρ, κοσμικές ταβέρνες.

VII. Επαγγελματικά εργαστήρια χαμηλής όχλησης.

Επιτρέπεται η εγκατάστασή τους, μόνον εφόσον είναι καλυμμένες όλες οι εγκαταστάσεις τους και δεν δημιουργούν οποιαδήποτε όχληση στο περιβάλλον.

Ειδικότερα:

α) Επιτρέπονται οι χρήσεις, που προβλέπονται για την περιοχή από το Π. Δ/γμα 84/1984 (Α' 33) για δραστηριότητες μέχρι 15 HP και 50 KW, εξαιρουμένων των:

Βιομηχανιών ειδών διατροφής

Βαφής επιγραφών

Φανοποιείων και βαφής αυτοκινήτων

Σφαγής ζώων κ.λπ.

Επεξεργασίας και διατήρησης κρέατος εκτός πουλερικών

Διατήρηση πουλερικών

Επίσης απαγορεύονται τα μηχανουργεία (πλην εκείνων που οι εργασίες τους σχετίζονται με είδη λαϊκής τέχνης και πληρούν τους παραπάνω όρους ισχύος μηχανολογικού εξοπλισμού), καθώς και τα εργαστήρια ή βιοτεχνίες επεξεργασίας εύφλεκτων υλικών. Υφιστάμενες χρήσεις ή δραστηριότητες που απαγορεύονται σύμφωνα με τα ανωτέρω, απομακρύνονται σε χρονικό διάστημα 36 μηνών από τη δημοσίευση του παρόντος.

β. Απαγορεύονται επίσης τα εργαστήρια επισκευής επισώτρων (βουλκανιζατέρ), επισκευής αυτοκινήτων και μοτοσυκλετών.

Οι παραπάνω μη επιτρεπόμενες χρήσεις και δραστηριότητες απομακρύνονται σε χρονικό διάστημα 36 μηνών, από τη δημοσίευση του παρόντος δ/τος.

γ. Υφιστάμενες χρήσεις ή δραστηριότητες που δεν επιτρέπονται από το Π.Δ. 84/84, απομακρύνονται άμεσα με

τη δημοσίευση του παρόντος.

VIII. Κτίρια στάθμευσης.

α. Απαγορεύεται η δημιουργία νέων υπαίθριων (ανοικτών) χώρων στάθμευσης.

β. Η ανέγερση υπόγειων ή υπέργειων σταθμών αυτοκινήτων (δημόσιας χρήσης) επιτρέπεται:

Σε περίπτωση ανάπλασης ολόκληρου οικοδομικού τετραγώνου ή τμήματος του με δυνατότητα κατασκευής υπόγειου χώρου στάθμευσης για ιδιωτικής χρήσεως αυτοκίνητα (Ι.Χ.) δίκυκλα και οχήματα τροφοδοσίας, μετά από σχετική έγκριση του Υπουργείου Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων.

Σε περίπτωση που δεν θίγεται το άμεσο ή ευρύτερο ιστορικό περιβάλλον κηρυγμένων μνημείων και δεν παρακλύεται η κυκλοφοριακή ρύθμιση της περιοχής, ανεξαρτήτως μεγέθους, μετά από σύμφωνη γνώμη του Τμήματος Παραδοσιακών Οικισμών του Υπουργείου Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων, του Οργανισμού Αθήνας και της αρμόδιας για τον έλεγχο της περιοχής Υπηρεσίας.

Σε χώρους που έχουν καθορισθεί με υπουργική απόφαση σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 6 παρ. 7 και 8 του Ν. 960/1979 (Α' 194) όπως ισχύει.

γ. Επιβάλλεται η εξασφάλιση των χώρων στάθμευσης που απαιτούνται για κάθε χρήση σε υφιστάμενα κτίρια που μετασκευάζονται για να στεγάσουν ενιαία επιχείρηση, φορέα ή οργανισμό, εξαιρουμένων των διατηρητέων κτιρίων.

IX. Πρατήρια βενζίνης.

Απαγορεύεται η εγκατάστασή τους επί της οδού Πειραιώς και ειδικότερα στα οικοδομικά τετράγωνα 1, 4, 5, 6, 7, 20, 22, 23, 24, 99, 100, 102 (περιοχής 65) και στα οικοπέδα που έχουν πρόσωπο σε πεζόδρομους.

X. Εγκαταστάσεις μέσων μαζικών μεταφορών.

Επιτρέπονται μόνο οι εγκαταστάσεις των προβλεπόμενων σταθμών του ΜΕΤΡΟ, ελαφρές κατασκευές εκδοτηρίων εισιτηρίων και στάσεων για την εξυπηρέτηση του κοινού.

XI. Ελεύθεροι χώροι - αστικό πράσινο.

Στους παραπάνω χώρους επιτρέπονται οι ακόλουθες χρήσεις:

Περίπτερα, κινητά ανθοπωλεία, σκιάδες (στέγαστρα) παγκάκια, θάλαμοι τηλεφωνικοί, γραμματοκιβώτια ΕΛΤΑ, ενημερωτικές πινακίδες, έργα τέχνης και συντριβάνια. Υπόγειοι χώροι στάθμευσης κατασκευάζονται με την επιβάρυνση των προϋποθέσεων της ανωτέρω παραγράφου 8β. Η κατασκευή και η εγκατάσταση οποιουδήποτε επιτρεπόμενου σε κοινόχρηστο χώρο έργου επιτρέπεται μόνο ύστερα από έγκριση της ολοκληρωμένης τεχνικής μελέτης του από την αρμόδια για τον έλεγχο της περιοχής Υπηρεσία.

Άρθρο 3

1. Για κάθε χρήση έχουν εφαρμογή εκτός από τις διατάξεις αυτού του Π. Δ/τος, οι ειδικές γι' αυτές διατάξεις.

2. Υφιστάμενες κατά την ημέρα δημοσίευσης του παρόντος δ/τος χρήσεις και μη επιτρεπόμενες από τις διατάξεις αυτού, επιτρέπονται κατά παρέκκλιση εφόσον λειτουργούν βάσει νόμιμης άδειας, σε κατάλληλο γι' αυτές χώρο, όπως προβλέπεται από τις σχετικές πολεοδομικές και ειδικές διατάξεις με την προϋπόθεση ότι δεν αποτελούν παράγοντα επικινδυνότητας ή πηγή όχλησης για το περιβάλλον, την κυκλοφορία και ιδιαίτερα την κατοικία.

3. Επιτρέπεται η εφάπαξ μεταβίβαση χρήσεων που υφίστανται και λειτουργούν με νόμιμη άδεια, σύμφωνα με την προηγούμενη παράγραφο, σε πρόσωπο α' βαθμού συγγενείας ή τον (την) σύζυγο, σε περιπτώσεις πραγματικής αδυναμίας συνεχίσεως της χρήσεως στο πρόσωπο του δικαιούχου (λόγω γήρατος, συνταξιοδότησεως, θανάτου κ.λπ.).

4. Για τις χρήσεις των οποίων προβλέπεται, από τις διατάξεις του παρόντος δ/τος, η απομάκρυνση εντός 36 μηνών δεν εφαρμόζονται οι προηγούμενες παράγραφοι 2 και 3. Για αυτές τις χρήσεις απαγορεύεται και η επέκταση των εγκαταστάσεών τους.

5. Στις περιπτώσεις καταστρατήγησης ή παραβίασης των επιτρεπομένων χρήσεων, επιβάλλεται η σφράγιση του ακινήτου σύμφωνα με την 44242/2361/1989 Υπουργική Απόφαση (Β' 380).

6. α) Η εγκατάσταση οποιασδήποτε νέας χρήσης (λειτουργίας), πλην της κατοικίας, γίνεται μετά από έγκριση της αρμόδιας για τον έλεγχο της περιοχής, Υπηρεσίας. Οι εγκρίσεις για τις ειδικές χρήσεις δίδονται μόνο για χώρους που χαρακτηρίζονται σαν χώροι κύριας χρήσης, σύμφωνα με τον Ν. 1577/1985 «ΓΟΚ».

β) Η αρμόδια για τον έλεγχο της περιοχής Υπηρεσία μετά από έρευνα των λειτουργιών του αμέσου περιβάλλοντος δύναται να αρνηθεί την έγκριση των ζητούμενων λειτουργιών και κατ' επέκταση τη χορήγηση της ζητούμενης άδειας.

7. Ειδικότερα δεν επιτρέπεται η λειτουργία οποιασδήποτε χρήσης, που ανεξάρτητα από το είδος της, το μέγεθός της, τον αριθμό των καθισμάτων της ή την ονομασία της, αποτελεί πηγή όχλησης για το περιβάλλον της, για οποιοδήποτε λόγο και ιδιαίτερα κατά τις ώρες κοινής ησυχίας. Η απαγόρευση επιβάλλεται από την αρμόδια για τον έλεγχο της περιοχής Υπηρεσία, σε περίπτωση οποιασδήποτε όχλησης της κατοικίας, ανεξάρτητα αν αυτή, προκαλείται από τις εγκαταστάσεις των χώρων ή το προσωπικό ή την πελατεία, σύμφωνα με τα οριζόμενα στις παραγράφους 5, 6 και 10 του άρθρου αυτού.

8. Δεν επιτρέπεται η εγκατάσταση νέων χαρτοπαικτικών λισκών και νέων οίκων ανοχής.

9. Δεν επιτρέπεται η χρήση και η κατάληψη (με τραπέζια, τέντες, καρέκλες, προθήκες καταστημάτων, πάγκους πλανοδίων πωλητών) των πεζοδρόμων και των δρόμων, για την εξυπηρέτηση και υπαίθρια επέκταση των καταστημάτων της περιοχής.

Κατ' εξαίρεση επιτρέπεται μόνο η τοποθέτηση τραπέζοκαθισμάτων, τεντών, πάγκων πλανοδίων πωλητών, σε περιορισμένα τμήματα πλατειών, πλατωμάτων, πεζοδρομίων και πεζοδρόμων, με άδεια σχετική που δίνει ο Δήμος Αθηναίων και ύστερα από τη σύμφωνη γνώμη της αρμόδιας για τον έλεγχο της περιοχής Υπηρεσίας, που καθορίζει τη θέση τους και την επιφάνεια που καταλαμβάνουν.

Η άδεια χορηγείται υπό τις εξής προϋποθέσεις:

α) Η ιδιαίτερη χρήση παρέχεται όλως κατ' εξαίρεση και είναι συμβατή προς τη χρήση του κοινοχρήστου χώρου.

β) Δεν εμποδίζεται οπωσδήποτε η κοινή χρήση.

γ) Δεν συνεπάγεται μονίμους ή μη μονίμους εγκαταστάσεις επί του εδάφους και

δ) Περιορίζεται στο ελάχιστο ποσοστό σε σχέση με τη συνολική έκταση του κοινοχρήστου χώρου.

10α. Η αρμόδια για τον έλεγχο της περιοχής Υπηρεσία

σε περίπτωση που υποπέσει την αντίληψή της, όχληση προκαλούμενη με οποιοδήποτε τρόπο από τις υφιστάμενες χρήσεις, ζητάει κατά περίπτωση ή κατά περιοχή, στοιχεία προκειμένου να ελεγχθεί η νομιμότητα της λειτουργίας της επιχείρησης, το μέγεθος και το είδος της όχλησης και επιβάλλει όρους για τη βελτίωση της λειτουργίας και την άρση της όχλησης.

β) Εφόσον η όχληση αυτή αφορά ηχητική ή περιβαλλοντική ρύπανση διατάσσεται άμεση συμμόρφωση προς τις διατάξεις του παρόντος. Στην περίπτωση που απαιτείται η λήψη προσθέτων μέτρων διακόπτεται η λειτουργία της επιχείρησης και ορίζεται προθεσμία για τη συμμόρφωση, μετά από τη διαπίστωση της οποίας επιτρέπεται η επανελειτουργία. Σε περίπτωση υποτροπής η αρμόδια για τον έλεγχο της περιοχής Υπηρεσία διακόπτει αμέσως και οριστικώς τη λειτουργία της οχλούσας επιχείρησης.

11. Για τα διατηρητέα κτίρια που βρίσκονται στα οικοδομικά τετράγωνα επί της οδού Πειραιώς (ήτοι Ο.Τ. 1, 4, 5, 6, 7, 20, 22, 23, 24, 99, 100, 102) επιτρέπεται και οι χρήσεις:

Χώροι συνάθροισης κοινού
Κτίρια πολιτιστικών λειτουργιών
Αναψυχής
Διοίκηση

Κτίρια γραφεία κοινωνικής πρόνοιας ανεξάρτητα αν οι χρήσεις αυτές επιτρέπονται ή όχι στις περιοχές όπου βρίσκονται τα συγκεκριμένα κτίρια.

Άρθρο 4

1. Στην περιοχή του Ψυρρή - Κέντρου (Ομόνοιας) τροποποιείται ο συντελεστής δόμησης των οικοπέδων, ο αριθμός ορόφων και το μέγιστο επιτρεπόμενο ύψος των κτιρίων και καθορίζονται τομείς υψών και συντελεστών δόμησης, όπως τα όρια αυτών φαίνονται στο διάγραμμα του άρθρου 2 του παρόντος δ/τος ως εξής:

TOMEAS A: Συντελεστής δόμησης 4,0, μέγιστος αριθμός ορόφων έξι (6) και μέγιστο ύψος οικοδομών είκοσι δύο (22,00) μέτρα.

TOMEAS B: Συντελεστής δόμησης 3,3 μέγιστος αριθμός ορόφων έξι (6), πέντε στην πρόσοψη και ένας σε εσοχή και μέγιστο ύψος οικοδομών είκοσι δύο (22,00) μέτρα. Η εσοχή γίνεται σε αναλογία πλάτους προς ύψος 1 προς 1,50.

TOMEAS Γ: Συντελεστής δόμησης 2,9 μέγιστος αριθμός ορόφων πέντε (5), τέσσερις στην πρόσοψη και ένας σε εσοχή και μέγιστο ύψος οικοδομών δέκα οκτώ μέτρα και πενήντα εκατ. του μέτρου (18,50). Η εσοχή γίνεται σε αναλογία πλάτους προς ύψος 1 προς 1,50.

TOMEAS Δ: Συντελεστής δόμησης 2,4 μέγιστος αριθμός ορόφων τέσσερις (4) τρεις στην πρόσοψη και ένας σε εσοχή, και μέγιστο ύψος οικοδομών δεκαπέντε μέτρα και πενήντα εκατ. του μέτρου (15,50). Η εσοχή γίνεται σε αναλογία πλάτους προς ύψος 1 προς 1,50.

TOMEAS E: Συντελεστής δόμησης 2,0, μέγιστος αριθμός ορόφων τρεις (3) και μέγιστο ύψος οικοδομών ένδεκα μέτρα (11,00).

TOMEAS ΣΤ: Συντελεστής δόμησης 1,8, μέγιστος αριθμός ορόφων τρεις (3) και μέγιστο ύψος οικοδομών ένδεκα μέτρα (11,00) μ.

2. Απαγορεύεται η ανέγερση κτιρίων επί υποστηλωμάτων (pilots).

3. Επιβάλλεται εντός ενός (1) έτους από τη δημοσίευση

του παρόντος διατάγματος, η ούτευση των υπαρχόντων ακαλύπτων χώρων κατά το ποσοστό που ορίζουν οι ισχύουσες διατάξεις, του άρθρου 23 του κτιριοδομικού κανονισμού (Δ' 59/1989), καθώς και ο καλλωπισμός και η διαμόρφωση των γυμνών μεσοτοιχών, τόσο αυτών που έχουν πρόσωπο σε κοινόχρηστους χώρους, όσο και εκείνων που προκύπτουν μεταξύ κηρυγμένων μνημείων ή άλλων κτισμάτων.

Οι σχετικές μελέτες εγκρίνονται από την Επιτροπή Πολεοδομικού και Αρχιτεκτονικού Ελέγχου, ύστερα από γνωμοδότηση της αρμόδιας για τον έλεγχο της περιοχής Υπηρεσίας. Σε περίπτωση μη συμμορφώσεως των ιδιοκτητών με τις διατάξεις του προηγούμενου εδαφίου το πρόγραμμα φύτευσης των υπαρχόντων ακαλύπτων χώρων, καθώς και το πρόγραμμα καλλωπισμού και διαμόρφωσης των μεσοτοιχών, γίνεται από το Δήμο ή άλλο φορέα (ΝΠΔΔ ή ΝΠΙΔ) με την ίδια διαδικασία και η δαπάνη καταλογίζεται σε βάρος των ιδιοκτητών των ακινήτων.

4. Απαγορεύεται στην παραπάνω περιοχή η τοποθέτηση στα δώματα δορυφορικών κεραιών (κάτοπτρα).

Επιβάλλεται η χρήση κεντρικής κεραίας τηλεόρασης και εντός ενός (1) έτους από της λειτουργίας της κεντρικής κεραίας επιβάλλεται η αποζημίωση των υφισταμένων μεμονωμένων κεραιών.

5. Επιβάλλεται η υπογείωση των εναερίων καλωδίων ΔΕΗ και ΟΤΕ.

δ) Για κάθε παράβαση των παραπάνω διατάξεων εφαρμόζονται οι ισχύουσες περί αυθαιρέτων πολεοδομικές διατάξεις.

Άρθρο 5

Από της ισχύος του παρόντος δ/τος καταργούνται οι συ-

νταλεστές δόμησης, που καθορίστηκαν με το από 23.6.1978 Π. Δ/γμα (ΦΕΚ 312/Δ/78), για την περιοχή του «Ψυρρή - Κέντρου» (Ομόνοιας).

Άρθρο 6

α) Οικοδομικές άδειες που έχουν εκδοθεί μέχρι τις 10.4.1995, ημέρα δημοσίευσης της 57297/2211/31.3.1995 απόφασης της Υφυπουργού Περιβάλλοντος Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων (Δ' 222/10.4.1995) και ισχύουν, εκτελούνται όπως εκδόθηκαν.

β) Άδειες για τις οποίες έχει υποβληθεί μέχρι την πάνω ημερομηνία πλήρης φάκελος για την έκδοσή τους στην αρμόδια Πολεοδομική Υπηρεσία, εκδίδονται σύμφωνα με τις προϊσχύουσες διατάξεις, εξαιρουμένων των χρήσεων γης, για τις οποίες εφαρμόζονται οι σχετικές διατάξεις του παρόντος δ/τος.

Άρθρο 7

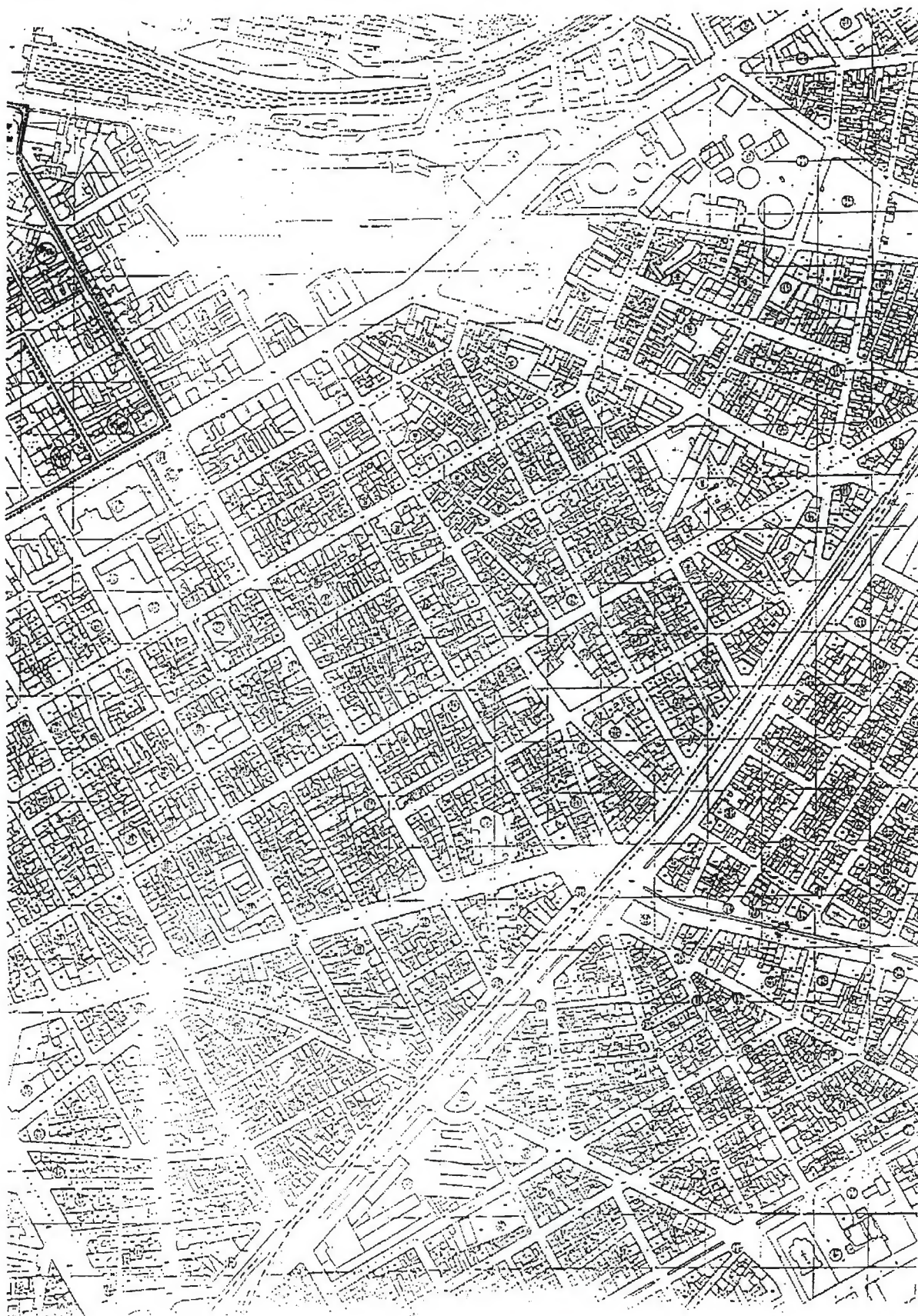
Η ισχύς του παρόντος διατάγματος αρχίζει από τη δημοσίευσή του στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

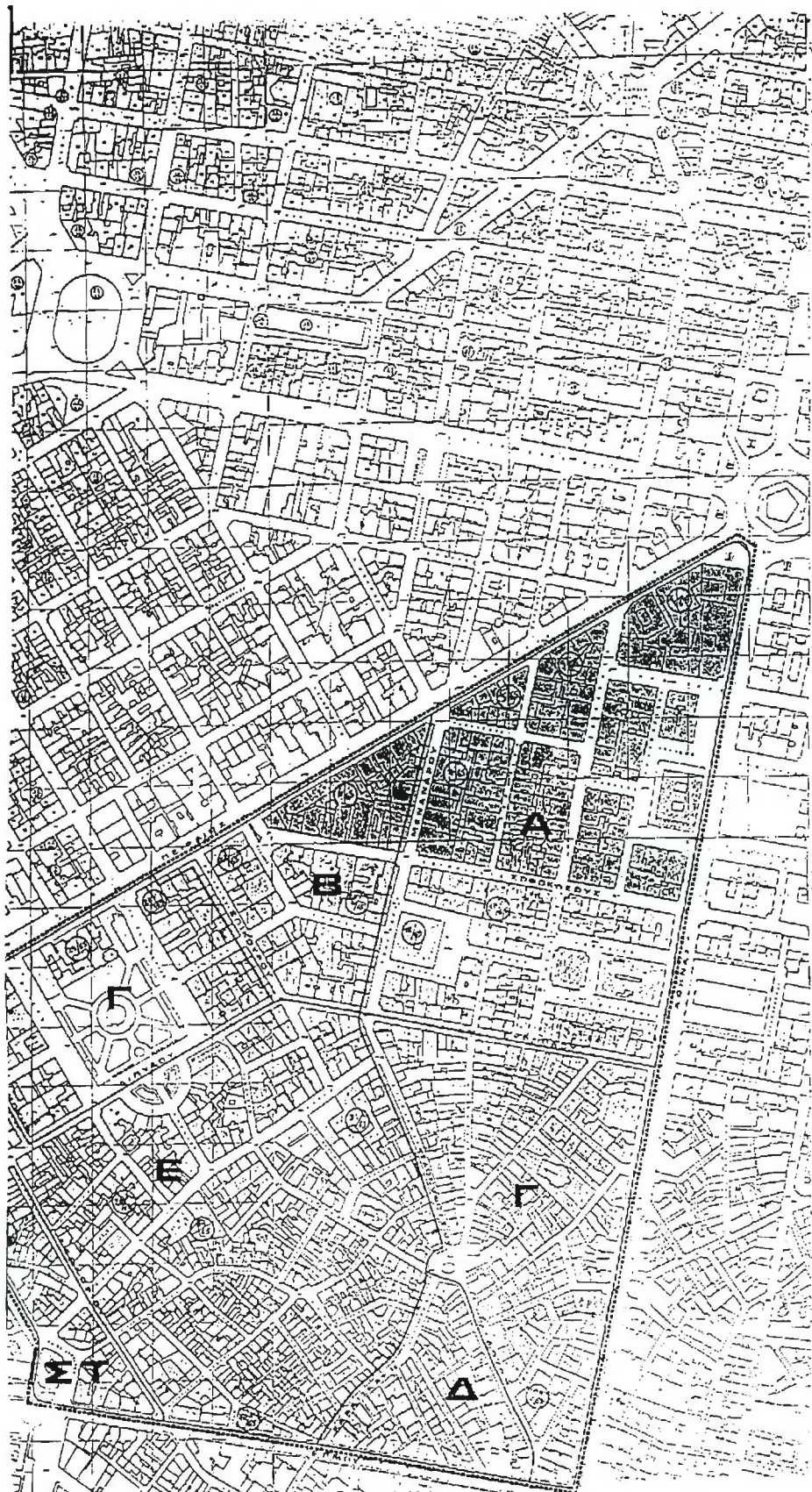
Στον Υφυπουργό Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων αναθέτουμε τη δημοσίευση του παρόντος διατάγματος.

Αθήνα, 18 Μαρτίου 1998

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΠΟΥΛΟΣ

Ο ΥΦΥΠΟΥΡΓΟΣ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΚΑΙ
ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΡΓΩΝ
ΘΕΟΔΩΡΟΣ ΚΟΛΙΟΠΑΝΟΣ





ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ
ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ
ΚΑΙ ΔΗΜ. ΕΡΓΩΝ

ΑΝΕΚ ΠΟΛΕΩΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΠΑΡΑΔ. ΟΙΚΙΣΜΟΥ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΠΕΡ. ΠΛΑ. ΜΑΔ

ΨΥΡΡΗ - ΟΜΟΝΟΙΑ

ΠΡΟΣΚΑΤΑΡΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΔΙΑΜΟΗΣ

ΜΕΤΕ ΤΑΥΡΕΥΣ Χ.Δ.



ΕΥΑΓΓΕΛΙΟΥΝΟΥ ΔΟΥΛΕΥΣ

Α 0.6.4.0 [ορ. 6
υψ. 22.0

Β 0.6.3.3 [ορ. 5.1
υψ. 22.0

Γ 0.6.2.9 [ορ. 4.1
υψ. 18.5μ

Δ 0.6.2.4 [ορ. 3.1
υψ. 15.5μ

Ε 0.6.2.0 [ορ. 3
υψ. 11.0μ

ΣΤ 0.6.1.8 [ορ. 3
υψ. 11.0μ

ΚΑΙΝΕΡΟΝ

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

1:1000

ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ**ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ**

ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΟΥ 34 * ΑΘΗΝΑ 104 32 * TELEX 223211 ΥΡΕΤ GR * FAX 52 34 312

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΩΝ

ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ Σολωμού 51		ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ Φ.Ε.Κ.	
Πληροφορίες δημοσιευμάτων Α.Ε. - Ε.Π.Ε.	5225 761	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	
	5230 841	Βασ. Όλγας 188, 1ος όρ. - Τ.Κ. 546 55	(031) 423 956
Πληροφορίες δημοσιευμάτων λοιπών Φ.Ε.Κ.	5225 713	ΠΕΙΡΑΙΑΣ	4136 402
	5249 547	Νικητά 6-8 Τ.Κ. 185 31	4171 307
Πώληση Φ.Ε.Κ.	5239 762	ΠΑΤΡΑ	(061) 271 249
Φωτοαντίγραφα παλαιών Φ.Ε.Κ.	5248 141	Κορίνθου 327 Τ.Κ. 262 23	224 581
Βιβλιοθήκη παλαιών Φ.Ε.Κ.	5248 188	ΙΩΑΝΝΙΝΑ	
Οδηγίες για δημοσιεύματα Α.Ε. - Ε.Π.Ε.	5248 785	Διοικητήριο Τ.Κ. 454 44	(0651) 21 901
Εγγραφή Συνδρομητών Φ.Ε.Κ. και		ΚΟΜΟΤΗΝΗ	(0531) 22 637
αποστολή Φ.Ε.Κ.	5248 320	Δημοκρατίας 1 Τ.Κ. 691 00	26 522

- Μέχρι 8 σελίδες 200 δρχ.

ΤΙΜΗ ΦΥΛΛΩΝ

ΕΦΗΜΕΡΙΔΟΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

- Από 8 σελίδες και άνω προσαύξηση 100 δρχ. ανά σελίδα ή μέρος αυτού

ΕΤΗΣΙΕΣ ΣΥΝΔΡΟΜΕΣ Φ.Ε.Κ.

Τεύχος	Κ.Α.Ε. Προϋπολογισμού 2531	Κ.Α.Ε. εσόδου υπέρ ΤΑΠΕΤ 3512
Α' (Νόμοι, Π.Δ., Συμβάσεις κ.λπ.)	60.000 δρχ.	3.000 δρχ.
Β' (Υπουργικές αποφάσεις κ.λπ.)	70.000 »	3.500 »
Γ' (Διορισμοί, απολύσεις κ.λπ. Δημ. Υπαλλήλων)	15.000 »	750 »
Δ' (Απαλλοτριώσεις, πολεοδομία κ.λπ.)	70.000 »	3.500 »
Αναπτυξιακών Πράξεων (Τ.Α.Π.Σ.)	30.000 »	1.500 »
Ν.Π.Δ.Δ. (Διορισμοί κ.λπ. προσωπικού Ν.Π.Δ.Δ.)	15.000 »	750 »
Παράρτημα (Πίνακες επιτυχόντων διαγωνισμών κ.τ.λ.)	5.000 »	250 »
Δελτίο Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (Δ.Ε.Β.Ι.)	10.000 »	500 »
Ανωτάτου Ειδικού Δικαστηρίου (Α.Ε.Δ.)	3.000 »	150 »
Προκηρύξεων Α.Σ.Ε.Π.	10.000 »	500 »
Ανωνύμων Εταιρειών & Ε.Π.Ε.	250.000 »	12.500 »
ΠΑ ΟΛΑ ΤΑ ΤΕΥΧΗ ΕΚΤΟΣ Α.Ε. & Ε.Π.Ε.	250.000 »	12.500 »

- * Οι συνδρομές του εσωτερικού προπληρώνονται στα Δημόσια Ταμεία που δίδουν αποδεικτικό είσπραξης (διπλότυπο) το οποίο με τη φροντίδα του ενδιαφερομένου πρέπει να στέλνεται στην Υπηρεσία του Εθνικού Τυπογραφείου.
- * Οι συνδρομές του εξωτερικού επιβαρύνονται πέραν των ανωτέρω αναφερομένων ποσών με τα ταχυδρομικά τέλη και μπορεί να στέλνονται με επιταγή και σε ανάλογο συνάλλαγμα στο Διευθυντή Διαχείρισης του Εθνικού Τυπογραφείου.
- * Η πληρωμή του ποσοστού του ΤΑΠΕΤ που αντιστοιχεί σε συνδρομές, εισπράττεται στην Αθήνα από τα Ταμεία του ΤΑΠΕΤ (Σολωμού 51 - Αθήνα) και στις άλλες πόλεις από τα Δημόσια Ταμεία.
- * Οι συνδρομητές του εξωτερικού μπορούν να στέλνουν το ποσό του ΤΑΠΕΤ μαζί με το ποσό της συνδρομής.
- * Οι Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις, οι Δήμοι, οι Κοινότητες ως και οι επιχειρήσεις αυτών πληρώνουν το μισό χρηματικό ποσό της συνδρομής και ολόκληρο το ποσό υπέρ του ΤΑΠΕΤ.
- * Η συνδρομή ισχύει για ένα χρόνο, που αρχίζει την 1η Ιανουαρίου και λήγει την 31η Δεκεμβρίου του ίδιου χρόνου. Δεν εγγράφονται συνδρομητές για μικρότερο χρονικό διάστημα.
- * Η εγγραφή ή ανανέωση της συνδρομής πραγματοποιείται το αργότερο μέχρι τον Μάρτιο κάθε έτους.
- * Αντίγραφα διπλοτύπων, ταχυδρομικές επιταγές και χρηματικά γραμμάτια δεν γίνονται δεκτά.

Οι υπηρεσίες του κοινού λειτουργούν καθημερινά από 08.00 έως 13.00

ΑΠΟ ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ

ΚΑΡΑΧΑΛΗΣ ΝΙΚΟΛΑΣ
Δερβενακίων 23
16674 Γλυφάδα
karachalis@panteion.gr
τηλ. 2109234448, 6936495339
fax 2109232979

Ερωτηματολόγιο Πολιτιστικών Επιχειρήσεων

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ, ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

*Ερωτηματολόγιο για τις πολιτιστικές
επιχειρήσεις της περιοχής του Ψυρή*

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ:

ΠΟΛΙΤΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ, ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

*Ερωτηματολόγιο για τις πολιτιστικές
επιχειρήσεις της περιοχής του Ψυρή*

Ανωνυμία και Εχεμύθεια σχετικά με τα Στοιχεία των Επιχειρήσεων

Τα στοιχεία των ερωτηματολογίων θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς και θα είναι εμπιστευτικά. Οι διευθύνσεις και τα τηλέφωνα δεν θα δοθούν σε καμία περίπτωση σε τρίτους.

Παρατηρήσεις και Οδηγίες για την Συμπλήρωση των Ερωτηματολογίων

- Στο ερωτηματολόγιο στις περισσότερες ερωτήσεις γίνεται αναφορά στην «επιχείρησή σας». Ο όρος αυτός έχει ευρύτερη σημασία και περιλαμβάνει οργανισμούς, επιχειρήσεις, αυτοαπασχολούμενους, κ.α., που κατατάσσονται στον πολιτιστικό τομέα.
- Ο χρόνος που θα χρειαστείτε για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου είναι περίπου 20 λεπτά.
- Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί σαν κύριο υλικό σε διδακτορική διατριβή που εκπονείται στο Τμήμα Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου.
- Για ερωτήσεις ή περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να επικοινωνήσετε με τον Νικόλα Καραχάλη, στο 210-9652364 ή με e-mail karachalis@panteion.gr.

Νικόλας Καραγάλης

Πτυχιούχος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου και κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου «Master of Arts in European Urban Cultures» ο οποίος απονέμεται από κοινού από τα πανεπιστήμια Free University of Brussels, Catholic University of Tilburg, Manchester Metropolitan University και University of Arts and Design of Helsinki. Εκπονώ διδακτορική διατριβή στο τμήμα Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου με θέμα την πολιτιστική διαχείριση στο πλαίσιο πολιτιστικών περιοχών. Έχω εξειδίκευση σε θέματα πολιτιστικής πολιτικής και διαχείρισης, αστικού σχεδιασμού, καθώς και στη διαχείριση των προγραμμάτων των Διαρθρωτικών Ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Τίτλος Διδακτορικού

“Πολιτισμός και Τοπική Ανάπτυξη: Ο ρόλος των πολιτιστικών περιοχών στις σύγχρονες πόλεις”

Τα τελευταία 10-15 χρόνια οι πολιτικές δημιουργίας και διαχείρισης πολιτιστικών περιοχών αποτελούν μία δημοφιλή, εναλλακτική λύση για την πολιτιστική ανάπτυξη των πόλεων. Πρόκειται για αναμίξεις πολιτιστικών λειτουργιών και δράσεων οι οποίες μπορεί να περιορίζονται στο χώρο ενός συγκροτήματος ή να αφορούν μια εκτεταμένη αστική περιοχή. Πολύ συνηθισμένη είναι η χρήση πρώην βιομηχανικών κτιρίων, χωρίς αυτό να αποκλείει και τη δημιουργία νέων κτιρίων. Σε αρκετές περιπτώσεις οι στρατηγικές αφορούν κατά κύριο λόγο τις πολιτιστικές και καλλιτεχνικές δραστηριότητες (θέατρα, γκαλερί, αίθουσες συναυλιών, πολυχώροι πολιτισμού κλπ), συνδυάζονται πολύ συχνά όμως με υποδομές αναψυχής και διασκέδασης (μπαρ, εστιατόρια, καταστήματα, κ.α.) και τη διοργάνωση φεστιβάλ.

Οι πολιτιστικές επιχειρήσεις βρίσκονται στο επίκεντρο των εξελίξεων και κατέχουν κεντρικό ρόλο στην ανάπτυξη των πολιτιστικών περιοχών. Η δημιουργία και η διατήρηση του κατάλληλου κλίματος (creative milieu) μέσα στο οποίο μπορούν να αναπτυχθούν οι νέες πολιτιστικές επιχειρήσεις δεν αποτελεί καθόλου εύκολη υπόθεση, αφού απαιτεί την άμεση συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων πλευρών. Στις περιπτώσεις των πολιτιστικών περιοχών εμπλέκονται φορείς και επιχειρήσεις από τον δημόσιο, τον ιδιωτικό και τον εθελοντικό τομέα.

Σκοπός του διδακτορικού είναι ακριβώς να αναλυθούν οι παράμετροι που καθορίζουν τις νέες αυτές πολιτικές πολιτιστικής συγκέντρωσης. Παρουσιάζονται οι εξής μελέτες περιπτώσεων από το εξωτερικό: το Northern Quarter στο Μάντσεστερ, το Temple Bar στο Δουβλίνο, το Veemarktkwartier στο Τίλμπουργκ, το Cable Factory στο Ελσίνκι και το Museumquartier στη Βιέννη. Τέλος θα αναλυθεί η ελληνική εμπειρία στον τομέα αυτό κυρίως μέσα από τη πολιτιστική περιοχή του Ψυρή και τη δράση των πολιτιστικών επιχειρήσεων. Η συνεισφορά της διατριβής θα αφορά την καλύτερη κατανόηση των σύνθετων πολιτιστικών και οικονομικών δυνάμεων που διαμορφώνουν μια πολιτιστική περιοχή και καθορίζουν τη βιωσιμότητά της. Μπορούν έτσι να αναλυθούν και να σχεδιαστούν καλύτερα τα σχετικά μοντέλα αστικής πολιτιστικής πολιτικής που θα οδηγήσουν τις πόλεις στην καλύτερη αξιοποίηση του πολιτιστικού τους δυναμικού, στην προσέλκυση επενδύσεων και αστικού τουρισμού και στην καλύτερη αντιμετώπιση του αστικού ανταγωνισμού.

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

1^η Ερώτηση

Α) Σημειώστε στην πρώτη στήλη ποιά είναι η κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης που εκπροσωπείται (μόνο μια απάντηση).

- ☐ Εικαστικές Τέχνες
- ☐ Θέατρο, Χορός
- ☐ Εκδόσεις
- ☐ Φωτογραφία, Κινηματογράφος, Video
- ☐ Μουσική
- ☐ Τηλεόραση & Ραδιόφωνο
- ☐ Συναυλίες, ηχογραφήσεις κλπ.
- ☐ Διαφήμιση
- ☐ Σχεδίαση (βιομηχανικό design, διακόσμηση, γραφιστική κλπ)
- ☐ Άλλο:.....

2^η Ερώτηση

Αναφέρετε ποιος είναι ο κύριος χαρακτήρας των δραστηριοτήτων (δυνατότητα για μία απάντηση).

- ☐ Πωλήσεις ή Παροχή υπηρεσιών
- ☐ Παραγωγή (π.χ. Παραστάσεις, Εκδόσεις)
- ☐ Άλλο:.....

3^η Ερώτηση

Ποια είναι η μορφή της επιχείρησής σας;

- ☐ Ελεύθερος επαγγελματίας ή Ατομική Επιχείρηση
- ☐ Α.Ε.
- ☐ Σύλλογος ή Σωματείο ή Μη κερδοσκοπικός οργανισμός
- ☐ Δημόσιος Φορέας (Κρατικός ή Αυτοδιοικητικός)
- ☐ Άλλο:

4^η Ερώτηση

Ποιο έτος ιδρύθηκε η επιχείρησή σας ;

5^η Ερώτηση

Πόσα άτομα απασχολούσε η επιχείρησή σας την 1^η Ιανουαρίου 2006, περιλαμβάνοντας και τον εαυτό σας ; άτομο/άτομα

6^η Ερώτηση

Σε ποια από τις παρακάτω κατηγορίες κατατάσσεται η πλειοψηφία των ατόμων που εργάζονταν την 1^η Ιανουαρίου 2006 στην επιχείρησή σας:

- ☐ Με σταθερή εργασιακή σχέση
- ☐ Μέσω προγραμμάτων ΟΑΕΔ ή Πανεπιστημίων
- ☐ Εξωτερικοί Συνεργάτες βάσει βραχυχρόνιων συμβάσεων
- ☐ Εθελοντές
- ☐ Άλλο:

7^η Ερώτηση

Πως βλέπετε αυτή τη στιγμή το μέλλον της επιχείρησής σας ;

- ☐ Πολύ επιτυχημένο, δεν υπάρχουν προβλήματα επιβίωσης
- ☐ Υπάρχουν καλές προοπτικές αλλά και μεγάλη αβεβαιότητα
- ☐ Σοβαρές δυσκολίες, ενδεχομένως να κλείσει μέσα στα επόμενα χρόνια

Ο ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ / ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ

8^η Ερώτηση

Είστε ο διευθυντής ή ιδιοκτήτης της επιχείρησης ;

- ☐ Ναι (πηγαίνετε στην ερώτηση 9)
- ☐ Όχι (πηγαίνετε στην ερώτηση 11)

9^η Ερώτηση

Σε ποιόν τομέα ανταποκρίνονται οι σπουδές σας/ η ειδίκευση σας ;

- ☐ Σπουδές Μηχανικού (π.χ., Αρχιτεκτονική)
- ☐ Οικονομικές Σπουδές - Διοίκηση Επιχειρήσεων - Μάρκετινγκ
- ☐ Κοινωνικές Σπουδές
- ☐ Καλλιτεχνικές Σπουδές

- ☐ Σχέδιο/Γραφιστική
- ☐ Δεν έχω ειδικευτεί
- ☐ Άλλο:.....

10^η Ερώτηση

Τι ρόλο έπαιξαν οι παρακάτω παράγοντες στην απόφαση ίδρυσης της επιχείρησής σας ;

(Προσδιορισμός από 1-10, όπου 1=ο σημαντικότερος λόγος, 2=ο δεύτερος σημαντικότερος λόγος και 3=ο τρίτος κατά σειρά, κοκ)

Παράγοντες	Βαθμός Σημασίας
Πρόκληση	
Ανακάλυψη ανάγκης/ έλλειψης στην αγορά	
Επιθυμία να είμαι αφεντικό του εαυτού μου	
Διάθεση ιδίου κεφαλαίου	
Προσωπικό ενδιαφέρον για συγκεκριμένο τομέα	
Μη ικανοποίηση με προηγούμενη εργασία	
Δυνατότητα για περισσότερα χρήματα	
Καλύτερες δυνατότητες συνδυασμού οικογένειας και εργασίας	
Απειλή ανεργίας	
Ανεργία	

11^η Ερώτηση

Θεωρείται την ενασχόληση σας με την επιχείρηση σας;

- ☐ Ως επαγγελματική ενασχόληση
- ☐ Κυρίως ως καλλιτεχνική ή δημιουργική έκφραση

ΤΟΠΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

12^η Ερώτηση

Πόσο καιρό βρίσκεται η επιχείρησή σας στη συγκεκριμένη περιοχή ;

13^η Ερώτηση

Η επιχείρησή σας ιδρύθηκε και λειτούργησε για πρώτη φορά;

- ☐ Στη συγκεκριμένη περιοχή
- ☐ Σε άλλη περιοχή και μετεγκαταστάθηκε (το έτος)
- ☐ Αποτελεί παράρτημα ή θυγατρική άλλης επιχείρησης που προϋπήρχε

14^η Ερώτηση

Που στεγάσετε την επιχείρησή σας ;

- ☐ Σε ιδιόκτητο χώρο
- ☐ Σε ενοικιαζόμενο χώρο, ο οποίος είναι ειδικά διαμορφωμένος (π.χ., θέατρο, αίθουσα συναυλιών)
- ☐ Σε ενοικιαζόμενο κατάστημα ή διαμέρισμα
- ☐ Σε χώρο που παραχωρείται δωρεάν

15^η Ερώτηση

Ποιοι ήταν οι βασικοί λόγοι εγκατάστασης της επιχείρησής σας στην συγκεκριμένη περιοχή ;
(έως 3 απαντήσεις)

- ☐ Ύπαρξη παρόμοιων επιχειρήσεων και οργανισμών στη περιοχή
- ☐ Έτοιμος χώρος, κατάλληλος για πολιτιστικές εκδηλώσεις – δραστηριότητες
- ☐ Ιδιαιτερότητα κτιρίου (π.χ. βιομηχανικός χώρος)
- ☐ Χαμηλές τιμές (ενοίκιο ή αγορά)
- ☐ Καλλιτεχνική - δημιουργική ατμόσφαιρα της περιοχής του Ψυρή
- ☐ Επαρκής χώρος στάθμευσης
- ☐ Εύκολη πρόσβαση
- ☐ Κοντά σε προμηθευτές
- ☐ Κοντά στην αγορά ή στους πελάτες
- ☐ Ικανοποιητικές υποδομές για τεχνολογία (Ιντερνετ, τηλεφ. γραμμές, εταιρίες παροχής)
- ☐ Τυχαία επιλογή
- ☐ Άλλο:.....
- ☐ Δεν επέλεξα την περιοχή, η επιχείρηση ήταν ήδη εκεί

16^η Ερώτηση

Θα μετακομίσει η επιχείρησή σας σύντομα ;

- ☐ Ναι σίγουρα
☐ Ναι, εφόσον μπορέσουμε
☐ Όχι, πηγαίνετε στην ερώτηση 19

17^η Ερώτηση

Ποιος είναι οι βασικότεροι λόγοι για την μετακόμιση της επιχείρησής σας ;

(Προσδιορισμός από 1-3, όπου 1=ο σημαντικότερος λόγος, 2=ο δεύτερος σημαντικότερος λόγος και 3=ο τρίτος κατά σειρά)

Έλλειψη χώρου	
Η λειτουργικότητα δεν είναι επαρκής	
Δύσκολη πρόσβαση	
Έλλειψη χώρου στάθμευσης	
Υψηλή τιμή	
Λήγει το ενοικιαστήριο	
Η περιοχή δεν είναι πια κατάλληλη για πολιτιστικές δραστηριότητες / εκδηλώσεις	
Η επιχείρηση χρειάζεται επέκταση	
Άλλο	

18^η Ερώτηση

Που θα μετακομίσει η επιχείρησής σας ;

- ☐ Σε άλλη περιοχή του κέντρου της Αθήνας
☐ Σε περιοχή εκτός κέντρου
☐ Σε άλλη πόλη
☐ Στο εξωτερικό
☐ Δεν ξέρω

19^η Ερώτηση

Δεδομένου ότι βρίσκεστε σε μία πολιτιστική περιοχή πώς αξιολογείται την επίδραση της ύπαρξης άλλων πολιτιστικών επιχειρήσεων στην επιχείρησή σας; (Προσδιορίστε με % και άθροισμα 100%.)

Όφελος από τη καλλιτεχνική ατμόσφαιρα της περιοχής	
Δυνατότητα για άτυπα δίκτυα - Ανταλλαγή δημιουργικών ιδεών – Γνωριμίες	
Εγγύτητα προμηθευτών ή Εγγύτητα πελατών	
Υγιής Ανταγωνισμός	
Διαφήμιση της επιχείρησης	

☐ Διαφωνώ, δεν πιστεύω ότι η περιοχή έχει επίδραση στη λειτουργία της επιχείρησής μου

ΔΙΚΤΥΩΣΗ - ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

20^η Ερώτηση

Με ποιες από τις επόμενες επιχειρήσεις / οργανισμούς / άτομα / υπηρεσίες έχετε επαγγελματικές σχέσεις συχνότερα; (Προσδιορισμός από 1-10, όπου 1=ο σημαντικότερος λόγος, 2=ο δεύτερος σημαντικότερος λόγος και 3=ο τρίτος κατά σειρά, κοκ)

Κατηγορία	Κατάταξη
Επιχειρήσεις ιδίου τομέα	
Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης	
Συλλέκτες	
Λογιστές, Οικονομικούς Συμβούλους	
Προμηθευτές	
Ιδιωτικές Επιχειρήσεις Παροχής Υπηρεσιών	
Δημόσιοι οργανισμοί (π.χ. Υπουργείο Πολιτισμού)	
Συλλόγους	
Πανεπιστήμια, Καλλιτεχνικές Σχολές	
Πολιτιστικούς οργανισμούς (π.χ. μουσεία)	
Άλλο :	

21^η Ερώτηση

Που βρίσκονται οι περισσότερες επιχειρήσεις / οργανισμοί / άτομα / υπηρεσίες του ίδιου τομέα ;

- ☐ Στην περιοχή του Ψυρή
- ☐ Σε άλλη περιοχή του κέντρου
- ☐ Στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας
- ☐ Σε άλλες περιοχές της χώρας
- ☐ Στο εξωτερικό

22^η Ερώτηση

Πως κρίνετε την σημασία των παρακάτω παραγόντων για την επιχείρησή σας (Προσδιορισμός από 1-3, όπου 1=ο σημαντικότερος λόγος, 2=ο δεύτερος σημαντικότερος λόγος και 3=ο τρίτος κατά σειρά)

Κατηγορία	Κατάταξη
Πληροφόρηση και συμβουλές σε θέματα διοίκησης/ πολιτιστικής διαχείρισης	
Διευθέτηση οικονομικών/ λογιστικών θεμάτων	
Οργάνωση φεστιβάλ, event, κλπ	
Υποστήριξη στο Μάρκετινγκ, την διανομή, τις πωλήσεις	
Εκπαίδευση προσωπικού	
Συνεργασία για κοινά έργα ή κοινή χρήση εξοπλισμού	
Κοινή προβολή με επιχειρήσεις της περιοχής	
Συστέγαση με άλλες επιχειρήσεις	
Επίλυση κοινών πρακτικών προβλημάτων (π.χ. ωράριο)	
Εξασφάλιση κρατικών ή ευρωπαϊκών χρηματοδοτήσεων, επιχορηγήσεων	
Άλλο.....	

23^η Ερώτηση

Ποια είναι η σημασία της προσωπικής απευθείας επαφής με πελάτες ή συνεργάτες;

- ☐ Είναι παρά πολύ σημαντική για την επιχείρησή μου χωρίς αυτή δεν επιβιώνει
- ☐ Είναι μεν σημαντική, αλλά δεν αποτελεί το σημαντικότερο παράγοντα
- ☐ Δεν είναι σημαντική, οι περισσότερες επαφές γίνονται τηλεφωνικά ή μέσω Διαδικτύου

24^η Ερώτηση

Σε ποιόν τομέα δραστηριοποιούνται οι περισσότερες επιχειρήσεις / οργανισμοί / άτομα / υπηρεσίες που συνεργάζεστε; (δυνατότητα για μία απάντηση)

- ☐ Οικονομικό τομέα (λογιστές, οικονομικοί σύμβουλοι Σύμβουλοι Επιχειρήσεων)
- ☐ Νέες τεχνολογίες (εταιρίες πληροφορικής)
- ☐ Γραφίστες, διαφημιστές
- ☐ Πολιτιστικές Δραστηριότητες
- ☐ ΜΜΕ
- ☐ Εκπαίδευση
- ☐ Χονδρικό εμπόριο, Βιοτεχνίες
- ☐ Άλλο:.....

25^η Ερώτηση

Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι πελάτες της επιχείρησής σας ; (δυνατότητα για μία απάντηση)

- ☐ Κοινό, θεατές
- ☐ Δημόσιο (Υπουργεία, Δήμος, κλπ.)
- ☐ Άλλες Πολιτιστικές Επιχειρήσεις
- ☐ Εμπορικά καταστήματα
- ☐ Άλλο:.....

26^η Ερώτηση

Σε τι βαθμό έχει ανάγκη η επιχείρησή σας από εξωτερικές υπηρεσίες στις παρακάτω κατηγορίες (Προσδιορισμός από 1-3, όπου 1=ο σημαντικότερος λόγος, 2=ο δεύτερος σημαντικότερος λόγος και 3=ο τρίτος κατά σειρά ;

Κατηγορία	Κατάταξη
Οικονομικές υπηρεσίες	
Νομικές υπηρεσίες	
Υποστήριξη σε θέματα Μάρκετινγκ - Δημοσίων σχέσεων – Διαφήμισης	
Υποστήριξη σε διοικητικά θέματα και γραμματειακές υπηρεσίες	
Τεχνική υποστήριξη	
Εκπαίδευση / Επιμόρφωση	
Συμβουλές για χρηματοδοτικά προγράμματα	
Άλλο:	

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

27^η Ερώτηση

Η επιχείρησή σας λαμβάνει επιχορηγήσεις για τις δραστηριότητές της ;

- ☐ Ναι
☐ Όχι (πηγαίνετε στην ερώτηση 31)

28^η Ερώτηση

Σε τι ποσοστό καλύπτουν οι επιχορηγήσεις τον προϋπολογισμό σας ;

- ☐ Λιγότερο από 25%
☐ 25% - 49%
☐ 50% - 74%
☐ 75% και πάνω

29^η Ερώτηση

Συμμετέχετε σε συγκεκριμένα προγράμματα του δημοσίου (επιχορηγούμενα και μη) στους παρακάτω τομείς ;

Κατηγορία	Ναι	Σκοπεύω	Όχι
Επιδότηση ανέργων – ΟΑΕΔ			
ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ			
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ 2000			
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΚΛΠ			
ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ			
Άλλο:			

30^η Ερώτηση

Με ποιους τρόπους πιστεύετε ότι μπορεί να βοηθήσει ο δημόσιος τομέας στη λειτουργία της επιχείρησής σας;

.....
.....
.....

31^η Ερώτηση

Μπορεί ο δημόσιος τομέας να βοηθήσει στη λειτουργία της περιοχής του Ψυρή και εάν ναι με ποιον τρόπο;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ΨΥΡΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ

32^η Ερώτηση

Πως κρίνετε τη σημασία των παρακάτω χαρακτηριστικών όσον αφορά το κλίμα για τις επιχειρήσεις / οργανισμούς / άτομα που δραστηριοποιούνται στον πολιτιστικό τομέα στην περιοχή του Ψυρή

Κατηγορία	Πολύ καλό	Μέτριο	Κακό
Πολιτιστικό προφίλ			
Επιχειρηματικό προφίλ			
Ιστορία – Κληρονομιά της περιοχής			
Ύπαρξη κατάλληλων χώρων			
Υποδομές για επιχειρήσεις			
Ποιότητα ζωής			
Ενοποίηση Αρχαιολογικών Χώρων			
Εστιατόρια, Μπαρ κλπ			
Δυνατότητα παρουσίασης της επιχείρησης, π.χ. εκθέσεις, φεστιβάλ			
Πρόσβαση			
Ποιότητα περιβάλλοντος			
Πολυπολιτισμικός χαρακτήρας			
Ασφάλεια			
Άλλο.....			

33^η Ερώτηση

Πως θα χαρακτηρίζατε το κλίμα για τις επιχειρήσεις – οργανισμούς – άτομα που δραστηριοποιούνται στον πολιτιστικό τομέα στην περιοχή του Ψυρή ;

- ☐ Πολύ καλό
- ☐ Μέτριο
- ☐ Κακό
- ☐ Δεν ξέρω

34^η Ερώτηση

Πιστεύετε ότι θα έπρεπε να δημιουργηθεί ένας ξεχωριστός οργανισμός ή σύλλογος για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις της περιοχής του Ψυρή ;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι (πηγαίνετε στην ερώτηση 36)
- ☐ Δεν ξέρω (πηγαίνετε στην ερώτηση 36)

35^η Ερώτηση

Ποιες κατά τη γνώμη σας θα πρέπει να είναι οι δραστηριότητες αυτού του οργανισμού ;
(δυνατότητα για περισσότερες από μια απάντηση)

- ☐ Ενίσχυση της δικτύωσης
- ☐ Παροχή πληροφοριών σε πολιτιστικές επιχειρήσεις
- ☐ Προώθηση των πολιτιστικών επιχειρήσεων της περιοχής του Ψυρή
- ☐ Προώθηση της περιοχής του Ψυρή συνολικά
- ☐ Λειτουργία ως μεσάζοντας σε σχέση με το Δημόσιο
- ☐ Οργάνωση κοινών δραστηριοτήτων, όπως φεστιβάλ, event, κ.α.
- ☐ Υποστήριξη νέων επιχειρήσεων στον πολιτιστικό τομέα
- ☐ Λειτουργία ως σημείο συνάντησης για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις
- ☐ Συμβουλευτικές υπηρεσίες
- ☐ Άλλο.....

36^η Ερώτηση

Έχετε υπόψη σας πολιτιστικές περιοχές σε πόλεις του εξωτερικού και εάν ναι ποιες;

.....

.....

.....

37^η Ερώτηση

Πιστεύετε ότι γενικά η περιοχή του Ψυρή έχει καθιερωθεί στο ευρύτερο κοινό με θετικό τρόπο ως πολιτιστική περιοχή;

- ☐ Ναι
☐ Όχι
☐ Δεν ξέρω

38^η Ερώτηση

Τι προτάσεις έχετε να κάνετε για τη βελτίωση του επιχειρηματικού κλίματος για τις πολιτιστικές επιχειρήσεις της περιοχής του Ψυρή;

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Έχετε κάποια άλλη παρατήρηση να κάνετε ;

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Σας ευχαριστώ πολύ για την συνεργασία σας

**ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΟΥ ΣΥΜΠΛΗΡΩΝΟΝΤΑΙ ΜΕΤΑ ΤΗ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΤΟΥ
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ**

Επωνυμία φορέα:.....

Ονοματεπωνυμία ερωτώμενου/ης

.....

Ιδιότητα και Τ/Φ ερωτώμενου/

ης:.....

Ημερομηνία Συνέντευξης:.....

.....

Τα χαρακτηριστικά της συνέντευξης και οι παρατηρήσεις.

1. Ευκολία κλεισίματος των ραντεβού. *Εύκολα*..... *Μέτρια*

..... *Δύσκολα*.....

2. Αριθμός συναντήσεων.

Μία..... *Δύο*..... *Τρεις*..... *Τέσσερις*.....

3. Ημερομηνίες διεξαγωγής.

4. Ώρες διεξαγωγής.

Πρωί..... *Μεσημέρι*..... *Απόγευμα*..... *Βράδυ*.....

5. Η διάρκεια των συναντήσεων. *Μία ώρα*..... *Δύο ώρες*..... *Τρεις ώρες*..... *Τέσσερις*.....

6. Ο χώρος διεξαγωγής. *Στα γραφεία*..... *Στο σπίτι του ερωτώμενου*..... *Σε άλλο χώρο, ποιο*.....

7. Το κλίμα που επικράτησε. *Πολύ*

καλό..... *Καλό*..... *Μέτριο*..... *Κακό*.....

8. Ευκολία άντλησης των στοιχείων.

Μεγάλη..... *Μέτρια*..... *Μικρή*.....

9. Η σαφήνεια των απαντήσεων.

Μεγάλη..... *Μέτρια*..... *Μικρή*.....

11. Συνοδευτικό υλικό. *Έντυπα*..... *Φωτογραφίες*..... *Κασέτα*..... *Άλλα ντοκουμέντα*.....

12. Παρατηρήσεις

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε: Πολιτιστικές Επιχειρήσεις και οργανισμοί της περιοχής του Ψυρή

Α. Θέατρα- Μουσικές σκηνές:

- Θέατρο Εμπρός

Το θέατρο Εμπρός, στεγάζεται στο παλιό τυπογραφείο της ιστορικής εφημερίδας και παραμένει σήμερα ένα ζωντανό στοιχείο της περιοχής, με τον Τάσο Μπαντή να είναι ο διευθυντής του χώρου μετά τη πρόσφατη διάλυση της ομάδας Μορφές, την οποία είχε συστήσει μαζί με τη Ράνια Οικονομίδου και τον Δημήτρη Καταλειφό. Σημαντικό στοιχείο είναι ότι διατηρήθηκε σχεδόν αναλλοίωτος ο χαρακτήρας του κτιρίου. Το κτίριο ανήκει στην Κτηματική Εταιρία Δημοσίου, διαθέτει δύο σκηνές (η επάνω με 80-90 θέσεις και η κάτω με 140-180) και έχει παραχωρηθεί με σύμβαση¹.

- Πολιτεία

Το Θέατρο Πολιτεία στεγάστηκε σε ένα κτίριο στην οδό Σαρρή 44 το οποίο ήταν το πρώτο στοιχειοχυτήριο και μετά τον πόλεμο έγινε τυπογραφείο. Ο χώρος παραστάσεων διαμορφώνεται ανάλογα με την παράσταση και χωράει από 70-150 θεατές και διαθέτει και μεγάλο φουαγιέ που φιλοξενεί εκθέσεις. Η ομάδα που το δημιούργησε ήταν για αρκετά χρόνια συνυπεύθυνη στο θέατρο της Καισαριανής, το οποίο ξεκίνησε η σκηνογράφος Έρση Δρίνη μαζί με άλλους ηθοποιούς, αφού είχε περιπλανηθεί στο θεατρικό χώρο της Ευρώπης. Το 1991 ο σκηνογράφος Σωτήρης Χατζάκης² μαζί με την Έρση Δρίνη ξεκινούν τη λειτουργία του θεάτρου, σε μια εποχή που όπως λέει η τελευταία «το Ψυρή φιλοξενούσε κυρίως οίκους ανοχής και υπόκοσμο».

- Κινηματογράφος Cine Ψυρή

¹ Μετά την ολοκλήρωση της έρευνας, ο θάνατος του Τάσου Μπαντή ανέτρεψε όλα τα δεδομένα της λειτουργίας του θεάτρου. Μπροστά στον κίνδυνο κλεισίματος και πώλησης συγκεντρώθηκαν 600 περίπου υπογραφές για τη σωτηρία του θεάτρου. Το ΥΠ.ΠΟ. ανταποκρίθηκε στο αίτημα και ανακοίνωσε την αγορά του με σκοπό να το χρησιμοποιήσει για νέους θεσμούς που αφορούν το θέατρο και τον χορό.

² Ο Σωτήρης Χατζάκης εδώ και δύο χρόνια είχε αναλάβει αναπληρωτής διευθυντής του Εθνικού Θεάτρου. Όπως λέει σε συνέντευξή του στην Καθημερινή στις 30 Απριλίου του 2006: «Το βλέπω ηθικά ασυμβίβαστο να υπηρετώ σ' ένα θέατρο δημοσίου συμφέροντος και να διατηρώ ταυτόχρονα δικό μου θέατρο. Έτσι αποχώρησα από το εταιρικό της «Πολιτείας» για όσο καιρό θα είμαι εδώ (στο Εθνικό Θέατρο)». Όλα τα χρόνια έχουν προχωρήσει σε πολλές συνεργασίες (π.χ., με την ομάδα χορού Sinequanon στην παράσταση «Νύχτα του Τράγου»), μετακλήσεις, ενώ διοργανώνουν και εκθέσεις, εκδηλώσεις, κ.λπ. Πρόσφατα με την ανάληψη της ηγεσίας του Εθνικού Θεάτρου από τον σκηνοθέτη Γ. Χουβαρδά, ο Σ. Χατζάκης εγκατέλειψε τη θέση του χωρίς ωστόσο να ξεκαθαρίσει τους σκοπούς του για το θέατρο Πολιτεία.

Ανάμεσα στα δύο θέατρα στην οδό Σαρρή 44 λειτουργεί τα τελευταία δέκα χρόνια τα καλοκαίρια ο θερινός κινηματογράφος Cine Ψυρρή (καθώς και το ομώνυμο εστιατόριο, το οποίο λειτουργεί όλο το χρόνο). Το κτιριακό σύμπλεγμα έχει ιδιαίτερο ιστορικό ενδιαφέρον αφού υπήρξε εξοχική κατοικία του Όθωνα όσο η πρωτεύουσα βρισκόταν στο Μεσολόγγι, ενώ ακολούθως φιλοξένησε εργάτες της Γαλλικής Εταιρίας Γκαζιού, καροποιείο, κ.ά. Η αναστήλωση του κτιρίου που φιλοξενεί το εστιατόριο χρηματοδοτήθηκε από το ΥΠΕΧΩΔΕ, ενώ συμμετέχει και στο επιδοτούμενο πρόγραμμα του Σήματος Ελληνικής Κουζίνας του Ε.Ο.Τ. (το οποίο όμως δεν πληρώθηκε ποτέ). Λειτουργεί υπό τη διεύθυνση του ηθοποιού Ντίνου Αυγουστίδη, ο οποίος ζει στην περιοχή.

- Θέατρο Θησείων

Το Θησείων αποτελεί επίσης ένα από τα αναγνωρίσιμα θέατρα της περιοχής, έχοντας ταυτιστεί κυρίως με το σκηνοθέτη Μιχάλη Μαρμαρινό. Πρόκειται για παλιό ξυλουργείο και διατηρητέο κτίσμα των αρχών του 20^{ου} αιώνα στην οδό Τουρναβίτου 7. Από το 1994 η εταιρεία θεάτρου "Διπλούς Έρωτες" υπό τη διεύθυνση του Μιχάλη Μαρμαρινού και της Ελένης Πετάση (αρχικά λειτουργούσε στο Στούντιο Ιλίσια) αγόρασε και διαμόρφωσε το κτίριο ονομάζοντας το "ΘΗΣΕΙΟΝ ένα θέατρο για τις Τέχνες," με 150 θέσεις. Μετέπειτα ο θίασος ονομάστηκε Thesseum Ansamble και οι παραστάσεις που έχει ανεβάσει (π.χ., οι παραστάσεις «Εθνικός Ύμνος», «2004», κ.ά. έχουν προκαλέσει ιδιαίτερη αίσθηση και έκαναν εισπρακτική επιτυχία). Φιλοξενεί όμως και άλλες δράσεις (π.χ. έκθεση Κουνέλη) καθώς και εταιρία παραγωγής που λειτουργεί σε ανεξάρτητο χώρο στο πατάρι (Pro-four).

- Θύρα Τέχνης

Στον πρώτο όροφο στη οδό Σαρρή 14 λειτουργεί από το 2000 ο χώρος «Θύρα Τέχνης» το οποίο χωράει 70 άτομα περίπου υπό την ευθύνη του χορογράφου Φάνη Καφούσια. Εκτός από τις θεατρικές παραστάσεις, συναυλίες, ομιλίες και άλλες εκδηλώσεις, λειτουργούν και θεατρικά τμήματα, ανοιχτά μαθήματα χορού, γιόγκα, κ.ά. Σύμφωνα με τον ιδιοκτήτη ο χώρος λειτουργεί ουσιαστικά σαν πολυχώρος και διοργανώνει εκδηλώσεις και σε άλλα μέρη της Αθήνας (π.χ., το 2005 οργάνωσε το 1^ο Νεανικό Μεταμεσονύχτιο Φεστιβάλ της Αθήνας Present Art στο θέατρο Δώρα Στράτου) ή σε συνεργασία με άλλους πολιτιστικούς φορείς (π.χ., με το Θέατρο της Άνοιξης, το Athens Video Festival) ή επιχειρήσεις αναψυχής της περιοχής (π.χ., φεστιβάλ τέχνης στο Lun τον Απρίλιο του 2007).

- Θέατρο Δίπυλον

Το θέατρο Δίπυλον βρίσκεται στην οδό Διπύλου και Καλογήρου Σαμουήλ σε ένα διώροφο βιομηχανικό χώρο, που παλιότερα λειτουργούσε ως βιοτεχνία παραγωγής ζυμαρικών. Αποτελεί ουσιαστικά πολυχώρο αφού εκτός από θέατρο φιλοξενούνται και παραστάσεις χορού καθώς και συναυλίες. Διαθέτει δύο σκηνές 200 και 150 θέσεων αντίστοιχα. Στην ταράτσα βρίσκεται το θερινό σινεμά, «Video Art Cafe», όπου γίνονται κινηματογραφικά αφιερώματα ή μίνι φεστιβάλ βίντεο-τέχνης, ενώ οι εξωτερικοί χώροι και το φουαγιέ χρησιμεύουν σαν χώροι εκθέσεων. Επίσης ο ημιυπόγειος χώρος φιλοξενεί ταβέρνα με ζωντανή μουσική (Μεθυσμενάκι). Σήμερα ο χώρος αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα στη λειτουργία του τα οποία σχετίζονται με την αδειοδότηση και τις διαμαρτυρίες περιοίκων για τη λειτουργία της ταράτσας. Αισιόδοξο είναι το γεγονός ότι παρά την προσωρινή αναστολή της λειτουργίας του από τη σεζόν 2006-2007 λειτουργεί και πάλι κανονικά.

- Θέατρα της «Ελληνικής Θεαμάτων»: Θέατρο Εμπορικών και Θέατρο Αποθήκη

Τα θέατρα Αποθήκη και Εμπορικών ανήκουν στην εταιρία «Ελληνική Θεαμάτων», η οποία ασχολείται με την εκτέλεση θεατρικών, τηλεοπτικών και κινηματογραφικών παραγωγών και κατέχει μεγάλο αριθμό θεατρικών χώρων στην Αθήνα (Αποθήκη, Εμπορικών, Δημήτρης Χορν, Αμόρε, Μουσούρη, Κιβωτός, Πειραιώς 131), έχοντας επιλέξει εμπορικό κυρίως ρεπερτόριο. Η εταιρία ανήκε μέχρι πρότινος στο θεατρικό επιχειρηματία Τάσο Παπανδρέου, σήμερα όμως το μετοχικό κεφάλαιο ανήκει σε μία ομάδα επιχειρηματιών με επικεφαλής τον Κ. Γιαννίκο. Η διαχείριση όλων των θεάτρων της εταιρίας γίνεται κεντρικά και συχνά εναλλάσσονται οι ηθοποιοί μεταξύ των σκηνών, ενώ χρησιμοποιούν κοινές διοικητικές υποδομές.

Το θέατρο Αποθήκη, το οποίο δημιουργήθηκε από την ηθοποιό Αλίκη Γεωργούλη και είναι το παλαιότερο της περιοχής, βρίσκεται στην οδό Σαρρή 44. Παλιό ξυλουργείο, χωράει 200 θεατές και συνεχίζει μέχρι σήμερα με επιτυχημένες mainstream επιλογές. Το κτίριο ήταν το πρώτο στοιχειοχυτήριο της Αθήνας και μετά τον πόλεμο έγινε τυπογραφείο, ενώ ήταν από τα πρώτα θέατρα της περιοχής τα οποία και έδωσαν το στίγμα της καλλιτεχνικής ατμόσφαιρας της περιοχής, η οποία σύμφωνα και με δημοσιεύματα εφημερίδων μετατράπηκε σε μία «off Broadway» θεατρική περιοχή. Το θέατρο Εμπορικών είναι πιο πρόσφατο 1998, βρίσκεται στην οδό Σαρρή 11 και έχει 300 θέσεις.

Θέατρο HBH

Το θέατρο HBH, στην οδό Σαρρή 27 υπήρξε βιοτεχνικός χώρος και αργότερα φιλοξενούσε στον επάνω όροφο το θερινό κινηματογράφο HBH και στον κάτω εργαστήρια και καταστήματα. Αγοράστηκε αρχικά από τον όμιλο Μαρινόπουλου και

παραχωρήθηκε στον ηθοποιό Λάκη Λαζόπουλο, ο οποίος ξεκίνησε να το λειτουργεί ως πολυχώρο το 1998. Έχει δύο σκηνές με 560 θέσεις και 200 θέσεις αντίστοιχα. Λίγα χρόνια αργότερα το κτίριο άλλαξε χέρια, σήμερα ανήκει σε όμιλο (συνεργάζεται και η Ελληνική Θεαμάτων) με διευθυντή παραγωγών τον Αντώνη Αντωνίου. Το θέατρο Ήβη, όπως το Αποθήκη και το Εμπορικών κατατάσσονται στο λεγόμενο εμπορικό θέατρο με αρκετά ακριβές παραγωγές, οικονομικό ρίσκο και διαφορετικές συνθήκες λειτουργίας από ότι τα μικρότερα πειραματικά θέατρα.

Θέατρο Κωφών

Ειδική περίπτωση μεταξύ των άλλων πολιτιστικών επιχειρήσεων είναι το θέατρο Κωφών Ελλάδας, το οποίο στεγάζεται στην οδό Σαχτούρη 10 και διευθύνεται από τη Νέλλυ Καρρά με τη βοήθεια μεταφράστριας. Αποτελεί και το μοναδικό θέατρο κωφών στην Ελλάδα, λειτουργώντας από το 1994 με αρκετές παραστάσεις. Ο χώρος στην οδό Σαχτούρη βρίσκεται στον 2^ο όροφο και χρησιμοποιείται μόνο για πρόβες, αφού δεν τηρεί τις προδιαγραφές να λειτουργήσει ως θέατρο. Με δεδομένο ότι πρόκειται για μια μη κερδοσκοπική εταιρία με ειδικό σκοπό είναι δύσκολο να συγκριθεί με τις άλλες περιπτώσεις πολιτιστικών επιχειρήσεων.

Θέατρο Οδού Ερμού

Το θέατρο Οδού Ερμού 112, 100 θέσεων περίπου, το οποίο δεν λειτουργεί σήμερα στεγαζόταν σε ένα παλιό νεοκλασικό, το οποίο προηγουμένως φιλοξενούσε μία βιοτεχνία εσωρούχων. Υπεύθυνοι για τη λειτουργία του θεάτρου ήταν η Μαίρη Ράζη και ο Σωτήρης Τσόγκας.

House of Art

Το House of Art βρίσκεται από το 1999 σε ένα μεμονωμένο κτίριο στην οδό Σαχτούρη 4 και αποτελείται από δύο επίπεδα, μια σάλα και ένα πατάρι. Ο κεντρικός χώρος έχει τρία αμφιθεατρικά επίπεδα και βλέπουν προς τη σκηνή. Φιλοξενεί ξένα και ελληνικά συγκροτήματα, μουσικές εκδηλώσεις και αφιερώματα, θεατρικές παραστάσεις, παρουσιάσεις νέων δισκογραφικών παραγωγών ή βιβλίων, ειδικές κινηματογραφικές προβολές και εκθέσεις έργων τέχνης. Έχει χωρητικότητα 300-350 ατόμων που αυξομειώνεται ανάλογα με το είδος της εκδήλωσης (π.χ. μόνο καθιστοί, μόνο όρθιοι ή συνδυασμός αυτών). Σύμφωνα με τα στοιχεία του site λειτουργεί για 33 εβδομάδες, είναι ανοιχτό 4-5 ημέρες την εβδομάδα. Δέχεται 35.000 επισκέπτες ετησίως ως κοινό, από τους οποίους το 55% είναι άνδρες και το 45% γυναίκες, ηλικίας 18-45 με δυνατό το group 25-34. Το House of Art διοργανώνει τουλάχιστον 60 διαφορετικές εκδηλώσεις ετησίως, καλύπτοντας όλο το φάσμα της μουσικής έκφρασης, από παραδοσιακή, έντεχνη ελληνική και world

music έως rock, blues, jazz και dance music. Ως καινοτομίες μπορούν να αναφερθούν η κάρτα μέλους (members club), το mini shop, το πρωτότυπο website και το newsletter που έχουν υιοθετήσει.

B. Γκαλερί

Οι γκαλερί που λειτουργούν στην περιοχή περιγράφονται παρακάτω:

- A.antonopoulou.art

Η Α. Αντωνοπούλου έχει μία μακρόχρονη ιστορία στο χώρο των εικαστικών τεχνών. Ξεκίνησε στην Πάτρα με το «Επίκεντρο», το οποίο έκλεισε «ελλείψει αγοραστικού κοινού», και ήρθε στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας στην οδό Αρμοδίου 10 με την πεποίθηση ότι είναι η περιοχή που θα αναβαθμιστεί περισσότερο. Εδώ και 5 χρόνια λειτουργεί σε νέο χώρο στον 4^ο όροφο ενός κτιρίου της οδού Αριστοφάνους. «Η περιοχή ταιριάζει με την τέχνη που προτείνουμε, την οποία εκπροσωπούν δημιουργοί όπως οι Κων/νος Ψυχούλης, Δημήτρης Αληθινός, Νίκος Ναυρίδης, Κώστας Τσόκλης», λέει.

- Alpha Delta Gallery

Η γκαλερί ΑΔ βρίσκεται στην οδό Παλλάδος από το 1999 (έχει ιδρυθεί από το 1986) σε ένα δρόμο που χαρακτηρίζεται από το έντονο χρώμα των καταστημάτων με είδη κιγκαλερίας. Στο ίδιο κτίριο λειτουργούσε και η γκαλερί Artio με ιδιοκτήτρια τη Marion Παντελίδου, η οποία ήταν αυτή που τους προέτρεψε να έρθουν στο κτίριο. Φιλοξενεί εκθέσεις και εγκαταστάσεις, φωτογραφίας, ζωγραφικής, γλυπτικής και βίντεο (καλλιτεχνών όπως του Στέφανου Τσιβόπουλου, του Jan Fabre, του Δημήτρη Κόζαρη, του Βασίλη Πολυχρονάκη κ.ά.). Διευθύνεται από τον Παντελή Αγραπίδη, ο οποίος δηλώνει ότι «η σύγχρονη τέχνη βάζει πάντα ένα αίτημα σε σχέση με την πραγματική ζωή, και στου Ψυρή είναι πιο κοντά σε αυτήν».

- Artower Agora

Ιδιαίτερη περίπτωση στην περιοχή του Ψυρή αποτελεί το κτίριο της Αρμοδίου 10, στη Βαρβάκειο Αγορά, το οποίο ανήκει στον Κωσταντίνο Καραντινό ο οποίος είναι διευθυντής της γκαλερί Artower, μιας γκαλερί στο Λονδίνο και μίας κατασκευαστικής εταιρίας. Στην περιοχή και στο συγκεκριμένο κτίριο βρίσκεται από το 1975, ωστόσο η ενασχόληση με τις εικαστικές τέχνες ξεκίνησε τη δεκαετία του 1990. Καλύπτοντας πέντε από του εννιά ορόφους του κτιρίου στην πλατεία

Βαρβακείου η Artower αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους σε έκταση εικαστικούς χώρους της Αθήνας. Σε κάθε όροφο έχει δοθεί ένα διαφορετικό όνομα αρχαίας μούσας, ενώ στον τελευταίο όροφο λειτουργεί art shop και καφέ (το οποίο όμως αντιμετωπίζει προβλήματα λόγω του αυστηρού πλέον καθεστώτος αδειοδότησης). Όλα αυτά τα χρόνια έχει φιλοξενήσει πλήθος εκθέσεων, εγκαταστάσεων, εκδηλώσεων, κ.λπ. (έχει έτοιμες προτάσεις για αναβίωση της Αγοράς, για καλλιτεχνικές ανταλλαγές, κ.ά) .

- Batagianni

Η γκαλερί Μπαταγιάννη βρίσκεται στο κέντρο του Ψυρή στην οδό Αγίων Αναργύρων από το 2000. Πρόκειται για μία ατομική επιχείρηση της Βάσως Μπαταγιάννη, η οποία δραστηριοποιείται αρκετά χρόνια στο χώρο των εικαστικών τεχνών, ξεκινώντας τη δραστηριότητα από την πόλη των Τρικάλων. Σύμφωνα με δήλωση της απευθύνεται σε ένα πολύ μικρό κύκλο συλλεκτών και όχι στο ευρύ κοινό, όπως και πολλές άλλες γκαλερί.

- D624

Η D624 δημιουργήθηκε ως μετεξέλιξη της Dot Gallery που λειτουργούσε στην Αγίας Θέκλας 13 από το 2003 έως το 2005, ως παράρτημα της ομώνυμης γκαλερί που λειτουργεί στη Γενεύη. Η D624 λειτουργεί ως γκαλερί-βιτρίνα όπως την ονομάζουν, η οποία λειτουργεί αποκλειστικά ως χώρος έκθεσης και όχι πώλησης. Η ιδιοκτήτρια Anne-Laure Obertson ξεκίνησε την προσπάθεια αυτή τον Φεβρουάριο του 2005. Έχει σπουδάσει φωτογραφία και ιστορία της τέχνης και έχει ήδη σημαντική εμπειρία ως επιμελήτρια και ιδιοκτήτρια γκαλερί σε διάφορες χώρες (κυρίως στην Ελβετία). Όπως αναφέρει στην ιστοσελίδα (www.d624.org) η D624 θα λειτουργεί ως ειδικά επιλεγμένος πειραματικός χώρος για projects, ο οποίος θα δίνει τη δυνατότητα σε επαγγελματίες από τα εικαστικά, τη λογοτεχνία και τις θεατρικές τέχνες, καθώς επίσης και σε επιμελητές, κριτικούς και ακαδημαϊκούς να ξεχωρίσουν, να έρθουν κοντά, να συνεργαστούν, να διαφωνήσουν, να εμπνεύσουν ο ένας τον άλλο και να μοιραστούν την εμπειρία τους με το κοινό.

- Diana gallery

Η γκαλερί Diana είναι μία από τις πρώτες που εγκαταστάθηκαν στη περιοχή στο κτίριο της Αρμοδίου 10. Το κτίριο αυτό μαζί με το διπλανό ήταν τα πρώτα της περιοχής που φιλοξένησαν εικαστικές δραστηριότητες με το Επίκεντρο, την Ρεβέκκα Καμχή και την Artower (ιδιαίτερο γεγονός με μεγάλη δημοσιότητα ήταν όταν το 1997 ο Κ. Τσόκλης παρουσιάζει μια performance στην κεντρική αγορά της

Αθήνας, όπου εκτός από την έκθεση στο χώρο της γκαλερί "Επίκεντρο", έσπασε οκτώ τόνους καρπούζια, μπροστά στα έκπληκτα μάτια ενός πλήθους θεατών, μετατρέποντας αυτό που ήταν πράσινο, σε κόκκινο). Η γκαλερί εγκαταστάθηκε στην περιοχή το 1997, στεγαζόταν αρχικά στον 7^ο όροφο, ωστόσο η απόφαση του ιδιοκτήτη να επεκτείνει την δικιά του γκαλερί σε περισσότερους ορόφους την οδήγησε στον 3^ο όροφο. Αρχικά λειτουργούσε με το όνομα "Diana Yiulia" που άνοιξαν οι καλλιτέχνες Ντιάνα Μπισογιάννη και Γιούλια Γαζετοπούλου και αργότερα με το όνομα Diana Down Town όταν αποχώρησε η δεύτερη. Επιδίωξή τους δεν ήταν μόνο το εμπορικό προφίλ, αλλά και ανθρωπιστικό, με πρωτοβουλίες όπως αυτή του Τάκι, που περιλάμβανε έκθεση έργων παιδιών με ειδικές ανάγκες και ομιλίες για τη θεραπευτική αξία της τέχνης.

- Down Town People Gallery

Ο Νίκος Σταθούλης, δημοσιογράφος και συνεργάτης του συλλέκτη Αλ. Ιόλα, εγκαινίασε την γκαλερί «Down Town People» στην περιοχή στην οδό Αγίων Αναργύρων το 1996, κάτω από τη γκαλερί Μπαταγιάννη στον πρώτο όροφο. Καταλαμβάνει ενιαίο χώρο 170 τ.μ. ο οποίος διαμορφώνεται σε μικρότερα τμήματα, αναλόγως με τις εκθεσιακές ανάγκες. Παράλληλα είναι και συνιδιοκτήτης ενός νέου μπαρ-εστιατορίου στην οδό Αγ. Θέκλας, το Interview, το οποίο είναι εμπνευσμένο από τους πίνακες του Γουόρχολ.

- E31

Πρόκειται για ένα νέο χώρο τέχνης που λειτουργεί από το 2005 στην οδό Ευριπίδου, στο 2^ο όροφο ενός κτιρίου με εμπορικές και βιοτεχνικές επιχειρήσεις. Πρόκειται για μία ατομική προσπάθεια της μουσικού Νάνσυ Κουγιούφα, η οποία κατείχε το χώρο και αποφάσισε να τον εκμεταλλευτεί για καλλιτεχνικές εκθέσεις και εγκαταστάσεις.

- Els Hanappe Underground

Η Ελς Χάναπε, Βελγίδα ιστορικός τέχνης, άνοιξε τη γκαλερί της στην οδό Μελανθίου το 2000, όπου και λειτουργούσε μέχρι τις αρχές του 2006. Σήμερα λειτουργεί προσωρινά ένα γραφείο στο Μετς και σκοπεύει να ανοίξει νέο χώρο στο Κολωνάκι.

- Lab Art Projects

Η Νίκη Γεωργιοπούλου έχοντας σπουδάσει επικοινωνία στο Λονδίνο, αποφάσισε στα τέλη της δεκαετίας του 1990 να ανοίξει ένα μπαρ στην περιοχή του Ψυρή με εναλλακτικό χαρακτήρα, το Bee (σήμερα έχει μετονομαστεί σε Μοοί). Το 2001 και

αφού το μπαρ προσελκύει μέρος από τους καλλιτέχνες και τους πολιτιστικούς επιχειρηματίες της περιοχής, ανοίγει στον 5^ο όροφο του ίδιου κτιρίου τη γκαλερί Lab Art Projects, στην οποία εκθέτει περιστασιακά έργα ελλήνων και ξένων καλλιτεχνών. Τόσο το μπαρ όσο και η γκαλερί διαθέτουν το πλεονέκτημα της άμεσης γειτνίασης με την έξοδο του σταθμού του Μετρό (σύμφωνα με την ιδιοκτήτρια το γεγονός ότι το σημείο αυτό είναι η κύρια είσοδος επισκεπτών στην περιοχή θα μπορούσε να αξιοποιηθεί με τη δημιουργία ενός περιπτέρου).

- The Breeder Projects

Η γκαλερί The Breeder Projects διευθύνεται από το Στάθη Παναγούλη και βρίσκεται στην οδό Ευμορφοπούλου 6 στο χώρο ενός παλιού τυπογραφείου. Μαζί με τον Γιώργο Βαμβακίδη και τη Ζάνα Κοντομανώλη ξεκίνησαν τη γκαλερί πριν από οκτώ χρόνια. Εκθέτει έργα ξένων καλλιτεχνών (π.χ. Mark Bijl, Markus Amm, Jim Lambie), έχει αναπτύξει έντονη διεθνή δραστηριότητα και συμμετέχει σε ξένες φουαρέ όπως η Frieze και η ArtBasel. Ο ιδιοκτήτης δεν θέλησε να συμμετάσχει στην έρευνα δηλώνοντας μόνο ότι είναι απαισιόδοξος για την περιοχή και αυτό δεν πρόκειται να αλλάξει.

- Xippas

Η γκαλερί Xippas στην οδό Σοφοκλέους 53 αποτελεί μία από τις πρόσφατες εισόδους στην περιοχή. Ο γνωστός γκαλερίστας του Παρισιού Ρένος Ξίππας αγόρασε έναν ολόκληρο όροφο, διαμόρφωσε έναν τεράστιο εκθεσιακό χώρο, τον οποίο εγκαινίασε πριν 2,5 χρόνια με μια μεγάλη έκθεση με διεθνή έργα από το πλούσιο ντεπό του. Ο χώρος, η ιδιαιτερότητα του κτιρίου και η ευκολία εγκατάστασης μεγάλων έργων-εγκαταστάσεων έπαιξε μεγάλο ρόλο στην επιλογή και όχι τόσο η περιοχή ή η ύπαρξη των άλλων γκαλερί. Ο προσανατολισμός της γκαλερί προς ένα διεθνές αγοραστικό κοινό με αναγνωρίσιμους καλλιτέχνες (όπως η Vera Lutter, ο Martin Malloney, κ.ά.) την διαφοροποιεί από τις άλλες γκαλερί.

- Επιστροφή (Artistic Investments)

Η γκαλερί – πολυχώρος Επιστροφή αποτελεί τμήμα ενός ευρύτερου δικτύου καλλιτεχνικών επιχειρήσεων με το όνομα Artistic Investments, η οποία διαχειρίζεται και την ιστοσελίδα psiri on line. Η εταιρία ανήκει στο ζεύγος Ελληνοαμερικάνων Άννα Μπελίντα και Παύλου Φυρού, διευθύνεται από τον ειδικό στο arts management και μάρκετινγκ Νίκο Κοντοπρία και έχει υπό τη διαχείριση του εκτός από το χώρο της γκαλερί Επιστροφής στην οδό Τάκη και το Μουσείο της Οδού Ηρακλειδών (Herakleidon) στο Θησείο όπου γίνονται εκθέσεις με έργα του M.C. Escher, του V. Vassarely (πολλά από τα οποία ανήκουν στη μόνιμη συλλογή

του μουσείου). Σύντομα θα λειτουργήσει δύο ακόμη χώρους: την «Καλλικράτειρα» σε ένα νεοκλασικό στην οδό Διονυσίου Αρεοπαγίτου και ένα νέο χώρο στην οδό Λουκά Νίκα στο Ψυρή. Πρόκειται επομένως για μία από τις πιο σημαντικές ιδιωτικές πρωτοβουλίες στον πολιτιστικό χώρο της Αθήνας, με τάσεις να αποκτήσει σημαντική θέση ισχύος στον κλάδο.

Η γκαλερί Επιστροφή ξεκίνησε να λειτουργεί στην περιοχή του Ψυρή το 1997. Πρόκειται για ένα σύμπλεγμα νεοκλασικών κτιρίων στην οδό Τάκη 6, το οποίο φιλοξενεί περιοδικά εκθέσεις (π.χ., της εταιρίας δημοπρασιών Bohnhams) και παράλληλα λειτουργεί και ως χώρος φιλοξενίας εκδηλώσεων, εταιρικών event, κ.λπ. Η Γκαλερί Επιστροφή δημιουργήθηκε από τον ομογενή Δημήτρη Μ. Διονυσίου, ενός ανθρώπου που αφού δημιούργησε περιουσία στην Αμερική, διατήρησε την ευαισθησία του και γύρισε εδώ, στο σπίτι, στην γειτονιά που κάποτε έζησε (μετά το θάνατό του την κυριότητα του κτιρίου απέκτησαν οι κληρονόμοι του). Ο κύριος χώρος της Γκαλερί αποτελείται από δύο νεοκλασικά διατηρητέα κτίσματα 500 τμ. πρόσφατα ανακατασκευασμένα, ενώ δίπλα ακριβώς βρίσκεται η Εκκλησία των Αγίων Αναργύρων. Σήμερα τα γραφεία της εταιρίας λειτουργούν στο κτίριο της οδού Ηρακλειδών, προηγουμένως όμως λειτουργούσαν για πολλά χρόνια στην Επιστροφή.

- Gallery and Lab

Από το χειμώνα του 2003 η εικαστικός Λήδα Αλεξοπούλου λειτουργεί τη γκαλερί με το όνομα Gallery and Lab στον πρώτο όροφο της πολυκατοικίας της οδού Σαχτούρη 1-3. Έχοντας σπουδάσει οικονομικά και καλές τέχνες η ιδιοκτήτρια έχει δημιουργήσει ένα χώρο στον οποίο εκθέτει έργα νέων κυρίως καλλιτεχνών, αλλά τον χρησιμοποιεί και η ίδια σαν ατελιέ. Δεν έχει κερδοσκοπικό χαρακτήρα και ενδιαφέρεται για εκδηλώσεις, events, κ.λπ, για την περιοχή, ενδεχομένως με ανθρωπιστικό- κοινωνικό χαρακτήρα.

- Πινακοθήκη Δήμου Αθηναίων

Η Δημοτική Πινακοθήκη της Αθήνας στεγάζεται σε νεοκλασικό κτίριο της οδού Πειραιώς στο ύψος της Πλατείας Κουμουνδούρου το οποίο κτίστηκε το 1874 με σχέδια του αρχιτέκτονα Παναγή Κάλκου. Το κτίριο φιλοξενούσε για πολλά χρόνια το Δημοτικό Βρεφοκομείο μέχρι το 1974. Τα εγκαίνια της Πινακοθήκης έγιναν στις 22 Σεπτεμβρίου 1982, μετά την μεταφορά της από το Πνευματικό Κέντρο της οδού Ακαδημίας, όπου φιλοξενείτο από το 1974. Ο Δήμος Αθηναίων άρχισε να καταρτίζει την καλλιτεχνική του συλλογή το 1923, με πρώτο έργο αγοράς το γλυπτό του Δ. Φιλιππότη "Ο Ψαράς" και είναι αξιοσημείωτο ότι τα μισά από τα 3.500 περίπου καλλιτεχνικά έργα, που αριθμεί σήμερα το δυναμικό της

Πινακοθήκης, αποκτήθηκαν κατά την δεκαετία 1930-1940. Πολύ σημαντικά θεωρούνται τα αποκτήματα της περιόδου που διευθυντής ήταν ο Γ. Παπαλούκας (1957), ενώ χαρακτηριστικό είναι ότι πολλά έργα του *despot* δεν έχουν εκτεθεί ποτέ.

Στα άμεσα σχέδια του Δήμου Αθηναίων είναι η μετακόμιση της Πινακοθήκης από το κτίριο σε αναπαλαιωμένο κτίριο στο Μεταξουργείο, το οποίο έχει ήδη ξεκινήσει να κατασκευάζεται. Η μετακόμιση κρίθηκε απαραίτητη λόγω των περιορισμών που θέτει το κτίριο, το οποίο πλέον θα φιλοξενεί έργα από τη μόνιμη συλλογή.

- Σταθμός Άλφα (A-Station)

Ο Σταθμός Άλφα πρωτολειτούργησε τον Οκτώβριο του 2001 με διευθυντή τον Πολύδωρο Καρυοφύλλη και έκλεισε το 2004. Προσπάθησε να καλύψει την έλλειψη ανάλογων χώρων στην Ελλάδα αλλά και να τοποθετήσει την Αθήνα στο χάρτη των πόλεων που όχι μόνο παρουσιάζουν σύγχρονη τέχνη αλλά και παράγουν καλλιτεχνικά γεγονότα. Σκοπό είχε να αποτελέσει μέσο διακίνησης πληροφοριών που αφορούν τη τέχνη, μέσω των εκδόσεων του Κέντρου, των ανοιχτών συζητήσεων και φόρουμ τόσο στο φυσικό χώρο του όσο και μέσω του Διαδικτύου. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσίαζε η έκθεση «Αχανείς Εκτάσεις των προαστίων», η οποία συνδυάστηκε με την έκδοση βιβλίου από τις εκδόσεις *futura* σε επιμέλεια του Ν. Καζέρου και του Γ. Λεφάκη. Από το 2005 ο χώρος εγκαταλείπεται από την ομάδα που το χρησιμοποιούσε και από A-Station μετονομάζεται σε B-Station φιλοξενώντας τις εταιρίες *no-logo* και *bend* (βλ. παρακάτω).

- Ρεβέκκα Καμχή

Η ιστορικός τέχνης (με σπουδές στην πολιτιστική διαχείριση) Ρεβέκκα Καμχή ξεκίνησε τη δραστηριοποίησή της στον αθηναϊκό εικαστικό χώρο το 1995 με την αίθουσα τέχνης «Ρεβέκκα Καμχή», που άνοιξε σε ένα παλιό κτίριο της οδού Σοφοκλέους 23 (στον πέμπτο όροφο του προπολεμικού ξενοδοχείου «Ολυμπία»). Αφού έζησε στη Γαλλία, την Ιταλία και την Αμερική, η Ρεβέκκα Καμχή επέλεξε το κτίριο κυρίως για συναισθηματικούς λόγους, αφού ο πατέρας της εργαζόταν στην εταιρεία υφασμάτων που λειτουργούσε στο ισόγειο. Ο ιδιαίτερος χώρος με τις 14 λευκές αίθουσες συνολικής έκτασης 450 τ.μ., που λειτουργούν ως εκθετήρια, ξενώνες, εργαστήρια καλλιτεχνών κ.ά. και την ταρατσα να χρησιμοποιείται σαν εκθετήριο αλλά και χώρος εκδηλώσεων, η γκαλερί απέκτησε ιδιαίτερη φήμη και επισκεψιμότητα. Το 2004 λόγω έξωσης εγκατέλειψε το κτίριο και την περιοχή και εγκαταστάθηκε προσωρινά στην Μπλε Πολυκατοικία της πλατείας Εξαρχείων. Το Μάιο του 2006 χρησιμοποίησε ως προσωρινό χώρο τον εκθεσιακό χώρο της

εταιρίας Iocomotiva στο Γκάζι για την έκθεση "neen", ενώ ετοιμάζεται να συνδυάσει τη δουλειά και την κατοικία σε ένα νέο χώρο στο Μεταξουργείο. Για την άνοιξη του 2007 έχει σχεδιάσει μία ειδική εικαστική δράση με θέμα την περιοχή.

- Οξύμωρον

Η εταιρία Οξύμωρον, αν και εντάσσεται στο χώρο των εικαστικών τεχνών, αποτελεί μία ιδιαίτερη περίπτωση πολιτιστικής επιχειρηματικότητας για τα ελληνικά δεδομένα. Πρόκειται για ένα γραφείο Εικαστικών Εκδηλώσεων το οποίο σύμφωνα με την ιδιοκτήτρια «λειτουργεί περισσότερο σαν ένα μικρό foundation παρά σαν εταιρία, άλλωστε είναι μη κερδοσκοπικός οργανισμός». Ιδρύθηκε το 2000 από την Μαρίνα Φωκίδη και τον Αλέξανδρο Στανά (ο οποίος έχει αποχωρήσει), απασχολεί δύο ακόμη άτομα με μειωμένο ωράριο και έχει σαν κύριο αντικείμενο την πολιτιστική διαχείριση και την επιμέλεια εκθέσεων. Στεγάζεται στον δεύτερο όροφο στο κτίριο της Ευμορφοπούλου 6, πάνω από την γκαλερί Breeder με την οποία έχει και μία μόνιμη επαγγελματική σχέση.

- Τεχνοφάση, Ασωμάτων

Η Τεχνοφάση είναι ένας νέος φιλόδοξος χώρος τέχνης που διευθύνεται από τη σκηνοθέτη-εικαστικό Αλίκη Πήτερσον, με τη συμμετοχή της ζωγράφου Ελένης Μανιτοπούλου. Πρόκειται για ένα ισόγειο χώρο (κατάστημα) στην οδό Ασωμάτων 6 που έχει αρχίσει να λειτουργεί περιστασιακά και δεν είχε ξεκαθαρίσει ο χαρακτήρας του ή το πρόγραμμα εκθέσεων. Η ιδιοκτήτρια λειτουργεί ακριβώς δίπλα στο χώρο κατάστημα πώλησης έργων τέχνης και σύμφωνα με δήλωσή της σκοπεύει να λειτουργήσει το νέο χώρο ως γκαλερί για εγκαταστάσεις, βιντεοπροβολές, κ.λπ. με ανοιχτή διάθεση για συνεργασίες και πειραματισμό. Ήδη από το πρώτο εξάμηνο του 2007 έχει φιλοξενήσει παραστάσεις, καλλιτεχνικά δρώμενα και εκπαιδευτικές δραστηριότητες.

- Red Gallery

Η Red Gallery εγκαινιάστηκε κατά τη διάρκεια της παρούσας έρευνας στη οδό Τάκη 4, δίπλα ακριβώς στην γκαλερί Επιστροφή. Πρόκειται για ένα ιδιόκτητο διατηρητέο νεοκλασικό κτίριο (ιδιοκτήτης είναι ο Θεόδωρος Μπογιατζής) το οποίο ανακαινίστηκε για να φιλοξενεί εκθέσεις στους δύο από τους τρεις ορόφους. Οι πρώτες εκθέσεις είναι αυτές του Δημοσθένη Δαβέττα και του Χρόνη Τσακιρακάκη.

-7 Art

Ο χώρος έκθεσης 7 Art λειτουργεί στον πρώτο όροφο στην οδό Αναργύρων και αποτελεί το εργαστήρι και το χώρο έκθεσης του εικαστικού Χρόνη Τσακιρακάκη.

Έχοντας ολοκληρώσει σπουδές μόδας και υποκριτικής, επικεντρώνεται στη χρήση οργανικών υλικών σε έργα τέχνης και κοσμημάτων τα οποία παρουσιάζει σε γκαλερί. Τον Ιούλιο του 2006 πραγματοποιήθηκε έκθεση με έργα του στη γκαλερί Red. Αρχικά κατείχε όλο τον 1^ο όροφο του κτιρίου, αλλά τώρα έχει κρατήσει ένα μικρότερο χώρο (ανέφερε και προβλήματα με τον ιδιοκτήτη και ότι σκέφτεται να φύγει). Σύμφωνα με το Χ. Τσακιρακάκη η συνύπαρξη του στο ίδιο κτίριο με τον Γ. Ελευθεριάδη και γενικότερα με άλλες γκαλερί και καλλιτέχνες θεωρεί ότι δεν τον έχουν βοηθήσει επί της ουσίας. Η περιοχή του Ψυρή θα μπορούσε να βελτιωθεί αν υπήρχε μεγαλύτερη προσοχή στα θέματα αδειοδότησης, ενώ ιδιαίτερο ρόλο θα μπορούσε να παίξει στην περιοχή η γαστρονομία (θεωρεί ότι λίγα εστιατόρια προσφέρουν ιδιαίτερη ποιοτική κουζίνα, κάτι που θα μπορούσε να αλλάξει με την πιστοποίηση και τη χορήγηση σήματος ποιότητας).

- Art Unlimited

Πρέπει να αναφερθεί ότι μία από τις πρώτες και πιο σημαντικές γκαλερί που δημιούργησε και την τάση για μετακόμιση περισσότερων γκαλερί ήταν η περίπτωση της Unlimited. Λειτουργήσε από το 1996 έως το 2004 στην οδό Κριεζή υπό την ευθύνη των εικαστικών Γκιλέν Ντανάν και Βασίλη Μπαλάτσου, εκθέτοντας σημαντικούς Έλληνες και ξένους καλλιτέχνες (ενδεικτικά: Νίκος Αλεξίου Θόδωρος Ραυτόπουλος, Erwin Wurm, Undine Goldberh). Σήμερα λειτουργεί χωρίς να διαθέτει χώρο εκθέσεων.

- Q-Box

Η γκαλερί Q-Box αποτελεί ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα περίπτωση αφού άνοιξε το φθινόπωρο του 2006³ στην οδό Αρμοδίου 10, στον 1^ο όροφο, μετακομίζοντας από το Κολωνάκι. Διευθύνεται από την ιστορικό τέχνης Μυρτιά Νικολακοπούλου, η οποία θεωρεί την περιοχή ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα. Πρόκειται για το χώρο που χρησιμοποιούσε παλιά η γκαλερί Επίκεντρο και έχει διαμορφωθεί από τον αρχιτέκτονα Γ. Παπούλια.

Γ. Γραφεία Design

- PI6,

Η εταιρία design και επικοινωνιακού σχεδιασμού Pi6 δημιουργήθηκε το 2005 από τους σχεδιαστές Ρένα Χρυσικοπούλου και Michael David Ochs (αμφότεροι έχουν σπουδάσει στο Kassel της Γερμανίας) στην οδό Μελανθίου σε ένα ισόγειο χώρο με ιδιαίτερο χαρακτήρα και αρχιτεκτονικό σχεδιασμό. Με προηγούμενη εμπειρία στην

³ Για τον λόγο αυτό δεν συμπεριλαμβάνεται στο δείγμα.

Οργανωτική Επιτροπή των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, ξεκίνησαν το γραφείο στην περιοχή του Ψυρή με πελάτες όπως ο Δήμος Αθηναίων (τουριστικός οδηγός πόλης), η Attikasa, κ.λπ. Κυκλοφορούν newsletter με τις δουλειές του και διατηρούν πελάτες και σχέσεις με τη Γερμανία.

- The Switch Design Agency

Η εταιρία The Switch ξεκίνησε να λειτουργεί στο Ίλιον και λίγο αργότερα μετακόμισε στην πολυκατοικία της οδού Σαχτούρη 1-3. Πρόκειται για μία πολύ δραστήρια ομάδα 5 ατόμων, που ασχολείται τόσο με το σχεδιασμό χώρου (εκθεσιακό περίπτερο, έπιπλο, βιομηχανικός, εσωτερικός χώρος, κατάστημα, σκηνικό, χώρος εργασίας) όσο και με το σχεδιασμό προώθησης (-διαφήμιση, κειμενογράφηση, εταιρική ταυτότητα, event design, συσκευασία, έντυπο, προωθητικό υλικό, στρατηγική επικοινωνίας, web design). Προέρχονται κυρίως από το ΤΕΙ Διακοσμητικής της Αθήνας και έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για έργα και κατασκευές που αφορούν το αστικό περιβάλλον (έχουν σχεδιάσει την παρέμβαση «Imagine the City», με προτάσεις για την αλλαγή της αστικής επίπλωσης).

- The Design Shop

Η Μαρί Σωτηρέλλη και ο Διονύσης Λιβάνης ξεκίνησαν πρόσφατα το δημιουργικό γραφείο στον 3^ο όροφο της οδού Κριεζή όπου παλιότερα στεγαζόταν η Art-Unlimited. Εργάστηκαν για την Οργανωτική Επιτροπή των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 και την Οχγμορον, πριν αποφασίσουν να ξεκινήσουν ανεξάρτητο γραφείο. Αναλαμβάνουν μεταξύ άλλων και τη διοργάνωση του θεσμού του διαγωνισμού αφίσας στην Ιθάκη.

- Poordesigners

Η εταιρία poordesigners είναι από τις νεότερες στην περιοχή του Ψυρή αφού ξεκίνησε να λειτουργεί το 2006 στον 2^ο όροφο της οδού Κριεζή. Διευθύνεται από τον Τάσο Σαπουνάκη, λειτουργεί με άλλα 4 άτομα, διαθέτει και μία άτυπη ομάδα υποστηρικτών που συμμετέχει στις δραστηριότητες και συνεργάζεται κυρίως με εταιρίες που ασχολούνται με τη μουσική.

- We design

Η εταιρία we design δημιουργήθηκε πρόσφατα ως γραφείο το οποίο ειδικεύεται σε διαφορετικούς τομείς τους οποίους συνδυάζει δημιουργικά. Οι τομείς αυτοί αφορούν τον σχεδιασμό εσωτερικών χώρων και κτιρίων, τη γραφιστική, το σχεδιασμό προϊόντων την απεικόνιση τρισδιάστατων αντικειμένων και το βιομηχανικό σχεδιασμό. Η ιδέα να συνδυάζονται αυτές οι ειδικότητες σε έναν

ενιαίο χώρο αποτελεί συνειδητή επιλογή αφού πιστεύουν ότι η συνύπαρξη δημιουργεί σημαντικά πλεονέκτηματα (π.χ., ότι «η άποψη του ζωγράφου για ένα κτίριο έχει το ίδιο ενδιαφέρον με του αρχιτέκτονα»). Βρίσκεται στην οδό Αισχύλου 27, σε μία πολυκατοικία η οποία μέχρι πρότινος φιλοξενούσε βιοτεχνικές δραστηριότητες και σήμερα καταλαμβάνεται αποκλειστικά από δημιουργικές επιχειρήσεις. Την εταιρία έχουν δημιουργήσει η Θεανώ Πετρίδου, γραφίστρια, ο Σέργιος Φωτιάδης που σπούδασε Βιομηχανικό Σχέδιο στις Ηνωμένες Πολιτείες και ο Φίλιππος Φωτιάδης που σπούδασε αρχιτεκτονική.

- Warda

Η εταιρία Warda δημιουργήθηκε την άνοιξη του 2004 και αποτελεί μία πολύ πρωτότυπη προσπάθεια, αφού συνδυάζει διαφορετικά επαγγέλματα σε έναν κοινό επαγγελματικό χώρο. Στεγάζεται και αυτή στην πολυκατοικία της οδού Αισχύλου 27. Η εταιρία αποτελείται από τέσσερις επαγγελματίες, την Βασιλική Παναγιωτοπούλου που είναι ιστορικός τέχνης και ασχολείται με το σχεδιασμό ρούχων, την Ελισάβετ Μωράκη που είναι φωτογράφος, η Farida El Gazzar, που είναι ζωγράφος και εικονογράφος και η Ιωάννα Κωστίκα, που είναι γραφίστας και φωτογράφος.

- 3 in a Box

Στην οδό Αγίας Θέκλας λειτουργεί από το 2000 η εταιρία design «3 in a Box» η οποία αναλαμβάνει την εταιρική παρουσίαση και προώθηση προϊόντων, οργανισμών, κ.λπ. (έχει αναλάβει το Vagonetto, το Μεταλλευτικό Πάρκο της Μήλου, κ.ά.).

- B-station (bent, - no-logo)

Από το 2005 ο χώρος που προηγουμένως χρησιμοποιούταν ως εκθεσιακός χώρος – A -Station στην οδό Πρωτογένους 8, εγκαταλείπεται από την ομάδα που το χρησιμοποιούσε. Αλλάζει ενοικιαστή και από A-Station μετονομάζεται σε B-Station φιλοξενώντας τις εταιρίες no-logo και bend (σύμφωνα με τους ιδύνοντες το Art Station γίνεται πλέον Business Station). Οι άνθρωποι που στελεχώνουν τον χώρο έχουν μακρόχρονη εμπειρία στο brand management, τη πολιτιστική διαχείριση και τα πολυμέσα. Διαθέτουν μεγάλη εμπειρία, τόσο από το εξωτερικό, όσο και από την Αθηναϊκή σκηνή, ιδρύοντας το BIOS, αρχικά ως φεστιβάλ και αργότερα ως πολυχώρο στην οδό Περαιώς, το περιοδικό Oxy, ως συνδιοργανωτές στο φεστιβάλ Synch και, πιο πρόσφατα, ως υπεύθυνοι επικοινωνίας του ανανεωμένου Φεστιβάλ Αθηνών.

Δ. Λοιπές Πολιτιστικές Δραστηριότητες

- Καλλιτεχνικές Σχολές- Θεατρικές σχολές

-Σχολή τραγουδιού – Στούντιο Ηχογραφήσεων Vocals Studio

Η εταιρία Vocals Studio αποτελεί έναν αρκετά ενδιαφέροντα και ξεχωριστό πολιτιστικό χώρο, που λειτουργεί παράλληλα ως στούντιο ηχογραφήσεων και σχολή τραγουδιού. Δηλαδή, συγκροτήματα μουσικής ή τραγουδιστές μπορούν να ηχογραφήσουν εδώ δείγματα της δουλειάς τους (demo) ενώ δίνονται και μαθήματα τραγουδιού (φωνητική ορθοφωνία). Η περιοχή φιλοξενούσε και παλιότερα στούντιο ηχογραφήσεων, τα λεγόμενα «προβάδিকা» ή «ηχογραφάδικα», τα οποία είναι απαραίτητα για την ανάπτυξη μιας τοπικής σκηνής.

- Θέατρο-Εργαστήριο

Ιδρύθηκε τον Ιανουάριο του 2002, από τους ηθοποιούς Άννα Μακράκη, Μπέττυ Νικολέση και Βλάση Ζώτη. Είναι μια αστική μη κερδοσκοπική εταιρεία με στόχους καθαρά καλλιτεχνικούς και πολιτιστικούς. Μέχρι σήμερα έχει απλώσει τις δραστηριότητές της σε δυο τομείς. Σε σεμινάρια που αφορούν το θέατρο, τον κινηματογράφο, αλλά και τη συγγραφή μυθιστορήματος, θεατρικού έργου κ.λπ. και τη λειτουργία ενός πρώτου εργαστηρίου υποκριτικής, που φιλοδοξεί να προσφέρει εναλλακτικές θεατρικές σπουδές. Το εργαστήρι υποκριτικής ολοκλήρωσε τον τριετή κύκλο του με την παράσταση «Βενετσιάνα» στο θέατρο Εμπρός. Παράλληλα πραγματοποίησε την πρώτη θεατρική του παραγωγή, με το έργο «7000 λέξεις ακριβώς», του Κίμωνα Ρηγόπουλου, που παίχτηκε τη σεζόν 2004-2005 στο θέατρο «Εμπρός» και επιχορηγήθηκε από το Υπουργείο Πολιτισμού. Από το Σεπτέμβριο του 2005, το Θέατρο-Εργαστήριο συνεργάζεται με την εταιρεία θεάτρου «ΕΜΠΡΟΣ» στη δημιουργία μιας αναγνωρισμένης πλέον σχολής με την καινούργια επωνυμία «ΕΜΠΡΟΣ-ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΝ», που στεγάζεται στο θέατρο Εμπρός αλλά και στους χώρους του Θεάτρου-Εργαστηρίου. Εξακολουθεί να οργανώνει σεμινάρια με εξέχοντες έλληνες και ξένους καλλιτέχνες που απευθύνονται άλλοτε σε επαγγελματίες ηθοποιούς και άλλοτε σε ιδιώτες, ανάλογα με τη θεματική αλλά και την απαίτηση του εισηγητή τους.

- ΑΚΤΟ

Η ΑΚΤΟ, μια από τις μεγαλύτερες ιδιωτικές σχολές της Αθήνας η οποία ειδικεύεται στις καλλιτεχνικές σπουδές διαθέτει ένα κτίριο στην οδό Κραναού 3. Αν και δεν συγκεντρώνει το μεγάλο όγκο των σπουδαστών αποτελεί σημαντική μονάδα κυρίως λόγω της βιβλιοθήκης της. Αποτελείται από δύο κτίρια, ένα αναπαλαιωμένο

νεοκλασικό κτίριο και ένα νεο - ανεγερθέν. Περιλαμβάνει έντεκα αίθουσες με 270 σχεδιαστήρια, studio, repromaster, αίθουσα διαλέξεων με σύγχρονο οπτικοακουστικό εξοπλισμό, αμφιθέατρο 200 θέσεων με πλήρη τεχνικό εξοπλισμό, τηλεοπτικό επαγγελματικό studio, μονάδα Post Production, studio ηχοληψίας, studio Silicon Graphics, την κύρια μεγάλη βιβλιοθήκη του Κολεγίου, gallery 100 τ.μ., χώρους διοίκησης, υπηρεσιών και αίθουσες συσκέψεων, κατάστημα ειδών σχεδίου και δύο αίθουσες για δραστηριότητες του AKTO Junior (μία αίθουσα εικαστικής παιδείας και μία αίθουσα θεατρικής αγωγής).

-Mokume

Η Mokume είναι η μοναδική ιδιωτική σχολή σχεδιασμού κοσμημάτων. Ιδρύθηκε το 1987 στη Θεσσαλονίκη και το παράρτημα στο Ψυρή, στην οδό Αισχύλου, λειτουργεί από το 1992. Το κτίριο είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακό και η σχολή λειτουργεί σαν εκθεσιακός χώρος για τα κοσμήματα που δημιουργούν οι απόφοιτοι.

Μουσεία

- Μουσείο Ισλαμικής Τέχνης

Το Μουσείο Ισλαμικής τέχνης, που λειτουργεί επί των οδών Αγίων Ασωμάτων 22 και Διπύλου 12, περιήλθε στο Μουσείο Μπενάκη από δωρεά εν ζωή του αείμνηστου Λάμπρου Ευταξία, ο οποίος κατά το τελευταίο διάστημα της ζωής του διετέλεσε Επίτιμος Πρόεδρος της Διοικητικής Επιτροπής του Μουσείου. Το κτιριακό συγκρότημα αποτελείται από δύο κτίρια κατοικιών, ένα τριώροφο και ένα διώροφο, τα οποία το 1989 χαρακτηρίστηκαν διατηρητέα ως προς τις όψεις τους. Με βάση την εγκεκριμένη αρχιτεκτονική και στατική μελέτη, που εκπονήθηκε για λογαριασμό του Μουσείου Μπενάκη από τον αρχιτέκτονα Π. Καλλιγά και τον πολιτικό μηχανικό Γ. Σπάρη, η Διεύθυνση Ειδικών Έργων του Υπουργείου Περιβάλλοντος Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων ανέλαβε το 1996 τα σωστικά έργα για τη στήριξη των δύο κτιρίων και τη στερέωση των διακοσμητικών στοιχείων των όψεων, στα πλαίσια του προγράμματος ανάπλασης της ευρύτερης περιοχής του Κεραμεικού και του Ψυρή. Κατά τη διάρκεια των σωστικών εργασιών βρέθηκε στη στάθμη των θεμελίων του κτιρίου τμήμα του αρχαίου τείχους των Αθηνών, καθώς και αρχαίος τάφος. Μετά από συνεννόηση του Μουσείου Μπενάκη με τη Γ' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασικών Αρχαιοτήτων, αποφασίστηκε να παραμείνουν τα ευρήματα στη θέση τους και να διαμορφωθεί κατάλληλα ο χώρος στη στάθμη του υπογείου, ώστε να είναι επισκέψιμο. Για το σκοπό αυτό εκπονήθηκε άμεσα η τροποποίηση της αρχικής αρχιτεκτονικής και στατικής

μελέτης με βάση τα νέα στοιχεία των ανασκαφών και σύμφωνα με τα σύγχρονα δεδομένα παρουσίασης σύνθετων πολιτισμικών χώρων. Το Μουσείο λειτουργεί από το 2004, διαθέτει μία εξαιρετική συλλογή και αποτελεί το μοναδικό μουσείο αφιερωμένο αποκλειστικά στην ισλαμική τέχνη στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

- Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης Άλεξ Μυλωνά

Το Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης Άλεξ Μυλωνά αποτελεί άλλη μία ιδιαίτερη περίπτωση ιδιωτικής πολιτιστικής δραστηριότητας για τα ελληνικά δεδομένα. Στην πλατεία Ασωμάτων το Ίδρυμα Άλεξ Μυλωνά (το οποίο συστάθηκε το 1992 από τη γνωστή εικαστικό στην Αμερική) με ιδίους πόρους ανακαίνισε ένα παλιό νεοκλασικό κτίριο και από το 2003 λειτουργεί το χώρο με μόνιμη έκθεση γλυπτών και άλλων έργων της. Το Μουσείο είναι τριώροφο με όλες τις προδιαγραφές ενός σύγχρονου μουσείου (κατάστημα, τουαλέτες, πρόσβαση για Α.Μ.Ε.Α., εργαστήριο για παιδιά, κ.λπ.), ενώ στο τελευταίο όροφο –όπου η θέα είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακή– υπήρχαν σχέδια για τη δημιουργία καφέ τα οποία δεν υλοποιήθηκαν λόγω των δυσκολιών στην εξασφάλιση άδειας. Σήμερα, τη διαχείριση του Μουσείου έχει η κόρη της Ελένη Μυλωνά η οποία είναι επίσης εικαστικός καλλιτέχνης.

- Πολυχώροι

- Μικρό Πολυτεχνείο

Ο μόνος πολιτιστικός χώρος που ταιριάζει με την περιγραφή ενός πολυχώρου (εκτός από το Δίπυλον που μέχρι σήμερα λειτουργεί κυρίως σαν θέατρο) είναι το Μικρό Πολυτεχνείο στην πλατεία Ασωμάτων. Στεγάζεται στον πρώτο όροφο και στην ταράτσα ενός παλιού κτιρίου και διευθύνεται από το σκηνοθέτη Θράσσο Καμινάκη. Λειτουργεί από το 2003 ως χώρος πολιτισμού επικοινωνίας και επιμόρφωσης που δραστηριοποιείται στην Αθήνα (και σε νησιά το καλοκαίρι με θερινά workshops) προσφέροντας σε όλες τις ηλικίες, γνώση, ψυχαγωγία και δημιουργική αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου, όπως σεμινάρια παντός είδους, αφιερώματα στη λογοτεχνία, στο θέατρο, στη μουσική, στο χορό, εκθέσεις και εικαστικά happenings, βραδιές αφιερωμένες στο σκάκι και σε διάφορα παιχνίδια ευφυΐας, ενώ οι χώροι του φιλοξενούν συχνά συνεδρίες Art Therapy με ειδικούς επιστήμονες και καλλιτέχνες καθώς και παρουσιάσεις βιβλίων και νέων δίσκων, διαλέξεις, ομιλίες, ειδικές προβολές, ακροάσεις, μικρά συνέδρια, soft meetings, εκδηλώσεις πρωτοποριακών ομάδων και καλλιτεχνικά εργαστήρια για το παιδί.

- Εκδόσεις ΝΗΣΟΣ

Στο χώρο των εκδόσεων Νήσος που βρίσκεται στην οδό Σαρρή 14 στον τέταρτο όροφο λειτουργούν εκτός από τα γραφεία των εκδόσεων, εκθεσιακός χώρος και χώρος εκδηλώσεων, βιβλιοπαρουσιάσεων, κ.λπ. Οι εκδόσεις νήσος ιδρύθηκαν το 1992 με πρωτοβουλία της Εταιρείας Μελέτης των Επιστημών του Ανθρώπου, αρχικά με στόχο την προώθηση της συζήτησης στο πεδίο της φιλοσοφίας και των κοινωνικών επιστημών. Σήμερα ο εκδοτικός οίκος διευθύνεται από την Πόλα Καπόλα.

Γραφεία – Υπηρεσίες

Αρχιτεκτονικά γραφεία

- Ελένη Τζιρτζιλάκη

Η Ελένη Τζιρτζιλάκη είναι από τους πρώτους επαγγελματίες που συνδυάζουν την κατοικία με το χώρο εργασίας τους στου Ψυρή, ενώ δραστηριοποιείται εδώ και πολλά χρόνια στα κοινά της περιοχής. Μέσα από την ομάδα Αστικό Κενό και το δίκτυο νομαδικής αρχιτεκτονικής υιοθετεί συγκεκριμένη άποψη για την περιοχή την οποία έχει εκφράσει μέσα από άρθρα, συνεντεύξεις, κ.λπ.

- Νίκος Καζέρος

Βρίσκεται ήδη 11 χρόνια στην περιοχή ξεκινώντας ένα γραφείο αρχιτεκτονικής μαζί με την Ελένη Τζιρτζιλάκη (με την οποία μαζί με μία ομάδα κέρδισαν την πρόταση για την ανάπλαση της πλατείας Μοναστηρακίου, μία ανάπλαση η οποία συνεχίζει μέχρι και σήμερα να αντιμετωπίζει πολλά προβλήματα).

- KLMF architects,

Η εταιρία klmf architects δημιουργήθηκε από τον Κωνσταντίνο Λαμπρινόπουλο και το Μίλτο Φαρμάκη το 2001. Με διαφορετικές πορείες ο καθένας, εστιάζουν και οι δύο στην αναζήτηση του χώρου, συνδυάζοντας τον πρωτοποριακό σχεδιασμό με την ευρηματικότητα στην κατασκευή. Βρίσκεται στην πλατεία Θεάτρου σε ένα ιδιαίτερο πρώην βιοτεχνικό χώρο απέναντι από τη Διπλάρειο Σχολή. Στην περιοχή δεν έχουν ενεργοποιήσει συνεργασίες, εκτός από τον χώρο του εστιατορίου μπαρ Guru Bar το οποίο φιλοξενεί και συναυλίες, του οποίου ανέλαβαν την αρχιτεκτονική μελέτη.

Σχεδιαστές μόδας

- Γιώργος Ελευθεριάδης

Από τους πλέον αναγνωρίσιμους έλληνες σχεδιαστές μόδας, ο Γ. Ελευθεριάδης ήταν από τους πρώτους που επέλεξαν την περιοχή για την επιχείρηση του αναμένοντας τη μετεξέλιξη της σε ένα ελληνικό Σόχο. Από το 1994 που ξεκίνησε την επιχειρηματική του δράση έχει παρουσιάσει δουλειές σε πολλές πόλεις του εξωτερικού και έχει συνεργαστεί με μεγάλες εταιρίες (π.χ., Grecotel). Είναι από τους πρώτους που επέλεξε να μετεγκατασταθεί στην περιοχή του Ψυρή σε ένα διώροφο κτίριο στην οδό Αγ. Αναργύρων το 1996 από το Κολωνάκι. Χαρακτηριστικό είναι επίσης το γεγονός ότι έχει επιλέξει το Μεταξουργείο για κατοικία, το οποίο θεωρεί την πλέον ανερχόμενη γειτονιά της Αθήνας.

- Βάσω Κόνσολα

Η Βάσω Κόνσολα, γνωστή σχεδιάστρια μόδας, έχει εγκατασταθεί στην πολυκατοικία της οδού Σαχτούρη 1-3 από το 2003 και απασχολεί σήμερα άλλα δύο άτομα. Αυτή τη στιγμή μένει σε άλλη περιοχή της Αθήνας, ωστόσο σκοπεύει να εγκατασταθεί άμεσα στην περιοχή του Ψυρή σε ιδιόκτητη κατοικία την οποία ανακατασκευάζει.

- Χριστόφορος Κοτέντος

Ο Χριστόφορος Κοτέντος, ανερχόμενος νέος σχεδιαστής μόδας, έχει εγκατασταθεί και αυτός στην πολυκατοικία της οδού Σαχτούρη 1-3 από το 2002, ενώ βρίσκεται στην περιοχή, στην οδό Αγίων Αναργύρων, από το 1999.

Λοιποί

- Γραφείο εναλλακτικών ταξιδιών (Eco Action),

Το γραφείο εναλλακτικού τουρισμού Eco Action στεγάζεται από το 2001 στον πρώτο όροφο ενός κτιρίου στην οδό Αγ. Αναργύρων. Η Eco Action είναι μία εταιρεία που δραστηριοποιείται στο χώρο των ποτάμιων και ορεινών εκδηλώσεων. Διαθέτει δύο δικές της βάσεις στην περιοχή της Αχαΐας και της Αρκαδίας. Ασχολείται με τον εναλλακτικό τουρισμό λειτουργώντας προγράμματα στη χερσαία χώρα, ενώ από το 2002 επεκτάθηκαν και στη νησιωτική.

- Highway productions (παραγωγοί ταινιών)

Η εταιρία κινηματογραφικών παραγωγών Highway Productions του Γιώργου Λυκιαρδόπουλου. Ξεκίνησε να λειτουργεί το 2006 στην πολυκατοικία της οδού Αισχύλου. Λόγω του ενιαίου χώρου (160 τ.μ.) και των μεγάλων παραθύρων, έχει ονομάσει το χώρο του The Loft και φιλοξενεί εκθέσεις, δρώμενα, κ.ά. (την ημέρα της συνέντευξης φιλοξενούσε μία εικαστική παρέμβαση της ομάδας locus athens).

- **Μιχάλης Καζάζης** (εικονογράφος)

Ο Μιχάλης Καζάζης, είναι ανεξάρτητος εικονογράφος με έδρα την περιοχή του Ψυρή (Σαχτούρη 1-3), στην οποία και μένει. Βρίσκεται στην περιοχή αρκετά χρόνια έχοντας διαμορφώσει συγκεκριμένη άποψη για την εξέλιξή της.



