

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΟΝ  
ΕΛΕΥΘΕΡΟ ΧΡΟΝΟ (ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ-  
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ-ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ)

ΑΛΕΞΗΣ ΔΕΦΝΕΡ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΕΣ ΠΑΡΑΔΟΣΕΙΣ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΚΑΙ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΒΟΛΟΣ 1999



Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας

- \*UNESCO (1981), *Cultural Development: Some Regional Experiences* (Paris: The UNESCO Press).
- Urry J. (1990), *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies* (London: Sage).
- Urry, J. (1995) *Consuming Places* (London and New York: Routledge).
- \*Valestrand, J. I. (1983) *Cultural Development in Towns: A Local View* (Strasbourg: Council of Europe).
- Ward S. (1998), *Selling Places: The Marketing and Promotion of Towns and Cities 1850-2000* (London: E. & F. N. Spon/ Routledge).
- Wazaki H. (1993), "The urban festival and social identity", στο A. P. Cohen and K. Fukui (επ.), *Humanising the City? Social Contexts of Urban Life at the Turn of the Millenium* (Edinburgh: Edinburgh University Press), σσ. 127-146.
- Whiteley N. (1994), 'High art and the high street: the "commerce-and-culture" debate', στο R. Keat, N. Whiteley και N. Abercrombie (επ.) *The Authority of the Consumer* (London and New York: Routledge), σσ. 119-137.
- Whitt J. A. (1987), 'Mozart in the metropolis: the arts coalition and the urban growth machine', *Urban Affairs Quarterly*, vol. 23, pp. 15-36.
- \*Whitt J. A., Lammers, J.C. (1991), 'The art of growth: ties between development organizations and the performing arts', *Urban Affairs Quarterly*, vol. 26, pp. 376-93.
- \*Williams C. (1997), *Consumer Services and Economic Development* (London: Routledge).
- Williams R. (1981), *Culture* (Glasgow: Fontana).
- Willis P. κ.ά. (1988), *The Youth Review: Social Conditions of Young People in Wolverhampton* (Aldershot: Avebury).
- Willis P. κ.ά. (1990α), *Common Culture: Symbolic Work at Play in the Everyday Cultures of the Young* (Milton Keynes: Open University Press).
- Willis P. κ.α. (1990β), *Moving Culture: An Enquiry into the Cultural Activities of Young People* (London: Calouste Gulbenkian Foundation).
- Wilson J. (1987), "The sociology of leisure", στο Graefe και Parker (επ.), σσ. 49-53.
- Zolberg, V.L. (1990) *Constructing a Sociology of the Arts*, Cambridge University Press, New York.
- Zolberg V. και Cherbo J. M. (επ.) (1997), *Outsider Art: Contesting Boundaries in Contemporary Culture* (Cambridge: Cambridge University Press).

- O' Connor J., Wynne D. (1995), *City Cultures and New Cultural Intermediaries*, Internet, <http://darion.mmu.ac.uk/h&ss/mipc/citycul1.htm>, Institute for Popular Culture
- O' Connor J., Wynne D. (eds) (1996), *From the Margins to the Centre: Cultural Production and Consumption in the Post-Industrial City* (Popular Culture in the City, Vol 13) (Ashgate: Arena).
- Oatley N. (ed.) (1998), *Cities, Economic Competition and Urban Policy* (London: Paul Chapman).
- Paddison R. (1993), 'City marketing, image reconstruction and urban regeneration' [Glasgow], *Urban Studies*, 30, 339-49.
- Page S. (1995), *Urban Tourism* (London and New York: Routledge).
- Papageorgiou F. (1989), "Leisure policy and the quality of life in Athens", στο Bramham P., Henry I., Mommaas H. και Poel H. van der (επ.), *Leisure and Urban Processes: Critical Studies of Leisure Policy in Western European Cities* (London: Routledge), σσ. 47-67.
- \*Papageorgiou F. (1991), "Leisure, culture and the political economy of the city: a case study of Kalamata", *Loisir et Société*, vol. 14, no 2, σσ. 483-495.
- Papageorgiou F. (1993), "Leisure Policy in Greece", στο P. Bramham, I. Henry, H. Mommaas και H. van der Poel (επ.) *Leisure Policies in Europe* (Wallingford: CAB International), σσ. 175-188.
- Rapoport A. (1977), *Human Aspects of Urban Form: Towards a Man-Environment Approach of Urban Form and Design* (Oxford and New York: Pergamon Press).
- Richards G. (επ.) (1996) *Cultural Tourism in Europe* (Wallingford: CAB International).
- Robins K. (1991), 'Tradition and translation: national culture in its global context', στο Corner και Harvey (επ.), σσ. 21-44.
- Scott A.J. (1997), 'The cultural economy of cities', *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 21, no. 2, pp. 323-39.
- Segaud M. (1973), "Anthropologie de l' espace: catalogue ou projet?", *Espaces et Sociétés*, no. 9, Ιούλιος, σσ. 29-38.
- Sennett R. (1970/1973), *The Uses of Disorder* (Harmondsworth: Penguin).
- Tornikian G. (1973), "L' anthropologie de l' espace", στο Centre des Recherches en Sciences Humaines *Espaces des Sciences Humaines: Questions d' Enseignement en Architecture* (Paris: Institut de l' Environnement), σσ. 155-74.

- Lefebvre H. (1968), *La Vie Quotidienne dans le Monde Moderne* (Paris: Gallimard).  
[Ελληνική μετάφραση: (1980) *Η Καθημερινή Ζωή στο Σύγχρονο Κόσμο* (Αθήνα: Ράππας), Αγγλική μετάφραση: (1971) *Everyday Life in the Modern World* (London: Allen Lane)]
- Lévi-Strauss C. (1958/1963), *Structural Anthropology* (New York: Basic Books).
- Mac Cannell D. (1976/1989), *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* (New York: Random House/ Schocken Books).
- Madsen H. (1992), 'Place-marketing in Liverpool: a review', *International Journal of Urban and Regional Research*, **16** (4): 633-40.
- Maffesoli M. (1979), *La Conquête du Present: Pour Une Sociologie de la Vie Quotidienne* (Paris: Presses Universitaires de France).
- Moniot H. (1976), "En France: une anthropologie d' inspiration marxiste", στο F. Pouillon (επ.), *Anthropologie Economique* (Paris: Maspero).
- Morley D. και Robins K. (1995), *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscape and Cultural Boundaries* (London and New York: Routledge).
- Myerscough J. (επ.) (1984), *Funding the Arts in Europe* (Strasbourg and London: Council of Europe and Policy Studies Institute).
- Myerscough, J. (1992) 'Measuring the impact of the arts: the Glasgow 1990 experience', *Journal of the Market Research Society*, **31**, (4), 323-35.
- Myerscough, J. (1994) *European Cities of Culture and Cultural Months*. Final Report, Network of Cultural Cities of Europe.
- \*Myerscough J. κ.ά. (1988α), *The Economic Importance of the Arts in Britain* (London: Policy Studies Institute).
- Myerscough J. κ.ά. (1988β), *The Economic Importance of the Arts in Glasgow* (London: Policy Studies Institute).
- Myerscough J. κ.ά. (1988γ), *The Economic Importance of the Arts in Merseyside* (London: Policy Studies Institute).
- Myerscough J. κ.ά. (1988δ), *The Economic Importance of the Arts in Ipswich* (London: Policy Studies Institute).
- Naisbitt J. και Aburdene P. (1990/1991), *Megatrends 2000* (London: Pan Books/ Sidgwick & Jackson).
- Neill W. (1993), 'Physical planning and image enhancement: recent developments in Belfast', *International Journal of Urban and Regional Research*, **17** (4): 595-610.

- Holcomb R. (1993), 'Revisioning place: de- and re-constructing the image of the industrial city', στο Kearns και Philo (επ.), σσ. 133-44.
- Honneth A. (1986), "Fragmented world of symbolic forms: reflections on P. Bourdieu's sociology of culture", *Theory, Culture and Society*, vol. 3, no. 3, σσ. 55-69.
- Hughes G. (1995), 'Life imitates fiction: reconstructing city identities' [Glasgow], *World Leisure & Recreation*, vol. 37, no. 2, σσ. 27-31.
- Hughes G. και Boyle M. (1992), "Place boosterism: political contention, leisure and culture in Glasgow", σε J. Sugden και C. Knox (επ.) *Leisure in the 1990s: Rolling Back the Welfare State* (Eastbourne: Leisure Studies Association).
- Jaulin R. (1970), *La Paix Blanche* (Paris: Seuil).
- Jensen-Butler C., Shachar A., και Van Weesep J. (eds) (1996), *European Cities in Competition* (Aldershot: Ashgate).
- Kearns G. (1993), 'The city as spectacle: Paris and the Bicentenary of the French Revolution', στο Kearns και Philo (επ.), σσ. 49-102.
- Krantz, M. και Schätzl, L. (1996) 'Marketing the city', στο Jensen-Butler, Schachar, και van Weesep (επ.): 468-93.
- Kearns G. και Philo C. (επ.) (1993), *Selling Places: The City as Cultural Capital, Past and Present* (Oxford: Pergamon).
- \*Kilday, A. (ed.) (1998) *Culture and Economic Development in the Regions of Europe*, Llangollen: Ectarc.
- Konsola D. (1988), "Decentralisation and cultural policy in Greece", *Papers of the Regional Science Association*, no. 64, σσ. 129-136.
- \*Konsola D. (επ.) (1993), *Culture, Environment and Regional Development* (Αθήνα: Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πάντειο Πανεπιστήμιο).
- Lamont, M. and Fournier, M. (eds) (1992) *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*, The University of Chicago Press, Chicago and London.
- Landry C., Greene L., Matarasso F. και Bianchini F. (1996), *The Art of Regeneration: Urban Renewal Through Cultural Activity* (Stroud: Comedia).
- Lash, S., Urry, J. (1994) *Economies of Signs and Space* London: Sage).
- Law C. M. (1992), "Urban tourism and its contribution to economic regeneration", *Urban Studies*, vol. 29, nos. 3-4, σσ. 599-618.
- Law C. M. (1993), *Urban Tourism: Attracting Visitors to Large Cities* (London: Mansell Publishing Limited).

- Dumazedier J. (1974), *Sociologie Empirique du Loisir* (Paris: Seuil). [Αγγλική μετάφραση: (1974) *The Sociology of Leisure* (Amsterdam and New York: Elsevier Scientific Publishing Co.)]
- Dumazedier J. (1980), "Foreword", στο T. Kando *Leisure and Popular Culture in Transition* (St. Louis: The C.V. Mosby Company), σσ. vii-xi.
- Dumazedier J. (1988), *Révolution Culturelle du Temps Libre: 1968-1988* (Paris: Klincksieck).
- \*Eskola K. and Hammerton P. (1983), *Thinking About Action: The Role of Research in Cultural Development* (Strasbourg: Council of Europe).
- Featherstone M. (1991), *Consumer Culture and Postmodernism* (London: Sage).
- Frith S. (1983), *Sound Effect: Youth, Leisure and the Politics of Rock 'n' Roll* (London: Constable).
- Getz D. (1994), 'Event tourism and the authenticity dilemma', in Theobald W. (επ.) *Global Tourism: The Next Decade* (Oxford: Butterworth-Heinemann), pp. 313-29.
- Girard A. με Gentil G. (1972/1983), *Cultural Development: Experiences and Policies* (Paris: UNESCO).
- \*Gold J. και Ward S. V. (επ.) (1994), *Place Promotion: The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions* (Chichester: John Wiley & Sons).
- Goodall, P. (1995) *High Culture, Popular Culture: The Long Debate*, Allen & Unwin, St. Leonards.
- Gratton C., Richards G. (1996), 'The economic context of cultural tourism', in Richards (ed.), pp. 71-86.
- Gross D. (1980), "Lowenthal, Adorno, Barthes: three perspectives on popular culture", *Telos*, no. 45, σσ. 122-140.
- Hall P. (1998), *Cities in Civilisation* (London: Weidenfeld & Nicolson).
- Hannigan, J. (1998) *Fantasy City: Pleasure and Profit in the Postmodern Metropolis* (London: Routledge).
- \*Heilbrun J. (1992), 'Arts and culture as Central Place Functions', *Urban Studies*, vol. 29, no. 2, pp. 205-15.
- Heilbrun J., Gray C. (1993), *The Economics of Art and Culture: An American Perspective* (New York: Cambridge University Press).
- Hennion A. (1983), 'Une sociologie de l'intermediaire: le cas du directeur artistique de variétés', *Sociologie du Travail*, no. 4.

Ξενογλώσση

- Adorno T. (1991) *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture* (London: Routledge).
- Althabe G. (1969), *Oppression et Libération dans l' Imaginaire: Les Communautés Villageoises de la Côte Orientale Madagascar* (Paris: Maspéro).
- Ashworth G.J., Voogdt H. (1990), *Selling the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning* (London: Belhaven Press).
- Bakhtin M. (1968), *Rabelais and his World* (Cambridge, Mass.: MIT Press).
- Bekemans L. (επ.) (1994), *Culture. Building Stone for Europe 2002: Reflections and Perspectives* (Brussels: European Interuniversity Press).
- Bianchini F. (1990), 'Urban renaissance? The arts and the urban regeneration process', in S. MacGregor and B. Pimlott (eds), *Tackling the Inner Cities: The 1980s Reviewed, Prospects for the 1990s* (Oxford: Clarendon Press), pp. 215-250.
- Bianchini F., Greenhalgh L., Landry C. (1991), *The Importance of Culture for Urban Economic Development: The UK Case Study* (Stroud: Comedia).
- Billinge M. (1993), 'Trading history, reclaiming the past: the Crystal palace as icon', in Kearns και Philo (επ.), σσ. 103-32.
- Bonner S. E. και Kellner D. M. (επ.) (1989) *Critical Theory and Society: A Reader* (New York and London: Routledge).
- Bourdieu P. και Sayad A. (1964), *Le Déracinement: La Crise de l' Agriculture Traditionnelle en Algerie* (Paris: Editions de Minuit).
- Clarke J. και Critcher C. (1985), *The Devil Makes Work: Leisure in Capitalist Britain* (London: Macmillan).
- Corner J. και Harvey S. (επ.) (1991) *Enterprise and Heritage: Crosscurrents of National Culture* (London and New York: Routledge).
- Crilley D. (1993), 'Architecture as advertising: constructing the image of redevelopment', στο Kearns και Philo (επ.), σσ. 234-52.
- De Aragao L. (1979), "Ville, quartier, famille, à St-Quentin-en-Yvelines", *Esprit*, no.3, Μάρτιος, σσ. 51-61.
- Deffner A. (1994), "Cultural activities in Greece: tradition or modernity?", στο I. Henry (επ.), *Leisure: Modernity, Postmodernity and Lifestyles* (Eastbourne: Leisure Studies Association Publications), σσ. 135-156.

- Νεοελληνική Πόλη: Οθωμανικές Κληρονομίες και Ελληνικό Κράτος*. Πρακτικά του Διεθνούς Συμποσίου Ιστορίας. Α' Τόμος (Αθήνα), 103-118.
- Σταυρίδης Σ. (1996), *Διαφήμιση και το Νόημα του Χώρου* (Αθήνα: Στάχυ). [σσ. 91-146: Η διαφήμιση κατακτά την πόλη]
- \*Sennett, R. (1999) *Η Τυραννία της Οικειότητας: Ο Δημόσιος και ο Ιδιωτικός Χώρος στον Δυτικό Πολιτισμό*, Αθήνα: Νεφέλη.
- Τζιόβας Δ. (1989), *Οι Μεταμορφώσεις του Εθνισμού και το Ιδεολόγημα της Ελληνικότητας στο Μεσοπόλεμο* (Αθήνα: Οδυσσέας).
- Τσαούσης Δ. (επιμ.) (1983), *Ελληνισμός - Ελληνικότητα: Ιδεολογικοί και Βιωματικοί Άξονες της Νεοελληνικής Κοινωνίας* (Αθήνα: "Βιβλιοπωλείον της Εστίας").
- ΥΕΕΤ - Υπουργείο Συντονισμού (1980), *Κοινωνική και Πολιτιστική Ανάπτυξη στη Σύγχρονη Ελληνική Κοινωνία*. Τεχνική Έκθεση αρ. 3 της ομάδας εργασίας "Κοινωνική και Πολιτιστική Ανάπτυξη" (Αθήνα).
- ΥΠΕΤ (1984), *Προβλήματα Κοινωνικής και Πολιτιστικής Ανάπτυξης*. ΠΑΕΤ 1983-87 (Αθήνα).
- ΥΠΠΟ (Υπουργείο Πολιτισμού) [www.culture.gr](http://www.culture.gr)
- Φεσσά-Εμμανουήλ Ε. (1973), "Ο πολιτιστικός εξοπλισμός των πόλεων: η θέση του σε ένα πρόγραμμα πολιτιστικής αποκεντρώσεως", *Τεχνικά Χρονικά*, τ. 10/568, Οκτώβριος.
- \*Φεσσά-Εμμανουήλ Ε. (1978α), *Πολιτιστική Ανάπτυξη: Νέα Πολιτική Ευθύνη στον Ελληνικό Χώρο* (Αθήνα: Ολκός).
- Φεσσά-Εμμανουήλ Ε. (1978β), "Το πρόβλημα της πολιτιστικής πολιτικής στην Ελλάδα", *Θέματα Χώρου και Τεχνών*, τ. 9, σσ. 59-65.
- Φεσσά-Εμμανουήλ Ε. (1981) "Το χρονικό του Πνευματικού Κέντρου της Αθήνας", *Θέματα Χώρου & Τεχνών*, τ. 12, σσ. 17-49.
- Φεσσά-Εμμανουήλ Ε. (1993), *Κτίρια για Δημόσια Χρήση στη Νεότερη Ελλάδα 1827-1992* (Αθήνα: Παπασωτηρίου).
- Φεσσά-Εμμανουήλ Ε. (1994), *Η Αρχιτεκτονική του Νεοελληνικού Θεάτρου 1720-1940*. 2 τόμοι (Αθήνα).



- Lefebvre H. (1972/1977), "Ο χώρος, η παραγωγή του χώρου, η πολιτική οικονομία του χώρου", στο Καυκαλάς Γ. και Γιαουτζή, Μ. (επ.) *Η Πόλη στο Κεφαλαιοκρατικό Σύστημα* (Αθήνα: Οδυσσέας), σσ. 222-249.
- Lévi-Strauss C. (1952/1979), *Θλιβεροί Τροπικοί* (Αθήνα: Χατζηνικολής).
- Morin E. (1987/1991), *Να Σκεφτούμε την Ευρώπη* (Αθήνα: Εξάντας).
- Μπασκόζος Γ. (1997), "«Θεσσαλονίκη 97»: ένας πρώτος απολογισμός και μια πρόταση για τον ευρωπαϊκό θεσμό", στο *Επίλογος '97*, σσ. 15-20.
- Μυρτσιώτη Γ. (1995), "Θεσσαλονίκη: η μεγάλη ευκαιρία. Επισημάνσεις του συμβούλου του Δικτύου Πολιτιστικών Πρωτευουσών, κ. Τζ. Μάγιερσκοφ", *Καθημερινή*, 29 Ιουνίου, σ. 11.
- Mullins P. (1991), 'Τουριστική αστικοποίηση', *International Journal of Urban and Regional Research*, vol.15, σσ. 326-42. [Μετάφραση από την φοιτήτρια του ΤΜΧΠΑ Μαρία Βαλασάκη]
- Νόμος Υπ' Αριθ. 2121 (1993) Πνευματική ιδιοκτησία, συγγενικά δικαιώματα και πολιτιστικά θέματα, *Εφημερίδα της Κυβέρνησης*, 4 Μαρτίου, 1993.
- Νόμος Υπ' Αριθ. 2557 (1997) Θεσμοί, μέτρα και δράσεις πολιτιστικής ανάπτυξης, *Εφημερίδα της Κυβέρνησης*, Τεύχος Πρώτο, Αρ. Φύλλου 271, 24 Δεκεμβρίου 1997.
- Παπαζαχαρίου [Ζάχος] Ε. (1980/1996), *Η Πιάτσα* (Αθήνα: Κάκτος).
- Παπακώστας Γ. (1988/1991), *Φιλολογικά Σαλόνια και Καφεενία της Αθήνας* (Αθήνα: Βιβλιοπωλείο της Εστίας).
- Ραζή Ζ. και Μπαχάρας Γ. (επ.) (1994), *Πολιτισμός και Τοπική Δημοκρατία: Η Αφανής Πλευρά μιας Προφανούς Σχέσης* (Αθήνα: Ελληνική Εταιρία Τοπικής Ανάπτυξης και Αυτοδιοίκησης).
- Σαρίκας Ζ. (επ.) (1984), *Τέχνη και Μαζική Κουλτούρα* (Αθήνα: Ύψιλον).
- Σιδέρη Ε. (1999) 'Τα Café του '90: ποντίκια, οθόνες και βιομηχανικό design', *Minima*, τ. 1, Απρίλιος, σσ. 142-5..
- Σκάγιαννης Π. (1995), "Νέες τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες και αστικός χώρος", στο Θ. Μαλούτας (επ.), *Βόλος: Κοινωνική Δομή, Πρακτικές και Αντιλήψεις σε μια Ελληνική Πόλη* (Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής), σσ. 261-80.
- Σκαλτσά Μ. (1983), *Κοινωνική Ζωή και Δημόσιοι Χώροι Κοινωνικών Συναθροίσεων στην Αθήνα του 19ου Αιώνα* (Θεσσαλονίκη).
- Σκαλτσά Μ. (1985), 'Για μια κοινωνική χαρτογράφηση της Αθήνας του 19ου αιώνα: άξονας οι χώροι οικιστικού εξοπλισμού', στο *Εταιρεία Μελέτης Νέου Ελληνισμού*,

- ΕΣΥΕ [Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδας] (1986-1995), *Πολιτιστικές Στατιστικές 1983 και 1984 - 1991 και 1992* (Αθήνα: ΕΣΥΕ).
- Horkheimer M. και Adorno T. (1986) *Η Διαλεκτική του Διαφωτισμού* (Αθήνα: Ύψιλον).  
Νέα έκδοση: (1997) (Αθήνα: Νήσος).
- Καρακατσάνης Κ. (1999), 'Internet Café: τα καφεενεία του μέλλοντος', *ROM*, τ. 11, Φεβρουάριος-Μάρτιος, σσ. 150-4.
- Καραποστόλης Β. (1983), *Η Καταναλωτική Συμπεριφορά στην Ελληνική Κοινωνία 1960-1975* (Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών).
- \*ΚΕΠΕ [Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών] (1992), *Εκθέσεις για το Πρόγραμμα 1988-1992. Πολιτισμική Ανάπτυξη*. Τεύχος 26 (Αθήνα: ΚΕΠΕ).
- \*ΚΕΠΕ (1998) *Ο Πολιτισμός ως Κλάδος της Οικονομικής Δραστηριότητας*, Σχέδιο, Αθήνα: ΚΕΠΕ.
- Κιουρτσάκης Γ. (1985), *Καρναβάλι και Καραγκιόζης: Οι Ρίζες και οι Μεταμορφώσεις του Λαϊκού Γέλιου* (Αθήνα: Κέδρος).
- Κόνσολα Ν. (1990), *Πολιτισμική Δραστηριότητα και Κρατική Πολιτική: Η Περιφερειακή Διάσταση* (Αθήνα: Παπαζήσης).
- Κόνσολα Ν. (1995), *Η Διεθνής Προστασία της Παγκόσμιας Πολιτισμικής Κληρονομιάς* (Αθήνα: Παπαζήσης).
- Κουρουπός Γ. (1979), "Η σημασία της παράδοσης στη σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα", *Αντί*, τ. 135.
- Κουρουπός Γ. (1981), "Ελληνική μουσική και "Ελληνικότητα"", *Αντιθέσεις*, τ. 7.
- Λαμπριανίδης, Λ., Ιωάννου, Δ., Κατσίκας Η. και Δέφνερ, Α. (1996) *Προεκτίμηση των Πολιτιστικών, Κοινωνικών και Οικονομικών Επιπτώσεων από την Πολιτισμική Πρωτεύουσα της Ευρώπης Θεσσαλονίκη 1997*, Ευρωσύμβουλοι Α.Ε./ Kantog Σύμβουλοι Επιχειρήσεων Α.Ε. - Οργανισμός Πολιτισμικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης Θεσσαλονίκη 1997, Θεσσαλονίκη, 172 σελίδες.
- Λαμπριανίδης, Λ., Ιωάννου, Δ., Κατσίκας Η. και Καλογερέσης Θ. (1998) *Εκ των Υστέρων Εκτίμηση των Επιπτώσεων της Πολιτισμικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης - Θεσσαλονίκη 1997*, Ευρωσύμβουλοι Α.Ε. - Οργανισμός Πολιτισμικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης Θεσσαλονίκη 1997, Θεσσαλονίκη, 278 σελίδες.
- Lefebvre H. (1967-1972/1977), *Δικαίωμα στην Πόλη - μαζί με το Χώρος και Πολιτική* (Αθήνα: Παπαζήσης).

- Γαρδίκη Ο., Κέλπερης Χ., Μουρίκη Α., Μυριζάκης Γ., Παραδέλλης Θ. και Τεπέρογλου Α. (1988/1999), *Νέοι: Διάθεση Χρόνου - Διαπροσωπικές Σχέσεις. Μέρος Α: Αθήνα - Πειραιάς* (Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών, Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς).
- Γαρδίκη Ο., Μουρίκη Α., Μυριζάκης Γ., Παραδέλλης Θ. και Τεπέρογλου Α. (1987/1999), *Νέοι: Διάθεση Χρόνου - Διαπροσωπικές Σχέσεις. Μέρος Β: Αστικές - Ημιαστικές - Αγροτικές Περιοχές της Ελλάδας (εκτός από την Περιοχή της Πρωτεύουσας)* (Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών, Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς).
- Γκιζέλης Γ., Καυταντζόγλου Ρ., Τεπέρογλου Α. και Φύλιας Β. (1984), *Παράδοση και Νεωτερικότητα στις Πολιτιστικές Δραστηριότητες της Ελληνικής Οικογένειας: Μεταβαλλόμενα Σχήματα* (Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών).
- Castells M. (1980), *Πόλη και Κοινωνία: Ιδεολογία, Κοινωνιολογική Θεωρία και Σχεδιασμός* (Αθήνα: Νέα Σύνορα) – τα άρθρα “Υπάρχει κοινωνιολογία της πόλης;” (1968) και “Επιστημολογική πρακτική και κοινωνικές επιστήμες” (1973).
- Δέφνερ Α. (1981), *Ο Καθημερινός Χώρος στην Πόλη: Αλλοτρίωση ή Δυναμισμός: Μια Ανθρωπολογική Προσέγγιση* (Αθήνα: Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο).
- Δέφνερ Α. (1992), “Πολιτιστικές δραστηριότητες και ελεύθερος χρόνος: κοινωνικές και γεωγραφικές διαστάσεις”, στο Θ. Μαλούτας και Δ. Οικονόμου (επ.), *Κοινωνική Δομή και Πολεοδομική Οργάνωση στην Αθήνα* (Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής), σσ. 377-442.
- \*Δέφνερ Α. (1996/1998), *Πολιτιστική Διάσταση της Περιφερειακής Ανάπτυξης* (Βόλος: ΤΜΧΠΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας), 250 σελίδες.
- Δημητρίου Σ. (1973), *Μύθος. Κινηματογράφος. Σημειολογία: Κρίση της Αισθητικής. Ανθρωπολογική Μελέτη* (Αθήνα: Άλμα).
- Δημητρίου Σ. (1980), *Λεξικό Όρων. Τόμος 2: Επικοινωνίας και Σημειωτικής Ανάλυσης* (Αθήνα: Καστανιώτης).
- Διαμαντόπουλος, Γ./ ΚΕΠΑΜΕ (1994), *Μαχόμενη Πολεοδομία για την Ανάπτυξη της Πόλης: Η Περίπτωση Καλαμάτα 1980-90 – Πόλη και Σεισμός* (Αθήνα: ΤΕΕ).
- Δούνια, Ι. (1999) *Η Συμβολή του Place Marketing στην Τουριστική Ανάπτυξη: Η Περίπτωση του Νομού Λακωνίας*, Διπλωματική Εργασία, Βόλος: ΤΜΧΠΑ.
- ΕΚΕΜ [Ελληνικό Κέντρο Ευρωπαϊκών Μελετών] (1993), *Ελληνική Πολιτισμική Ταυτότητα και Ευρωπαϊκή Ενοποίηση* (Αθήνα: Βιβλιοπωλείον της “Εστίας”).
- Επίλογος '92-'98 (1992-1998), *Ετήσια Πολιτιστική Έκδοση* (Αθήνα: Γαλαίος).

αύξηση και η προβολή της ελκυστικότητας των πόλεων (και των περιφερειών), δηλαδή η αξιοποίησή τους ως πολιτιστικό κεφάλαιο (Kearns και Philo, 1993), πράγμα που συνεπάγεται, κυρίως, την ανάπτυξη των τεχνικών μάρκετινγκ του τόπου (place marketing) [Δούνια, 1999 - Ashworth και Voogdt, 1990· Gold και Ward, 1994· Krantz και Schätzl, 1996· Madsen, 1992· Neill, 1993· Paddison, 1993· Page, 1995, κεφ. 6· Ward, 1998]. Ο κεντρικός στόχος είναι η αύξηση της ανταγωνιστικότητας των πόλεων (Cuadraro-Roura και Rubalcaba-Bermejo, 1998· Jensen-Butler κ.ά., 1996· Oatley, 1998).

#### 4.5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

(και πρόσθετη, δηλαδή που δεν αναφέρεται στο κείμενο – με \* σημειώνεται είτε η βασική βιβλιογραφία είτε αυτή που είναι ευκολότερο να βρεθεί)

##### Ελληνόγλωσση

Αφιερώματα (1994α), Πολιτισμός Κραυγή Αγωνίας, *Αφιερώματα [Le Monde Diplomatique]*, Ιούνιος, τ. 4.

Αφιερώματα (1994β), Ευρώπη η Πληγωμένη Ουτοπία, *Αφιερώματα [Le Monde Diplomatique]*, Σεπτέμβριος, τ. 5.

Adorno T. (1967/1989), *Σύνοψη της Πολιτιστικής Βιομηχανίας* (Αθήνα: Αλεξάνδρεια).

Balandier G. (1967/1971), *Πολιτική Ανθρωπολογία* (Αθήνα: Παπαζήσης).

\*Bassand M. (1990/1999), *Πολιτισμός και Περιφέρειες στην Ευρώπη* (Lausanne: Presses Polytechniques et Universitaires Romanes). [μετάφραση από τις φοιτήτριες του ΤΜΧΠΑ Ε. Κουτσανά, Κ. Μηλάκα, Μ. Ραμπαβίλα]Β

Bell, D. (1999) *Ο Πολιτισμός της Μεταβιομηχανικής Δύσης*, Αθήνα: Νεφέλη.

Benjamin W. (1978) *Δοκίμια για την Τέχνη* (Αθήνα: Κάλβος).

Bennett T. (1982/1988), “Θεωρίες για τα Μέσα, θεωρίες για την κοινωνία” στο Μ. Κομνηνού και Χ. Λυριντζής (επ.), *Κοινωνία, Εξουσία και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας* (Αθήνα: Παπαζήσης) σσ. 49-88.

Bianchini F. και Parkinson M. (επ.) (1993/1994), *Πολιτιστική Πολιτική και Αναζωογόνηση των Πόλεων: Η Εμπειρία της Δυτικής Ευρώπης* (Αθήνα: Ελληνική Εταιρία Τοπικής Ανάπτυξης και Αυτοδιοίκησης).

Booth P. και Boyle R. (1993/1994), ‘Δείτε τη Γλασκώβη, δείτε πολιτισμό’, στο Bianchini και Parkinson (επ.), σσ. 35-59.

περιοριζόταν χρονικά. Οι σύγχρονες αντιλήψεις περί κληρονομιάς (Comer και Harvey 1991) μπορούν να βρουν κατάλληλη εφαρμογή στην περίπτωση των μουσείων, με ενδεικτικό παράδειγμα το Αγγλικό πρόγραμμα "The Heritage: Care - Preservation - Management", στα πλαίσια του οποίου έχουν εκδοθεί και μια σειρά βιβλίων σε συνεργασία με τις εκδόσεις Routledge.

**Η συνύπαρξη του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα** γενικά, αλλά και ειδικά όσον αφορά τη χρηματοδότηση των πολιτιστικών εκδηλώσεων, πρέπει να εκφράζεται και στην αξιοποίηση των ιδιωτικών χώρων έτσι ώστε να τονωθεί η ανανέωση του ιστού των πόλεων καθώς και να αυξηθούν οι δυνατότητες "μη κατευθυνόμενων" εκδηλώσεων.

Όσον αφορά τους νέους χώρους οι κυριότερες επιπτώσεις τους είναι στους ακόλουθους τομείς:

- i. τον πολιτιστικό τουρισμό (κυρίως ημεδαπών και χειμερινό),
- ii. την εκπαίδευση της νεολαίας,
- iii. τον καθημερινό ελεύθερο χρόνο,
- iv. τις καθημερινές μετακινήσεις,
- v. τη μεγαλύτερη εξοικείωση των κατοίκων με τον πολιτισμό, και
- vi. τη λανθάνουσα ζήτηση για εκδηλώσεις ποιότητας.

Αν η δημιουργία νέων χώρων συγκριθεί με τη βελτίωση/ ανακαίνιση υπαρχόντων χώρων, μπορεί να παρατηρηθεί ότι η οικειότητα (για τους κατοίκους) είναι μεγαλύτερη με την αλλαγή της χρήσης των χώρων, αλλά το στίγμα της ανανέωσης των περιφερειών και των πόλεων θα δοθεί από τους νέους χώρους. Ωστόσο, και τα δύο είδη επεμβάσεων συντελούν στην αναβάθμιση του πολιτισμικού επιπέδου, καθώς και στην αύξηση του οικονομικού ρόλου των πολιτιστικών δραστηριοτήτων, δηλαδή η χωροταξική και πολεοδομική σημασία του πολιτισμού συνδέεται με την κοινωνικοοικονομική του σημασία και αναδεικνύεται έτσι ο ρόλος του στη βελτίωση της ποιότητας ζωής.

Συνοπτικά, η ύπαρξη εξυπηρετήσεων πολιτισμού μπορεί:

- i. να δημιουργήσει συνθήκες μονιμότερης πολιτισμικής ανάπτυξης,
- ii. να βοηθήσει στη συγκράτηση των τοπικών φορέων παραγωγής πολιτισμού ανάπτυξης,
- iii. να αποτελέσει καθοριστικό στοιχείο έλξης ακόμη και για μονιμότερη εγκατάσταση,
- iv. να συντελέσει στη δημιουργία κοινού πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Χρειάζονται, ωστόσο, ορισμένες προϋποθέσεις ώστε οι βραχυπρόθεσμες θετικές επιπτώσεις να μετατραπούν σε μακροπρόθεσμες. Μία από τις σημαντικότερες είναι η

οποία συνυπάρχουν αίθουσες κινηματογράφου, θεάτρου, εκθέσεων, συναυλιών και η οποία θα αναγωογονηθεί ενόψει του 21ου αιώνα). Η λύση αυτή είναι ευκολότερη (κυρίως λόγω του απαιτούμενου χώρου) και τονίζει την “αποσπασματικότητα” του αστικού χώρου, σε αντίθεση, όμως, με τη δυνατότητα συνδυασμού διαφόρων δραστηριοτήτων που προσφέρουν τα πολυδύναμα κέντρα.

Στο περιφερειακό επίπεδο η ενίσχυση της πολιτιστικής υποδομής μιας μεγάλης πόλης, για παράδειγμα της Θεσσαλονίκης, μπορεί να περιορίσει την υπερσυγκέντρωση της πρωτεύουσας (Αθήνας) στον πολιτιστικό τομέα, αλλά μπορεί και να υποσκάψει την ανάπτυξη των γύρω πόλεων (π.χ. Βέροιας, Έδεσσας). Στο πολεοδομικό επίπεδο η ενίσχυση του κεντρικού Δήμου ενός Πολεοδομικού Συγκροτήματος μπορεί να υποσκάψει την ανάπτυξη των Δήμων του υπόλοιπου Πολεοδομικού Συγκροτήματος και της Ευρύτερης Περιοχής της πόλης. Επίσης η ενίσχυση του κέντρου των πόλεων μπορεί να υποσκάψει την ανάπτυξη των περιφερειών τους. Σε επίπεδο χώρων η ενίσχυση της υποδομής μεταφράζεται σπανιότερα σε γενικότερες επεμβάσεις όπως τις αναπλάσεις περιοχών και συχνότερα σε μεμονωμένες επεμβάσεις όπως την ανακαίνιση/ βελτίωση υπάρχοντων πολιτιστικών χώρων και τη δημιουργία νέων χώρων.

#### 4.4.2. Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ

Μια από τις σημαντικότερες επιλογές πολιτιστικής πολιτικής είναι η έμφαση στους χώρους ή τις δραστηριότητες, δηλαδή στην επένδυση σε οικονομικό κεφάλαιο ή σε ανθρώπινο δυναμικό. Συγκεκριμένα η επιλογή είναι είτε μεταξύ της ανακαίνισης/ βελτίωσης και της δημιουργίας νέων πολιτιστικών χώρων είτε μεταξύ της ενίσχυσης των διαφόρων δικτύων ατόμων, ομάδων και φορέων. Δυο σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή αυτή είναι οι οικονομικοί και οι χρονικοί περιορισμοί.

Στην περίπτωση της ΠΠΕ - Θεσσαλονίκη '97, περισσότερο, ίσως, λόγω των χρονικών περιορισμών και λιγότερο λόγω των οικονομικών - σύμφωνα με τον Myerscough, τα κονδύλια ξεπερνούν το μέσο όρο του προϋπολογισμού που χρειάζεται η κάθε ΠΠΕ (Μυρτσιώτη, 1995) - η έμφαση δόθηκε στην ανακαίνιση/ βελτίωση πολιτιστικών χώρων και όχι στη δημιουργία νέων. Γενικά, η αλλαγή χρήσης των χώρων έχει ως αποτέλεσμα, αφ' ενός, τη συνέχεια των δραστηριοτήτων οι οποίες έχουν ήδη αναπτυχθεί και έχουν ένα καθιερωμένο κοινό και, αφ' ετέρου, το άνοιγμα σε νέες δραστηριότητες που θα πρέπει να αποκτήσουν ένα σταθερό κοινό το οποίο μέχρι τώρα

- ii. η ανάπτυξη της “πολεοδομικής επίπλωσης” που μπορεί να αποτελέσει ένα συστατικό στοιχείο της γενικής διαφημιστικής προβολής της πόλης και μπορεί να επικεντρωθεί σε περίπτερα τοποθετημένα σε στρατηγικά σημεία τα οποία θα διαθέτουν φωτεινούς χάρτες, ποικίλο πληροφοριακό υλικό, προγράμματα για πώληση κλπ και θα αποτελούν μόνιμο πόλο πληροφόρησης για τους χώρους και τις δραστηριότητες της πόλης.
- iii. η θεώρηση της αρχιτεκτονικής ως τέχνης, πράγμα που μπορεί να μεταφραστεί και στην προσπάθεια ένταξης της διαδικασίας κτισίματος ή ανακαίνισης στις πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Η ενσωμάτωση των μεμονωμένων χώρων στον ιστό της πόλης θα υποβοηθηθεί από την **αναβάθμιση των συγκοινωνιακών μέσων**. Δύο από τους παράγοντες που επηρεάζουν τις καθημερινές μετακινήσεις είναι:

- i. η επέκταση της εφαρμογής των νέων τεχνολογιών η οποία μπορεί να οδηγήσει, για παράδειγμα, στην αύξηση της εργασίας στο σπίτι (τάση η οποία είναι μικρή σήμερα αλλά ίσως θα έχει αυξηθεί μέχρι το τέλος του αιώνα) άρα και στη μείωση του κυκλοφοριακού προβλήματος.
- ii. η μεταβολή στη συνήθειες των κατοίκων την οποία επιφέρει η λειτουργία των πολιτιστικών χώρων, γεγονός που θα οδηγήσει στην αύξηση του κυκλοφοριακού προβλήματος. Είναι βέβαιο ότι τις περιόδους κατά την οποίες πραγματοποιούνται μια σειρά εκδηλώσεις παρατηρείται κυκλοφοριακή συμφόρηση στις πόλεις.

Συχνά γίνεται λόγος για “**μεγάλα έργα**” στις πόλεις πράγμα που παραπέμπει στα *grands projets* που ολοκληρώθηκαν στο Παρίσι με αφορμή τη λειτουργία του ως ΠΠΕ το 1989 (σε συνδυασμό και με τον εορτασμό της επετείου των 200 ετών από την Γαλλική Επανάσταση). Στην περίπτωση της Θεσσαλονίκης η κατάσταση ήταν πολύ διαφορετική: στο Παρίσι ο προγραμματισμός ήταν μακροχρόνιος, υπήρχε η πολιτική και οικονομική βούληση για επενδύσεις μεγάλης κλίμακας, το “μεγάλο” σχετιζόταν και με την αρχιτεκτονική μορφή, ενώ η πόλη έχει πολύ μεγαλύτερη πολιτιστική βαρύτητα στην Ευρώπη. Πάντως, οι επιπτώσεις των *grands projets* αποδείχτηκε ότι έχουν διάρκεια, διότι ο ρόλος τους στον αστικό χώρο και την πολιτιστική ζωή της πόλης, αλλά και της περιφέρειας του Παρισιού (Ιλ ντε Φρανς) και της Γαλλίας γενικότερα, εξακολουθεί και σήμερα να είναι μεγάλος. Στην Θεσσαλονίκη δόθηκε προτεραιότητα στις μεμονωμένες αίθουσες ή τις αίθουσες πολλαπλών χρήσεων (π.χ. Μονή Λαζαριστών, Ολύμπιο) και όχι στα πολυδύναμα κέντρα (π.χ. η Νότια Όχθη του Τάμεση –South Bank– στο Λονδίνο στην

περιφερειών και των πόλεων. Σε αυτό το σημείο ο μεγαλύτερος κίνδυνος που παραμονεύει στην ανάλυση (μελέτη/ κατανόηση των προβλημάτων), τη σύνθεση (επέμβαση και προσπάθεια λύσης των προβλημάτων), καθώς και τις “ενδιάμεσες” φάσεις (αξιολόγηση της ανάλυσης και πιθανή προεκτίμηση των επιπτώσεων, στόχοι) είναι ο **χωρικός ντετερμινισμός**. Πρέπει να διασαφηνιστεί ότι ο χώρος απλώς μπορεί να υποβοηθήσει ή να αποτρέψει δραστηριότητες οι οποίες είτε έχουν εκδηλωθεί είτε είναι λανθάνουσες, και όχι να δημιουργήσει κάτι από το τίποτα.

Η ΠΠΕ - Θεσσαλονίκη αποτέλεσε μία χαμένη ευκαιρία ώστε ο πολιτιστικός παράγοντας να αποτελέσει τον άξονα της χωροταξικής και της πολεοδομικής παρέμβασης. Στην Ελλάδα η ευκαιρία αυτή παρουσιάστηκε για δεύτερη φορά με οργανωμένο τρόπο μετά το πείραμα της Καλαμάτας (Διαμαντόπουλος/ΚΕΠΑΜΕ, 1990). Στην περίπτωση της Θεσσαλονίκης η κλίμακα της πόλης ήταν μεγαλύτερη, αλλά η μορφή της παρέμβασης ήταν διαφορετική, εφόσον δεν υπήρχε παρόμοια πρόθεση για δημιουργία σχολών μουσικής, χορού και ζωγραφικής όπως στην Καλαμάτα (Parageorgiou, 1991, σ. 486). Για μια συνολικότερη αντίληψη του ζητήματος οι συγκρίσεις με αντίστοιχες περιπτώσεις άλλων χωρών θα είναι πολύ χρήσιμες. Στο ειδικό επίπεδο, η εμπειρία των ΠΠΕ έχει αξιολογηθεί στις ακόλουθες πηγές: Λαμπριανίδης κ. ά. 1996 και 1998, Richards 1996, Myerscough 1994.

Το βάρος που δίνεται στον πολιτισμό στοχεύει στη βελτίωση της ποιότητας ζωής, και, κατά συνέπεια, στο να γίνει ελκυστικότερη μια περιφέρεια ή μια πόλη τόσο για τους κατοίκους όσο και για τους τουρίστες. Οι δεύτεροι περισσότερο, αλλά και οι πρώτοι, δεν έχουν συνολική αντίληψη της πόλης, διότι, η εικόνα της πόλης στηρίζεται σε “αποσπάσματα” τα οποία είναι περισσότερο οικεία για τους κατοίκους. Τα “αποσπάσματα” αυξάνονται με την αξιοποίηση των κενών χώρων του ιστού της πόλης (των “υπολειμμάτων”), χώροι οι οποίοι μπορεί είτε να διαμορφωθούν ως υπαίθριοι είτε να στεγάσουν τα πολιτιστικά κτίρια μικρότερης κλίμακας. Η **σημασία των σημειακών παρεμβάσεων**, λοιπόν, είναι μεγάλη και τρεις από τις μορφές που μπορεί να πάρει είναι:

- i. η διάχυση εικαστικών έργων στην πόλη, τα οποία τη “σηματοδοτούν” και βελτιώνουν την εικόνα της. Μπορεί να μην είναι μόνιμα αλλά “εφήμερα”, δηλαδή να μετατοπίζονται – βλέπε τη μεταστροφή της αντίληψης στην οποία οδήγησε στην Αθήνα η αλλαγή θέσης του “Δρομέα” του γλύπτη Βαρώτσου από την πλατεία Ομονοίας (μάλλον αρνητική) στο τρίγωνο απέναντι από το Χύλτον (μάλλον θετική).



στην Μύκονο (<http://www.mykonos-internet-café.com>) και την Πάρο (<http://www.parosweb.com>)] – πληρέστερη εικόνα για τα Internet Cafe σε ολόκληρη την Ελλάδα υπάρχει στη διεύθυνση <http://www.netcafeguide.com/greece.htm>. Η σύνδεση μιας περιφέρειας, ενός νομού ή μιας πόλης με το Ιντερνέτ μπορεί να γίνει το συντομότερο δυνατό μετά, βεβαίως, από την κατάλληλη προετοιμασία. Ένα παράδειγμα αποτελεί ο Τουριστικός Οδηγός του Νομού Μεσσηνίας. Αυτό θα βοηθήσει τα μέγιστα στην παγκόσμια (και όχι μόνο Ευρωπαϊκή) προβολή της περιφέρειας, του νομού ή της πόλης καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, και όχι μόνο την εποχή κατά την οποία πραγματοποιούνται ορισμένες εκδηλώσεις. Επίσης, διαμέσου της δι-αντιδραστικής επικοινωνίας, θα υπάρξει και η δυνατότητα, έστω και μικρή, συμμετοχής ενός κοινού το οποίο μπορεί και να μην συμπίπτει τελικά με το κοινό των εκδηλώσεων. Άρα το συνολικό κοινό το οποίο θα έρθει σε επαφή με την περιφέρεια, το νομό ή την πόλη θα είναι πολύ μεγαλύτερο από αυτό που θα δείξουν τα αριθμητικά δεδομένα των συγκεκριμένων εκδηλώσεων.

Η συσσωρευμένη οργανωτική εμπειρία από τις (έστω και λίγες) πολιτιστικές εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας πρέπει να αξιοποιηθεί σε μελλοντικές εκδηλώσεις σε όλα τα επίπεδα του χώρου. Αυτό μπορεί να αφορά:

- i. την καθιέρωση νέων ετήσιων θεματικών και/ή επετειακών εκδηλώσεων όπως: κινηματογραφική μουσική (σε συνδυασμό με την ίδρυση Ινστιτούτου Κινηματογράφου στην Θεσσαλονίκη), τηλεοπτικό φεστιβάλ, έκθεση αρχιτεκτονικού έργου, διεθνή συνάντηση για το Internet σε συνδυασμό με έκθεση για τα πολυμέσα (έμφαση στο CD-ROM).
- ii. τα φεστιβάλ μεγάλης κλίμακας.
- iii. την επόμενη ανάληψη της ΠΠΕ από την Ελλάδα.

#### 4.4. Η ΑΛΛΑΓΗ/ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΦΥΣΙΟΓΝΩΜΙΑΣ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΟΛΕΩΝ

##### 4.4.1. Η ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΚΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Η ανθρώπινη δράση, στο πλαίσιο της συσχέτισής της με την κοινωνική δομή και με την ποιότητα ζωής, επηρεάζεται από, και επηρεάζει το, χώρο (και το χρόνο με τον οποίο αλληλοσυσχετίζεται), με αποτέλεσμα την αλλαγή/ βελτίωση της φυσιογνωμίας των

καλοκαιρινών διακοπών για τους μη κατοίκους Θεσσαλονίκης και ως ζώνη παραθεριστικής κατοικίας για τους Θεσσαλονικείς.

**Η ιδιαιτερότητα μιας πόλης** στο πλαίσιο της περιφέρειάς της αλλά σε σύγκριση με την υπόλοιπη χώρα μπορεί να προσδιοριστεί με βάση αρκετά στοιχεία. Τρία από αυτά είναι τα ακόλουθα:

- i. η λειτουργία των ετήσιων φεστιβάλ ως έκφραση της κοινωνικής ταυτότητας, όπως συμβαίνει, για παράδειγμα, στο φεστιβάλ Daimonji στο Κυότο της Ιαπωνίας (Wazaki, 1993).
- ii. η διεθνής εμβέλεια μιας πόλης τόσο αναφορικά με τις επικοινωνίες όσο και με την κουλτούρα.
- iii. η καλλιτεχνική παράδοση μιας πόλης.

#### 4.3.2. ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΗΣ ΜΕΓΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΘΕΤΙΚΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Κάτω από την οπτική μίας μακροπρόθεσμης πολιτιστικής πολιτικής, η πολιτισμική ανάπτυξη μπορεί να έχει τις ακόλουθες **θετικές επιπτώσεις** σε όλα τα επίπεδα του χώρου:

- i. τη βελτίωση/ επέκταση των μέσων επικοινωνίας,
- ii. τον εμπλουτισμό των πανεπιστημιακών προγραμμάτων, και
- iii. τη μελλοντική αξιοποίηση των εμπειριών.

Η βελτίωση/ επέκταση των μέσων επικοινωνίας αφορά κυρίως:

- i. το ρόλο των τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σταθμών (και ως χορηγών πολιτιστικών εκδηλώσεων),
- ii. τη λειτουργία καλωδιακής τηλεόρασης σε επιλεγμένες πόλεις,
- iii. τη σύνδεση με το Ιντερνέτ, και
- iv. τη χρήση των πολυμέσων.

Το **Ιντερνέτ** αποτελεί ένα εναλλακτικό μέσο μαζικής επικοινωνίας και μπορεί να οδηγήσει σε ενδιαφέροντες συνδυασμούς, όπως, για παράδειγμα, τη λειτουργία του στο Μέγαρο της Μουσικής στην Αθήνα (<http://www.megaron.gr>), στο πλαίσιο μίας εταιρείας (<http://www/amstel.gr> στο Μαρούσι Αττικής), ενός βιβλιοπωλείου (Info Café στις οδούς Ιπποκράτους, και Σολωμού, το Νέο Ψυχικό και του Ζωγράφου στην Αθήνα), ενός καταστήματος (Mediagora στο Μαρούσι Αττικής), ή, συνηθέστερα, καφενείου [Internet Cafe στην Κηφισιά, στις οδούς Πατησίων, και Στουρνάρη στην Αθήνα, το Wired Cafe

### 4.3. ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

#### 4.3.1. Η ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΩΝ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΟΛΕΩΝ

Η πολιτισμική ταυτότητα μίας περιφέρειας συνδέεται, στο επίπεδο της ανθρώπινης δράσης, με την πολιτισμική ταυτότητα των ατόμων και των κοινωνικών ομάδων, ενώ, στο επίπεδο της χωρικής δομής, συνδέεται με την πολιτισμική ταυτότητα του αστικού, του αγροτικού και του εθνικού χώρου. Στη σημερινή Ευρώπη ένα από τα ζητούμενα είναι αν η πολιτισμική ταυτότητα των περιφερειών συνδέεται και με την Ευρωπαϊκή ταυτότητα, ή τουλάχιστον αν μπορεί να συντελέσει προς αυτή την κατεύθυνση.

Βεβαίως, η Ευρωπαϊκή ταυτότητα δεν είναι μονοδιάστατη (π.χ. υπερ-εθνική ή αντίθετη μόνο στην Αμερικανοποίηση), αλλά χαρακτηρίζεται από πολλαπλότητα, οπότε πρέπει να διασαφηνιστεί για ποιά διάσταση γίνεται λόγος – για παράδειγμα βλέπε *Αφιερώματα* τ. 4 και 5· ΕΚΕΜ, 1993· Morin, 1987/1991. Στο σύγχρονο κόσμο το τοπικό αλληλοσυσχετίζεται με το παγκόσμιο (διεθνές/ οικουμενικό) [Robins, 1991· Morley και Robins, 1995], ή με άλλα λόγια το εσωστρεφές με το εξωστρεφές. Για την Θεσσαλονίκη εσωστρέφεια μπορεί να υποδηλώνει μία έμφαση στη θρησκεία και το Βυζαντινό παρελθόν (όπως ενδεικτικά αποτυπώνεται στις διάφορες εκκλησίες), ενώ η εξωστρέφεια μία στενότερη σύνδεση του πολιτισμού κυρίως με τον τουρισμό, αλλά και τον αθλητισμό.

Οι αρχαιολογικοί χώροι στην Ελλάδα έχουν αποτελέσει μέχρι τώρα (μαζί με τα μουσεία) τον κύριο πόλο έλξης του πολιτιστικού τουρισμού, λόγω της “ευκολίας” σύνδεσης με κάτι που είναι μεν ένδοξο αλλά και απόμακρο (άρα και με λιγότερα σύγχρονα ρίσκα) αλλά και λόγω του χαρακτηριστικού του μόνιμου που διαθέτουν. Στην Αθήνα προβλέπεται η σύνδεση των αρχαιολογικών χώρων με πεζόδρομους, κάτι που θα έχει επίπτωση και στις κινήσεις της καθημερινής ζωής. Τα ειδικά γεγονότα αποτελούν μοναδική ευκαιρία μεταστροφής της έμφασης του πολιτιστικού τουρισμού από τους αρχαιολογικούς χώρους (και τα μουσεία) στις καλλιτεχνικές εκδηλώσεις (και τα συνέδρια), έτσι ώστε να τονωθεί η παραγωγή (δημιουργία) και όχι μόνο η κατανάλωση. Αυτό σημαίνει ενίσχυση του χειμερινού τουρισμού και των μικρής διάρκειας διακοπών, και, για την Θεσσαλονίκη, διεύρυνση της εικόνας της “περιοχής” Θεσσαλονίκης η οποία (με το βαρύνοντα ρόλο της Χαλκιδικής) έχει καταγραφεί στην “κοινή γνώμη” ως ζώνη

Gray 1993) και ειδικότερα σε σχέση με την πόλη (Heilbrun, 1992· Scott, 1997), έχει επικρατήσει η άποψη ότι η επένδυση στις τέχνες οδηγεί στην αύξηση της ανάπτυξης σε άλλους τομείς της αστικής οικονομίας (Whitt, 1987· Whitt και Lammers 1991) και ειδικότερα τον τουρισμό (Law 1992 και 1993).

Η άποψη αυτή στηρίζεται σε δύο άξονες: τη λειτουργία της πόλης ως χωρικής έκφρασης του πολιτιστικού κεφαλαίου (Gold και Ward 1994· Kearns και Philo 1993), και την ανάπτυξη της υποκειμενικής εικόνας του τόπου την οποία "πουλάει" η πόλη διαμέσου κυρίως της "τουριστικής οικονομίας" (Zukin, 1995, σ. 14). Τα παραδείγματα του Λας Βέγκας, του Λος Άντζελες και του Μαϊάμι δείχνουν την κατεύθυνση προς μια αναπτυξιακή οικονομική στρατηγική που βασίζεται στο "τουριστικό βλέμμα" (Urry, 1990), την "πώληση και κατανάλωση της απόλαυσης" (Mullins, 1991), τη χωροθέτηση των αντικειμένων στο χώρο με μια μοναδική, συμπαγή οπτική (Zukin, 1995, σ. 14).

Η λειτουργία των επενδύσεων στον πολιτισμό ως μοχλού οικονομικής ανάπτυξης παρατηρείται και στην περίπτωση της Δυτικής Ευρώπης (Bianchini, 1990· Bianchini και Parkinson, 1993/1994· Bianchini κ.ά., 1991· Landry κ.ά., 1996· Myerscough, 1984, 1988α, β, γ και δ· Gratton και Richards, 1996). Τρία από τα βασικότερα, και αλληλοσυσχετιζόμενα, προβλήματα που παρουσιάζονται σε αυτή τη λειτουργία είναι: α) η επέκταση του ορθολογισμού, της εμπορευματοποίησης και της ιδιωτικοποίησης στο χώρο και το χρόνο (Δέφνερ, 1992, σσ. 418-22), β) η ύπαρξη μιας "σκηνοθετημένης αυθεντικότητας" (staged authenticity) [Mac Cannell, 1976/1989, κεφ. 5· Getz, 1994], και γ) η ύπαρξη διαμεσολαβητών (intermediaries) του πολιτισμού (Hennion, 1983) οι οποίοι συνήθως είναι μέλη της "νέας μεσαίας τάξης" (Featherstone, 1991· O' Connor και Wynne, 1995).

**Η λειτουργία του πολιτισμού ως χωρικού πλαισίου** έχει μεγάλο χρονικό βάθος στο βαθμό που οι οπτικές αναπαραστάσεις των πόλεων ανέκαθεν "πουλούσαν" την αστική ανάπτυξη. Η ανάπτυξη των οπτικών μέσων στον 20ο αιώνα μετέτρεψαν τη φωτογραφία και τον κινηματογράφο στα σημαντικότερα πολιτισμικά μέσα της πλαισίωσης, τουλάχιστον μέχρι τη δεκαετία του '70 (Zukin, 1995, σ. 16). Σήμερα, οι συνηθέστερες μορφές οπτικής αναπαράστασης στις πόλεις συνδέουν τις πολιτιστικές δραστηριότητες με τις εικόνες της λαϊκής κουλτούρας των φεστιβάλ, των γηπέδων, και των εμπορικών κέντρων (Zukin, 1995, σ. 19). Οι εικόνες αυτές αντιστοιχούν σε τρεις από τις σημαντικότερες κοινές δραστηριότητες του αστικού και του πολιτιστικού τουρισμού, δηλαδή τα φεστιβάλ, τον αθλητισμό και τις αγορές αναψυχής.

συναντάται σήμερα σε διάφορες εκδηλώσεις και συχνά χρησιμοποιείται για την ικανοποίηση σκοπών αντίθετων με τον αρχικό τους προσδιορισμό (Balandier, 1967/1971, σσ. 175-7).

#### 4.2. Η ΣΥΜΒΟΛΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Ο πολιτισμός συμβάλλει ολοένα και περισσότερο στην επιχειρηματική διάσταση της πόλης, τα τουριστικά ελκτικά στοιχεία και την ιδιαίτερη ανταγωνιστική της πλευρά. Ο ανταγωνισμός στοχεύει κυρίως στα τουριστικά έσοδα και τις οικονομικές επενδύσεις προβάλλοντας την εικόνα της πόλης ως επίκεντρου πολιτιστικής καινοτομίας, συμπεριλαμβανομένων των αρχιτεκτονικών σχεδίων, των πρωτοποριακών καλλιτεχνικών παραστάσεων, και των εστιατορίων. Το αποτέλεσμα είναι η προώθηση (διαμέσου της παραγωγής και της κατανάλωσης) της συμβολικής οικονομίας της πόλης (Zukin, 1995, σ. 2).

Η νέα συμβολική οικονομία στην πόλη διαθέτει τέσσερα συστατικά στοιχεία: α) τον τουρισμό (ο οποίος αφορά κυρίως τα μουσεία και τα συνέδρια), β) τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας (ΜΜΕ), γ) τη διασκέδαση [η οποία αφορά κυρίως τις τέχνες, τις αγορές αναψυχής (leisure shopping) και τις δραστηριότητες φαγητού/ ποτού] (Zukin, 1995), και δ) τα ειδικά γεγονότα (που αφορούν κυρίως τον πολιτισμό και τον αθλητισμό).

Η ανάπτυξη της συμβολικής οικονομίας της πόλης στηρίζεται, αφενός, σε δυο μακροπρόθεσμες αλλαγές –την οικονομική παρακμή των πόλεων σε σύγκριση με τους προαστιακούς και μη-αστικούς χώρους και την επέκταση της αφηρημένης οικονομικής κερδοσκοπίας–, και, αφετέρου, σε βραχυπρόθεσμους παράγοντες όπως η μαζική μετανάστευση, το μάρκετινγκ της πολιτικής σχετικά με την ταυτότητα και η αύξηση της πολιτιστικής κατανάλωσης με χαρακτηριστικό παράδειγμα τον τουρισμό, τις τέχνες, τη μόδα και το φαγητό (Zukin, 1995, σσ. 2, 11).

Για την αντίληψη του ρόλου των παραγόντων αυτών χρήσιμη είναι η κατανόηση της λειτουργίας του πολιτισμού τόσο ως οικονομικής βάσης όσο και ως πλαισίου (frame) του χώρου (Zukin, 1995, σ. 11), δηλαδή της οικονομικής (βλέπε Δέφνερ 1996/1998, Μέρος 3.1.1.) και πολεοδομικής του σημασίας (βλέπε Μέρος 4.4.1.). Στην Αμερική, ειδικότερα, όπου ο οικονομικός ρόλος των τεχνών είναι αυξημένος (Heilbrun και

Η παράδοση ως φορέας της κοινωνικής αναπαραγωγής με κύριο μέσο μεταβίβασης την επικοινωνία (Δημητρίου, 1980, σ. 38) παρεμβαίνει, λοιπόν, και στις περιπτώσεις **μετασχηματισμού του αγροτικού κόσμου σε “αστικό μοντερνισμό”** όπου επιβιώνουν στοιχεία της παλαιάς μορφής της κοινωνικής οργάνωσης και όπου διακρίνεται η αντίθεση παράδοσης - ανανέωσης. Στις αφρικανικές πόλεις νότια της Σαχάρας που προέκυψαν από την εγκατάσταση των αποικιών ορισμένα παραδοσιακά πρότυπα, για παράδειγμα η διευρυμένη συγγένεια, μεταφέρονται στο περιβάλλον της πόλης με σκοπό να επιβληθεί ένα ελάχιστο όριο τάξης (Balandier, 1967/1971, σ. 176). Στις περισσότερες περιπτώσεις των πόλεων αυτών έχουμε τη διαμόρφωση των “παραδοσιακών” συνοικιών μακριά από τα κέντρα των πόλεων, σε αντιπαράθεση με τις μοντέρνες ευρωπαϊκές συνοικίες των κέντρων (Raporot, 1977, σ. 351).

**Στην Ελλάδα** κυρίως η υψηλή κουλτούρα, αλλά και η λαϊκή κουλτούρα πλέον, αναπτύσσονται στις πόλεις, ενώ εκείνο που χαρακτηρίζει τον αγροτικό χώρο είναι η **έμφαση στην παράδοση σε αντίθεση με το μοντερνισμό του αστικού χώρου** (πρωτίστως των τριών μεγαλύτερων πόλεων δηλαδή της Αθήνας, της Θεσσαλονίκης και της Πάτρας), πράγμα που περιορίζει το δυναμικό χαρακτήρα της σχέσης μεταξύ παράδοσης και μοντερνισμού (Deffner, 1994, σ. 150). Το μοντέρνο δεν ταυτίζεται πάντοτε με το πρωτοποριακό όπως και το παραδοσιακό δεν ταυτίζεται πάντοτε με το οπισθοδρομικό. Το ιδανικό είναι να υπάρχει μια ισορροπία μεταξύ παράδοσης και μοντερνισμού, καθώς και υψηλής και λαϊκής κουλτούρας, πράγμα που εξαρτάται κυρίως από τη μορφή και την ποιότητα (και όχι απαραίτητα την ποσότητα) των πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Ένα παράδειγμα που συνδυάζει το μοντερνισμό με την υψηλή κουλτούρα του παρόντος, αλλά με τη λαϊκή κουλτούρα του μέλλοντος, είναι οι καλλιτεχνικές τάσεις που χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες (για παράδειγμα βιντεοτέχνη, χρήση πολυμέσων). Η διάδοση των νέων τεχνολογιών στην καθημερινή ζωή θα έχει επίπτωση και στη βελτίωση/επέκταση των μέσων επικοινωνίας, αλλά και στο κυκλοφοριακό ζήτημα με τον περιορισμό των μετακινήσεων λόγω της αλλαγών στην παροχή των υπηρεσιών και της αυξημένης συγκέντρωσης εργασίας στο χώρο της κατοικίας.

Σε τελική ανάλυση συμβαίνει ένας **συμβιβασμός του παλαιού και του καινούριου** με το δεύτερο να κυριαρχεί με τη μορφή του μοντέρνου έχοντας ενσωματώσει το παλαιό. Αυτό δεν σημαίνει ότι πάντα η παράδοση (το παλαιό) υποτάσσεται στο μοντερνισμό, διότι η σχέση τους είναι δυναμική όπως δυναμική είναι και η έννοια της παράδοσης που

Ο Althabe μελέτησε τα χωριά της εθνότητας Betsimisiaraka στη Μαδαγασκάρη (1969) και έδειξε τη δύσκολη προσαρμογή της εξουσίας του χωριού στο σύστημα διοίκησης που εγκατέστησε το νέο κράτος. Το αποτέλεσμα ήταν η ύπαρξη μιας τομής ανάμεσα στον τομέα της εσωτερικής ζωής (κυριαρχούμενο από την παράδοση) και τον τομέα της εξωτερικής ζωής (κυριαρχούμενο από το μοντερνισμό). Αυτός ο διϊσμός εκφράζεται υλικά στη διαρρύθμιση του χώρου: οι αγροί αποτελούν το μέρος όπου έχει καταφύγει η παράδοση, ενώ ο συνοικισμός, εγκατεστημένος πάνω στο δρόμο, έχει γίνει το μέτωπο κρούσης του μοντερνισμού (Balandier, 1967/1971, σ. 180). Το συμπέρασμα είναι ότι οι αναπαραστάσεις και οι πραγματικότητες που φέρνουν τα σχέδια για την "ανάπτυξη" και τον "εκσυγχρονισμό" είναι τελείως ξένα με την πραγματική εξέλιξη της αγροτικής κοινωνίας (Moniot, 1976, σ. 53).

Όσον αφορά τις σύνθετες κοινωνίες, η τέχνη και η τεχνική είναι τα δύο στοιχεία στα οποία εκδηλώνεται εντονότερα ο **μοντερνισμός**, που ως έννοια, σύμφωνα τον Lefebvre, είναι **συμπληρωματική της καθημερινότητας**. Το καθημερινό είναι το ταπεινό και το σταθερό, το αυθύπαρκτο, αυτό που τα μέρη του υποτάσσονται σε μια χρήση του χρόνου, αυτό που δεν χρονολογείται. Το μοντέρνο φέρνει το στοιχείο του νέου και του νεωτερισμού, τη λαμπρότητα, το παράδοξο, ενώ σηματοδοτούμενα από την τεχνικότητα είναι το εφήμερο, η περυσία, η κινητικότητα, η τέχνη και ο αισθητισμός (1968, σσ. 51-2).

**Το κυριότερο πεδίο εκδήλωσης του μοντερνισμού είναι η πόλη** που, σύμφωνα με τον Remy, έχει την χαρακτηριστική ικανότητα να υποθάλλει και να προκαλεί καινοτομίες και να τις ενσωματώνει στην κοινωνική οργάνωση (Castells, 1980, σ. 43). Αυτό δεν σημαίνει ότι η αστικοποίηση και ο μοντερνισμός αντιστοιχούν στο ίδιο φαινόμενο. Αυτό εξαρτάται από τη συγκεκριμένη κοινωνία, διότι, για παράδειγμα, δεν ισχύει στον ινδικό πολιτισμό. Στις πόλεις της Ινδίας διατηρούνται αρκετές παραδοσιακές αξίες, ενώ συχνά η αστικοποίηση δεν επιδρά σε ορισμένες αλλαγές κοινωνικού χαρακτήρα οι οποίες παρατηρούνται συνήθως σε άλλους πολιτισμούς (Dumont σε Maffesoli, 1979, σ. 62). Χαρακτηριστικό παράδειγμα μοντερνισμού αποτελούν οι νέες πόλεις της Γαλλίας στις οποίες το χωριό (το παλαιό που σχετίζεται με την κοινωνική καταγωγή) υπεισέρχεται μεταφορικά στις νέες συνοικίες (το καινούριο που σχετίζεται με τις τάσεις δημιουργίας μιας νέας κοινωνικότητας), έτσι ώστε οι νέες πόλεις, παρόλο που ουσιαστικά είναι μη κατοικήσιμες, να έχουν τουλάχιστον ένα σύνδεσμο με το παρελθόν (De Aragao, 1979, σσ. 52, 59).

#### 4.1.3. Η ΣΧΕΣΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΡΝΙΣΜΟΥ

Το πρόβλημα της σχέσης παράδοσης - μοντερνισμού είναι από τα σημαντικότερα που έχουν απασχολήσει τις κοινωνικές επιστήμες γενικά και την **ανθρωπολογία** ειδικότερα. Όσον αφορά την ανθρωπολογία του χώρου (Δέφνερ, 1981) η μελέτη εντοπίστηκε στις συνέπειες είτε μιας διατάραξης της χωρικής διαμόρφωσης στην κοινωνική ζωή είτε μιας διατάραξης της κοινωνικής οργάνωσης στη χωρική διάρθρωση. Ο Levi-Strauss μελέτησε ειδικότερα το χωριό Borogo στη Νότια Αμερική όπου ανακάλυψε ότι η χωρική διαμόρφωση δεν αντανακλάει την πραγματική, ασυνείδητη κοινωνική οργάνωση αλλά ένα μοντέλο που υπάρχει συνειδητά στο μυαλό των ιθαγενών παρ' ότι η φύση του βρίσκεται σε αντιδιαστολή με την πραγματικότητα και δημιουργεί ψευδαισθήσεις (Levi-Strauss, 1958/1963, σσ. 289, 292). Όταν οι πατέρες Salesiens θέλησαν να αναδιοργανώσουν το χωριό μετατρέψανε το κυκλικό σχέδιο σε γραμμικό με στόχο τη διευκόλυνση της οικονομικής ανάπτυξης του χωριού. Το αποτέλεσμα όμως ήταν ότι ο πληθυσμός έχασε τις απολαύσεις της ζωής, ξέχασε την έννοια της παράδοσης, η κοινωνική οργάνωση αποσυντέθηκε και η ομάδα του χωριού εξαφανίστηκε (Levi-Strauss, 1952/1979, σσ. 191-2). Γενικά, ο Levi-Strauss δεν ενδιαφέρεται πρωτίστως για την οργάνωση του χώρου αλλά για την κοινωνική οργάνωση που εγγράφεται στο χώρο ή που συγκαλύπτεται από το ενδιαμέσο μιας αναπαράστασης (Segaud, 1973, σ. 32).

Ο Bourdieu με τον Sayad μελέτησαν τα χωριά της Νότιας Αλγερίας (1964) και διαπίστωσαν ότι η **αποδιοργάνωση του χώρου της ζωής**, δηλαδή της τεχνικής και τελετουργικής δράσης των ατόμων, **καταστρέφει το ρυθμό των καθημερινών δραστηριοτήτων**. Η οργάνωση του χώρου σύμφωνα με τα δυτικά πρότυπα στερεί τις κοινωνικές σχέσεις από τα χωρικά τους στηρίγματα (Tomikian, 1973, σ. 160). Σε ανάλογα πλαίσια κινείται και η μελέτη του Jaulin για τους Motilone της Αφρικής (1970), ο οποίος έδειξε ότι η συνείδηση της συμμετοχής σε μια κοινωνική ομάδα χάνεται από τη στιγμή που γίνεται προσπάθεια να παραμεριστούν οι παραδόσεις μέσα σε ένα χώρο που οργανώνεται από τους ιεραπόστολους ή από την υγειονομική βοήθεια (Tomikian, 1973, σ. 160). Μια ασυνήθιστη μεταβολή στην κατοικία διαταράσσει τις ανθρώπινες σχέσεις, την οικειότητα της οικογένειας, ορισμένες ηθικές ποιότητες, την κοινωνική ισορροπία, την οργάνωση των υπευθυνοτήτων κ.λπ. (Segaud, 1973, σ. 31).



διακοπών” (κυρίως των μεσογειακών κρατών) οι οποίοι, “ενώ φαίνονται να είναι απελευθερωμένοι από την εργασία και ‘ελεύθεροι’ είναι στενά δεδεδεμένοι με τους τομείς εργασίας μέσα στην κυριαρχούμενη κατανάλωση”, γιατί αποτελούν τόπους ανάκτησης δυνάμεων για την εργασία και “είναι ένα τυπικό παράδειγμα χώρου που είναι συγχρόνως διαχωρισμένος και ενοποιημένος” (Lefebvre, 1967-1972/1977, σ. 211).

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αλληλοσυσχέτισης της παραγωγής και της κατανάλωσης (Zolberg, 1990) αποτελεί το **καρναβάλι**, το οποίο αναλύθηκε από τον Bakhtin (1968) και προσαρμόστηκε στην ελληνική πραγματικότητα αναφορικά με τον Καραγκιόζη από τον Κιουρτσάκη (1985). Στο καρναβάλι συνυπάρχουν ο χώρος και ο χρόνος καθώς και η ατομικότητα με τη συλλογικότητα. Για την επιβίωση του καρναβαλιού σημαντικό ρόλο παίζει ο ιστορικός παράγοντας και στην Ελλάδα η πόλη που συνδέεται με αυτό είναι η Πάτρα. Η λειτουργία ενός καρναβαλιού τονίζει την έννοια της γιορτής (στη γενική της διάσταση) που είναι σημαντική για τη χρήση των χώρων (κυρίως δημόσιων και υπαίθριων) της πόλης. Στην περίπτωση της Θεσσαλονίκης συστατικά της γιορτής αποτελούν τα δύο Φεστιβάλ μεγάλης κλίμακας (Μουσικής και Κινηματογράφου, το οποίο είναι πλέον διεθνές) και η Διεθνής Έκθεση.

Η σχέση κατανάλωσης - παραγωγής δεν ταυτίζεται πάντοτε με τη σχέση παθητικού - ενεργητικού, δηλαδή η παρακολούθηση μπορεί να είναι ενεργητική όπως και η συμμετοχή μπορεί να είναι παθητική. Η δυνατότητα ενεργητικής συμμετοχής του κοινού στις εκδηλώσεις και όχι παθητικής παρακολούθησης (έτσι ώστε ο θεατής να είναι όχι απλώς λήπτης αλλά και συν-δημιουργός), εξαρτάται, εκτός από την ποιότητα, και από τη μορφή της εκδήλωσης. Αυτή καθορίζεται κυρίως από τους καλλιτέχνες, εκτός και αν κάποιος φορέας (κράτος, δήμος, οργανισμός, χορηγός) “καθορίσει” (είτε μέσω επιχορηγήσεων είτε μέσω κατευθύνσεων) κάποιους σχετικούς στόχους, πράγμα το οποίο θα δημιουργήσει αντιθέσεις άλλου τύπου. Μια ισορροπία μεταξύ του “καθορισμού” και της λογικής “ό,τι προκύψει” είναι η επιλογή καλλιτεχνών των οποίων το έργο θεωρείται ότι ενθαρρύνει, ή τουλάχιστον δεν αποθαρρύνει, τη συμμετοχή. Η σχέση κατανάλωσης - παραγωγής αφορά τόσο τη λαϊκή όσο και την υψηλή κουλτούρα, τόσο την παράδοση όσο και το μοντερνισμό.

μια μειοψηφία μπορεί στις αρχές του 21ου αιώνα να αφορά μια πλειοψηφία (πάντα στο πλαίσιο του καλλιτεχνικού κοινού). Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η μουσική ambient (πού είναι δημοφιλής σήμερα, αλλά παρουσιάστηκε για πρώτη φορά το 1977 από τον Brian Eno στον δίσκο του *Discreet Music*) και ο Kieslowski ως σκηνοθέτης (έγινε δημοφιλής τα τελευταία χρόνια της ζωής του με τις ταινίες που γύρισε στη Γαλλία, ενώ προηγουμένως είχε γυρίσει πολλές, και πιθανόν ωραιότερες, ταινίες στην Πολωνία). Εξάλλου, η αντίθεση αφορά κυρίως την κατανάλωση, και όχι τόσο την παραγωγή, εφόσον, σύμφωνα με τον Gross, η παραγωγή των πολιτιστικών πρακτικών της λαϊκής κουλτούρας γίνεται από μια μειοψηφία (1980, σ. 122).

#### 4.1.2. Η ΣΧΕΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

“Ενώ ο διαχωρισμός της απασχόλησης από την αναψυχή αποτέλεσε το πρώτο επίτευγμα του καπιταλισμού, η επιβολή της αναψυχής ως κατανάλωσης, ο περιορισμός των μορφών της οργάνωσής της, είχε επίσης ξεχωριστή σημασία”. Η αυξανόμενη κυριαρχία της παροχής μέσω του εμπορίου “δεν έχει επηρεάσει μόνο τη λογική της παροχής (μπορεί η εξυπηρέτηση αυτής της ανάγκης να είναι επικερδής;) αλλά και τα είδη των κοινωνικών σχέσεων που χαρακτηρίζουν την αναψυχή”. Υπάρχουν “τρεις πιθανοί τρόποι με τους οποίους ο πολίτης σχετίζεται με τους πολιτιστικούς οργανισμούς: εκείνος του μέλους, του πελάτη και του καταναλωτή” (Clarke και Citcher, 1985, σσ. 95-96).

**Η πολιτιστική κατανάλωση**, σύμφωνα με τον Lefebvre, προσπαθεί να εγκλωβίσει κάθε στοιχείο που αναζητά νόημα, να διαλύσει το ίδιο το νόημα, να προκαλέσει σύγχυση μεταξύ παραλόγου, πραγματικότητας και ορθολογισμού (1968, σ. 181). Η αναψυχή, γενικότερα, γίνεται πρόβλημα κατανάλωσης από τη στιγμή που εμπορευματοποιείται, δηλαδή αφότου μετατρέπεται σε στοιχείο αγοραπωλησίας και παύει να είναι μια εμπειρία που προκύπτει από την οικογενειακή ή την κοινοτική ζωή (Wilson, 1987, σ. 51). Υπάρχει επίσης μια ασυμμετρία μεταξύ της αγοράς και της καθιερωμένης κοινωνικής τάξης: π.χ., στην πολιτιστική παραγωγή που απευθύνεται στη νεολαία (ειδικότερα στην Αγγλία και την Αμερική) δεν έχουμε αντιστοιχία μιας ισχυρής αγοράς με μία ισοδύναμη κοινωνική ή πολιτιστική εξουσία (Williams, 1981, σ. 224).

Η κατανάλωση (η οποία έχει μεγαλύτερη διάρκεια) αλληλοσυσχετίζεται με την παραγωγή, που σημαίνει ότι γίνονται προσπάθειες για την εξισορρόπησή τους, προσπάθειες που βρίσκουν εφαρμογές και στο χώρο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι “χώροι

πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Η σχέση μεταξύ λαϊκής και υψηλής κουλτούρας αποτελεί ένα από τα βασικά ζητήματα στη σύγχρονη μελέτη των πολιτιστικών βιομηχανιών (Goodall, 1995· Lamont και Fournier, 1992· Whiteley, 1994· Zolberg και Cherbo, 1997· Zukin, 1995).

Χωρίς να υπεισεέλθω στο θέμα της συχνής ταύτισης λαϊκής και μαζικής κουλτούρας, θα αναφέρω απλώς ότι η λαϊκή κουλτούρα χαρακτηρίζεται και αυτή από **αντιφατικότητα**: Από τη μία, αποτελεί έναν σύνθετο συνδυασμό υπόλοιπων, αυτοδημιούργητων και εξωτερικά παραγόμενων στοιχείων που εμπεριέχουν σημαντικές εσωτερικές αντιθέσεις, και, από την άλλη, συγκροτεί τον σπουδαιότερο τομέα όπου εκδηλώνεται η κεντρικά κατευθυνόμενη πολιτιστική παραγωγή που τείνει στην προσφερόμενη “παγκοσμιοτητα” στους σύγχρονους θεσμούς επικοινωνίας (Williams, 1981, σ. 228). Επιπλέον, διαθέτει κάποιο ποιοτικό επίπεδο και η κοινωνική της διάδοση έχει ευρύτητα (Dumazedier, 1980, σ. x).

Η λαϊκή κουλτούρα δεν συνδέεται αναγκαστικά με την παράδοση (βλέπε Μέρος 4.1.3.), και αυτό φαίνεται από το ότι το κατ’ εξοχήν κέντρο της μαζικότητας της κουλτούρας είναι η πόλη, γεγονός που οφείλεται κυρίως στο βελτιωμένο σύστημα τηλεπικοινωνιών και τον οργανωτικό εξοπλισμό των δραστηριοτήτων του ελεύθερου χρόνου (Dumazedier, 1974, σ. 175).

Η λαϊκή κουλτούρα διαθέτει δυναμική και αποτελεί χρήσιμο αναλυτικό εργαλείο. Σημειωτέον, όμως, ότι μια πολιτιστική δραστηριότητα δεν πρέπει αναγκαστικά να είναι δημοφιλής (πόσο μάλλον εμπορική) για να “λειτουργήσει” επαρκώς ή για να συνεισφέρει στην εξέλιξη της τέχνης (βλέπε το παράδειγμα του ρόλου της πρωτοπορίας). Η μαζικότητα αποτελεί ικανή, αλλά όχι αναγκαία συνθήκη, εφόσον τις περισσότερες φορές αναφέρεται συνήθως στη βραχυπρόθεσμη προοπτική και σπανίως εμπεριέχει τον πειραματισμό, εκτός του ότι είναι και δύσκολο να μετρηθεί επιστημονικά. Με αυτό τον τρόπο, το κεντρικό δίλημμα της διαμάχης, το οποίο είναι η αντίθεση μεταξύ καλλιτεχνικού και εμπορικού έργου (δηλαδή, η αντίθεση μεταξύ του καλλιτεχνικού επιπέδου ενός έργου και της ικανότητας διάδοσής του), τείνει να μεγαλοποιείται.

Ωστόσο, στη σημερινή εποχή, με την επίδραση κυρίως του μεταμοντερνισμού, τα όρια μεταξύ των δύο αυτών ειδών κουλτούρας δεν είναι ιδιαίτερα σαφή: για παράδειγμα τα μούζικαλ σήμερα είναι περισσότερο εμπορικά (ως CDs) όταν εκτελούνται από οπερατικούς καλλιτέχνες. Επίσης κάτι το οποίο σήμερα θεωρείται πρωτοποριακό μπορεί σε δύο χρόνια να είναι συνηθισμένο, και, κατ’ επέκταση, κάτι που τότε θα αφορά

συνδρομητικών τηλεοπτικών/ ραδιοφωνικών σταθμών, καθώς και εφημερίδων/ περιοδικών), και (γ) την ουσιαστικοποίηση του ρόλου της οικογένειας.

- iii. την αναγνώριση της σημασίας του χρόνου, ο οποίος αποτελεί το σημαντικότερο κριτήριο για την ουσιαστική αποτίμηση των πολύμορφων δραστηριοτήτων καθώς και για την αξιολόγηση των πολιτιστικών έργων. Με αυτό τον τρόπο, σε τελική ανάλυση εκείνο που διακυβεύεται, όπως ισχυρίζονται οι Clarke και Critcher, είναι ο χρόνος. “Ο χρόνος είναι ο αόρατος πόρος που βρίσκεται στη δομή πολλών συγκρούσεων και ανισοτήτων της αναψυχής. Ο χρόνος είναι εκείνος που κατανέμεται ανισότροπα μεταξύ εργαζομένων και μη, νέων και ηλικιωμένων και, κυρίως, μεταξύ ανδρών και γυναικών” (1985, σ. 239).

Οι πολιτιστικές δραστηριότητες μπορεί να διακριθούν σε “καλλιτεχνικές” (μουσική, κινηματογράφος, θέατρο, χορός) και “εκπαιδευτικές” (οι οποίες σχετίζονται με χώρους όπως αρχαιολογικούς, γκαλερί, μουσεία, βιβλιοθήκες) [Δέφνερ, 1992, σ. 412]. Ακόμα, οι καλές τέχνες αποτελούν πηγή ιδεών και παρέχουν ερεθίσματα σε ορισμένες εφαρμοσμένες τέχνες όπως μοντελίστ-ενδυματολόγοι, διακοσμητές, γραφίστες, φωτογράφοι, άτομα που ασχολούνται με στήσιμο βιτρίνων. Το ιδανικό είναι να υπάρχει μια ισορροπία μεταξύ καλλιτεχνικών και εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων, πράγμα που εξαρτάται και από την ανακαίνιση/βελτίωση των υπαρχόντων πολιτιστικών χώρων, καθώς και τη δημιουργία νέων πολιτιστικών χώρων.

#### 4.1.1. Η ΣΧΕΣΗ ΥΨΗΛΗΣ ΚΑΙ ΛΑΪΚΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ

Υπάρχει μια εσωτερική διάκριση στις δύο κατηγορίες των πολιτιστικών δραστηριοτήτων, η οποία αφορά κυρίως τις “καλλιτεχνικές” δραστηριότητες (αλλά και τις εκθέσεις) και σχετίζεται με το είδος της κουλτούρας (και όχι απαραίτητως του κοινού) με το οποίο σχετίζονται, δηλαδή, με την υψηλή ή χαμηλή κουλτούρα, ή, με άλλα λόγια, με ελιτίστικες ή λαϊκίστικες εκδηλώσεις. Οι ρίζες της αντίθεσης υψηλής/λαϊκής κουλτούρας ανάγονται στη διαμάχη μεταξύ του Adorno και του Benjamin στο πλαίσιο της Σχολής της Φρανκφούρτης (Frith, 1983). Η αναζωπύρωση της διαμάχης προέκυψε κυρίως από την επικαιρότητα των επεξεργασιών της Σχολής της Φρανκφούρτης για την πολιτιστική βιομηχανία (Adorno, 1951/1990, 1967/1989 και 1991· Benjamin, 1978· Bennett, 1982/1988· Bonner και Kellner, 1989· Horkheimer και Adorno, 1986· Σαρίκας, 1984) σε συνδυασμό με τη συζήτηση για το μεταμοντερνισμό και για την εμπορευματοποίηση των

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΣΣΕΡΑ

### Η ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

#### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

4.1. ΟΙ ΠΟΛΥΠΛΕΥΡΕΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ .....	66
4.1.1. Η ΣΧΕΣΗ ΥΨΗΛΗΣ ΚΑΙ ΛΑΪΚΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ.....	67
4.1.2. Η ΣΧΕΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ .....	69
4.1.3. Η ΣΧΕΣΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΡΝΙΣΜΟΥ .....	71
4.2. Η ΣΥΜΒΟΛΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ .....	74
4.3. ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ .....	76
4.3.1. Η ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΩΝ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΟΛΕΩΝ.....	76
4.3.2. ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΗΣ ΜΕΓΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΘΕΤΙΚΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	77
4.4. Η ΑΛΛΑΓΗ/ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΦΥΣΙΟΓΝΩΜΙΑΣ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΟΛΕΩΝ .....	78
4.4.1. Η ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΚΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ....	78
4.4.2. Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ.....	81
4.5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	83

#### 4.1. ΟΙ ΠΟΛΥΠΛΕΥΡΕΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η πολιτισμική ανάπτυξη των περιφερειών και των πόλεων αφορά τρεις παράγοντες οι οποίοι αλληλοσυσχετίζονται:

- i. την αναβάθμιση των πολιτιστικών χώρων, η οποία αποτελεί πρωτίστως ένα βραχυπρόθεσμο στόχο που αφορά κυρίως τις πόλεις.
- ii. την αναβάθμιση του πολιτιστικού επιπέδου των κατοίκων, η οποία αποτελεί πρωτίστως ένα μακροπρόθεσμο στόχο που αφορά κυρίως τη σημερινή νεολαία (11-24 ετών) στο γενικότερο επίπεδο της χώρας. Σχετίζεται με τους τρεις σημαντικότερους παράγοντες κοινωνικοποίησης, δηλαδή: (α) τη βελτίωση της εκπαίδευσης που παρέχεται στα σχολεία, τα πανεπιστήμια και άλλα ιδρύματα (αλλά και των αντίστοιχων εκπαιδευτικών χώρων είτε δημόσιων είτε ιδιωτικών πράγμα που αφορά τις πόλεις), (β) τη διαφοροποίηση του ρόλου των ΜΜΕ (είτε κρατικών, είτε ιδιωτικών, είτε

- \*Zukin S. (1995), *The Cultures of Cities* (Oxford: Blackwell). [εκτενής περίληψη στα Ελληνικά υπάρχει στο Θ. ΜΑΛΟΥΤΑΣ (1997) *Γεωγραφία του Αστικού Χώρου Ι*, Πανεπιστημιακές Παραδόσεις (Βόλος: ΤΜΧΠΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας), σσ. 6.1-6.6]