



ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ & ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Παναγιώτα Βρεττάκου

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια : Ιωάννα Τσιβάκου

Αθήνα, Ιανουάριος 2008

Ευχαριστίες

Ευχαριστώ τις γυναίκες του αγροτουριστικού συνεταιρισμού της Πορταριάς Πηλίου που με καλοδέχτηκαν, απάντησαν σε όλες μου τις ερωτήσεις, με φίλεψαν με τα ωραία τους γλυκά και με ξενάγησαν όχι μόνο στους χώρους δουλειάς τους, αλλά και σε πολλά άλλα μέρη της περιοχής τους, ενώ ήταν πάντα πρόθυμες να με φιλοξενήσουν και να με μυσήσουν στις συνήθειες του τόπου τους.

Επίσης, ευχαριστώ ολόθερμα τους καθηγητές των οποίων το μάθημα παρακολούθησα σε όλη τη διάρκεια του μεταπτυχιακού αυτού προγράμματος. Μπορεί η εργασία μου να μην άπτεται των θεμάτων τους, ωστόσο, χωρίς τη δική τους παρουσία δεν θα σκεφτόμουν με τον ίδιο τρόπο και αυτό έπαιξε ρόλο κατά τη συγγραφή της, άρα, με τον τρόπο τους, ήταν όλοι παρόντες στη διαδικασία αυτή.

Τέλος, ευχαριστώ με όλη μου την καρδιά την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου, την κα Ιωάννα Τσιβάκου, χωρίς την πολύτιμη και έγκαιρη συνδρομή και καθοδήγηση της οποίας θα μου ήταν αδύνατο να προχωρήσω με τόσο γοργούς ρυθμούς και να ολοκληρώσω την παρούσα. Πραγματικά της είμαι ευγνώμων.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ	
1.1. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ – ΣΚΟΠΟΣ.....	3
1.2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ.....	4
1.3. ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ – ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ – ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ...	5
1.4. ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ.....	7
1.5. ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ.....	7
1.6. ΣΥΝΤΟΜΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	8
1.7. ΟΡΙΣΜΟΙ – ΤΙ ΝΟΕΙΤΑΙ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΗΜΕΡΑ;.....	12
1.8. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - Ο ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	19
1.9.ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ (ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ) ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ.....	22
2. ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ – ΤΟ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΑΣ ΥΠΟΒΑΘΡΟ.....	25
2.1. Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΩΝ ΣΥΣΤΗΜΙΚΩΝ ΕΛΛΟΓΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ.....	27
2.2. Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ (Activity Theory).....	31
2.3. Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ (Communities of Practice).....	34
2.4. ΤΡΙΑΔΙΚΟ ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΙΔΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ.....	35
3. ΟΙ ΣΥΣΤΗΜΙΚΕΣ ΕΛΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	40
3.1. Η ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	44
3.2. Η ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΤΗΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ Ή ΤΗΣ (ΕΓΧΡΗΜΑΤΗΣ) ΑΝΤΑΛΛΑΓΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	46
3.3. Η ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	47
3.4. Η ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΠΟΡΤΑΡΙΑΣ ΠΗΛΙΟΥ.....	51
3.5. ΤΟ ΤΕΛΙΚΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ.....	53
3.6. ΤΑ ΕΝΔΙΑΜΕΣΑ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΑ.....	56
3.7. ΟΙ ΔΡΩΝΤΕΣ.....	62
3.8. ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗΣ ΤΩΝ ΔΡΩΝΤΩΝ.....	68
4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ.....	75
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	85
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ.....	89

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

1.1. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ – ΣΚΟΠΟΣ

Η παρούσα εργασία έχει ως αντικείμενο τη μελέτη του φαινομένου του πολιτισμικού τουρισμού ως έκφραση της κουλτούρας μιας δεδομένης κοινωνίας και, συνακόλουθα, τη μελέτη των πρακτικών των οργανώσεών του, έτσι ώστε να καταφανεί κατά πόσο αυτές οδηγούν στην παραγωγή ολοένα ανανεούμενου νοήματος που υπερβαίνει τα όρια του συγκεκριμένου τομέα και επεκτείνεται στη σύγχρονη κοινωνία γενικότερα. Σκοπός μας είναι τελειώνοντας το πόνημά μας να μπορέσουμε να ανακαλύψουμε αν, πράγματι, το νόημα ή το σύνολο νοημάτων που παράγεται ωθεί τη σημερινή κοινωνία σε μετεξέλιξη, έστω και κατά το μέτρο που αυτή η μετεξέλιξη περιορίζεται σε μια μόνο κοινωνικο-οικονομική περιοχή.

Πιο συγκεκριμένα, εφόσον οι οργανώσεις οι ανήκουσες στο χώρο του πολιτισμικού τουρισμού αποτελούν κατά κύριο λόγο την έκφρασή του και εφόσον αυτές οι οργανώσεις (όπως και όλες οι άλλες άλλωστε) συνιστούν πεδία κοινωνικής δράσης, οδηγούμαστε αναπόφευκτα στη μελέτη τους προκειμένου να κατανοήσουμε καλύτερα το ίδιο το φαινόμενο. Και, εφόσον μιλάμε για πεδία κοινωνικής δράσης, δεν μπορούμε παρά να προσεγγίσουμε το θέμα μας τόσο από τη σκοπιά των δομών του συστήματος εντός των οποίων δραστηριοποιούνται οι οργανώσεις αυτές, όσο και από τη σκοπιά του ανθρώπινου παράγοντα που ενέχεται στην ποικιλία των δράσεών τους.

Κατόπιν αυτού θα προχωρήσουμε στην ανάλυσή μας αφού πρώτα αποσαφηνίσουμε τη μεθοδολογία επί τη βάσει της οποίας θα εντρυφήσουμε στο θέμα των δομών και της ανθρώπινης δρασιακότητας (agency) του πολιτισμικού τουρισμού. Η μεθοδολογία που επιλέξαμε είναι αυτή των κοινωνικών αυτοαναφερομένων συστημάτων και της κοινωνικής διαφοροποίησης διότι, όπως θα φανεί στη συνέχεια, μας επιτρέπει να

εστιάζουμε σε έναν κλάδο υπηρεσιών, αυτών του τουρισμού, έχοντας συνεχώς προ των οφθαλμών μας το ισχύον κοινωνικό νόημα και τις αλληλεπιδράσεις του και με τα άλλα κοινωνικά συστήματα πλην αυτού στο οποίο ανήκει ο εν λόγω κλάδος, ήτοι της αναψυχής και διασκέδασης.

1.2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ

Ένα πρώτο βήμα στην προσέγγιση του θέματός μας αποτελεί η εξέταση της σημασίας μιας οργάνωσης ως υποσυνόλου ενός ευρύτερου συστήματος, το οποίο, επειδή έχει τεθεί στην υπηρεσία μιας σημαντικής κοινωνικής λειτουργίας βάσει ενός συνόλου κανονιστικών αρχών, καλείται κοινωνικό λειτουργικό σύστημα¹. Τέτοια συστήματα είναι αυτά της οικονομίας, της πολιτικής, της δικαιοσύνης, της εκπαίδευσης, κ.λπ. Από τον προηγούμενο αιώνα όμως, λόγω της εξέλιξης της τεχνολογίας, ορισμένες νέες κοινωνικές δραστηριότητες εμφανίστηκαν (όπως αυτές του κινηματογράφου και της τηλεόρασης) ή παλαιότερες, οι οποίες ασκούνταν κατ' οίκον σε μικρά εργαστήρια, όπως αυτές της τέχνης ή της επιστήμης, εναγκαλίστηκαν από δίκτυα οργάνωσης, υποχρεώνοντας έτσι την κοινωνία να ρυθμίσει τον τρόπο λειτουργίας τους (π.χ. πνευματικά δικαιώματα) και να συγκροτήσει κατ' αυτό τον τρόπο καινούργια λειτουργικά συστήματα. Πρόκειται για αυτοαναφερόμενα λειτουργικά συστήματα, όρος που σημαίνει ότι τα συστήματα αυτά παράγουν μόνα τους τις συνιστώσες τους, τα μέρη από τα οποία αποτελούνται², μέσω των επικοινωνιακών ενεργημάτων που διαμείβονται εντός και εκτός τους.

Η θεωρία των κοινωνικών λειτουργικών συστημάτων έχει τύχει επεξεργασίας από τον Νικόλας Λούμαν³ και έλκει την αρχή της από τη θεωρία της κοινωνικής διαφοροποίησης των κοινωνικών λειτουργιών.

¹ Τσιβάκου Ιω., 1997, *Υπό το βλέμμα του Παρατηρητή*, Αθήνα, Θεμέλιο, σελ. 37-43

² idem: 37-43

³ Luhmann, N., 1995, *Social Systems*, Stanford (CA), Stanford University Press για πλήρη ανάλυση της θεωρίας του γύρω από τα κοινωνικά λειτουργικά συστήματα.

Σήμερα όμως, γινόμαστε μάρτυρες μιας εκτεταμένης σύνδεσης των κοινωνικών λειτουργικών συστημάτων, η οποία συντελεί στη δυνατότητα των οργανώσεων να μην ανήκουν αυστηρά σε ένα μόνο κοινωνικό λειτουργικό σύστημα, αλλά να τροφοδοτούνται με τις αξιακές κατηγορίες πολλαπλών συστημάτων. Το φαινόμενο αυτό έχει χαρακτηριστεί από ορισμένους ως φαινόμενο «κοινωνικής αποδιαφοροποίησης». Εμείς δεν θα εγκαταλείψουμε τη θεωρία της κοινωνικής διαφοροποίησης, αλλά θα εξηγήσουμε τη σύγχρονη κατάσταση με τη θεωρία των ευέλικτων ορίων που εμφανίζουν σήμερα τα περισσότερα κοινωνικά λειτουργικά συστήματα⁴.

Στην περίπτωση μας, υποστηρίζουμε ότι λόγω του εύρους και της σημασίας του τουρισμού, θεωρούμε πως αποτελεί διακριτό κλάδο του λειτουργικού συστήματος αναψυχής και διασκέδασης⁵, ο οποίος αντλεί τα αξιολογικά του κριτήρια από τρία διαφορετικά λειτουργικά συστήματα: της αναψυχής, της οικονομίας και της πολιτικής.

1.3. ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ – ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ – ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

Μελετώντας τις πολιτισμικές οργανώσεις, υποχρεωνόμαστε να τοποθετηθούμε απέναντι στις έννοιες του πολιτισμού και της κουλτούρας, ώστε να αποφευχθούν συγχύσεις που ταλαιπωρούν ήδη την ελληνική σκέψη.

Ας συγκρατήσουμε ότι, εν προκειμένω, χρησιμοποιούμε τον όρο «πολιτισμός» για τις δραστηριότητες και τα αντικείμενα «υψηλής κουλτούρας» (δηλαδή που άπτονται της φιλοσοφικής και καλλιτεχνικής παιδείας) οπότε χρησιμοποιούμε και το αντίστοιχο επίθετο «πολιτιστικές»

⁴ Τσιβάκου Ιω., 2003, *Τα Ευέλικτα Ορια των Κοινωνικών Συστημάτων*, Νεφέλη, Αθήνα όπου αναλύονται οι μηχανισμοί που υποκινούν την οικουμενική τάση για ομογενοποίηση.

⁵ Τσιβάκου Ιω., 2003, ό.π.:259 όπου ονομάζει ένα ιδιαίτερο λειτουργικό σύστημα αναψυχής και Τσιβάκου Ιω., 2006, *Προσφορά και Ανταπόδοση στις Κοινωνικές Σχέσεις*, Αθήνα, Νεφέλη, σ. 271, όπου το διευρύνει με περιεχόμενο κάθε αντιστοιχούσα καταναλωτική οργανωμένη δραστηριότητα.

οργανώσεις⁶. Αντίθετα, αναφερόμαστε στον όρο «κουλτούρα» σύμφωνα με την ανθρωπολογική της εκδοχή, ως τον τρόπο με τον οποίο μια ανθρώπινη κοινότητα νοηματοδοτεί τον βίο της. Σε αυτή την περίπτωση, μιλούμε για πολιτισμικές έννοιες ή δράσεις⁷.

Στον τουρισμό που μας ενδιαφέρει δίνουμε το επίθετο «πολιτισμικός» διότι μέσω αυτού διαμορφώνονται ανθρώπινες εμπειρίες και κυρίως εμπειρίες ανθρώπινων σχέσεων, οι οποίες επηρεάζουν βαθύτατα συμπεριφορές και αντιλήψεις για τη ζωή. Το ίδιο συμβαίνει και με τις οργανώσεις του πολιτισμικού τουρισμού. Ενώ πολλές από αυτές εμπεριέχουν γνωρίσματα πολιτιστικών οργανώσεων, ήτοι οργανώσεων οι οποίες επηρεάζουν το νόημα μιας συγκεκριμένης κοινότητας, μέσω όμως αντικειμένων που εντάσσονται στον τομέα του πολιτισμού (της high culture) και, συγκεκριμένα, της τέχνης ή της επιστήμης (όπως μουσεία και πινακοθήκες, οργανώσεις παραγωγής μουσικής, εκδοτικοί οίκοι, μέσα επικοινωνίας, ερευνητικά κέντρα, κ.λπ.), εν τούτοις, πολλές εκτείνουν τη δράση τους και την αποστολή τους πέραν των αντικειμένων υψηλής κουλτούρας. Το αντικείμενό τους και, συγκεκριμένα, οι προσφερόμενες υπηρεσίες τους αποσκοπούν στη βελτίωση των όρων ζωής – του ευ ζην – των συμμετεχόντων μέσω της ανασηματοδότησης των κοινωνικών τους σχέσεων και των σχέσεών τους με τον κόσμο, οπότε μπορούμε να μιλούμε για πολιτισμικές οργανώσεις.

Αποσαφηνίζοντας τον όρο «πολιτισμικές οργανώσεις», παρατηρούμε πως είναι δυνατόν αυτές να αποτελούν τμήμα μιας μεγαλύτερης οργάνωσης, η οποία δεν λειτουργεί με πολιτισμικά κριτήρια. Ακριβώς γι' αυτό προτιμούμε στο εξής, για το πλείστον των περιπτώσεων να μιλούμε για

⁶ Εδώ πολιτισμικές τουριστικές οργανώσεις

⁷ Αυτή η διάκριση λειτούργησε εξαιρετικά στα πλαίσια του αντίστοιχου περί Οργάνωσης και Διοίκησης των Πολιτιστικών Οργανώσεων μαθήματος του ΜΠΣ «Πολιτιστική Διαχείριση» (Τμ. ΕΜΠΟ, Πάντειος) και δόθηκε με τις σημειώσεις της 1^{ης} παράδοσης της καθ. κ. Ιωάννας Τσιβάκου με θέμα την Κουλτούρα και τις Πολιτιστικές Οργανώσεις.

«πολιτισμικές πρακτικές» και όχι για πολιτισμικές οργανώσεις. Η σημασία που αποκτούν οι πρακτικές στην ανάλυσή μας, μας ωθούν στη συνέχεια του κειμένου να καταπιαστούμε με την έννοια των πρακτικών.

1.4. ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Θα ξεκινήσουμε με μια σύντομη αναφορά στην ιστορική-κοινωνιολογική θεώρηση που αναφέρεται στις κοινωνικές πρακτικές ως ενότητες κοινωνικής δράσης, με έμφαση στις κοινωνικές (γενικές) πρακτικές του συστήματος αναψυχής. Έπειτα θα αναφερθούμε σε τρία μοντέλα πρακτικών που έχει μέχρι στιγμής διατυπώσει η οργανωτική σκέψη, ώστε να συγκρατήσουμε από το κάθε ένα: πρώτον, τα στοιχεία που μας εξυπηρετούν για την περιγραφή και κατανόηση του δικού μας θέματος και, δεύτερον, την ικανότητά τους να συλλαμβάνουν το παραγόμενο νόημα κατά τη διαδικασία της πρακτικής και τη διάχυσή του στην κοινότητα εντός της οποίας λαμβάνει χώρα η πρακτική. Τα εν λόγω μοντέλα είναι τρία: το μοντέλο της θεωρίας των κοινοτήτων πρακτικής⁸, το μοντέλο της θεωρίας δραστηριότητας⁹ και το τριαδικό μοντέλο των έλλογων συστημικών πρακτικών¹⁰. Μετά το σχολιασμό των εν λόγω μοντέλων και την αξιολόγησή τους, είμαστε έτοιμοι να προχωρήσουμε στη συζήτηση περί των ειδικών πρακτικών που παρατηρούμε στα πλαίσια των τουριστικών οργανώσεων και δη των πολιτισμικών.

1.5. ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ

Στη συνέχεια θα προσπαθήσουμε να μεταφέρουμε τις παρατηρήσεις μας στο πεδίο της εμπειρικής εφαρμογής προκειμένου να κατανοήσουμε πώς

⁸ Wenger, E., 1999, *Communities of Practice: Learning, Meaning and Identity*, Cambridge University Press, Cambridge, Mass, για πλήρη περιγραφή της θεωρίας των κοινοτήτων πρακτικής.

⁹ Leontyev, A.,N., 1977, *Activity and Consciousness* στο *Philosophy in the USSR*, Progress Publishers, Moscow, για πλήρη περιγραφή της θεωρίας της δραστηριότητας

¹⁰ ό.π., Τσιβάκου Ιω., 2006, *Προσφορά και Ανταπόδοση...* σ.225

λειτουργούν στην πράξη τα δεδομένα που δανειστήκαμε από το θεωρητικό μας οπλοστάσιο. Θα εξετάσουμε από πιο κοντά μια οργάνωση (εν προκειμένω επιχείρηση-συνεταιρισμός) που ανήκει στο πεδίο του πολιτισμικού τουρισμού και τον τρόπο με τον οποίο μπορεί να μετασχηματιστεί η ίδια, αλλά και να μετασχηματίσει την κοινωνία γύρω της, αλλά και τη μικροκοινωνία εντός της.

Σαν τελικό αποτέλεσμα, όπως είπαμε και στην αρχή, ευελπιστούμε να προκύπτει ξεκάθαρα το κοινωνικό νόημα που συναρθρώνεται μέσα από όλες τις διαδικασίες τις οποίες θα έχουμε περιγράψει, τόσο κατά τη θεωρητική θεμελίωση, όσο και κατά την εμπειρική παρατήρηση των θέσεών μας.

Για να φτάσουμε έως εκεί όμως, αμέσως τώρα θα ξεκινήσουμε από μια σύντομη αναδρομή στην ιστορία του τουρισμού.

1.6. ΣΥΝΤΟΜΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



Η ιστορία του τουρισμού μπορεί να μην αποτελεί πλέον προτεραιότητα για τους μελετητές του φαινομένου διότι τα στοιχεία της θεωρούνται γνωστά και δεδομένα. Άλλωστε, δεν είναι λίγες οι μελέτες, τα άρθρα και οι μονογραφίες που έχουν καταπιαστεί με το συγκεκριμένο θέμα.

Φωτο: ©Jobard Sipa Press, Paris Είναι πάντα χρήσιμο όμως να γνωρίζει κανείς τι βεληνεκούς φαινόμενο πρόκειται να μελετήσει κατά την εκπόνηση μιας εργασίας σαν την παρούσα, οπότε, με έκπληξη διαπιστώθηκε πως αυτό το σχετικά νέο πεδίο έρευνας πολλών παλαιών επιστημών αριθμεί πολλούς αιώνες παρουσίας ενδεδυμένο κατά καιρούς με διαφορετικές ονομασίες και με έμφαση σε διαφορετικά σημεία αναφοράς.

Ως μια εισαγωγή στο σύγχρονο φαινόμενο, κρίνεται σκόπιμη η παρουσίαση κάποιων βασικών ιστορικών φάσεων του που ξεκινούν από το μεσαίωνα. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν και προσεγγίσεις που τοποθετούν τις απαρχές του φαινομένου πολύ νωρίτερα: από την αρχαιότητα, με τις μετακινήσεις των κατοίκων της Αιγύπτου και της Μεσοποταμίας μετά το 3000 π.Χ. και φτάνουν στα ταξίδια των χριστιανών προσκυνητών του 6^{ου} αιώνα, αλλά και των Σταυροφόρων αργότερα. Ιδιαίτερη μνεία αξίζει να γίνει στην εποχή του Μ. Αλεξάνδρου λόγω του ενιαίου διοικητικού περιβάλλοντος που δημιούργησε με τις κατακτήσεις του και με την ταυτόχρονη ύπαρξη μιας κοινά ομιλούμενης γλώσσας, παράγοντες που ευνόησαν τις μετακινήσεις και στη ρωμαϊκή περίοδο, κατά την οποία κατασκευάστηκαν οι πρώτοι οργανωμένοι (οδικοί) δρόμοι για τη διευκόλυνση του εμπορίου, αλλά και ξεκινά και η ύπαρξη των πρώτων θερέτρων με την κατασκευή εξοχικών κατοικιών για τους εύπορους Ρωμαίους¹¹.

Ωστόσο, για να έλθουμε χρονικά πιο κοντά στη σημερινή εποχή, θα παρουσιάσουμε στη συνέχεια τις τέσσερις, κατά Lickorish και Jenkins¹², κύριες ιστορικές φάσεις από τις οποίες διήλθε το φαινόμενο του τουρισμού:

«Α. Προϊστορικός τουρισμός

Η πρώτη από τις τέσσερις φάσεις θα μπορούσε να ονομαστεί προϊστορικός τουρισμός και πρόκειται για την περίοδο που ξεκινά από τους μεσαιωνικούς χρόνους έως τις αρχές του 17^{ου} αι., όταν τα πρώτα σημάδια βιομηχανικής ανάπτυξης άρχισαν να επηρεάζουν τον καθιερωμένο τρόπο ζωής. Η σταδιακή αύξηση του πλούτου, η επέκταση των εμπορικών και επαγγελματικών τάξεων, τα αποτελέσματα της Θρησκευτικής Μεταρρύθμισης και

¹¹ Casson, L., 1995, «*Το ταξίδι στον Αρχαίο Κόσμο*», Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης, Αθήνα, για μια ανάλυση των ταξιδιών από τους αρχαίους χρόνους ως τον 6^ο αι. μ.Χ.

¹² Lickorish, L.J.-Jenkins, C.L., 1997, *An Introduction to Tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford, σελ. 11-13, μετάφραση δική μου

της εκκοσμίκευσης της εκπαίδευσης αύξησε το ενδιαφέρον για το ταξίδι, το οποίο και θεωρήθηκε ως μοχλός γνώσης.

B. Μετακίνηση

Η εποχή του σιδηροδρόμου εκπροσωπεί τη δεύτερη φάση, όταν τα τρένα που κινούνταν με ατμό και τα ατμόπλοια άλλαξαν τον τρόπο μετακίνησης. Η γοργή αύξηση του πληθυσμού αλλά και του πλούτου δημιούργησε μια τεράστια νέα αγορά σε πολύ μικρό διάστημα. Εφευρέθηκε το μαζικό ταξίδι και μαζί του άρχισαν να αναπτύσσονται θέρετρα και ταξιδιωτικοί πράκτορες με νέες μεθόδους προώθησης του προϊόντος τους : οργανωμένες εκδρομές, ταξιδιωτικά πακέτα, αφίσες και μπροσούρες. Αυτά παραμένουν έως σήμερα εργαλεία-κλειδιά του μάρκετινγκ».

Αν και η μετακίνηση αποτέλεσε σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης, υπήρξαν και άλλα σημαντικά στοιχεία και μερικά προβλήματα γιατί, όπως και σήμερα, ο συντονισμός των σχεδίων μετακίνησης και των τουριστικών πολιτικών ήταν περιορισμένος ή ακατάλληλος. Υπάρχουν διακριτές, αλλά προφανώς συνδεδεμένες περιοχές αμοιβαίως εξαρτώμενης δραστηριότητας. Η ανάπτυξη της οργανωμένης διαμονής και της υποδομής των θερέτρων, σε γενικές γραμμές, ακολουθούσε την επέκταση των δυνατοτήτων μετακίνησης με κάποια καθυστέρηση και αβεβαιότητα.

«Γ. Η μεσοπολεμική περίοδος

Το τρίτο στάδιο καλύπτει την μεσοπολεμική περίοδο μεταξύ του 1918 και 1939. Η πλήρης άνθηση της εποχής του σιδηροδρόμου και του ατμού σταμάτησε απότομα από τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο το

1914. Ο πόλεμος έδωσε μεγάλη ώθηση σε κάποιες μορφές τεχνικής προόδου, πολύ χρήσιμων στο μέλλον : εδώ εννοείται η επέκταση των δρόμων, αλλά και η σημαντική επένδυση στην αεροπλοΐα».

Ωστόσο, πάνω απ' όλα, ήταν η εποχή του αυτοκινήτου και της εισαγωγής πολλών νεωτερισμών: πρωτοεμφανίστηκαν οι διακοπές μετ' αποδοχών, επέκταση στην ποικιλία των δραστηριοτήτων αναψυχής και ελεύθερου χρόνου, διαδόθηκαν τα ξενοδοχεία για νέους (youth hostels), ενώ έπεσαν οι τιμές στις μετακινήσεις και τις εκδρομές με πούλμαν. Τα δε ταξίδια στο εξωτερικό αυξήθηκαν κατακόρυφα. Η επέκταση και ο πειραματισμός εμποδίστηκαν από τη μεγάλη ύφεση του 1930 και εντέλει σταμάτησαν από το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο μεταξύ του 1939 και 1945.

«Δ. Η απογείωση του τουρισμού

Όλη η μεταπολεμική περίοδος, από το 1945 έως σήμερα αντιπροσωπεύει την περίοδο απογείωσης του τουρισμού. Πρόκειται για μια εποχή επανάστασης στην τεχνολογία, στη μαζική βιομηχανική ανάπτυξη με τις συνακόλουθες αλλαγές που κατέληξαν στην αύξηση του εισοδήματος το οποίο μπορούσε να διατεθεί για άλλους σκοπούς πέρα από την κάλυψη των βασικών βιοτικών αναγκών. Αυτές οι αλλαγές, με τις μακρόπνοες προεκτάσεις στον τρόπο ζωής και επικοινωνίας αποδείχτηκαν ως οι νέοι παράγοντες σφυρηλάτησης της κοινωνίας. Επιπλέον, συν τω χρόνω, η ταχύτητα και η κλίμακά τους αυξήθηκε κατά πολύ.

Όλα τα παραπάνω ευνόησαν την επέκταση του τουρισμού και κυρίως αυτήν του διεθνούς τουρισμού καθ' όλη τη μεταπολεμική περίοδο. Η πλούσια Δύση ταξιδεύει.

Η γοργή ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης συνεχίστηκε χρόνο με το χρόνο, με ορισμένες διακοπές, αλλά η επανεμφάνιση κυκλικών παραγόντων και, γύρω στα τέλη της περιόδου αυτής¹³, δομικές αλλαγές και κάποια πολιτική αστάθεια, άρχισαν να σπέρνουν αμφιβολίες στο έδαφος των προσδοκιών για μια αέναη ανάπτυξη».

1.7. ΟΡΙΣΜΟΙ - ΤΙ ΝΟΕΙΤΑΙ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΗΜΕΡΑ ;



Η οριοθέτηση ενός φαινομένου όπως ο τουρισμός δεν είναι μια εύκολη υπόθεση για τους αναλυτές του. Και αυτό διότι το συγκεκριμένο κοινωνικό φαινόμενο, ενώ δεν είναι πρόσφατο, όπως είδαμε παραπάνω, αποτελεί, ωστόσο, έναν εντελώς ιδιότυπο και πολύ γοργά μετεξελισσόμενο κλάδο της παγκόσμιας οικονομίας, που συνδέεται άμεσα με κοινωνικές και πολιτισμικές αλλαγές στις σύγχρονες κοινωνίες¹⁴. Εξ ου και η δυσκολία να οριοθετηθεί και να ορισθεί η έννοιά του: τα όρια και οι ορισμοί του ποικίλλουν όσο και οι επιστημονικοί κλάδοι που καταπιάνονται μαζί του.

Ένα από τα σημαντικά στοιχεία που λαμβάνονται υπ' όψη για τη σχετική μελέτη αφορά στον ορισμό του τουρίστα, της ταυτότητάς του, ώστε να είναι δυνατό να αποτιμηθεί στατιστικά η μετακίνηση και η δαπάνη του. Σημαντικό ρόλο φαίνεται να παίζει για όλες τις προσπάθειες τόσο το χρονικό σημείο κατά το οποίο αυτές σημειώνονται, μια και ο τουρισμός εξελίσσεται πολύ δυναμικά στο χρόνο, όσο και ο συγκεκριμένος επιστημονικός κλάδος που κάθε φορά ορίζει και ταξινομεί¹⁵: για παράδειγμα, με άλλα κριτήρια θα ορίσει και θα ταξινομήσει τα προς εξέταση στοιχεία η οικονομική επιστήμη, με άλλα η κοινωνιολογία και με διαφορετικά η κοινωνική ανθρωπολογία. Εμείς, στα πλαίσια της παρούσας, κινούμαστε εντός των ορίων των δύο τελευταίων.

¹³ Οι συγγραφείς εννοούν το έτος 1996.

¹⁴ Τσάρτας,, Π., 1996, *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*, Εξάντας, Αθήνα

¹⁵ idem: 51

Μια ασφαλής εκκίνηση θα ήταν να αναφέρουμε έναν ευρέως αποδεκτό έως στιγμής ορισμό των τουριστών που προτάθηκε από το Παγκόσμιο Σωματείο των Επίσημων Ταξιδιωτικών Οργανισμών (International Union of Official Travel Organisations IUOTO) το 1963, εγκρίθηκε από την Ολομέλεια του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO) το 1968¹⁶ και λέει ότι οι (διεθνείς) τουρίστες είναι «προσωρινοί επισκέπτες που μένουν τουλάχιστον 24 ώρες στη χώρα που επισκέπτονται και των οποίων ο σκοπός του ταξιδιού μπορεί να υπαχθεί κάτω από τις ακόλουθες κατηγορίες: (α) διακοπές (αναψυχή, αργίες, υγεία, εκπαίδευση, θρησκεία και αθλητισμός) και (β) εργασία και οικογένεια (επιχειρηματικές ομαδικές αποστολές, ποικίλες συναντήσεις)»¹⁷.

Ωστόσο, αυτός ο τεχνικός, όπως χαρακτηρίζεται, ορισμός δεν αναγνωρίζει τον τουρίστα σαν μια διακριτή «κοινωνική κατηγορία που αναφέρεται στα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά των ατόμων που ταξιδεύουν στη χώρα τους ή σε άλλη χώρα με βασικό κίνητρο τις διακοπές ή άλλους λόγους πλην της εργασίας. Ένας παρόμοιος ορισμός μπορεί να θεωρηθεί περισσότερο αντιπροσωπευτικός του κοινωνικού περιεχομένου που έχει ο όρος «τουρίστας» και να αποφύγει τις σχηματικές ταξινομήσεις της στατιστικής που, χωρίς να παύουν να είναι χρήσιμες, δεν μπορούν να αποτυπώσουν δυναμικά τα κοινωνικά φαινόμενα»¹⁸.

Αν θελήσουμε να περάσουμε στην ευρύτερη έννοια του τουρισμού και να συνοψίσουμε τις διάφορες οπτικές με τις οποίες έχει κατά καιρούς προσεγγιστεί το φαινόμενο, ίσως είναι χρήσιμο να παρακολουθήσουμε την ταξινόμηση του

¹⁶ Leiper, N. 1979, *The framework of tourism: towards a definition of tourism and the tourist industry*, *Annals of Tourism Research* 6(4): 390-407

¹⁷ International Union of Official Travel Organizations (IUOTO). 1963: *The United Nations' Conference on International Travel and Tourism*, Geneva :14. Ο παραπάνω ορισμός μπορεί κάλλιστα, με τα σημερινά δεδομένα, να εννοεί και τους εγχώριους τουρίστες.

¹⁸ ό.π. Τσάρτας Π., 1996, *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι...* σ. 42

Erik Cohen, ο οποίος διακρίνει οκτώ κατηγορίες θεωρητικών προσεγγίσεων που άπτονται της κοινωνιολογίας¹⁹. Πιο συγκεκριμένα :

- «1. Ο τουρισμός ως εμπορευματοποιημένη φιλοξενία:** εδώ η εστίαση συντελείται στο ρόλο του τουρίστα – επισκέπτη. Η τουριστική διαδικασία νοείται ως εμπορευματοποίηση της παραδοσιακής σχέσης μεταξύ επισκέπτη – οικοδεσπότη, μέσω της οποίας δινόταν στους ξένους ένας προσωρινός ρόλος στην κοινωνία που επισκέπτονταν. Έτσι, ο τουρισμός θεωρήθηκε εμπορευματοποιημένη και τελικά βιομηχανοποιημένη μορφή φιλοξενίας. Αυτή η προσέγγιση αποδείχτηκε καρποφόρα στο πεδίο της μελέτης των σχέσεων μεταξύ τουριστών και ντόπιων.
- 2. Ο τουρισμός ως εκδημοκρατισμένο ταξίδι:** δίνεται έμφαση στον τουρίστα – ταξιδιώτη. Οι γεννήτορες αυτής της προσέγγισης είδαν το σύγχρονο μαζικό τουρισμό σαν μία εκδημοκρατισμένη επέκταση των αριστοκρατικών ταξιδιών μιας παλαιότερης εποχής. Αν και τοποθετεί τον τουρισμό σε μια περιοχή – αυτήν του ταξιδιού – που δεν έχει διερευνηθεί από τους κοινωνιολόγους, αυτή η οπτική οδήγησε σε μερικές σημαντικές εργασίες πάνω στον ιστορικό μετασχηματισμό των ρόλων του ταξιδιώτη-τουρίστα.
- 3. Ο τουρισμός ως σύγχρονη ανάπαυλα:** ο τουρισμός νοείται ως αναψυχή και ο τουρίστας ως ένας άνθρωπος που βρίσκεται σε ανάπαυλα και που ταξιδεύει. Οι πρωταγωνιστές αυτής της προσέγγισης θεωρούν πως στον ελεύθερο χρόνο δεν υπάρχουν ευθύνες, όμως η οπτική τους δεν εμβαθύνει στην πολιτισμική σημασία των δραστηριοτήτων ανάπαυλας, ενώ ταυτίζει τον

¹⁹ Cohen, E. 1984, *The Sociology of Tourism: Approaches, Issues and Findings*, Annual Reviews of Sociology, 10:374-375, μετάφραση δική μου.

ελεύθερο χρόνο-ανάπαυλα με την αναψυχή. Ωστόσο, μας πληροφορεί επαρκώς για πολλές από τις μακροκοινωνιολογικές και οργανωσιακές έρευνες πάνω στο σύγχρονο τουρισμό.

4. **Ο τουρισμός ως σύγχρονο είδος παραδοσιακού προσκυνήματος:** αυτή η προσέγγιση εστιάζει στη βαθύτερη (δομική) σημασία του σύγχρονου τουρισμού και τον ταυτίζει με τα προσκυνήματα των παραδοσιακών κοινωνιών. Εδώ ο τουρισμός νοείται ως «ιερό ταξίδι».
5. **Ο τουρισμός ως έκφραση βασικών πολιτισμικών ζητημάτων:** δίνεται έμφαση στο βαθύτερο πολιτισμικό νόημα του τουρισμού, καθώς βαραίνουσα σημασία αποκτά η οπτική του ίδιου του τουρίστα. Όπως ήταν επόμενο, η προσέγγιση παραγκωνίζει τη μελέτη του τουρισμού αυτού καθ'αυτού και οδηγεί σε συγκριτική μελέτη των διαφόρων, πολιτισμικά ποικιλόμορφων ειδών ταξιδιών.
6. **Ο τουρισμός ως διαδικασία πολιτισμικοποίησης (acculturation)²⁰:** οι υποστηρικτές αυτής της οπτικής εστιάζουν στην επίδραση των τουριστών πάνω στους ντόπιους που τους υποδέχονται και παλεύουν να ενσωματώσουν τη μελέτη του τουρισμού μέσα στα γενικότερα πλαίσια της θεωρίας της πολιτισμικοποίησης. Η θεωρία αυτή δεν είναι ιδιαίτερα δημοφιλής, παρά το ότι σε πολλές απομακρυσμένες περιοχές οι τουρίστες μοιάζουν να είναι σημαντικοί υπαίτιοι μιας χοντροκομμένης δυτικοποίησης των ντόπιων κατοίκων.
7. **Ο τουρισμός ως τύπος εθνοτικής σχέσης:** οι υποστηρικτές αυτής της προσέγγισης προσπαθούν να εντάξουν την ανάλυση

²⁰ Επειδή επηρεάζουν συμπεριφορές μέσω συνηθειών και τρόπων, όχι αντικειμένων υψηλής κουλτούρας, μιλάμε για πολιτισμικοποίηση

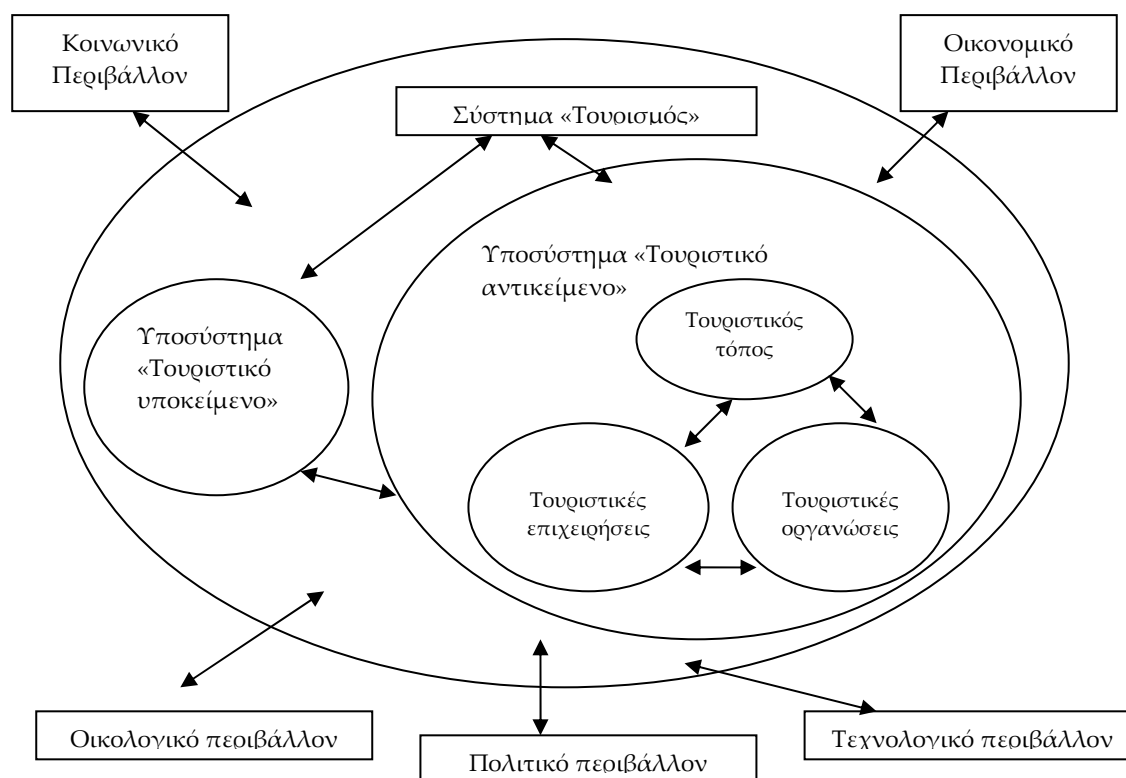
της σχέσης τουρίστα-οικοδεσπότη στο ευρύτερο πεδίο της εθνότητας και των εθνοτικών σχέσεων. Εξαιτίας της προέκυψαν κάποιες εργασίες σχετικά με τις επιπτώσεις της παραγωγής ντόπιων τουριστικών προϊόντων πάνω στις εθνικές ταυτότητες.

8. **Ο τουρισμός ως τύπος νεοαποικισμού:** η εστίαση αυτής της προσέγγισης βρίσκεται στο ρόλο του τουρισμού ως γενεσιουργού αιτίας για τη δημιουργία εξαρτήσεων μεταξύ των χωρών αποστολής τουριστών, των «μητροπόλεων», και των χωρών – υποδοχέων, των περιφερειακών χωρών. Σύμφωνα με την οπτική αυτή, εδώ έχουμε το ανάλογο της ιμπεριαλιστικής κυριαρχίας μέσω των αποικιών με συνακόλουθη συνέπεια την υπανάπτυξη των υποδομών στις χώρες – υποδοχείς».

Ωστόσο, υπάρχουν και οι ολιστικές προσεγγίσεις του τουριστικού φαινομένου, όπως αυτή του Kaspar²¹, η οποία εδράζεται στη συστημική θεωρία και συγκροτείται όπως φαίνεται στο παρακάτω σχήμα:

²¹ Kaspar, Cl., 1975, *Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss*, Haupt, Berne, σ. 1-16

Σχήμα 1: Η δομή του τουριστικού συστήματος κατά Kaspar



Όπως προκύπτει από το Σχήμα 1, ο τουρισμός νοείται ως σύστημα που συντίθεται από τα υποσυστήματα: α) του τουριστικού υποκειμένου (τουρίστας-πελάτης) και β) του τουριστικού αντικειμένου, το οποίο με τη σειρά του απαρτίζεται από την τουριστική επιχείρηση, τον τουριστικό τόπο και την τουριστική οργάνωση. Εδώ, με την έννοια τουριστική οργάνωση νοείται η μη κερδοσκοπική οργάνωση, όπως είναι ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, ή ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού. Το σύστημα τουρισμού επίσης, βρίσκεται σε αλληλεπίδραση με το οικονομικό, κοινωνικό, θεσμικό και πολιτικό, τεχνολογικό και οικολογικό σύστημα.

Για να ορίσει κανείς το όλο φαινόμενο θα χρειαστεί να συγκεντρώσει τους ορισμούς που θα έδινε ο οικονομολόγος του οικονομικού συστήματος, ο κοινωνιολόγος του κοινωνικού, ο πολιτικός του πολιτικού συστήματος και ούτω καθ' εξής, όπως το καταγράψαμε και στην αρχή του κεφαλαίου. Αυτή η

ιδέα ανήκει στον Guibilato²², ο οποίος προσφέρει μια συστηματική περιγραφή των διαφόρων απόψεων για το διεθνή τουρισμό. Στην οπτική του Kaspar θα επανέλθουμε αργότερα μέσα από τη δική μας συγγενική ματιά.

Εφ' όσον, όπως προαναφέραμε, φιλοδοξούμε να ξεκινήσουμε το δικό μας νήμα από τη συστημική θεωρία, ας προσθέσουμε στο σημείο αυτό ότι μπορούμε τη δική μας προσέγγιση να την αποκαλέσουμε «προσέγγιση – πλαίσιο» εντός του οποίου και υπό το οποίο το φαινόμενο του τουρισμού παίρνει μια απροσδόκητη, πέρα από τα συνηθισμένα, μορφή, όμως πιο κοντά στα ανθρώπινα μέτρα, γι' αυτό και πιο γοητευτική.

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με την Ιωάννα Τσιβάκου²³, «οι κοινωνικές σχέσεις, όπως και η εκάστοτε δόμηση και λειτουργία του κοινωνικού, συνυφαίνονται αξεδιάλυτα με το δεσπόζον σε μια ιστορική περίοδο και μια συγκεκριμένη κοινότητα νόημα». Με βάση αυτή τη θεώρηση μπορούμε κάλλιστα να δούμε τον τουρισμό στη σημερινή, τέταρτη, όπως φάνηκε παραπάνω, ιστορική περιόδό του, ως μία από τις «λειτουργίες του κοινωνικού», ως έναν παραγωγικό κλάδο του λειτουργικού κοινωνικού συστήματος της αναψυχής και διασκέδασης, εντός του οποίου αναπτύσσονται οικονομικές, αλλά και (πρωτίστως) κοινωνικές σχέσεις, συμπεριφορές και προσανατολισμοί και παράγεται ένα τέτοιο κοινωνικό νόημα, που να δικαιολογείται το πώς έχουν τα τουριστικά πράγματα σήμερα από όποιο επιστημονικό μετερίζι και αν θελήσει να τα εξετάσει κανείς στη συνέχεια. Επομένως, τα αξιολογικά του κριτήρια, θα ανήκουν και στο λειτουργικό κοινωνικό σύστημα της οικονομίας (κέρδος, αύξηση εισοδήματος), αλλά και σε αυτό της πολιτικής (πολιτικές αποφάσεις και πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη του κλάδου). Να διευκρινίσουμε στο σημείο αυτό ότι όταν μιλούμε για το κυρίως λειτουργικό κοινωνικό σύστημα της αναψυχής, στον όρο «αναψυχή» εντάσσουμε την

²² Guibilato, G., 1983, *Economie Touristique*, Delta/Spes

²³ ό.π. Τσιβάκου Ιω., 2006, *Προσφορά και ανταπόδοση...* σ. 18

αναβάθμιση της ψυχής μέσω ποιοτικών σχέσεων με τους άλλους και για το λόγο αυτό, θεωρούμε ότι ο τουρισμός αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του συστήματος.

Προτού όμως εμβαθύνουμε περισσότερο στο σκεπτικό αυτό, χρειάζεται να ξεκαθαρίσουμε ότι, κατά την εξέταση των παραπάνω θεμάτων, δεν πρόκειται να ασχοληθούμε συνολικά με το φαινόμενο του τουρισμού, αλλά με μια εναλλακτική (για πολλούς) μορφή του, αυτήν του πολιτισμικού τουρισμού. Θα συνεχίσουμε επομένως με μια παρουσίαση πιο συγκεκριμένα αυτής της μορφής τουρισμού και των τρόπων με τους οποίους εκδηλώνεται σήμερα.

1.8. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - Ο ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



Οι λεγόμενες εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν ουσιαστικά το αποτέλεσμα μιας συστηματικής και επίμονης αμφισβήτησης του μαζικού τουρισμού της μεταπολεμικής (τέταρτης) περιόδου, κυρίως κατά την πρώτη της εικοσαετία, και των επιπτώσεων που επιφέρει στις περιοχές υποδοχής των τουριστών. Πρόκειται για ένα δυναμικά αναπτυσσόμενο μοντέλο που στηρίζεται στο συνδυασμό μιας μεγάλης γκάμας κινήτρων για τουριστικά ταξίδια, πολλά από τα οποία διαμορφώθηκαν μετά το 1970²⁴. Συχνά η διαφορά μεταξύ μαζικού τουρισμού και κάποιας από τις εναλλακτικές μορφές του δεν αφορά στο στόχο του ταξιδιού, π.χ. «διακοπές», αλλά στο περιεχόμενο και στο νόημα που έχει η ταξιδιωτική εμπειρία στο πλαίσιο ενός ταξιδιού με παρόμοιο στόχο. Επομένως, αναζητάται μια διαφοροποίηση των γνωρισμάτων που έχουν εγκαθιδρυθεί από τον

²⁴ Pearce D., 1992, "Alternative Tourism: Concepts, Classifications and Questions" στο Smith, V.L. – Eadington W.R., (επιμ.), *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, σ.15-30 για τον προβληματισμό γύρω από τα κίνητρα που οδήγησαν στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

οργανωμένο τουρισμό, ιδιαίτερα όσον αφορά στην τυποποίηση και βιομηχανοποίηση των τουριστικών εμπειριών.

Οι όλες αμφισβητήσεις, σε κάθε περίπτωση, εννοούν «ως εναλλακτικές μορφές τουρισμού εκείνες που είναι συμβατές με τις φυσικές, κοινωνικές και κοινοτικές αξίες οι οποίες επιτρέπουν σε επισκέπτες και ντόπιους να απολαμβάνουν μια θετική μεταξύ τους σχέση και διάδραση. Πάντως, μέχρι σήμερα, οι κριτικές απέναντι στο μαζικό τουρισμό έχουν ξεχωρίσει κυρίως για τη σκληρή τους γλώσσα και λιγότερο για τη συμβολή τους στον ορισμό της έννοιας του εναλλακτικού τουρισμού. Ο σχηματισμός μιας συγκροτημένης και ρεαλιστικής οπτικής του τι τελικά μπορεί να προσφέρει ο «εναλλακτικός τουρισμός» φαίνεται μάλλον δυσχερές»²⁵. Πράγματι, μια από τις εύλογες ερωτήσεις που μπορεί να θέσει ο κοινός νους είναι, για παράδειγμα, κατά πόσον οι διάφορες μορφές τουρισμού λειτουργούν ως εναλλαγές η μία της άλλης, ή, αν, τελικά, πρόκειται για μορφές συμπληρωματικές μεταξύ τους. Και είναι πράγματι εύλογη η απορία αυτή: αν δούμε τον τουρισμό ως κλάδο του αυτοαναφερόμενου λειτουργικού κοινωνικού συστήματος της αναψυχής, πρέπει να δεχτούμε και ότι συμπεριφέρεται ανάλογα: μέσα από τα επικοινωνιακά ενεργήματα που προκαλούνται εντός του κλάδου, τελικά το όλο σύστημα οδηγείται σε διαφορές, η δε ανάπτυξή του εσωτερικά και εξωτερικά προκύπτει από αυτές²⁶. Το αυτοαναφερόμενο είναι ένα «ζωντανό» σύστημα και ως τέτοιο συνεχώς αλλάζει, αλλά και προκαλεί αλλαγές προς τα κάτω, έως τους κλάδους του και αυτό συμβαίνει στο διηνεκές. Όλα αυτά τα στοιχεία στην ουσία σηματοδοτούν, σε πολλές περιοχές του τουρισμού, μια εικονική «αναρχία», μια περιπλοκότητα που δυσκολεύει το συντονισμό και το σχεδιασμό του. Όντως, μια από τις κυριότερες δυσκολίες που

²⁵ Smith, V.L. – Eadington W.R., (επιμ.), 1992, *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, σ.3, Εισαγωγή, μετάφραση δική μου

²⁶ Τσιβάκου Ιω., 2004, Το αέναο παιχνίδι των διαφορών στο *Επιστήμη και Κοινωνία*, τ.12, Αθήνα για μια θεωρητική ανασκόπηση της έννοιας της διαφοράς υπό την οπτική της κυβερνητικής δευτέρας τάξεως και της θεωρίας για τα κοινωνικά συστήματα του Luhmann.

παρουσιάστηκαν για τους απανταχού μελετητές και τα διάφορα κέντρα λήψης αποφάσεων αφορά στην οριοθέτηση της μιας εναλλακτικής μορφής τουρισμού από την άλλη.

Για να διευκολύνουμε την προοπτική της εργασίας μας, θα δεχτούμε ότι οι διάφορες μορφές τουρισμού, τελικά, δρουν συμπληρωματικά μεταξύ τους. Για παράδειγμα, ό,τι ονομάζεται στις μέρες μας οινολογικός τουρισμός, μπορεί άριστα να συνδυαστεί τόσο με τον λεγόμενο «αστικό» τουρισμό, ήτοι την επίσκεψη σε ένα αστικό κέντρο, όσο και με τον λεγόμενο «περιπατητικό» ή «ορειβατικό» τουρισμό στην ύπαιθρο, σε μια περιοχή που φημίζεται για τα κρασιά της. Και οι δύο αυτές μορφές εμφανίζονται ως υποσύνολα, είδη ενός ευρύτερου συνόλου, ή, στην περίπτωσή μας, του κοινωνικού λειτουργικού συστήματος αναψυχής-διασκέδασης που ονομάζεται τουρισμός.

Μια ακόμη παραδοχή μας σχετίζεται με τη σημασία του όρου πολιτισμικός τουρισμός: σε προηγούμενο υποκεφάλαιο διευκρινίσαμε πως του αποδώσαμε το επίθετο «πολιτισμικός» διότι μέσω αυτού διαμορφώνονται ανθρώπινες εμπειρίες και κυρίως εμπειρίες ανθρώπινων σχέσεων, οι οποίες επηρεάζουν βαθύτατα συμπεριφορές και αντιλήψεις για τη ζωή. Πράγματι, ο πολιτισμικός τουρισμός σχετίζεται με την τουριστική περιήγηση για καθαρά «πολιτισμικούς λόγους», δηλαδή, τη γνωριμία που συνάπτει ο τουρίστας με άλλους πολιτισμούς και άλλες κουλτούρες - όχι μέσα από προγράμματα μαζικού τουρισμού, αλλά από μικρές επιχειρηματικές δράσεις πολιτισ(τ)μικών τουριστικών οργανώσεων. Επίσης, μέσα από αυθόρμητες επισκέψεις τουριστών, όχι μόνο σε εκθέσεις, μουσεία και φεστιβάλ, αλλά και από την επαφή τους με την καθημερινή ζωή των ντόπιων, τον τρόπο που οι τελευταίοι εργάζονται, επικοινωνούν, διασκεδάζουν.

Ως παράγωγο των παραπάνω παρουσιάζεται το ερώτημα ποιες είναι τελικά εκείνες οι τουριστικές οργανώσεις που μπορούν να σταθούν ως «εργαλεία» για να κατανοήσουμε καλύτερα πώς λειτουργεί ένα τόσο διευρυμένο τελικά κοινωνικό λειτουργικό σύστημα, όσο ο πολιτισμικός τουρισμός.

1.9 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ (ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ) ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

Αρχικά θα ήταν χρησιμότερο να αναφερθούμε στις τουριστικές οργανώσεις γενικά, καθώς η ύπαρξή τους δεν είναι μονοδιάστατη και καθώς οι οργανώσεις αυτές εξελίσσονται παράλληλα με την εξέλιξη του όλου τουριστικού κλάδου. Πιο συγκεκριμένα, συν τω χρόνω, η ανάγκη για μεγαλύτερη και καλύτερη δυνατότητα παροχής υπηρεσιών διαμονής καταδεικνύει όχι μόνο το επίπεδο εξέλιξης του τουριστικού φαινομένου, αλλά και το είδος των τουριστών που αποτελούν βασικό του δομικό στοιχείο. Για παράδειγμα, καθώς ο τουρισμός αναπτύσσεται και διαφοροποιείται, μπορεί κανείς να επιλέξει ανάμεσα σε διάφορα είδη διαμονής: δυνατότητες υπάρχουν από ενοικίαση διαμερισμάτων, διαμονή σε κάμπινγκ, μέχρι ενοικίαση δωματίων σε σπίτια με οικογένειες, δωμάτια σε ξενοδοχεία-μπουτίκ, ενοικίαση γιοτ. Όλα αυτά, παράλληλα με τις κλασικές τουριστικές επιλογές των μεγάλων ξενοδοχείων.

Με άλλα λόγια, ένας κλάδος τόσο διαφοροποιημένος όσο ο τουριστικός παρουσιάζει πληθώρα οργανώσεων που ασχολούνται ακριβώς με την τουριστική επίσκεψη. Εμείς εδώ αναφερθήκαμε απλώς σε ένα παράδειγμα. Οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσίας διαμονής δεν είναι, φυσικά, οι μόνες. Προηγουμένως, στην τουριστική επίσκεψη θα έχει εμπλακεί ένα εξειδικευμένο τουριστικό πρακτορείο, ενδεχομένως κάποια αεροπορική εταιρεία, ή κάποια άλλη επιχείρηση που ασχολείται με τις μετακινήσεις τουριστών (π.χ. ακτοπλοϊκή, σιδηροδρομική κ.ο.κ.). Επίσης, οι επιχειρήσεις εστίασης, τα μουσεία, οι διάφοροι πολιτιστικοί και πολιτισμικοί οργανισμοί, οι τράπεζες, οι επιχειρήσεις ενοικίασης οχημάτων και πλείστοι όσοι δρώντες εμπλέκονται σε αυτό το «παιχνίδι» που ονομάζεται τουριστική επίσκεψη, ανάλογα με την εποχή, τη μορφή τουρισμού στην οποία ενέχονται και, εν τέλει, ανάλογα με τη συνολική προσφορά και ζήτηση που έχουν συγκεκριμένοι ταξιδιωτικοί προορισμοί.

Στο σημείο αυτό, αξίζει να σημειώσουμε ότι πολύ συχνά, ένας από τους δρώντες του τουριστικού κλάδου, εκτός από τις ιδιωτικές τουριστικές οργανώσεις είναι και το ίδιο το κράτος ή η τοπική αυτοδιοίκηση, καθώς αποτελούν τον βασικό πάροχο, π.χ. των συγκοινωνιών, ή/και των ξενοδοχείων σε κάποιους τόπους (π.χ. Ξενία, δημοτικοί ξενώνες κ.λπ.).

Με βάση τα παραπάνω θα λέγαμε ότι πιο εξειδικευμένες οργανώσεις, αυτές του πολιτισμικού τουρισμού δεν ανήκουν μόνο στις παραπάνω κατηγορίες παροχής υπηρεσιών, αλλά υπάρχει και περαιτέρω διαφοροποίηση. Για παράδειγμα, εφόσον στο πεδίο που καλείται πολιτισμική τουριστική εμπειρία ανήκει και η επαφή π.χ. με την τοπική κουζίνα και τον τοπικό τρόπο ζωής εν γένει, μία ακόμη οργάνωση που αναδύεται είναι εκείνη της παρασκευής τοπικών ειδών διατροφής, ή παραγωγής τοπικών ενδυμασιών, χρηστικών και διακοσμητικών αντικειμένων. Πρόκειται συνήθως για οργανώσεις μικρής παραγωγικής εμβέλειας, που όμως δίνουν έμφαση στην παρακολούθηση και συνέχιση παραδοσιακών τρόπων παρασκευής των εδεσμάτων και κατασκευής των διαφόρων αντικειμένων, χρηστικών ή μη. Ακόμα, στον ίδιο χώρο εμφανίζονται οργανώσεις που σχετίζονται με τη διοργάνωση διακοπών σε τόπους όπου ο τουρίστας έχει την ευκαιρία να ζήσει όπως ακριβώς ο ντόπιος κάτοικος, στις ίδιες ακριβώς υποδομές και με τις ίδιες ακριβώς συνθήκες.

Στην παρούσα εργασία, η οργάνωση που αποτελεί τη βάση για να επαληθεύσουμε τη θεωρητική μας προσέγγιση είναι μια συνεταιριστική επιχείρηση που έχει συσταθεί από γυναίκες της περιοχής της Πορταριάς στο Πήλιο. Η επιχείρηση αυτή παράγει γλυκά από τις τοπικές καλλιέργειες και τα διαθέτει τόσο στην ντόπια όσο, κυρίως, στην τουριστική αγορά του Πηλίου και όχι μόνο. Τα προϊόντα της αποτελούν θέληγητρα και για τους πιθανούς μελλοντικούς επισκέπτες του Πηλίου που θα δοκιμάσουν ξεχασμένες, αγνές γεύσεις από έναν τόπο που δεν έχουν ίσως ποτέ ως τώρα γνωρίσει. Πρόκειται για έναν αγροτουριστικό γυναικείο συνεταιρισμό όπως τον αποκαλούν οι ιδρύτριές του, που συστάθηκε πριν από δέκα χρόνια με την προτροπή του

Δημάρχου της περιοχής. Στην πραγματικότητα, μέσα από τη γνωστή Ευρωπαϊκή Πρωτοβουλία Leader, δόθηκε κίνητρο σε είκοσι νοικοκυρές που έως τότε δεν εργάζονταν, να βγουν από τα σπίτια τους και να δραστηριοποιηθούν με έναν νέο γι'αυτές τρόπο. Στα πλαίσια της έρευνάς μας τις ζήσαμε από κοντά για μερικές ημέρες, συζητήσαμε διεξοδικά μαζί τους και πήραμε αρκετές και χρήσιμες πληροφορίες για την έκβαση της παρούσας.

2. ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ –

ΤΟ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΑΣ ΥΠΟΒΑΘΡΟ

Στις κοινωνικές επιστήμες έχουν διατυπωθεί διάφορες θεωρίες σχετικά με τις πρακτικές. Ειδικά στο πεδίο της οργανωσιακής θεωρίας διακρίνουμε τρία θεωρητικά υποδείγματα, τα οποία επιχειρούν να συλλάβουν τις κοινωνικές πρακτικές ως συγκροτητικούς πυρήνες της οργάνωσης. Τα υποδείγματα αυτά είναι:

α. Η συστημική θεώρηση, όπως τη διατύπωσε η Τσιβάκου, που αναφέρεται στις κοινωνικές έλλογες πρακτικές, με θεμελιώδη το ρόλο του Λόγου, εξ ου και ο χαρακτηρισμός τους ως «έλλογες» (από το έν-λογες)²⁷. Η λέξη «Λόγος» εν προκειμένω ερμηνεύει τον φουκωικό «discourse», άρα αντιστοιχεί σε μια τάξη λόγου φορτισμένη με την αλήθεια της εξουσίας.

β. Η Θεωρία της Δραστηριότητας, η οποία έχει τις ρίζες της στην ψυχολογία. «Στηρίχθηκε σε κείμενα που συνέγραψε κατά τη δεκαετία 1920-1930 ο ρώσος ψυχολόγος Lev Vygotsky και στη μετέπειτα επεξεργασία των εννοιών του Vygotsky πάλι από έναν ρώσο, τον Alexander Leontyev»²⁸.

γ. Η Θεωρία των Κοινοτήτων Πρακτικής, με κυριότερο εκφραστή της τον Etienne Wenger, η οποία έχει μεταφέρει το ερευνητικό ενδιαφέρον από την οργάνωση ως κοινωνικό μόρφωμα στα δρώντα υποκείμενα, δηλαδή στις προθέσεις τους και στις ψυχολογικές τους αντιδράσεις²⁹.

Όπως προαναγγείλαμε και παραπάνω, θα αναφερθούμε αρχικά στη συστημική θεώρηση, ωστόσο, προηγουμένως, είναι απαραίτητο να διευκρινισθεί η έννοια της κοινωνικής πρακτικής. «Πρακτική» λοιπόν (κι εννοούμε πάντα κοινωνική πρακτική) «είναι ο κανονιστικά προσδιορισμένος τρόπος του σκέπτεσθαι και του δρान που έχει επιλέξει μια ανθρώπινη ομάδα

²⁷ Τσιβάκου, Ιω., 2003, *Τα Ενέλικτα Όρια...*, σ.:79

²⁸ idem: 213

²⁹ ό.π. Wenger, E., 1999, *Communities of Practice* για περαιτέρω αναφορά στα δρώντα υποκείμενα στα πλαίσια της θεωρίας των κοινοτήτων πρακτικής.

μέσα σε συγκεκριμένα κοινωνικο-ιστορικά πλαίσια, προκειμένου να φθάνει σε προκαθορισμένο, εγγεγραμμένο εντός της πρακτικής, αποτέλεσμα³⁰».

Ως συστατικά δεδομένα των κοινωνικών πρακτικών δεχόμαστε α) την επαναληπτικότητα, β) την παραγωγή γνώσης και γ) τη συλλογικότητα. Πιο συγκεκριμένα, ως προς την επαναληπτικότητα θα λέγαμε ότι «κάθε πρακτική συνεχίζεται πάνω σε παλαιότερες, εγκατεστημένες ήδη πρακτικές, συστατικές της δομής ή μάλλον του αναγκαίου εκμαγείου για τη διάπλαση των πρακτικών του παρόντος»³¹. Ως προς την παραγωγή γνώσης θα λέγαμε ότι «η μακρόχρονη» και κατ'επανάληψη «άσκηση της πρακτικής συνιστά ένα κοινωνικό πλαίσιο για την προίκιση του συμμετέχοντα με εμπειρίες και γνώσεις που θα τον βοηθήσουν σε κάθε νέα εφαρμογή της πρακτικής»³². Τέλος, ως προς τη συλλογικότητα δεχόμαστε πως

«κάθε πρακτική αποτελεί κοινωνικό χώρο εντός του οποίου αναπτύσσονται επικοινωνιακά ενεργήματα, πράγμα που σημαίνει χώρο αναδείξεως νοήματος. Εδώ τα ανθρώπινα υποκείμενα αναλαμβάνουν εναλλάξ το ρόλο του πομπού και του αποδέκτη του μηνύματος. Εδώ η γλώσσα αξιοποιείται ως μέσον και εργαλείο για την εκφορά του μηνύματος. Εδώ ανταλλάσσονται απόψεις και ιδέες και καθίσταται εφικτή η διαμόρφωση μιας κοινής κατανόησης. Εδώ υλοποιούνται ή διαψεύδονται οι προσδοκίες και εδώ αποκαλύπτονται οι προθέσεις και οι ταυτότητες. Εντός αυτού του χώρου το ανθρώπινο εγώ έρχεται σε επαφή με τον άλλον, μυείται στη συμμετοχή και αποκτά εμπειρία της συλλογικότητας. Τέλος, μέσα

³⁰ Τσιβάκου Ιω., 2003, *Τα Ευέλικτα Ορια*, σελ. 80

³¹ *idem*: 88

³² *idem*: 89

σε αυτόν τον χώρο, συνειδητοποιώντας τις φυσικές, αλλά και κοινωνικές ομοιότητες και διαφορές, ο εαυτός βιώνει συναισθήματα συμπάθειας και αλληλεγγύης, συγκινήσεως μπροστά στον πόνο και τη χαρά του άλλου, αλλά και της προσωπικής αντιπαράθεσης και εχθρότητας³³».

Με τη μετάβαση στη νεωτερικότητα οι κοινωνικές πρακτικές ομαδοποιήθηκαν και εντάχθηκαν στα πλαίσια των οργανώσεων, αναδιοργανώθηκαν και αποτέλεσαν τα τυπικά χαρακτηριστικά τους. Σήμερα, οι περισσότερες κοινωνικές πρακτικές ασκούνται εντός των οργανώσεων με τη βοήθεια της τεχνολογίας των πληροφοριών και τη συναρτημένη με αυτήν οργανωσιακή λογική και μπορούμε στο εξής να αναφερόμαστε σε αυτές χρησιμοποιώντας τον όρο «οργανωσιακές πρακτικές».

2.1. Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΩΝ ΣΥΣΤΗΜΙΚΩΝ ΕΛΛΟΓΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ

Το πρότυπο των συστημικών έλλογων πρακτικών, όπως το εκθέτει η Τσιβάκου κατ' αρχάς στο βιβλίο της *«Τα Ευέλικτα Όρια των Κοινωνικών Συστημάτων»*, και αναλυτικότερα στο *«Προσφορά και Ανταπόδοση στις Κοινωνικές Σχέσεις»*, εμπνέεται από τη συστημική αντίληψη της κυβερνητικής δευτέρας τάξεως, από τη θεωρία του Foucault για τις πρακτικές και τις τάξεις του λόγου, αλλά και από τη μαρξική θεωρία και τις θέσεις της για το αντικείμενο. Στο παρόν υποκεφάλαιο θα περιοριστούμε σε γενικές αρχές του προτύπου, κυρίως στη διάκριση ανάμεσα σε γενικές και ειδικές πρακτικές. Πιο κάτω, στο υποκεφάλαιο 2.4., θα μας δοθεί η ευκαιρία να αναφερθούμε διεξοδικά στο εν λόγω πρότυπο, δίνοντας έμφαση στο ρόλο του αντικειμένου της πρακτικής. Κατά τον Foucault οι πρακτικές υπακούουν σ' ένα καθεστώς αλήθειας και γνώσης που είναι κυρίαρχο σε μια κοινωνική ομάδα στα πλαίσια μιας

³³ idem: 90

δεδομένης ιστορικής περιόδου, παράλληλα όμως, οι ίδιες, δια της ενεργοποίησής τους, συγκροτούν και επαληθεύουν αυτό το καθεστώς αληθείας³⁴. Συστατικό στοιχείο των πρακτικών, και συνεπώς του καθεστώτος αληθείας είναι οι κυρίαρχοι λόγοι, οι οποίοι, δομημένοι σε τάξη, διασχίζουν τις πρακτικές εμποτίζοντάς τις με τις θέσεις του καθεστώτος αληθείας, ενώ την ίδια στιγμή, μέσω των διαδικασιών των πρακτικών, οι ως άνω τάξεις του λόγου νομιμοποιούν το ισχύον καθεστώς αληθείας.

Στο υπόδειγμα των συστημικών έλλογων πρακτικών δεν μιλάμε για το καθεστώς αληθείας, αλλά για το κοινωνικό νόημα ως πηγή τροφοδότησης των τάξεων του λόγου. Θεωρώντας το κοινωνικό νόημα ως σημασιολογική δομή, θα μπορούσε κανείς να βρει σε αυτό κοινά στοιχεία με την έννοια της κουλτούρας, όπως την εννοούν κοινωνικοί ανθρωπολόγοι σαν τον Williams³⁵ και τον Geertz.³⁶ Για το λόγο αυτό, εάν θεωρήσουμε τις κοινωνικές πρακτικές ως σύνολο επικοινωνιακών ενεργημάτων, θα μπορούσε να υποστηριχθεί πως αναπαράγουν την κουλτούρα στα πλαίσια της οποίας αναφύονται.

Οι τάξεις του λόγου, καθώς εκπορεύονται από το κοινωνικό νόημα, μεταφέρουν στις πρακτικές τις δεσπόζουσες συμβολικές, αξιακές κατηγορίες της κοινότητας, το κυρίαρχο τεχνικο-θεσμικό πλαίσιο, αλλά και τις σχέσεις εξουσίας (όπως αυτές εκφράζονται στη δόμηση των κέντρων εξουσίας)³⁷. Συνεπώς, με τον επιθετικό προσδιορισμό «έλλογες» κοινωνικές πρακτικές, δεν υποδηλώνονται μόνο οι γλωσσικές μορφές, αλλά και τα κοινωνικά δεδομένα που συνθέτουν τις τάξεις του λόγου³⁸. Όπως λέει η

³⁴ Foucault, M., 1980, *Power/Knowledge (selected interviews and other writings 1972-77)*, επιμ. Colin Gordon, Harvester Press, Λονδίνο

³⁵ Williams, S., 2001, *Emotion and Social Theory*, Sage, London, περί συναισθήματος, επικοινωνίας και κουλτούρας.

³⁶ Geertz, C., 1973, *The Interpretation of Cultures*, Basic Books, New York, για τη διαφορά κοινωνικού νοήματος και κουλτούρας

³⁷ ό.π. Τσιβάκου Ιω., 2003, *Τα Ενέλικτα Όρια...*:105

³⁸ Από τις σημειώσεις της γράφουσας στα πλαίσια του μαθήματος Οργάνωση και Διοίκηση Πολιτιστικών Οργανισμών, του ΠΜΣ «Πολιτιστική Πολιτική, Διοίκηση και Επικοινωνία» του Τμ. ΕΜΠΟ (Πάντειο Παν/μιο) με διδάσκουσα την καθ. Ιω. Τσιβάκου.

Τσιβάκου, «οι έλλογες πρακτικές παραπέμπουν στον τρόπο παραγωγής, κυκλοφορίας και ελέγχου του νοήματος μέσω της ανθρώπινης δραστηριότητας. Όλες οι κοινωνικές πρακτικές είναι «έλλογες», δηλαδή νοηματοφόρες και νοηματοδοτούσες»³⁹.

Στα «Ευέλικτα Όρια», η Τσιβάκου διαγράφει ένα υπόδειγμα σχέσεων ανάμεσα στα κοινωνικά λειτουργικά συστήματα (στα οποία είναι διαφοροποιημένες οι σύγχρονες κοινωνίες) και στις οργανώσεις που ανήκουν λειτουργικά σε αυτά. Δομικός διάυλος επικοινωνίας ανάμεσα στα δύο αποτελούν οι κοινωνικές πρακτικές. Στο πεδίο των κοινωνικών συστημάτων είναι εγκατεστημένες οι κανονιστικές αρχές των πρακτικών, γι' αυτό και αποκαλούνται «γενικές πρακτικές», ενώ στο πεδίο των οργανώσεων ενεργοποιούνται οι συγκεκριμένες μορφές των πρακτικών, όπως εφαρμόζονται στην κοινωνική δράση, γι' αυτό και ονομάζονται «ειδικές πρακτικές».

Βάσει των παραπάνω, οι «γενικές» πρακτικές είναι οι φορείς των κυρίαρχων συμβολικών αξιακών κατηγοριών, της τεχνολογίας και της μορφής εξουσίας που η κοινωνία κρίνει κάθε φορά ως προσφορότερη⁴⁰. Το κύριο αξιολογικό μέσον των συμβολικών κατηγοριών του συστήματος της αναψυχής είναι η απόλαυση (αισθητική και γνωστική) και η κοινωνική καταξίωση. Επειδή όμως πρόκειται για ένα λειτουργικό σύστημα στο οποίο ανήκουν πολλοί και διαφορετικοί κλάδοι, καταλαβαίνουμε ότι είναι αρκετά απλωμένο κοινωνικά και μέσα του ενυπάρχουν διαφορετικές γενικές πρακτικές και συνεπώς πολλαπλά αξιολογικά μέσα συνθέτουν τον άξονα αυτοαναφοράς του. Ένα πρόσθετο αξιολογικό μέσον, που ανταποκρίνεται και στον τουρισμό, του λειτουργικού συστήματος αναψυχής είναι η ενίσχυση των κοινωνικών σχέσεων και των συναφών εμπειριών.

³⁹ ό.π. Τσιβάκου Ιω., 2006, *Προσφορά και Ανταπόδοση...*:205, υποσημείωση 214

⁴⁰ idem: 206

Άλλες αξιακές συμβολικές κατηγορίες που δανείζεται ο τουρισμός από τα άλλα λειτουργικά κοινωνικά συστήματα (π.χ. της οικονομίας και της πολιτικής) στα οποία ακουμπά είναι: η ενίσχυση της τοπικής και εθνικής οικονομίας από το σύστημα της οικονομίας, ή, η καλλιέργεια οικολογικής συνείδησης από το σύστημα της πολιτικής.

Μέσω των τάξεων του λόγου των γενικών πρακτικών (ας τις ονομάσουμε «γενικές τάξεις του λόγου»), η κοινωνία «διοχετεύει προς τα κάτω, προς τις ειδικές δηλαδή πρακτικές (τις κείμενες εντός των οργανώσεων) τα δεδομένα που άντλησε από το κοινωνικό νόημα (ήτοι αξίες, εξουσία, τεχνολογία), ώστε να δυνηθεί να προχωρήσει στην υλοποίηση των σκοποθεσιών της»⁴¹. Ας σημειωθεί εδώ ότι «η διαμόρφωση των συγκεκριμένων (ειδικών) οργανωσιακών πρακτικών τελείται υπό την καθοδήγηση των τάξεων του λόγου που κυκλοφορούν εντός της οργάνωσης»,⁴² γι' αυτό τις συγκεκριμένες τάξεις του λόγου τις αποκαλούμε «ειδικές» τάξεις του λόγου. Οι τελευταίες θεωρούνται ως «ο ομφάλιος λώρος, ο οποίος ενώνει τις κοινωνικές επιταγές με τις οργανωσιακές σχεδιάσεις και πραγματώσεις»⁴³. Συνεχίζοντας το παράδειγμά μας του πολιτισμικού τουρισμού, ορισμένες από τις συμβολικές κατηγορίες του εισχωρούν σε συγκεκριμένες πολιτιστικές οργανώσεις ως καθοδηγητικοί άξονες της οργανωσιακής δράσης λαμβάνοντας μορφές συμβατές με τις οργανωσιακές επιδιώξεις. Επί παραδείγματι, μια τουριστική πολιτιστική οργάνωση που κύριος σκοπός της είναι η καλλιέργεια οικολογικής συνείδησης, διαπλάθει στην πράξη ειδική τάξη του λόγου για την προστασία της πανίδας και χλωρίδας της περιοχής της. Για το λόγο αυτό, οργανώνει επί εβδομαδιαίας βάσεως εκδρομές των σχολείων της

⁴¹ idem: 206

⁴² idem:205, βλ. υποσημείωση 215

⁴³ idem:207

περιφέρειάς της, μυώντας του μικρούς μαθητές στις φυσικές καλλονές του τόπου τους.

Για να γίνει κατανοητή η διαφορά και η σχέση μεταξύ γενικών και ειδικών πρακτικών, ας προσθέσουμε ένα ακόμη απόσπασμα από το βιβλίο *Προσφορά και Ανταπόδοση* της Τσιβάκου: «κάθε ειδική πρακτική υπηρετεί τον ιδιαίτερο σκοπό της και υπακούει στα κελεύσματα της γενικής πρακτικής, ταυτόχρονα όμως οι σκοποί όλων έχουν υποταχθεί και προσαρμοσθεί προς τη συνολικότερη σκοποθεσία της οργάνωσης...Ναι μεν οι σκοποί των ειδικών πρακτικών αποτελούν εξαντικειμενικεύσεις των γενικών πρακτικών, άρα των ευρύτερων κοινωνικών αναγκών, ο τρόπος όμως πραγματώσεώς τους, καθώς και τα τελικά τους αντικείμενα επιλέγονται και συμμορφώνονται με τις οργανωσιακές σκοποθεσίες»⁴⁴. Με άλλα λόγια, η ροή ξεκινά από τις γενικές προς τις ειδικές πρακτικές, οι οποίες αναλύονται σε μερικές δραστηριότητες με τους δικούς τους ειδικούς στόχους και τα δικά τους τελικά αντικείμενα, τα οποία είναι «ενδιάμεσα αντικείμενα ή φάσεις της διαδικασίας παραγωγής του τελικού αντικειμένου της ειδικής πρακτικής»⁴⁵.

2.2. Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ (Activity Theory)

Όπως αναφέραμε παραπάνω, γενεσιουργός αιτία της θεωρίας αυτής είναι τα κείμενα του ρώσου ψυχολόγου Lev Vygotsky κατά τη δεκαετία 1920-1930 και η μετέπειτα επεξεργασία των εννοιών του από έναν άλλο ρώσο, τον Alexander Leontyev. Υπάρχουν αρκετές ομοιότητες αλλά και διαφορές ανάμεσα στη θεωρία της δραστηριότητας και αυτήν των συστημικών έλλογων πρακτικών. Κατ' αρχάς στο πεδίο της ορολογίας, ο Leontyev αντί του όρου γενική πρακτική χρησιμοποιεί τον όρο «δραστηριότητα» (activity),

⁴⁴ idem:218

⁴⁵ idem:211

ενώ στο επίπεδο της ειδικής πρακτικής αναφέρεται σε δράση.⁴⁶ Οι αντιστοιχίες, συνολικά, μεταξύ των δύο θεωριών εμφανίζονται όπως στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 1⁴⁷

**Ιεραρχικά επίπεδα «Συστημικής Έλλογης Πρακτικής»
και «Δραστηριότητας» κατά τον Leontyev**

Κοινωνικά επίπεδα	«Συστημική έλλογη πρακτική»	«Δραστηριότητα»
Κοινωνία (ή κοινωνικά λειτουργικά συστήματα)	Γενική πρακτική (τύποι και κανόνες ανταποκρινόμενοι σε κοινωνική ανάγκη)	Δραστηριότητα (το αντικείμενο ως κοινωνική ανάγκη)
Οργανώσεις (ή πεδία δράντων υποκειμένων)	Ειδικές πρακτικές (σκοποθεσία της οργάνωσης υπό μορφή συγκεκριμένου αντικειμένου)	Δράση (σύλληψη του κοινωνικού αντικειμένου από το υποκείμενο και αναγωγή του σε στόχους δράσης)
Οργανώσεις (ή πεδία δράντων υποκειμένων)	Μερικές δραστηριότητες (διάσπαση του σκοπού της ειδικής πρακτικής σε επί μέρους στόχους ή μερικά αντικείμενα)	Ενέργειες (προσανατολισμένες σε ειδικά εργασιακά καθήκοντα)

Πιο αναλυτικά, η έννοια της «δραστηριότητας» του Leontyev φαίνεται να αντιστοιχεί στο επίπεδο της κοινωνίας (άρα σε σύγχρονες διαφοροποιημένες λειτουργικά κοινωνίες, αναφέρεται στο επίπεδο των κοινωνικών λειτουργικών συστημάτων στα οποία, το πρότυπο των συστημικών πρακτικών, έχει τοποθετήσει τις γενικές πρακτικές). Η δράση στον Leontyev αντιστοιχεί στο επίπεδο των οργανώσεων. Όπως στη συστημική έλλογη πρακτική έχουμε γενικές και ειδικές πρακτικές, έτσι και εδώ,

«στο επίπεδο της κοινωνίας, η «δραστηριότητα» αποτελείται στο γενικό αντικείμενο που έχει ανάγκη η κοινωνία..., ενώ στο επίπεδο της οργανωμένης δράσης

⁴⁶ Leontyev, A.N., 1977, *Activity and Consciousness*, στο *Philosophy in the USSR*, Progress Publishers, Moscow, σελ. 1-23 και του ίδιου, 1978, *Activity, Consciousness and Personality*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.

⁴⁷ idem:215, ο πίνακας είναι αυτούσια μεταφερόμενος

παραπέμπει στους στόχους των δρώντων υποκειμένων (το οποίο στο δικό μας παράδειγμα είναι οι σκοποθεσίες της οργάνωσης). Υπ'αυτή την έννοια, αναφέρεται σε υποκείμενα τα οποία έχουν συλλάβει το γενικό κοινωνικό αντικείμενο, το έχουν εσωτερικεύσει και το έχουν καταστήσει επιδίωξη υποκειμενικών σκοποθεσιών. Ως εκ τούτου, έχουν φαντασθεί, σχεδιάσει και οργανώσει την υλοποίησή του. Η υλοποίηση όμως των στόχων απαιτεί ανάληψη συγκεκριμένων «ενεργειών» στη γλώσσα του Leontyev (έννοιας αντίστοιχης με την έννοια των «μερικών δραστηριοτήτων» στη δική μας γλώσσα) προσανατολισμένων σε ειδικά εργασιακά καθήκοντα. Ο ίδιος ο Leontyev αποσαφηνίζει πως η δράση δεν είναι κάτι ξέχωρο που εσωκλείεται στη «δραστηριότητα»...Εάν αφαιρέσουμε από τη «δραστηριότητα» τις δράσεις που την υλοποιούν, τίποτε δε θα έμενε από τη «δραστηριότητα»⁴⁸.

Η όλη θεωρία αναπτύχθηκε σε έναν τόπο και σε μια ιστορική περίοδο κατά την οποία ήταν δύσκολο για έναν επιστήμονα να αποστασιοποιηθεί από τις γενικές θεωρητικές παραδοχές του επίσημου σοβιετικού κράτους. Ο Leontyev πολύ προσεκτικά μίλησε για αντικείμενα με «ιδιότητες αντικειμενικές κατασκευασμένες από την ανθρώπινη κοινωνική και πολιτισμική δράση»⁴⁹. Η θεωρία αυτή αντιμετώπισε το αντικείμενο ως καταλυτικό σημείο για την υλοποίηση των πρακτικών – η πραγμάτωσή του είναι ο οδηγός τόσο των ειδικών πρακτικών, όσο και των μερικών δραστηριοτήτων: αυτή είναι και η βασική ομοιότητά της με τη συστημική θεώρηση. Ωστόσο, αυτό που φαίνεται

⁴⁸ idem: 214

⁴⁹ idem: 217

να φέρνει τις δύο προσεγγίσεις σε διάσταση είναι το γεγονός ότι «στο υπόδειγμα της Θεωρίας της Δραστηριότητας, ενώ το αντικείμενο κατέχει πρωτεύουσα θέση, λείπει εντούτοις η σύνδεση ανάμεσα στις δεσπόζουσες συντεταγμένες του κοινωνικού νοήματος και της εκάστοτε πρακτικής ή «δραστηριότητας», πράγμα που εμποδίζει το αντικείμενο να ενταχθεί στο γενικότερο κοινωνικό πλαίσιο παραγωγής του»⁵⁰.

2.3. Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ (Communities of Practice)

Η Θεωρία των Κοινοτήτων Πρακτικής θα μπορούσε να χαρακτηριστεί και ως υποσύνολο των συστημικών έλλογων πρακτικών. Πιο συγκεκριμένα, η Τσιβάνου ονομάζει τη θεωρία αυτή «αλληλοδραστική-διαλογική»⁵¹. Όπως αναφέραμε ήδη, η έμφαση εδώ έχει μετακινηθεί από την οργάνωση στα δρώντα υποκείμενα τα οποία συνάπτουν μεταξύ τους σχέσεις μέσω διαλογικών διαδικασιών. Στόχος της θεωρίας είναι κυρίως να καταδείξει μια νέα σύλληψη γύρω από τη μάθηση ως διαδικασία κοινωνικής συμμετοχής. Για να το επιτύχει αυτό αξιοποιεί έννοιες όπως αυτή της κοινότητας, της κοινωνικής πρακτικής, του κοινωνικού νοήματος και της ταυτότητας⁵².

Τα υποκείμενα σχηματίζουν ομάδες που χαρακτηρίζονται από το πάθος ή τη φροντίδα γι' αυτό που κάνουν. Η διαρκής διαλογική αλληλεπίδραση των μελών τους οδηγεί στη σφυρηλάτηση πνεύματος κοινότητας. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν εκείνες οι πρακτικές που εμφανίζουν χαρακτηριστικά διαλόγου και διαπραγμάτευσης νοήματος. Οι δρώντες αλληλεπιδρούν μεταξύ τους εν τέλει συμπεριφορικά, ενώ είναι προφανές ότι οι δομές εντός των οποίων εκτυλίσσονται αυτές οι αλληλεπιδράσεις είναι άτυπες. Οι συμμετέχοντες στις παραπάνω ομάδες εξελίσσουν συν τω χρόνω τόσο τις

⁵⁰ idem: 220

⁵¹ idem: 211

⁵² ό.π. Wenger, E., 1998, *Communities of Practice*, για μια λεπτομερή ανάλυση της θεωρίας.

ιδεολογικές τους πεποιθήσεις, όσο και τα συναισθήματά τους, άρα και τις προσωπικές τους σχέσεις⁵³.

Για να δείξουμε πού συναντάται η θεωρία των κοινοτήτων πρακτικής με αυτήν των συστημικών ελλόγων πρακτικών, θα επισημάνουμε πως η τελευταία, ενώ υποστηρίζει πως οι ειδικές έλλογες οργανωσιακές πρακτικές διαθέτουν τυπική συγκρότηση (κάτι που τους δίνει η ίδια η οργάνωση), ωστόσο και αυτές διασπώνται σε επί μέρους δραστηριότητες, οι οποίες λαμβάνουν χώρα στα κατώτερα κλιμάκια της οργάνωσης⁵⁴. Εν ολίγοις, εντός των ειδικών έλλογων πρακτικών αναπτύσσονται μερικές δραστηριότητες από άτυπες συχνά ομάδες⁵⁵. Σε αυτές ακριβώς τις μερικές δραστηριότητες επικεντρώνεται η Θεωρία των Κοινοτήτων Πρακτικής και γι' αυτό το λόγο κρίνουμε ως εύλογο το χαρακτηρισμό τους ως υποσυνόλου των έλλογων πρακτικών.

2.4. ΤΡΙΑΔΙΚΟ ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΙΔΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ

Έχοντας ήδη αναφερθεί στη διαίρεση σε γενικές πρακτικές και ειδικές πρακτικές την οποία ακολουθεί η θεωρία των συστημικών έλλογων κοινωνικών πρακτικών, ήρθε η στιγμή να προσεγγίσουμε λεπτομερέστερα τις ειδικές πρακτικές, οι οποίες άλλωστε κατ' εξοχήν μας ενδιαφέρουν. Προς τον σκοπό αυτό θα αξιοποιήσουμε ορισμένους παράγοντες που χρησιμοποιεί η Τσιβάκου, οι οποίοι συμμετέχουν στη διαδικασία των πρακτικών και συντελούν στην τελική διαμόρφωση του αντικειμένου τους. Η συγγραφέας, προκειμένου να γίνει σαφέστερη, απεικονίζει τις σχέσεις των εν λόγω παραγόντων σε τριαδικά πρότυπα, όπου εμφανίζονται με σαφήνεια τα αποτελέσματα των αλληλεπιδράσεών τους.⁵⁶ Εδώ θα περιοριστούμε στην

⁵³ idem:212

⁵⁴ idem: 212-213

⁵⁵ idem: 213

⁵⁶ idem: 219-241

αναφορά κάποιων από αυτούς τους παράγοντες, και στα τριαδικά πρότυπα που τους αναπαριστούν αποτελεσματικότερα.

Πιο συγκεκριμένα, εντός των έλλογων ειδικών πρακτικών ανταλλάσσονται λόγοι που οδηγούν τα πράγματα του κόσμου (των ανθρώπινων όντων συμπεριλαμβανομένων) σε ορισμένες συσχετίσεις. Το νόημα που προκύπτει από αυτές είναι δεκτικό ερμηνείας, αφού καθίσταται αντικείμενο διαπραγμάτευσης. Οι διάφορες ερμηνείες που προκύπτουν υπόκεινται στους συστημικούς περιορισμούς των τάξεων του λόγου (ήτοι των αξιακών συμβολικών κατηγοριών της εκάστοτε κοινωνίας, της τεχνολογίας και των σχέσεων εξουσίας), αλλά και άλλων παραγόντων, όπως των σκοπών της οργάνωσης, των ρυθμίσεων των ειδικών πρακτικών και των μερικών δραστηριοτήτων, του κάθε μεσολαβούντος τεχνήματος, αλλά και των εργασιακά προκαθορισμένων θέσεων των δρώντων. Όλοι αυτοί οι παράγοντες συντελούν στην μορφοποίηση της επικοινωνίας, της συνομιλίας δηλαδή που αναπτύσσουν οι συμμετέχοντες στην πρακτική.

Στη μορφοποίηση της εκάστοτε συνομιλίας η Τσιβάκου δίνει τον τίτλο «μίλημα»⁵⁷. Χαρακτηριστικά αναφέρει: «το «μίλημα» χαράσσει το δρόμο για να οδηγηθεί η πρακτική στην επιτέλεση των σκοπών της, γι' αυτό πρωτοστατεί και στη μετατροπή της πρακτικής σε πεδίο πολιτικής... Το μίλημα είναι το πλαίσιο γενέσεως και αναδείξεως της γνώσης και της δημιουργικότητας»⁵⁸. Δίνει το όνομα «μίλημα» προκειμένου να δηλώσει πως η διαμόρφωση κάτω από την επιρροή συγκεκριμένων κάθε φορά παραγόντων της συνομιλίας συντελεί στην υπέρβασή της, διότι έτσι η συνομιλία ανάγεται σε πεδίο όπου συντελείται «η αντικειμενοποίηση των ανθρώπινων εμπειριών με τη βοήθεια συστημάτων συμβολικής κωδικοποίησης» (εννοεί την ανθρώπινη γλώσσα και τη γλώσσα των υπολογιστών). Το «μίλημα», ως σύνθετη σημασιολογική δομή,

⁵⁷ Ο όρος θα χρησιμοποιείται κάθε φορά με εισαγωγικά για να υπενθυμίζουμε ότι ανήκει στην καθ. Ιωάννα Τσιβάκου και όχι στη γράφουσα.

⁵⁸ idem: 222

ως ένας Λόγος (discourse) δομημένος με γλωσσικά και κοινωνικά δεδομένα, επιδρά σημαντικά επί της ανθρώπινης συμπεριφοράς από τη μία πλευρά και από την άλλη επηρεάζει την όλη διαδικασία της πρακτικής. Εντός των οργανωσιακών πεδίων «το μίλημα λειτουργεί ως μέσον για τη διαπραγμάτευση όλων των νοημάτων τα οποία τελικά θα υλοποιηθούν σε αντικείμενα»⁵⁹.

Στο σημείο αυτό ας προστεθεί ότι η Τσιβάκου θεωρεί ως καθοριστικό παράγοντα για τη διαμόρφωση του «μιλήματος» το χρόνο. Πράγματι, το μίλημα, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για παραγωγή πολιτισμικών αντικειμένων (συνήθως σε πρακτικές εντάσεως γνώσης), είναι εκτεταμένο χρονικά διότι εμπλουτίζεται από αφηγηματικές μορφές σχετικές με τη διαβούλευση, την επεξεργασία νοήματος, την κειμενική του συγκρότηση. Το γεγονός αυτό το καθιστά πιο ευέλικτο από το αντίστοιχο μίλημα που αναφέρεται σε αντικείμενα βιομηχανικής τεχνολογίας, όπου η τηλοριανή διοικητική λογική μειώνει συνολικά τους χρόνους διάδρασης.

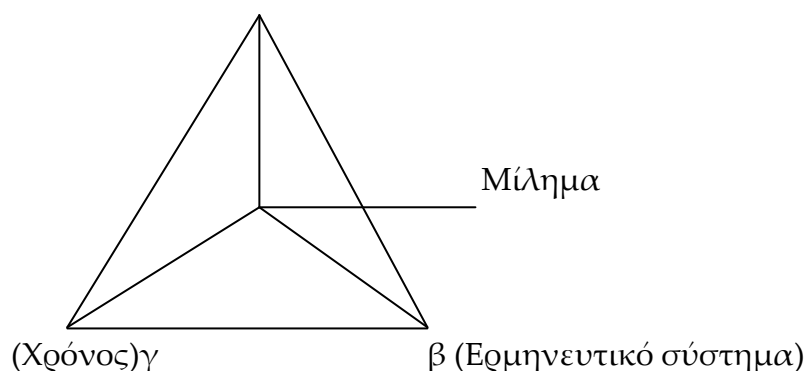
Άρα υπάρχουν τρεις ενότητες παραγόντων που συγκροτούν το μίλημα και κυκλοφορούν μέσω αυτού στις πρακτικές και στις κοινωνικές σχέσεις που διαμορφώνονται εντός των πρακτικών αυτών: α) οι παράγοντες που συμπεριλαμβάνονται στις ειδικές τάξεις του λόγου της οργάνωσης, β) οι παράγοντες που άμεσα εξαρτώνται από το ερμηνευτικό σύστημα των δρώντων υποκειμένων και γ) οι παράγοντες που αναφέρονται στο χρόνο που απαιτείται για την εκτέλεση της όποιας δραστηριότητας. Όλα τα παραπάνω μπορούν να σχηματοποιηθούν ως εξής⁶⁰:

⁵⁹ idem: 225

⁶⁰ idem: 225

Σχήμα 2 - Στοιχεία πρακτικών και κοινωνικών σχέσεων εντός τους

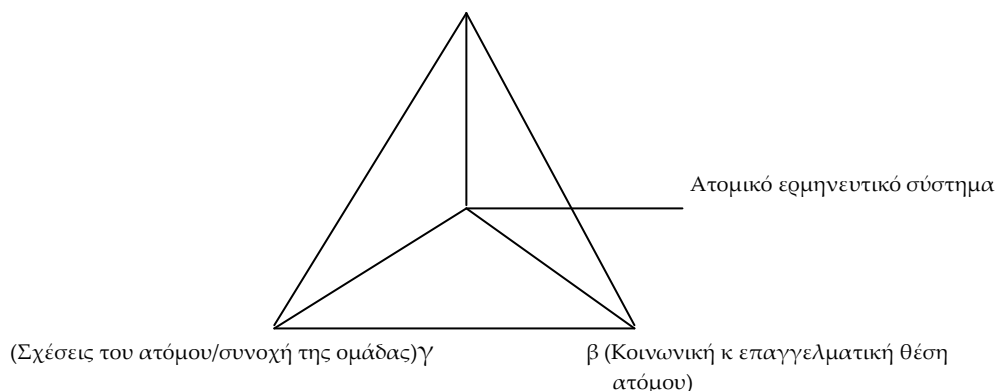
α (Ειδικές τάξεις του Λόγου)



Ως ερμηνευτικό σύστημα εννοούμε «το συνειδησιακό μηχανισμό τον καθοδηγητικό των ερμηνειών του δράντος υποκειμένου, ο οποίος αποτελείται από τρεις αλληλοσυσχετιζόμενους συντελεστές: α) τις εγκατεστημένες καθ'όλη τη διάρκεια του εκκοινωνισμού του ατόμου γνωσιακές δομές, οι οποίες βοηθούν το άτομο να λειτουργεί σχεδόν ασυνείδητα κατά την άσκηση των διαφόρων πρακτικών...β) την κοινωνική και επαγγελματική θέση του ατόμου και γ) τη σχέση του ατόμου με τους άλλους μέσα στις συνθήκες της συγκεκριμένης δραστηριότητας»⁶¹. Ο τρίτος παράγοντας είναι προφανές ότι καθορίζει και το βαθμό συνοχής της ομάδας. Τα παραπάνω εμφανίζονται στο σχήμα 3:

Σχήμα 3 – Ερμηνευτικό σύστημα

α (Γνωσιακές δομές)



⁶¹ idem: 226

Στο σημείο αυτό θα ήταν χρήσιμο να παρατηρήσουμε ότι «η συλλογική ή ομαδική ερμηνεία προκύπτει από τη συσσωμάτωση και όχι απλώς συνάθροιση των ατομικών ερμηνειών, γι' αυτό και εκφράζει το πνεύμα της ομαδικής ή συλλογικής δράσης»⁶². Πρόκειται για τη «σύγκλιση προσωπικών νοημάτων και ανάδειξη συλλογικού νοήματος»⁶³.

Χωρίς όλα τα παραπάνω θα ήταν κατά τη γνώμη μας ελλιπής η εξέταση της λειτουργίας μιας οποιασδήποτε οργάνωσης. Η εξέταση μόνο με βάση τα εξωτερικά της γνωρίσματα, χωρίς να διεισδύσει κανείς στα ιδιαίτερα, ιδιοσυγκρασιακά της χαρακτηριστικά έτσι ώστε και να αντιληφθεί τον πραγματικό της πυρήνα αφήνει απ' έξω τους λόγους για τους οποίους οι δρώντες ενεργούν όπως ενεργούν και τελικά το κοινωνικό νόημα διαμορφώνεται όπως διαμορφώνεται. Παρακάτω θα παρακολουθήσουμε ποιες είναι οι βασικές πρακτικές που απαντώνται εντός του συστήματος αναψυχής και του ιδιαίτερου κλάδου αυτής, του πολιτισμικού τουρισμού.

⁶² idem: 229

⁶³ idem: 229

3. ΟΙ ΣΥΣΤΗΜΙΚΕΣ ΕΛΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Στο προηγούμενο κεφάλαιο αναφερθήκαμε στις κοινωνικές (γενικές) πρακτικές του λειτουργικού συστήματος αναψυχής και διασκέδασης. Ως λειτουργικό σύστημα περιέχει γενικές πρακτικές (και πολλούς κλάδους κοινωνικής δραστηριοποίησης) και άρα συναντάμε και πολλαπλά αξιολογικά μέσα που συνθέτουν τον άξονα αυτοαναφοράς του συστήματος. Ένα σημαντικό αξιολογικό μέσο που καταγράψαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο είναι κατ'αρχάς η απόλαυση και η κοινωνική καταξίωση, αλλά και, ειδικά όσον αφορά στον τουρισμό, η ενίσχυση των κοινωνικών σχέσεων και των συναφών εμπειριών μέσα από την ενδυνάμωση της διάδρασης και της επικοινωνίας. Αυτά τα αξιακά μέσα είναι ήδη εγκατεστημένα στο κοινωνικό λειτουργικό σύστημα αναψυχής αφού κυκλοφορούν στο κοινωνικό νόημα και μπορεί να επηρεάζουν την επιλογή τεχνολογίας και της μορφής εξουσίας που η κοινωνία κρίνει κάθε φορά ως προσφορότερη.

Στη συνέχεια, δεχθήκαμε ότι, μέσα από τις γενικές τάξεις του λόγου η κοινωνία «διοχετεύει προς τα κάτω, προς τις ειδικές δηλαδή πρακτικές (τις κείμενες εντός των οργανώσεων του πολιτισμικού τουρισμού εν προκειμένω) τα δεδομένα που άντλησε από το κοινωνικό νόημα (ήτοι αξίες, εξουσία, τεχνολογία), ώστε να δυνηθεί να προχωρήσει στην υλοποίηση των σκοποθεσιών της»⁶⁴.

Ποιες όμως θα μπορούσαμε να χαρακτηρίσουμε ως ειδικές πρακτικές του πολιτισμικού τουρισμού εν γένει; Εφ'όσον δεχόμαστε ότι ο πολιτισμικός τουρισμός αποτελεί παραγωγικό κλάδο που δέχεται επιρροές από τρία λειτουργικά συστήματα, της αναψυχής και διασκέδασης, της οικονομίας και της πολιτικής, οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι οι γενικές του

⁶⁴ idem: 207

πρακτικές, όπως οι πρακτικές παραγωγής πολιτισμικών τουριστικών προϊόντων υλικών ή άυλων κάθε φορά, οι πρακτικές διάθεσης αυτών των προϊόντων στην αγορά, αλλά και οι πρακτικές κατανάλωσής τους εμπεριέχουν και τις αντίστοιχες ειδικές πρακτικές στις οποίες και διασπώνται. Το ποιες κάθε φορά ειδικές πρακτικές υπερισχύουν έναντι άλλων εξαρτάται από την κάθε οργάνωση, η οποία καλείται, διά της λειτουργίας της, κατά πρώτον να αποδεχτεί τις γενικές πρακτικές του πολιτισμικού τουρισμού (αν θέλει να ονομάζεται πολιτισμική οργάνωση) και, κατά δεύτερον, αυτές να τις ενσωματώσει στις δικές της ειδικές πρακτικές η κάθε μία. Η κάθε μία με διαφορετικό τρόπο όμως. Επομένως, μέσω των ειδικών πρακτικών μιας οργάνωσης, οι εκάστοτε κοινωνικές επιταγές συνδέονται με τους οργανωσιακούς σχεδιασμούς και τον τρόπο που αυτοί πραγματώνονται.

Όλες οι πραγματώσεις σημαίνουν ένα πράγμα: το τελικό αντικείμενο. Ποιο είναι αυτό το τελικό αντικείμενο που κάθε πολιτισμική οργάνωση προτίθεται να παρουσιάσει και που αποτελεί και το σκοπό της ύπαρξής της; Είναι υλικό, είναι άυλο; Η στόχευση προς το τελικό αντικείμενο τι ρόλο μπορεί να παίξει ώστε να επηρεάσει προς τα πίσω τις ειδικές πρακτικές, αλλά και τα ενδιάμεσα αντικείμενα που παράγονται πριν από αυτό και που οδηγούν σε αυτό;

Εξίσου μας ενδιαφέρει να γνωρίζουμε ποιοι είναι κάθε φορά οι δρώντες που θα συναντηθούν και θα επικοινωνήσουν μεταξύ τους και θα ανταποκριθούν στις στοχεύσεις της οργάνωσης. Και επειδή οι δρώντες ζουν, κινούνται και συναντώνται σε ένα ορισμένο κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο, μας ενδιαφέρει επίσης να γνωρίζουμε ποιο είναι αυτό. Επομένως, για να συνοψίσουμε την εικόνα μας, λέμε ότι η κάθε οργάνωση του πολιτισμικού τουρισμού μπορεί να παρουσιάσει μια γκάμα (ευρεία ή μη) τελικών αντικειμένων που ενδέχεται να είναι είτε υλικά, είτε άυλα, επίσης μια γκάμα ενδιάμεσων αντικειμένων, τα οποία προκύπτουν από τις

μερικές δραστηριότητες στις οποίες αναλύονται οι ειδικές πρακτικές, οι οποίες, με τη σειρά τους, έχουν σκοπούς που εξαντικειμενικεύουν τις γενικές πρακτικές, δηλαδή τις ευρύτερες κοινωνικές ανάγκες. Ο τρόπος που θα πραγματοποιηθεί, θα εξαντικειμενικευτεί κάποια προσδοκία, κάποιος σκοπός, έχει μεγάλη σχέση και με τη συλλογική ερμηνεία που θα επικρατήσει εντός της οργάνωσης και που, όπως είδαμε νωρίτερα, αποτελεί τη συσσωμάτωση των ατομικών ερμηνειών των δρώντων, αφού μέσα από την αντιπαράθεση των ατομικών ερμηνευτικών συστημάτων οδηγούμαστε σε μια σύγκλιση ερμηνειών. Οι ατομικές ερμηνείες των δρώντων αυτών επηρεάζονται άμεσα από το «μίλημα», την προφορικότητα που αναπτύσσεται μεταξύ τους. Είναι επομένως λογικό ότι το ανάλογο κάθε φορά «μίλημα» επηρεάζει και την ίδια τη διαμόρφωση των ειδικών πρακτικών. Άρα, είναι σημαντικό να μάθουμε πώς διαμορφώνεται το «μίλημα» στην περίπτωση της πολιτισμικής οργάνωσης που μας ενδιαφέρει, αφού από αυτό εξαρτώνται και οι ειδικές πρακτικές, δηλαδή οι πρακτικές της ίδιας της οργάνωσης, οι οποίες αποτελούν και το αντικείμενο της μελέτης μας.

Όμως, προτού περάσουμε στην παρουσίαση της οργάνωσής μας, ας αφιερώσουμε λίγα λόγια σε κάποιες από τις σπουδαιότερες γενικές πρακτικές που διακρίνουμε σήμερα σχεδόν σε όλα τα λειτουργικά συστήματα οι οργανώσεις των οποίων είναι συνδεδεμένες με την αγορά διαχέοντας προς αυτήν αγαθά ή υπηρεσίες. Αναφερόμαστε στις πρακτικές παραγωγής, διάθεσης και κατανάλωσης αντικειμένων. Ακόμη κι όταν πρόκειται για οργανώσεις που προσφέρουν δωρεάν τις υπηρεσίες τους, η πρακτική παραγωγής και κατανάλωσης δε διαφέρει από τις οργανώσεις της αγοράς. Το ίδιο θα μπορούσε να υποστηρίξει κανείς και για την πρακτική της διάθεσης των αντικειμένων τους στο κοινό, εφ' όσον, παρότι δε διαμεσολαβεί εγχρήματα ανταλλαγή, αναπτύσσονται πρακτικές

παρόμοιες με αυτές των οργανώσεων των προσανατολισμένων προς την αγορά, όπως πρακτικές μάρκετινγκ, διαφήμισης, κ.λπ.

Στον κλάδο του πολιτισμικού τουρισμού, όπου τα αντικείμενά του αναφέρονται στην απόλαυση, την κοινωνική διάκριση και τη δημιουργία φιλικών κοινωνικών σχέσεων, κρίνεται σκόπιμο να σχολιάσουμε ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά των γενικών πρακτικών παραγωγής πολιτισμικών τουριστικών αντικειμένων, της διάθεσης και κατανάλωσής τους που συνδέονται με τα αξιολογικά αυτά μέσα προτού εισέλθουμε στην ανάλυση συγκεκριμένων ειδικών οργανωσιακών πρακτικών.

3.1. Η ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Τα πολιτισμικά προϊόντα θα μπορούσε κανείς να ισχυριστεί ότι είναι κυρίως άυλα μια και αφορούν, ως επί το πλείστον, παροχή υπηρεσιών αναψυχής και διασκέδασης, επιμόρφωσης και σύναψης κοινωνικών σχέσεων. Για παράδειγμα, η επίσκεψη σε ένα μουσείο ιστορίας μιας περιοχής το οποίο χρησιμοποιεί διαδραστικές μεθόδους επαφής με τα εκθέματα βοηθά στην κατανόηση από την πλευρά του επισκέπτη και στην εξοικείωσή του με την ιστορία και το παρόν πολιτισμικό και κοινωνικό πλαίσιο του τόπου επίσκεψης. Ένα παρόμοιο αποτέλεσμα, με κατεύθυνση, σκοπό, προς την κατανόηση και εμπέδωση του ιστορικο-κοινωνικού πλαισίου ενός τόπου μπορεί να φέρει π.χ. και η παραγωγή τοπικών εδεσμάτων που θέλγουν τον επισκέπτη, μέσω υλικών προϊόντων, να αφιερώσει περισσότερο από το χρόνο του στον τόπο αυτό, ώστε, όχι μόνο να αγοράσει τα εν λόγω προϊόντα, αλλά να επισκεφθεί τις εγκαταστάσεις των εργαστηρίων, να επικοινωνήσει με τους παραγωγούς και να επιτελέσει μαζί τους διάφορα επικοινωνιακά ενεργήματα. Οι παραγωγοί αυτοί έχουν, κοινή συναινέσει, συμπήξει μια οργάνωση η οποία, έχοντας τον παραπάνω σκοπό (συν αυτόν της κερδοφορίας), για να λειτουργήσει και να επιβιώσει, χρειάζεται συμμετέχοντες σε αυτήν που θα έχουν συστήσει μεταξύ τους

κοινωνικές σχέσεις. Όπως θα δούμε παρακάτω στη δική μας μελέτη περίπτωσης, αυτές οι κοινωνικές σχέσεις ήδη υπήρχαν όταν ιδρύθηκε ο συνεταιρισμός, αφού τα ιδρυτικά του μέλη ήταν γυναίκες συγχωριανές.

Οι κοινωνικές αυτές σχέσεις βασίζονται στην αρχή της συλλογικότητας, της οποίας «a priori χαρακτηριστικά θεωρούνται η κοινή κατανόηση και ο διάλογος»⁶⁵. Στο σημείο αυτό θυμίζουμε ότι η συλλογικότητα δεχθήκαμε πως αποτελεί ένα από τα τρία συστατικά δεδομένα των κοινωνικών πρακτικών⁶⁶. Οι κοινές πεποιθήσεις και ιδέες είναι απαραίτητο συστατικό μιας μακρόβιας οργάνωσης, αφού αυτή η προϋπόθεση είναι που ευθύνεται εξαρχής θα συμβάλει στην ίδρυσή της και που θα προσφέρει συναισθηματική ικανοποίηση στους δρώντες εντός της. Όμως και οι «πελάτες» μιας πολιτισμικής οργάνωσης (είτε της δικής μας περίπτωσης, είτε όχι), ως άλλοι δρώντες και αυτοί, δε μένουν ανεπηρέαστοι από αυτό το κοινωνικό μόρφωμα της συλλογικότητας, διότι, αν υπάρχει, αναπόφευκτα διαποτίζει το «μίλημα» της εκάστοτε οργάνωσης μαζί τους⁶⁷. Τέλος, να προσθέσουμε ότι, κατά τον Parsons⁶⁸, άλλο χαρακτηριστικό της συλλογικότητας είναι η αρχή της αλληλεγγύης. Για να διασφαλίσουν αλληλεγγύη τα μέλη μιας οργάνωσης, θέτουν κάποιους φραγμούς ηθικού περιεχομένου, αλλά και συνέπειες, αν τυχόν αυτοί οι φραγμοί παραβιαστούν. Κατανοητό επομένως είναι ότι για να υπάρχουν τα παραπάνω γνωρίσματα, οι δρώντες εντός μιας οργάνωσης πρέπει να εμφορούνται από αισθήματα κοινότητας και να επιτυγχάνουν μια συνοχή τέτοια, που θα τους οδηγήσει στην επίτευξη των σκοποθεσιών που έχουν δεχθεί χωρίς ιδιαίτερα προβλήματα και χωρίς να διακυβεύεται η επιβίωση

⁶⁵ idem:249

⁶⁶ Μαζί με την επαναληπτικότητα και την παραγωγή γνώσης (βλ. παραπάνω, σελ. 26).

⁶⁷ idem:248-257 για περισσότερα στοιχεία γύρω από τη συλλογικότητα

⁶⁸ Parsons T., 1951, *The Social System*, The Free Press, New York για περισσότερα γύρω από τους ατομικούς και συλλογικούς δρώντες.

της οργάνωσής τους. Δηλαδή θα τους οδηγήσει όσο το δυνατόν πιο αβίαστα στην παραγωγή του τελικού τους αντικειμένου.

3.2. Η ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΤΗΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ Ή ΤΗΣ (ΕΓΧΡΗΜΑΤΗΣ) ΑΝΤΑΛΛΑΓΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Συνήθως οι πρακτικές εγχρήματης ανταλλαγής εντοπίζονται είτε ανάμεσα σε οργανώσεις στα πλαίσια της αγοράς, είτε μεταξύ οργανώσεων και ιδιωτών καταναλωτών. Όπως το λέει κι η ονομασία της, η εγχρήματη ανταλλαγή προϋποθέτει την ύπαρξη ανταλλακτικού μέσου, του χρήματος. Το ερώτημα που τίθεται εδώ είναι, κατά πόσον, με πράξεις αγοραπωλησίας είναι δυνατόν να οικοδομηθούν κοινωνικές σχέσεις μεταξύ των δρώντων και έτσι να προωθηθούν οι σκοποί των οργανώσεων του πολιτισμικού τουρισμού. Σε γενικές γραμμές, θα λέγαμε ότι σήμερα, μέσα από τις τυπικές πρακτικές αγοραπωλησίας, διαμορφώνονται ιδιαίτερες οργανωσιακές πρακτικές προκειμένου να δημιουργήσουν κοινό έδαφος συνάντησης παραγωγού του προϊόντος και πελάτη-επισκέπτη-αγοραστή.⁶⁹ Τέτοιες ειδικές πρακτικές σε μια οργάνωση πολιτισμικού τουρισμού σχετίζονται με την ανάπτυξη διάφορων τεχνικών πώλησης των εκάστοτε προϊόντων, υλικών τε και άυλων κι αυτό διότι τα προϊόντα πολιτισμικού τουρισμού ιδίως, δεν έχουν αυτονόητη, αντικειμενική αξία για όλους τους τουρίστες⁷⁰.

Στο σημείο αυτό θα θέλαμε να επιστήσουμε την προσοχή στο σημαντικό ρόλο που παίζει εν προκειμένω η προφορική συνομιλία πωλητή – αγοραστή. Ο διάλογος που διαμείβεται μεταξύ πωλητή και πελάτη στις οργανώσεις πολιτισμικού τουρισμού ξεκινά από μια υποτυπώδη κοινωνική σχέση, που δεν είναι κατ' ανάγκην (όπως θα συζητήσουμε σε επόμενο

⁶⁹ ό.π. Τσιβάκου Ιω., 2006, *Προσφορά και Ανταπόδοση...*σ.:261-267, για την πρακτική της εγχρήματης ανταλλαγής

⁷⁰ Ιδίως εφ'όσον δεχόμαστε ότι ο πολιτισμικός τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή του κλασικού μαζικού τουρισμού που διαμορφώθηκε μεταπολεμικά στο δυτικό κόσμο.

υποκεφάλαιο) εφήμερη. Εξαρτάται από το μέγεθος, το καθεστώς διοίκησης και από το τελικό προϊόν της πολιτισμικής οργάνωσης το κατά πόσο αυτή η κοινωνική σχέση θα μείνει σε εμβρυακό στάδιο ή όχι. Αν πρόκειται για μια μεγάλη πολιτισμική οργάνωση, με γραφειοκρατικά δομημένη διοίκηση και με τελικό προϊόν που απευθύνεται σε ευρύ κοινό και όχι σε συγκεκριμένους δρώντες (π.χ. εάν πρόκειται για μουσείο και το προϊόν του είναι η εξοικείωση του κοινού με τη σύγχρονη τέχνη), τότε, αν και οι δύο πλευρές των δρώντων περιοριστούν στις προδιαγραφές των ρόλων και καθηκόντων τους (ο ρόλος και τα καθήκοντα του πωλητή – ο ρόλος και τα καθήκοντα του αγοραστή), ο χρόνος διεπαφής τους θα είναι μικρός. Σε αυτή τη βραχύβια συναλλαγή οι αποφάσεις λαμβάνονται ταχύτατα, ενώ η σχέση που συγκροτείται παραμένει απρόσωπη. Έτσι, εδώ φτάνουμε να μιλάμε για στιγμιαίες αγοραπωλησίες ή συναλλαγές οι οποίες αδυνατούν να επηρεάσουν το κοινωνικό νόημα. Η δική μας προσπάθεια όμως προσανατολίζεται σε εκείνες τις πράξεις ανταλλαγής που εγκαθιστούν κοινωνική σχέση μεταξύ των δύο πλευρών των δρώντων, όπως στην περίπτωση της οργάνωσης που θα παρουσιάσουμε παρακάτω.

Προτού προβούμε όμως σε αυτή την παρουσίαση ας εξετάσουμε εν συντομία και την πρακτική της κατανάλωσης, εφόσον τα πολιτισμικά προϊόντα καταναλώνονται, όπως άλλωστε συμβαίνει και με κάθε άλλο εμπόρευμα, ανεξάρτητα αν, στην προκειμένη περίπτωση, έχουμε συχνή παρουσία άυλων τελικών αντικειμένων-προϊόντων.

3.3. Η ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Πλειάδα θεωρητικών, από τη δεκαετία του '70 και εξής, υποστήριξαν ότι οι σημερινοί καταναλωτές ενδιαφέρονται περισσότερο για τη μορφή, παρά για τη λειτουργία των προϊόντων που καταναλώνουν και σε αυτό το συμπέρασμα οδηγήθηκαν από την παρατήρηση ότι οι τελευταίοι υιοθετούν ορισμένα καταναλωτικά πρότυπα, ώστε ο τρόπος ζωής τους να υποδηλώνει

την αισθητική τους και το κοινωνικό τους status. Το ίδιο ισχύει, κατά τη γνώμη μας, και όσον αφορά στην κατανάλωση πολιτισμικών προϊόντων.

Στο λειτουργικό σύστημα αναψυχής και διασκέδασης η κατανάλωση παίζει κυρίαρχο ρόλο. Είναι, θα λέγαμε, η κυρίαρχη πρακτική, καθώς έχει συγκροτηθεί προκειμένου να εξυπηρετεί την απόλαυση και την κοινωνική διάκριση ή γόητρο. Ωστόσο, η πρακτική της κατανάλωσης διαφέρει από τις άλλες σε δύο κυρίως χαρακτηριστικά της: πρώτον, εντός της «δεν υπάρχουν κανόνες δεσμευτικοί τρόπων και συμπεριφορών. Όλοι μπορούν να μιμούνται τα πάντα, φτάνει να εμφορούνται από τις αξίες της απόλαυσης και της επίδειξης και να προμηθεύονται τα αντίστοιχα καταναλωτικά είδη».⁷¹ Δεύτερον, τα αντικείμενά της «ανάγονται σε ενδιάμεσα αντικείμενα επιθυμίας για την παρουσίαση του εαυτού και τη συγκρότηση των κοινωνικών σχέσεων με άτομα διαμοιραζόμενα το ίδιο στυλ ζωής»⁷². Τρεις είναι οι συντελεστές που έχουμε σε μια τέτοια πρακτική: οι ατομικοί δρώντες, το (προς κατανάλωση) αντικείμενο και το τελικό αντικείμενο, που δεν είναι άλλο από την ικανοποίηση της ανάγκης για απόλαυση και κοινωνική καταξίωση.

Η κοινότητα ερμηνευτικών συστημάτων είναι εκείνη μεταξύ των διαφόρων καταναλωτών που «αναγνωρίζουν» ο ένας τον άλλον. Μέσα από αυτή την αναγνώριση διαμορφώνεται μια συλλογική ερμηνεία με αναφορά στο αντικείμενο, έτσι ώστε αυτό να μετατραπεί σε σύμβολο κοινωνικής καταξίωσης.

Οι καταναλωτές όμοιων καταναλωτικών προϊόντων διαμορφώνουν κοινότητα και απολαμβάνουν μια ευχαρίστηση η οποία δεν ευρίσκει ομοιότης στο εργασιακό πεδίο. Η κοινότητά τους όμως είναι εφήμερη γιατί οι επιλογές τους είναι αναλώσιμες. Άρα, όπως είδαμε παραπάνω σε ένα από τα τριαδικά σχήματα των έλλογων συστημικών πρακτικών, ο χρόνος παίζει

⁷¹ idem: 272

⁷² idem:272

σημαντικό ρόλο ως προς τις συνθήκες επικοινωνίας που δημιουργούνται ανάμεσα στους καταναλωτές. Πρόκειται για επικοινωνία ανάμεσα σε συγγενείς ταυτότητες γιατί έχουν υιοθετήσει το ίδιο καταναλωτικό αντικείμενο.

Τα παραπάνω ισχύουν εν πολλοίς για τις πολιτισμικές οργανώσεις. Το αντικείμενο που προσφέρουν είναι φευγαλέο και κατ'εξοχήν οι οργανώσεις αυτές είναι που προσανατολίζουν τις διάφορες ταυτότητες και τις κοινωνικές σχέσεις προς μία ομοιότητα και άρα αίσθηση του «ανήκειν» σε συγκεκριμένο κοινωνικό περίγυρο ή όχι.

Η κάθε οργάνωση (και εν προκειμένω για την παρούσα, η κάθε πολιτισμική οργάνωση) δημιουργεί την κοινή πλατφόρμα, εκείνες τις προϋποθέσεις ομοιότητας, ώστε οι διάφορες ταυτότητες που εισέρχονται στο παιγνίδι της κατανάλωσης και στις ειδικές της πρακτικές να μπορούν, έστω προσωρινά, να μεταμφιεστούν και να ξεφύγουν «από τα συμφέροντα και τις αγκυλώσεις των θεσμών της εργασίας»⁷³ οδηγώντας τις σε συναισθηματικές καταστάσεις απόλαυσης αλλά και ενίσχυσης του κοινωνικού τους γοήτρου.

Πριν κλείσουμε το υποκεφάλαιο για την κατανάλωση, αξίζει να παραθέσουμε άλλη μια παρατήρηση που αναφέρεται στην αξία του καταναλωτικού αντικειμένου. Η αξία του, όπως και κάθε αντικειμένου άλλωστε, μετριέται αντικειμενικά με την τιμή του. Όμως ο καταναλωτής του αντικειμένου τροποποιεί την αντικειμενική του αξία βάσει της προσωπικής του ερμηνείας. Όταν το αντικείμενο εισέλθει σε πλαίσιο κοινωνικών σχέσεων, αυτή η μερικώς τροποποιημένη αντικειμενική αξία θα πάρει και το τελικό της μέγεθος διότι, μέσα στο κοινωνικό πλαίσιο, η ατομική ερμηνεία μπαίνει σε διαδικασία διαπραγμάτευσης με άλλες ατομικές ερμηνείες, άρα και η υποκειμενική αξία του αντικειμένου

⁷³ idem:275

υφίσταται τις επιρροές αυτής της συλλογικής ερμηνευτικής, και συνεπώς της αξιακής του διαπραγμάτευσης. Αυτή η συλλογική ερμηνεία σχηματίζει και την τελική κοινωνική αξία του αντικειμένου η οποία φθάνει και στα «αυτιά» της οργάνωσης που παρήγαγε το σχετικό καταναλωτικό αντικείμενο επηρεάζοντας την πολιτική της ως προς την τιμή του.

Χωρίς να μακρηγορήσουμε μπορούμε να αναφέρουμε το παράδειγμα της έκθεσης ζωγραφικής κάποιου πολύ γνωστού ζωγράφου: αντιλαμβανόμαστε ότι ένας από τους βασικούς σκοπούς της πινακοθήκης, ως πολιτιστικής οργάνωσης, είναι η επισκεψιμότητα και αυτή είναι ευθέως ανάλογη με την κοινωνική αξία που αποδίδεται στην έκθεση. Ανάλογες τιμές έχουν και οι εκτιθέμενοι πίνακες. Η πινακοθήκη γνωστοποιεί την έκθεση εκδίδοντας Δελτίο Τύπου και οργανώνοντας συνεντεύξεις Τύπου και ποντάρει στο γεγονός ότι η επίσκεψη σε μία τέτοια έκθεση θα αποβεί εκδήλωση πρωτεύουσας σημασίας για το πολιτιστικό και άρα και κοινωνικό status των «καταναλωτών» πολιτιστικών προϊόντων – εδώ έργων ζωγραφικής. Αν, ωστόσο, τα έργα που έχουν επιλεγεί να εκτεθούν ανήκουν σε μια εποχή κατά την οποία η καλλιτεχνική πορεία του ζωγράφου βρισκόταν σε ύφεση, τότε οι ατομικές ερμηνείες που συναντώνται και αλληλεπιδρούν, θα διαμορφώσουν μια συλλογική ερμηνεία που μειώνει την κοινωνική αξία της έκθεσης και τελικά οδηγεί σε μικρότερη επισκεψιμότητα, σε μη αγορά πινάκων, και τελικά και σε κάποια αναθεώρηση από την πλευρά της πινακοθήκης παρόμοιων επιλογών της για το μέλλον.

Αντίστοιχα, στην περίπτωση μιας οργάνωσης πολιτισμικού τουρισμού, όσο πιο υψηλή κοινωνική αξία έχει προσλάβει ένα πολιτισμικό αντικείμενο ύστερα από μια αυθεντική πολιτισμική εμπειρία, όπως για παράδειγμα, η ένταξη ενός επισκέπτη στην καθημερινότητα μιας μικρής κοινωνίας μέσα από την παροχή ειδικών συνθηκών, τόσο πιο υψηλής αντικειμενικής αξίας θα είναι και τα αποτελέσματα που επιδιώκει η εκάστοτε οργάνωση.

Οι καταναλωτές της τουριστικής πολιτισμικής εμπειρίας, μέσα από τις ειδικές πρακτικές κατανάλωσης, διαμορφώνουν μια οιονεί ομοιότητα απόψεων, ταυτοτήτων, σχέσεων με τους υποδοχείς και, διά της συλλογικής ερμηνείας που σταδιακά σχηματοποιείται, επηρεάζουν το «μίλημα» εντός της οργάνωσης.

Μια τέτοια πολιτισμική οργάνωση είναι και αυτή που επιλέξαμε ως μελέτη περίπτωσης, στην παρουσίαση της οποίας θα περάσουμε ευθύς αμέσως.

3.4. Η ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΠΟΡΤΑΡΙΑΣ ΠΗΛΙΟΥ

Όπως ήδη ξεκαθαρίσαμε από την αρχή, πρόκειται για μια συνεταιριστική επιχείρηση που έχει συσταθεί από γυναίκες της περιοχής της Πορταριάς Πηλίου. Το τελικό αντικείμενό της είναι υλικό και άυλο ταυτόχρονα: από τη μία πλευρά τα γλυκά που παρασκευάζει από τις τοπικές καλλιέργειες (υλικό αντικείμενο) και η διάθεσή τους τόσο στην ντόπια, όσο, κυρίως, στην τουριστική αγορά του Πηλίου και όχι μόνο. Από την άλλη πλευρά, ως άυλο αντικείμενο θεωρούμε τη σιωπηρή γνώση που έχουν αποκτήσει οι γυναίκες μέσω των καθημερινών πρακτικών τους. Αυτή η σιωπηρή γνώση χρονικά πηγαίνει πολύ πίσω και καταλήγει στην αισθητική μορφή που παίρνουν τα υλικά αντικείμενα (τα γλυκά) σήμερα, στο χρώμα τους και στη γεύση τους. Τα ενδιάμεσα αντικείμενα είναι υλικά, δηλαδή οι πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται και αποκτούν συγκεκριμένη μορφή προτού λάβουν την τελική τους (τα φρούτα, αφού καθαριστούν και κοπούν), ακόμα και τα βάζα που αποκτώνται από τους χονδρεμπόρους του Βόλου.

Δρώντα υποκείμενα είναι κατ'αρχάς οι συγκεκριμένες γυναίκες της περιοχής της Πορταριάς Πηλίου που έχουν διαμορφώσει αυτόν το συνεταιρισμό. Πρόκειται για νοικοκυρές που αποφάσισαν να εκμεταλλευτούν εμπορικά και τουριστικά τη χιλιόχρονη γνώση της οικιακής τεχνικής για την παρασκευή γλυκών. Οι περισσότερες είναι

απόφοιτοι δημοτικού ή εξατάξιου γυμνασίου και δεν έχουν ταξιδέψει μακριά ή/και πολλές φορές από τον τόπο τους. Ως δρώντα υποκείμενα στην προκειμένη περίπτωση εμείς δεχόμαστε όμως και τους επισκέπτες-πελάτες, τους πολιτισμικούς τουρίστες, οι οποίοι επικοινωνώντας με τους δρώντες της οργάνωσης σταδιακά επηρεάζουν και την εξέλιξή της. Για το «μίλημα», όπως διαμορφώνεται καθημερινά στην οργάνωσή μας, θα μιλήσουμε διεξοδικότερα παρακάτω. Για έναν τρίτο δρώντα που διακρίνουμε, που δεν είναι άλλος από το κράτος, θα μιλήσουμε αργότερα, κλείνοντας την παρούσα εργασία.

Τέλος, όσον αφορά στο κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο της οργάνωσης αυτής, διατυπώνουμε απλώς μια άτυπη κρίση, εφόσον δεν βασιζόμαστε παρά στις προσωπικές μας παρατηρήσεις και όχι σε κάποια αξιόπιστη επιστημονική μελέτη, αλλά έστω κι έτσι, θα μπορούσαμε να το χαρακτηρίσουμε «προοδευτικό» για τα δεδομένα του τόπου και της χρονικής στιγμής, αλλά και σε σύγκριση με άλλες, παραπλήσιες σε ανάπτυξη περιοχές της Ελλάδας, όπως π.χ. αυτή της Ανατολικής Πελοποννήσου. Με τον όρο αυτό εννοούμε ότι οι κάτοικοι είναι ανοιχτοί στο εμπόριο και στην εξωστρέφεια που αυτό συνεπάγεται, παρά τις αντίξοες γεωγραφικές συνθήκες (ορεινή, δύσβατη περιοχή το χειμώνα). Είναι επίσης πολύ δεκτικοί στην απόκτηση νέας γνώσης και έτοιμοι να καλοδεχτούν άλλους ανθρώπους, με εντελώς διαφορετικές καταβολές. Ο εν γένει πληθυσμός της περιοχής ασχολείται κατά βάση με τη γεωργία και την κτηνοτροφία και τις τελευταίες δεκαετίες του περασμένου αιώνα έχασε γηγενείς κατοίκους που μετακινήθηκαν προς το γειτονικό Βόλο για να βρουν καλύτερη τύχη, αλλά και κέρδισε σε αλλογενή πληθυσμό γιατί άρχισαν να κατοικούν στην ευρύτερη περιοχή οι πρώτοι ενσυνείδητοι οικολόγοι της δεκαετίας του '80 με τις οικογένειές τους, έλληνες και ελάχιστοι ξένοι, οι οποίοι κατεβαίνουν στις πόλεις μόνο για να βγάλουν το όποιο μεροκάματό τους, αλλά όλο τον υπόλοιπο χρόνο τους τον περνούν

στο βουνό του Πηλίου⁷⁴. Οι άνθρωποι αυτοί, αλλά και κάποιοι εύποροι και μορφωμένοι ντόπιοι έδωσαν τον τόνο για τη συγκράτηση του πληθυσμού στον τόπο, απαίτησαν και κατάφεραν καλύτερη οργάνωση της τοπικής αυτοδιοίκησης και με λίγα λόγια ενδιαφέρθηκαν ενεργά για την ανάπτυξη της περιοχής, τόσο την οικονομική όσο και την πολιτισ(μ)τική.

Προς την ίδια κατεύθυνση βοήθησε και ο ίδιος ο Δήμαρχος και η Αναπτυξιακή Εταιρεία του Δήμου της Πορταριάς που ώθησε ενεργά τις γυναίκες του αγροτουριστικού συνεταιρισμού μας να «στήσουν» την οργάνωσή τους πριν από δέκα χρόνια. Ως μία έμπρακτη ενίσχυση μπορούμε να αναφέρουμε το χώρο όπου στεγάζεται το ένα από τα δύο εργαστήρια του συνεταιρισμού, ο οποίος έχει παραχωρηθεί δωρεάν από το Δήμο προκειμένου να προωθηθεί έτι περαιτέρω η συνεργατικότητα και η συλλογικότητα, αξίες ήδη βαθιά ριζωμένες ανάμεσα στους κατοίκους της μικρής αυτής περιοχής.

Με μια πρώτη ματιά θα μπορούσε κανείς να ισχυριστεί ότι η επιχείρησή μας δεν εντάσσεται στις οργανώσεις του πολιτισμικού τουρισμού, αφού κύριος σκοπός της είναι το κέρδος από πωλήσεις προϊόντων, όπως ισχύει και με κάθε άλλη παρόμοια εμπορική οργάνωση. Ωστόσο, το είδος του τελικού αντικειμένου, ο τρόπος που αυτό προωθείται, αλλά και το καταναλωτικό κοινό των προϊόντων αυτών συντελούν στην ένταξη της οργάνωσης αυτής στον κλάδο του πολιτισμικού τουρισμού (και φυσικά και στο σύστημα αναψυχής και διασκέδασης, όπως έχουμε προαναφέρει).

3.5. ΤΟ ΤΕΛΙΚΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ

Το τελικό αντικείμενο της οργάνωσής μας είναι η παρασκευή, συσκευασία και πώληση μιας μεγάλης ποικιλίας παραδοσιακών γλυκών και στην ουσία απαντά ως τελικός σκοπός όλων μαζί των ειδικών πρακτικών εντός της

⁷⁴ Οι πληροφορίες αυτές δόθηκαν από εργαζόμενους στο τουριστικό help-desk της Τσαγκαράδας.

μικρής αυτής οργάνωσης. Τις αποφάσεις για το ποια προϊόντα θα προωθηθούν κάθε χρονιά, ποιο θα είναι το περιτύλιγμα, ποια συμπληρωματικά, εν είδη δώρου, προϊόντα θα τεθούν σε κυκλοφορία, τις συνεννοήσεις με τους λιανεμπόρους του Βόλου, της Αθήνας, της Θεσσαλονίκης και άλλων περιοχών, όλα αυτά τα αποφασίζουν «δημοκρατικά»⁷⁵, όπως λένε οι ίδιες, μέσω διαβουλεύσεων προερχόμενων από το διοικητικό τους συμβούλιο, όπου όλες έχουν δικαίωμα ψήφου, αλλά, όπως φαίνεται, οι πιο έμπειρες και εξωστρεφείς επικρατούν στις προτάσεις που κάνουν.

Σκοπός της οργάνωσης είναι, φυσικά, η κερδοφορία και η διαφήμιση της περιοχής μέσω της διάδοσης των προϊόντων της σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερη γεωγραφική εμβέλεια και πάνω σε «ποιοτικά ράφια», γεγονός που θα φέρει ως αποτέλεσμα τη συνέχιση της κερδοφορίας και άρα τη συντήρηση της οργάνωσης. Ο όρος «ποιοτικά ράφια» υποδηλώνει ότι υπάρχει ανταγωνισμός και μάλιστα ανταγωνισμός που ορίζει ότι ακόμα και ο δρόμος είναι κατάλληλο πεδίο συναλλαγής. Ωστόσο, η συγκεκριμένη οργάνωση αντιστέκεται στην «εύκολη» και αμφιλεγόμενη προσέγγιση του «πάγκου στο δρόμο», όπου τα προϊόντα που διατίθενται έχουν παρασκευαστεί με τις γνωστές βιομηχανικές διαδικασίες. Στα δύο τους εργαστήρια οι γυναίκες αυτές δε χρησιμοποιούν παρά εργαλεία και σκεύη που τα είχαν και στο σπίτι τους. Η συζήτησή μας συχνά διεκόπτετο για να επιβλέψουν τη φωτιά ή για να δοκιμαστεί κάποιο σιρόπι.

Από την άλλη πλευρά, δηλαδή τη θετική οπτική του όρου: υποδηλώνεται ότι τα «ποιοτικά ράφια» απευθύνονται σε ενσυνείδητους καταναλωτές που δεν επιθυμούν απλώς να ικανοποιήσουν την επιθυμία τους για κάτι γλυκό, αλλά να ξαναβιώσουν πώς ήταν οι τροφές χωρίς συντηρητικά μέσα τους,

⁷⁵ Τα εισαγωγικά στο σημείο αυτό και παρακάτω χρησιμοποιούνται γιατί τις λέξεις αυτές τις έχουμε δανειστεί από φράσεις των γυναικών του συνεταιρισμού με τις οποίες μιλήσαμε.

να έχουν την ψευδαίσθηση της συγγενικής φροντίδας από την προετοιμασία του γλυκού και, πιο ενεργά, να βοηθήσουν ώστε να «περάσει» η ιδέα του βιολογικού/οργανικού τρόπου διατροφής, αυτού δηλαδή που δεν οδηγεί στην καταστροφή του υπεδάφους, της χλωρίδας και της πανίδας του τόπου μας εν γένει. Πίσω από τους παραπάνω σκοπούς υπάρχει και άλλος ένας, έμμεσος, που δεν είναι άλλος από τη συγκράτηση του πληθυσμού στην περιοχή και ιδιαίτερα των νέων. Η οργάνωση απαρτίζεται από γυναίκες που νιώθουν και είναι ιδιαίτερα δραστήριες, αγαπούν τον τόπο τους και καλούν τον κόσμο να μάθει έναν από τους βασικούς λόγους. Κύριοι πελάτες – αποδέκτες του μηνύματος που θέλει να περάσει η οργάνωσή μας σχετικά με τη φυσική ομορφιά, την αγνότητα και τον πλούτο της περιοχής είναι οι «κουρασμένοι κάτοικοι των πόλεων» και δη των ελληνικών πόλεων ας μας επιτραπεί η προσθήκη, μια και ειδικά οι κάτοικοι αυτοί ταλαιπωρούνται από τη μόνιμη έλλειψη κατάλληλης οργάνωσης, καλαισθησίας και πράσινου στον περιβάλλοντα αστικό τους χώρο. Πράγματι, δεν είναι λίγοι πλέον οι αστοί εκείνοι που, μετά από τη γνωριμία τους με τα φυσικά προϊόντα ενός τόπου, επιθυμούν στη συνέχεια να τον επισκεφθούν και να αποκτήσουν εμπειρίες από τον τόπο αυτό από πρώτο χέρι. Οπότε γι'αυτούς τους ανθρώπους το τελικό αντικείμενο της οργάνωσής μας, τα φυσικά παραδοσιακά γλυκά Πηλίου, είναι στην πραγματικότητα ένα ενδιάμεσο αντικείμενο που τους επιτρέπει να αποκτήσουν ένα άλλο, άυλο αντικείμενο: αυτό της εμπειρίας (αυθεντικής ή μη δε θα το εξετάσουμε εδώ) από τη ζωή σε μια μη αστική περιοχή, μακριά από τα μειονεκτήματα της ζωής στα αστικά κέντρα. Αυτό το άυλο τελικό αντικείμενο, επί της ουσίας, εξυπηρετεί μια γενικότερη κοινωνική ανάγκη, αυτήν της ανάπαυλας από την τεχνητή πραγματικότητα της πόλης. Επομένως, το αξιολογικό μέσον της απόλαυσης που ισχύει στο λειτουργικό σύστημα της αναψυχής, στον κλάδο του τουρισμού εξειδικεύεται και από την ανάπαυλα από τη ζωή στην πόλη.

Αυτή η νοηματική κατηγορία μεταφέρεται στις ειδικές τάξεις του λόγου της οργάνωσής μας και άρα και στις ειδικές πρακτικές της μέσω της εξαντικειμενίκευσης που παίρνει τη μορφή ενός αθώου (κυριολεκτικά και μεταφορικά) βάζου με γλυκό του κουταλιού. Ένας πελάτης μας εξήγησε ότι «ονειρευόταν τη στιγμή που θα έκανε το απογευματινό διάλειμμα από τις υποχρεώσεις του με τη συνοδεία μιας τέτοιας γαστρικής απόλαυσης»⁷⁶.

3.6. ΤΑ ΕΝΔΙΑΜΕΣΑ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΑ



Στο σημείο αυτό υπενθυμίζουμε ότι τα ενδιάμεσα αντικείμενα προκύπτουν από τις μερικές δραστηριότητες στις οποίες αναλύονται οι ειδικές πρακτικές. Οι μερικές δραστηριότητες έχουν τους δικούς τους ειδικούς σκοπούς και τα δικά τους τελικά (αυτά που ονομάζουμε ενδιάμεσα) αντικείμενα. Έτσι, εν προκειμένω, έχουμε την πρακτική της συλλογής και διατήρησης των φρούτων. Την πρακτική προετοιμασίας των γλυκών με σκοπό την παραγωγή συγκεκριμένης ποσότητας και ποιότητάς τους. Επί πλέον, στην περίπτωση της δικής μας συνεταιριστικής οργάνωσης η εξάρτησή της από το οικονομικό σύστημα την οδηγεί στην επιδίωξη του κέρδους γεγονός που μπορεί να επιτευχθεί όχι μόνο μέσα από μία πρακτική, αλλά από ένα σύνολο ειδικών πρακτικών που ανήκουν στο οικονομικό σύστημα, όπως την πρακτική του μάρκετινγκ για την εγκαθίδρυση θετικής εικόνας για τα γλυκά αυτά, καθώς επίσης από την πρακτική των πωλήσεων που στοχεύει στην πώληση των γλυκών αυτών.

Ξεκινώντας από την ειδική πρακτική της συλλογής των φρούτων θα μπορούσαμε να την περιγράψουμε ως τη βασική εκείνη πρακτική από την οποία εξαρτάται κατά βάση και η ποιότητα του τελικού προϊόντος της οργάνωσής μας. Τελικά και ταυτοχρόνως ενδιάμεσα αντικείμενα αυτής της

⁷⁶ Πρόκειται για έναν κουρασμένο Αθηναίο πολίτη, υπάλληλο της Νομαρχίας Αττικής στο επάγγελμα, που καθημερινά έρχεται σε επαφή με κοινό.

πρακτικής είναι η συλλογή, κοπή και σωστή συντήρηση των καταλληλότερων καρπών, εκείνων που θα συμβάλουν πιο ενεργά στην όψη και τη γεύση του γλυκού που θα παρασκευαστεί στη συνέχεια. Ο τρόπος επιλογής των καρπών αυτών είναι μια διαδικασία που διδάσκεται από γενιά σε γενιά και η οποία δεν είναι καθόλου αυτονόητη. Ο χρόνος, αλλά και ο τρόπος κοπής έχουν σημασία, επομένως, οι νεότεροι συνεργάτες είναι πολύ σημαντικό να κατανοήσουν και να αντιγράψουν καλά την τεχνική των παλαιότερων. Η μεταξύ τους διάδραση, η μεταξύ τους σχέση, καθώς και η μεταδοτικότητα των παλαιότερων είναι καταλυτικής σημασίας. Εξίσου σημαντικό ρόλο στη συγκεκριμένη μερική δραστηριότητα επομένως παίζει ο βαθμός συνοχής της ομάδας, παράγοντας που συναντήσαμε πιο πάνω όταν αναφερθήκαμε στο ερμηνευτικό σύστημα των δρώντων που εφαρμόζουν τις ειδικές πρακτικές. Πιο συγκεκριμένα, μέσα από ένα από τα τριαδικά πρότυπα της Τσιβάκου είχαμε δει και δεχθεί ότι η σχέση του ατόμου με τους άλλους μέσα στις συνθήκες μιας συγκεκριμένης δραστηριότητας καθορίζει το βαθμό συνοχής της ομάδας και πιο συνολικά, καθορίζει ποιο θα είναι το ερμηνευτικό σύστημα που θα επικρατήσει. Αυτό ακριβώς βρίσκει την εφαρμογή του και στην παρούσα ειδική πρακτική και μερική της δραστηριότητα, αλλά και όπως θα δούμε και στη συνέχεια επηρεάζει βαθιά και τις υπόλοιπες μερικές δραστηριότητες και ειδικές πρακτικές. Ενδιάμεσο αντικείμενο μιας άλλης μερικής δραστηριότητας είναι ακριβώς η διαδικασία παρασκευής των γλυκών του κουταλιού. Και εδώ ισχύουν οι ίδιες ακριβώς διεργασίες και διεπαφές μεταξύ των δρώντων υποκειμένων που ισχύουν και στην πρώτη δραστηριότητα της συλλογής και συντήρησης των καρπών. Στην προκειμένη δραστηριότητα το «μίλημα» παίζει σπουδαιότατο ρόλο, καθώς οι παλαιότερες νοικοκυρές της περιοχής, πάντα περήφανες για τα μυστικά της κουζίνας τους, καλούνται να «αποδείξουν» τρόπον τινά την «αξία» τους μέσα από την επιτυχημένη παρασκευή των

γλυκισμάτων αυτών, αλλά και να μεταδώσουν στη νεώτερη γενιά συνεργατιδών τους όσες γνώσεις και τεχνικές είναι απαραίτητες ώστε το αποτέλεσμα να είναι πάντα το ίδιο εύγεστο. Ο τρόπος που αυτή η γνώση θα αρθρωθεί, θα μεταδοθεί και θα εμπεδωθεί για τη συνέχιση της δραστηριότητας σχετίζεται άμεσα με το «μίλημα», την προφορικότητα που το «μίλημα» ενέχει. Ως μια άλλη γλώσσα, όπως δεχθήκαμε νωρίτερα, είναι το «μίλημα» που εγκαθιδρύει τόσο τη μετάδοση των γνώσεων, αλλά (κυρίως) τις σχέσεις εκείνες που επιτρέπουν σε όλους να γίνουν κοινωνοί αυτής της ιεροτελεστίας που εμείς ονομάζουμε ενδιάμεσο αντικείμενο της προετοιμασίας γλυκών του κουταλιού. Παρατηρήσαμε ότι μόνο μια επιδοκιμαστική ματιά από μια εμπειρότερη παρασκευάστρια ήταν ακριβώς ό,τι χρειαζόταν μια νεώτερη για να συνεχίσει τη δραστηριότητα εκείνης της στιγμής.

Η πρακτική του μάρκετινγκ για την εγκαθίδρυση θετικής εικόνας γύρω από το προϊόν δεν μπορούμε να πούμε ότι έχει παίξει και πολύ ενεργό ρόλο, όσον αφορά στην κερδοφορία της οργάνωσης. Πιο πολύ έχει συμβάλει, άτυπα πάντα, όχι μέσα από ιδιαίτερη μελέτη, στο να γίνει κατανοητό από το καταναλωτικό κοινό πως τα προϊόντα που προωθούνται είναι άριστης ποιότητας. Μία παράμετρος μάρκετινγκ όπως η επιλογή των βάζων συσκευασίας, των ετικετών και των μικρών κομματιών υφάσματος που χρησιμοποιούνται για το σφράγισμα των βάζων αυτών, μας δείχνει ότι όλα έχουν επιλεγεί για να προσδώσουν έναν τόνο παραδοσιακότητας (ας μας επιτραπεί ο όρος) στο προϊόν και δεν αποτελούν παρά αντιγραφές άλλων, παρόμοια συσκευασμένων βιομηχανικών προϊόντων που επικαλούνται και εκείνα την παραδοσιακότητά τους με τα ίδια εξωτερικά γνωρίσματα. Παρ'όλα αυτά αναλύεται και αυτή η λιγότερο εμπεδωμένη με επιστημονικούς όρους ειδική πρακτική στις δικές της μερικές δραστηριότητες, αφού υπάρχουν κάποιοι δρώντες που ασχολούνται αποκλειστικά με τη συσκευασία των γλυκών. Αν μη τι άλλο, όλοι

γνωρίζουν εκ πείρας πως πολλές φορές το περιτύλιγμα είναι εκείνο που θα κάνει τη διαφορά στην πώληση στη συνέχεια. Έτσι, έχει σημασία γι' αυτούς τους δρώντες η καθαριότητα των βάζων, η καλή τους σχεδίαση, οι ευανάγνωστες ετικέτες τους, η ποσότητα που μπορούν να χωρέσουν, έτσι ώστε να δικαιολογηθεί η εκάστοτε συγκομιδή, αλλά και η τελική τιμή του προϊόντος για τον καταναλωτή (η οποία θεωρείται κάπως υψηλή σε σύγκριση με τα αντίστοιχα βιομηχανοποιημένα προϊόντα). Εδώ ίσως τα πράγματα να φαντάζουν λίγο πιο «μοναχικά», καθώς η δραστηριότητα αυτή θυμίζει περισσότερο βιομηχανική εργασία αλυσίδας με τυποποιημένες κινήσεις από τους δρώντες και χωρίς την ανάγκη για ιδιαίτερη διεπαφή μεταξύ τους. Η όλη διαδικασία λογίζεται ως επιτυχής η μη ανάλογα με τους χρόνους που μπορεί να «πετύχει» ο εργαζόμενος και άρα οι μέθοδοι που ακολουθούνται για βελτίωση των χρόνων αυτών είναι κυρίως τειλοριανής λογικής, χωρίς οι εμπλεκόμενοι απαραίτητως να γνωρίζουν κάτι περί Τείλορ. Πάντως φαίνεται να δίνεται αρκετή σημασία στη λεπτομέρεια: ακόμα και οι μικρές καρτέλες που συνοδεύουν κάθε βαζάκι είναι φροντισμένες από τυπογράφους του Βόλου έτσι ώστε να είναι κομψές, να δηλώνουν την πηγή χρηματοδότησής τους (Leader II) όπως το απαιτούν οι κανόνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά και να αναγράφουν όλες εκείνες τις πληροφορίες που κάνουν τα συγκεκριμένα γλυκά να διαφέρουν από τα συνήθη.

Μένει να σχολιάσουμε τις πρακτικές της διανομής του προϊόντος, αλλά και της ίδιας της πώλησης.

Στην περίπτωση της διανομής των γλυκών, η λογική που ακολουθείται είναι κατ' αρχάς η κάλυψη της τοπικής αγοράς διά της λιανικής, αλλά και της χονδρικής πώλησης. Όταν λέμε «τοπικής» εννοούμε το νομό Μαγνησίας και από κει κι έπειτα η προώθηση του προϊόντος γίνεται κυρίως λόγω των προσπαθειών κάποιων λιανεμπόρων από διάφορες ελληνικές πόλεις να βρουν ξεχωριστά προϊόντα για τα ράφια τους. Μια και η

παραγωγή στην περίπτωση μας δεν μπορεί ποσοτικά να συγκριθεί με τις μαζικές βιομηχανικές, αναγκαστικά η επιχείρηση απευθύνεται σε σημεία πώλησης που προωθούν τοπικές παραγωγές, οι οποίες φημίζονται για την αγνότητα των προϊόντων τους. Τέτοια λιανοπωλητήρια δε βρίσκονται μόνο στα αστικά κέντρα της χώρας μας, αλλά και σε πόλεις του εξωτερικού, όπου υπάρχουν επιχειρηματίες που αναζητούν ιδιαίτερα προϊόντα από όχι και τόσο γνωστές περιοχές του κόσμου. Βεβαίως αυτό δε σημαίνει πως η διανομή δε θα μπορούσε να εμφανίζεται πιο βελτιωμένη τουλάχιστον εντός της ελληνικής επικράτειας, ωστόσο, όπως μαρτυρούν οι ίδιοι οι παράγοντες του συνεταιρισμού, αυτό μάλλον θα απαιτούσε κάποιους ανθρώπους, ή έστω, για αρχή, έναν μόνο άνθρωπο με ιδιαίτερες γνώσεις και εμπειρία στην προώθηση προϊόντων στην ελληνική αγορά, αλλά ο άνθρωπος αυτός τη δεδομένη στιγμή δεν υπάρχει. Πρόκειται εξάλλου για ένα επιπλέον κόστος που θα επιβάρυνε κι άλλο το (ήδη κάπως ακριβό) τελικό προϊόν, κάτι που βρίσκει αρκετές αντιρρήσεις στους κόλπους της οργάνωσής μας. Οι περιορισμοί αυτοί έχουν λειτουργήσει επίσης και ως αποτέλεσμα της αρχικής επιθυμίας των ιδρυτριών του συνεταιρισμού όχι τόσο για επικράτηση στην αγορά, αλλά για την προώθηση της ιδέας της διατήρησης απλών, αγνών τοπικών προϊόντων, που ίσως πρέπει και να προσπαθήσει κανείς για να τα ανακαλύψει και να τα προμηθευτεί, γεγονός που, από μόνο του, αποτελεί τελικά ένα είδος μάρκετινγκ. Εντέλει, η μη διευρυμένη διανομή φαίνεται να έχει και αυτή τη δική της σημασία, ενώ κάποιοι εμπλεκόμενοι στην όλη διαδικασία νιώθουν υπερήφανοι που συμβάλλουν στην παραγωγή ενός τόσο ποιοτικού και «σπάνιου» προϊόντος. Το ίδιο υπερήφανοι φαίνονται και οι λιανέμποροι που φέρνουν τους πελάτες τους κοντά σε τόσο δυσεύρετα είδη.

Η πώληση αυτή καθ'αυτή αποτελεί μια ειδική πρακτική που προσεγγίζει κατά πολύ το τελικό αντικείμενο της υπό εξέταση οργάνωσης. Εκτός από τα δύο σημεία πώλησης του ίδιου του συνεταιρισμού, η οργάνωσή μας,

όπως αναφέραμε και παραπάνω αντιστέκεται στη «σειρήνα» του εύκολου κέρδους από την πώληση σε πάγκους του επαρχιακού οδικού δικτύου της περιοχής και επαφίεται στην καλή διάθεση των πωλητριών της που, σε ορισμένες περιπτώσεις, είναι και παρασκευάστριες των προϊόντων. Σε μιας τόσο μικρής εμβέλειας διανομή, είναι φυσικό κάποιοι συντελεστές να έχουν πολλαπλούς ρόλους που εκτείνονται από την παρασκευή έως και την πώληση των γλυκών. Η αγάπη και το μεράκι για την όλη δραστηριότητα είναι αυτή που φέρνει τα όποια αποτελέσματα σε αυτή την περίπτωση. Η συνοχή της ομάδας φαίνεται ξεκάθαρα όταν έρθει η ώρα της πώλησης, μια και ό,τι ήταν να επιτευχθεί μέσω του «μιλήματος» τώρα είναι η στιγμή να βγει στην επιφάνεια και να «δοθεί» προς την κοινωνία ως ένα νέο επικοινωνιακό ενέργημα.

Ο ταξιδιώτης που θα θελήσει να προμηθευτεί ένα προϊόν χαρακτηριστικό της περιοχής που επισκέφθηκε, ιδίως ο ταξιδιώτης που μπορούμε να ονομάσουμε «πολιτισμικό τουρίστα», δεν αρκείται σε μια διαδικαστική, ψυχρή αγορά. Αναζητά την επικοινωνία με τον παραγωγό, ενδιαφέρεται για τα στάδια της παραγωγής των γλυκών, αν είναι δυνατόν ζητά να επισκεφθεί όποιες εγκαταστάσεις είναι επισκέψιμες και να κατανοήσει από κοντά την όλη δραστηριότητα. Θέλει να δει τα φρέσκα φρούτα, να τα μυρίσει, να τα αγγίξει. Η όλη διαδικασία του προσφέρει μια αυθεντική εμπειρία ζωής της υπαίθρου και είναι πλέον ένας από τους κύριους λόγους που ταξιδεύει.

Η σχέση που δημιουργείται μεταξύ ταξιδιώτη-πελάτη και μελών του συνεταιρισμού έχει ένα ενδιαφέρον ενδιάμεσο αποτέλεσμα, καθώς, κατά τη γνώμη μας, η αναγνώριση της εργασίας των τελευταίων και η άντληση ικανοποίησης από τη δουλειά τους δίνουν το έναυσμα για περαιτέρω βελτίωση της παροχής της υπηρεσίας τους σε όλα της τα στάδια. Όμως πιο ειδικά για τους δρώντες είτε αυτοί είναι τα μέλη του συνεταιρισμού, είτε οι πελάτες τους θα μιλήσουμε στη συνέχεια, αφού εδώ τίθεται το ζήτημα του

«μιλήματος» στη μεταξύ τους διεπαφή, το ζήτημα του ποιες είναι εκείνες οι ειδικές τάξεις του λόγου που τους επηρεάζουν και πώς τα ερμηνευτικά συστήματα ένθεν και ένθεν επηρεάζουν με τη σειρά τους το αποτέλεσμα του όλου μεταξύ τους επικοινωνιακού ενεργήματος. Αν εξετάσουμε και το χρόνο που απαιτείται για την κάθε δραστηριότητα, τότε έχουμε το σχήμα του βασικού τριαδικού προτύπου που αναφέρεται στο «μίλημα», όπως το είδαμε νωρίτερα.

3.7. ΟΙ ΔΡΩΝΤΕΣ



Ήδη αναφερθήκαμε στα μέλη του συνεταιρισμού που εμπλέκονται στην όλη διαδικασία, από την παρασκευή έως και τη διάθεση των προϊόντων τους, αλλά και στους ταξιδιώτες-πελάτες (πολιτισμικούς τουρίστες) που αναζητούν τα γνήσια προϊόντα της περιοχής θεωρώντας και τους μεν και τους δε ως δρώντες του μικροσυστήματος που ονομάζεται επιχείρηση τουριστικής υφής, αλλά και ενός ευρύτερου κλάδου: του πολιτισμικού τουρισμού.

Για να μιλήσουμε για το δρώντα που ονομάζεται πολιτισμικός τουρίστας κρίνουμε απαραίτητο να αναφερθούμε πρώτα στα χαρακτηριστικά που τον προσδιορίζουν στις μέρες μας. Κατ'αρχάς, ο πολιτισμικός τουρίστας στην Ελλάδα δεν ικανοποιείται πλέον από αυτό που έως σήμερα είχαμε συνηθίσει να ακούμε περί πολιτισμικού τουρισμού. Η παθητική προσέγγιση-επίσκεψη των μνημείων και των έργων τέχνης δεν είναι αρκετή. Με την εξέλιξη των νέων τεχνολογιών ακόμα και ένα μικρό παιδί μπορεί μέσα από την άνεση του σπιτιού του να παρακολουθήσει έναν εικονικό γύρο ενός μουσείου ή ενός αρχιτεκτονικού συνόλου. Επομένως, εκείνο που επιθυμεί ο σημερινός πολιτισμικός τουρίστας είναι να κατανοήσει έναν τόπο, να αντιληφθεί από πρώτο χέρι την ιστορία του, να «αισθανθεί» ότι ζει μέσα σε έναν άλλον πολιτισμό, ακόμα και να ζήσει μια

πολιτισμική «περιπέτεια». Συχνά συγκρίνει το σήμερα με το χθες ώστε να καταλάβει τους λόγους των αλλαγών και της εξέλιξης.

Και πιο συγκεκριμένα ακόμα, ο πολιτισμικός τουρίστας ξοδεύει περισσότερα χρήματα στις διακοπές του από τον παραδοσιακό τουρίστα, έχει την τάση να διανυκτερεύει μέσα στην κοινότητα που επισκέπτεται αποφεύγοντας τα τουριστικά θέρετρα, διεισδύει στον καθορισμένο χώρο της επίσκεψής του και περνά περισσότερο χρόνο εκεί σε σύγκριση με τον παραδοσιακό τουρίστα, είναι πιο ευγενικός και σέβεται τον κόσμο και το περιβάλλον όπου βρίσκεται, απαιτεί ένα ανώτερο επίπεδο υποδομών και υπηρεσιών, αλλά γνωρίζει να το αξιολογεί και να το αγοράζει και, συνήθως, είναι γένους θηλυκού παρά αρσενικού και μάλιστα μέσης ηλικίας⁷⁷. Κοντά στα παραπάνω να προσθέσουμε και ότι αυτοί οι άνθρωποι συχνά έχουν χρήματα να ξοδέψουν, αλλά λίγο χρόνο για διακοπές, ενώ ταξιδεύουν μεμονωμένα και καθ'όλη τη διάρκεια του έτους⁷⁸.

Παγκοσμίως, για να ανταποκριθούν στην παραπάνω ζήτηση, οι τουριστικοί προορισμοί αναπτύσσουν προοδευτικά μια νέα θεματική με την οποία εισάγονται νέες έννοιες στην πραγματικότητα της προσφοράς τουριστικών προϊόντων. Πόλοι έλξης πια θεωρούνται, για παράδειγμα, τόποι με πολιτισμική ή/και εθνική ποικιλότητα, ο σύγχρονος σχεδιασμός (αρχιτεκτονική, σύγχρονη τέχνη, μόδα), οι πολιτιστικές θεματικές διαδρομές (οι δρόμοι του μπαρόκ, του μεταξιού, της ελιάς κ.λπ.), η γευσιγνωσία, η εθνική-τοπική κουζίνα και η υγιεινή διατροφή. Στην τελευταία κατηγορία πόλων έλξης κατατάσσεται και το δικό μας παράδειγμα. Εκτός από το συνεταιρισμό που εμείς ανακαλύψαμε στην Πορταριά του Πηλίου η ιδιωτική πρωτοβουλία της ευρύτερης περιοχής έχει

⁷⁷ Τα χαρακτηριστικά αυτά τα δανειστήκαμε από τις σημειώσεις που έδωσε ο δρ Πολύκαρπος Ευσταθίου, ειδικός σύμβουλος του πρώην Υφυπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης, στα πλαίσια επιμορφωτικού προγράμματος του Ινστιτούτου Επιμόρφωσης με τίτλο «Πολιτισμός και Πολιτιστικός Τουρισμός» (Ταύρος, 29/5 έως 02/6/2006).

⁷⁸ Αυτές είναι και οι στατιστικές παρατηρήσεις του κ. Κ. Στράτου, ιδιοκτήτη ακμάζοντος τουριστικού πρακτορείου με τον οποίον επικοινωνήσαμε στα πλαίσια της έρευνάς μας.

αναπτύξει για παράδειγμα την ιδέα της συμμετοχικής μαγειρικής για τους τουρίστες που έχουν έστω και μόνο ένα σαββατοκύριακο στη διάθεσή τους, αλλά είναι γεμάτοι όρεξη για νέες πολιτισμικές εμπειρίες. Χρησιμοποιώντας τα αγνά υλικά που μόλις αγόρασε κανείς μαθαίνει πώς φτιάχνονται τα γλυκά που αντικρίζει στα βαζάκια (π.χ. την άνοιξη αγοράζει κανείς μήλα από το ομώνυμο χωριό –Μηλιές- και μαθαίνει πώς να ετοιμάσει μια παραδοσιακή μηλόπιτα παρακολουθώντας ένα σχετικό πρόγραμμα). Αλλιώς, επισκέπτεται το συνεταιρισμό και παρατηρεί από κοντά όλη τη διαδικασία χωρίς να κουραστεί ο ίδιος και τόσο. Γνωρίζεται με τους ντόπιους, συχνά τους κάνει προτάσεις για νέα προϊόντα, για την κάλυψη άλλων του αναγκών και φεύγει ικανοποιημένος γιατί προχώρησε πέρα από το όριο στο οποίο φθάνει ο κλασικός επισκέπτης: έγινε για λίγο μέλος της τοπικής κοινωνίας. Μπορεί να είναι στην ουσία μια ψευδαίσθηση, αλλά πρόκειται για το στοιχείο ακριβώς που λείπει από τον προερχόμενο από τα μεγάλα αστικά κέντρα, ο οποίος βιώνει την πλήρη αποξένωση ακόμα και στην ίδια του τη γειτονιά.

Αυτός ο δρων του μικροσυστήματός μας είναι πολύ σημαντικός διότι χωρίς τη δική του ύπαρξη και τη δική του ανάγκη του «ανήκειν», δε θα είχε διαμορφωθεί έτσι ακριβώς και μια απάντηση μέσω του πολιτισμικού τουρισμού και των οργανώσεών του. Όπως χαρακτηριστικά μας είπαν οι γυναίκες της οργάνωσής μας: «αν δεν υπήρχε αυτός ο τουρίστας, εμείς θα είχαμε κλείσει προ πολλού»⁷⁹. Επειδή η δική του ευχαρίστηση είναι και ο σκοπός της εμφάνισης των τελικών αντικειμένων της οργάνωσής μας, αντιλαμβανόμαστε ότι ως δρων μπορεί να διαμορφώσει κατά πολύ το «μίλημα» μέσα στην ίδια την οργάνωση που μας ενδιαφέρει. Επομένως, η δική του παιδεία, κοινωνική θέση, αντιλήψεις και πρότερες αντίστοιχες πολιτισμικές εμπειρίες είναι ειδικά βάρη που εμπλέκονται στην

⁷⁹ Είναι τα λόγια της κ. Εύας Φυγετάκη, μιας από τις πωλήτριες των προϊόντων και ταμιά στο Διοικητικό Συμβούλιο του συνεταιρισμού.

προφορικότητα που αυτός ο τουρίστας αναπτύσσει σε σχέση με τους δρώντες της υπό εξέταση οργάνωσης.

Ανάλογα με το περιεχόμενο της προφορικότητας αυτής, το «μίλημα» που αναπτύσσεται μεταξύ των δρώντων εντός της οργάνωσης, αργά ή γρήγορα, έρχεται να δώσει συνέχεια στη δική τους εργασία, μέσα σε κάθε ειδική πρακτική που περιγράψαμε παραπάνω. Οι ειδικές τάξεις του λόγου που διατρέχουν το συνεταιρισμό οι σχετιζόμενες με την εξουσία, την τεχνολογία και τις συμβολικές κατηγορίες, τις αξίες, επηρεάζονται και από την επιθυμία του πελάτη. Οι σχετικές λήψεις αποφάσεων της τοπικής αυτοδιοίκησης (π.χ. γύρω από το καθεστώς λειτουργίας του συνεταιρισμού), αλλά και του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης θα πρέπει να συνάδουν κατ'αρχάς με τις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή πολιτισμικής εμπειρίας, αλλά και με την προώθηση της συνεργατικής ιδιωτικής πρωτοβουλίας και οι δρώντες της οργάνωσης πάντα προσπαθούν προς αυτή την κατεύθυνση. Από την άλλη πλευρά και η λήψη των δικών τους εσωτερικών αποφάσεων, που βασίζεται στις σχέσεις εξουσίας οι οποίες δημιουργούνται εντός τους, είναι εξίσου σημαντικές. Όπως αναφέραμε στην αρχή, οι αποφάσεις λαμβάνονται δημοκρατικά μετά από συμμετοχικές διαβουλεύσεις και την ψηφοφορία όλων των μελών του συνεταιρισμού, ενώ θα μπορούσαμε να προσθέσουμε ότι κάποια πρόσωπα χαίρουν μεγαλύτερης εκτίμησης λόγω της πείρας τους ή/και της ικανότητάς τους στη διαχείριση των ανθρώπινων σχέσεων και έτσι, οι δικές τους εισηγήσεις εισακούονται πιο πολύ. Τυχόν συγκρούσεις επιλύονται συνήθως φιλικά, αφού, σε έναν μικρό τόπο είναι δύσκολο να χαλούν εργασιακές σχέσεις τη στιγμή που η γειτνίαση δεν επιτρέπει την αποφυγή της κοινωνικής συναναστροφής.

Στα πλαίσια της ειδικής πρακτικής που σχετίζεται με τη συγκομιδή των καρπών, την παρασκευή των γλυκών και την προετοιμασία των βάζων διαγράφεται με σαφήνεια μια κοινότητα πρακτικής με την έννοια του όρου

που είδαμε στο δεύτερο κεφάλαιο, τη σχετική με την αντίστοιχη θεωρία: αν δώσουμε έμφαση στον ανθρώπινο και μόνο παράγοντα, θα λέγαμε ότι εδώ δημιουργείται πεδίο μάθησης και μνήμης της οργάνωσης και πάλι ακριβώς μέσα από την προφορικότητα, το «μίλημα» μεταξύ των εκεί δρώντων. Οι νεότεροι εξασφαλίζουν τα προς το ζην μαθαίνοντας τεχνικές επί της εργασίας. Δε χρειάζεται να παρακολουθήσουν κάποιο ειδικό «σχολείο» για όλη αυτή τη γνώση: η παρατήρηση και η συζήτηση, η δημιουργία των άτυπων σχέσεων μεταξύ τους είναι όλο το σχολείο που χρειάζονται για να διατηρήσουν ή/και να εξελίξουν τη φυσιογνωμία και τα χαρακτηριστικά της οργάνωσής τους. Πρόκειται, όπως αναφέραμε νωρίτερα, για μια σιωπηρή γνώση, ενώ ο ικανοποιητικός βαθμός ελευθερίας στη δράση τους έχει παίξει ως τώρα σημαντικό ρόλο στο ρυθμό παραγωγής και στη διάθεση για αντιμετώπιση των δυσκολιών.

Από την άλλη πλευρά, αν θίξουμε μια άλλη ειδική τάξη του λόγου, αυτή της τεχνολογίας, θα λέγαμε ότι οι δρώντες επιλέγουν να παραμένουν σε μία παραδοσιακή τεχνολογία παρασκευής του τελικού μας αντικειμένου, που άλλωστε είναι και το ζητούμενο, ο πόλος έλξης, όπως είδαμε παραπάνω, για τον πελάτη-πολιτισμικό τουρίστα. Είναι προφανές ότι τα επιστημονικοτεχνικά μέσα που χρησιμοποιούν είναι υποτυπώδη και θα λέγαμε με κάποιο βαθμό βεβαιότητας ότι στην περίπτωσή μας η επιστημονικο-τεχνική γνώση δεν επηρεάζει τους κανόνες της πρακτικής και τις μεθόδους της. Με τα δικά μας δεδομένα, η απλοϊκή τεχνολογία που χρησιμοποιείται από την οργάνωσή μας καθορίζει την αυθεντικότητα της εμπειρίας που θα βιώσει ο επισκέπτης, ή, εν πάση περιπτώσει, αυτό διατείνεται ο συνεταιρισμός, αλλά και η όλη αντίληψη περί (πολιτισμικών) προϊόντων υγιεινής διατροφής.

Τα αγνά υλικά, ο σεβασμός στην παράδοση παρασκευής, η καθαριότητα, η θελκτική παρουσίαση του τελικού αντικειμένου, η έντιμη αντιμετώπιση του καταναλωτή, οι συνεπείς συναλλαγές με τους λιανέμπορους, όλα άπτονται

των συμβολικών κατηγοριών που διαποτίζουν τόσο τις κοινωνικές σχέσεις εντός της οργάνωσης, όσο και το όλο κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο γύρω από την οργάνωση αυτή. Αυθεντικότητα, τιμιότητα, σεβασμός στην παράδοση, ικανοποίηση του πελάτη, αλλά και οικονομική ανάπτυξη, οι νόμοι της ελεύθερης αγοράς, η οικονομική και κοινωνική διαστρωμάτωση, αυτά «διδάσκονται» στην ομάδα των εργαζόμενων της οργάνωσης μέσα από την καθημερινή εφαρμογή των μερικών δραστηριοτήτων και την επίδραση του «μιλήματος».

Το πώς οι δρώντες μας ερμηνεύουν όλα όσα «διδάσκονται» από τη δική τους εμπειρία θα επιχειρήσουμε αμέσως τώρα να το δούμε μέσα από ένα από τα βασικά τριαδικά μοντέλα που προτείνει η Τσιβάκου. Ως ερμηνευτικό σύστημα δεχθήκαμε «το συνειδησιακό μηχανισμό τον καθοδηγητικό των ερμηνειών του δρώντος υποκειμένου, ο οποίος αποτελείται από τρεις αλληλοσυσχετιζόμενους παράγοντες: α) τις εγκατεστημένες καθ'όλη τη διάρκεια του εκκοινωνισμού του ατόμου γνωσιακές δομές, οι οποίες βοηθούν το άτομο να λειτουργεί σχεδόν ασυνείδητα κατά την άσκηση των διαφόρων πρακτικών...β) την κοινωνική και επαγγελματική θέση του ατόμου και γ) τη σχέση του ατόμου με τους άλλους μέσα στις συνθήκες της συγκεκριμένης δραστηριότητας»⁸⁰. Ο τρίτος παράγοντας είναι προφανές ότι καθορίζει και το βαθμό συνοχής της ομάδας.

Στην οργάνωση που εξετάζουμε θα λέγαμε ότι οι γνωσιακές δομές των δρώντων μοιάζουν μεταξύ τους μια και ο γεωγραφικός χώρος όπου κινούνται όλη τους τη ζωή είναι περιορισμένος και ο ίδιος για όλους, οι προσλαμβάνουσες παραστάσεις τους ελάχιστα διαφοροποιούνται (κι αυτό έχει περισσότερο να κάνει με τις οικογενειακές συνθήκες του καθενός), αλλά και το μορφωτικό επίπεδο των εμπλεκόμενων δεν παρουσιάζει

⁸⁰ idem: 226

διακυμάνσεις, αφού οι περισσότερες γυναίκες έχουν τελειώσει δημοτικό και λιγότερες (κυρίως τα μέλη του Δ.Σ.) το παλαιό εξατάξιο γυμνάσιο. Η επαγγελματική θέση κάθε ατόμου της οργάνωσης, η εξειδίκευσή του ως το πούμε, έχει να κάνει, έστω και υποδορίως, με το πώς θα αντιμετωπιστεί από τους υπόλοιπους. Αυτό συνδέεται και με την κοινωνική του θέση. Εκείνο που έγινε άμεσα αντιληπτό είναι ο βαθμός συνοχής της μικρής ομάδας που απαρτίζει την οργάνωση αυτή. Η συνοχή της ομάδας λοιπόν εμφανίζεται αυξημένη χάρη στις άκρως φιλικές και συνεργατικές σχέσεις που όλοι διαβεβαιώνουν ότι έχουν μεταξύ τους ως δρώντες προς έναν κοινό σκοπό. Το πιθανότερο είναι μάλιστα ότι αυτές ακριβώς οι φιλικές σχέσεις οδήγησαν και στην πρωτοβουλία ίδρυσης της ομάδας αυτής ευθύς εξαρχής. Επομένως, στο σημείο αυτό θα μπορούσαμε να δεχθούμε ότι, ακριβώς λόγω της ύπαρξης αυτής της συνοχής, έχουμε ομαδική ερμηνεία των δεδομένων που εισδύουν στην οργάνωση από τον κοινωνικό και πολιτισμικό περίγυρο της. Δεν πρόκειται για απλή συνάθροιση ατομικών ερμηνειών, αλλά, όπως δεχθήκαμε νωρίτερα, για «συσσωμάτωσή» τους. Γί'αυτό, όποια κι αν είναι η ερμηνεία αυτή, εκφράζει το πνεύμα της ομαδικής δράσης, της συνοχής της υπό εξέταση ομάδας.

Για να ολοκληρωθεί όμως η εικόνα της δράσης αυτής ως μην ξεχνούμε και τους έτερους δρώντες, τους πολιτισμικούς τουρίστες, γιατί και το δικό τους ερμηνευτικό σύστημα (που εξαρτάται από τις γνωσιακές δομές τους, την κοινωνική και επαγγελματική τους θέση και τον τρόπο που επικοινωνούν με την εν λόγω ομάδα) είναι και αυτό ένας παράγοντας διαμόρφωσης της δράσης της ομάδας αυτής. Επομένως, η συνάντηση των δύο παίζει πρωταρχικό ρόλο στην κατανόηση του όλου πλέγματος των ειδικών πρακτικών.

3.8. ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗΣ ΤΩΝ ΔΡΩΝΤΩΝ



Ποιο είναι όμως αυτό το κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο εντός του οποίου καλείται να δράσει η οργάνωσή μας και ο πολιτισμικός τουρίστας και το οποίο θα δώσει τροφή για ερμηνείες; Πού ακριβώς συναντώνται αυτοί οι δύο δρώντες; Με μια πρώτη ματιά αντιλαμβανόμαστε πως η συνάντηση των δύο περιέχει διάφορες μεταβλητές (κοινωνικές, ψυχολογικές, συμβολικές και επικοινωνιακές) οι οποίες καθορίζουν την πορεία και το ιδιαίτερο πλαίσιο μέσα στο οποίο αυτή πραγματοποιείται. Οι δύο σχηματικά αντίθετοι πόλοι αυτής της σχέσης (τουρίστας – ντόπιος) συναντώνται σε ένα συγκεκριμένο κοινωνικό και περιβαλλοντικό χώρο, αλλά υπό διαφορετικές συνθήκες και όρους οι μεν από τους δε⁸¹. Ο Π. Τσάρτας υποστηρίζει ότι αυτές οι συνθήκες που διαμορφώνουν και τα αποτελέσματα της συνάντησης επηρεάζονται από μια πλειάδα παραγόντων που εμφανίζονται στον πίνακα που ακολουθεί:

Πίνακας 2⁸²

1. Πρόσκαιρος χαρακτήρας της συνάντησης	2. Τύπος οργάνωσης του τουριστικού ταξιδιού	3. Πολιτισμικές και θεσμικές διαφορές
---	---	---------------------------------------

ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ
ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ – ΝΤΟΠΙΩΝ

4. Ανισότιμη σχέση μεταξύ ντόπιων και τουριστών	5. Συμβολικά χαρακτηριστικά της εικόνας των τουριστών	6. Οικονομικά χαρακτηριστικά τουριστών και ντόπιων
---	---	--

⁸¹ ό.π. Τσάρτας Π., 1996, *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι...σ.*: 212

⁸² idem: 212

Οι παράγοντες που παρατίθενται στον Πίνακα 2 διαμορφώνουν κάθε φορά ένα διαφορετικό πλαίσιο της συνάντησης αυτής. Με μια πρώτη ματιά θα λέγαμε επίσης ότι κάποιοι από αυτούς διαμορφώνουν και τη φυσιογνωμία των τουριστών. Μιλώντας κατ'αρχάς για τον πρόσκαιρο χαρακτήρα της συνάντησης τουρίστα – ντόπιου παρατηρούμε ότι στη μεγάλη πλειονότητα των τουριστικών ταξιδιών όλων των τύπων (άρα και εκείνων με πολιτισμικό περιεχόμενο) υπάρχει ένα κοινό γνώρισμα: η συνάντηση αυτή γίνεται μέσα σε ορισμένα χρονικά πλαίσια⁸³. Ο τουρίστας πιέζεται από το γεγονός ότι τα σύγχρονα ταξίδια, όπως είδαμε και νωρίτερα, έχουν συχνά μικρή διάρκεια (άλλωστε και ο ίδιος είναι πολύ πιεσμένος από το σύγχρονο τρόπο ζωής και το εργασιακό περιβάλλον στις πόλεις), ενώ ταυτόχρονα η επαφή του είναι αποσπασματική, αφού, συνήθως, διαρκεί όσο το επιτρέπουν τα συγκεκριμένα πλαίσια της οργάνωσης του ταξιδιού, π.χ. στα ταξίδια «πακέτου» οι επαφές αυτές είναι περιορισμένες και μικρής διάρκειας και κατά πρωτίστως αφορούν στα άτομα που απασχολούνται στα ξενοδοχεία, τα μαγαζιά και τα μέσα μεταφοράς. Στις περιπτώσεις που μας ενδιαφέρουν εδώ, όπου συνήθως ο τουρίστας ταξιδεύει μεμονωμένα, οι επαφές του με τους ντόπιους μπορεί και πάλι να παραμένουν στο χώρο του εμπορίου και του τουρισμού, είτε λόγω κινήτρων του, είτε γιατί έτσι νιώθει περισσότερο ασφαλής και προσαρμοσμένος στο περιβάλλον⁸⁴. Ας μην ξεχνάμε από την άλλη πλευρά ότι αυτός ακριβώς ο εφήμερος χαρακτήρας της συνάντησης μπορεί και να αποτρέψει τη γνωριμία με τους κατοίκους της περιοχής, κάτι στο οποίο δεν έχουμε καθόλου σταθεί ως τώρα. Συχνά, ο τουρίστας είναι διστακτικός στη σύναψη κοινωνικών επαφών με τους ντόπιους διότι θεωρεί ότι η επαφή μαζί τους επηρεάζεται οπωσδήποτε από την εμπορική συναλλαγή. Εάν, πράγματι, οι δύο πλευρές διαμορφώσουν

⁸³ Nash D., 1989, *Tourism as a Form of Imperialism* στο Smith V.L (επιμ.) *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, όπου γίνεται πιο λεπτομερής αναφορά στα κίνητρα των τουριστών για την επιλογή των ταξιδιών τους.

⁸⁴ ό.π. Cohen, E., 1984, *The Sociology of Tourism*: 165-171

επικοινωνία που βασίζεται αποκλειστικά και μόνο στο εμπόριο, είναι εύλογο ανάλογα να διαμορφωθούν και οι αντιλήψεις των συμμετεχόντων σε αυτήν. Ωστόσο, στο δικό μας παράδειγμα, η πλευρά των ντόπιων δρώντων δηλώνει ότι δεν διαπιστώνει κάτι τέτοιο. Ίσως και λόγω της σύντομης ιστορίας της οργάνωσης, θεωρείται εντελώς «φυσικό» η όλη διάδραση να εκτυλίσσεται σε φιλικό και εγκάρδιο πλαίσιο, που ξεπερνά τους νόμους της ευχάριστης «πώλησης» για λόγους μάρκετινγκ, με το οποίο, άλλωστε, δεν είναι εξοικειωμένοι. Σύμφωνα με τις μαρτυρίες τους, οι δρώντες του συνεταιρισμού δεν θεωρούν ότι εργάζονται μόνο, αλλά και ότι επιτελούν κάποιο ευρύτερο έργο από την απλή εξασφάλιση των προς το ζην. Νιώθουν υπερήφανοι για τον πλούτο και την ιστορία του τόπου τους, για το γεγονός ότι είναι οι ίδιοι ένα είδος επίσημου εκπροσώπου της περιοχής τους, κάτι σαν ξεναγοί στη ζωή της. Χαίρονται που μπορούν να ενισχύουν το οικογενειακό εισόδημα και που δε χρειάζεται γι'αυτό να βρουν δουλειά μακριά από τα σπίτια τους, κάτι που θεωρούν μεγάλη υποβάθμιση του τρόπου ζωής τους, αφού το οδικό δίκτυο δεν είναι ασφαλές, οι συγκοινωνίες πολύ περιορισμένες και ο χρόνος που θα ανάλωναν στη διαδρομή προς και από την εργασία τους θα ήταν απαγορευτικός για την παραμονή τους στην περιοχή.

Από την άλλη πλευρά, συζητώντας με κάποιους περαστικούς πελάτες⁸⁵ αποφασίσαμε ότι το νόμισμα έχει δύο όψεις. Βρήκαμε πως κάποιοι είναι πιο επιφυλακτικοί απ'ότι οι ντόπιοι δρώντες. Χωρίς να χρησιμοποιήσουμε τα δικά τους λόγια, απλά θα πούμε ότι κάποιοι τουρίστες μοιάζουν προβληματισμένοι ως προς τις προθέσεις και τις διαθέσεις των ντόπιων «θεωρώντας ότι επιδιώκουν μόνο τα χρήματά τους, ενώ οι ντόπιοι τείνουν

⁸⁵ Πρόκειται για τους κ.κ. Μ. Μαραγκουδάκη, ετών 47, ιδιωτικό υπάλληλο, Ε.Ταμιολάκη, ετών 47, νοικοκυρά, Αλέξανδρο Καραγιάννη, ετών 52, δημόσιο υπάλληλο, Τ.Νικηφοράκη, ετών 46, εκπαιδευτικό και την κόρη της Φ. Αλαφούζου, ετών 15, μαθήτριά, Σ. Φειδά, ετών 40, ιδιωτικό υπάλληλο, Φ. Σακελλαρίδη, ετών 30, ιδιωτικό υπάλληλο, Β. Γεωργούλη, ετών 34, πιλότο πολιτικής αεροπορίας και Π. Παπαδημητρίου, ετών 28, οδοντίατρο.

να εμπορικοποιούν τη σχέση τους με τους τουρίστες», αλλά πάντα «μέσα στα πλαίσια που καθορίζονται από την ταχύτητα του ταξιδιού και τον τύπο των συναλλαγών»⁸⁶. Βεβαίως, εδώ να προσθέσουμε ότι όσοι είχαν αυτή την αντίληψη φαίνονταν να είναι επηρεασμένοι και να αναφέρονται συνολικά στα διάφορα μέρη που κατά καιρούς έχουν επιλέξει για διακοπές και όχι κατ' ανάγκη στον συγκεκριμένο τόπο και χρόνο όπου τους εντοπίσαμε εμείς. Η δυσπιστία τους έδειχνε να αίρεται όταν δέχονταν την πρόσκληση να παρακολουθήσουν τον τρόπο παρασκευής των προϊόντων που μόλις είχαν αγοράσει ή όταν το πρότειναν μόνοι τους.

Ως προς τον τύπο οργάνωσης του τουριστικού ταξιδιού λίγα είναι αυτά που μπορούμε στην περίπτωση μας να πούμε, εφόσον η ευρύτερη περιοχή του Πηλίου δεν έχει ακόμα πέσει θύμα του οργανωμένου μαζικού τουρισμού, όπως άλλοι τουριστικοί προορισμοί. Οι τουρίστες της περιοχής, όπως είπαμε και στην αρχή, είτε ταξιδεύουν αυτόνομα, είτε με μερικώς οργανωμένο τρόπο, οπότε έχουν συνήθως περισσότερες δυνατότητες επικοινωνίας με τους ντόπιους και αναζήτησης της αυθεντικότητας. Η περιοχή σε γενικές γραμμές φαίνεται να δίνει τη δυνατότητα για ανάπτυξη σχέσεων πρόσωπο με πρόσωπο.

Ως προς τις πολιτισμικές και θεσμικές διαφορές που συνήθως παίζουν κρίσιμο ρόλο στη συνάντηση μεταξύ τουριστών και ντόπιων θα λέγαμε ότι στην προκειμένη περίπτωση τέτοιες διαφορές δεν εντοπίσαμε μεταξύ της οργάνωσής μας και των επισκεπτών της. Διαφορές μπορεί να υφίστανται ως προς το μορφωτικό επίπεδο των δρώντων μεταξύ τους, ή και κοινωνικές, ίσως και κάποιες πολιτισμικού περιεχομένου διαφορές, σε ήθη και έθιμα, αλλά, εν έτει 2007, δεν τίθεται θέμα θεσμικών διαφορών (που θα είχε εφαρμογή στην περίπτωση του διεθνούς τουριστικού πολιτιστικού ή μη ταξιδιού). Επομένως, το πολιτισμικό πλαίσιο συνάντησης των δύο πλευρών

⁸⁶ ό.π. Τσάρτας Π., 1996, *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι...*σ.: 214

έχει να κάνει με τη διάθεση (αλλά και μόδα) για παρατήρηση από την πλευρά των επισκεπτών και την υπενθύμιση από την πλευρά των ντόπιων του τρόπου ζωής μιας άλλης εποχής, που κάποτε ήταν γνωστή όχι μόνο στα χωριά, αλλά ακόμα και στις ελληνικές πόλεις, πριν από λίγες μόνο δεκαετίες⁸⁷, όταν όλα τα εδέσματα στο σπίτι ήταν φτιαγμένα από τις ίδιες τις νοικοκυρές που ασχολούνταν μόνο με τα οικιακά. Στην οργάνωσή μας οι εμπλεκόμενες γυναίκες έως πρότινος επίσης ασχολούνταν μόνο με τα οικιακά, κάτι που ως επί το πλείστον τις διαφοροποιεί κατά πολύ από τις επισκέπτριες που συνήθως παρακολουθούν την τέχνη τους και αυτό καθορίζει και την επαγγελματική – κοινωνική τους θέση. Παρατηρήσαμε επίσης σύγκλιση των ενδιαφερόντων τους και των απόψεών τους σχετικά με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της ζωής στην περιοχή, αλλά και της εμπλοκής τους στην ομάδα εργασίας. Απ'ό,τι αντιληφθήκαμε, η ομοιομορφία παίζει αρκετά σπουδαίο ρόλο στη μεταξύ τους συνεργασία και διάδραση.

Αυτή η παρατήρηση μας οδηγεί στην εξέταση του επόμενου παράγοντα συνάντησης των δύο δρώντων, που δεν είναι άλλος από την ανισότιμη σχέση μεταξύ τουριστών και ντόπιων όπως υποστηρίζει ο Π. Τσάρτας. Δεν θεωρούμε ότι υπάρχει πραγματικά μια τέτοια σχέση στην προκειμένη περίπτωση μεταξύ των δύο πλευρών και, πράγματι, καμία από τις δύο πλευρές δεν αντιλαμβάνεται κάτι τέτοιο. Και είναι λογικό, εφόσον στην περίπτωσή μας δεν έχουμε να κάνουμε με περιοχή όπου επικρατεί ο οργανωμένος, μαζικός τουρισμός, ο οποίος, συχνά, δημιουργεί ντόπιες κοινωνίες «εξυπηρέτησης». Αυτές οι κοινωνίες έχουν συνήθως καταλήξει σε μια γκάμα δυσάρεστων και δύσκολων προσαρμογών, ώστε να ανταποκριθούν πλήρως στα πρότυπα κατανάλωσης της πόλης και στις

⁸⁷ Βεβαίως η 15χρονη μαθήτριά που ρωτήσαμε δεν είχε κάτι να θυμηθεί από ένα τέτοιο παρελθόν και μάλλον της ήταν αδιάφορη η επίσκεψη στο εργαστήριο για να δει πως παρασκευάζονται τα γλυκά.

νέες παραγωγικές σχέσεις που επιβάλλει ο τουρισμός⁸⁸. Και τα γλυκά που παρασκευάζονται εδώ, με τον τρόπο που παρασκευάζονται, έρχονται να καλύψουν μια αντίστοιχη ανάγκη, που όμως επιβάλλεται από ένα άλλο είδος τουρισμού, ας μας επιτραπεί ο όρος: «αιφόρου». Αειφόρου γιατί ακριβώς δεν αναπαράγει τα πρότυπα των οργανωμένων δραστηριοτήτων του μαζικού τουρισμού, γιατί δεν εξαναγκάζει τους κατοίκους της περιοχής να ξεχάσουν τις δικές τους συνήθειες και ανάγκες, αντιθέτως, ευνοεί τη χρήση παραδοσιακών παραγωγικών μεθόδων απασχόλησης, σέβεται το ανθρωπογενές και μη ανθρωπογενές περιβάλλον και συμβάλλει στη διατήρησή του. Πρέπει δε να προσθέσουμε ότι και οι δύο ομάδες δρώντων έδειξαν να εκτιμούν ιδιαίτερα τις αξίες της διαφύλαξης του περιβάλλοντος και των ήπιων δραστηριοτήτων τοπικής ανάπτυξης. Π.χ. τα προϊόντα από την πλευρά της ομάδας εργασίας διαχωρίζονται σε προερχόμενα από βιολογική καλλιέργεια και μη (με, ομολογουμένως, ιδιαίτερη μνεία και προβολή των βιολογικών), ώστε ο καταναλωτής να γνωρίζει τι επιλέγει κάθε φορά, ενώ και οι καταναλωτές-επισκέπτες δείχνουν να ανταποκρίνονται με ειλικρίνεια σε αυτή την τρόπο τινά προτροπή της ομάδας.

Εφόσον δεχόμαστε ως αιφόρο το είδος τουρισμού που εξετάζουμε, του πολιτισμικού τουρισμού στην περιοχή του Πηλίου, αντιλαμβανόμαστε ότι αυτό το είδος ευνοεί την προσέγγιση μεταξύ των δύο πλευρών των δρώντων και τα συμβολικά και οικονομικά χαρακτηριστικά που λαμβάνουν οι τουρίστες στα μάτια των συμμετεχόντων στην οργάνωσή μας δεν είναι αυτά των «ξένων», αλλά εν δυνάμει των νέων φίλων που ενδιαφέρονται να μάθουν περισσότερα για τον τρόπο ζωής και δουλειάς τους. Ίσως πριν κάποια χρόνια οι τουρίστες να ταυτίζονταν με τα σύμβολα και τις εικόνες που οι ντόπιοι είχαν γνωρίσει μέσω των ΜΜΕ ή των δικών τους ταξιδιών

⁸⁸ Cohen E., 1972, *Toward a Sociology of International Tourism*, Social Research, 39, 1: 164-182

στις μεγαλουπόλεις, αλλά αυτή η ταύτιση μάλλον οδηγούσε σε λανθασμένα συμπεράσματα για τα κοινωνικά πρότυπα των τουριστών. Οι νεότερες γενιές είναι σαφώς διαφοροποιημένες ως προς αυτές τις αντιλήψεις. Ωστόσο, εκείνο που εμείς παρατηρήσαμε αφορά σε συγκρίσεις που οι ίδιοι κάνουν μεταξύ της κοινωνικο-οικονομικής δομής της περιοχής τους και των αστικών κέντρων ή με τις γενικότερες συνθήκες απασχόλησης που επικρατούν εκεί που ζουν, κάτι που μπορεί, αργότερα, αν η κατάσταση δε βελτιωθεί για το σύνολο των κατοίκων της περιοχής, να οδηγήσει σε απόσταση των ντόπιων από τους τουρίστες⁸⁹ και άρα και των δρώντων που μας ενδιαφέρουν.

Εν κατακλείδι, για να συγκεντρωθούμε σε πρότερό μας επιχείρημα, θα λέγαμε ότι, βάσει των κοινωνικών και πολιτισμικών παραγόντων και του πλαισίου συνάντησης και διεπαφής των δρώντων στο συγκεκριμένο παράδειγμα οργάνωσης πολιτισμικού τουρισμού, προκύπτει πως οι συμβολικές κατηγορίες, για παράδειγμα, της εκ του σύνεγγυς ανάπτυξης σχέσεων, της καλλιέργειας οικολογικής συνείδησης, της βιωματικής για τον τουρίστα προσέγγισης άλλων ανθρώπινων δραστηριοτήτων από τις ήδη γνωστές του, της ενίσχυσης των κοινωνικών σχέσεων, της συγκράτησης του πληθυσμού από την εσωτερική μετανάστευση, όλες δεσπόζουν τόσο στις γενικές πρακτικές του συστήματός μας, αλλά και στις ειδικές πρακτικές, ακόμα και στις μερικές δραστηριότητες που εντοπίσαμε παραπάνω.

⁸⁹ Forster J., 1964, *The Sociological Consequences of Tourism*, *International Journal of Comparative Sociology*, 5, 2,: 217-227, για μια γενικότερη θεώρηση των κοινωνικών επιπτώσεων του τουρισμού στους τόπους υποδοχής.

4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ



Η τελευταία τριακονταετία χαρακτηρίζεται από τις συστηματικές προσπάθειες διερεύνησης των προϋποθέσεων εφαρμογής νέων προτύπων τουριστικής ανάπτυξης που θα ανταποκρίνονται στις σύγχρονες κοινωνικές απαιτήσεις για καθαρό περιβάλλον, σεβασμό στις τοπικές ιδιαιτερότητες, αποκέντρωση και συμμετοχή των κατοίκων στις αναπτυξιακές διαδικασίες. Προς αυτή την κατεύθυνση έχουν λειτουργήσει και τα κονδύλια που έχουν διατεθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση μέσα από τα διαρθρωτικά της ταμεία και τις ποικίλες χρηματοδοτικές αναπτυξιακές της Πρωτοβουλίες. Από μια τέτοια χρηματοδότηση στο παρελθόν, αλλά και στο κοντινό μέλλον επωφελήθηκε και θα επωφεληθεί ξανά και ο συνεταιρισμός που παρουσιάσαμε ως μελέτη περίπτωσης.

Αυτές οι προσπάθειες διερεύνησης ξεκίνησαν από το νεαρό σε ηλικία κλάδο της κοινωνιολογίας του τουρισμού που έχει αντικείμενο την κριτική ανάλυση της τουριστικής ανάπτυξης, αλλά και τη σταδιακή διαμόρφωση ερμηνευτικών πλαισίων σε ζητήματα καθοριστικά για τις τάσεις που διαφαίνονται σε δύο πεδία έρευνας όπου διαθέτει μεγάλο όγκο εμπειρικών και θεωρητικών προσεγγίσεων: το πρώτο είναι η σύνδεση των κινήτρων των τουριστών με τις σύγχρονες τάσεις στα θέματα ανάπτυξης που δίνουν έμφαση στην προστασία και τον έλεγχό της, αλλά και τη συστημική προσέγγιση στα στοιχεία της και το δεύτερο είναι οι αλλαγές στα καταναλωτικά και κοινωνικά πρότυπα των τουριστών, οι οποίες έχουν ως αποτέλεσμα να τους μετατρέψουν από παθητικούς συμμετόχους ή θεατές των τουριστικών δραστηριοτήτων σε ενεργητικούς εταίρους και διαμορφωτές της τουριστικής εμπειρίας και συνακόλουθα της τουριστικής ανάπτυξης⁹⁰.

⁹⁰ Lanfant, M.F., 1991, *Tourisme International Reconsidéré: milieu exclu, tiers exclu: le principe de l'alternative*, Aix-En-Provence, Centre des Hautes Etudes Touristiques, Cahiers de Tourisme – Série C – No 165, για μια περαιτέρω ανάλυση αυτού του πεδίου έρευνας.

Οι κοινωνικές συνισταμένες αυτών των αλλαγών είναι πολλές και τα αποτελέσματά τους ποικίλα και με σημαντικές περιφερειακές και αναπτυξιακές διαφοροποιήσεις. Η δεκαετία την οποία διανύουμε μοιάζει με δεκαετία ωρίμανσης αυτών των τάσεων που σηματοδοτούν ουσιαστικά μια διαφορετική ιστορική φάση της τουριστικής ανάπτυξης με δυναμικές ανακατατάξεις όσον αφορά στα κίνητρα των τουριστικών ταξιδιών, αλλά και στον κοινωνικό ρόλο των τουριστών σε όλες τις φάσεις που προηγούνται και έπονται του τουριστικού ταξιδιού⁹¹.

Από την άλλη πλευρά, για να θίξουμε μια διαφορετική διάσταση του φαινομένου, όπως το κάνει και ο Πάρις Τσάρτας στο βιβλίο του⁹², στο μέλλον θα έχει σημασία να εκτιμηθεί με ακρίβεια σε ποιο βαθμό και με ποιους όρους ο τουρισμός τελικά λειτουργεί ως πομπός μηνυμάτων πολιτισμικού χαρακτήρα, αλλά και κατά πόσο μπορεί να θεωρηθεί ο κυριότερος ή ο μόνος επικοινωνιακός δίαυλος που είναι υπεύθυνος για αλλαγές πολιτισμικών προτύπων των περιοχών υποδοχής και όχι μόνο, αφού αντιλαμβανόμαστε ότι κάλλιστα μπορεί να επηρεαστούν (αν και σε βραδύτερους ρυθμούς) και οι περιοχές προέλευσης των τουριστών που, κατά κανόνα, είναι και πολυπληθέστερες. Η ανάλυση των πολιτισμικών επιπτώσεων του τουρισμού συνδέεται άρα άμεσα όχι μόνο με τα γνωρίσματα των περιοχών υποδοχής, αλλά και με τα ιδιαίτερα στοιχεία που χαρακτηρίζουν τους ίδιους τους τουρίστες. Παράγοντες όπως η μαζικότητα και ο βαθμός οργάνωσης της τουριστικής ανάπτυξης, η ύπαρξη υψηλού ποσοστού ή μη αλλοδαπών τουριστών που ταξιδεύουν από ανεπτυγμένες χώρες, ο τύπος του τουρισμού σε συνδυασμό με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των τουριστών (π.χ. υψηλά καταναλωτικά πρότυπα, όπως συμβαίνει στο μαζικό τουρισμό διακοπών), η επιθυμία για εξοικείωση με

⁹¹ ό.π. Τσάρτας, Π., 1996, *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι...*, σ. 177-208, για μια συνολική θεώρηση γύρω από το ρόλο των τουριστών.

⁹² idem: 305-315, όπου περιγράφονται οι πολιτισμικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης.

τον τόπο υποδοχής, αλλά και ο σεβασμός των τοπικών πολιτισμικών και κοινωνικών ιδιαιτεροτήτων, όπως συμβαίνει στις περισσότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού (πολιτισ(τ)μικός, οινολογικός), παίζουν καθοριστικό ρόλο στην ανάλυση των επιπτώσεων στον τοπικό πολιτισμό.

Πολλές τοπικές κοινωνίες έχουν βρεθεί προ του διλήμματος είτε να ακολουθήσουν το πρότυπο του οργανωμένου τουρισμού λόγω των οικονομικών πλεονεκτημάτων του και μάλιστα ακόμα και αναδιαρθρώνοντας τον πολιτισμό τους, είτε να ελέγξουν ή ακόμα και να περιορίσουν την τουριστική ανάπτυξη ώστε να διατηρήσουν την οικονομική και πολιτισμική τους ιδιαιτερότητα. Περιοχές όπου η μαζικοποίηση και η διάχυση των πολιτισμικών προτύπων δεν μπορούν πλέον να αντιστραφούν και έτσι έχει χαθεί ο τοπικός πολιτισμικός χαρακτήρας γιατί έχει απορροφηθεί από το κυρίαρχο πρότυπο των ανεπτυγμένων περιοχών⁹³ (π.χ. Μύκονος) αποτελούν παραδείγματα προς αποφυγή τουλάχιστον όσον αφορά στην περιοχή που εμείς εξετάσαμε.

Κάτι που αποκτά ενδιαφέρον για την περιοχή μελέτης μας είναι να διερευνηθεί στο μέλλον εάν ο τουρισμός που αναπτύσσεται εκεί δημιουργεί νέες παραγωγικές σχέσεις και σε ποια κλίμακα. Συχνά, όπως λέει ο Π. Τσάρτας⁹⁴, εκεί όπου ο πολιτισμός παίζει δυναμικό ρόλο στη διαμόρφωση των χαρακτηριστικών της τοπικής κοινωνίας εμφανίζεται ένα ισχυρό ρεύμα προς τη διατήρηση ή και προβολή των τοπικών πολιτισμικών στοιχείων στη νέα κοινωνική δομή που διαμορφώνει ο τουρισμός. Κάτι τέτοιο μπορούμε αδιαμφισβήτητα να συναντήσουμε σε διάφορες περιοχές της Κρήτης για παράδειγμα. Η τάση αυτή ενδύεται συνήθως δύο μορφές: είτε προκύπτει ως οργανωμένη προσπάθεια των τοπικών παραγόντων να

⁹³ Από τις σημειώσεις τις γράφουσας στο μάθημα του καθηγητή Γ. Ανδρεάδη «Αξονες Πολιτιστικής Πολιτικής» του ΜΠΣ «Πολιτιστική Διαχείριση» (Τμ. ΕΜΠΟ, Πάντειος) 2005-2006.

⁹⁴ *idem*: 305-315, για περαιτέρω αναφορά πάνω στην τάση διατήρησης και προβολής πολιτιστικών στοιχείων.

αναδείξουν την περιοχή ως πρότυπο για ανάπτυξη του πολιτισμικού τουρισμού, είτε πρόκειται για μια έντονη προβολή των πολιτισμικών ιδιωμάτων της περιοχής σε διάφορες κατηγορίες τουριστών, οι οποίοι εμπεδώνουν τα ιδιώματα αυτά με ποικίλους τρόπους και σε διαφορετικό βαθμό.

Στην πρώτη μορφή το ξεχωριστό πολιτισμικό χαρακτηριστικό που μπορεί να παρουσιάζει κάποιο ή κάποια γνωρίσματα τοπικού πολιτισμού οδηγεί στη δημιουργία ενός πεδίου ανάπτυξης συχνά ολόκληρης της περιοχής με έμφαση στην προβολή αυτών των πολιτιστικών πόρων, όπως κάστρα, μοναστήρια, κάποιο ιστορικό γεγονός που γιορτάζεται με πολιτιστικές εκδηλώσεις κ.ο.κ.⁹⁵. Στη δική μας περίπτωση δεν συναντήσαμε πολιτιστικούς, αλλά πολιτισμικούς πόρους, οι οποίοι όμως προβάλλονται ακριβώς με την ίδια λογική (επίσκεψη στα εργαστήρια παρασκευής γλυκών για γνωριμία με την παραδοσιακή τεχνική της περιοχής). Το σημαντικό στην περίπτωση αυτή είναι ότι ο τοπικός πολιτισμός προκύπτει ως ένας μοναδικός πομπός μηνυμάτων προς τους τουρίστες, ενώ ταυτόχρονα η ανάγκη προστασίας του κάθε πόρου λειτουργεί (κατά πάσα πιθανότητα) προς την κατεύθυνση μιας ελεγχόμενης ανάπτυξης της περιοχής. Στην Τσαγκαράδα, αλλά θα λέγαμε και στην ευρύτερη περιοχή του Πηλίου, διαπιστώσαμε την προϋπαρξη μιας κοινωνικής δομής τέτοιας που ευνόησε την επιλογή του προτύπου της αειφόρας ανάπτυξης του τουρισμού της, δηλαδή μιας ήπιας εκμετάλλευσης των πόρων της περιοχής, φυσικών τε και πολιτισμικών για να είμαστε ακριβείς και με σαφή προσανατολισμό τη διατήρηση των πόρων αυτών και για το μέλλον.

Στη δεύτερη περίπτωση, της δυναμικής προβολής των τοπικών πολιτισμικών προτύπων, πολλοί τουρίστες θεωρούν ότι αυτά τα

⁹⁵ Grolleau, H.,1988, *Rural Heritage and Tourism in the EEC*, Commission of the European Communities, Βρυξέλλες, σ. 4-65, όπου αναφέρεται το θεσμικό πλαίσιο και μελέτες περιπτώσεων ανάπτυξης πολιτιστικού τουρισμού.

πολιτισμικά πρότυπα ανταποκρίνονται στην επιθυμία τους για έναν τρόπο ζωής και ένα σύστημα αξιών διαφορετικό από αυτό που συνήθισαν στην περιοχή προέλευσής τους. Στο Πήλιο, αλλά και σε άλλες περιοχές της Ελλάδας, όπως η Λακωνία, αρκετοί από αυτούς επιλέγουν να παραμείνουν εκεί ως μόνιμοι κάτοικοι ή ως σταθεροί παραθεριστές αγοράζοντας, για παράδειγμα, κάποιο σπίτι. Θα μπορούσε κανείς να υποθέσει με κάποια ασφάλεια ότι, μια και το φαινόμενο παρατηρείται συνήθως σε περιοχές με παραδοσιακή κοινωνική δομή (π.χ. Μάνη) και καθαρό περιβάλλον, η τάση αυτή καταδεικνύει μια έκφραση φυγής από το πολιτισ(τ)μικό πρότυπο των αστικών κέντρων, αλλά και τη νοσταλγία για όλα όσα αποτελούν κοινωνικό και πολιτισμικό παρελθόν για το σύγχρονο τουρίστα. Ωστόσο, μπορούμε και να μη μείνουμε σε υποθέσεις, γιατί μας το βεβαίωσαν και οι επισκέπτες του εργαστηρίου παρασκευής γλυκών τους οποίους και ρωτήσαμε.

Το όλο κοινωνικό νόημα που παράγεται από αυτή τη διεπαφή μεταξύ τουριστών και ντόπιων παραγωγών / επαγγελματιών το οποίο και επιστρέφει είτε πίσω στις τοπικές κοινωνίες, είτε, από την άλλη πλευρά, πίσω στα αστικά κέντρα, συνεχώς ανανεώνεται και οδηγεί την κοινωνία εν γένει σε γοργή μετεξέλιξη. Οι κοινωνικές (γενικές) πρακτικές που διαπερνούν κάθε φορά το κοινωνικό νόημα πάντοτε υπάρχουν υπό την αίρεση της αντανάκλασης επάνω τους των ειδικών πρακτικών που διαμορφώνονται εντός των οργανώσεων κάθε κοινωνικού λειτουργικού συστήματος. Πιο συγκεκριμένα, είδαμε ότι οι ειδικές πρακτικές διαμορφώνονται με βάση τη μορφή του «μλήματος» που αποτελεί το θεμέλιο της επικοινωνίας (προφορικής ή μη) τόσο ανάμεσα στους δρώντες της οργάνωσης όσο και μεταξύ αυτών και των έτερων δρώντων, των επισκεπτών.

Το «μίλημα» δύναται να διαφοροποιείται κάθε φορά υπό την επήρεια διαφόρων παραγόντων στους οποίους αναφερθήκαμε νωρίτερα και που

σχετίζονται με τα τριαδικά πρότυπα της Τσιβάκου. Είδαμε ότι αυτή η ιδιότυπη γλώσσα, με την προφορικότητα που κουβαλάει, μεσολαβεί για τη διαπραγμάτευση όλων των νοημάτων που θα μετατραπούν σε τελικά αντικείμενα, ενώ καθοριστικός παράγοντας είναι ο χρόνος που μπορεί να το επηρεάσει. Όσο πιο πολύ διαρκεί το «μίλημα» τόσο πιο εμπλουτισμένο είναι από αφηγηματικές μορφές σχετικές με τη διαβούλευση και την επεξεργασία νοήματος και, άρα, τόσο περισσότερο κάτι τέτοιο θα αγγίξει τις ειδικές πρακτικές. Άλλος παράγοντας που το επηρεάζει είναι το ή τα ερμηνευτικό(ά) συστήματα των δρώντων υποκειμένων, ενώ οι ειδικές τάξεις του λόγου, ήτοι η μορφή εξουσίας, η τεχνολογία και οι συμβολικές κατηγορίες, οι αξίες, εμφανίζονται ως ο τρίτος, διαμορφωτικός του παράγοντας.

Στην περίπτωση της οργάνωσης που εξετάσαμε διαπιστώσαμε την ύπαρξη αρκετού χρόνου για τη διαμόρφωση αυτής της, τρόπον τινά, ενδο-γλώσσας, και γι' αυτό το διαμεσολαβηθέν κάθε φορά νόημα τόσο από την πλευρά των πελατών προς την πλευρά των δρώντων της οργάνωσης, όσο και από την αντίστροφη πλευρά προς τους πελάτες, είναι ξεκάθαρο και εμπλουτίζει τις ατομικές ερμηνείες των δρώντων και των δύο πλευρών, αφού δίνει νέες γνώσεις ως ερείσματα στις όποιες γνωσιακές δομές έχουν ήδη τα άτομα, δίνει νέες δυνατότητες για περαιτέρω επικοινωνία μεταξύ τους και ενδυναμώνει την κοινωνική και επαγγελματική θέση ενός εκάστου με νέα αυτοπεποίθηση από τη νέα εμπειρία που φέρνει το επικοινωνιακό ενέργημα που υπακούει στα κελεύσματα της κάθε πρακτικής. Αυτό το τελευταίο το διαπιστώσαμε μέσα από την αφήγηση που μας έκανε ένα από τα μέλη της οργάνωσης γύρω από το πώς ξεκίνησαν με το «στήσιμο» της οργάνωσης έως τα σημερινά κέρδη και την αναγνωρισιμότητα που έχουν πετύχει μεταξύ των πελατών και των ανταγωνιστών τους. Η αυτοπεποίθηση δεν είναι κάτι που μπορεί πραγματικά να περιγραφεί, αλλά και το «μίλημα» που διαμορφώθηκε μεταξύ της γράφουσας και των

μελών του συνεταιρισμού έπαιξε σημαντικό ρόλο στην κατανόηση, μέσα σε μικρό χρόνο, αρκετών στοιχείων για τις μεταξύ τους σχέσεις, όπως και αυτές με τους έτερους δρώντες στις πρακτικές της οργάνωσης, τους πελάτες – επισκέπτες.

Θα ήταν παράλειψή μας αν δε θυμίζαμε στο σημείο αυτό ότι σε όλη τη διαδρομή της παρούσας εργασίας υπάρχει ένας κρυφός δρων που δεν είναι άλλος από το ίδιο το κράτος, το οποίο ανακαλύπτουμε ή δεν το ανακαλύπτουμε πίσω από διάφορες ενέργειες ή παραλείψεις του, ανάλογα με το αν το επιθυμούμε παρεμβατικό ή μη. Αναφερθήκαμε μεν σε αυτό μέσα σε λίγες γραμμές, αλλά είναι προφανές ότι σχετίζεται ευθέως με το έτερο λειτουργικό κοινωνικό σύστημα (πλην αυτού της αναψυχής-διασκέδασης) στο οποίο ακουμπά ο κλάδος του τουρισμού και δη του πολιτισμικού τουρισμού ειδικότερα, αυτό της πολιτικής.

Εάν δεχτούμε ότι η πολιτική είναι το κοινωνικό εκείνο σύστημα που απαντά στην ανάγκη και (κυρίως) απαίτηση των πολιτών για δημοκρατία και κοινωνική δικαιοσύνη και άρα εμφανίζει και τις ανάλογες γενικές πρακτικές, τότε οι οργανώσεις που άπτονται του συστήματος αυτού, προκειμένου να λειτουργήσουν με σκοποθεσίες τέτοιες που να συμβάλλουν στην πραγμάτωση των παραπάνω, είναι απαραίτητο να λαμβάνουν όλη τη βοήθεια που τους είναι απαραίτητη από το κράτος και τη δημόσια διοίκηση. Είτε κάτι τέτοιο σημαίνει μηδενική, μεσαία, είτε πλήρη παρέμβαση από την πλευρά του κράτους. Οι μικρές οργανώσεις του πολιτισμικού τουρισμού στην Ελλάδα, για παράδειγμα, χρειάζονται οικονομική ενίσχυση και το κράτος, μέσω της χρηματοδότησης τόσο από τον κρατικό προϋπολογισμό, όσο και από την Ευρωπαϊκή Ένωση φροντίζει ή πρέπει να φροντίζει γι' αυτό. Από την άλλη πλευρά, μπορεί να δημιουργεί τέτοιες συνθήκες στους καταναλωτές, ώστε η κοινωνία τους να επιθυμεί την κατανάλωση των προϊόντων που το κράτος έχει ήδη χρηματοδοτήσει ή βοηθήσει τη χρηματοδότησή τους ώστε να παραχθούν. Βεβαίως, είναι ηλίου

φαινότερο, ότι στην όλη εικόνα έχει εμπλακεί και το κοινωνικό λειτουργικό σύστημα της οικονομίας που απαντά στην ανάγκη για ευμάρεια με τις δικές του γενικές και ειδικές πρακτικές και αξιολογικά μέσα. Το κράτος χρησιμοποιώντας ως πολιτορκητικό κριό το μάρκετινγκ, ιδίως όσον αφορά στον τουρισμό, προσπαθεί κατά καιρούς να προβάλλει ποικίλα καταναλωτικά πρότυπα, που σημαίνει ότι αποπειράται να διευρύνει την πίτα της αγοράς, τόσο όσον αφορά στο μαζικό, όσο και στον εναλλακτικό τουρισμό, όπου και εμπίπτει ο πολιτισμικός τουρισμός.

Θα χαρακτηρίζαμε την παρέμβαση του κράτους (μέσω του εθνικού προϋπολογισμού) μάλλον ως πολύ ασθενική, τουλάχιστον σε ό,τι αφορά στα δύο μεγάλα υπουργεία που εμπλέκονται σε θέματα τουρισμού: το καθ'ύλην αρμόδιο και αυτό της Οικονομίας. Αντίθετα, όπως διακρίναμε στην περίπτωση της οργάνωσης που εξετάσαμε, είναι έντονη η συμβολή στην ανάπτυξη τουριστικής – οικονομικής δραστηριότητας τόσο της τοπικής αυτοδιοίκησης (π.χ. με την παραχώρηση δωρεάν στέγης για ένα από τα εργαστήρια), όσο και της Ευρωπαϊκής Ένωσης (και πάλι όμως μέσω της τοπικής αυτοδιοίκησης που προσέφερε στις γυναίκες του συνεταιρισμού τεχνογνωσία για τη δέσμευση και εκταμίευση των κοινοτικών κονδυλίων).

Είναι εμφανές λοιπόν ότι ο κλάδος του πολιτισμικού τουρισμού περιέχει στοιχεία από δύο, ή μάλλον τρία, κοινωνικά λειτουργικά συστήματα που διαπλέκονται και συγκλίνουν το ένα προς το άλλο, μια και τα όριά τους εμφανίζονται ευέλικτα. Αυτό συμβαίνει διότι οι πληροφορίες που εισρέουν μέσα σε οργανώσεις όπως αυτή που εξετάσαμε, δηλαδή οι πληροφορίες τις οποίες συνεισφέρει ο κάθε δρων, κάθε φορά οδηγούν σε, μικρή έστω, τροποποίηση των τάξεων του λόγου του εκάστοτε λειτουργικού συστήματος. Αυτό δεν σημαίνει στη δική μας την περίπτωση ότι τα κοινωνικά λειτουργικά συστήματα που ενέχονται στην καθημερινότητα του κλάδου του πολιτισμικού τουρισμού χάνουν τα βασικά χαρακτηριστικά

τους, αντιθέτως, εμπλουτίζονται με νέα στοιχεία που δανείζονται από τη μεταξύ τους επικοινωνία και που προκύπτουν από την εναρμόνιση τόσο των αξιολογικών τους μέσων, όσο και των πρακτικών τους. Έτσι εξελίσσονται, αναπαράγουν τις συνιστώσες της ύπαρξής τους, επιβιώνουν εντέλει ως συνεχώς ανανεούμενα και αυτοαναφερόμενα⁹⁶.

Εν κατακλείδι, όσον αφορά ειδικότερα στον πολιτισμικό τουρισμό, θα λέγαμε ότι μέσα από αυτή τη συνύπαρξη και επικοινωνία των λειτουργικών συστημάτων μπορεί η κάθε οργάνωση να ανθίσει, μπορούν τα μέλη της να συνδέονται με αισθήματα αλληλεγγύης και οι δράσεις τους να εμφυσούνται από συλλογικότητα και μπορούν, μαζί με τους λοιπούς δρώντες, να συνεχίσουν να ωφελούνται σε ζητήματα κοινωνικής συνοχής, τόσο σε τοπικό (όπως το διαπιστώσαμε) επίπεδο, όσο και σε εθνικό ή ακόμα και σε παγκόσμιο.

⁹⁶ ό.π. Τσιβάκου Ιω., 2003, *Τα Ευέλικτα Όρια...*:σ.:278-342, για μια λεπτομερή ανάλυση γύρω από τη σύζευξη των λειτουργικών συστημάτων

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Η ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΣΤΗΝ ΠΟΡΤΑΡΙΑ ΠΗΛΙΟΥ

Τον Αύγουστο του 2007 επισκεφθήκαμε το χωριό Πορταριά Πηλίου και συναντήσαμε τις γυναίκες του γυναικείου αγροτουριστικού συνεταιρισμού της περιοχής με σκοπό να διαπιστώσουμε πώς εργάζονται, ποιες οι σχέσεις μεταξύ τους, ποιες οι οργανωσιακές τους πρακτικές, πώς επικοινωνούν με τους επισκέπτες – πελάτες τους και ποιες θεωρούν ότι είναι οι προοπτικές τους στη δουλειά τους, που δεν είναι άλλη από την παρασκευή παραδοσιακών γλυκών του κουταλιού.

Πιο συγκεκριμένα συναντήσαμε αρκετές φορές και μιλήσαμε με τις κυρίες που απαρτίζουν το Δ.Σ. του συνεταιρισμού και οι οποίες είναι οι κ.κ. Ζαφειρία Μούτου (Πρόεδρος), Δέσποινα Νοχού (Αντιπρόεδρος), Ελένη Αβδέλαρου (Γραμματέας), Εύα Φυγετάκη (Ταμίας και πωλήτρια) και Ζαφειρία Βαρούτα (Υπεύθυνη Εργαστηρίου). Αφορμή για την επίσκεψή μας στον συγκεκριμένο συνεταιρισμό ήταν, εκτός από την ανάγκη μας για διακοπές, ένα βάζο με γλυκό του κουταλιού από αυτή την επιχείρηση που μας είχε δωριστεί μερικούς μήνες πριν. Η εμφάνιση του δώρου αυτού ήταν τόσο καλαίσθητη και η γεύση του γλυκού τόσο εξαιρετική, που μας οδήγησε να επιλέξουμε το συγκεκριμένο τόπο προέλευσής του ως τόπο διακοπών, αλλά και ως ιδέα για τη παρούσα εργασία.

Η περιγραφή του πώς ξεκίνησε ο συνεταιρισμός, όπως μας τη διηγήθηκαν, έχει ως εξής: τέσσερις από τις γυναίκες του χωριού ήταν πολύ φίλες και, από,τι διαπιστώσαμε, πολύ δημοφιλείς μεταξύ των γυναικών της περιοχής. Αυτό το γεγονός οδήγησε το Δήμαρχο της περιοχής να τους ζητήσει να διαμορφώσουν έναν συνεταιρισμό με χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Πρωτοβουλία Leader πριν από δέκα χρόνια. Τους υποσχέθηκε δε όλη τη στήριξη που μπορούσε να τους δώσει.

Πράγματι, σε συνεργασία με την Αναπτυξιακή Επιχείρηση Α.Ε. της Νομαρχίας, τους παρείχε όλη εκείνη την τεχνογνωσία που τους ήταν απαραίτητη ώστε, από απλές νοικοκυρές, να συμπήξουν επιχείρηση αξιώσεων και να γίνουν «κύριες του εαυτού τους». Η ίδια οικονομική συμμετοχή στη γέννηση του συνεταιρισμού τους ήταν τότε 75.000 δραχ. για ένα έκαστο μέλος, ενώ, σήμερα, τα νέα μέλη πληρώνουν περί τα 600 ευρώ για να συμμετέχουν.

Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία και το καταστατικό που έπρεπε να διαμορφωθεί για να υπάρξει ο συνεταιρισμός, ο οποίος εν συνεχεία θα χρηματοδοτείτο από την Ε.Ε., ήταν απαραίτητη η ύπαρξη όχι μόνο τεσσάρων ατόμων φυσικά, ιδίως αν σκεφτούμε ότι το Δ.Σ. τους έπρεπε να είναι πενταμελές. Οι τέσσερις φίλες μπόρεσαν να συγκεντρώσουν το ενδιαφέρον άλλων δεκαέξι γυναικών που συνυπέγραψαν για την ίδρυση της εξετασθείσας οργάνωσης, ενώ έως σήμερα ο συνεταιρισμός αριθμεί συνολικά σαράντα μέλη (αλλά με μόνο τα μισά ενεργά, όπως παραδέχτηκε η Πρόεδρος).

Ο Δήμος, για αρχή, τους παραχώρησε έναν χώρο εργαστηρίου που, στην ουσία, ανήκει στον Ερυθρό Σταυρό (πρόκειται για το χώρο παλιών κατασκηνώσεων με μπερδεμένο καθεστώς ιδιοκτησίας, γεγονός που γεμίζει με ανασφάλεια τις γυναίκες του συνεταιρισμού, αν και η στέγη τους αυτή δεν έχει αλλάξει τα τελευταία δέκα χρόνια). Επειδή οι δουλειές πήγαν πολύ καλά, μπόρεσαν στη συνέχεια να πληρώνουν το ενοίκιο για το δεύτερο εργαστήριό τους, αλλά και για το μαγαζί τους στην πλατεία του χωριού. Να σημειώσουμε εδώ ότι και τα δύο εργαστήρια είναι επισκέψιμα από τους τουρίστες και κάτι τέτοιο ενθαρρύνεται πολύ από τις κυρίες, αν και θα μπορούσε, παραδέχονται, να είναι πιο οργανωμένες οι επισκέψεις αυτές. Ωστόσο, η έλλειψη χεριών και χρόνου τις εμποδίζει για κάτι πιο μελετημένο προς το παρόν.

Οι εργαζόμενες στα εργαστήρια είναι περί τις είκοσι γυναίκες, ενώ πέντε από αυτές εργάζονται εκ περιτροπής και ως πωλήτριες στα μαγαζιά. Αυτές είναι γυναίκες πιο μορφωμένες και νεαρότερες σε ηλικία από τις άλλες. Η ωρομισθιακή απασχόληση στα εργαστήρια αποζημιώνει με 3 ευρώ την ώρα, ενώ τα κέρδη της επιχείρησης δεν έχουν ακόμα κατορθώσει να αποδώσουν χρήματα και στα μη ενεργά μέλη του συνεταιρισμού. Ήταν ευδιάκριτη κάποια απογοήτευση όταν μας εξηγούσαν ότι τα παλαιότερα μέλη έρχονται με προθυμία να βοηθήσουν το συνεταιρισμό σε περιόδους μεγάλου φόρτου, ακόμα και χωρίς αποζημίωση, κάτι που δεν ισχύει για τις πιο καινούριες στη δουλειά.

Το ωράριο δεν είναι εξαντλητικό, πρόκειται για κανονικό οκτάωρο, ενώ τα γλυκά παρασκευάζονται, όπως είδαμε, χωρίς συντηρητικά και χωρίς χρώμα, με τα εργαλεία και τις μεθόδους που θα τα έφτιαχναν και στο σπίτι τους για την οικογένειά τους. Οι πρώτες ύλες προέρχονται από την ντόπια παραγωγή φρούτων, αν και παραδέχονται πως έχουν μπει στον πειρασμό να αγοράσουν φρούτα και από την αγορά της Πελοποννήσου (που φθάνει ως εκεί μέσω των λαϊκών αγορών) γιατί είναι φθηνότερα, αλλά τελικά δεν το έκαναν για να μη διακυβεύσουν τη σταθερή ποιότητα των προϊόντων τους για την οποία είναι υπερήφανες (ωστόσο οι τιμές τους παραμένουν κάπως τσουχτερές για τον μέσο καταναλωτή, όπως διαπιστώσαμε από τους πελάτες που ρωτήσαμε). Η ταμίας και πωλήτρια του συνεταιρισμού, κα Φυγετάκη, επέμενε πως οι γυναίκες είναι πολύ πιο «κακές» πελάτισσες, ήτοι πιο απαιτητικές, ή, καχύποπτες πελάτισσες. Όσον αφορά στο άνοιγμα της δουλειάς σε άλλες πόλεις, οι γυναίκες του συνεταιρισμού τα πάνε πολύ καλά με κάποιους «ψαγμένους», όπως μας είπαν, μαγαζάτορες που αναζητούν αληθινά αγνά προϊόντα, αλλά είναι και κάπως επιφυλακτικές με νέους συνεργάτες από τα μεγάλα αστικά κέντρα, γιατί στο παρελθόν τις έχουν εξαπατήσει. Πάντως και το κέρδος τους από εκεί εμφανίζεται πολύ μικρό για να έχουν βλέψεις περαιτέρω προώθησης της διανομής.

Το βασικό τους παράπονο ήταν ότι δεν είναι ασφαλισμένες και δεν μπορούν να ασφαλιστούν στον Ο.Γ.Α. ως μέλη ενός αγροτουριστικού συνεταιρισμού και μάλιστα χρηματοδοτούμενου από μια Ευρωπαϊκή Πρωτοβουλία που δίνει ώθηση σε κατ'εξοχήν αγροτικής προέλευσης επιχειρήσεις. Κάτι τέτοιο δεν προβλέπεται για μέλη συνεταιρισμού από το συγκεκριμένο ασφαλιστικό ταμείο.

Η πλειονότητα των γυναικών αυτών είναι υποχρεωτικής εκπαίδευσης και τα μέλη του Δ.Σ. έχουν τελειώσει το παλαιό εξατάξιο γυμνάσιο. Οι συναντήσεις του Δ.Σ. είναι γι'αυτές πάρα πολύ σημαντικές, γιατί στις διαβουλεύσεις που λαμβάνουν χώρα σε αυτές, ακούγονται ανεξαιρέτως όλες οι γνώμες και υπάρχουν αποφάσεις που είναι προϊόν εξαντλητικών συζητήσεων αν χρειαστεί.

Κλείνοντας αξίζει να προσθέσουμε ότι όλες οι κυρίες ήταν προθυμότες να μας ξεναγήσουν στους χώρους τους και να μας δείξουν λεπτομερώς πώς παρασκευάζουν τα γλυκά, να απαντήσουν σε όλες μας τις ερωτήσεις, όσο περίεργες κι αν τους φαίνονταν και όσο κουρασμένες κι αν ήταν, να μας μιλήσουν για τον τόπο τους και να μας δείξουν τις ομορφιές του. Τις ευχαριστούμε για όλα αυτά και υποσχόμαστε να τις ξαναεπισκεφθούμε σύντομα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ

Casson, L., 1995, «*Το ταξίδι στον Αρχαίο Κόσμο*», Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης, Αθήνα

Cohen E., 1972, *Toward a Sociology of International Tourism*, Social Research, 39, 1

Cohen, E. 1984, *The Sociology of Tourism: Approaches, Issues and Findings*, Annual Reviews of Sociology, 10

Forster J., 1964, *The Sociological Consequences of Tourism*, International Journal of Comparative Sociology, 5, 2

Foucault, M., 1980, *Power/Knowledge (selected interviews and other writings 1972-77)*, επιμ. Colin Gordon, Harvester Press, Λονδίνο

Geertz, C., 1973, *The Interpretation of Cultures*, Basic Books, New York

Grolleau, H., 1988, *Rural Heritage and Tourism in the EEC*, Commission of the European Communities, Brussels

Guibilato, G., 1983, *Economie Touristique*, Delta/Spes

International Union of Official Travel Organizations (IUOTO), 1963: *The United Nations' Conference on International Travel and Tourism*, Geneva

Kaspar, Cl., 1975, *Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss*, Haupt, Berne

Lanfant, M.F., 1991, *Tourisme International Reconsidéré: milieu exclu, tiers exclu: le principe de l' alternative*, Aix-En-Provence, Centre des Hautes Etudes Touristiques, Cahiers de Tourisme – Série C – No 165

Leiper, N. 1979, *The framework of tourism: towards a definition of tourism and the tourist industry*, Annals of Tourism Research 6(4)

Leontyev, A.,N., 1977, *Activity and Consciousness στο Philosophy in the USSR*, Progress Publishers, Moscow

Leontyev, A.N., 1978, *Activity, Consciousness and Personality*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ

Lickorish, L.J.-Jenkins, C.L., 1997, *An Introduction to Tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford

Luhmann, N., 1995, *Social Systems*, Stanford University Press, Stanford (CA)

Nash, D., 1989, *Tourism as a Form of Imperialism* στο Smith V.L (επιμ.) *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia

Parsons, T., 1951, *The Social System*, The Free Press, New York

Pearce, D., 1992, "Alternative Tourism: Concepts, Classifications and Questions" στο Smith, V.L. – Eadington W.R., (επιμ.), *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia

Wenger, E., 1999, *Communities of Practice: Learning, Meaning and Identity*, Cambridge University Press, Cambridge, Mass.

Williams, S., 2001, *Emotion and Social Theory*, Sage, London

Τσάρτας, Π., 1996, *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*, Εξάντας, Αθήνα

Τσιβάκου, Ιω., 1997, *Υπό το βλέμμα του Παρατηρητή*, Θεμέλιο, Αθήνα

Τσιβάκου, Ιω., 2003, *Τα Ευέλικτα Όρια των Κοινωνικών Συστημάτων*, Νεφέλη, Αθήνα

Τσιβάκου, Ιω., 2004, *Το αέναο παιχνίδι των διαφορών στο Επιστήμη και Κοινωνία*, τ.12, Αθήνα

Τσιβάκου, Ιω., 2006, *Προσφορά και Ανταπόδοση στις Κοινωνικές Σχέσεις*, Νεφέλη, Αθήνα