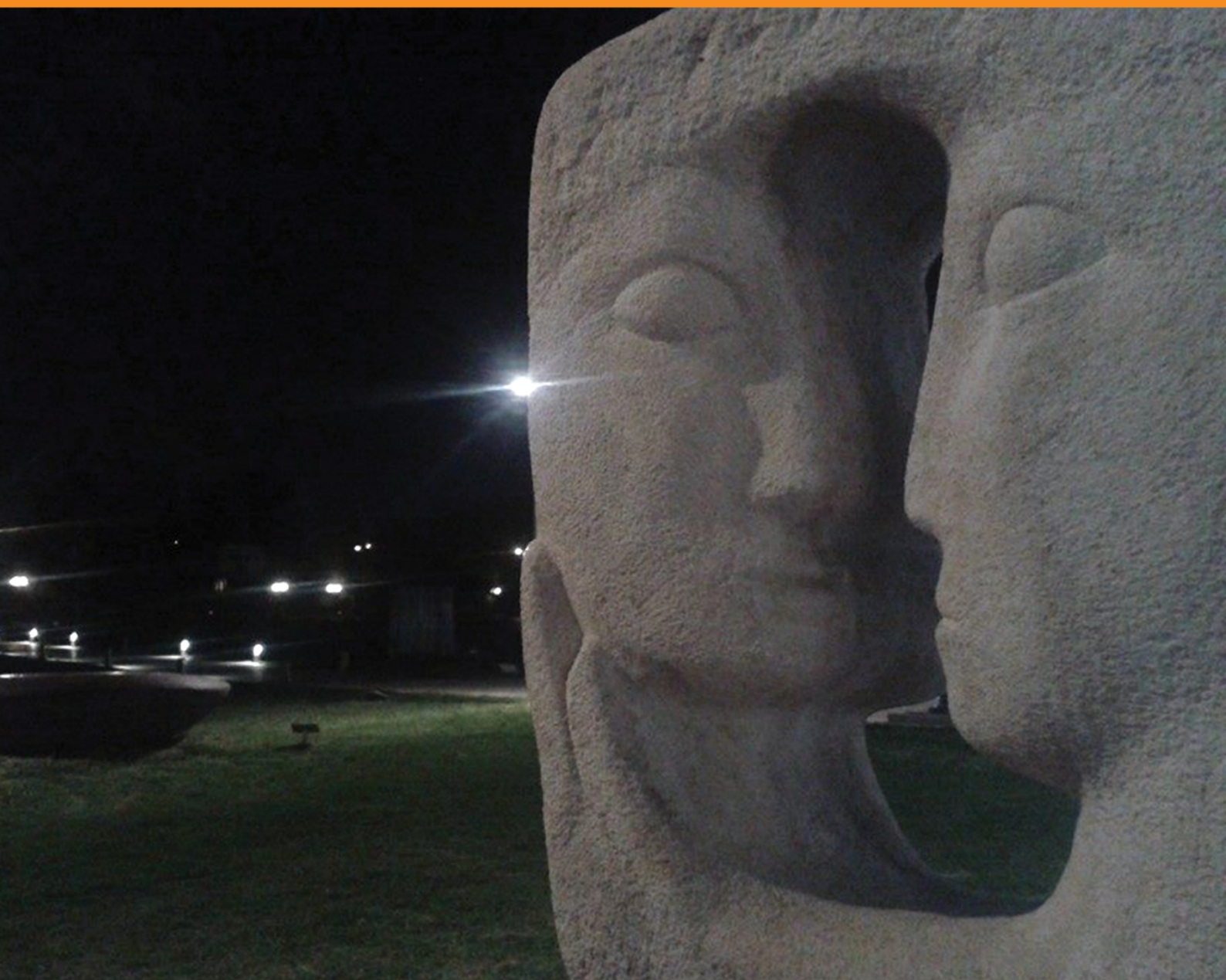


Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη

Ι. Πούλιος

Μ. Αλιβιζάτου, Γ. Αραμπατζής, Α. Γιαννακίδης,
Ν. Καραχάλης, Ε. Μάσχα, Μ. Μούλιου, Μ. Παπαδάκη,
Χ. Προσύλης, Σ. Τουλούπα



Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά
Συγγράμματα και Βοηθήματα
www.kallipos.gr

HEALLINK
Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΣΠΑ
2007-2013
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

ΙΩΑΝΝΗΣ ΠΟΥΛΙΟΣ
Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

ΜΑΡΙΛΕΝΑ ΑΛΙΒΙΖΑΤΟΥ – ΓΙΩΡΓΟΣ ΑΡΑΜΠΙΑΤΖΗΣ
ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΓΙΑΝΝΑΚΙΔΗΣ
ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΚΑΡΑΧΑΛΗΣ
ΕΥΧΑΡΙΣ ΜΑΣΧΑ – ΜΑΡΛΕΝ ΜΟΥΛΙΟΥ
ΜΑΡΙΑ ΠΑΠΑΔΑΚΗ – ΧΡΗΣΤΟΣ ΠΡΟΣΥΛΗΣ
ΣΜΑΡΑΓΔΑ ΤΟΥΛΟΥΠΑ

Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη



Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά
Συγγράμματα και Βοηθήματα
www.kallipos.gr

Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη

Συγγραφή

Ιωάννης Πούλιος

Μ. Αλιβιζάτου – Γ. Αραμπατζής – Α. Γιαννακίδης

Ν. Καραχάλης – Ε. Μάσχα – Μ. Μούλιου

Μ. Παπαδάκη – Χ. Προσύλης – Σμαράγδα Τουλούπα

Κριτικός αναγνώστης

Αλκιβιάδης Πρέπης

Συντελεστές έκδοσης

Γλωσσική Επιμέλεια: Κορίννα Φαναρά

Γραφιστική Επιμέλεια: Αντώνιος Κρινής

Τεχνική Επεξεργασία: Αντώνιος Κρινής

Εξώφυλλο: Γιώργος Κορδονούλης – Έρση Σωτηρίου

ISBN: 978-960-603-444-2

Copyright © ΣΕΑΒ, 2015



Το παρόν έργο αδειοδοτείται υπό τους όρους της άδειας Creative Commons Αναφορά Δημιουργού – Μη Εμπορική Χρήση – Όχι Παράγωγα Έργα 3.0. Για να δείτε ένα αντίγραφο της άδειας αυτής επισκεφτείτε τον ιστότοπο <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/gr/>

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ

Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο

Ηρώων Πολυτεχνείου 9, 15780 Ζωγράφου

www.kallipos.gr

*Στους νεότερους συναδέλφους
με την ευχή να επιτύχουν τους στόχους τους,
παρά τις αντιξοότητες της εποχής.*

Πίνακας περιεχομένων

Πίνακας περιεχομένων.....	9
Πίνακας συντομεύσεων-ακρωνύμια	12
Πρόλογος – Ευχαριστίες.....	14
Εισαγωγή	15
Κεφάλαιο 1 - Πολιτισμική Ταυτότητα, Τοπική Κοινωνία Και Βιώσιμη Ανάπτυξη	21
1.1 Προς μια θεωρητική προσέγγιση του «ξένου»	21
1.2 Ευρώπη και πολιτικές μετανάστευσης.....	22
1.3 Ένταξη ή περιθωριοποίηση	23
1.4 Η πολιτισμική διαδικασία παραγωγής της αξίας.....	24
1.5 Οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις και οι Πολιτιστικές Δράσεις για τις μεταναστευτικές ομάδες.....	25
1.6 Το Δίκτυο για τα Δικαιώματα του Παιδιού και το Εργαστήρι Πολιτισμού	25
1.7 Ένα παράδειγμα καλής πρακτικής από τον ευρωπαϊκό χώρο	28
1.8 Εν κατακλείδι.....	28
Κεφάλαιο 2 - Διαχείριση Υλικής Πολιτισμικής Κληρονομιάς, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη	32
2.1 Εισαγωγή: ιστορική εξέλιξη, περιεχόμενο, χαρακτηριστικά, ορισμός διαχείρισης υλικής πολιτισμικής κληρονομιάς	32
2.2 Τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη	36
2.3 Μοντέλα διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς.....	37
2.4 Επίλογος.....	49
Κεφάλαιο 3 - Διαχείριση Άυλης Πολιτισμικής Κληρονομιάς, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη	55
3.1 Θεωρητικό πλαίσιο – Διεθνής πραγματικότητα.....	55
3.2 Παράδειγμα από την Ελλάδα: Μεσογειακή Διατροφή	62
3.3 Συμπεράσματα	68
Κεφάλαιο 4 - Το Μουσείο Ως Ποιότητα, Εμπειρία, Αστικό Σύμβολο Και Ήπια Δύναμη. Παραδείγματα Από Τη Διεθνή Και Εγχώρια Μουσειακή Πρακτική	74
4.1 Εισαγωγικές σκέψεις.....	74
4.2 Το μουσείο ως ποιότητα: επαγγελματισμός και πιστοποίηση μουσείων.....	76
4.3 Το μουσείο ως εμπειρία, αστικό σύμβολο και μέσο αστικής αναγέννησης.....	80
4.4 Το μουσείο ως ήπια δύναμη	86
Κεφάλαιο 5 – Σύγχρονη Πολιτισμική – Καλλιτεχνική Δημιουργία (Cultural-Creative Industries), Τοπική Κοινωνία Και Βιώσιμη Ανάπτυξη	96
5.1 Εισαγωγή.....	96
5.2 Η πολιτισμική-καλλιτεχνική δημιουργία και η διαχείρισή της.....	97
5.3 Η πολιτιστική πολιτική	98
5.4 Οι συνδέσεις	99

5.5 Το παράδειγμα του Φεστιβάλ Ελληνικού Κινηματογράφου Λονδίνου	100
Κεφάλαιο 6 - Τουρισμός, πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη...	103
6.1 Τουρισμός.....	103
6.2 Τουρισμός, πολιτισμική διαχείριση και τοπική κοινωνία.....	103
6.3 Τουρισμός, πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη.....	104
6.4 Διεθνής εμπειρία: καλές πρακτικές.....	105
6.5 Ελληνική πραγματικότητα.....	106
6.6 Συμπεράσματα: Συσχέτιση της ελληνικής πραγματικότητας με τη διεθνή εμπειρία.....	110
Κεφαλαίο 7 - Στρατηγικές διαχείρισης της εικόνας και της προβολής των πόλεων (city branding) και πολιτιστική αναζωογόνηση	116
7.1 Πόλεις, Πολιτισμός και City Branding – Εισαγωγή.....	116
7.2 Μάρκετινγκ και branding πόλεων	118
7.3 Ο ρόλος του πολιτισμού στις στρατηγικές city marketing και branding.....	120
7.4 Η ελληνική εμπειρία	125
7.5 Βιώσιμη αστική ανάπτυξη, πολιτισμός και κρίση	128
Κεφαλαίο 8 – Οι ψηφιακές τεχνολογίες ως εργαλεία στη διάθεση της τοπικής κοινωνίας.....	134
8.1. Εισαγωγή.....	134
8.2 Ψηφιακά Πολιτισμικά Προϊόντα.....	135
8.3 Βιώσιμες Επενδύσεις σε Ψηφιακά Πολιτισμικά Προϊόντα.....	135
8.4. Το ισχύον μοντέλο ανάθεσης Ψηφιακών Πολιτισμικών Προϊόντων στην Ελλάδα	136
8.5. Προς ένα καινοτόμο μοντέλο ανάθεσης και συνεκμετάλλευσης Ψηφιακών Πολιτισμικών Προϊόντων μεταξύ Δημοσίου και ιδιωτικών επιχειρήσεων	136
Κόστος παραγωγής και δικαιώματα χρήσης:.....	136
8.6. Ένας θησαυρός από ψηφιοποιημένα αρχεία.....	137
8.7 Εικονικές Εφαρμογές Περιήγησης και Ξεναγησης σε Αρχαιολογικό Χώρο ή Εθνικό Δρυμό.....	137
8.8 Πρωτοτυπία και Μοναδικότητα των Ψηφιακών Πολιτισμικών Προϊόντων.....	138
8.9 Το παράδειγμα του Εικονικού Ξεναγού της Ακρόπολης των Αθηνών.....	139
8.10 Επίλογος.....	140
Κεφάλαιο 9 - Αναπτυξιακά-ενεργειακά έργα, πολιτισμικό περιβάλλον, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη	142
9.1 Εισαγωγή.....	142
9.2 Παραδείγματα μελέτης.....	144
9.3 Θεωρία: μια ιδεατή εικόνα.....	146
9.4 Η πράξη: η ρεαλιστική εικόνα	152
9.5 Προτάσεις: μια νέα προσέγγιση	154
9.6 Επίλογος.....	156
Συμπεράσματα - Προβληματισμοί για το Παρόν και το Μέλλον: Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπικές Κοινωνίες και Βιώσιμη Ανάπτυξη στην Ελλάδα την Εποχή της Κρίσης	160
Βιογραφικά Συγγραφέων	165

Πίνακας συντομεύσεων-ακρωνύμια

Ελληνόγλωσσα

ΑΠΕ	Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας
ΓΣΠ	Γεωγραφικό Σύστημα Πληροφοριών
ΔΕΗ	Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού
ΔΕΥΑΛ	Δημοτική Επιχείρηση Ύδρευσης και Αποχέτευσης Λάρισας
ΔΗΠΕΘΕ	Δημοτικό Περιφερειακό Θέατρο
ΔΜΕΕΠ	Διεύθυνσης Μουσείων, Εκθέσεων και Εκπαιδευτικών Προγραμμάτων
ΔΟΜ	Διεθνής Οργανισμός Μετανάστευσης
ΕΕ	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΚΚΕ	Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών
ΕΚΤ	Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης
ΕΛΑΣ	Ελληνική Αστυνομία
ΕΞ	Εικονικοί Ξεναγοί
ΕΟΤ	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
ΕΟΚ	Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα
ΕΟΧ	Ευρωπαϊκός Οικονομικός Χώρος
ΕΠ	Εικονικές Περιηγήσεις
ΕΣΠΑ	Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς
ΕΤΟΥΣΕΠ	Εργαστήριο Τουριστικού Σχεδιασμού, Έρευνας και Πολιτικής
ΙΜΔ	Ίδρυμα Μεσογειακής Διατροφής: FDM (η σύντμηση στα Ισπανικά από το Fundación Dieta Mediterránea)
ΜΚΟ	Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις
ΜΠΕ	Μελέτη Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων
ΝΠΔΔ	Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου
ΟΗΕ	Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών
ΟΛΠ	Οργανισμός Λιμένος Πειραιώς
ΠΔ	Προεδρικό Διάταγμα
ΠΙΟΠ	Πολιτιστικό ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς
ΠΜΣ	Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
ΣΔΙΕ	Συνεργασία Δημοσίου και Ιδιωτικών Εταιρειών
ΣΔΠ	Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου
ΤΑΠ	Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων
ΤΧΜΠΠΑ	Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης
ΥΑ	Υπουργική Απόφαση
ΥΠΠΟ	Υπουργείο Πολιτισμού, Παιδείας και Θρησκευμάτων
ΥΠΠΟΑ	Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού
ΦΕΚ	Φύλλο Εφημερίδας Κυβέρνησης

ΨΕΕ	Ψηφιακά Εργαλεία Επικοινωνίας
ΨΕΤ	Ψηφιακά Εργαλεία Τεκμηρίωσης
ΨΠΠ	Ψηφιακά Πολιτισμικά Προϊόντα

Ξερόγλωσσα

AAM	American Association of Museums
CAMOC	International Committee for the Collections and Activities of Museums of Cities
CMS	Content Management System
Eurodac	European Dactyloscopy
Eurostat	European Statistics
FDM	Fundación Dieta Mediterránea
Frontex	Frontières extérieures (external borders, εξωτερικά σύνορα)
ICCROM	International Centre for the Study of the Preservation and restoration of Cultural Property
ICOM	International Council of Museums
Icomos	International Council of Monuments and Sites
ICR	International Committee for Regional Museums
MICE	Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions
MLA	Museums, Libraries and Archives
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development
PPP	Public & Private Partnerships
SOAM	Supporting Organizations that assist migrant asylum seeking population in Greece
STAM	Stadsmuseum Gent Museum
Unesco	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
WIPO	World Intellectual Property Organization (Διεθνής Οργανισμός Πνευματικής Ιδιοκτησίας)

Πρόλογος – Ευχαριστίες

Θερμές ευχαριστίες οφείλονται στο πρόγραμμα Ελληνικά Ακαδημαϊκά Συγγράμματα και Βοηθήματα «Κάλλιπος», το οποίο μας έδωσε τη δυνατότητα - και μάλιστα, στην τρέχουσα δύσκολη οικονομική περίοδο - να υλοποιήσουμε τη συγγραφή και έκδοση του παρόντος συγγράμματος. Ευχαριστούμε ιδιαίτερα το προσωπικό του Προγράμματος για την παροχή στήριξης σε όλη τη διάρκεια της πορείας του συγγράμματος, καθώς και τους κριτές για τις εποικοδομητικές επισημάνσεις τους.

Ευχαριστώ προσωπικά τους συγγραφείς για την εξαιρετική συνεργασία την οποία είχαμε: Μαριλένα Αλιβιζάτου, Γεώργιο Αραμπατζή, Αλέξανδρο Γιαννακίδη, Νικόλαο Καραχάλη, Εύχαρι Μάσχα και Μάρλεν Μούλιου, Μαρία Παπαδάκη και Χρήστο Προσύλη και Σμαράγδα Τουλούπα, καθώς και τον κριτικό αναγνώστη Αλκιβιάδη Πρέπη για την παρουσία του και για τις στοχευμένες επισημάνσεις του.

Ευχαριστώ τους συντελεστές, για την απαραίτητη και πολύτιμη συμβολή τους:

Την Κορίννα Φαναρά, η οποία ανέλαβε μεγάλο μέρος της ευθύνης του εγχειρήματος καθώς και τον συντονισμό της γλωσσικής και βιβλιογραφικής επιμέλειας, καθώς και τον Στέλιο Ζαχαριά για τη στήριξη της προσπάθειας.

Τον Αντώνη Κρινή για την επιμέλεια του τεχνικού μέρους.

Την Τζίνα Πανδρούλα για τη συμβολή της στην επιλογή της φωτογραφίας του εξωφύλλου, τον Γιώργο Κορδονούλη για την παραχώρηση της φωτογραφίας και την Έρση Σωτηρίου για τη γραφιστική επιμέλεια του εξωφύλλου.

Τους Χριστίνα Γιαννοπούλου, Σπυριδούλα Δημητρακοπούλου και Κέλλη Ουσαντζοπούλου για τη συμβολή τους στη γλωσσική και βιβλιογραφική επιμέλεια, καθώς και τον Παναγιώτη Φαναρά για τις συμβουλές του στον τομέα αυτό.

Η επιτυχής ολοκλήρωση του συγγράμματος οφείλεται σε όλους από κοινού.

Από πλευράς μου, το βιβλίο αφιερώνεται στους αδελφικούς μου φίλους Χρήστο Πιλαφά. Μάνο Χατζηγιάννη, Νίκο Σακκά και Θεωδωρή Καραγιαννάκο.

Ιωάννης

Εισαγωγή

Ιωάννης Πούλιος*

Πλαίσιο εννοιών

Πολιτισμική διαχείριση

Η πολιτισμική διαχείριση είναι ένας σχετικά νέος επιστημονικός και επαγγελματικός κλάδος στην Ελλάδα.

Ετυμολογικά, ο όρος «**διαχείριση**» προέρχεται από το ρήμα «δια-χειρίζομαι»: περνώ κάτι από τα χέρια μου, «κάνω τις απαραίτητες ενέργειες για (κάτι που υπάγεται στην αρμοδιότητά μου), αποφασίζω τι πρέπει να γίνει για κάθε περίπτωση» (Μπαμπινιώτης, 1998). Η «διαχείριση», όμως, ως καθιερωμένος τεχνικός όρος αποτελεί μεταφορά στην ελληνική γλώσσα του αγγλικού όρου *management* (<http://www.oed.com>), ο οποίος χρησιμοποιήθηκε αρχικά και εξακολουθεί να χρησιμοποιείται στον οικονομικό και επιχειρηματικό κλάδο και στη συνέχεια εφαρμόστηκε, μεταξύ άλλων, και στην περίπτωση του πολιτισμού: «**πολιτισμική διαχείριση**» (ή «διαχείριση του πολιτισμού»).

Ο όρος «**πολιτισμική διαχείριση**» (ή «διαχείριση του πολιτισμού»)¹ αναφέρεται στο σύνολο του πολιτισμού και συγκεκριμένα στη:

1. **Διαχείριση της πολιτισμικής ταυτότητας**, ως μέρους της διαχείρισης ενός ευρύτερου **πολιτιστικού κεφαλαίου** (αποδιδόμενου με τον όρο *capital culture / cultural capital*).
2. **Διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς** (αποδιδόμενη στην αγγλική γλώσσα με τον όρο *cultural heritage management/conservation*), η οποία ενέχει την έννοια της προστασίας-διαφύλαξης στοιχείων του παρελθόντος στο παρόν και στο μέλλον. Ο όρος «διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς», ειδικότερα, αναφέρεται συνηθέστερα στην **υλική** πολιτισμική κληρονομιά (*material/tangible cultural heritage*), αλλά και στην **άυλη / μη υλική** πολιτισμική κληρονομιά (*intangible/less tangible cultural heritage*). Παραδείγματα άυλης / μη υλικής πολιτισμικής κληρονομιάς είναι οι μύθοι, οι προφορικές παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμα, ο χορός.
1. Ο όρος «υλική πολιτισμική κληρονομιά» επικεντρώνεται στην «**ακίνητη** πολιτισμική κληρονομιά» (*immovable cultural heritage*), δηλαδή στους αρχαιολογικούς χώρους και τα μνημεία (*archaeological/heritage/cultural monuments and sites*). Η «**κινητή** πολιτισμική κληρονομιά» (*movable cultural heritage*), δηλαδή τα μουσειακά εκθέματα και οι συλλογές (*museum exhibits/collections*), έχει επικρατήσει να αποτελεί αντικείμενο ειδικότερου ενδιαφέροντος του κλάδου της «**μουσειολογίας**» (*museum studies*).
3. **Διαχείριση σύγχρονων μορφών καλλιτεχνικής και πολιτισμικής δημιουργίας** (αποδιδόμενη με τον όρο *cultural management*), με εστίαση στον οικονομικό παράγοντα. Παραδείγματα σύγχρονων μορφών πολιτισμού είναι η μουσική, το θέατρο, ο κινηματογράφος, η σύγχρονη τέχνη (*arts management*) και ο αθλητισμός (*sports management*).

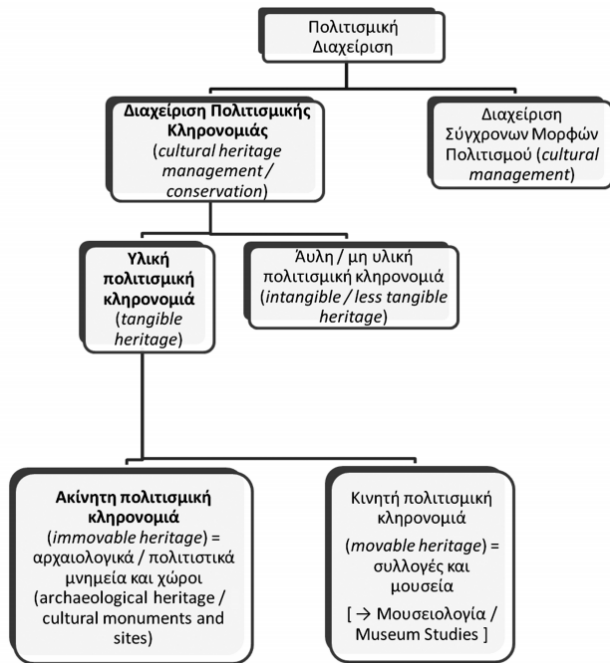
Η διάκριση των παραπάνω όρων-κατηγοριών αποτυπώνεται στο σχεδιάγραμμα που ακολουθεί (Σχήμα 1). Θα πρέπει να σημειωθεί ότι σε όλα τα παραπάνω ζεύγη όρων-κατηγοριών (πολιτισμική κληρονομιά - σύγχρονες μορφές πολιτισμού, υλική - άυλη πολιτισμική κληρονομιά, ακίνητη - κινητή πολιτισμική κληρονομιά) παρατηρούνται περιπτώσεις στις οποίες η διάκριση ανάμεσα στις κατηγορίες δεν είναι εύκολη, αυτό όμως δεν συνεπάγεται και την κατάργηση των διαφορετικών όρων-κατηγοριών. Παραδείγματα: η μουσική και ο χορός εντάσσονται στην άυλη πολιτισμική κληρονομιά, ωστόσο οι παρτιτούρες και οι φορεσιές που

* Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο – Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου – UNESCO School on Sustainable Energy Governance in World Heritage Sites

¹ Οι όροι «πολιτισμική διαχείριση» και «πολιτιστική διαχείριση», όπως και οι όροι «πολιτισμική κληρονομιά» και «πολιτιστική κληρονομιά» δεν διαφέρουν ουσιαστικά, καθώς η μικρή διαφοροποίησή τους ως προς την ετυμολογία τις περισσότερες φορές δεν αντανάκλαται στη χρήση τους (Μπαμπινιώτης, 1998).

συνδέονται άμεσα με τη μουσική και τον χορό ανήκουν στην υλική πολιτισμική κληρονομιά. Επίσης, ο γλυπτός διάκοσμος του Παρθενώνα, όπως αρχικά δημιουργήθηκε ως αναπόσπαστο μέλος του ναού, εντάσσεται στην υλική ακίνητη πολιτισμική κληρονομιά, όταν όμως αποσπάστηκε (από επίθεση/κλοπή ή για λόγους αποτελεσματικότερης προστασίας) εντάχθηκε στην κινητή πολιτισμική κληρονομιά.

Η πολιτισμική διαχείριση στο σύνολό της σχετίζεται και με άλλους κλάδους, όπως: τον τουρισμό, την αστική διαχείριση και προβολή (branding), την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και την υλοποίηση αναπτυξιακών και ενεργειακών έργων.



Σχήμα 1. Η έννοια της Πολιτισμικής Διαχείρισης (Πηγή: Πούλιος, 2010)

Βιώσιμη ανάπτυξη

Η βιώσιμη ανάπτυξη αποτελεί απαίτηση της εποχής, για το παρόν και για το μέλλον. Η «βιώσιμη (ή αειφόρος) ανάπτυξη» μπορεί να οριστεί ως «η ανάπτυξη που ανταποκρίνεται στις ανάγκες του παρόντος, χωρίς να υπονομεύει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ανταποκριθούν στις δικές τους» (United Nations, 1987). Η βιώσιμη ανάπτυξη περιέχει δύο βασικές έννοιες: α) την κάλυψη των αναγκών, ειδικότερα των βασικών αναγκών των φτωχών του κόσμου, στις οποίες πρέπει να δοθεί προτεραιότητα και β) τους περιορισμούς που επιβάλλονται από την κατάσταση της τεχνολογίας και της κοινωνικής οργάνωσης επί της δυνατότητας του περιβάλλοντος να ανταποκριθεί στις παρούσες και μελλοντικές ανάγκες (United Nations, 2015). Επομένως, η βιώσιμη ανάπτυξη αφορά τη βελτίωση της ποιότητας ζωής μέσα στο πλαίσιο της φέρουσας ικανότητας (carrying capacity) των υποστηρικτικών οικοσυστημάτων. Βιώσιμη ανάπτυξη επιτυγχάνεται όταν κάθε αναπτυξιακή πολιτική υποστηρίζεται από μια ανάλυση κόστους-οφέλους, που ενδυναμώνει την περιβαλλοντική προστασία και οδηγεί σε αυξανόμενα και διατηρήσιμα επίπεδα ευημερίας (<http://www.worldbank.org/en/topic/sustainabledevelopment/overview#1>).

Η βιώσιμη ανάπτυξη εκφράζεται και αξιολογείται μέσα από την περιβαλλοντική/οικολογική, οικονομική και κοινωνική διάστασή της (Σχήμα 2). Η περιβαλλοντική διάσταση περιλαμβάνει την προστασία του περιβάλλοντος, τη διατήρηση της βιοποικιλότητας και την πρόληψη και μείωση της περιβαλλοντικής ρύπανσης. Η οικονομική διάσταση αφορά στην οικονομική ευημερία, στο υψηλό επίπεδο ζωής, στην πλήρη απασχόληση και στην ποιότητα εργασίας. Η κοινωνική διάσταση βασίζεται στην κοινωνική δικαιοσύνη και συνοχή. Στοχεύει στην προώθηση μιας δημοκρατικής, υγιούς, ασφαλούς και δίκαιης κοινωνίας, που βασίζεται στην κοινωνική ένταξη και τη συνοχή, σέβεται τα θεμελιώδη δικαιώματα και την πολιτισμική ποικιλομορφία, διασφαλίζει την ισότητα των ανθρώπων και καταπολεμά κάθε μορφή διάκρισης. Η κοινωνική βιωσιμότητα προσεγγίζεται από την οπτική της κοινωνικής αποδοχής. Με δεδομένο ότι οι άνθρωποι και το περιβάλλον στο οποίο αναπτύσσονται και δραστηριοποιούνται δεν λειτουργούν χωριστά αλλά ως ένα ενιαίο σύνολο, για την

επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης είναι απαραίτητο οι τρεις πυλώνες να αναπτύσσονται εξίσου και να αλληλοεπιδρούν με συγκεκριμένο τρόπο. Η βιώσιμη ανάπτυξη συνεπάγεται τη συμμόρφωση με αντίστοιχες προϋποθέσεις και περιορισμούς (περιβαλλοντικούς, οικονομικούς, κοινωνικούς).



Σχήμα 2. Η έννοια της Βιώσιμης Ανάπτυξης

Πολιτισμική διαχείριση και βιώσιμη ανάπτυξη

Η πολιτισμική διαχείριση / διαχείριση του πολιτισμού –στις διαφορετικές μορφές του– μπορεί να καταστεί, υπό τις απαραίτητες προϋποθέσεις, μοχλός βιώσιμης ανάπτυξης. Η πολιτισμική διαχείριση συνδέεται με τη βιώσιμη ανάπτυξη με ποικίλους τρόπους. Στο παραπάνω σχεδιάγραμμα, ο πολιτισμός μπορεί να ενταχθεί στον περιβαλλοντικό/οικολογικό πυλώνα, δεδομένου ότι το περιβάλλον είναι και φυσικό και πολιτισμικό (ή ανθρωπογενές). Επίσης, ο πολιτισμός μπορεί να ενταχθεί στον κοινωνικό πυλώνα δεδομένου ότι ο πολιτισμός αποτελεί κοινωνική δημιουργία. Ακόμη, ορισμένες φορές ο πολιτισμός, προκειμένου να αναδειχτεί περαιτέρω η ιδιαιτερότητα και η σημασία του, προβάλλεται και ως τέταρτος πυλώνας της βιώσιμης ανάπτυξης.

Τοπική κοινωνία, πολιτισμική διαχείριση και βιώσιμη ανάπτυξη

Η **τοπική κοινωνία** συνδέεται άμεσα και με τις δύο έννοιες. Με την έννοια της πολιτισμικής διαχείρισης συνδέεται ως προς το ότι η δημιουργία, ανάπτυξη και προστασία του πολιτισμού –στις διαφορετικές μορφές του– είναι κατά βάση έργο και ευθύνη της τοπικής κοινωνίας. Με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης συνδέεται λόγω του ότι η βιώσιμη ανάπτυξη αφορά πρωτίστως την τοπική κοινωνία.

Στόχοι, σε ποιους απευθύνεται

Στόχος του παρόντος συγγράμματος είναι η μελέτη της σχέσης ανάμεσα στην πολιτισμική διαχείριση, την τοπική κοινωνία και τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Στο πλαίσιο αυτό, το σύγγραμμα:

- «Αγκαλιάζει» τον συνολικό κλάδο της πολιτισμικής διαχείρισης.
- Προσεγγίζει το επίκαιρο ζήτημα της βιώσιμης ανάπτυξης με τρόπο διεπιστημονικό.
- Εστιάζει στην τοπική κοινωνία και στον καθοριστικό της ρόλο για τη σύνδεση πολιτισμικής διαχείρισης και βιώσιμης ανάπτυξης.
- Αναδεικνύει ορισμένους ιδιαίτερα σημαντικούς –ταυτόχρονα, όμως, μη επαρκώς ανεπτυγμένους ερευνητικά ή και προβληματικούς σε σχέση με την πολιτισμική διαχείριση– τομείς βιώσιμης ανάπτυξης στην Ελλάδα, όπως η εκπόνηση αναπτυξιακών και ενεργειακών έργων.

Το σύγγραμμα συνδέει τη θεωρία (θεωρητικό πλαίσιο και αρχές) με την πράξη (παραδείγματα έρευνας), καθώς και τη διεθνή πραγματικότητα με την ελληνική.

Απώτερος σκοπός του είναι να εξετάσει: α) πώς η ελληνική πραγματικότητα εντάσσεται στις διεθνείς εξελίξεις, αλλά και β) πώς η ελληνική πραγματικότητα μπορεί να συμβάλει στην πρόοδο των διεθνών εξελίξεων.

Στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης και λόγω του διεπιστημονικού του χαρακτήρα, το βιβλίο απευθύνεται, ως βοήθημα (συμπληρωματικό-ενισχυτικό του κύριου συγγράμματος), σε **προπτυχιακούς φοιτητές** διάφορων τμημάτων: π.χ. κοινωνιολογίας, αρχαιολογίας, πολιτισμικών σπουδών, τουριστικών σπουδών και τεχνικών έργων. Συγχρόνως, όμως, μπορεί να αξιοποιηθεί και από **μεταπτυχιακούς φοιτητές**. Επιπλέον, λόγω της σύνδεσης θεωρίας και πράξης, μπορεί να βοηθήσει και τους **επαγγελματίες** των επιμέρους κλάδων.

Δομή

Η δομή του συγγράμματος καθορίζεται από τους επιμέρους τομείς της πολιτισμικής διαχείρισης.

- Κεφάλαιο 1: Πολιτισμική Ταυτότητα, Τοπική Κοινωνία Και Βιώσιμη Ανάπτυξη.
- Κεφάλαιο 2: Διαχείριση Υλικής Πολιτισμικής Κληρονομιάς, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη.
- Κεφάλαιο 3: Διαχείριση Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη.
- Κεφάλαιο 4: Το Μουσείο Ως Ποιότητα, Εμπειρία, Αστικό Σύμβολο Και Ήπια Δύναμη. Παραδείγματα Από Τη Διεθνή Και Εγχώρια Μουσειακή Πρακτική.
- Κεφάλαιο 5: Σύγχρονη Πολιτισμική – Καλλιτεχνική Δημιουργία (Cultural-Creative Industries), Τοπική Κοινωνία Και Βιώσιμη Ανάπτυξη.
- Κεφάλαιο 6: Τουρισμός, πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη.
- Κεφάλαιο 7: Στρατηγικές διαχείρισης της εικόνας και της προβολής των πόλεων (city branding) και πολιτιστική αναζωογόνηση.
- Κεφάλαιο 8: Οι ψηφιακές τεχνολογίες ως εργαλεία στη διάθεση της τοπικής κοινωνίας.
- Κεφάλαιο 9: Αναπτυξιακά-ενεργειακά έργα, πολιτισμικό περιβάλλον, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη.

Η ενδεικτική δομή κάθε κεφαλαίου έχει ως εξής:

1. Ορολογία βασικών εννοιών κάθε κεφαλαίου και σημασία τους.
2. Θεωρητικό πλαίσιο: σύνδεση των βασικών εννοιών κάθε κεφαλαίου με τις βασικές έννοιες του βιβλίου, δηλαδή την τοπική κοινωνία και τη βιώσιμη ανάπτυξη
3. Διεθνής πραγματικότητα: τάσεις, βέλτιστες πρακτικές και παραδείγματα.
4. Ελληνική πραγματικότητα: τάσεις, πρακτικές (κακές ή/και καλές) και παραδείγματα.
5. Συσχέτιση της ελληνικής πραγματικότητας με τη διεθνή πραγματικότητα: α) πώς η ελληνική πραγματικότητα μπορεί να ενταχθεί στις διεθνείς εξελίξεις, εφαρμόζοντας τις διεθνείς βέλτιστες πρακτικές), αλλά και πιθανόν β) πώς η ελληνική πραγματικότητα μπορεί να συμβάλει στην πρόοδο των διεθνών εξελίξεων, ανανεώνοντας τις διεθνείς βέλτιστες πρακτικές.
6. Ασκήσεις-δραστηριότητες κατανόησης και εμπάθυνσης.
7. Βιβλιογραφικές αναφορές.

Μεθοδολογία

Το σύγγραμμα «αγκαλιάζει» τον συνολικό κλάδο της πολιτισμικής διαχείρισης, και για τον λόγο αυτόν ως συγγραφείς επιλέχθηκαν συνάδελφοι από διαφορετικούς τομείς της πολιτισμικής διαχείρισης. Επίσης, με δεδομένο ότι το σύγγραμμα συνδέει θεωρία με πράξη, επιλέχθηκαν συνάδελφοι οι οποίοι έχουν θεωρητική κατάρτιση αλλά και πρακτική εμπειρία. Ακόμη, με δεδομένο ότι το σύγγραμμα συνδέει την ελληνική πραγματικότητα με τη διεθνή, οι συνάδελφοι που επιλέχθηκαν έχουν γνώση και των δύο. Ως κριτικός

αναγνώστης επιλέχθηκε συνάδελφος που έχει ασχοληθεί με κατά το δυνατόν περισσότερους τομείς της πολιτισμικής διαχείρισης, συνδυάζει θεωρητική κατάρτιση και πρακτική εμπειρία, καθώς και γνώση της ελληνικής και της διεθνούς πραγματικότητας και, επιπλέον, λόγω της φύσης του συγγράμματος (και) ως πανεπιστημιακού εγχειριδίου, είναι ενεργός και έμπειρος πανεπιστημιακός δάσκαλος.

Στους συναδέλφους που επιλέχθηκαν για τη συγγραφή των κεφαλαίων δόθηκε ο τίτλος, οι στόχοι και η δομή του συγγράμματος, και τους ζητήθηκε να προσεγγίσουν το θέμα με βάση τη διαφορετική οπτική του συγκεκριμένου τομέα καθενός, καθώς και την προσωπική οπτική καθενός. Αξίζει να τονιστεί ότι η διαφορετικότητα της επιστημονικής και προσωπικής ταυτότητας, καθώς και το ιδιαίτερο στυλ γλωσσικής έκφρασης κάθε συγγραφέα, όχι απλώς έγιναν σεβαστά αλλά και ενθαρρύνθηκαν. Συγχρόνως, προκειμένου να έχει –στον βαθμό του δυνατού– ομοιογένεια το σύγγραμμα, τους δόθηκε και η ενδεικτική δομή κάθε κεφαλαίου, την οποία όμως κλήθηκαν να αναπτύξουν με έναν τρόπο ελεύθερο –και όχι δεσμευτικό–, τον οποίο εκείνοι θα θεωρούσαν τον πλέον λειτουργικό. Επίσης, τους ζητήθηκε να επιλέξουν οι ίδιοι τις φωτογραφίες του κεφαλαίου τους. Όσον αφορά τις βιβλιογραφικές αναφορές, τους ζητήθηκε να επιλέξουν –προς διευκόλυνση του αναγνώστη για την καλύτερη κατανόηση και εμβάθυνση του υλικού– να ξεχωρίσουν ορισμένες (μέχρι πέντε) κύριες βιβλιογραφικές πηγές. Τέλος, προς αυτήν την κατεύθυνση της καλύτερης κατανόησης και εμβάθυνσης του υλικού και στο πλαίσιο συνδυασμού θεωρίας και πράξης, ζητήθηκε από τους συγγραφείς να επιλέξουν ορισμένες ασκήσεις/ερωτήσεις.

Το αρχικό κείμενο που ετοίμασαν οι συγγραφείς πέρασε από τα εξής στάδια επεξεργασίας (σε χρονική σειρά): α) Διαβάστηκε και σχολιάστηκε από κάποιον από τους άλλους συγγραφείς του συγγράμματος (ανωνύμως). Αυτό είχε την εξής λογική: ι) επίτευξη υψηλού επιπέδου σχολίων και ιι) οι συγγραφείς αποκτούσαν εικόνα –και γνώμη– για κείμενα άλλων συγγραφέων, με αποτέλεσμα να αποτελούν ενεργά μέλη μιας κοινής ομάδας. β) Δέχτηκε διπλή γλωσσική επιμέλεια, καθώς και βιβλιογραφική επιμέλεια, σύμφωνα με τις υποδείξεις του προγράμματος «Κάλλιπος» και γ) διαβάστηκε και σχολιάστηκε από τον κριτικό αναγνώστη.

Το ολοκληρωμένο υλικό των κεφαλαίων δόθηκε σε μία από τους συγγραφείς προκειμένου να ετοιμάσει τον επίλογο. Στη συγκεκριμένη συνάδελφο ζητήθηκε να συνθέσει το υλικό του συγγράμματος με ειδική αναφορά στο ζήτημα της κρίσης.

Συμβολή – Πρωτοτυπία

Με δεδομένο ότι η πολιτισμική διαχείριση είναι ένας σχετικά νέος επιστημονικός και επαγγελματικός κλάδος στην Ελλάδα, το σύγγραμμα φιλοδοξεί να καλύψει ένα σημαντικό κενό στην πανεπιστημιακή εκπαίδευση, στην επιστημονική κατάρτιση, αλλά και στην επαγγελματική εφαρμογή. Το σύγγραμμα, επίσης, φιλοδοξεί να συμβάλει στη δημιουργία μιας **νέας προσέγγισης της πολιτισμικής διαχείρισης**, η οποία να τη συνδέει με τη βιώσιμη ανάπτυξη, καθώς και μιας **νέας γενιάς πολιτιστικών διαχειριστών**, οι οποίοι να σκέφτονται και να αποφασίζουν με τρόπο διεπιστημονικό και συνεργατικό. Το σύγγραμμα αφιερώνεται στους νεότερους αυτούς συναδέλφους, με την ευχή να επιτύχουν παρά τις αντιξοότητες της εποχής.

Εξέλιξη – Επόμενο βήμα

Αυτό που απαιτείται να γίνει στο άμεσο μέλλον είναι μια συστηματική μελέτη της πολιτισμικής διαχείρισης στην Ελλάδα την εποχή της κρίσης και ειδικότερα: α) των συνεπειών της κρίσης για την πολιτισμική διαχείριση και β) την ανάπτυξη θεωρητικών στρατηγικών και πρακτικών μεθοδολογιών των πολιτιστικών οργανισμών εναντίον της κρίσης, π.χ. πώς οι πολιτιστικοί οργανισμοί μπορούν να αποκτήσουν στρατηγική, διοικητική και λειτουργική ευελιξία σε περίοδο κρίσης. Με δεδομένο ότι η κρίση δεν συνιστά αποκλειστικά ελληνικό φαινόμενο αλλά έχει σαφώς ευρύτερη, παγκόσμια αναφορά, τα συμπεράσματα μιας τέτοιας μελέτης μπορούν δυνητικά να βοηθήσουν πολιτιστικούς οργανισμούς σε διάφορα μέρη του κόσμου να αντιμετωπίσουν την κρίση –ή ακόμα και να προετοιμαστούν για μια πιθανή κρίση.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

- Μπαμπινιώτης, Γ. (1998). *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*. Αθήνα: Κέντρο Λεξικολογίας.
- Πούλιος, Ι. (2010). Εισαγωγή στη διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς: Ορολογία, έννοια και μοντέλα διαχείρισης. *Αρχαιογνωσία*, Τόμος 16, 321-340.
- United Nations. (1987). *World Commission on Environment and Development, Our Common Future (the Brundtland Report)*. Oxford: Oxford University Press.
- United Nations. (2015). *Environment Programme*. Ανακτήθηκε 2 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.unep.org/unea/sdg.asp>

Κεφάλαιο 1 - Πολιτισμική Ταυτότητα, Τοπική Κοινωνία Και Βιώσιμη Ανάπτυξη

Εύχαρις Μάσχα*

Σύνοψη

Η πολιτισμική ταυτότητα και η κρίση της «φιλοξενίας» αποτελούν το αρχικό πεδίο μελέτης μέσα στο πλαίσιο της τοπικής κοινωνίας, δηλαδή της αθηναϊκής καθημερινότητας και της βιώσιμης ανάπτυξης αυτής. Το ζήτημα της μεταναστευτικής πολιτικής είναι εξαιρετικά επίκαιρο σήμερα, εξαιτίας της εμπόλεμης κατάστασης στη Μέση Ανατολή. Ως εκ τούτου, στα θεμέλια της βιώσιμης ανάπτυξης της τοπικής κοινωνίας έγκειται το ζήτημα της διαχείρισης αυτών των μεταναστευτικών ροών, οι οποίες στο πέρασμά τους αλλάζουν σημαντικά τη βιωσιμότητα της πόλης. Ξεκινώντας από μια καταγραφή της ευρωπαϊκής μεταναστευτικής πολιτικής, προχωρώ σε μια θεωρητική ανασκόπηση αναφορικά με την ένταξη ή την περιθωριοποίηση των νόμιμων ή παράτυπων μεταναστών. Στη συνέχεια, σύμφωνα με την έννοια της «ανταλλαγής» του Simmel, στοιχειοθετώ το θεωρητικό πλαίσιο της ανταλλαγής των στοιχείων της ταυτότητας του γηγενούς στοιχείου με τον αλλοδαπό «επισκέπτη». Έπειτα, γίνεται μια αναλυτική καταγραφή των ΜΚΟ, καθώς και ενός από τα φωτεινά παραδείγματα διαχείρισης της πολιτισμικής ταυτότητας, με την ανάλυση της δράσης του Εργαστηρίου Πολιτισμού του Δικτύου για τα Δικαιώματα του Παιδιού. Τέλος, η δράση του τελευταίου, καθώς και τα φωτεινά παραδείγματα από τον ευρωπαϊκό χώρο καταδεικνύουν τη δυσκολία ένταξης ή, ακόμη καλύτερα, δημιουργικής αφομοίωσης των μεταναστών στον εκάστοτε πολιτισμικό χώρο, προκειμένου για την τοπική και βιώσιμη ανάπτυξη αυτού.

Λέξεις-κλειδιά

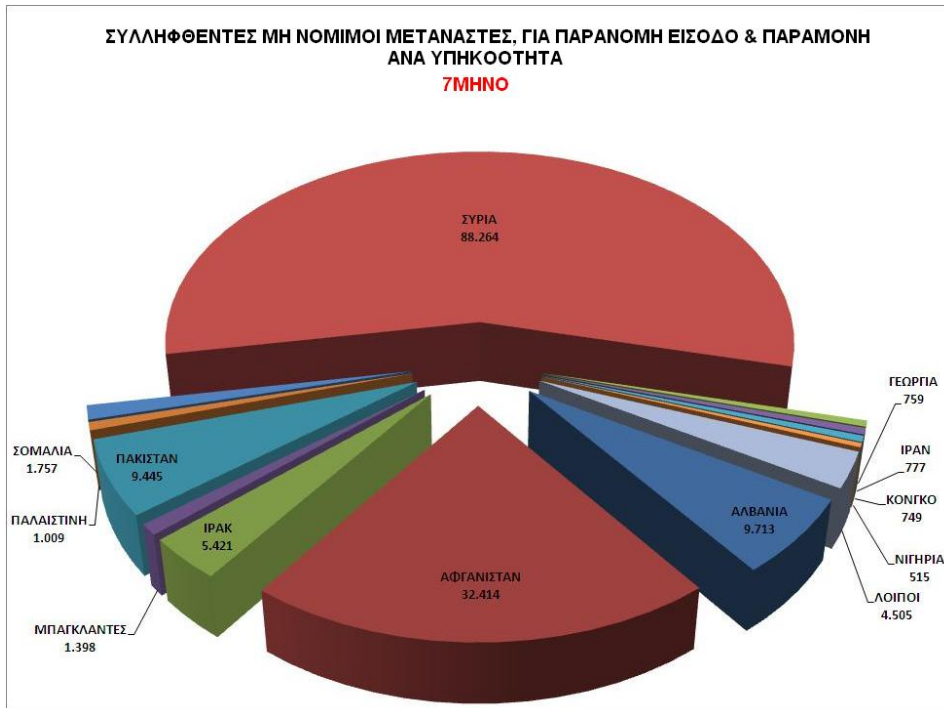
Πολιτισμική ταυτότητα, μεταναστευτική πολιτική, Georg Simmel, Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις, Δίκτυο για τα Δικαιώματα του παιδιού, Εργαστήριο Πολιτισμού

1.1 Προς μια θεωρητική προσέγγιση του «ξένου»

Οι διεθνείς εξελίξεις μετά το χτύπημα της 11ης Σεπτεμβρίου 2001 στους δίδυμους Πύργους, οι συνέπειες της Αραβικής Άνοιξης, η άνοδος των ισλαμιστών φονταμενταλιστών στη Συρία, το Ιράκ, την Υεμένη και τη Μέση Ανατολή γενικότερα, καθώς και η αυξανόμενη σύγκρουση της Δύσης με την Ανατολή, έχουν επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό την είσοδο μεταναστών στην Ευρώπη. Η Ελλάδα στο πλαίσιο της γεωπολιτικής της θέσης αποτελεί ένα σημαντικό σημείο εισόδου μεταναστών, οι οποίοι, λόγω του αριθμού και των πολιτισμικών διαφορών τους, θέτουν καθημερινά σε αμφισβήτηση την έννοια της ευρωπαϊκής αλληλεγγύης (Kontochristou & Mascha, 2014). Συγκεκριμένα, αναφορικά με το αριθμητικό σκέλος της εισροής μεταναστών επισημαίνονται τα εξής: σύμφωνα με ενημέρωση της Ελληνικής Αστυνομίας (ΕΛΑΣ), «το Α' εξάμηνο του 2015 συνελήφθησαν 96.550 άτομα να εισέρχονται παράνομα στα σύνορα της χώρας μας. Παράλληλα, πραγματοποιήθηκαν 11.699 επιστροφές αλλοδαπών στις χώρες καταγωγής τους» (www.astynomia.gr).

Όπως αναφέρεται στο Σχήμα 1.1, η εισροή παράνομων μεταναστών το πρώτο επτάμηνο του 2015 ήταν εξαιρετικά αυξημένη δημιουργώντας σοβαρά ζητήματα στη διαχείριση, καταγραφή αλλά και πιθανή ένταξη αυτών των ανθρώπων στον κοινωνικό ιστό της χώρας.

* Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο – Υπηρεσία Ασύλου



Σχήμα 1.1 Γράφημα που δείχνει τον αριθμό ανά υπηκοότητα των μη νόμιμων μεταναστών, οι οποίοι συνελήφθησαν για παράνομη είσοδο και παραμονή στην Ελλάδα κατά το πρώτο επτάμηνο του 2015. Πηγή: http://www.astynomia.gr/images/stories/2015/statistics15/allodapwn/7_statistics_all_2015_sull_yphkoothta.JPG

Στην ελληνική πραγματικότητα το ζήτημα που τίθεται σθεναρά είναι η κρίση της φιλοξενίας εξαιτίας της έκρηξης της πολιτισμικής διαφοράς. Όπως διαπιστώνει εύστοχα ο Παπαταξιάρχης (2014, σελ. 49), «ο βίος της ετερότητας στη χώρα μας συνεχίζει –και με το παραπάνω– να είναι περιπετειώδης». Χιλιάδες παράτυπων μεταναστών εισρέουν στον ελληνικό χώρο, ενώ, ταυτόχρονα, οι υπάρχουσες δομές αδυνατούν να καταγράψουν, να αξιολογήσουν και, εν τέλει, να φιλοξενήσουν ή να εντάξουν τις ομάδες αυτές, αναζωπυρώνοντας αισθήματα ξενοφοβίας, ρατσισμού και εθνικισμού (Τζωρτζοπούλου, 2002).

Στο παρόν κείμενο εξετάζω τη διαμόρφωση της ταυτότητας του «ξένου» ξεκινώντας από μια πρώτη ευρωπαϊκή προσέγγιση στον τομέα της μετανάστευσης, προχωρώντας σε μια θεωρητική ανάλυση της πολιτισμικής ταυτότητας και καταλήγοντας στην ανάλυση ενός εμπειρικού παραδείγματος, του Εργαστηρίου Πολιτισμού, που υποστηρίζεται από το Δίκτυο για τα Δικαιώματα του Παιδιού (www.ddp.org.gr). Το συγκεκριμένο παράδειγμα αναφέρεται ως μια καλή πρακτική ενσωμάτωσης παιδιών μεταναστών πρώτης ή δεύτερης γενιάς μέσα από πολιτιστικές δράσεις. Δεν είναι η μοναδική περίπτωση πολιτιστικής δράσης, αλλά αποτελεί ένα «φωτεινό» παράδειγμα σε μια εξαιρετικά δύσκολη διεθνή συγκυρία, όπου τα μεταναστευτικά κύματα εισρέουν ανεξέλεγκτα. Σημειώνεται ότι στο πλαίσιο ενός πολυσυλλεκτικού και πολυπολιτισμικού έθνους-κράτους, το οποίο αποτελεί μέρος της ευρωπαϊκής οικογένειας και μέλος μιας παγκοσμιοποιημένης κοινωνίας, είναι απαραίτητη η ανοχή στην πολιτισμική διαφορά, δηλαδή τη θρησκευτική και τη γλωσσική διαφορά, καθώς και τις διαφορετικές αξίες των επιμέρους μελών είτε πρόκειται για τα μέλη που έχουν συνταγματικά κατοχυρωμένα δικαιώματα είτε για εκείνα τα οποία οι παγκόσμιες συνθήκες ανάγκασαν να μετακινηθούν εντός του ελληνικού χώρου. Μέσα απ' αυτή τη διαδρομή, ο σκοπός μου είναι να αναδειχθούν οι έννοιες της ένταξης των μεταναστών ή της περιθωριοποίησης αυτών, καθώς και οι γόνιμες προσπάθειες ουσιαστικής ενσωμάτωσής τους στον ελληνικό κοινωνικό ιστό. Επίσης, προς αυτήν την κατεύθυνση παραθέτω ένα παράδειγμα καλής ευρωπαϊκής πρακτικής που στοχεύει στην ουσιαστική ενσωμάτωση του «ξένου» εντός του νορβηγικού πλαισίου.

1.2 Ευρώπη και πολιτικές μετανάστευσης

Η μετανάστευση και το πολιτικό άσυλο ξεκινά να απασχολεί την Ευρώπη μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, όταν και υπογράφεται η Συνθήκη της Γενεύης για τους πρόσφυγες το 1951. Στη συνέχεια, η παραπάνω Συνθήκη συμπληρώνεται με το πρωτόκολλο της Νέας Υόρκης του 1967, όπου πλέον καθορίζεται πλήρως το πλαίσιο των

δικαιούχων διεθνούς προστασίας. Τη δεκαετία του '70 στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας (ΕΟΚ) αναπτύσσεται διακυβερνητική συνεργασία ως προς τα θέματα μετανάστευσης, αστυνόμευσης, τρομοκρατίας και εσωτερικής ασφάλειας. Τη δεκαετία του '90 υπογράφεται και εφαρμόζεται η Συνθήκη Schengen, με την οποία καταργούνται τα εσωτερικά σύνορα των κρατών μελών της Ένωσης και δίδεται μεγαλύτερη έμφαση στη φύλαξη των εξωτερικών συνόρων. Την ίδια περίοδο ξεκινούν οι διαδικασίες εφαρμογής των κανονισμών «Δουβλίνο» [I (1990), II (2003) και III (2013)]. Πάγια αρχή των κανονισμών αυτών είναι ότι υπεύθυνο κράτος για τη διεκπεραίωση της αίτησης ασύλου είναι το πρώτο κράτος υποδοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ). Ουσιαστικά, δηλαδή, οι χώρες που βρίσκονται γεωγραφικά στα εξωτερικά σύνορα της Ένωσης καθίστανται υπεύθυνες για τη διεκπεραίωση όλου του όγκου αιτήσεων διεθνούς προστασίας. Σε επίπεδο διακρατικής συνεργασίας το 2003 τίθεται σε ισχύ το πρόγραμμα European Dactyloscopy (Eurodac), το οποίο ουσιαστικά αποτελεί μια βάση δεδομένων δακτυλικών αποτυπωμάτων των αιτούντων άσυλο στην ΕΕ. Επιπλέον, το 2004 δημιουργείται η Frontières Extérieures (Frontex), Οργανισμός Συντονισμού Ελέγχου Εξωτερικών Συνόρων, ο οποίος ελέγχει και συντονίζει τις διαδικασίες ελέγχου των εξωτερικών συνόρων της ΕΕ. Τον Μάιο του 2007 η Επιτροπή εκδίδει την πρώτη οδηγία στη λογική της ενσωμάτωσης της μετανάστευσης στην εξωτερική πολιτική της Ένωσης. Στο ίδιο πνεύμα, το 2008 εκδίδεται και το Σύμφωνο για τη Μετανάστευση, το οποίο περιλαμβάνει «Έλεγχο Συνόρων», «Επιστροφή των μεταναστών χωρίς χαρτιά», «Νομιμοποιήσεις μεταναστών μετά από κοινή συνεννόηση των κρατών μελών», «Πολιτική Ασύλου» και «Συνεργασία με τις χώρες προέλευσης και διέλευσης και ανάπτυξή τους».²

1.3 Ένταξη ή περιθωριοποίηση

Στο σημείο αυτό είναι σκόπιμο να δούμε κατά πόσο η μαζική είσοδος μεταναστών στην Ελλάδα έχει μετατρέψει τις ομάδες αυτές σε κοινωνικά ενταγμένους πληθυσμούς ή, αντιθέτως, το εθνικό στοιχείο τείνει να τις περιθωριοποιεί όλο και περισσότερο εμφανίζοντας και μεγεθύνοντας τη διαφορετικότητα που πηγάζει από την πολιτισμική τους ταυτότητα. Ως πολιτισμική ταυτότητα νοείται, σύμφωνα με τον Geertz (1973), όπως αναφέρεται στο Biehl & Prescott (2013), «ένα ιστορικά μεταδιδόμενο μοτίβο νοημάτων, τα οποία είναι ενσωματωμένα σε σύμβολα, ένα σύστημα κληροδοτούμενων εννοιών, οι οποίες εκφράζονται μέσα από συμβολικές μορφές, με τις οποίες οι άνθρωποι επικοινωνούν, διαγωνίζονται και αναπτύσσουν τις γνώσεις και τις συμπεριφορές τους για τη ζωή τους».

Συγκεκριμένα, αυτό που έχει σημασία στο πλαίσιο του βιβλίου αυτού είναι ότι η πολιτισμική κληρονομιά κάθε τόπου και κάθε λαού, εν προκειμένω το σύνολο του ελληνικού πολιτισμικού πλούτου (υλικού και άυλου), γίνεται μοχλός διεκδίκησης μιας εθνικής ταυτότητας. Αυτό, αυτόματα, δημιουργεί σημαντικούς προβληματισμούς (Biehl & Prescott, 2013, σελ. 62). Η εθνική ταυτότητα έχει εδραιωθεί στη βάση της αλληλεγγύης, της κοινωνικής ευθύνης και της βιώσιμης ανάπτυξης ενός έθνους. Ταυτόχρονα, όμως, δημιουργεί αισθήματα σοβινισμού, συντηρητισμού και ανισότητας. Καθετί διαφορετικό έρχεται σαν πετραδάκι να ταραξεί τα ήσυχα νερά της παγιωμένης κοινωνικής νόρμας και με την παρουσία του να ξεχωρίσει το γηγενές στοιχείο, το οποίο διεκδικεί με όρους «καθαρότητας» την πολιτισμική κληρονομιά του τόπου, από το ξένο, το οποίο «οφείλει» να μείνει μακριά από την οποιαδήποτε πολιτιστική δράση που συνδέει αυτήν την πολιτισμική κληρονομιά με την καθημερινότητά του. Έτσι το ξένο στοιχείο περιθωριοποιείται ή, στην καλύτερη περίπτωση, μένει αμέτοχο, ανεύθυνο, ένας απλώς θεατής χωρίς την ελάχιστη αξίωση συμμετοχής ή ώσμωσης με το περιβάλλον και τους πολιτιστικούς οργανισμούς, οι οποίοι είναι θεματοφύλακες αυτής της πολιτισμικής κληρονομιάς. Και εδώ τίθεται το σημαντικό ερώτημα, σε μια παγκοσμιοποιημένη κοινωνία, όπου τα αγαθά και οι άνθρωποι αλληλεξαρτώνται και μεταφέρονται διατηρώντας σε σημαντικό βαθμό την εθνική τους ταυτότητα, ποιος είναι ο ρόλος των πολιτιστικών φορέων στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης σε σχέση με τους μεταναστευτικούς πληθυσμούς, οι οποίοι είτε απλώς περνούν από την ελληνική επικράτεια και φεύγουν θεωρώντας την ενδιάμεσο προορισμό είτε εγκαθίστανται και μένουν στο περιθώριο χωρίς να δημιουργούν οποιαδήποτε σχέση, θετική ή αρνητική, με την υπάρχουσα πολιτισμική κληρονομιά του τόπου;

Σ' αυτό το πλαίσιο, όσον αφορά την ελληνική πραγματικότητα, διαπιστώνεται μια κρίση στη φιλοξενία. Για να γίνει κατανοητή, ο Παπαταξιάρχης (2009, 2014) εξετάζει το καθεστώς της διαφορετικότητας μέσα από το εξομοιωτικό μοντέλο. Συγκεκριμένα, θεωρεί ότι «η εξομοίωση τέθηκε στην υπηρεσία της εθνικής ομογενοποίησης» (σελ. 48). Με άλλα λόγια, η διαφορετικότητα του ξένου εξομοιώνεται σταδιακά μέσα από

² Σε αυτό το πνεύμα οργανώθηκε η Νέα Υπηρεσία Ασύλου σύμφωνα με τον Ν.3907/2011 και τα Π.Δ. 114/2010 (ΦΕΚ Α'-195,22/11/2010), Π.Δ. 113/2013 (ΦΕΚ Α'-146, 14/06/2013), Π.Δ. 141/2013 (ΦΕΚ Α'-226, 21/10/2013).

την καθημερινή πρακτική σε ομοιότητα, με την προϋπόθεση, βέβαια, ότι δεν διεκδικεί οποιαδήποτε αναγνώριση στον επίσημο λόγο. Ο Παπαταξιάρχης (2009, 2014) δανείζεται από τον Rogers Brubaker (2001) τη διάκριση της αφομοίωσης σε γενική και ειδική. Ως γενική αφομοίωση ορίζει τη διαδικασία επίτευξης της ομοιότητας χωρίς να είναι πλήρης, ενώ η ειδική αφομοίωση αφορά την πλήρη αφομοίωση και ενσωμάτωση, δηλαδή την κατάσταση κοινής ταυτότητας. Συγκεκριμένα, αναφορικά με την ελληνική πραγματικότητα, ο Παπαταξιάρχης (2014, 2015) θεωρεί ότι η αφομοιωτική βία του κράτους μετριάζεται σε έναν βαθμό από τις καθημερινές κοινωνικές πρακτικές αφομοίωσης –γενικού βαθμού, σύμφωνα με τον Brubaker (όπ. αναφ. στο Παπαταξιάρχης, 2014, 2015)– με συνέπεια η γενική και η ειδική εκδοχή της αφομοίωσης να συνυπάρχουν και να δημιουργούν ένα καθεστώς με εξαιρετική πλαστικότητα και ανοχή (δική μου προσθήκη). Η θεωρία, όμως, του Brubaker περί γενικής και ειδικής εκδοχής αφομοίωσης προϋποθέτει ότι το γηγενές στοιχείο είναι ομοιογενές και ότι η διαφορά έρχεται να προστεθεί έξωθεν, χωρίς ουσιαστικά να αναδεικνύει τις εσωτερικές διαφοροποιήσεις, οικονομικές, πολιτικές, πολιτισμικές.

Στον αντίποδα αυτής της σκέψης βρίσκεται η αντίληψη ότι η μετανάστευση ουσιαστικά διαταράσσει την αυτονομία του έθνους-κράτους³ υπενθυμίζοντας συνεχώς πόσο εύθραυστη είναι η ίδια η συγκρότηση του έθνους (Βεντούρα, 2009, σελ. 33). Σε μια διαδικασία ενσωμάτωσης και παραγωγής ταυτότητας μεταναστευτικών ομάδων αυτό που πρέπει, συνεπώς, να μελετηθεί είναι οι πρακτικές ενσωμάτωσης, η γέννηση νέων ταυτοτήτων και οι πολιτισμικές αντιλήψεις, οι οποίες αλλάζουν τόσο τους νεο-εισερχόμενους όσο και τους γηγενείς, οι οποίοι πριν δεχθούν τους πρώτους εμφάνιζαν μια ομοιογενή επίπλαστη ταυτότητα (Μωυσίδης & Παπαδοπούλου, 2011). Πιστεύω ότι η θεωρία του Simmel σχετικά με την παραγωγή της αξίας ως πολιτισμικής αξίας μέσα από το πρίσμα της ανταλλαγής μπορεί να φωτίσει τη συγκεκριμένη διαδικασία θεωρητικά, προτού προβούμε σε μια εμπειρική ανάλυση των πολιτιστικών δράσεων των μεταναστών στην Ελλάδα.

1.4 Η πολιτισμική διαδικασία παραγωγής της αξίας

Η έννοια της ανταλλαγής είναι κυρίαρχη στην πολιτισμική διαδικασία, καθώς μέσα απ' αυτήν τα άτομα οικειοποιούνται τους όρους της ανταλλαγής και καθιερώνουν την αξία. Κατά τη στιγμή της ανταλλαγής η διαντίδραση ατόμων και συλλογικότητας υπερβαίνει σημαντικά τα όρια της οποιασδήποτε υποκειμενικότητας, ώστε να γίνεται αδύνατη η αναγνώριση της προσφοράς ενός και μόνο ατόμου. Το άτομο, δηλαδή, για τον Simmel, χάνει την ιδιαιτερότητα του κατά την πολιτισμική διαδικασία,⁴ καθώς η διαδικασία αυτή υπερβαίνει σημαντικά το άτομο, το οποίο δεν μπορεί παρά «να αποκτήσει αξία μέσα από τη συλλογικότητα στην οποία ανήκει τη στιγμή της ανταλλαγής» (Simmel, 1971, σελ. 51).

Συνεπώς, η ανταλλαγή για την κοινωνική θεωρία είναι δομική έννοια και, για τον Simmel, δεν είναι απόρροια της έλλειψης, αλλά το αντίθετο. «Η αξία δεν είναι δύσκολο να αποκτηθεί επειδή υπάρχει έλλειψη, αλλά η αξία είναι ελλιπής επειδή είναι δύσκολο να αποκτηθεί» (Simmel, 1971, σελ. 68). Με άλλα λόγια, κατά τη στιγμή της ανταλλαγής παρατηρείται μια θυσία, η οποία είναι απαραίτητη για την παραγωγή ευχαρίστησης και η οποία οφείλει να υπερβεί μια σειρά από εμπόδια ή πιθανές ελλείψεις. Η δυσκολία της απόκτησης είναι σε όλο της το εύρος το περιεχόμενο αυτής της θυσίας και είναι ουσιαστικά το γενεσιουργό στοιχείο της αξίας. Κατά την πολιτισμική διαδικασία της ανταλλαγής η υποκειμενικότητα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της διαντιδρά με τη συλλογικότητα και παράγει σχέσεις αμοιβαιότητας θυσιάζοντας την ιδιαιτερότητά της. Η ανταλλαγή, δηλαδή, για τον Simmel (2004), είναι η ουσία της οικονομικής αλλά και βαθύτερα πολιτισμικής διαδικασίας και λαμβάνει χώρα ως μια θυσία της ατομικότητας, η οποία θυσία παράγει κοινωνική αξία και σχέσεις αμοιβαιότητας. Η θυσία αυτή, για τον Simmel (2004), δεν είναι αρνητική έννοια αλλά έννοια κονστρουκτιβιστική,⁵ καθώς ωφελεί την παραγωγή κοινωνικής αξίας. Θεωρώ ότι, σύμφωνα με τον Simmel, η

³ Ως έθνος νοείται «το σύνολο ανθρώπων, το οποίο προσδιορίζεται από το κοινό ιστορικό παρελθόν και τη συνείδηση της κοινής καταγωγής και του κοινού πολιτισμού» (Διαμαντόπουλος, 1994). Στην περίπτωση του έθνους-κράτους «η πρώτη έννοια διακρίνει την ιδέα του φυσικού και ηθικού δεσμού, η δεύτερη την ιδέα της πολιτικής ενότητας» (Διαμαντόπουλος, 1994).

⁴ Η πολιτισμική διαδικασία είναι θεμελιώδης στη θεωρία του Simmel και, ουσιαστικά, αναφέρεται στον πολιτισμό με την ευρεία έννοια, δηλαδή τον τρόπο ζωής μιας κοινωνίας περιλαμβάνοντας τις αξίες, τη γλώσσα, τα έθιμα, τον κώδικα ένδυσης και συμπεριφοράς.

⁵ Ο κονστρουκτιβισμός ή αλλιώς social constructivism είναι μια φιλοσοφική έννοια, την οποία η κοινωνιολογία δανείστηκε από τη φιλοσοφία, και στο έργο των P. L. Berger και T. Luckmann (1966) έχουμε την πρώτη αποτύπωση ότι τα άτομα και

ατομική ιδιαιτερότητα η οποία θυσιάζεται σε ένα πλουραλιστικό πολιτισμικό μοντέλο μπορεί να ιδωθεί οπτιμιστικά και όχι απαραίτητα ως κοινωνικός ετεροκαθορισμός. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, αν επιθυμούμε τη δημιουργική κοινωνική ένταξη των μεταναστευτικών ομάδων, τόσο η κυρίαρχη τάξη όσο και οι κοινότητες των μεταναστών οφείλουν να λάβουν μέρος σε έναν διάλογο για την κοινωνική συνοχή, τις πολιτιστικές δράσεις των φορέων πολιτισμού, ώστε σε ένα πλαίσιο παγκοσμιοποιημένης κουλτούρας να οδηγηθούμε με τους όρους της παραπάνω «ανταλλαγής» στη βιώσιμη ανάπτυξη των φορέων αυτών και της τοπικής κοινωνίας. Αντιθέτως, όσο οι πληθυσμοί αυτοί αυξάνονται λόγω της διεθνούς πραγματικότητας και ταυτόχρονα μένουν στο περιθώριο του διαλόγου ως «διαφορετικοί» και «ξένοι» τόσο η βιώσιμη ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας και των πολιτιστικών της οργανισμών θα τίθεται σε προβληματική βάση.

1.5 Οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις και οι Πολιτιστικές Δράσεις για τις μεταναστευτικές ομάδες

Τη δεκαετία του '90 και μετά το 2000 ξεκινούν στην Ελλάδα να δημιουργούνται μια σειρά από Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ), προκειμένου να καλυφτεί το κυβερνητικό κενό ως προς την περίθαλψη, τη σίτιση, την εκπαίδευση και τις πολιτιστικές δραστηριότητες των μεταναστευτικών ομάδων. Η Δράση 1.1/09: «Δημιουργία βάσης δεδομένων για τις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις και τους Συλλόγους Μεταναστών» (<http://www.nostos.org.gr/site/gr/ete.html>) περιλαμβάνει μια εκτενή λίστα των ΜΚΟ, οι οποίες δραστηριοποιούνται στον χώρο των μεταναστών γενικότερα τόσο στην Αττική, όπου εδρεύουν οι περισσότερες απ' αυτές, όσο και στην υπόλοιπη Ελλάδα. Επίσης, ο Οδηγός Επιβίωσης για Αιτούντες Άσυλο και Πρόσφυγες⁶ περιλαμβάνει μια εκτενή λίστα στα ελληνικά, αγγλικά και γαλλικά των φορέων που δραστηριοποιούνται στην Αθήνα και παρέχουν ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, νομική υποστήριξη, ψυχοκοινωνική υποστήριξη, σίτιση, φιλοξενία, εκπαίδευση, επαναπατρισμό, υπεράσπιση δικαιωμάτων και αναζήτηση οικογενειακού περιβάλλοντος. Δύο σημαντικά συμπεράσματα μπορούν να εξαχθούν από μια πρώτη ανάγνωση της λίστας αυτών των δύο έργων. Σε ένα πρώτο επίπεδο υφίσταται ένας πλουραλισμός ΜΚΟ, οι οποίες προσπαθούν να καλύψουν το κυβερνητικό κενό ή/και το κενό της Τοπικής Αυτοδιοίκησης ως προς την κάλυψη των βασικών αναγκών των μεταναστών. Αυτός ο πλουραλισμός προκύπτει σε ένα πλαίσιο κοινότητας και αυτοοργάνωσης από τις ίδιες τις ομάδες των μεταναστών στην προσπάθειά τους να διατηρήσουν και να καλλιεργήσουν τη δική τους ιδιαίτερη ταυτότητα σε ένα περιβάλλον ξένο προς αυτούς. Ως εκ τούτου, η σχέση δράσης και διαντίδρασης με την ελληνική κοινωνία είναι στον ελάχιστο βαθμό. Σε ένα δεύτερο επίπεδο, οι πολιτιστικές δράσεις που στοχεύουν σ' αυτές τις ομάδες ή προέρχονται απ' αυτές είναι λίγες συγκριτικά με το μέγεθος των πληθυσμών που εισρέουν καθημερινά στη χώρα και με την ανάγκη να ενταχθούν ομαλά στον κοινωνικό ιστό. Συμπερασματικά, η έλλειψη δράσεων πολιτισμού και ανταλλαγής ιδεών και αξιών οδηγεί περισσότερο στην περιθωριοποίηση αυτών των ομάδων παρά στην ομαλή ένταξή τους. Με άλλα λόγια, η «ανταλλαγή» που προαναφέρθηκε ως παραγωγή κοινωνικής αξίας είναι εφικτή αλλά ορατή σε μικρό βαθμό. Γι' αυτόν τον λόγο, το παράδειγμα του Δικτύου για τα Δικαιώματα του Παιδιού (έτος ίδρυσης 2004) και του Εργαστηρίου Πολιτισμού (Εικόνα 1.1) είναι ένα φωτεινό παράδειγμα, όπου ο στόχος των προγραμμάτων και των δράσεών του δεν είναι να διατηρήσει τη διαφορετικότητα, αλλά ομαλά να δημιουργήσει μια σχέση ώσμωσης μεταξύ του οικείου και του ξένου.

1.6 Το Δίκτυο για τα Δικαιώματα του Παιδιού και το Εργαστήρι Πολιτισμού

Το Δίκτυο για τα Δικαιώματα του Παιδιού δημιουργήθηκε το 2004 με την υποστήριξη του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος και έχει ολοκληρώσει μια σειρά από δράσεις.

οι ομάδες διαντιδρούν σε ένα κοινωνικό σύστημα και δημιουργούν με το πέρασμα του χρόνου έννοιες ή νοητικές αναπαραστάσεις των δικών τους πράξεων. Αυτές οι έννοιες, εν τέλει, γίνονται συνήθεια και παράγουν αμοιβαίους ρόλους. Όταν αυτοί οι ρόλοι είναι διαθέσιμοι στα μέλη της κοινωνίας και δημιουργούν αμοιβαίες σχέσεις διαντίδρασης, ουσιαστικά γίνονται θεσμοθετημένες πράξεις. Ως εκ τούτου, η πραγματικότητα κατασκευάζεται κοινωνικά μέσα από τη γνώση και τις αντιλήψεις των ανθρώπων για την κοινωνία.

⁶ «Υποστήριξη Οργανώσεων που βοηθούν μεταναστευτικούς πληθυσμούς αιτούντων άσυλο στην Ελλάδα» (SOAM), Χρηματοδοτικός Μηχανισμός ΕΟΧ 2009-2014, «Το Έργο χρηματοδοτείται από τον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο (Ισλανδία, Λιχτενστάιν, Νορβηγία), μέσω του ΔΟΜ, Διαχειριστική Αρχή», <http://eeagrants-iomathens-soam.gr>

Συγκεκριμένα, οι δράσεις του Δικτύου και του Εργαστηρίου Πολιτισμού έχουν ως στόχο (<http://www.ddp.org.gr>):



Εικόνα 1.1 Ομάδα δημιουργικής απασχόλησης στο Εργαστήριο Πολιτισμού (Πηγή: Βαγγέλης Μουργελάς)

- Τη διάδοση και την τήρηση της Σύμβασης του ΟΗΕ για τα Δικαιώματα του Παιδιού, την οποία έχει υπογράψει και η χώρα μας μαζί με 191 ακόμη χώρες.
- Την ενημέρωση των ίδιων των παιδιών για τους θεσμούς που τα προστατεύουν σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο.
- Την κινητοποίηση για την καταπολέμηση κάθε είδους διακρίσεων.
- Την κινητοποίηση για παροχή ποιοτικής εκπαίδευσης.
- Την ενθάρρυνση για πρόσβαση στην εκπαίδευση εθνοτικών ή κοινωνικά αποκλεισμένων ομάδων.
- Την προστασία των παιδιών από την πρόωρη επαγγελματική απασχόληση και την εργασιακή εκμετάλλευση.
- Την ανάδειξη των προβλημάτων των παιδιών που ανήκουν σε ευαίσθητες ομάδες, όπως παιδιά μεταναστών, παιδιά πρόσφυγες, παιδιά παλιννοστούντων, παιδιά που νοσηλεύονται, παιδιά έγκλειστα σε ιδρύματα ή σε φυλακές ανηλίκων.
- Την ευαισθητοποίηση της κοινωνίας μας σχετικά με το δικαίωμα του παιδιού να προστατεύεται από κάθε μορφής βία, την προσβολή, την εγκατάλειψη, την παραμέληση, την κακοποίηση, την κακή μεταχείριση ή εκμετάλλευση.
- Την ενημέρωση για τον περιορισμό του καπνίσματος, του αλκοολισμού και της κατανάλωσης ουσιών από παιδιά.
- Τη διεξαγωγή ερευνών σε τοπικό ή περιφερειακό επίπεδο και τη συλλογή στοιχείων και δεδομένων που αφορούν τα δικαιώματα του παιδιού.
- Τη συνεργασία για την επίλυση των προβλημάτων με αρμόδιους φορείς, διεθνείς οργανισμούς και άλλες ΜΚΟ στη χώρα μας και στην Ευρώπη.

Το Εργαστήρι Πολιτισμού σε συνεργασία με το Δίκτυο για τα Δικαιώματα του Παιδιού (<http://www.ddp.org.gr>) διεξήγαγε έρευνα το 2012 με θέμα «**Κοινωνικο-Πολιτισμική Έρευνα στην περιοχή του Σταθμού Λαρίσης**», από την οποία προέκυψαν μια σειρά από γόνιμα συμπεράσματα, ως προς την παραγωγή της ταυτότητας αλλά και τη διάδοση των πολιτισμικών αξιών στο κέντρο της Αθήνας, τα οποία κρίνω σκόπιμο να αναφέρω. Η συγκεκριμένη έρευνα στηρίχτηκε μεθοδολογικά σε ποιοτικά εργαλεία και τον Ιούνιο του 2015 (<http://www.ddp.org.gr>) επικαιροποιήθηκε με νέα έρευνα αναφορικά με τις «**Συνθήκες διαβίωσης των παιδιών που μένουν στο κέντρο της Αθήνας**», στην οποία τα μεθοδολογικά εργαλεία ήταν περισσότερο ποσοτικά. Θεωρώ ότι σε οποιαδήποτε ενασχόληση με το ζήτημα της βιώσιμης ανάπτυξης, των μεταναστευτικών ροών και των πολιτιστικών δραστηριοτήτων πρέπει να ληφθούν υπόψη τα πορίσματα των συγκεκριμένων ερευνών, καθώς αποτυπώνουν με σαφήνεια τη συνολική εικόνα του κέντρου της Αθήνας. Η πρώτη έρευνα διεξήχθη στην περιοχή που εκτείνεται από τον Σταθμό Λαρίσης έως την Πλατεία Βικτωρίας και από την Πλατεία Καραϊσκάκη στο Μεταξουργείο έως την Πλατεία Αττικής. Στην περιοχή υπάρχουν 7 Δημοτικά Σχολεία (32°, 51°, 53°, 54°, 55°, 99° και 66°) και 8 Νηπιαγωγεία (31°, 34°, 35°, 35° παράρτημα, 106°, 66°, 134°, και 80°).

Συγκεκριμένα, η διαφορετικότητα μεταξύ του οικείου και του ξένου αποτελεί το σημείο κλειδί για όσους συμμετείχαν και στις δύο έρευνες. Με άλλα λόγια, «το αόρατο νήμα που ενώνει όλες τις μαρτυρίες και τους απολογισμούς των υποκειμένων που εμπλέκονται στην παραγωγή του συγκεκριμένου αστικού χώρου είναι εμφανώς αυτό της δυσφορίας απέναντι στο διαφορετικό και το επισφαλώς άγνωστο» (<http://www.ddp.org.gr>). Τα προβλήματα, τα οποία επικαλούνται οι Έλληνες κάτοικοι του κέντρου, αφορούν κυρίως το αίσθημα της ασφάλειας, τον βιοπορισμό τους σε περίοδο κρίσης αλλά και την καχυποψία και τον φόβο που προκύπτουν από τη συμβίωση με τους ξένους, είτε πρόκειται για συμπεριφορές παραβατικές ή για εκείνες που απλώς διαφέρουν από τις δικές τους. Συγκεκριμένα, κάθε παραβατική συμπεριφορά θεωρείται ότι πηγάζει από τις μεταναστευτικές ομάδες, και ο φόβος αυτός αποθαρρύνει οποιαδήποτε μορφή διαντίδρασης μεταξύ των Ελλήνων κατοίκων και των μεταναστών, ακόμη και στο πλαίσιο του σχολείου.

Σε δεύτερο βαθμό αλλά εξίσου σημαντικό, αυτή η διαφορετικότητα αποτελεί το ενδιαφέρον των οικογενειών των μεταναστών για τις πολιτιστικές δράσεις που θα φέρουν τους ίδιους και τα παιδιά τους πιο κοντά στους Έλληνες κατοίκους αλλά και στην ελληνική κουλτούρα. Χαρακτηριστικά, αναφέρθηκε ότι «οι περισσότερες μεταναστευτικές οικογένειες τονίζουν την ανάγκη περισσότερων εκπαιδευτικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων για τα παιδιά τους, ιδίως επειδή έχουν αναγκαστεί να ελαττώσουν αρκετές από αυτές λόγω οικονομικών δυσχερειών» (<http://www.ddp.org.gr>). Ακόμη, σημειώνεται ότι «οι κρατικές δομές εκπαίδευσης και επιμόρφωσης (σχολεία και δημοτικές πρωτοβουλίες) αδυνατούν να καλύψουν τις πολύμορφες ανάγκες που αφορούν τα παιδιά, κυρίως ενισχυτική διδασκαλία, διδασκαλία σε παιδιά με μαθησιακές δυσκολίες, μαθήματα ξένων γλωσσών, δημιουργικές, αθλητικές και καλλιτεχνικές δραστηριότητες, επισκέψεις σε μουσεία, εκπαιδευτικά προγράμματα, ανταλλαγές και κοινές δράσεις με παιδιά άλλων περιοχών» (<http://www.ddp.org.gr>). Οι σχέσεις ώσμωσης, ανταλλαγής αξιών, κουλτούρας, ιδεών φαίνεται να είναι στο προσκήνιο της καθημερινότητας των Ελλήνων του κέντρου με τους μετανάστες που εισρέουν σ' αυτό καθημερινά. Σημαντικό, όμως, είναι το τελικό συμπέρασμα της έρευνας, ότι η περιοχή του Σταθμού Λαρίσης και, εν γένει, του κέντρου της Αθήνας περνά *την εφηβική φάση*, όπου αναζητά το ξεκαθάρισμα της ταυτότητάς του, τη σχέση του με το παρελθόν, την ανάγκη του να μοιραστεί το παρόν με το ανοίκειο και να μην φαντάζει το μέλλον του τόσο άγνωστο. Παρότι τα συμπεράσματα και των δύο ερευνών έχουν έναν κοινό τόπο, αξίζει να σημειωθεί ότι στην επικαιροποίηση της έρευνας διαπιστώθηκε μεγαλύτερο αίσθημα ασφάλειας ως προς την προσαρμογή στις συνθήκες ζωής, αλλά ταυτόχρονα ένα αίσθημα ανασφάλειας και αβεβαιότητας ως προς το μέλλον και τις οικονομικές συνθήκες, οι οποίες βαθαίνουν λόγω της έντονης οικονομικής κρίσης που βιώνει η χώρα στο σύνολό της.

Συμπερασματικά, η παρουσία του Εργαστηρίου Πολιτισμού στο κέντρο της Αθήνας έρχεται να καλύψει και να αντισταθμίσει ζητήματα ζωτικής σημασίας για τους ανηλικούς αλλά και τους ενήλικους/γονείς της περιοχής.⁷ Πρώτον, η οικονομική κρίση αλλά και η μαζική εισροή παράτυπων μεταναστών οδήγησε στη συστηματική υποβάθμιση του κέντρου της Αθήνας, με αποτέλεσμα να αναζητούνται όλο και περισσότεροι χώροι πολιτισμού που θα δώσουν μια αναζωογονητική πνοή σ' αυτούς τους πληθυσμούς, φέρνοντας ταυτόχρονα σε διάλογο το γηγενές στοιχείο με το ξένο. Δεύτερον, άτυπα δίκτυα αλληλεγγύης και υποστήριξης, όπως οι τράπεζες χρόνου, η δωρεάν ενισχυτική διδασκαλία, ο κάθε τύπου εθελοντισμός, οι συλλογικές

⁷ Σχετικά με τις πολιτιστικές δραστηριότητες αλλά και τη διοικητική δομή του Εργαστηρίου Πολιτισμού είναι σημαντική η συνεισφορά της Ανθρωπολογικής Έρευνας του Βαγγέλη Μουργελά (Μουργελάς, 2014).

κουζίνες, οι ανοιχτές πολιτιστικές εκδηλώσεις έρχονται να συμπληρώσουν το κενό της επίσημης δομής ή/και της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στα συγκεκριμένα ζητήματα/σχέσεις μεταναστών και της ελληνικής κοινωνίας του κέντρου. Τρίτον, τα άτυπα αυτά δίκτυα αποκτούν μέρα με τη μέρα έναν διεθνικό χαρακτήρα, με τον οποίο, πέρα από τις συγκρούσεις που παράγει ο ηγεμονικός λόγος, παράγονται και μια σειρά από πολιτισμικές αξίες μέσω της ίδιας της ανταλλαγής τους, όπως θεωρητικά είδαμε στον Simmel. Τέλος, η συνεισφορά του Εργαστηρίου Πολιτισμού, αν και δεν αποτελεί το μοναδικό παράδειγμα στο κέντρο της Αθήνας, είναι σημαντική στο πλαίσιο των πολιτιστικών πόρων της περιοχής του κέντρου, καθώς ενισχύει υλικά και συμβολικά τόσο τον οικογενειακό προγραμματισμό ως προς την εκπαίδευση και τον πολιτισμό αλλά και τη γενικότερη συνοχή και πρόσβαση των ανηλίκων της περιοχής σε πολιτισμικές αξίες και δίκτυα που προάγουν την αλληλεγγύη και τη συνεισφορά.

1.7 Ένα παράδειγμα καλής πρακτικής από τον ευρωπαϊκό χώρο

Ένα σημαντικό συμπέρασμα της παραπάνω έρευνας την οποία διεξήγαγε το Εργαστήρι Πολιτισμού το 2012 (<http://www.ddp.org.gr>) είναι η απουσία, μεταξύ άλλων, εκπαιδευτικών προγραμμάτων και επισκέψεων σε μουσεία. Το παράδειγμα στο οποίο θα αναφερθώ στο σημείο αυτό αφορά την επισκεψιμότητα των μουσείων της Νορβηγίας, και συγκεκριμένα του Όσλο, από παιδιά μεταναστών, για να γνωρίσουν και να έρθουν σε επαφή με την πολιτισμική κληρονομιά της Νορβηγίας. Προκειμένου να μετρηθεί και να αξιολογηθεί ο συγκεκριμένος αυτός σκοπός «ώσωσης», διεξήχθησαν δύο έρευνες, η μια το 2010⁸ και η άλλη το 2011.⁹

Η πρώτη έρευνα διεξήχθη σε μειονοτικούς πληθυσμούς τριών κολεγιών του Όσλο, όπου παρατηρήθηκε σημαντική δυσκολία στη συλλογή των ερωτηματολογίων, χαμηλό ενδιαφέρον στην επισκεψιμότητα των μουσείων του Όσλο από τους εν λόγω μαθητές, παρά το επίπεδο μόρφωσής τους, καθώς και τη συμμετοχή τους στην καθημερινότητα του Όσλο. Η δεύτερη έρευνα διεξήχθη σε τέσσερις ομάδες μεταναστών (Πολωνοί, Πακιστανοί, Βιετναμέζοι και Σομαλοί), με τελικό αριθμό ερωτηματολογίων που έφτασε τα 411, ηλικίας από 15 έως 45 ετών και ανώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου. Το 70% των Πολωνών, οι οποίοι είναι και η μεγαλύτερη μεταναστευτική ομάδα, απάντησε ότι επισκέφτηκε τα μουσεία και τις πολιτιστικές δράσεις περίπου δύο φορές το προηγούμενο έτος. Οι άλλες τρεις ομάδες, οι οποίες διαβιούν στη Νορβηγία για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, απάντησαν, σε ποσοστό 55-60%, ότι δεν επισκέπτονται τα μουσεία. Αυτή η έλλειψη ενδιαφέροντος επιβεβαιώθηκε και από ποιοτικές συνεντεύξεις, από τις οποίες διαπιστώθηκε ότι αντί της συμμετοχής σε πολιτιστικές δράσεις ή επισκέψεις σε μουσεία προτιμώνται το διάβασμα για το σχολείο στο σπίτι, τα κορανικά σχολεία και η ανάπαυλα, καθώς και ότι τα παιδιά ενθαρρύνονται ελάχιστα από τους γονείς να επισκεφτούν τα μουσεία ή τους πολιτιστικούς οργανισμούς.

Συμπερασματικά, και από τις δύο έρευνες προκύπτει ότι οι μεταναστευτικοί πληθυσμοί αντιμετωπίζουν δυσκολία να συμμετέχουν στις πολιτιστικές δράσεις των μουσείων καταδεικνύοντας μ' αυτόν τον τρόπο τη διχοτόμηση μεταξύ του εθνικού/νορβηγικού πληθυσμού και του μεταναστευτικού πληθυσμού. Όμως, όπως πολύ εύστοχα παρατηρεί ο Prescott στο Biehl & Prescott (2013), η πρόκληση της πολιτισμικής διαχείρισης είναι να αγκαλιάσει τους ετερογενείς πληθυσμούς με το να ληφθεί υπόψη ότι η διαφορετικότητα των εμπειριών τους είναι η βασική συνιστώσα συνύπαρξης αυτών των πληθυσμών με το γηγενές στοιχείο. Για τον σκοπό αυτό πρέπει να αναπτυχθούν τεχνικές λύσεις, στρατηγικές μάρκετινγκ, μαθήματα γλωσσομάθειας και περισσότερες έρευνες κοινού.

1.8 Εν κατακλείδι

Η συστηματική άνοδος των ακροδεξιών κομμάτων στην Ελλάδα, η ρατσιστική βία και ταυτόχρονα η χειμαρρώδης είσοδος παράτυπων μεταναστών στον ελλαδικό χώρο, εξαιτίας της εμπόλεμης κατάστασης στη Μέση Ανατολή, κλονίζει σημαντικά τη «φιλοξενία» του ξένου αλλά και ακόμη σημαντικότερα την ταυτότητα του Έλληνα. Στο παρόν άρθρο, στηριζόμενη στο πνεύμα της έννοιας της ανταλλαγής του Simmel, προσπάθησα να σκιαγραφήσω την πολυπλοκότητα της σημερινής ανταλλαγής πολιτισμικών χαρακτηριστικών, στοιχείων

⁸ Βλ. Έρευνα του University Museum of Cultural History με θέμα «Knowledge about –participation by– public outreach to multifaceted museumgoers», όπως αναφέρεται από τον Prescott στο Biehl & Prescott (2013).

⁹ Βλ. Έρευνα που διεξήχθη από το Oslo Museum και το Norwegian Folk Museum με την ενίσχυση του Norwegian Council of Culture με θέμα «Immigrants use of museums», όπως αναφέρεται από τον Prescott στο Biehl & Prescott (2013).

κουλτούρας και ταυτοτήτων στην είσοδο της ευρωπαϊκής «στέγης». Έχοντας κατά νου τα βήματα –ισχνά, κατά την άποψή μου– της ευρωπαϊκής μεταναστευτικής πολιτικής, θέλησα να αποδώσω ένα πρώτο στίγμα της ελληνικής πραγματικότητας ως προς το θέμα των μεταναστευτικών ροών σήμερα. Επίσης, σ’ αυτό το πλαίσιο συστηματικής εισροής μεταναστών, αλλά και ταυτόχρονα σε ένα ελληνικό πλαίσιο οικονομικής κρίσης, χρεωκοπίας και συστηματικής διάλυσης του κοινωνικού ιστού, είναι σημαντικό το ότι δομές όπως το Δίκτυο για τα Δικαιώματα του Παιδιού αλλά και το Εργαστήρι Πολιτισμού αναδεικνύουν μια νέα πορεία για την ουσιαστική ενσωμάτωση του ξένου σε μια νέα ελληνική πραγματικότητα, στηριζόμενη στον πολιτισμό, την ανταλλαγή αξιών και την καλλιέργεια του πνεύματος των παιδιών. Θεωρώ ότι, αν πρόκειται να μιλήσουμε για βιώσιμη ανάπτυξη στην τοπική κοινωνία της Αθήνας, δομές όπως το Εργαστήρι Πολιτισμού έχουν αξία και λόγο να αναδειχθούν και να προωθήσουν τον πολιτισμό ως ουσία και καθημερινότητα, και όχι απλά ως μια τυπική αναπαραγωγή των πολιτισμικών αξιών.

Συγκεκριμένα, αυτή τη στιγμή οι δημόσιοι πόροι δεν επαρκούν για την κάλυψη των βασικών αναγκών σε στέγη, τροφή και ρουχισμό, καθώς η εισροή των μεταναστευτικών ρευμάτων είναι τέτοιου βαθμού, που ο κρατικός τομέας και οι ΜΚΟ αδυνατούν να καλύψουν αυτές τις ανάγκες σε επαρκή επίπεδα. Στο πλαίσιο της ευρωπαϊκής αλληλεγγύης χρειάζεται να υπάρξει σημαντική βοήθεια για τους εν λόγω πληθυσμούς, ώστε να καλυφθούν αυτές οι ανάγκες και να εκλείψουν φαινόμενα όπως το «καμπ» οικογενειών στο Πεδίο του Άρεως (Γεωργιοπούλου, 2015) ή η αδυναμία σίτισης στο «καμπ» μεταναστών της Μυτιλήνης («Νέα ένταση στον καταυλισμό μεταναστών στη Μυτιλήνη», 2015). Ωστόσο, ομολογουμένως, σε ένα τόσο ασφυκτικό πλαίσιο όπου τα πρωταρχικά αγαθά (στέγη, τροφή, ρουχισμός) είναι σε έλλειψη, οποιαδήποτε συζήτηση περί ανταλλαγής πολιτιστικών αγαθών ίσως να κρίνεται ως «πολυτέλεια». Εντούτοις, αποτελεί τη βάση για την προσπάθεια εξάλειψης της ξενοφοβίας, των ρατσιστικών φαινομένων αλλά και της ουσιαστικής ώσμωσης των μεταναστευτικών πληθυσμών με τον γηγενή πληθυσμό. Η συμμετοχή στις πολιτιστικές δράσεις, η εκπαίδευση, η ανταλλαγή ιδεών και αξιών είναι η έξοδος από την ανασφάλεια και τον φόβο για τη διαφορετικότητα. Θεωρώ ότι βιώσιμη ανάπτυξη σε τοπικό επίπεδο, στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης της κουλτούρας των ευρωπαϊκών κοινωνιών, δεν μπορεί να συμβαδίσει με τον φόβο και την ανασφάλεια.

Ασκήσεις / Ερωτήσεις Κατανόησης

- 1) Λαμβάνοντας υπόψη τη μαζική εισροή μεταναστών στην Ελλάδα, αναλύστε κριτικά το εξομοιωτικό μοντέλο και προτείνετε άλλες πιθανές εκδοχές του.
- 2) Σύμφωνα με τη θεωρία του Simmel αναφορικά με την έννοια της «ανταλλαγής», προσδιορίστε το περιεχόμενο της πολιτισμικής ταυτότητας του ξένου.
- 3) Αναλύστε κριτικά τον ρόλο των ΜΚΟ στην παρούσα συγκυρία διαχείρισης των μεταναστευτικών ροών και προσδιορίστε τον ρόλο της κρατικής προστασίας.

Επιλεγμένη Βιβλιογραφία

- Βεντούρα, Λ. (2009). Εθνικό κράτος και σύγχρονες μεταναστεύσεις: τάσεις, πολιτικές, προσεγγίσεις. *Σύγχρονα Θέματα*, Τεύχος 107, Περίοδος Β΄.
- Biehl, P. F., & Prescott, C. (2013). Heritage in the context of globalization: Europe and the Americas. *Springer Briefs in Archaeology*, 8.
- Kontochristou, M., & Mascha, E. (2014). The Euro Crisis and the question of solidarity in the European Union: Disclosures and manifestations in the European Press. *Review of European Studies*, Vol 6 (No 2).
- Παπαταξιάρχης, Ε. (2015). *Περιπέτειες της Ετερότητας* (2^η έκδ.). Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Simmel, G. (2004). *Περιπλάνηση στη Νεωτερικότητα* (Γ. Σαγκριώτης & Ό. Σταθάτου, Μτφρ., Σπ. Γάγγας & Κ. Θ. Καλφόπουλος, Επιμ.). Αθήνα: Αλεξάνδρεια.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

- Βεντούρα, Λ. (2009). Εθνικό κράτος και σύγχρονες μεταναστεύσεις: τάσεις, πολιτικές, προσεγγίσεις. *Σύγχρονα Θέματα*, Τεύχος 107, Περίοδος Β΄.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Garden City, New York: Anchor Books.
- Biehl, P. F., & Prescott, C. (2013). Heritage in the context of globalization: Europe and the Americas. *Springer Briefs in Archaeology*, 8.
- Γεωργιοπούλου, Τ. (2015, 22 Ιουλίου). Νέες «φουρνιές» μεταναστών στο πεδίο του Άρεως. Ανακτήθηκε 25 Ιουλίου, 2015, από <http://www.kathimerini.gr/824535/article/epikairothta/ellada/nees-foynies-metanastvn-sto-pedio-toy-arews>
- Διαμαντόπουλος, Δ. Π. (1994). *Λεξικό Βασικών Εννοιών*. Αθήνα: Πατάκης.
- Kontochristou, M. & Mascha, E. (2014). The Euro Crisis and the question of solidarity in the European Union: Disclosures and manifestations in the European Press. *Review of European Studies*, Vol 6, No 2.
- Μουργελάς, Β. (2014). *Διοργάνωση πολιτιστικών δραστηριοτήτων για την ανάδειξη του κοινωνικο-πολιτισμικού κεφαλαίου των μεταναστών στην Ελλάδα: το παράδειγμα του «Εργαστηρίου Πολιτισμού» του Μη Κερδοσκοπικού Σωματίου «Δίκτυο για τα Δικαιώματα του Παιδιού»* (Αδημοσίευτη Μεταπτυχιακή Διπλωματική εργασία). Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Διοίκησης Πολιτιστικών Μονάδων, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- Μωυσίδης, Α. & Παπαδοπούλου, Δ. (Επιμ.). (2011). *Η Κοινωνική Ενσωμάτωση των Μεταναστών στην Ελλάδα: Εργασία, Εκπαίδευση, Ταυτότητες*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Νέα ένταση στον καταυλισμό μεταναστών στη Μυτιλήνη. (2015, 9 Ιουλίου). Ανακτήθηκε 13 Ιουλίου, 2015, από <http://www.real.gr/DefaultArthro.aspx?page=arthro&id=431467&catID=3>
- Παπαταξιάρχης, Ε. (2009). Στην άκρη του βλέμματος: Η κρίση της «φιλοξενίας» την εποχή των διαπερατών συνόρων. *Σύγχρονα Θέματα*, Τεύχος 107, Περίοδος Β΄.
- Παπαταξιάρχης, Ε. (2014). Ο «αδιανόητος» ρατσισμός. *Σύγχρονα Θέματα*, Τεύχος 127, Περίοδος Β΄.
- Παπαταξιάρχης, Ε. (2015). *Περιπέτειες της Ετερότητας* (2^η έκδ.). Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Simmel, G. (1971). *On Individuality and Social Forms* (D. L. Levine, Επιμ.). Chicago: The University of Chicago Press.

- Simmel, G. (2004). *Περιπλάνηση στη Νεωτερικότητα* (Γ. Σαγκριώτης & Ό. Σταθάτου, Μτφρ., Σπ. Γάγγας & Κ. Θ. Καλφόπουλος, Επιμ.). Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Τζωρτζοπούλου, Μ. (2002). *Μετανάστες προς την Ελλάδα: η περίπτωση της περιοχής πρωτεύουσας. Οικονομική και κοινωνική θέση των μεταναστών* (Διδακτορική Διατριβή). Τμήμα Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών, Αθήνα. Ανακτήθηκε 17 Σεπτεμβρίου, 2015, από <http://thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/14496#page/18/mode/2up>.

Κεφάλαιο 2 - Διαχείριση Υλικής Πολιτισμικής Κληρονομιάς, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη

Ιωάννης Πούλιος*

Σύνοψη

Το πρώτο μέρος του κεφαλαίου εξετάζει την ιστορική εξέλιξη, το περιεχόμενο και τα χαρακτηριστικά της διαχείρισης της υλικής πολιτισμικής κληρονομιάς, όπως αυτή γεννήθηκε και αναπτύχθηκε στον δυτικό ευρωπαϊκό χώρο και στη συνέχεια μεταφέρθηκε στον μη δυτικό κόσμο. Δίνεται έμφαση στην έννοια της ασυνέχειας μεταξύ των μνημείων, τα οποία θεωρούνται ότι ανήκουν στο παρελθόν, και στις κοινωνίες του εκάστοτε παρόντος, καθώς και στην ανάγκη διατήρησης του παρελθόντος στο παρόν και στο μέλλον.

Το δεύτερο μέρος συνοψίζει τις προσπάθειες του κλάδου να αναγνωρίσει τη «ζωντανή» διάσταση της πολιτισμικής κληρονομιάς και την ανάγκη συμμετοχής της τοπικής κοινωνίας στη διαδικασία της διαχείρισης. Ειδική αναφορά γίνεται στη Σύμβαση Παγκόσμιας Κληρονομιάς (1972), καθώς και στο πολύ πρόσφατο Nara+20 Document (2015).

Το τρίτο μέρος αναλύει τα μοντέλα (δηλαδή ολοκληρωμένα συστήματα θεωρητικής και πρακτικής προσέγγισης) διαχείρισης πολιτισμικής κληρονομιάς, με εστίαση στον τρόπο με τον οποίο το κάθε μοντέλο προσεγγίζει τη βιώσιμη ανάπτυξη: «υλικοκεντρικό», «αξιοκεντρικό» και μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς». Εξετάζονται συγκεκριμένα παραδείγματα πολιτιστικών χώρων από τη διεθνή καθώς και την ελληνική πραγματικότητα, όπου εφαρμόζονται τα μοντέλα, ενώ, συγχρόνως, εντοπίζονται τα ισχυρά σημεία και οι αδυναμίες κάθε μοντέλου. Το μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς», ειδικότερα, δίνει έμφαση στην έννοια της συνέχειας της σύνδεσης των κοινωνιών με την πολιτισμική κληρονομιά και στη διαρκή δημιουργία και εξέλιξη του παρελθόντος στο παρόν και στο μέλλον.

Το κεφάλαιο καταλήγει στο συμπέρασμα ότι στην Ελλάδα, για να επιτευχθεί η βιώσιμη ανάπτυξη, είναι ανάγκη να μεταβούμε –ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες του εκάστοτε χώρου– από το ισχύον «υλικοκεντρικό» μοντέλο στο «αξιοκεντρικό» μοντέλο και στο «μοντέλο ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς».

Λέξεις-κλειδιά

Διαχείριση υλικής πολιτισμικής κληρονομιάς, αυθεντικότητα (authenticity), ασυνέχεια (discontinuity), Αξιοκεντρικό μοντέλο (values-based approach), μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» (living heritage approach), συνέχεια (continuity), κεντρική κοινότητα (core community), Nara+20 Document (2015).

2.1 Εισαγωγή: ιστορική εξέλιξη, περιεχόμενο, χαρακτηριστικά, ορισμός διαχείρισης υλικής πολιτισμικής κληρονομιάς

2.1.1 Ιστορική εξέλιξη διαχείρισης

Η διαχείριση της (υλικής) πολιτισμικής κληρονομιάς μπορεί να οριστεί ως «ο επαγγελματικός κλάδος που είναι αφιερωμένος στη διατήρηση της πολιτισμικής κληρονομιάς για το μέλλον» (Muñoz-Viñas, 2005, σελ. 13).

Ο κλάδος της διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς γεννήθηκε και αναπτύχθηκε κυρίως στη Δυτική Ευρώπη. Οι απαρχές του κλάδου εντοπίζονται στις φιλοσοφικές αναζητήσεις που έλαβαν χώρα κατά τον 19ο και τις αρχές του 20ού αιώνα στη Δυτική Ευρώπη σχετικά με θέματα διατήρησης ιστορικών κτηρίων, όπως αυτές που ξεκίνησαν από την *Cambridge Camden Society*, το *conservation movement* και το έργο του Alois Riegl (Jokilehto, 1986, σελ. 295-298, 304-313, 378-381· Stanley-Price, Kirby Talley & Melucco Vaccaro, 1996, σελ. 69-83, 18-21, 322-323, 309-310). Η διαχείριση αναπτύχθηκε χάρη σε συμφωνίες που υιοθετήθηκαν στη Δυτική Ευρώπη και στη συνέχεια σε διεθνές επίπεδο μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο με τη βοήθεια

* Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο – Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου – UNESCO School on Sustainable Energy Governance in World Heritage Sites

πολιτιστικών οργανισμών που δημιουργήθηκαν αυτήν την περίοδο όπως το Icomos, για παράδειγμα ο *Χάρτης της Βενετίας / Venice Charter* (Icomos, 1964). Σημείο τομής της ιστορίας της διαχείρισης αποτελεί η υιοθέτηση, με πρωτοβουλία κρατών του δυτικού, κυρίως, κόσμου, της *Σύμβασης για την Προστασία της Παγκόσμιας Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς* (στο εξής *Σύμβαση Παγκόσμιας Κληρονομιάς*) της Unesco (Simmonds, 1997, σελ. 251-281· Unesco, 1972).

2.1.2 Περιεχόμενο διαχείρισης

Η διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς ασχολείται με τα εξής στοιχεία (Πούλιος, 2010β):

1. Υλικό (fabric/material). Το υλικό περιλαμβάνει τα υλικά, χειροπιαστά στοιχεία της πολιτισμικής κληρονομιάς και συγκεκριμένα: α) το είδος του υλικού και τον τρόπο κατασκευής, τη διακόσμηση, την τεχνοτροπία, κ.λπ ενός μνημείου, β) την όποια κατασκευή υπάρχει στο έδαφος αλλά και στο υπέδαφος ενός μνημείου, γ) τη διαμόρφωση του εσωτερικού και του εξωτερικού χώρου ενός μνημείου, καθώς και δ) τον ευρύτερο φυσικό περιβάλλοντα χώρο.¹⁰
2. Άυλα στοιχεία (intangible / less tangible elements). Περιλαμβάνουν τα μη υλικά / μη χειροπιαστά στοιχεία της πολιτισμικής κληρονομιάς, όπως π.χ. μύθους, προφορικές παραδόσεις, κοινωνικές αντιλήψεις, θρησκευτικές παραδόσεις και λατρευτικές πρακτικές/τελετουργίες, τα οποία συνδέονται με την υλική πολιτισμική κληρονομιά.¹¹
3. Αξίες (values). Αξία θεωρείται το έννομο ενδιαφέρον μιας ομάδας ανθρώπων / ομάδας ενδιαφέροντος (stakeholder groups / interest groups) για την πολιτισμική κληρονομιά.¹²

Ομάδες ενδιαφέροντος: Οι ομάδες αυτές διαφοροποιούνται μεταξύ τους στη βάση της διαφορετικής τους σχέσης με την πολιτισμική κληρονομιά (και όχι ανάλογα με τα προσωπικά χαρακτηριστικά των μεμονωμένων ατόμων τα οποία τις αποτελούν).¹³ Παραδείγματα ομάδων ενδιαφέροντος: αρχαιολόγοι, ιστορικοί, ερευνητές, πολιτικοί, μέλη τοπικής κοινωνίας, μοναχοί, ιθαγενείς, επισκέπτες/τουρίστες, τουριστικοί πράκτορες, και μη κυβερνητικές οργανώσεις. Το ίδιο άτομο μπορεί να ανήκει σε περισσότερες από μία ομάδες ενδιαφέροντος, ανάλογα με τις διαφορετικές μορφές σχέσεων που αναπτύσσει με την πολιτισμική κληρονομιά. Παραδείγματος χάριν, κάποιος μπορεί να είναι και ερευνητής και επισκέπτης κάποιου αρχαιολογικού χώρου.

Αξίες: Διαφορετικές ομάδες ενδιαφέροντος μπορεί να προσδίδουν εν μέρει ίδιες αξίες στην πολιτισμική κληρονομιά. Παραδείγματα αξιών τις οποίες προσδίδουν διαφορετικές ομάδες ενδιαφέροντος στην πολιτισμική κληρονομιά: επιστημονική (αξία την οποία προσδίδει π.χ. ο ερευνητής), ιστορική (αξία την οποία προσδίδουν π.χ. οι ιστορικοί-αρχαιολόγοι), σπανιότητα (αξία την οποία προσδίδουν π.χ. οι ιστορικοί-αρχαιολόγοι), παλαιότητα (αξία την οποία προσδίδουν π.χ. οι ιστορικοί-αρχαιολόγοι), εθνική (αξία την οποία προσδίδουν π.χ. οι πολιτικοί και τα μέλη της εθνικής-κρατικής κοινότητας), τοπική (αξία την οποία προσδίδουν π.χ. οι πολιτικοί και τα μέλη της τοπικής κοινωνίας), θρησκευτική (αξία την οποία προσδίδουν π.χ. οι μοναχοί ή οι ιθαγενείς και τα μέλη της τοπικής κοινωνίας), χρηστική (αξία την οποία προσδίδουν π.χ. τα μέλη της τοπικής κοινωνίας και οι επισκέπτες), αισθητική (αξία την οποία προσδίδουν π.χ. οι αρχαιολόγοι και οι επισκέπτες), οικονομική/τουριστική (αξία την οποία προσδίδουν π.χ. οι επισκέπτες/τουρίστες, οι τουριστικοί πράκτορες και τα μέλη της τοπικής κοινωνίας) και αξία από δυνατότητα νέας χρήσης (αξία την οποία προσδίδουν π.χ. οι ιστορικοί-αρχαιολόγοι και τα μέλη της τοπικής κοινωνίας) (Λαμπρινουδάκης, 2008, σελ. 153-156· Mason, 2002, σελ. 7-13· Mason & Avrami, 2002, σελ. 16-19). Οι αξίες αυτές έχουν κατά καιρούς ταξινομηθεί σε

¹⁰ Η φυσική και η πολιτισμική κληρονομιά νοούνται και προστατεύονται ως ενιαίο σύνολο, για πρώτη φορά σε παγκόσμιο επίπεδο με τη σύμβαση της Παγκόσμιας (Φυσικής και Πολιτιστικής) Κληρονομιάς της Unesco (Unesco, 1972).

¹¹ Τα άυλα / μη υλικά στοιχεία που αναφέρονται στο σημείο αυτό αποτελούν μέρος της υλικής πολιτισμικής κληρονομιάς –και όχι ξεχωριστές μορφές (άυλης / μη υλικής) πολιτισμικής κληρονομιάς: βλ. παρακάτω ξεχωριστό κεφάλαιο για διαχείριση άυλης πολιτισμικής κληρονομιάς.

¹² Να σημειωθεί ότι το ενδιαφέρον κάποιου ομάδας για την ακούσια ή εκούσια καταστροφή της πολιτισμικής κληρονομιάς δεν αποτελεί αξία: βλ. παρακάτω.

¹³ Για παράδειγμα: το γεγονός ότι σε κάποιους αρέσουν η ιστορία και τα ταξίδια (προσωπικό χαρακτηριστικό) δεν τους καθιστά ομάδα ενδιαφέροντος για την πολιτισμική κληρονομιά, ενώ το γεγονός ότι στα ταξίδια τους επισκέπτονται αρχαιολογικούς χώρους τους καθιστά ομάδα ενδιαφέροντος (επισκέπτες) για τους συγκεκριμένους χώρους.

ευρύτερες κατηγορίες-συστήματα (ενδεικτικά: Mason, 2002, σελ. 9, πίν. 1). Γενικότερα, όμως, οι κύριες κατηγορίες αξιών είναι δύο: α) οι αξίες που συνδέονται με τη διατήρηση του υλικού της πολιτισμικής κληρονομιάς (π.χ. επιστημονική, ιστορική, αισθητική αξία, σπανιότητα και παλαιότητα) και β) οι αξίες που συνδέονται με τη διαφύλαξη των άυλων / μη υλικών στοιχείων της πολιτισμικής κληρονομιάς (π.χ. θρησκευτική, πνευματική και χρηστική αξία).

«Αυθεντικότητα» (*authenticity*). Όλα τα παραπάνω στοιχεία (υλικό, άυλα στοιχεία, αξίες) εκφράζουν-συνθέτουν την «αυθεντικότητα» της πολιτισμικής κληρονομιάς. Ειδικότερα:

Ορισμός αυθεντικότητας: Η αυθεντικότητα αναδείχτηκε ως η κεντρική έννοια στη διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς (Lowenthal, 1992, 1995· Ucko, 2000), με αναφορά σε ελληνικούς πολιτιστικούς χώρους (Πούλιος, 2015). Η προσπάθεια διαφύλαξης της αυθεντικότητας μπορεί να θεωρηθεί ως η αναζήτηση της αλήθειας στον κλάδο του πολιτισμού (Jokilehto & King, 2000, σελ. 33). Η αυθεντικότητα καθιερώθηκε επισήμως σε διεθνές επίπεδο με την υιοθέτηση της *Σύμβασης της Παγκόσμιας Κληρονομιάς* (και της *Αίστας Παγκόσμιας Κληρονομιάς*, η οποία συνοδεύει τη Σύμβαση). Στο πλαίσιο της *Σύμβασης της Παγκόσμιας Κληρονομιάς*, η αυθεντικότητα μπορεί να εννοηθεί ως «προσπάθεια να βεβαιωθεί ότι οι αξίες εκφράζονται με τρόπο αξιόπιστο ή γνήσιο από τα χαρακτηριστικά που φέρουν τις αξίες αυτές» (Stovel, 2004, σελ. 131). Για τις διαφορετικές προσεγγίσεις της αυθεντικότητας βλ. μοντέλα διαχείρισης παρακάτω.

Ρίζες – Ιστορική εξέλιξη αυθεντικότητας: Η αυθεντικότητα αποτελεί ουσιαστικά προϊόν της δυτικοευρωπαϊκής πολιτιστικής ιστορίας,¹⁴ η οποία στη συνέχεια μεταφέρθηκε ή και σε ορισμένες περιπτώσεις επιβλήθηκε και στον μη δυτικό κόσμο (βλ. υλικοκεντρικό μοντέλο παρακάτω). Πιο συγκεκριμένα, η έννοια της αυθεντικότητας έχει τις ρίζες της σε μια αίσθηση διαρκούς έλλειψης ικανοποίησης από το παρόν, η οποία διακατέχει τη δυτική κοινωνία και οφείλεται στις ταχύτατες μεταβολές και τη συνεχή κινητικότητα των τελευταίων αιώνων στον δυτικό κόσμο. Η αίσθηση αυτή προκαλεί μια έντονη επιθυμία ή και ανάγκη για κάτι το γνώριμο, οικείο και αναμενόμενο, παρά για κάτι το διαφορετικό, απρόσμενο και καινοτόμο. Μέσα σ' αυτήν την ταχύτατα μεταβαλλόμενη πραγματικότητα, το παρελθόν αποκτά μια ασφαλή θέση και, επομένως, προσεγγίζεται με νοσταλγία: η αίσθηση του ανικανοποίητου από το παρόν προκαλεί μια έντονη επιθυμία ή και ανάγκη για την αναζήτηση ιχνών ενός «αυθεντικού», υποθετικά περισσότερο ικανοποιητικού παρελθόντος και την ανάκτηση πραγμάτων ή την αναβίωση καταστάσεων του παρελθόντος, που δεν έχουν «αγγιχτεί» και αλλοιωθεί από το παρόν (Lowenthal, 1995, σελ. 122· MacCannell, 1999, σελ. 2-3).

Στόχος διαχείρισης (σε σχέση με την αυθεντικότητα): Ο κλάδος της διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς, ο οποίος αναπτύχθηκε και εξακολουθεί να αναπτύσσεται εντός αυτής της αίσθησης του ανικανοποίητου από το παρόν, έχει ως βασικό στόχο του τη διατήρηση της υλικής κληρονομιάς του παρελθόντος και την προστασία της από την απώλεια και την καταστροφή που συντελούνται στο εκάστοτε παρόν. Με τον τρόπο αυτόν, η διαχείριση επιβάλλει ένα είδος α-συνέχειας ανάμεσα στα μνημεία, τα οποία θεωρούνται ότι ανήκουν στο παρελθόν, και τους ανθρώπους και τις κοινωνικές και πολιτιστικές διεργασίες του εκάστοτε παρόντος, τα οποία θεωρούνται ότι φθείρουν τα μνημεία (Jones, 2006, σελ. 122· Ucko, 1994, σελ. 261-263 Walderhaug-Saetersdal, 2000, σελ. 163-180). Όπως έχει χαρακτηριστικά σημειωθεί, «η διαχείριση είναι μια σύγχρονη επινόηση η οποία βλέπει το παρελθόν αποκομμένο από το παρόν» (Matero, 2004, σελ. 69).

Αρχές και πρακτικές διαχείρισης (σε σχέση με την αυθεντικότητα): Αυτή η ασυνέχεια ανάμεσα στο παρελθόν και το παρόν και η προσκόλληση σε ένα «αυθεντικό» παρελθόν καθορίζουν τις βασικές αρχές της διαχείρισης: την εστίαση στο παρελθόν και στη διατήρηση του υλικού των μνημείων, την αντίληψη ότι η αυθεντικότητα είναι μη ανανεώσιμη και το ενδιαφέρον για τη μεταβίβαση της πολιτισμικής κληρονομιάς στις μελλοντικές γενιές. Η ασυνέχεια αυτή καθορίζει και τις βασικές πρακτικές της διαχείρισης απέναντι στο υλικό, όπως π.χ.: την αναστρεψιμότητα των επεμβάσεων, τη συμβατότητα των πρόσθετων στοιχείων που χρησιμοποιούνται, την αρχή της αναστήλωσης (Icomos, 1964). Επίσης, αυτή η ασυνέχεια προσδίδει στους υπευθύνους διαχείρισης (οι οποίοι έχουν οριστεί και επιβλέπονται συνήθως από το κράτος) έναν κυρίαρχο ρόλο στη διαδικασία της διαχείρισης, καθορίζοντας συγχρόνως και τα όρια της επέμβασής τους (Sullivan, 2004, σελ. 50).

¹⁴ Να σημειωθεί ότι σε πολλές χώρες του μη δυτικού κόσμου η έννοια της αυθεντικότητας είναι ανύπαρκτη ή μπορεί να έχει ένα εντελώς διαφορετικό περιεχόμενο (Jokilehto, 1995, σελ. 18-29· Lowenthal, 1995, σελ. 125-127).

2.1.3 Χαρακτηριστικά διαχείρισης

Η διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς νοείται ως (Πούλιος, 2010β):

- Θετική αντιμετώπιση και προστασία της κληρονομιάς. Η αρνητική αντιμετώπιση, ως ακούσια ή και εκούσια καταστροφή της κληρονομιάς (π.χ. με τη μορφή της άγνοιας, της εγκατάλειψης, της ληλασίας και της αρχαιοκαπηλίας), αποτελεί αντικείμενο μελέτης και ανάλυσης, αλλά δεν υπάγεται στην έννοια της διαχείρισης.
- Συστηματική αντιμετώπιση και προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς, δηλαδή η προστασία με τρόπο συστηματικό. Αυτό σημαίνει ότι η διαχείριση επιτελείται στη βάση συγκεκριμένων μελετών, με συγκεκριμένη στρατηγική, μεθοδολογία και με συγκεκριμένα εργαλεία και τεχνικές, που διέπονται από λογική ακολουθία και αποτελεσματικότητα (βλ. μοντέλα διαχείρισης παρακάτω).
- Με διαφορετική εφαρμογή σε κάθε περίπτωση. Η διαχείριση λαμβάνει υπόψη της και προσαρμόζεται στις ευαισθησίες και ανάγκες της κάθε πολιτισμικής κληρονομιάς ξεχωριστά. Αυτό σημαίνει ότι οι μελέτες –και κατ’ επέκταση η στρατηγική, η μεθοδολογία, τα εργαλεία και οι τεχνικές στις οποίες βασίζεται η διαχείριση– καθώς και η ομάδα / επιτροπή διαχείρισης (βλ. παρακάτω) είναι διαφορετικές για κάθε περίπτωση.
- Δυναμική αντιμετώπιση και προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς, δηλαδή διαρκής και μακροπρόθεσμα βιώσιμη, ανταποκρινόμενη και αναπροσαρμοζόμενη στις συνεχώς μεταβαλλόμενες ευρύτερες κοινωνικές, οικονομικές, πολιτικές, πολιτιστικές και τεχνολογικές συνθήκες και προκλήσεις.
- Με έμφαση στην πρόληψη (παρά στην αντιμετώπιση).
- Συνολική, ολοκληρωμένη αντιμετώπιση και προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς –και όχι μόνο οικονομική διαχείριση της κληρονομιάς. Συγκεκριμένα, η διαχείριση περιλαμβάνει: το ενδιαφέρον για την πολιτισμική κληρονομιά, μελέτη, έρευνα, ανασκαφή, καταγραφή, τεκμηρίωση, ερμηνεία, αξιολόγηση, αναστήλωση, συντήρηση, διαφύλαξη, νομοθεσία, πολιτική προστασίας, ανάδειξη, παρουσίαση, προβολή, οικονομική (συμπεριλαμβανόμενης της τουριστικής) αξιοποίηση της πολιτισμικής κληρονομιάς.
- Διεπιστημονική αντιμετώπιση και προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς. Προκειμένου να αντεπεξέλθει στο πλήθος και την ευρύτητα των παραπάνω δραστηριοτήτων, καθώς και στην πολυπλοκότητα των μεταξύ τους σχέσεων, η διαχείριση προϋποθέτει τη συνεργασία πολλών διαφορετικών ειδικοτήτων. Οι ειδικότητες αυτές περιλαμβάνουν: ι) τις «παραδοσιακές» ειδικότητες, οι οποίες επί δεκαετίες ή και αιώνες ασχολούνται με τη μελέτη και προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς, π.χ. αρχαιολογία, αρχιτεκτονική, ιστορία και ιστορία της τέχνης, αλλά και ιι) νέες, σύγχρονες ειδικότητες, των οποίων η συμβολή στη διαχείριση κρίνεται σήμερα απαραίτητη λόγω των μεταβαλλόμενων ευρύτερων συνθηκών (βλ. παραπάνω), π.χ. οικονομικές και τουριστικές επιστήμες. Σε πρακτικό επίπεδο, η διαχείριση ενός αρχαιολογικού χώρου δεν μπορεί να είναι μια ατομική υπόθεση ενός μόνο ειδικού, αλλά αποτελεί μέριμνα διεπιστημονικής ομάδας / επιτροπής διαχείρισης (management team / committee). Για λόγους πρακτικούς, η ομάδα/επιτροπή αυτή δεν περιλαμβάνει ειδικούς από καθεμία από τις παραπάνω ειδικότητες ξεχωριστά (ένα τέτοιο εγχείρημα θα ήταν πρακτικά ανέφικτο, αλλά και θα οδηγούσε σε μια πολυπρόσωπη, δυσλειτουργική και αναποτελεσματική ομάδα διαχείρισης), αλλά περιορίζεται στους ειδικούς εκείνους των οποίων η συμμετοχή κρίνεται απαραίτητη, ανάλογα με τις συγκεκριμένες ανάγκες και ευαισθησίες της προς προστασία πολιτισμικής κληρονομιάς. Οι ειδικοί των άλλων ειδικοτήτων πλαισιώνουν την ομάδα / επιτροπή διαχείρισης ως συνεργάτες.
- Κοινωνική λειτουργία, δεδομένου ότι η πολιτισμική κληρονομιά είναι βασικό κοινωνικό αγαθό. Αυτό σημαίνει ότι:
- Η διαχείριση επιτελείται προς όφελος της κοινωνίας. Τα οφέλη της κοινωνίας από τη διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς είναι πολλαπλά: π.χ. οικονομικά (η πολιτισμική κληρονομιά ως εν δυνάμει πλουτοπαραγωγική πηγή), διδακτικά/εκπαιδευτικά (η πολιτισμική κληρονομιά ως εκπαιδευτικό αγαθό), ψυχαγωγικά (η πολιτισμική κληρονομιά ως αγαθό απόλαυσης και βίωσης), κοινωνικά (η πολιτισμική κληρονομιά ως μέσο βελτίωσης της

ποιότητας ζωής της κοινωνίας, αλλά και ως μέσο εξασφάλισης της επικοινωνίας και συνεργασίας μεταξύ των διαφορετικών κοινωνικών ομάδων).

- Αυτοί που αναλαμβάνουν και διεκπεραιώνουν τη διαχείριση λειτουργούν ως εκπρόσωποι / υπηρέτες της κοινωνίας. Η διαχείριση αποτελεί, ουσιαστικά, ευθύνη και αρμοδιότητα του κοινωνικού συνόλου.
- Απώτερος στόχος της διαχείρισης είναι η διαφύλαξη και ενίσχυση της σύνδεσης της κοινωνίας με την πολιτισμική κληρονομιά.
- Η διαχείριση επιτελείται με τη συνειδητή και ενεργό συμμετοχή της κοινωνίας, με εστίαση στην τοπική κοινωνία (βλ. παρακάτω: ενότητα «τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη»). Η συμμετοχή της (τοπικής) κοινωνίας πραγματοποιείται βάσει συγκεκριμένου σχεδιασμού (βλ. παρακάτω: «αξιοκεντρικό» μοντέλο και μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς»). Σε πρακτικό επίπεδο, η ομάδα / επιτροπή διαχείρισης βρίσκεται σε συνεχή επικοινωνία και συνεργασία με την τοπική κοινωνία, ενώ στις περισσότερες περιπτώσεις κρίνεται απαραίτητη και η συμμετοχή εκπροσώπου της τοπικής κοινωνίας στην ίδια την ομάδα / επιτροπή διαχείρισης.

2.1.4 Ορισμός διαχείρισης: ένας αυτόνομος επαγγελματικός κλάδος

Με βάση τα παραπάνω χαρακτηριστικά, θα μπορούσε να δοθεί ο εξής ορισμός της διαχείρισης: **Διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς** είναι η ολοκληρωμένη προστασία, με τρόπο συστηματικό και διεπιστημονικό και μέσα από συμμετοχικές διαδικασίες, του υλικού της πολιτισμικής κληρονομιάς, καθώς και των αξιών τις οποίες η κληρονομιά αυτή εκφράζει ως απόρροια της σύνδεσής της με το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο.

Οι **ειδικοί διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς** είναι αρμόδιοι για την εκπόνηση και διεκπεραίωση συγκεκριμένων μελετών διαχείρισης. Είναι αρμόδιοι για τη χάραξη στρατηγικής και τον σχεδιασμό και την υλοποίηση του συνόλου των διαφορετικών δραστηριοτήτων που περιλαμβάνονται στη διαχείριση (π.χ. μελέτη, ανασκαφή, αναστήλωση, προβολή και αξιοποίηση: βλ. παραπάνω). Οι ειδικοί διαχείρισης έχουν γνώση και των «παραδοσιακών» αλλά και των πιο σύγχρονων ειδικοτήτων που συμμετέχουν στη διαχείριση (βλ. παραπάνω) και, με τον τρόπο αυτόν, αποτελούν τον συνδετικό κρίκο μεταξύ των διαφορετικών ειδικοτήτων: θέτουν το πλαίσιο συνεργασίας και διασφαλίζουν τη συνεργασία και την ισορροπία μεταξύ των ειδικοτήτων, με στόχο την αποτελεσματική προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς. Σε πρακτικό επίπεδο, οι ειδικοί διαχείρισης μπορούν να συμμετάσχουν στη διαδικασία της διαχείρισης με τους εξής τρόπους: α) ως **υπεύθυνοι διαχείρισης** (*heritage managers*), συνηθέστερα ως επικεφαλής ή και ως μέλη της ομάδας / επιτροπής διαχείρισης, ή και β) ως **σύμβουλοι διαχείρισης** (*heritage consultants*), με συμβολή σε συγκεκριμένα σημεία της διαδικασίας της διαχείρισης, συνήθως ως εξωτερικοί συνεργάτες.

Η διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς αποτελεί **έναν νέο επιστημονικό και επαγγελματικό κλάδο, με αυτόνομη ειδίκευση**, ο οποίος εφαρμόζει αρχές και πρακτικές αναγνωρισμένες και καθιερωμένες σε διεθνές επίπεδο και βασίζεται σε ειδικές σπουδές. Με τον τρόπο αυτόν, οι ειδικοί διαχείρισης διαφοροποιούνται από τους αρχαιολόγους. Συγχρόνως, όμως, οι ειδικοί διαχείρισης οφείλουν να βρίσκονται σε διαρκή και στενή συνεργασία με τους αρχαιολόγους, λόγω της πολύ σημαντικής εμπειρίας των τελευταίων ως του κατεξοχήν φορέα μελέτης και προστασίας της πολιτισμικής κληρονομιάς επί δεκαετίες ή και αιώνες (από τη γένεση της αρχαιολογίας ως επιστημονικού κλάδου κατά τον 19ο αιώνα). Σε πρακτικό επίπεδο, οι ειδικοί διαχείρισης και οι αρχαιολόγοι συνεργάζονται στο πλαίσιο της ομάδας / επιτροπής διαχείρισης.

2.2 Τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη

Ο κλάδος της διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς χαρακτηρίζεται, σε παγκόσμιο επίπεδο, από μια αυξανόμενη προσπάθεια να αναγνωρίσει τη «ζωντανή» διάσταση της πολιτισμικής κληρονομιάς και την ανάγκη συμμετοχής της τοπικής κοινωνίας στη διαδικασία της διαχείρισης. Οι πρώτες προσεγγίσεις διαχείρισης στα τέλη του 19ου και τις αρχές του 20ού αιώνα, όπως η δράση του *Cambridge Camden Society*, του *conservation movement*, καθώς και φιλοσόφων όπως ο Alois Riegl (βλ. παραπάνω), μπορούν να θεωρηθούν ιδιαίτερα «υλιστικές». Αντιμετώπισαν την πολιτισμική κληρονομιά ως έναν χειροπιαστό, υλικό και μη αναστρέψιμο πόρο και εστίασαν στην ανάγκη να προστατευτεί η πολιτισμική κληρονομιά από ανθρώπινες πρακτικές, οι οποίες θεωρήθηκαν βλαπτικές για την πολιτισμική κληρονομιά. Μόνο μετά τον Β΄ Παγκόσμιο

Πόλεμο, στη *Hague Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict* (Unesco, 1954), η πολιτισμική κληρονομιά αναγνωρίστηκε –σε διεθνές επίπεδο– ως ανθρώπινη δημιουργία (παρ. 1). Εντούτοις, το πεδίο εφαρμογής της σύμβασης περιοριζόταν στην προστασία σε περιπτώσεις ένοπλης σύρραξης ή βίας (παρ. 3). Ο *Χάρτης της Βενετίας* (Icomos, 1964) συμπεριέλαβε πολιτιστικές, αισθητικές και ιστορικές αξίες (παρ. 9). Η ανθρώπινη διάσταση της πολιτισμικής κληρονομιάς αναγνωρίστηκε (πρόλογος), αλλά δεν υπήρξε άμεση αναφορά στους ανθρώπους που ζούνε μέσα στα μνημεία. Η *Σύμβαση Παγκόσμιας Κληρονομιάς* (Unesco, 1972) συμπεριέλαβε εθνολογικές-ανθρωπολογικές αξίες (παρ. 1) και έκανε άμεση αναφορά στη σύνδεση πολιτισμικής κληρονομιάς και κοινωνιών: «Κάθε κράτος μέλος της Σύμβασης θα προσπαθήσει [...] να υιοθετήσει μια γενική πολιτική που θα αποσκοπεί στο να προσδώσει στην πολιτισμική και φυσική κληρονομιά λειτουργικό ρόλο στη ζωή της κοινότητας» (παρ. 5). Η συμμετοχή των τοπικών κοινωνιών στη διαδικασία υποψηφιότητας και εγγραφής στον κατάλογο της Παγκόσμιας Κληρονομιάς αρχικά αποθαρρύνθηκε, ώστε να αποφευχθεί η «αχρείαστη δημοσιότητα» και η «δημόσια αμηχανία (*embarrassment*)» (Unesco, 1988, 1992, 1994α, παρ. 14), αλλά στη συνέχεια θεωρήθηκε «απαραίτητη, ώστε να νιώσουν [οι τοπικές κοινωνίες] από κοινού με το κράτος μέλος την ευθύνη για την προστασία των χώρων» (Unesco, 1996, 1999, παρ. 14). Με την ενσωμάτωση των «πολιτιστικών τοπίων», συμπεριλήφθηκαν οι ζωντανές πολιτιστικές παραδόσεις: τα άυλα / μη υλικά στοιχεία της πολιτισμικής κληρονομιάς, τα παραδοσιακά και εθιμικά συστήματα και μηχανισμοί διαχείρισης καθώς και τα συστήματα έγγειαυς ιδιοκτησίας των τοπικών κοινωνιών (Unesco, 1995, παρ. 35-42).

Το *Nara Document on Authenticity* (Unesco, 1994β) εισήγαγε την έννοια της «πολιτιστικής ποικιλομορφίας» (*cultural diversity*), τονίζοντας ότι η πολιτισμική κληρονομιά μπορεί να γίνει κατανοητή και να προστατευτεί στο συγκεκριμένο τοπικό κοινωνικο-πολιτιστικό πλαίσιο στο οποίο ανήκει (παρ. 11-12). Ο *Χάρτης της Μπούρα / Burra Charter* (Icomos Australia, 1999) εστίασε στην έννοια της «πολιτιστικής σημασίας» (*cultural significance*), αναφερόμενος σε «μια βαθιά και συγκινησιακή έννοια σύνδεσης κοινωνίας και τοπίου, [...] παρελθούσες και ζώσες εμπειρίες» (πρόλογος). Ο *Χάρτης της Μπούρα / Burra Charter* προσπάθησε, επίσης, να καταστήσει «δημοκρατική» τη διαδικασία διαχείρισης με την ενεργό ενσωμάτωση των τοπικών κοινωνιών, ιδίως των ιθαγενών, στη διαδικασία (παρ. 12 και 26.3). Η *Budapest Declaration on World Heritage* (Unesco, 2002) εστίασε στην έννοια της «βιωσιμότητας / βιώσιμης ανάπτυξης», συνδέοντας την προστασία με τα καθημερινά κοινωνικά και οικονομικά ενδιαφέροντα και την ποιότητα ζωής των τοπικών κοινωνιών (παρ. 3γ). Η Γενική Συνέλευση του Icomos το 2011 είχε ως τίτλο «Πολιτισμική κληρονομιά, όχημα ανάπτυξης». Η σημαντικότερη πιο πρόσφατη εξέλιξη στον τομέα της διαχείρισης πολιτισμικής κληρονομιάς αφορά την υπογραφή του *Nara+20 Document* (Icomos Japan, 2014· Ρουίλιος, 2015), το οποίο εστιάζει στη βιώσιμη ανάπτυξη και τη συνδέει (άρθρο 5) με τις πολιτιστικές διαδικασίες (άρθρο 1) και τις αξίες των ομάδων ενδιαφέροντος (άρθρα 3-4) στη διαρκή εξέλιξή τους στο πέρασμα του χρόνου (άρθρο 2).

2.3 Μοντέλα διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς

Τα μοντέλα διαχείρισης αποτελούν ολοκληρωμένα συστήματα θεωρητικής και πρακτικής προσέγγισης (με στρατηγική, μεθοδολογία και εργαλεία) της έννοιας και της εφαρμογής της διαχείρισης.

Τα σημαντικότερα μοντέλα διαχείρισης που ισχύουν σε παγκόσμιο επίπεδο είναι: το «υλικοκεντρικό», το «αξιοκεντρικό» και το μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» (Ρουίλιος, 2010β·Ρουίλιος, 2010, 2014α, 2014β). Το υλικοκεντρικό μοντέλο εμφανίστηκε κατά τον 19ο αιώνα και υπήρξε το κυρίαρχο μοντέλο μέχρι και πριν από τις τελευταίες δεκαετίες. Το αξιοκεντρικό μοντέλο, αποτέλεσμα της κριτικής στο υλικοκεντρικό μοντέλο, εμφανίστηκε τη δεκαετία του '80 και θεωρείται σήμερα το πιο διαδεδομένο μοντέλο. Το μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς», απόρροια της κριτικής στο αξιοκεντρικό μοντέλο, εμφανίστηκε στα τέλη της δεκαετίας του '90 και κυρίως τη δεκαετία του 2000.

2.3.1 «Υλικοκεντρικό» μοντέλο (material-based approach)

Ιστορική εξέλιξη

Το υλικοκεντρικό μοντέλο εμφανίστηκε στον δυτικό κόσμο με τη γένεση της αρχαιολογίας ως επιστημονικού κλάδου κατά τον 19ο αιώνα.¹⁵ Το συγκεκριμένο μοντέλο εκφράζεται πληρέστερα στη *Χάρτα της Βενετίας* (Icomos, 1964), η οποία θεωρείται το σημαντικότερο κείμενο διεθνώς για τη συντήρηση/αναστήλωση (του υλικού) των μνημείων.

Περιγραφή/Χαρακτηριστικά

Το υλικοκεντρικό μοντέλο δίνει έμφαση στο *υλικό* (*material/fabric*), το οποίο θεωρείται σημαντικό κυρίως από ιστορικής, αρχαιολογικής, επιστημονικής και αισθητικής πλευράς. Η «αυθεντικότητα» της πολιτισμικής κληρονομιάς ενυπάρχει στο υλικό. Επομένως, στόχος της διαχείρισης, σύμφωνα με το υλικοκεντρικό μοντέλο, είναι η διατήρηση του υλικού του παρελθόντος και η προστασία του από τη φθορά και την καταστροφή που συντελούνται στο παρόν, για χάρη του μέλλοντος. Σε πρακτικό επίπεδο, η διαχείριση νοείται ως ένα τεχνικό έργο: αρχίζει με τον εντοπισμό της φθοράς του υλικού και ολοκληρώνεται με την αντιμετώπιση της φθοράς αυτής. Η διαχείριση βασίζεται στο «*επιχειρησιακό σχέδιο*» (*master plan*), το οποίο αποτελεί, στην ουσία, μια τεχνική μελέτη αποκατάστασης ενός μνημείου.

Η αποκλειστική ευθύνη –και εξουσία– για τη διαχείριση ανήκει στους *ειδικούς* (*experts/professionals/authorities*), χωρίς να υπάρχει συμμετοχή της κοινωνίας. Οι ειδικοί, στο πλαίσιο του υλικοκεντρικού μοντέλου, αποτελούνται συνήθως από αρχαιολόγους (και όχι από ειδικούς διαχείρισης με αυτόνομη ειδίκευση στον κλάδο, όπως περιγράφηκαν στην προηγούμενη ενότητα).

Έμφαση δίνεται στην προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς. Η χρήση της πολιτισμικής κληρονομιάς (από την κοινωνία) υποτάσσεται ή και «θυσιάζεται» για χάρη της προστασίας (από τους ειδικούς). Αποδεκτές γίνονται μόνο οι σύγχρονες, επιστημονικές αρχές και πρακτικές διαχείρισης, ενώ δεν λαμβάνονται υπόψη οι παραδοσιακές αρχές και πρακτικές διαχείρισης των τοπικών κοινωνιών (χάρη στις οποίες η πολιτισμική κληρονομιά διασώθηκε στο πέρασμα του χρόνου, από την εποχή της αρχικής της δημιουργίας μέχρι και σήμερα). Προτείνεται η μινιμαλιστική, η μικρότερη δυνατή παρέμβαση στο αυθεντικό υλικό: επιτρέπεται μόνο η αναστήλωση (*anastylosis*), ενώ απαγορεύονται οι ανακατασκευές (*reconstruction*).

Η ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής της πολιτισμικής κληρονομιάς με βάση την αξιοποίηση της κληρονομιάς επιδιώκεται αποκλειστικά σύμφωνα με τα ενδιαφέροντα των ειδικών διαχείρισης (Σχήμα 2.1).

Παραδείγματα εφαρμογής

Χαρακτηριστικά παραδείγματα εφαρμογής του μοντέλου, σε σχέση και με την ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής, είναι ο Χώρος Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς Angkor στην Καμπότζη, από τη διεθνή πραγματικότητα, και ο χώρος του *ανακτόρου του Γαλερίου στην πλατεία Ναυαρίνου στη Θεσσαλονίκη*, από την Ελλάδα.

Στην Angkor τις τελευταίες δεκαετίες οι υπεύθυνοι διαχείρισης του χώρου έχουν δώσει υπερβολική έμφαση στην τουριστική ανάπτυξη του χώρου. Η τοπική κοινωνία και η μοναστική κοινότητα περιορίζονται ολοένα και περισσότερο εντός του χώρου, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις απομακρύνθηκαν από αυτόν, και συγχρόνως έχει αρχίσει να αλλοιώνεται η σχέση τους με τον χώρο: η τοπική κοινωνία, χωρικοί στην πλειονότητά τους, έχουν αρχίσει να εστιάζουν υπερβολικά στην οικονομική αξία του χώρου με την ολοένα και ενεργότερη συμμετοχή τους στην τουριστική βιομηχανία, ενώ το να γίνει κανείς μοναχός θεωρείται πια μορφή οικονομικής επένδυσης (Miura, 2005).

Στο παράδειγμα του ανακτόρου του Γαλερίου στην πλατεία Ναυαρίνου στη Θεσσαλονίκη (κηρυγμένου αρχαιολογικού χώρου, υπό την εποπτεία της αρμόδιας Αρχαιολογικής Υπηρεσίας), παρά το γεγονός ότι τα κατάλοιπα του ανακτόρου είναι άμεσα ενσωματωμένα στον οικοδομικό ιστό του κέντρου της πόλης, πλαισιωμένα από κατοικίες, καφετέριες, καταστήματα και οδικούς άξονες υψηλής κυκλοφορίας, οι υπεύθυνοι

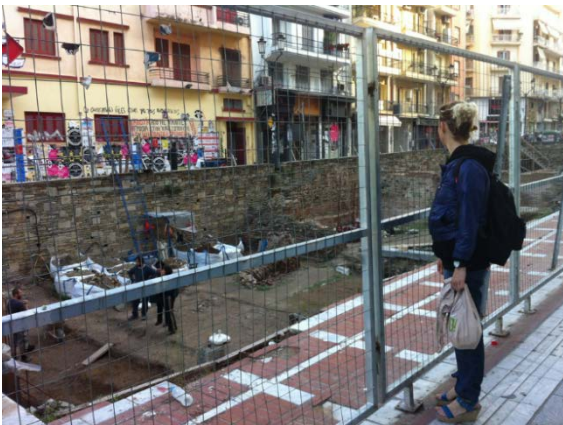
¹⁵ Για τη διεθνή πραγματικότητα βλ. Jokilehto, 1986· Stanley-Price κ.ά., 1996 και για την ελληνική πραγματικότητα βλ. Μαλλούχου-Tufano, 1998).

διαχείρισης δεν φρόντισαν να εμπλέξουν την τοπική κοινωνία σε κανένα, ουσιαστικά, σημείο της διαδικασίας διαχείρισης. Η διαδικασία την οποία ακολούθησαν αποτυπώνεται σαφώς στις πινακίδες ενημέρωσης που έχουν αναρτήσει εντός του χώρου (σημείωση: μπορεί, επίσης, να παρατηρήσει κανείς το περίπλοκο και με πλήθος τεχνικών όρων ύφος γραφής, το οποίο απομακρύνει ακόμα και το πιο καλόπιστο μη ειδικό κοινό) [έμφαση σημείων του κειμένου: του συγγραφέα]:

Η μελέτη: Η συντήρηση και η αποκατάσταση των μνημείων *αποσκοπεί στη διάσωσή τους ως έργων τέχνης και ως ιστορικών μαρτυριών*. Διάφορες επεμβάσεις μπορούν να γίνουν με στόχο την *επιβράδυνση της φθοράς των ερειπίων* που συνήθως βρίσκονται σε προχωρημένο στάδιο διάβρωσης, λόγω της έκθεσής τους στις δυσμενείς περιβαλλοντικές συνθήκες. Η διαδικασία της αποκατάστασης είναι *επέμβαση υψηλής εξειδίκευσης* απολύτως αναγκαία για τη διατήρηση των μνημείων, παρόλο που *αφαιρεί ένα μέρος της αυθεντικότητάς τους*. Το γεγονός αυτό καθιστά απαραίτητη τη λεπτομερή τεκμηρίωση και μελέτη των ερειπίων πριν και κατά τη διάρκεια των εργασιών αποκατάστασης ώστε η επέμβαση να είναι αποτελεσματική, σεβόμενη συγχρόνως την *ιστορική και αισθητική τους αξία*. Η τεκμηρίωση βασισμένη στην ιστορική έρευνα αποτελεί το πρώτο στάδιο της μελέτης. Έχει στόχο τον λεπτομερή σχεδιασμό (αποτύπωση) των μνημείων, την καταγραφή των ιστορικών φάσεων και των οικοδομικών τεχνικών, την κατάσταση διατήρησης πριν από την επέμβαση και τη διάγνωση των προβλημάτων. Μετά την τεκμηρίωση ακολουθεί το δεύτερο στάδιο της μελέτης που αφορά τις προτάσεις για την άρση των αιτιών που προκαλούν την καταστροφή των μνημείων. Οι αρχές που τηρούνται στην αποκατάσταση των μνημείων (διακριτικές και ορατές επεμβάσεις, αντιστρεψιμότητα των λύσεων, χρήση παραδοσιακών υλικών κ.λπ.) καθορίζονται από τους «*χάρτες αποκατάστασης*» που είναι διεθνώς αποδεκτοί.

Το σχεδιάγραμμα που ακολουθεί το παραπάνω κείμενο, στην ίδια πινακίδα ενημέρωσης, έχει ως εξής: *ανασκαφική έρευνα* → *μελέτη*, η οποία περιλαμβάνει δύο στάδια: α) την επιστημονική τεκμηρίωση, η οποία με τη σειρά της περιλαμβάνει i) την αποτύπωση, ii) την ιστορική έρευνα και iii) την κατάσταση διατήρησης ερειπίων, και β) την πρόταση αποκατάστασης, η οποία με τη σειρά της περιλαμβάνει i) την προστασία και ii) την αναγνωσιμότητα → *απόδοση του μνημείου στο κοινό*. Επομένως, το «κοινό», μ' αυτόν τον γενικό και ασαφή όρο, είναι αυτό το οποίο απλώς παραλαμβάνει στο τέλος της διαδικασίας το αποκαταστημένο μνημείο.

Ακόμη, αξίζει να σημειωθεί ότι λίγο μετά το άνοιγμα του χώρου και τα εγκαίνια με την παρουσία των εκπροσώπων της πολιτικής και πανεπιστημιακής κοινότητας της πόλης, ο χώρος ξαναέκλεισε για το κοινό με σκοπό τη συνέχιση και ολοκλήρωση των εργασιών συντήρησης και αποκατάστασης του χώρου (Εικόνα 2.1). Επίσης, έρευνα κοινού που διεξήχθη στις καφετέριες ακριβώς δίπλα στον χώρο, σε δείγμα που αποτελούνταν κατά κύριο λόγο από προπτυχιακούς φοιτητές της πόλης –ορισμένοι από αυτούς κατάγονταν και διέμεναν μόνιμα στη Θεσσαλονίκη, ενώ άλλοι προέρχονταν από άλλες περιοχές της Ελλάδας–, έδειξε ότι οι φοιτητές στη μεγάλη τους πλειονότητα δεν είχαν επισκεφτεί ποτέ τον χώρο, ενώ συγχρόνως δεν γνώριζαν ούτε βασικά στοιχεία για την ιστορία και τη σημασία του χώρου.



Εικόνα 2.1 Ανάκτορο του Γαλερίου στην πλατεία Ναυαρίνου στη Θεσσαλονίκη: Χώρος μη προσβάσιμος στο κοινό για λόγους συντήρησης. (Πηγή: από το προσωπικό αρχείο του συγγραφέα)

Τέλος, η εφαρμογή του μοντέλου αυτού στην προστασία και διαχείριση της Ροτόντας / ναού του Αγίου Γεωργίου (ο οποίος περιλαμβάνεται στο ίδιο ανακτορικό συγκρότημα και στη συνέχεια μετατράπηκε σε εκκλησία, με λατρευτική χρήση ανά διαστήματα μέχρι σήμερα) οδήγησε –σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες και αιτίες– σε μια ισχυρή και πολυετή σύγκρουση ανάμεσα στην Αρχαιολογική Υπηρεσία του κράτους και στην τοπική μητρόπολη, και σε διχασμό της τοπικής κοινωνίας (ενδεικτικά: Πετρίδης & Αναστασιάδης, 1997).

Πλεονεκτήματα

Στην εφαρμογή του υλικοκεντρικού μοντέλου οφείλονται σημαντικές επιτυχίες ως προς τη διατήρηση του υλικού των μνημείων –που ήταν και το ζητούμενο στα τέλη του 19ου αιώνα και στο μεγαλύτερο μέρος του 20ού αιώνα (κυρίως λόγω των μακρών περιόδων πολιτικής αστάθειας και πολεμικών συρράξεων, καθώς και της ανεξέλεγκτης ανοικοδόμησης και ανάπτυξης που επακολουθούσαν).

Αδυναμίες

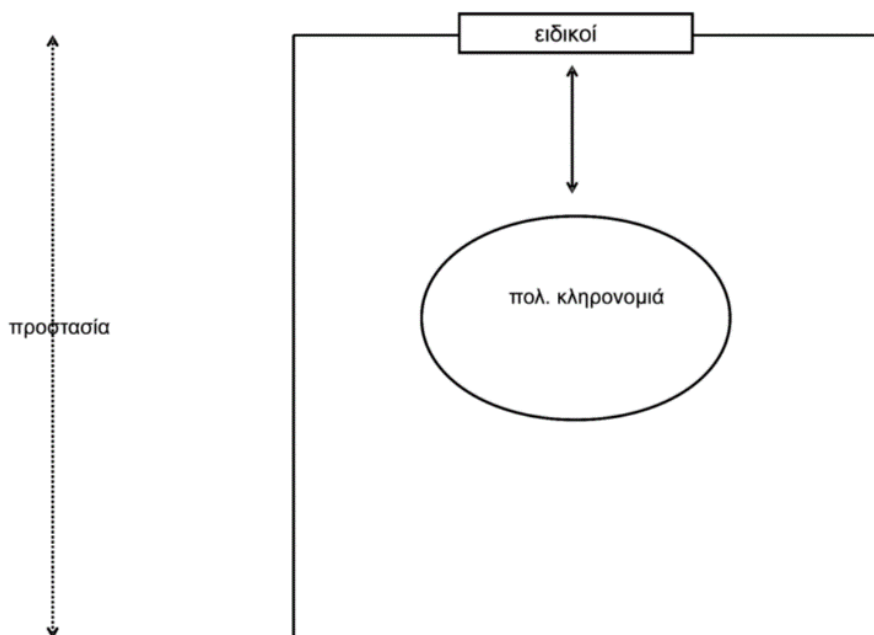
Η σημαντικότερη αδυναμία του μοντέλου σχετίζεται με την αποκλειστική εξουσία των ειδικών. Αυτό σημαίνει πρακτικά ότι η διαδικασία της διαχείρισης, καθώς και τα αποτελέσματά της, επηρεάζονται ή και καθορίζονται σε μεγάλο βαθμό από τα συγκεκριμένα άτομα που αποτελούν την ομάδα των ειδικών. Επιπλέον, το μοντέλο πολύ συχνά αποδείχθηκε αναποτελεσματικό ή ανεπαρκές, κυρίως για τον λόγο ότι βασίζεται αποκλειστικά στην κρατική στήριξη (και όχι σε μια ευρύτερη κοινωνική συμμετοχή), η οποία πολλές φορές δεν είναι εφικτή σε βάθος χρόνου.

Επιπροσθέτως, το μοντέλο αυτό δεν λαμβάνει υπόψη του την άυλη (π.χ. πνευματική και θρησκευτική) σύνδεση λαών του μη δυτικού κόσμου με την πολιτισμική τους κληρονομιά, καθώς και τις παραδοσιακές αρχές και πρακτικές διαχείρισης των μη δυτικών κοινωνιών. Κατά συνέπεια, η εφαρμογή του μοντέλου σε περιοχές του μη δυτικού κόσμου οδήγησε συχνά στη διάσπαση της σύνδεσης των λαών αυτών με την πολιτισμική τους κληρονομιά και, μακροπρόθεσμα, στη φθορά και καταστροφή της κληρονομιάς (Langford, 1983· Layton, 1989α, 1989β· Ucko, 1990, σελ. xv-xx, 1994, σελ. xiii-xxiii), ενώ σε θεωρητικό επίπεδο αντιμετωπίστηκε ως προσπάθεια επιβολής αντιλήψεων του δυτικού κόσμου στον μη δυτικό, σε ένα ευρύτερο αποικιοκρατικό πλαίσιο (Byrne, 1991· Gathercole & Lowenthal, 1990· Layton, 1989α).

Συμπέρασμα

Το υλικοκεντρικό μοντέλο θεωρείται σήμερα παρωχημένο. Για τον λόγο αυτό, συχνά αποκαλείται και «συμβατικό μοντέλο» (*conventional approach*) και το έχουν αποκαλέσει και *authoritative heritage discourse* (Smith, 2006), ενώ οι ειδικοί διαχείρισης (με αυτόνομη ειδίκευση στον κλάδο, όπως περιγράφηκαν στην προηγούμενη ενότητα), ουσιαστικά, αποφεύγουν να το χρησιμοποιούν. Παραμένει, όμως, και σήμερα κυρίαρχο σε πολλές περιοχές του κόσμου, συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας. Η εφαρμογή του υλικοκεντρικού μοντέλου στην Ελλάδα συνδέεται άρρηκτα με την προσκόλληση στο κλασικό παρελθόν, όπως αυτή αναπτύχθηκε και εδραιώθηκε μέσα από τις ιστορικές συνθήκες που διαμορφώθηκαν πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την ελληνική επανάσταση και ανεξαρτησία (για σχετική βιβλιογραφία: Πούλιος, 2015).¹⁶

¹⁶ Πρέπει να καταστεί σαφές στο σημείο αυτό ότι η υιοθέτηση του υλικοκεντρικού μοντέλου αποτελεί την επίσημη πολιτική του ελληνικού κράτους, όπως αυτή εκφράζεται μέσω του Υπουργείου Πολιτισμού και των (συν)αρμόδιων Υπηρεσιών του. Αναπτύσσονται και πρωτοβουλίες στην Ελλάδα οι οποίες ξεφεύγουν από το υλικοκεντρικό μοντέλο (βλ. «Διάζωμα» παρακάτω). Οι πρωτοβουλίες, όμως, αυτές είναι λιγοστές και αποτελούν την εξαίρεση στον κανόνα.



Σχήμα 2.1 Υλικοκεντρικό μοντέλο διαχείρισης (σχηματική αναπαράσταση: Ειδικοί και πολιτισμική κληρονομιά - όχι συμμετοχή της (τοπικής) κοινωνίας (Πηγή: Πούλιος, 2010β).

2.3.2 «Αξιοκεντρικό» μοντέλο (values-based approach)

Ιστορική εξέλιξη

Το αξιοκεντρικό μοντέλο αναπτύχθηκε στον δυτικό κόσμο τις τελευταίες δεκαετίες, κυρίως από τη δεκαετία του '80 και εξής. Την περίοδο αυτή διάφορες ομάδες ανθρώπων (εκτός των αρχαιολόγων) άρχισαν να εγείρουν διεκδικήσεις και να αποκτούν ρόλο στη λειτουργία, τη διαχείριση και την ιδιοκτησία της πολιτισμικής κληρονομιάς. Το φαινόμενο αυτό συνοδεύτηκε σε θεωρητικό επίπεδο από την ανάπτυξη της θεωρίας της *post-processual archaeology*, η οποία ώθησε τους αρχαιολόγους να ξεφύγουν από το στενό ακαδημαϊκό και επιστημονικό τους πλαίσιο και να στραφούν προς διαφορετικές ομάδες ανθρώπων, αναγνωρίζοντας και λαμβάνοντας υπόψη τις διαφορετικές προσεγγίσεις ερμηνείας και πρακτικής της διαχείρισης (Demas, 2002, σελ. 34-35, 50). Σήμερα το αξιοκεντρικό μοντέλο έχει υιοθετηθεί και προωθείται από σημαίνοντες φορείς προστασίας και διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς σε κρατικό επίπεδο (π.χ. ΗΠΑ, Καναδά, Αυστραλία και Βρετανία) αλλά και σε διεθνές επίπεδο (π.χ. από το κέντρο Παγκόσμιας Κληρονομιάς της Unesco),¹⁷ καθώς και από σημαντικά εκπαιδευτικά και ερευνητικά κέντρα (π.χ. το Getty Conservation Institute στο Λος Άντζελες). Το συγκεκριμένο μοντέλο έχει αρχίσει να εφαρμόζεται και σε χώρες του μη δυτικού κόσμου (π.χ. στην Κίνα).

Το αξιοκεντρικό μοντέλο βασίζεται στη *Χάρτα της Μπούρα (Burra Charter)* (Icomos Australia, 1999), η οποία θεωρείται ίσως το σημαντικότερο κείμενο διεθνώς για τη διαχείριση (των αξιών) των χώρων, ενώ αναπτύχθηκε περαιτέρω και καθιερώθηκε σε διεθνές επίπεδο, κυρίως χάρη στις πρωτοβουλίες του Getty Conservation Institute στο Λος Άντζελες (ενδεικτικά: Avrami, Mason & De la Torre, 2000· De la Torre, 2002· De la Torre, MacLean, Mason & Myers, 2005· Teutonico & Palumbo, 2002).

¹⁷ Το Κέντρο Παγκόσμιας Κληρονομιάς της Unesco αρχικά ακολούθησε το υλικοκεντρικό μοντέλο, στη συνέχεια όμως υιοθέτησε το αξιοκεντρικό. Πιο συγκεκριμένα, η σύμβαση για την Παγκόσμια Κληρονομιά της Unesco υπογράφηκε το 1972 (Unesco, 1972) στο πνεύμα του υλικοκεντρικού μοντέλου. Οι Επιχειρησιακές Οδηγίες για την εφαρμογή της Σύμβασης (Operational Guidelines), οι οποίες αναθεωρούνται ανά τακτά χρονικά διαστήματα ανάλογα με τις ευρύτερες εξελίξεις και ανάγκες στον κλάδο της διαχείρισης (με πιο πρόσφατη αναθεώρηση αυτή του 2015: Unesco, 2015), ακολουθούν κυρίως τις αρχές του αξιοκεντρικού μοντέλου.

Περιγραφή/Χαρακτηριστικά

Το αξιοκεντρικό μοντέλο δίνει έμφαση στις *αξίες* (*values*) τις οποίες προσδίδουν στην πολιτισμική κληρονομιά διαφορετικές *ομάδες ανθρώπων / ομάδες ενδιαφέροντος* (*stakeholder groups* ή *interest groups*). Όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα, αξία θεωρείται το *έννομο* ενδιαφέρον κάποιας ομάδας ενδιαφέροντος για την πολιτισμική κληρονομιά. Στο πλαίσιο του αξιοκεντρικού μοντέλου, στις ομάδες ενδιαφέροντος δεν περιλαμβάνονται μόνο αυτές που σχετίζονται με την προστασία του υλικού (οι ειδικοί), αλλά και αυτές που σχετίζονται με τη διαφύλαξη των άυλων / μη υλικών στοιχείων της πολιτισμικής κληρονομιάς (παραδείγματα: μοναχοί, ιθαγενείς, τοπική κοινωνία) –ουσιαστικά, ολόκληρο το κοινωνικό σύνολο. Και οι ομάδες ενδιαφέροντος είναι δυναμικές: οι υπάρχουσες ομάδες εξελίσσονται και μεταβάλλονται στο πέρασμα του χρόνου, ενώ καινούργιες ομάδες προστίθενται συνεχώς. Επίσης, στις αξίες δεν λαμβάνονται υπόψη μόνο αυτές που συνδέονται με τη διατήρηση του υλικού (π.χ. επιστημονική, ιστορική, αισθητική, σπανιότητα και παλαιότητα), αλλά και αυτές που σχετίζονται με τη διαφύλαξη των άυλων / μη υλικών στοιχείων της πολιτισμικής κληρονομιάς (π.χ. θρησκευτική, πνευματική και χρηστική αξία). Οι αξίες είναι δυναμικές: οι υπάρχουσες αξίες εξελίσσονται και μεταβάλλονται στο πέρασμα του χρόνου, ενώ καινούργιες αξίες προστίθενται συνεχώς. Για παράδειγμα, ένα γεωγραφικά απομονωμένο μοναστήρι το χρησιμοποιούσαν αρχικά μόνο οι μοναχοί οι οποίοι έμεναν μόνιμα στον χώρο (οι οποίοι προσέδιδαν θρησκευτική αξία στον χώρο) και οι λιγοστοί κάτοικοι από το γειτονικό χωριό (οι οποίοι προσέδιδαν χρηστική, θρησκευτική και τοπική αξία στον χώρο). Με το πέρασμα όμως του χρόνου, το μοναστήρι έγινε και τουριστικός προορισμός, με αποτέλεσμα να χρησιμοποιεί τον χώρο και μια νέα ομάδα ενδιαφέροντος: οι επισκέπτες/τουρίστες (οι οποίοι προσδίδουν χρηστική, αισθητική, καθώς και οικονομική αξία στον χώρο). Συγχρόνως, οι υπάρχουσες ομάδες ενδιαφέροντος, δηλαδή οι μοναχοί και οι κάτοικοι του χωριού, άρχισαν να προσδίδουν –λόγω των οικονομικών ωφελειών από την ανάπτυξη του τουρισμού– και νέα αξία στον χώρο: την οικονομική αξία.

Η «αυθεντικότητα» της πολιτισμικής κληρονομιάς συνδέεται με τις αξίες. Στόχος της διαχείρισης, σύμφωνα με το αξιοκεντρικό μοντέλο, είναι η διαφύλαξη των αξιών του παρελθόντος και του παρόντος για χάρη των *μελλοντικών γενεών* (*future generations*). Η διαχείριση νοείται ως μια κοινωνική και πολιτική διαδικασία και είναι συνεχής. Η διαχείριση λαμβάνει υπόψη της όλες τις αξίες και όλες τις ομάδες ενδιαφέροντος με τρόπο ισότιμο και, επομένως, θεωρείται μια δημοκρατική διαδικασία. Η διαχείριση βασίζεται στο «*σχέδιο διαχείρισης*» (*management plan*), το οποίο καταγράφει το σύνολο των αξιών της πολιτισμικής κληρονομιάς και περιγράφει αναλυτικά τον τρόπο με τον οποίο οι αξίες αυτές λαμβάνονται υπόψη και διαφυλάσσονται μέσα από τη διαδικασία της διαχείρισης (ενδεικτικά για την πρακτική διαδικασία της καταγραφής των αξιών και της κατάρτισης σχεδίου διαχείρισης: Myers, Smith & Shaer, 2010). Η διαχείριση επιτελείται με τη διαρκή και ενεργό συμμετοχή της ευρύτερης κοινωνίας, υπό την επίβλεψη και τον έλεγχο των ειδικών. Επομένως, η ευθύνη –και εξουσία– για τη διαχείριση ανήκει σε όλη την κοινωνία, πάντοτε υπό την επίβλεψη και τον έλεγχο των ειδικών.

Το αξιοκεντρικό μοντέλο «αγκαλιάζει» την καθημερινή χρήση της πολιτισμικής κληρονομιάς και επιχειρεί να επιτύχει την ισορροπία ανάμεσα στη χρήση (από την κοινωνία) και την προστασία (από τους ειδικούς). Αποδεκτές δεν γίνονται μόνο οι σύγχρονες επιστημονικές αρχές και πρακτικές διαχείρισης, αλλά και οι παραδοσιακές αρχές και πρακτικές διαχείρισης των τοπικών κοινωνιών. Προτείνεται μια πιο ανεκτική, ελεύθερη παρέμβαση στο υλικό: πέρα από την αναστήλωση, επιτρέπονται και κάποιες ανακατασκευές, ανάλογα με τη φύση και τις αξίες της πολιτισμικής κληρονομιάς.

Η ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής της πολιτισμικής κληρονομιάς με βάση την κληρονομιά επιδιώκεται με τρόπο που υπηρετεί τα ενδιαφέροντα των ομάδων ενδιαφέροντος, αλλά με έμφαση στα ενδιαφέροντα των ειδικών διαχείρισης και υπό τον έλεγχό τους (Σχήμα 2.2).

Παραδείγματα εφαρμογής

Χαρακτηριστικό παράδειγμα εφαρμογής του αξιοκεντρικού μοντέλου και σύνδεσης με τη βιώσιμη ανάπτυξη αποτελεί ο Χώρος Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς **Kakadu** στην Αυστραλία. Στο Kakadu οι υπεύθυνοι διαχείρισης του χώρου λαμβάνουν υπόψη τους την κοινότητα των Αβορίγιων, παραδοσιακών κατοίκων και ιδιοκτητών μέρους του χώρου: η κοινότητα των Αβορίγιων συμμετέχει επισήμως στην επιτροπή διαχείρισης του χώρου, η οποία δημιουργήθηκε και λειτουργεί υπό την εποπτεία των υπευθύνων (Flood, 1989, σελ. 87· Press & Lawrence, 1995, σελ. 1-8· Wellings, 1995, σελ. 242-244). Οι προτεραιότητες διαχείρισης του χώρου είναι με σειρά σημασίας α) η τουριστική και γενικότερη ανάπτυξη του χώρου και β) η φροντίδα της κοινότητας

των Αβορίγινων, με την ενθάρρυνση της ενεργού συμμετοχής τους στην τουριστική βιομηχανία (Australian Department of the Environment and Heritage, 2003· Moffatt, 2000, σελ. 306-311· Morse, King & Bartlett, 2005, σελ. 3-5).¹⁸

Στην Ελλάδα το αξιοκεντρικό μοντέλο τείνει να υιοθετηθεί, σε πρακτικό επίπεδο, από το Μη Κυβερνητικό, Μη Κερδοσκοπικό Οργανισμό «**Διάζωμα: Κίνημα Πολιτών για την Προστασία των Αρχαίων Θεάτρων**» (Μπένος, 2015). Μια σειρά από προγράμματα και δράσεις του «Διαζώματος» κινούνται προς την κατεύθυνση της βιώσιμης ανάπτυξης, όπως π.χ. η δημιουργία πολιτιστικών διαδρομών και η υιοθεσία αρχαίων θεάτρων από ιδιώτες και οργανισμούς. Ιδιαίτερη αναφορά μπορεί να γίνει στο πρόγραμμα με τίτλο «*Οι Μελλοντικοί Ηγέτες Συναντούν το Διάζωμα στην Ερέτρια. Πρόταση για την Επέκταση του Διαζώματος στη Βιώσιμη Ανάπτυξη. Μελέτη περίπτωσης: Ερέτρια*» (Future Leaders και Διάζωμα, 2013), το οποίο σχεδίασε το «Διάζωμα» από κοινού με την Εταιρεία *Future Leaders*.¹⁹ Σκοπός του προγράμματος ήταν η σύνταξη μελέτης –σε συνεργασία με μέλη του «Διαζώματος» και με φορείς και κατοίκους της περιοχής της Ερέτριας– με στόχο:

1. Την ανάπτυξη στρατηγικής και μεθοδολογίας για την επέκταση της δράσης του «Διαζώματος» προς τη βιώσιμη κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών μέσω του πολιτισμού και με πυρήνα τα αρχαία θέατρα. Ο στόχος αυτός επιδιώχθηκε μέσω της αξιολόγησης της δράσης του «Διαζώματος» ως προς τη δομή, τη λειτουργία, τις διαθέσιμες πηγές και την τεχνογνωσία του, καθώς και της κατάθεσης συγκεκριμένων προτάσεων για την ενίσχυση της σύνδεσης του «Διαζώματος» με τις τοπικές κοινωνίες. Ενδεικτικά παραδείγματα προτάσεων: ανάπτυξη βιοματικών πάρκων (με αναπαράσταση ανασκαφής –με φυσικό και ψηφιακό τρόπο– και δυνατότητα συμμετοχής των πολιτών σ' αυτή, με αναβίωση αθλητικών και μουσικών εκδηλώσεων, με βιοματική καλλιέργεια τοπικών φυτών και συμμετοχική διαδικασία επεξεργασίας και παραγωγής, καθώς και με δημιουργία βιοματικών δραστηριοτήτων για παιδιά), αξιοποίηση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας με σκοπό την ενεργειακή αυτονομία των αρχαιολογικών χώρων και σχεδιασμός στρατηγικών ανάδειξης των τοπικών κοινωνιών (με προβολή των πωλητηρίων των χώρων των θεάτρων στην ιστοσελίδα του «Διαζώματος», με δυνατότητα online αγοράς αναμνηστικών, π.χ. αντιγράφων αρχαίων θεάτρων).
2. Την πιλοτική εφαρμογή της στρατηγικής στην περιοχή της Ερέτριας. Ο στόχος αυτός επιδιώχθηκε με την αξιολόγηση της υφιστάμενης κατάστασης της περιοχής, τον προσδιορισμό της ταυτότητας, την αναζήτηση οράματος βιώσιμης ανάπτυξης με βάση τον πολιτισμό και την κατάθεση συγκεκριμένων προτάσεων. Ενδεικτικά παραδείγματα δράσεων: α) πολιτισμός: ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της περιοχής, ανάδειξη του κεντρικού άξονα της πόλης με επίκεντρο τον Ναό του Δαφνηφόρου Απόλλωνα (από τα σημαντικότερα μνημεία της περιοχής) και δημιουργία αρχαιολογικού πάρκου βιοματικής μάθησης, β) περιβάλλον/υποδομές: βελτίωση δυνατοτήτων πρόσβασης, βιώσιμη κινητικότητα, δημιουργία δικτύων και έμφαση στην ανάπτυξη Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας, γ) οικονομία/τουρισμός: ανάδειξη ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τοπικών προϊόντων και τουριστική ανάδειξη του Νησιού των Ονείρων (από τους σημαντικότερους φυσικούς πόρους της περιοχής) και δ) κοινωνία: ενημέρωση και εκπαίδευση σε σχέση με την πολιτισμική κληρονομιά της περιοχής, καθώς και ενεργοποίηση των κατοίκων προς την κατεύθυνση ανάδειξης της περιοχής τους.

¹⁸ Η διαφορά στις προτεραιότητες στη διαχείριση του χώρου εκφράστηκε, για παράδειγμα, στην απόφαση της κυβέρνησης της Αυστραλίας στα τέλη της δεκαετίας του '90 να επεκτείνει τη λειτουργία του ορυχείου ουρανίου της περιοχής σε βάρος ορισμένων ιερών για τους Αβορίγινες χώρων (Cleere, 2006, σελ. 72· Ryan, 2001, σελ. 126-128).

¹⁹ Η *Future Leaders* είναι Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία (αρχικά αποτέλεσε δράση της συμβουλευτικής εταιρείας *Hay Group Hellas*) με σκοπό την ανάπτυξη μελλοντικών επιχειρηματικών ηγετών με ευαισθησία σε θέματα πολιτισμού και φυσικού περιβάλλοντος. Τα προγράμματά της απευθύνονται σε μεταπτυχιακούς φοιτητές διαφορετικών ειδικοτήτων, οι οποίοι, με τη στήριξη συμβούλων από επιχειρήσεις στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και σε συνεργασία με Μη Κυβερνητικούς Οργανισμούς, ετοιμάζουν μελέτες για την ανάπτυξη του έργου των οργανισμών αυτών.

Πλεονεκτήματα

Η σημαντικότερη συμβολή του αξιοκεντρικού μοντέλου στην ιστορία της διαχείρισης έγκειται στην ενθάρρυνση της συμμετοχής της κοινωνίας, με σημαντικά οφέλη για την ίδια την κοινωνία (όπως περιγράφηκαν στην προηγούμενη ενότητα). Επίσης, το μοντέλο λαμβάνει υπόψη του την άυλη (π.χ. πνευματική και θρησκευτική) σύνδεση λαών του μη δυτικού κόσμου με την πολιτισμική τους κληρονομιά, καθώς και τις παραδοσιακές αρχές και πρακτικές διαχείρισης των μη δυτικών κοινωνιών.

Αδυναμίες

Το βασικό αξίωμα του αξιοκεντρικού μοντέλου, ότι δηλαδή λαμβάνεται υπόψη το σύνολο των ομάδων ενδιαφέροντος και των αξιών με τρόπο ισότιμο (η δημοκρατική διάσταση του μοντέλου), είναι αδύναμο και σε θεωρητικό και σε πρακτικό επίπεδο, για τον λόγο ότι οι ομάδες ενδιαφέροντος και οι αντίστοιχες αξίες είναι πολύ συχνά εκ των πραγμάτων διαφορετικές ή και σε σύγκρουση μεταξύ τους, με αποτέλεσμα να πρέπει να τεθούν προτεραιότητες για το ποιες ομάδες / αξίες και σε ποιο βαθμό να ληφθούν υπόψη. Στις (μάλλον αναπόφευκτες) αυτές περιπτώσεις σύγκρουσης, το αξιοκεντρικό μοντέλο δεν παρέχει κριτήρια επιλογής, με αποτέλεσμα η τελική απόφαση να εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τους ειδικούς διαχειριστές.

Επομένως, η σημαντικότερη αδυναμία του μοντέλου έγκειται στον ρόλο των ειδικών. Οι ειδικοί δεν έχουν τον αποκλειστικό ρόλο στη διαχείριση (όπως στο υλικοκεντρικό μοντέλο), διατηρούν όμως έναν ιδιαίτερα αυξημένο ρόλο, καθώς έχουν την επίβλεψη και τον έλεγχο της συνολικής διαδικασίας της διαχείρισης και της συμμετοχής της κοινωνίας. Οι ειδικοί είναι αυτοί που έχουν τον πρώτο λόγο στην καταγραφή και αξιολόγηση των αξιών (και των ομάδων ενδιαφέροντος) στη διαδικασία της διαχείρισης, καθώς και στη διάκριση και επιλογή μεταξύ των διαφορετικών αξιών στις περιπτώσεις σύγκρουσης μεταξύ τους (βλ. παραπάνω). Οι ειδικοί εξακολουθούν να πρεσβεύουν τη διατήρηση του υλικού, με αποτέλεσμα σε πρακτικό επίπεδο ορισμένες φορές η διαχείριση να εξακολουθεί να επικεντρώνεται στις αξίες (και στις ομάδες ενδιαφέροντος) που συνδέονται με το υλικό και να εκφράζει δυτικές αντιλήψεις – με τον τρόπο αυτό υπάρχουν περιπτώσεις στις οποίες το αξιοκεντρικό μοντέλο παρουσιάζει στην εφαρμογή του ομοιότητες με το υλικοκεντρικό μοντέλο.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα ως προς το σημείο αυτό αποτελεί ο Χώρος Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς Chaco Culture National Historical Park στην Πολιτεία του Νέου Μεξικού στις ΗΠΑ (De la Torre κ.ά., 2005). Η ιστορία του χώρου συνδέεται άμεσα με την παρουσία της κοινότητας των ιθαγενών Navajo, οι οποίοι εγκαταστάθηκαν στην περιοχή στα τέλη του 16ου – αρχές του 17ου αιώνα και ανέπτυξαν ισχυρούς οικογενειακούς, πολιτιστικούς και θρησκευτικούς δεσμούς με τον χώρο. Στις αρχές του 19ου αιώνα οι υπεύθυνοι διαχείρισης του χώρου (ακολουθώντας το υλικοκεντρικό μοντέλο) διακήρυξαν τον χώρο Εθνικό Μνημείο και Εθνικό Ιστορικό Πάρκο και εστίασαν στην προστασία της αισθητικής και της ιστορικής αξίας των αρχαιολογικών καταλοίπων, με αποτέλεσμα να απομακρύνουν την κοινότητα των Navajo από τον χώρο του Πάρκου. Στις τελευταίες δεκαετίες, ωστόσο, οι υπεύθυνοι διαχείρισης (ακολουθώντας το αξιοκεντρικό μοντέλο) έδωσαν ιδιαίτερη έμφαση στη συμμετοχή εκπροσώπων της κοινότητας των Navajo στην ομάδα διαχείρισης του χώρου, υπό τους δικούς τους κανόνες και τη δική τους εποπτεία. Τη δεκαετία του '80 συνέβη το εξής περιστατικό: ομάδες Νεοεποχικών (*New Age groups*) απαίτησαν να χρησιμοποιήσουν τον χώρο για την τέλεση θρησκευτικών τελετουργιών. Η κοινότητα των Navajo αντέδρασε έντονα, γιατί θεώρησε ότι η απαίτηση αυτή ερχόταν σε άμεση σύγκρουση με τις δικές της θρησκευτικές πεποιθήσεις και τελετουργίες. Οι υπεύθυνοι διαχείρισης, στην προσπάθειά τους να αντιμετωπίσουν αυτή τη σύγκρουση, είχαν μόνο δύο επιλογές: ή να επιτρέψουν και στις δύο ομάδες τη θρησκευτική χρήση του χώρου (το οποίο ήταν πρακτικά αδύνατο) ή να την απαγορεύσουν και στις δύο ομάδες. Ο λόγος είναι ότι η ικανοποίηση του αιτήματος της μίας από τις δύο ομάδες απαγορεύεται από το Αμερικανικό Σύνταγμα ως διάκριση επί θρησκευτικών θεμάτων. Στο πλαίσιο αυτό, οι υπεύθυνοι διαχείρισης αποφάσισαν να απαγορεύσουν και στις δύο ομάδες τη θρησκευτική χρήση του χώρου – και αντί αυτής αποφάσισαν την περαιτέρω προστασία των αρχαιολογικών καταλοίπων, καθώς και την περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη του χώρου. Το συμπέρασμα από το περιστατικό αυτό ήταν ότι παρά τις επίμονες προσπάθειες των υπεύθυνων διαχείρισης του χώρου τις τελευταίες δεκαετίες (στο πλαίσιο του αξιοκεντρικού μοντέλου), πρωταρχικός στόχος της διαχείρισης παρέμεινε η προστασία των αρχαιολογικών καταλοίπων (στο πλαίσιο του υλικοκεντρικού μοντέλου).

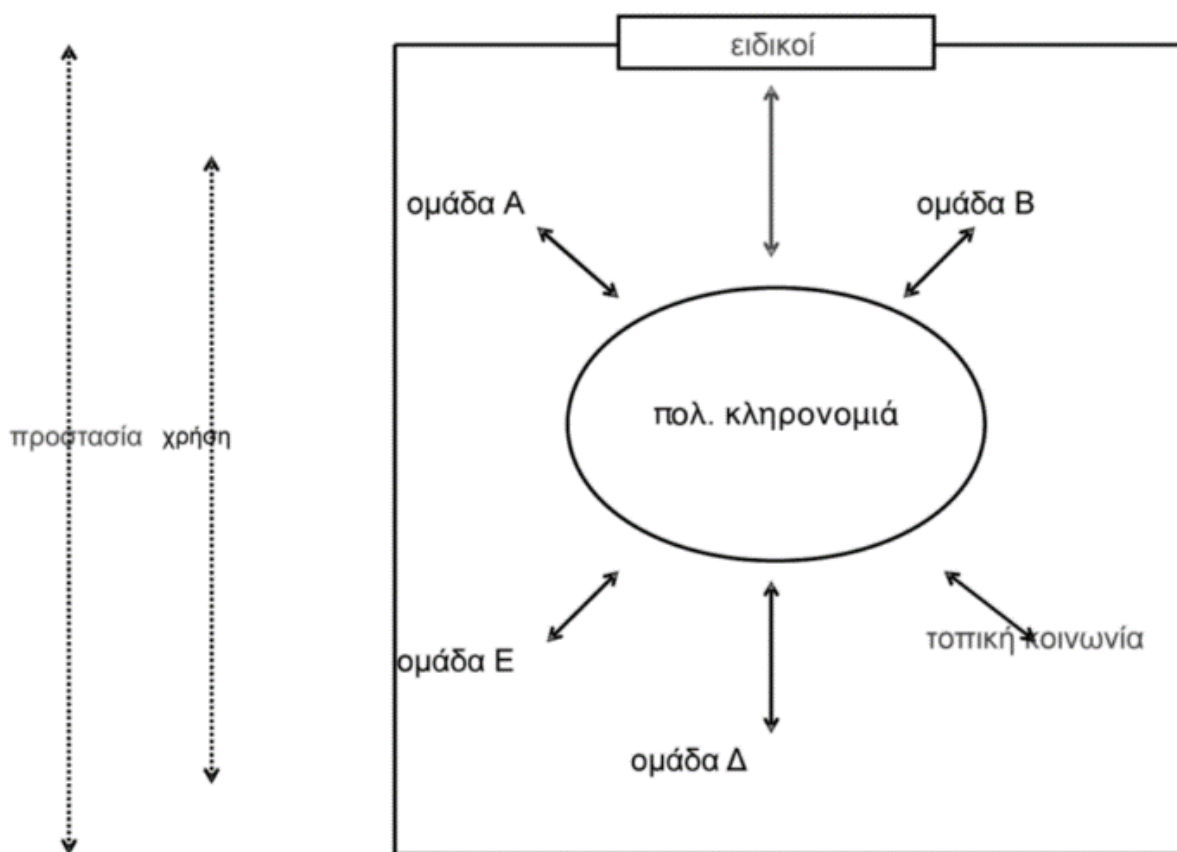
Χαρακτηριστικό, ως προς το σημείο αυτό, παράδειγμα από την Ελλάδα αποτελεί ο χώρος του Μυστρά. Ο Μυστράς ήταν μια από τις σημαντικότερες βυζαντινές καστροπολιτείες. Το 19^ο αιώνα, η ίδρυση της

σημερινής πόλης της Σπάρτης και η μετεγκατάσταση των αρχών και του μεγαλύτερου μέρους των κατοίκων του Μυστρά στη νέα πόλη επέφεραν τη μετατροπή του σε μικρό χωριό. Το 1921 η «νεκρόπολη» κηρύχθηκε αρχαιολογικός χώρος, το 1957 οριοθετήθηκε και το 1989 εγγράφηκε στη Λίστα Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO. Ο Μυστράς είναι σήμερα ερειπωμένος και λειτουργεί ως επισκέψιμος αρχαιολογικός χώρος υπό την ιδιοκτησία του ελληνικού κράτους, υπό την ευθύνη της Αρχαιολογικής Υπηρεσίας. Εντός της «νεκρόπολης» λειτουργεί εδώ και αιώνες η Μονή Παντάνασσας, με εξαιρετικές σχέσεις με την τοπική κοινωνία και τους τοπικούς αρχαιολόγους και φύλακες. Η μοναστική κοινότητα υφίσταται ισχυρούς περιορισμούς (όπως τους θέτει η Αρχαιολογική Υπηρεσία): όχι νομικά κατοχυρωμένη ιδιοκτησία, απαγόρευση οποιασδήποτε μορφής επέκτασης του υπάρχοντος χώρου, αυστηρούς περιορισμούς μεταβολής αλλά και χρήσης του υπάρχοντος χώρου και προσαρμογή στο ωράριο επίσκεψης του αρχαιολογικού χώρου (Πούλιος, 2010α).

Συμπέρασμα

Το αξιοκεντρικό μοντέλο είναι σήμερα το πιο διαδεδομένο μοντέλο στους ειδικούς διαχείρισης με αυτόνομη ειδίκευση στον κλάδο (όπως περιγράφηκαν στην προηγούμενη ενότητα) στον δυτικό κόσμο και ολοένα περισσότερο και στον μη δυτικό κόσμο.

Ωστόσο, η ισότιμη αντιμετώπιση όλων των ομάδων ενδιαφερόντων και των αξιών, με την αδυναμία θέσης κριτηρίων επιλογής σε περίπτωση σύγκρουσης μεταξύ τους, με αποτέλεσμα ορισμένες φορές το μοντέλο αυτό να μην μπορεί να διαφοροποιηθεί ριζικά από το υλικοκεντρικό, έχει οδηγήσει στον σχεδιασμό εναλλακτικών μοντέλων.



Σχήμα 2.2 Αξιοκεντρικό μοντέλο διαχείρισης (σχηματική αναπαράσταση): Ειδικοί, ομάδες ενδιαφέροντος και πολιτισμική κληρονομιά. Οι ομάδες ενδιαφέροντος συμμετέχουν ισότιμα στη διαδικασία της διαχείρισης, υπό την εποπτεία των ειδικών. Η τοπική κοινωνία θεωρείται μια από τις ομάδες ενδιαφέροντος (Πηγή: Πούλιος, 2010β).

2.3.3 Μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» (living heritage approach)

Ιστορική εξέλιξη

Το μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» αναπτύσσεται κυρίως στον μη δυτικό κόσμο. Σε διεθνές επίπεδο καθιερώθηκε τη δεκαετία 1990-2000, κυρίως χάρη στις πρωτοβουλίες του πολιτιστικού οργανισμού International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property (ICCROM).

Περιγραφή/Χαρακτηριστικά

Σε αντιδιαστολή με τα δύο προηγούμενα μοντέλα, το μοντέλο αυτό δεν έχει καθολική εφαρμογή, αλλά απευθύνεται κυρίως στις περιπτώσεις «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» (Poulios, 2010, 2011, 2014α, 2014β· Wijesuriya, 2005).²⁰ «Ζώσα πολιτισμική κληρονομιά» θεωρείται η πολιτισμική κληρονομιά που εξακολουθεί ακόμα και σήμερα να δημιουργείται και να εξελίσσεται περαιτέρω στη βάση της **συνέχειας** της αρχικής σύνδεσης της κοινωνίας με την κληρονομιά (continuity). Η συνέχεια της αρχικής σύνδεσης της κοινωνίας με την πολιτισμική κληρονομιά (continuity) εκφράζεται μέσα από υλικά και άυλα / μη υλικά στοιχεία, τα οποία νοούνται και προσεγγίζονται ως ενιαίο σύνολο. Η συνέχεια της αρχικής αυτής σύνδεσης της κοινωνίας με την κληρονομιά μπορεί να προσδιοριστεί με βάση τα εξής κριτήρια: α) συνέχεια της αρχικής λειτουργίας της κληρονομιάς, β) συνέχεια της διαμόρφωσης των υλικών και άυλων στοιχείων της κληρονομιάς, σύμφωνα πάντοτε με την αρχική λειτουργία της κληρονομιάς, γ) συνέχεια των (παραδοσιακών) αρχών και πρακτικών διαχείρισης / φροντίδας της κληρονομιάς από την κοινωνία και δ) συνέχεια της φυσικής παρουσίας της κοινωνίας εντός ή εγγύς της κληρονομιάς. Το συγκεκριμένο μοντέλο «αγκαλιάζει» και την **αλλαγή/εξέλιξη** της κληρονομιάς στο πέρασμα του χρόνου στο πλαίσιο της αρχικής σύνδεσης της κοινωνίας με την κληρονομιά. Παραδείγματα «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» προέρχονται κυρίως από τις ιστορικές πόλεις, τους παραδοσιακούς οικισμούς, τους θρησκευτικούς χώρους και τα πολιτιστικά τοπία. Η «αυθεντικότητα» συνδέεται με τη συνέχεια της αρχικής σύνδεσης της κοινωνίας με την κληρονομιά στο πέρασμα του χρόνου.

Η κοινότητα που διατηρεί την αρχική της σύνδεση με την πολιτισμική κληρονομιά και εξακολουθεί να δημιουργεί και να εξελίσσει την κληρονομιά στη βάση της αρχικής αυτής σύνδεσης νοείται και αντιμετωπίζεται ως αναπόσπαστο μέρος της κληρονομιάς. Η κοινότητα αυτή αποτελεί την «**κεντρική κοινότητα**» της κληρονομιάς (core community) και διαφοροποιείται σαφώς από τις υπόλοιπες κοινότητες και τους ειδικούς διαχειριστές που αποτελούν την «ευρύτερη κοινωνία» (broader community). Με τον τρόπο αυτόν, το μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» είναι ένα ιεραρχικό (και όχι δημοκρατικό) μοντέλο: ιεραρχεί διαφορετικά τις ομάδες που συμμετέχουν στη λειτουργία της πολιτισμικής κληρονομιάς στη βάση της διαφορετικής σύνδεσής τους με την κληρονομιά.

Στόχος της διαχείρισης, σύμφωνα με το συγκεκριμένο μοντέλο, είναι η διαφύλαξη της συνέχειας της αρχικής σύνδεσης της κοινωνίας με την πολιτισμική κληρονομιά (continuity). Η διατήρηση του υλικού της κληρονομιάς επιτυγχάνεται μακροπρόθεσμα μέσω της διαφύλαξης της σύνδεσης της κοινωνίας με την κληρονομιά.

Η ευθύνη –και εξουσία– για τη διαχείριση ανήκει πρωτίστως στην «κεντρική κοινότητα». Οι ειδικοί διαχείρισης και η ευρύτερη κοινωνία καλούνται να παίξουν έναν συμπληρωματικό και βοηθητικό ρόλο στη διαχείριση, χωρίς όμως σε καμία περίπτωση να καταργείται η σημασία τους.

Το μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» δίνει έμφαση στην καθημερινή χρήση της πολιτισμικής κληρονομιάς (από την κοινωνία), σύμφωνα με την αρχική λειτουργία της κληρονομιάς, και εντάσσει την προστασία της κληρονομιάς (από τους ειδικούς) στη χρήση. Προτεραιότητα δίνεται στις παραδοσιακές αρχές και πρακτικές διαχείρισης των (τοπικών) κοινωνιών, ενώ οι σύγχρονες επιστημονικές αρχές και πρακτικές διαχείρισης παίζουν έναν συμπληρωματικό ρόλο. Προτείνεται μια ακόμα πιο ανεκτική, ελεύθερη παρέμβαση στο υλικό: πέρα από την αναστήλωση, επιτρέπονται και μεγαλύτερες ανακατασκευές, σύμφωνα με την αρχική λειτουργία της πολιτισμικής κληρονομιάς.

²⁰ Συγκεκριμένα, επιμέρους στοιχεία του μοντέλου μπορούν να εφαρμοστούν και σε περιπτώσεις αρχαιολογικών χώρων που δεν εμπίπτουν στην έννοια της «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς». Το μοντέλο, όμως, ως ολοκληρωμένο σύστημα θεωρητικής και πρακτικής προσέγγισης της διαχείρισης (βλ. παραπάνω) έχει εφαρμογή κυρίως σε περιπτώσεις της «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς».

Η «κεντρική κοινότητα» αναζητεί αναπτυξιακές προοπτικές με βάση τη σύνδεσή της με την κληρονομιά και σύμφωνα με τα ενδιαφέροντά της, με την υποστήριξη των ειδικών διαχείρισης και της ευρύτερης κοινωνίας (Σχήμα 2.3).

Παραδείγματα εφαρμογής

Χαρακτηριστικά παραδείγματα εφαρμογής του μοντέλου «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» αποτελούν, από τη διεθνή πραγματικότητα, ο Χώρος Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς **The Temple of the Tooth Relic** στην ιστορική πόλη Kandy στη Σρι Λάνκα (Wijesuriya, 2000), ο χώρος Phrae στην Ταϊλάνδη και οι χώροι της **κοινότητας των Maori** στη Νέα Ζηλανδία (Icomos New Zealand, 2010), και από την Ελλάδα, σε ερευνητικό επίπεδο, τα Μετέωρα.

Από τα παραδείγματα αυτά ιδιαίτερο ενδιαφέρον, από πλευράς βιώσιμης ανάπτυξης, έχει ο χώρος **Phrae** στην Ταϊλάνδη (Poulios, 2014β). Εκεί η τοπική κοινωνία δημιούργησε τη δική της (τοπική) ομάδα διαχείρισης, με τίτλο «Τα παιδιά και τα εγγόνια της Phrae». Στόχοι της διαχείρισης του χώρου ήταν οι εξής: α) Να αναβιώσουν τα μέλη της κοινωνίας τη σοφία και την υπερηφάνεια στην τοπική πολιτισμική κληρονομιά μέσα από δράσεις γνωριμίας με την κληρονομιά. Παραδείγματα: συνεντεύξεις με τους ντόπιους ιδιοκτήτες των σπιτιών για την έννοια και τη σημασία των σπιτιών, καθώς και επικοινωνία των μεγαλύτερων/γεροντότερων κατοίκων με τα παιδιά για τη μεταφορά της σοφίας και της υπερηφάνειας στην τοπική πολιτισμική κληρονομιά. β) Να διοργανώσουν σειρά από δράσεις για την προστασία και τη διαχείριση της τοπικής πολιτισμικής κληρονομιάς, οι οποίες να βασίζονται σε παραδοσιακή γνώση, συστήματα διαχείρισης και πρακτικές συντήρησης. Παραδείγματα: υλοποίηση προγράμματος βράβευσης των ντόπιων ιδιοκτητών που φρόντιζαν τα σπίτια τους (τους απονεμόταν πιστοποιητικό και σημαία βράβευσης για να τα αναρτήσουν μπροστά στα σπίτια τους), δημιουργία τοπικού μουσείου και τοπικής βιβλιοθήκης, και συντήρηση των τειχών της πόλης. γ) Να υλοποιήσουν δράσεις βιώσιμης ανάπτυξης της περιοχής. Παραδείγματα: προετοιμασία τοπικών φαγητών, καλλιέργεια και πώληση τοπικών φυτών, δημιουργία και πώληση τοπικών βάζων και κούκλων. Για την επίτευξη των στόχων αυτών, η τοπική ομάδα διαχείρισης ανέπτυξε συνεργασίες με το Περιφερειακό Κέντρο Αρχαιολογίας και Καλών Τεχνών της Ταϊλάνδης (SEAMEO-SPAFRA Regional Centre for Archaeology and Fine Arts in Thailand), με το Υπουργείο Καλών Τεχνών της Ταϊλάνδης (Thai Fine Arts Department) και με τον παγκόσμιο πολιτιστικό οργανισμό ICCROM (βλ. παραπάνω). Η τοπική επιτροπή διαχείρισης αναγνωρίζεται σήμερα ως σημαντικός μηχανισμός για την κινητοποίηση και τον συντονισμό ανθρώπων και δράσεων και για τη δικτύωση σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.

Στο παράδειγμα των Μετεώρων (Poulios, 2014β), η υιοθέτηση του μοντέλου «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» προτείνει στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης: α) την ενίσχυση και περαιτέρω εξέλιξη της μοναστικής χρήσης του χώρου, με απομάκρυνση από τάσεις «εμπορευματοποίησης» και με έμφαση στις αρχές της λατρευτικής *Παράδοσης* της Εκκλησίας, καθώς και β) την ενσωμάτωση της αρχαιολογικής προστασίας και της τουριστικής ανάπτυξης του χώρου στη μοναστική χρήση. Στο πλαίσιο αυτό, οι μοναστικές κοινότητες θα έχουν τον κύριο λόγο στη διαχείριση και προστασία του χώρου, υπό τη διαρκή καθοδήγηση των υπευθύνων διαχείρισης (υπευθύνων Υπηρεσιών του Υπουργείου Πολιτισμού) και με την ενεργό συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας και των άλλων ομάδων.

Πλεονεκτήματα

Με το μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» για πρώτη φορά στην ιστορία της διαχείρισης:

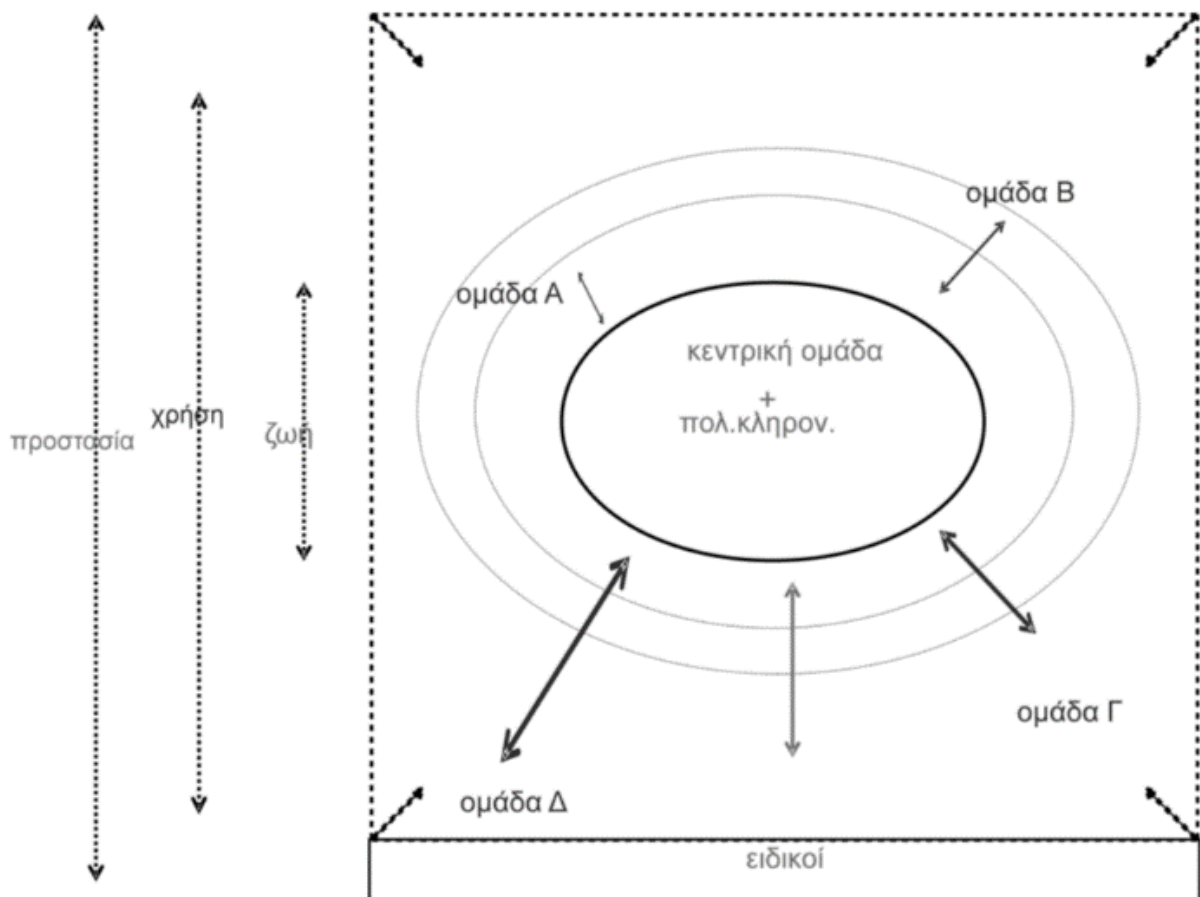
1. Η ευθύνη της διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς περνάει από τα χέρια των ειδικών στα χέρια των τοπικών «κεντρικών κοινοτήτων», στις οποίες πολύ συχνά αναγνωρίζονται και συγκεκριμένα δικαιώματα ιδιοκτησίας της κληρονομιάς. Στο σημείο αυτό πρέπει να τονιστεί ότι αυτό προϋποθέτει ισχυρή σύνδεση (όπως αυτή περιγράφεται στην ενότητα αυτή) και όχι μια οποιαδήποτε σχέση τοπικής κοινωνίας και πολιτισμικής κληρονομιάς (Poulios, 2011).
2. Προτεραιότητα δίνεται στη διαφύλαξη της σχέσης των κοινωνιών με την πολιτισμική κληρονομιά και όχι στη διατήρηση του υλικού.
3. Η πολιτισμική κληρονομιά δεν αντιμετωπίζεται ως ένα μνημείο του παρελθόντος το οποίο πρέπει να διατηρηθεί από την εκάστοτε γενιά στο όνομα των μελλοντικών γενεών. Η πολιτισμική κληρονομιά αντιμετωπίζεται ως ένα αδιάσπαστο κομμάτι της ταυτότητας και της

ζωής της παρούσας κοινωνίας. Με τον τρόπο αυτόν, δεν επιβάλλεται κάποιος διαχωρισμός ανάμεσα στο παρελθόν και στο παρόν-μέλλον (ασυνέχεια/discontinuity), αλλά το παρελθόν και το παρόν-μέλλον ενοποιούνται σε ένα συνεχές παρόν/continuum (συνέχεια/continuity).

Επομένως, το μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» σηματοδοτεί μια μετάβαση από τα μνημεία στις κοινωνίες, από το υλικό στις άυλες συνδέσεις των κοινωνιών με την πολιτισμική κληρονομιά και από την έννοια της ασυνέχειας σ' αυτήν της συνέχειας.

Αδυναμίες και Συμπέρασμα

Χρειάζεται πιθανότατα περισσότερος χρόνος και περισσότερα παραδείγματα εφαρμογής του μοντέλου προκειμένου α) να αναλυθεί πώς μπορούν να συνδυαστούν η συνέχεια και η αλλαγή/εξέλιξη εντός του ίδιου μοντέλου, β) να αναλυθούν –και να επεκταθούν και να συμπληρωθούν– τα κριτήρια χάρη στα οποία η «κεντρική κοινότητα» διαφοροποιείται από τις υπόλοιπες ομάδες, γ) να εξακριβωθεί πώς μπορεί να διαφοροποιείται η «κεντρική κοινότητα» και την ίδια στιγμή να ενσωματώνονται ενεργά οι υπόλοιπες ομάδες και δ) να εξακριβωθεί κατά πόσο θα μπορέσουν οι «κεντρικές κοινότητες» αλλά και οι ειδικοί της διαχείρισης να αντεπεξέλθουν στους νέους τους ρόλους (πρωτεύων ο ρόλος για τις «κεντρικές κοινότητες», συμπληρωματικός για τους ειδικούς διαχείρισης), καθώς και πώς θα εξελιχθεί η μεταξύ τους συνεργασία (Ρουλιός, 2015).



Σχήμα 2.3 Μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» (σηματική αναπαράσταση): Κεντρική ομάδα και πολιτισμική κληρονομιά, και ειδικοί (Πηγή: Ρουλιός, 2010β). Η κεντρική ομάδα θεωρείται αναπόσπαστο κομμάτι της πολιτισμικής κληρονομιάς και, με τον τρόπο αυτόν, διαφοροποιείται από τις ομάδες ενδιαφέροντος. (Σημείωση: η «κεντρική ομάδα» του μοντέλου ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς είναι διαφορετική από την «τοπική κοινωνία» του αξιοκεντρικού μοντέλου, η οποία θεωρείται μια από τις ομάδες ενδιαφέροντος). Η κεντρική ομάδα κατέχει τον πιο σημαντικό ρόλο στη διαδικασία της διαχείρισης, ενώ οι ειδικοί προσφέρουν ένα πλαίσιο υποστήριξης, καθοδήγησης και βοήθειας στην κεντρική ομάδα.

2.4 Επίλογος

Η εγγενής δυσκολία ως προς την επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης στον κλάδο της διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς συνδέεται, σε διεθνές επίπεδο, με τη γένεση και ανάπτυξη του κλάδου σε ένα δυτικοευρωπαϊκό πλαίσιο, το οποίο εστίαζε στη διατήρηση του υλικού της κληρονομιάς και την αποσυνένδεση από την παρουσία, τις ιδιαιτερότητες και τις ανάγκες των τοπικών κοινωνιών, όπως αυτό (το πλαίσιο) εκφράζεται μέσω του υλικοκεντρικού μοντέλου. Η εξέλιξη του κλάδου, όπως εκφράζεται μέσω του αξιοκεντρικού μοντέλου και του μοντέλου «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς», επιδιώκει να ξεφύγει απ' αυτό το πλαίσιο, δίνοντας έμφαση στη σύνδεση της κληρονομιάς με τις τοπικές κοινωνίες.²¹

Στην Ελλάδα, για να επιτύχουμε τη βιώσιμη ανάπτυξη, είναι ανάγκη να μεταβούμε –ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες του εκάστοτε χώρου– από το υλικοκεντρικό μοντέλο στο αξιοκεντρικό μοντέλο και στο «μοντέλο ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς».

Ασκήσεις / Ερωτήσεις Κατανόησης

Από τον Κατάλογο Μνημείων/Χώρων της Ελλάδας και της Κύπρου που έχουν εγγραφεί στον Κατάλογο Παγκόσμιας Κληρονομιάς της Unesco, επιλέξτε έναν ενεργό/«ζωντανό» βυζαντινό πολιτιστικό χώρο (ενδεικτικά παραδείγματα: Μετέωρα, Άγιο Όρος, Όσιος Λουκάς, εκκλησίες στο όρος Τρόδος) ή μια ιστορική πόλη (ενδεικτικά παραδείγματα: Κέρκυρα, χώρα της Πάτμου) και εφαρμόστε:

- α) το «υλικοκεντρικό» μοντέλο
- β) το «αξιοκεντρικό» μοντέλο και
- γ) το μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς».

Ενδεικτικές πηγές υλικού: ιστοσελίδα Παγκόσμιας Κληρονομιάς της Unesco, ιστοσελίδες Υπουργείων Πολιτισμού Ελλάδας και Κύπρου.

²¹ Μια συνοπτική παρουσίαση των διαφορών μεταξύ των τριών μοντέλων διαχείρισης είναι διαθέσιμη στην αγγλική γλώσσα στην ηλεκτρονική έκδοση του Roulios, 2014β (<http://dx.doi.org/10.5334/bak>), σελ. 140-141.

Επιλεγμένη Βιβλιογραφία

- De la Torre, M., MacLean, M., Mason, M. & Myers, D. (Επιμ.). (2005). *Heritage Values in Site Management: Four Case Studies*. Los Angeles: The Getty Conservation Institute. Ανακτήθηκε 20 Σεπτεμβρίου, 2015, από
http://www.getty.edu/conservation/publications_resources/books/heritage_values_site_mgmt.html;
http://www.getty.edu/conservation/publications_resources/pdf_publications/pdf/chaco.pdf
(Chaco Culture National Historical Park);
http://www.getty.edu/conservation/publications_resources/pdf_publications/pdf/grosse_ile.pdf
(Grosse Île and the Irish Memorial National Historic Site);
http://www.getty.edu/conservation/publications_resources/pdf_publications/pdf/port_arthur.pdf
(Port Arthur Historic Site);
http://www.getty.edu/conservation/publications_resources/pdf_publications/pdf/hadrians_wall.pdf
(Hadrian's Wall)
- Poulios, I. (2014α). Discussing strategy in heritage conservation: a living heritage approach as an example of strategic innovation. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development, Vol 4, Issue 1*, 16-34. Ανακτήθηκε 22 Σεπτεμβρίου, 2015, από
<http://www.emeraldinsight.com/page/samples/jchmsd> και
<http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/JCHMSD-10-2012-0048>.
- Poulios, I. (2014β). *The Past in the Present: A Living Heritage Approach – Meteora, Greece*. London: Ubiquity Press. Ανακτήθηκε 22 Σεπτεμβρίου, 2015, από <http://dx.doi.org/10.5334/bak>.
- Poulios, I. (2015). Gazing at the 'Blue Ocean', and tapping into the mental models of conservation: Reflections on the Nara+20 Document. *Heritage and Society, Vol 8 (2)*.
- Ucko, P. J. (2000). Enlivening a 'dead' past. *Conservation and Management of Archaeological Sites, 4*, 67-92.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

- Australian Department of the Environment and Heritage. (2003). *Minister Rejects False Statements on Kakadu*. Δελτίο Τύπου, 17 Ιουλίου, 2003. Ανακτήθηκε 18 Σεπτεμβρίου, 2015, από
<http://www.environment.gov.au/minister/archive/env/2003/mr17jul203.html>
- Avrami, E., Mason, R. & De la Torre, M. (Επιμ.). (2000). *Values and Heritage Conservation: Research Report*. Los Angeles: The Getty Conservation Institute.
- Byrne, D. (1991). Western hegemony in archaeological heritage management. *History and Anthropology, Vol 5*, 269-276.
- Cleere, H. (2006). The World Heritage Convention: Management by and for whom? Στο R. Layton, S. Shennan & P. Stone (Επιμ.), *A Future for Archaeology: the Past in the Present* (σελ. 65-75). London: UCL Press.
- De la Torre, M. (Επιμ.). (2002). *Assessing the Values of Cultural Heritage: Research Report*. Los Angeles: The Getty Conservation Institute.
- De la Torre, M., MacLean, M., Mason, M. & Myers, D. (Επιμ.). (2005). *Heritage Values in Site Management: Four Case Studies*. Los Angeles: The Getty Conservation Institute.
- Demas, M. (2002). Planning for conservation and management of archaeological sites. Στο J. M. Teutonico & G. Palumbo (Επιμ.), *Management Planning for Archaeological Sites: An International Workshop Organized by the Getty Conservation Institute and Loyola Marymount University, May 2000* (σελ. 27-54). Los Angeles: The Getty Conservation Institute.

- Flood, J. (1989). Tread softly for you tread on my bones: the development of cultural resource management in Australia. Στο H. F. Cleere (Επιμ.), *Archaeological Heritage Management in the Modern World* (σελ. 79-101). London-New York: Routledge.
- Future Leaders & Διάζωμα. (2013). *Οι «Μελλοντικοί Ηγέτες» Συναντούν το «Διάζωμα» στην Ερέτρια. Πρόταση για την επέκταση του Διαζώματος στη Βιώσιμη Ανάπτυξη. Μελέτη περίπτωσης: Ερέτρια*. Ανακτήθηκε 20 Σεπτεμβρίου, 2015, από http://www.diazoma.gr/200-Stuff-04-Press_2014/DTM_1000_Article.pdf.
- Gathercole, P. & Lowenthal, D. (Επιμ.). (1990). *The Politics of the Past*. London: Unwin Hyman.
- Icomos. (1964). *International Charter for the Conservation and Restoration of Monuments and Sites (The Venice Charter 1964)*. *11th International Congress of Architects and Technicians of Historic Monuments, Venice, 1964*. Ανακτήθηκε 10 Σεπτεμβρίου, 2015, από http://www.icomos.org/charters/venice_e.pdf.
- Icomos Australia. (1999). *The Burra Charter (fourth version): The Australia Icomos Charter for the Conservation of Places of Cultural Significance*. Ανακτήθηκε 10 Σεπτεμβρίου, 2015, από http://australia.icomos.org/wp-content/uploads/BURRA_CHARTER.pdf.
- Icomos Japan. (2014). *Nara+20: on Heritage Practices, Cultural Values, and the Concept of Authenticity. Proceedings of the Meeting on the 20th Anniversary of the Nara Document on Authenticity, 22-24 October*. Nara: Icomos Japan.
- Icomos New Zealand. (2010). *Icomos New Zealand Charter for the Conservation of Places of Cultural Heritage Value* (αναθεωρημένη έκδοση 2010). Ανακτήθηκε 8 Ιανουαρίου, 2012, από http://www.icomos.org.nz/docs/NZ_Charter.pdf.
- Jokilehto, J. (1986). *A History of Architectural Conservation: The Contribution of English, French, German and Italian Thought towards an International Approach to the Conservation of Cultural Property* (Διδακτορική Διατριβή). Institute of Advanced Architectural Studies, University of York, England. Ανακτήθηκε 22 Σεπτεμβρίου, 2015, από <http://mestrado-reabilitacao.fau.utl.pt/disciplinas/jaguiar/jukkajokilehto1986historyofconservation.pdf>
- Jokilehto, J. (1995). Authenticity: a general framework for the concept. Στο K. E. Larsen (Επιμ.), *Nara Conference on Authenticity in Relation to the World Heritage Convention, 1-6 November 1994* (σελ. 17-34). Trondheim: Tapir Publishers.
- Jokilehto, J., & King, J. (2000). Authenticity and conservation: reflecting on the current state of understanding. Στο G. Saouma-Forero (Επιμ.), *Authenticity and Integrity in an African context: Expert meeting, Great Zimbabwe National Monument, 26-29 May 2000* (σελ. 33-39). Paris: Unesco.
- Jones, S. (2006). They made it a living thing didn't they...: The growth of things and the fossilization of heritage. Στο R. Layton, S. Shennan & P. Stone (Επιμ.), *A Future for Archaeology: the Past in the Present* (σελ. 107-126). London: UCL Press.
- Λαμπρινουδάκης, Β. Κ. (2008). Δέκατο μάθημα: η διαχείριση της Υλικής Πολιτισμικής κληρονομιάς: Μνημεία και κοινωνία. Αξίες, Ολοκληρωμένη Προστασία, Ένταξη των Μνημείων στη σύγχρονη Ζωή. Στο Β. Κ. Λαμπρινουδάκης, *Δέκα μαθήματα αρχαιολογίας: Οδοιπορικό από την Αρχαία Ελληνική Τέχνη στη Σύγχρονη Ζωή*. Αθήνα: Εκδοτικός Οίκος Α. Α. Λιβάνη.
- Langford, R. F. (1983). Our heritage – Your playground. *Australian Archaeology*, 16, 1–6.
- Layton, R. (1989α). Introduction: conflict in the archaeology of living traditions. Στο R. Layton (Επιμ.), *Conflict in the Archaeology of Living Traditions* (σελ. 1-21). London: Unwin Hyman.
- Layton, R. (1989β). Introduction: Who needs the Past? Στο R. Layton (Επιμ.), *Who Needs the Past: Indigenous Values and Archaeology* (σελ. 1-18). London: Unwin Hyman.
- Lowenthal, D. (1992). Authenticity? The dogma of self-delusion. Στο M. Jones (Επιμ.), *Why Fakes Matter: Essays in Problems of Authenticity* (σελ. 184-192). London: BM Press.

- Lowenthal, D. (1995). Changing criteria for authenticity. Στο Κ. Ε. Larsen (Επιμ.), *Nara Conference on Authenticity in Relation to the World Heritage Convention, Nara, Japan, 1-6 November 1994* (σελ. 121-136). Paris: Unesco World Heritage Centre.
- MacCannell, D. (1999). *The Tourist, a New Theory of the Leisure Class*. Berkeley CA: University of California Press.
- Μαλλούχου-Τufano, Φ., (1998). *Η Αναστήλωση των Αρχαίων Μνημείων στη Νεώτερη Ελλάδα 1834-1939*. Αθήνα: Η εν Αθήναις Αρχαιολογική Εταιρεία.
- Mason, R. (2002). Assessing values in conservation planning: Methodological issues and choices. Στο Μ. De la Torre (Επιμ.), *Assessing the Values of Cultural Heritage: Research Report* (σελ. 5-30). Los Angeles: The Getty Conservation Institute.
- Mason, R., & Avrami, E. (2002). Heritage values and challenges of conservation planning. Στο J. M. Teutonico & G. Palumbo, (Επιμ.), *Management Planning for Archaeological Sites: An International Workshop Organized by the Getty Conservation Institute and Loyola Marymount University, May 2000* (σελ. 13-26). Los Angeles: The Getty Conservation Institute.
- Matero, F. (2004). Exploring conservation strategies for ancestral puebloan sites: Tsankawi, Bandelier National Monument, New Mexico. *Conservation and Management of Archaeological Sites*, 6, 67-84.
- Miura, K. (2005). Conservation of a 'living heritage site' - A contradiction in terms? A case study of Angkor World Heritage Site. *Conservation and Management of Archaeological Sites*, 7, 3-18.
- Moffatt, I. (2000). Managing sustainable tourism in a World Heritage Site. Στο Μ. Robinson (Επιμ.), *Tourism and Heritage Relationships: Global, National and Local Perspectives* (σελ. 301-313). Sunderland: Centre for Travel and Tourism – Business Education Publishers.
- Morse, J., King, J., & Bartlett, J. (2005). *Walking to the Future ... Together: A Shared Vision for Tourism in Kakadu National Park*. Canberra: Department of Environment and Heritage.
- Μπένος, Στ. (2015). Κοινωνικές συμμαχίες για την ανάδειξη των μνημείων: το παράδειγμα του «Διαζώματος». Στο Σ. Αντωνιάδου, Ι. Πούλιος & Ε. Μαυραγάνη (Επιμ.), *Προοπτικές στον Πολιτισμό*. Αθήνα: Σύνδεσμος Υποτρόφων Ιδρύματος Α. Γ. Λεβέντη.
- Muñoz-Viñas, S. (2005). *Contemporary Theory of Conservation*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Myers, D., Smith, S. N., & Shaer, M. (2010). *A Didactic Case Study of Jarash Archaeological Site, Jordan: Stakeholders and Heritage Values in Site Management*. Los Angeles: Getty Conservation Institute. Ανακτήθηκε 13 Σεπτεμβρίου, 2015, από http://www.getty.edu/conservation/publications_resources/pdf_publications/jarash_case_study.html
- Πετρίδης, Π., & Αναστασιάδης, Γ. (1997). *Η Ροτόντα στον «Κύκλο με την Κιμωλία»*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press.
- Πούλιος, Ι. (2010α) Αρχαιολογική Προστασία και Μοναστική Χρήση: η «Ζώσα» Μονή Παντάνασσας μέσα στη «Νεκρόπολη» του Μυστρά. *Βυζαντικά*, ανακτήθηκε 10 Οκτωβρίου, 2012, από <http://histsociety.web.auth.gr/byzantiaka%202010-POULIOS.PDF>.
- Πούλιος, Ι. (2010β). Εισαγωγή στη διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς: Ορολογία, έννοια και μοντέλα διαχείρισης. *Αρχαιογνωσία*, Τόμος 16, 321-340.
- Πούλιος, Ι. (2015). Περί «αυθεντικότητας»: το παράδειγμα της διαχείρισης και προστασίας του Μυστρά / On 'authenticity': a case study of the conservation and management of Mystras. *Μνημείο & Περιβάλλον*, Τεύχος 12, 87-103.
- Poulios, I. (2010, Μάιος). Moving beyond a 'values-based approach' to heritage conservation. *Conservation and Management of Archaeological Sites*, Vol 12 (No 2), 170-185.
- Poulios, I. (2011). Is every heritage site a 'living' one?: Linking heritage conservation to communities' association with sites. *The Historic Environment: Policy and Practice*, Vol 2, Issue 2, 144-156.

- Poulios, I. (2014α). Discussing strategy in heritage conservation: a living heritage approach as an example of strategic innovation. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development, Vol 4*, Issue 1, 16-34. Ανακτήθηκε 22 Σεπτεμβρίου, 2015, από <http://www.emeraldinsight.com/page/samples/jchmsd> και <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/JCHMSD-10-2012-0048>
- Poulios, I. (2014β). *The Past in the Present: A Living Heritage Approach – Meteora, Greece*. London: Ubiquity Press. Ανακτήθηκε 22 Σεπτεμβρίου, 2015, από <http://dx.doi.org/10.5334/bak>
- Poulios, I. (2015). Gazing at the ‘Blue Ocean’, and tapping into the mental models of conservation: Reflections on the Nara+20 Document. *Heritage and Society, Vol 8* (2).
- Press, T., & Lawrence, D. (1995). Kakadu National Park: Reconciling competing interests. Στο T. Press, D. Lea, A. Webb & A. Graham (Επιμ.), *Kakadu: Natural and Cultural Heritage and Management* (σελ. 1-14). Darwin: Australian Nature Conservation Agency and North Australia Research Unit, The Australian National University.
- Ryan, C. (2001). Kakadu National Park (Australia): A site of natural and heritage significance. Στο M. Shackley (Επιμ.), *Managing Sacred Sites: Service Provision and Visitor Experience* (σελ. 121-137). London: Continuum.
- Simmonds, J. (1997). Unesco World Heritage Convention. *Art, Antiquity and Law, Vol 2* (No 3), 251-281.
- Smith, L. (2006). *Uses of Heritage*. London: Routledge.
- Stanley-Price, N., Kirby Talley, M. & Melucco Vaccaro, A. (Επιμ.). (1996). *Historical and Philosophical Issues in the Conservation of Cultural Heritage*. Los Angeles: The Getty Conservation Institute.
- Stovel, H. (2004). The World Heritage Convention and the Convention for Intangible Cultural Heritage: Implications for protection of living heritage at local level. Στο The Japan Foundation, *Utaki in Okinawa and Sacred Spaces in Asia: Community Development and Cultural Heritage, 23-28 March 2004* (σελ. 129-135). Tokyo: The Japan Foundation.
- Sullivan, S. (2004). Local involvement and traditional practices in the World Heritage System. Στο The Netherlands National Commission for Unesco and the Netherlands Ministry of Education, Culture and Science, *Linking Universal and Local Values: Managing a Sustainable Future for World Heritage* (σελ. 49-57). Paris: Unesco World Heritage Centre.
- Teutonico, J. M. & Palumbo, G. (Επιμ.). (2002). *Management Planning for Archaeological Sites: An International Workshop Organized by the Getty Conservation Institute and Loyola Marymount University, May 2000*. Los Angeles: The Getty Conservation Institute.
- Ucko, P.J. (1990). Foreword. Στο P. Gathercole & D. Lowenthal (Επιμ.). *The Politics of the Past* (σελ. ix-xxi). London: Unwin Hyman.
- Ucko, P.J. (1994). Foreword. Στο D. L. Carmichael, J. Hubert, B. Reeves & A. Schanche (Επιμ.), *Sacred Sites, Sacred Places* (σελ. xiii-xxiii). London: Routledge.
- Ucko, P. J. (2000). Enlivening a ‘dead’ past. *Conservation and Management of Archaeological Sites, 4*, 67-92.
- Unesco. (1954). *Hague Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict*. Ανακτήθηκε 17 Σεπτεμβρίου, 2015, από http://portal.Unesco.org/en/ev.php-URL_ID=13637&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- Unesco. (1972). *Unesco Convention Concerning the Protection of World Cultural and Natural Heritage. Paris, 16 November 1972*. Ανακτήθηκε 17 Σεπτεμβρίου, 2015, από <http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf>
- Unesco. (1988). *World Heritage Committee’s Report of 12th session, Brasilia, Brazil, 5-9 December 1988*. Ανακτήθηκε 17 Σεπτεμβρίου, 2015, από http://whc.unesco.org/archive/1988/sc-88-conf001-13_e.pdf
- Unesco. (1992). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. Ανακτήθηκε 18 Σεπτεμβρίου, 2015, από whc.unesco.org/en/guidelineshistorical

- Unesco. (1994α). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. Ανακτήθηκε 18 Σεπτεμβρίου, 2015, από whc.unesco.org/en/guidelineshistorical
- Unesco. (1994β). *The Nara Document on Authenticity*. Ανακτήθηκε 19 Σεπτεμβρίου, 2015, από <http://www.icomos.org/charters/nara-e.pdf>
- Unesco. (1995). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. Ανακτήθηκε 18 Σεπτεμβρίου, 2015, από whc.unesco.org/en/guidelineshistorical
- Unesco. (1996). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. Ανακτήθηκε 18 Σεπτεμβρίου, 2015, από whc.unesco.org/en/guidelineshistorical
- Unesco. (1999). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. Ανακτήθηκε 18 Σεπτεμβρίου, 2015, από whc.unesco.org/en/guidelineshistorical
- Unesco. (2002). *The Budapest Declaration on World Heritage*. Ανακτήθηκε 18 Σεπτεμβρίου, 2015, από <http://whc.unesco.org/en/budapestdeclaration>
- Unesco. (2015). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. Ανακτήθηκε 18 Σεπτεμβρίου, 2015, από whc.unesco.org/en/guidelineshistorical και <http://whc.unesco.org/archive/2015/39com-11-Annex1-20150707-opguide15-en.pdf>
- Walderhaug-Saetersdal, E. M. (2000). Ethics, politics and practices in rock art conservation. *Public Archaeology, Vol 1*, 163-180.
- Wellings, P. (1995). Management considerations. Στο T. Press, D. Lea, A. Webb & A. Graham (Επιμ.), *Kakadu: Natural and Cultural Heritage and Management* (σελ. 238-270). Darwin: Australian Nature Conservation Agency and North Australia Research Unit, The Australian National University.
- Wijesuriya, G. (2000). Conserving the Sacred Temple of the Tooth Relic (a World Heritage Site) in Sri Lanka. *Public Archaeology, Vol 1*, No 2, 99-108.
- Wijesuriya, G. (2005). The past is in the present: Perspectives in caring for Buddhist heritage sites in Sri Lanka. Στο H. Stovel, N. Stanley-Price & R. Killick (Επιμ.), *Conservation of Living Religious Heritage: Papers from the ICCROM 2003 Forum on Living Religious Heritage: Conserving the Sacred, 20-23 October 2003* (σελ. 31-43). Rome: ICCROM.

Κεφάλαιο 3 - Διαχείριση Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη

Μαριλένα Αλιβιζάτου – Ιωάννης Πούλιος – Μαρία Παπαδάκη*

Σύνοψη

Η ολοένα και πιο ενεργός συμμετοχή κρατών στην προστασία της άυλης κληρονομιάς έχει μετατρέψει την καταγραφή και τεκμηρίωση του λαϊκού και παραδοσιακού πολιτισμού από ακαδημαϊκή δραστηριότητα σε διεθνές θεσμικό πλαίσιο πολιτιστικής διαχείρισης και πολιτικής.

Το παρόν κείμενο εξετάζει τη διαδικασία κατά την οποία εκφράσεις προφορικού και παραδοσιακού πολιτισμού αναγνωρίζονται ως άυλη κληρονομιά και γίνονται αντικείμενο διαφύλαξης, προώθησης, εκπαίδευσης και βιώσιμης ανάπτυξης. Στόχος του κεφαλαίου αυτού είναι να εξετάσει βασικά σημεία που διέπουν τον διάλογο γύρω από τη διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς, όπως έχουν διαμορφωθεί τα τελευταία χρόνια μετά την υπογραφή της Σύμβασης της Unesco για τη Διαφύλαξη της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας το 2003.

Το πρώτο μέρος του κεφαλαίου εξετάζει την ιστορική αναδρομή και το σύγχρονο πλαίσιο διαχείρισης της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς, με εστίαση στη σχετική Σύμβαση της Unesco και με αναφορά σε συγκεκριμένα παραδείγματα από τη διεθνή πραγματικότητα. Αναλύονται οι προσπάθειες επίτευξης βιώσιμης ανάπτυξης των τοπικών κοινωνιών μέσω της διαχείρισης της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς, ενώ, συγχρόνως, καταγράφονται και περιπτώσεις εμπορευματοποίησης της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς.

Το δεύτερο μέρος του κεφαλαίου εστιάζει στην ελληνική πραγματικότητα, με ανάλυση της διαχείρισης της Μεσογειακής Διατροφής, η οποία αποτελεί το πρώτο (από τα δύο μόνο μέχρι στιγμής) παραδείγματα εγγραφής εκφράσεων άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της Ελλάδας στον σχετικό κατάλογο της Unesco. Περιγράφεται η διαδικασία και σημασία της εγγραφής, καθώς και οι δράσεις που ακολούθησαν την εγγραφή. Τονίζεται η σημασία της εγγραφής για την ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας της Κορώνης, ενώ, συγχρόνως, διαπιστώνονται και δυσκολίες ενεργού συμμετοχής της τοπικής κοινωνίας, καθώς και δυσκολίες επίτευξης βιώσιμης ανάπτυξης για την ευρύτερη περιοχή.

Το κεφάλαιο καταλήγει στο συμπέρασμα με αναφορά στη διεθνή και την ελληνική πραγματικότητα ότι χωρίς την ενεργό συμμετοχή και κινητοποίηση των τοπικών κοινοτήτων είναι πιθανό ότι η διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς θα αποτελέσει μια επιφανειακή άσκηση και γραφειοκρατική εργασία για τους κρατικούς εμπειρογνώμονες με περιορισμένο αντίκτυπο στον τοπικό κοινωνικό ιστό.

Λέξεις-κλειδιά

Άυλη κληρονομιά, προφορικός και παραδοσιακός πολιτισμός, Σύμβαση της Unesco για τη Διαφύλαξη της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας (2003), βιώσιμη ανάπτυξη, τοπική κοινωνία, Μεσογειακή Διατροφή

3.1 Θεωρητικό πλαίσιο – Διεθνής πραγματικότητα

3.1.1 Εισαγωγή

Μεσημέρι Κυριακής Ιουνίου 2006 στο Mevlevihane στη λεωφόρο Istiklal (παλιά λεωφόρο του Peran) της Κωνσταντινούπολης. Το ιστορικό μοναστήρι έχει γεμίσει ξένους επισκέπτες που περιμένουν την εμφάνιση των ξακουστών Περιστρεφόμενων Δερβίσηδων. Η μουσική ξεκινάει, οι δερβίσηδες εμφανίζονται και οι επισκέπτες ετοιμάζουν τις φωτογραφικές μηχανές για να απαθανατίσουν το μυστικιστικό δρώμενο. Ανάμεσα στην Αγία

* Μαριλένα Αλιβιζάτου: UCL Centre for Museums, Heritage and Material Culture Studies
Ιωάννης Πούλιος: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο – Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου – UNESCO School on Sustainable Energy Governance in World Heritage Sites
Μαρία Παπαδάκη: Ανεξάρτητη ερευνήτρια – King's College London

Σοφιά, το Μπλε Τζαμί, μια περιήγηση στον Βόσπορο και τον χορό της κοιλιάς, η τελετή Sema των Mevlevi αναφέρεται ως σημαντικό αξιοθέατο στους περισσότερους ταξιδιωτικούς οδηγούς της Πόλης. Μάλιστα, από το 2005 κοσμεί τον Κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας. Ακολουθώντας το πετυχημένο μοντέλο του Καταλόγου των Μνημείων της Παγκόσμιας Κληρονομιάς του 1972, ο πρώτος κατάλογος της άυλης κληρονομιάς θεσμοθετήθηκε το 2001 και σήμερα περιλαμβάνει πάνω από 200 εκφράσεις, προφορικές παραδόσεις, δρώμενα, παραστατικές τέχνες, χώρους που σχετίζονται με τον παραδοσιακό πολιτισμό και τεχνογνωσία. Με τον τρόπο αυτόν, η τελετή των δερβίσηδων, η οποία ιστορικά είχε απαγορευθεί για αρκετές δεκαετίες επί Κεμάλ Ατατούρκ, αποτελεί επίσημα, πλέον, έκφραση της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της Τουρκίας (Pietrobruno, 2013).

Το παρόν κείμενο εξετάζει τη διαδικασία κατά την οποία εκφράσεις προφορικού και παραδοσιακού πολιτισμού, όπως η τελετή Sema των Mevlevi, αναγνωρίζονται ως άυλη κληρονομιά και γίνονται αντικείμενο διαφύλαξης, προώθησης, εκπαίδευσης και βιώσιμης ανάπτυξης. Η ολοένα και πιο ενεργός συμμετοχή κρατών στην προστασία της άυλης κληρονομιάς έχει μετατρέψει την καταγραφή και τεκμηρίωση του λαϊκού και παραδοσιακού πολιτισμού από ακαδημαϊκή δραστηριότητα σε διεθνές θεσμικό πλαίσιο πολιτιστικής διαχείρισης και πολιτικής. Στόχος του κεφαλαίου αυτού είναι να εξετάσει βασικά σημεία, τα οποία διέπουν τον διάλογο γύρω από τη διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς, όπως έχουν διαμορφωθεί τα τελευταία χρόνια μετά την υπογραφή της σχετικής σύμβασης από την Unesco το 2003.

3.1.2 Ιστορική Αναδρομή και Σύγχρονο Πλαίσιο

Μολονότι η συζήτηση για την προστασία της άυλης κληρονομιάς απέκτησε διεθνείς διαστάσεις την τελευταία δεκαετία, το σκεπτικό και τα επιχειρήματα γύρω από την καταγραφή και προστασία του παραδοσιακού πολιτισμού αποτέλεσαν κεντρικό ανθρωπολογικό άξονα σε όλη τη διάρκεια του 20ού αιώνα. Μια από τις θεμελιώδεις αρχές της ανθρωπολογικής σκέψης, όπως άρχισε να διατυπώνεται στα τέλη του 19ου και τις αρχές του 20ού αιώνα, ήταν η διαπίστωση του κινδύνου ότι ο πολιτισμός και οι παραδόσεις των αυτοχθόνων στις αποικίες των ευρωπαϊκών κρατών (Μεγάλης Βρετανίας, Γαλλίας, Γερμανίας, Ολλανδίας, Βελγίου, Ιταλίας, Ισπανίας) αλλά και της Βόρειας Αμερικής επρόκειτο να εξαφανιστούν κάτω από την πίεση του δυτικού πολιτισμού. Βασικός ρόλος του νέου επιστημονικού κλάδου της ανθρωπολογίας ή της εθνολογίας ήταν, κατ' επέκταση, η μελέτη, καταγραφή και διάσωση του πολιτισμού (άυλου και υλικού) των αυτοχθόνων σε όλα τα προσβάσιμα μήκη και πλάτη της γης, προτού αλλοιωθεί από εξωτερικές επιρροές και τελικά εξαφανιστεί. Για τον λόγο αυτόν, άλλωστε, δημιουργήθηκαν εκείνη την εποχή και οι μεγάλες εθνογραφικές συλλογές πολλών μουσείων της Ευρώπης και της Βόρειας Αμερικής.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί μια από τις πρώτες «σωστικές αποστολές» που οργανώθηκε από το Πανεπιστήμιο του Cambridge στα νησιά των Στενών Τόρες (Torres Straits, νησιωτικό σύμπλεγμα ανάμεσα στην Αυστραλία και τη Νέα Γουινέα) υπό την επίβλεψη του Alfred Cort Haddon (1855–1940), ενός εκ των θεμελιωτών της βρετανικής ανθρωπολογίας. Σκοπός της αποστολής ήταν η συλλογή στοιχείων σχετικών με όλες τις εκφάνσεις της ζωής των αυτοχθόνων, οι οποίοι θεωρούνταν ανθρώπινο είδος υπό εξαφάνιση: καθημερινή ζωή, πίστη, έθιμα, προφορικές παραδόσεις, γενεαλογία, γλώσσα. Η αποστολή, στην οποία έλαβαν μέρος πέντε ερευνητές, διήρκεσε έξι μήνες και τα αποτελέσματα της έρευνας δημοσιεύθηκαν σε έξι τόμους, ενώ, εκ των υστέρων, η πρακτική αυτή έμεινε γνωστή ως «σωστική ανθρωπολογία» (Clifford, 1988).

Μετά από μερικές δεκαετίες, και ενώ η παράδοση της επιτόπιας έρευνας είχε γίνει πια η βασική μεθοδολογία της ανθρωπολογίας, ο Γάλλος ανθρωπολόγος Claude Lévi-Strauss (1908–2009) στο έργο του *Race et Histoire* (1952) διακήρυττε την αξία και την ανάγκη για τη διάσωση και τον σεβασμό της πολιτισμικής διαφορετικότητας. Το έργο αυτό αποτέλεσε κεντρικό ιδεολογικό άξονα της Unesco και έμπνευση για τις δραστηριότητές της στον τομέα του πολιτισμού και του διαπολιτισμικού διαλόγου.

Ένα από τα σημαντικά ερωτήματα που αντιμετώπισαν τα κράτη μέλη της Unesco από τη δεκαετία του '80 ήταν η προστασία παραδοσιακών μορφών τέχνης και πολιτισμού (μουσική, χορός, θέατρο, ποίηση κ.τ.λ.), τα οποία, καθότι συλλογικά αγαθά, μπορούν να γίνουν πιο εύκολα προϊόν οικονομικής και εμπορευματικής εκμετάλλευσης (Aikawa, 2004). Έπειτα από χρόνια διαβουλεύσεων με τον Διεθνή Οργανισμό Πνευματικής Ιδιοκτησίας (WIPO) αποφασίστηκε ότι το θέμα της οικονομικής εκμετάλλευσης θα εξεταζόταν από τον WIPO, ενώ η Unesco θα επικέντρωνε την προσοχή της περισσότερο σε θέματα διαφύλαξης, εκπαίδευσης και μετάδοσης, παρά προστασίας. Μέσα σ' αυτό το πλαίσιο και ύστερα από σειρά διπλωματικών διεργασιών και προγραμμάτων, η γενική συνέλευση των κρατών μελών της Unesco υιοθέτησε τη Σύμβαση για τη Διαφύλαξη της Άυλης Κληρονομιάς τον Οκτώβριο του 2003. Είχε προηγηθεί το πιλοτικό πρόγραμμα της «Προκήρυξης

των Αριστουργημάτων της Άυλης Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας», η οποία περιλάμβανε τη θεσμική αναγνώριση και προβολή παραδοσιακών μορφών τέχνης, όπως το Φεστιβάλ της Binche στο Βέλγιο, το καρναβάλι του Oruro στη Βολιβία και την ξυλουργική γνώση των Zafimaniry στη Μαδαγασκάρη (Nas, 2002· Alivizatos, 2007).

3.1.3 Η Σύμβαση της Unesco για τη Διαφύλαξη της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας (2003)

Σύμφωνα με τη Σύμβαση του 2003, η άυλη κληρονομιά ορίζεται ως «[...] οι πρακτικές, παραστάσεις, εκφράσεις, γνώσεις, ικανότητες, καθώς και οι σχετικοί χώροι και αντικείμενα, τα οποία κοινότητες, ομάδες και ιδιώτες αναγνωρίζουν ως συστατικά στοιχεία της πολιτιστικής τους κληρονομιάς. Αυτή η άυλη κληρονομιά μεταδίδόμενη από γενιά σε γενιά συνεχώς μεταβάλλεται σε σχέση με το περιβάλλον, τη φύση και την ιστορία, και ενισχύει την ταυτότητα και τη συνοχή των κοινοτήτων, προωθώντας τον σεβασμό για την πολιτισμική διαφορετικότητα και την ανθρώπινη δημιουργικότητα» (Unesco, 2003, παρ. 2). Επίσης, η Σύμβαση παραθέτει συγκεκριμένες μορφές άυλης κληρονομιάς, όπως «προφορικές παραδόσεις και εκφράσεις, παραστατικές τέχνες, δρώμενα και εορταστικές δραστηριότητες, γνώση της φύσης και του σύμπαντος και παραδοσιακή τεχνολογία» (Unesco, 2003, παρ. 2).

Κεντρικός όρος της Σύμβασης είναι η έννοια της «διαφύλαξης», η οποία ορίζεται ως «[...] μέτρα που εξασφαλίζουν τη βιωσιμότητα της άυλης κληρονομιάς και, μεταξύ άλλων, τον καθορισμό, την τεκμηρίωση, την έρευνα, τη διατήρηση, την προστασία, την προώθηση και τη μετάδοση διαμέσου επίσημης και ανεπίσημης εκπαίδευσης, καθώς και την αναζωογόνηση αυτής της πολιτιστικής κληρονομιάς» (Unesco, 2003, παρ. 2). Οι ιδέες της αναζωογόνησης και της μετάδοσης που αναφέρονται στον παραπάνω ορισμό δίνουν έμφαση στη δημιουργική συνέχιση της παράδοσης μέσω της ευαισθητοποίησης της τοπικής κοινωνίας, παρά στην αμιγώς τεχνική και επιστημονική τεκμηρίωση. Ουσιαστικά, η Σύμβαση του 2003 καινοτομεί σε σχέση με τις προηγούμενες συμβάσεις της Unesco, καθώς είναι η πρώτη που αναγνωρίζει τον πρωταρχικό ρόλο τον οποίο διαδραματίζουν οι τοπικές κοινότητες στη διαφύλαξη και μετάδοση της άυλης κληρονομιάς. Ενώ, δηλαδή, στις προηγούμενες συμβάσεις η προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι ευθύνη των κυβερνήσεων και των σχετικών εμπειρογνομόνων, η Σύμβαση του 2003 στο προοίμιο και το άρθρο 15 κάνει ιδιαίτερη μνεία στον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζουν οι τοπικές κοινότητες ως φορείς μετάδοσης και προστασίας της προφορικής γνώσης και παράδοσης. Εξάλλου, η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την εφαρμογή των προγραμμάτων διαφύλαξης.

Ο όρος «διαφύλαξη», επομένως, περιλαμβάνει μια σειρά δραστηριοτήτων που αποσκοπούν στη δημιουργική συνέχιση της άυλης κληρονομιάς. Αντίθετα από την προστασία της υλικής κληρονομιάς των ιστορικών μνημείων, μουσειακών συλλογών και αρχαιολογικών χώρων, η οποία αποσκοπεί κυρίως στη συντήρηση συγκεκριμένων υλικών, ώστε να μην αλλοιωθεί η αυθεντικότητά τους, η διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς, σύμφωνα με τη Σύμβαση του 2003, έγκειται στο κατά πόσο η τοπική κοινωνία με την υποστήριξη του κράτους και μη κρατικών οργανισμών είναι σε θέση να τη μεταδώσει στις επόμενες γενιές, ανεξάρτητα από υφιστάμενες αλλαγές. Κατά συνέπεια, η διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς αφορά ένα αρκετά σύνθετο σύνολο δραστηριοτήτων, οι οποίες συνδυάζουν τεχνικές γνώσεις καταγραφής και έρευνας με τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας. Μέσα σ' αυτό το πλαίσιο, το κράτος και οι λοιποί σχετικοί οργανισμοί αναλαμβάνουν έναν διαμεσολαβητικό ρόλο σχετικά με την εφαρμογή των προγραμμάτων διαφύλαξης. Και αυτό γιατί, όπως έχει γίνει ευρύτερα αποδεκτό τα τελευταία χρόνια της εφαρμογής της Σύμβασης, ο πολύπλοκος μηχανισμός αναγνώρισης της άυλης κληρονομιάς, εκτός από τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, έχει καταστήσει απαραίτητη, πλέον, τη συμμετοχή τεχνικών φορέων στα προγράμματα διαφύλαξης (Jacobs, 2014).

Μέσα στο νέο πλαίσιο της Σύμβασης, οι κυριότερες υποχρεώσεις των κρατών μελών αφορούν την καταγραφή παραδόσεων και εκφράσεων σε εθνικούς καταλόγους απογραφής (inventories) μέσα από συνεργασία με τοπικές κοινότητες, συλλόγους, ερευνητικά κέντρα και μουσεία. Οι κατάλογοι αυτοί συντάσσονται συνήθως από ειδικά καταρτισμένους ερευνητές, χωρίς να επιβάλλεται κάποια συγκεκριμένη μεθοδολογία από την Unesco. Κάθε κρατικός φορέας αποφασίζει ανάλογα με τις τοπικές συνθήκες και μεθόδους και μελετώντας τους καταλόγους άλλων κρατών. Για την κατάρτιση των καταλόγων τους, η Ιαπωνία και η Βραζιλία, για παράδειγμα, έχουν χρησιμοποιήσει εθνογραφική έρευνα, η Βουλγαρία βασίστηκε σε ερωτηματολόγια που διανεμήθηκαν από πολιτιστικούς συλλόγους στις τοπικές κοινότητες, ενώ η Πορτογαλία βασίστηκε σε στοιχεία που συγκεντρώθηκαν από εθνογραφική έρευνα σε συνδυασμό με τις κατηγορίες της Σύμβασης (<http://www.unesco.org/culture/ich/en/inventorying-intangible-heritage-00080>).

Επίσης, τα κράτη μέλη είναι υποχρεωμένα να υιοθετήσουν τα σχετικά νομικά, διοικητικά και οικονομικά μέτρα που κρίνονται απαραίτητα σε κάθε χώρα. Σε διεθνές επίπεδο, η Σύμβαση προβλέπει τη δημιουργία δύο καταλόγων: α) του Αντιπροσωπευτικού Καταλόγου της Άυλης Κληρονομιάς και β) του Καταλόγου της Άυλης Κληρονομιάς σε Κατάσταση Επείγουσας Διαφύλαξης, για εκφράσεις που βρίσκονται στα πρόθυρα εξαφάνισης ή σημαντικής αλλοίωσης. Τέλος, προβλέπεται η δημιουργία του διεθνούς ταμείου ενίσχυσης εκφράσεων και φορέων άυλης κληρονομιάς, το οποίο αποσκοπεί στη στήριξη των παραδοσιακών κοινοτήτων και δημιουργών (Unesco, 2003, παρ.11-28).

3.1.4 Σχέση Σύμβασης για τη Διαφύλαξη της Άυλης Κληρονομιάς (2003) και Σύμβασης Παγκόσμιας Κληρονομιάς (1972)

Η Σύμβαση του 2003 θεωρείται ότι συμπληρώνει τη Σύμβαση του 1972, καθώς προτείνει μια πιο σφαιρική και ανθρωποκεντρική αντιμετώπιση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Παρ' όλα αυτά, διαφοροποιείται σε πολλά σημεία απ' αυτήν, όχι μόνο ως προς τον ορισμό του αντικειμένου προστασίας, αλλά και ως προς διαχειριστικά θέματα, τα οποία αφορούν τις υποχρεώσεις των κρατών μελών και τη συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων.

Αναλυτικότερα, η Σύμβαση του 1972 αναφέρεται κυρίως στην προστασία εμβληματικών φυσικών και πολιτιστικών μνημείων και τόπων που έχουν «εξαιρετική παγκόσμια αξία» (outstanding universal value). Αντίθετα, η Σύμβαση του 2003 προσφέρει ένα πλαίσιο διαφύλαξης όλων των εκφράσεων της άυλης κληρονομιάς μιας χώρας, χωρίς άμεση αναφορά στο θέμα της αξίας ή της αυθεντικότητας των πολιτιστικών παραδόσεων.

Επίσης, κατά τη Σύμβαση του 2003 τα κράτη μέλη υποχρεούνται να δημιουργήσουν καταλόγους απογραφής (inventories) στην επικράτειά τους και να υιοθετήσουν τα απαραίτητα μέτρα για τη διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς με τη συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων. Αντίθετα, τα κράτη μέλη της Σύμβασης του 1972 υποχρεούνται να προστατεύσουν μόνο μνημεία και χώρους που έχουν αναρτηθεί σε έναν από τους τρεις προβλεπόμενους Καταλόγους.

Μια άλλη σημαντική διαφοροποίηση είναι ο ρόλος των τοπικών κοινοτήτων στη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς. Όπως είδαμε νωρίτερα και θα δούμε με περισσότερες λεπτομέρειες παρακάτω, η Σύμβαση του 2003 προϋποθέτει τη συμμετοχή της τοπικής κοινότητας σε όλα τα στάδια της διαφύλαξης της άυλης κληρονομιάς, καθώς αυτή αποτελεί και βασικό συστατικό της. Αντίθετα, η Σύμβαση του 1972 είναι περισσότερο τεχνοκρατική με λίγες σχετικά αναφορές στις τοπικές κοινότητες. Όπως παρουσιάζεται στο κεφάλαιο 1, ο ρόλος των κοινοτήτων στην προστασία των πολιτιστικών χώρων και μνημείων Παγκόσμιας Κληρονομιάς υπήρξε ιστορικά περιορισμένος (και σε πολλά μέρη είναι ακόμα και σήμερα) και αποτελεί συχνά προβληματικό θέμα ως προς τη διαχείριση των τόπων αυτών.

3.1.5 Άυλη πολιτιστική κληρονομιά και βιώσιμη ανάπτυξη

Η έννοια της βιωσιμότητας διαπνέει τη Σύμβαση του 2003 και είναι άμεσα συνυφασμένη με την έννοια της διαφύλαξης (Alivizatos, 2012· Smith & Akagawa, 2009). Βασικό στοιχείο της είναι η προστασία της άυλης κληρονομιάς και η μετάδοσή της στις επόμενες γενιές. Αυτό όμως προϋποθέτει τη δημιουργική συνέχιση των πολιτιστικών παραδόσεων προς όφελος των φορέων τους. Επομένως, η βιωσιμότητα αναγνωρίζει την αξία της άυλης κληρονομιάς ως πολιτιστικού αποθέματος που μπορεί να αποτελέσει εργαλείο κοινωνικής, εκπαιδευτικής, πνευματικής και οικονομικής τοπικής ανάπτυξης. Ανάγει, δηλαδή, τις εκφράσεις του παραδοσιακού πολιτισμού σε παραγωγικό αγαθό προς όφελος της κοινωνίας. Συγχρόνως, όμως, αναγνωρίζει ότι οι εκφράσεις αυτές πρέπει να αποτελέσουν αντικείμενο προστασίας, ώστε να μην αλλοιωθεί η τοπική τους σημασία και η σχέση τους με τις τοπικές κοινότητες. Όπως η έννοια της «διαφύλαξης», έτσι και η έννοια της «βιωσιμότητας» εμπεριέχει τάσεις που ενδεχομένως να αλληλοσυγκρούονται. Για παράδειγμα, όπως θα διαπιστώσουμε στη συνέχεια, η προστασία του πολιτιστικού αποθέματος δεν συνάδει πάντα με προσπάθειες προώθησης που έχουν ως απώτερο στόχο την οικονομική του εκμετάλλευση. Γι' αυτόν τον λόγο, η επιτυχής διαφύλαξη και βιωσιμότητα της άυλης κληρονομιάς είναι αποτέλεσμα συνεργασίας κρατικών, μη κρατικών οργανισμών και τοπικών κοινοτήτων και απαιτεί προσεκτικό ισοζύγισμα διαφορετικών τάσεων. Η μελέτη συγκεκριμένων παραδειγμάτων διαφωτίζει καλύτερα τα παραπάνω.

Ίσως από τις πιο φημισμένες αναρτήσεις στον κατάλογο της άυλης κληρονομιάς της Unesco είναι η πλατεία Jemaa el-Fnaa στην πόλη Μαρακές του Μαρόκου, η οποία αποτελεί χώρο παραγωγής και μετάδοσης της άυλης κληρονομιάς, ένα υπαίθριο θέατρο «μουσικών, παραμυθάδων, ακροβατών και γητευτών φιδιών»,

τόσο για την τοπική κοινωνία όσο και για τους ξένους επισκέπτες (Schmitt, 2008). Μολονότι η παλιά πόλη (Medina), και κατ' επέκταση η πλατεία, είχε αναρτηθεί στον Κατάλογο Μνημείων της Παγκόσμιας Κληρονομιάς από το 1985, τα προβλεπόμενα μέτρα συντήρησης του ιστορικού ιστού της αγνοούσαν σε μεγάλο βαθμό τις κοινωνικές, καλλιτεχνικές και πολιτισμικές προεκτάσεις και δραστηριότητες που λάμβαναν χώρα στην πλατεία από τον 17ο αιώνα.

Για την ακρίβεια, στις αρχές της δεκαετίας του '90 η πλατεία είχε απειληθεί με την κατασκευή ενός υπόγειου χώρου στάθμευσης και ενός διοικητικού κτηρίου ύψους 15 μέτρων. Όπως εξηγεί ο Schmitt (2008), ύστερα από σειρά παρεμβάσεων και διπλωματικών διεργασιών με τη συμβολή καλλιτεχνικών προσωπικοτήτων και πνευματικών ανθρώπων, τα προβλεπόμενα έργα ακυρώθηκαν, η πλατεία χαρακτηρίστηκε από την Unesco «προφορικό αριστούργημα της ανθρωπότητας» στα τέλη της δεκαετίας του '90, και το 2001 αποτέλεσε μια από τις πρώτες αναρτήσεις στον κατάλογο των «Αριστουργημάτων της Άυλης Κληρονομιάς», το πρόγραμμα που προηγήθηκε του Κατάλογου της Σύμβασης του 2003. Στα μάτια των εκπροσώπων της τοπικής κοινωνίας, αλλά και της διεθνούς κοινότητας, αποτελεί έκτοτε κατεξοχήν τόπο μετάδοσης και διδασκαλίας της τοπικής αφηγηματικής τέχνης. Κατά τον Schmitt (2008), η περίπτωση της είναι μια από τις δραστηριότητες που οδήγησαν στον ορισμό και τη διεθνή αναγνώριση της έννοιας της άυλης κληρονομιάς.

Από τα χρόνια μετά την επίσημη αναγνώρισή της, η πλατεία θεωρείται πλέον έμβλημα της πόλης του Μαρακές και της ταυτότητας του Μαρόκου. Όπως διαπίστωση η ίδια τον Νοέμβριο του 2009, κατά τη διάρκεια της ημέρας η πλατεία είναι γεμάτη παραδοσιακούς αφηγητές, θεραπευτές, μουσικούς, γητευτές φιδιών και πωλητές πορτοκαλιών. Το βράδυ επικρατεί πιο ζωντανή και γιορτινή ατμόσφαιρα με την παρασκευή και κατανάλωση τοπικών φαγητών, την παρουσίαση χορών και τη συμμετοχή οικογενειών. Εκτός από την τοπική κοινότητα, τον τόπο μνήμης και παραδοσιακής δημιουργίας κατακλύζει μέρα και νύχτα μεγάλος αριθμός ξένων επισκεπτών, οι οποίοι συμβάλλουν σημαντικά στην τοπική οικονομία. Η διατήρηση της ισορροπίας ανάμεσα στη διαφύλαξη των πολιτιστικών δράσεων της πλατείας και στις απαιτήσεις των ξένων επισκεπτών αποτελεί μια από τις προτεραιότητες του Πολιτιστικού Συλλόγου και της αντιπροσωπείας της Unesco (Skounti, 2009).

3.1.6 Βιώσιμη ανάπτυξη και εμπορευματοποίηση

Οι περιπτώσεις της πλατείας Jemaa el-Fnaa και των Περιστρεφόμενων Δερβίσηδων θέτουν σημαντικούς προβληματισμούς σχετικά με τις συγκρουόμενες τάσεις στα προγράμματα διαφύλαξης, καθώς η αναγνώριση μιας πλατείας και μιας θρησκευτικής τελετής αντιστοίχως ως άυλης κληρονομιάς της ανθρωπότητας αποτελεί νέο τρόπο θεώρησης και αντιμετώπισης των εκφράσεων αυτών, τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Για πολλούς μελετητές ο μηχανισμός διαφύλαξης και προστασίας της άυλης κληρονομιάς που έχει αναπτύξει τα τελευταία χρόνια η Unesco αποτελεί μορφή της παγκοσμιοποίησης, την οποία, ειρωνικά, προσπαθεί να αντιμετωπίσει, και, ουσιαστικά, εκθέτει τον παραδοσιακό πολιτισμό στο σύγχρονο καπιταλιστικό *modus vivendi* ως ένα ακόμα καταναλωτικό αγαθό (Bendix, 2009· Kirshenblatt-Gimblett, 2004).

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η προστασία της υφαντικής παράδοσης στο νησί Taquile στη λίμνη Titicaca σε υψόμετρο 3.800 μέτρων στα σύνορα Περού και Βολιβίας στη Νότια Αμερική, η οποία κοσμεί τον κατάλογο της Unesco από το 2005. Σύμφωνα με τον σχετικό νόμο του Περού για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής, οι κάτοικοι του νησιού είναι υποχρεωμένοι να φορούν καθημερινά την τοπική ενδυμασία και να ακολουθούν τον παραδοσιακό τρόπο ζωής όσον αφορά τα παραδοσιακά επαγγέλματα και την οικοδόμηση κτηρίων. Η φυσική ιδιαιτερότητα του τοπίου και ο τρόπος ζωής των κατοίκων του νησιού προσελκύουν πλήθος επισκεπτών από όλο τον κόσμο. Κατά συνέπεια, μέσα σε λίγα χρόνια η σχετικά περιθωριοποιημένη κοινότητα έχει μετατραπεί σε σημαντικό τουριστικό προορισμό με αισθητά οικονομικά οφέλη για τοπικούς παράγοντες, καθώς το νησί κινείται στον ρυθμό των καϊκιών που αδειάζουν κάθε πρωί εκατοντάδες τουρίστες (<http://www.unesco.org/culture/ich/en/RL/taquile-and-its-textile-art-00166>).

Το ερώτημα που τίθεται είναι μήπως τα μέτρα διαφύλαξης και προβολής τελικά δεσμεύουν την τοπική κοινότητα σε έναν αυθεντικά παραδοσιακό, πλην όμως απονεκρωμένο και αποστειρωμένο, τρόπο ζωής, όπου η προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς εκφράζει πρωτίστως οικονομικές και πολιτικές ανάγκες, και παύει να αποτελεί μια πηγαία εκδήλωση πολιτισμικής ταυτότητας (Bendix, 2009). Η συγκεκριμένη περίπτωση υπονοεί ότι, όταν η διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς ακολουθεί κυρίως κρατικές επιταγές οικονομικής ανάπτυξης, συχνά τα μέτρα που εφαρμόζονται προωθούν μια εξωτερική εικόνα των παραδοσιακών εκφράσεων, οι οποίες έχουν χάσει τη λειτουργική τους σχέση με τις τοπικές κοινότητες και έχουν γίνει εμπορεύσιμα προϊόντα «αυθεντικών πολιτισμών» προς διεθνή κατανάλωση. Σ' αυτές τις περιπτώσεις πιο σημαντική είναι η

πιστή αναπαράσταση ενός δρώμενου ή μιας παραδοσιακής καλλιτεχνικής έκφρασης, παρά οι αλλαγές που έχουν επέλθει ή η σημασία της συγκεκριμένης παράδοσης για την τοπική κοινότητα.

Από την άλλη πλευρά, η εμπορευματοποίηση της παράδοσης έχει δημιουργήσει μια τοπική οικονομία με σημαντικά οφέλη για την τοπική κοινωνία. Σε συζητήσεις με κατοίκους του νησιού το 2010, διαπίστωσα ότι η ανάπτυξη του τουρισμού έχει σταματήσει τη νησιώτικη μετανάστευση, τον αναλφαβητισμό και τη φτώχεια. Μερικές δεκαετίες νωρίτερα, το νησί ήταν από τα λιγότερο ανεπτυγμένα μέρη της χώρας, ενώ σήμερα πολλοί άνθρωποι από άλλες περιοχές ταξιδεύουν ως εκεί σε αναζήτηση εργασίας. Η νεότερη γενιά αρχίζει να αναγνωρίζει τη νέα αξία της πολιτιστικής αυτής κληρονομιάς και ασχολείται με την αναβίωση εθίμων και παραδόσεων.

3.1.7 Επιχειρησιακές Οδηγίες της Unesco (2008 και εξής)

Μέχρι στιγμής διαπιστώνεται ότι ο διεθνής χαρακτηρισμός της άυλης κληρονομιάς περιλαμβάνει μάλλον εκφράσεις που ανήκουν στον χώρο του λαϊκού πολιτισμού και του φολκλόρ. Μ' αυτό το σκεπτικό, μια άλλη σημαντική κριτική στη Σύμβαση του 2003 ήταν ότι οι περισσότερες εκφράσεις που βρίσκονται στον Αντιπροσωπευτικό Κατάλογο της Unesco αποτελούν κυρίως περιθωριακά ή προβιομηχανικά φαινόμενα, όπως εκείνα που έσπευσαν να καταγράψουν και να διασώσουν οι πρώτοι ανθρωπολόγοι, παρά πιο σύνθετες εκφράσεις ταυτότητας που αντιπροσωπεύουν τη σύγχρονη πραγματικότητα (Brown, 2005). Δηλαδή, ο κατάλογος περιλαμβάνει κατά κύριο λόγο παραδοσιακούς χορούς, τραγούδια, δρώμενα και τελετές πολιτισμών που μοιάζουν να είναι ανέπαφοι από διαδικασίες παγκοσμιοποίησης και νεωτερικότητας. Γιατί όμως το μπαλέτο της Καμπότζης να θεωρείται περισσότερο αντιπροσωπευτικό από το μπαλέτο Μπολσόι; Από το 2008 τέτοιοι προβληματισμοί οδήγησαν στην υιοθέτηση Επιχειρησιακών Οδηγιών που προβλέπουν, μεταξύ άλλων, την αναθεώρηση των κριτηρίων για την επιλογή των εκφράσεων της άυλης κληρονομιάς. Ως συνέπεια, σήμερα έχουν συμπεριληφθεί στον κατάλογο πιο σύγχρονες και δυτικές εκφράσεις, όπως το Αργεντινικό Τανγκό, το γαστρονομικό γεύμα των Γάλλων, τα καφέ της Βιέννης και η Μεσογειακή Διατροφή. Για την ακρίβεια, από το 2008, και μετά τη διεύρυνση των κριτηρίων, οι αναρτήσεις στον Κατάλογο της Unesco σημειώνουν σημαντική αύξηση.

Ο ενθουσιασμός των κρατών μελών να προβάλλουν τις τοπικές τους παραδόσεις παγκοσμίως έχει οδηγήσει πολλούς μελετητές στο να κάνουν λόγο για διεθνή ανταγωνισμό σχετικά με το ποια χώρα θα έχει τις περισσότερες αναρτήσεις. Όπως ήταν αναμενόμενο, όταν το θέμα της προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς γίνεται θέμα διεθνούς προβολής και κινείται πρωτίστως από κρατικούς μηχανισμούς, η συμμετοχή και η πρωτοβουλία της τοπικής κοινότητας στα μέτρα καταγραφής και διαφύλαξης συχνά παραβλέπονται. Εκείνο που προέχει είναι μάλλον οι πολιτικές και οικονομικές διαστάσεις της επίσημης αναγνώρισης. Εξάλλου, η οργανωμένη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στα προγράμματα διαφύλαξης αποδεικνύεται στην πράξη αρκετά σύνθετη και δύσκολη διαδικασία (Cooke & Kothari, 2001). Για να αντιμετωπίσει αυτήν την κατάσταση, τα τελευταία χρόνια μετά την υιοθέτηση των Επιχειρησιακών Οδηγιών η Unesco έχει αναλάβει την οργάνωση μιας σειράς σεμιναρίων στα τοπικά γραφεία του οργανισμού σε χώρες της Ευρώπης, της Ασίας και της Αφρικής, τα οποία σκοπό έχουν την ενδυνάμωση και επαγρύπνηση των τοπικών κοινοτήτων (www.unesco.org/culture/ich).

3.1.8 Συμμετοχή της Τοπικής Κοινωνίας

Αν και η διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς μέχρι τώρα θεωρείται κυρίως υποχρέωση των κρατών μελών, εντοπίζονται ιδιαίτερα αξιόλογες περιπτώσεις όπου τοπικές κοινότητες και οργανισμοί έχουν αναλάβει σχετικές πρωτοβουλίες. Μια ιδιαίτερη περίπτωση είναι οι εθελοντές ερευνητές πεδίου του Πολιτιστικού Κέντρου των Νήσων Vanuatu στον Ειρηνικό Ωκεανό (<http://vanuatuculturalcentre.vu/fieldworkers>). Ύστερα από την ανεξαρτησία των νήσων από τη σχεδόν ογδονταετή αγγλογαλλική διοίκηση, το 1980 η αναζήτηση και ανάδειξη της τοπικής ταυτότητας έγινε κεντρικό θέμα της μετα-αποικιακής πραγματικότητας. Μέσα σ' αυτό το κλίμα και σε συνεργασία με Ευρωπαίους και Αυστραλούς ανθρωπολόγους το Πολιτιστικό Κέντρο του Vanuatu οργάνωσε την ομάδα των τοπικών ερευνητών πεδίου (fieldworkers), σκοπός της οποίας είναι η καταγραφή και αναζωογόνηση προ-αποικιακών εθίμων και παραδόσεων (Bolton, 2003).

Ειδικότερα, οι γυναίκες και οι άντρες ερευνητές, που ασχολούνται με θηλυκές και αρσενικές δραστηριότητες αντίστοιχα, εκλέγονται σε κάθε νησιωτική κοινότητα. Κάθε χρόνο οι ερευνητές διαλέγουν ένα θέμα (για παράδειγμα, έθιμα του γάμου, κυνήγι, καλλιέργεια της γης και ανατροφή παιδιών), το οποίο

διερευνούν και καταγράφουν με εθνογραφικές μεθόδους, όπως συνεντεύξεις και παρατηρήσεις, καθώς και με σύγχρονα τεχνολογικά μέσα, όπως κάμερες, μαγνητόφωνα και φωτογραφικές μηχανές. Ο ρόλος του ερευνητή θεωρείται τιμητική διάκριση και οι ερευνητές δεν λαμβάνουν μισθό. Στο τέλος της ερευνητικής περιόδου, παρουσιάζουν τα αποτελέσματα της έρευνάς τους σε συνέδριο που διοργανώνεται στο Πολιτιστικό Κέντρο / Μουσείο στην Port Vila, πρωτεύουσα του Vanuatu. Τα στοιχεία που συλλέγονται φυλάσσονται στο ειδικά διαμορφωμένο «απαγορευμένο δωμάτιο» του μουσείου και με την έγκριση των τοπικών κοινοτήτων χρησιμοποιούνται αργότερα σε εκπαιδευτικά και ραδιοφωνικά προγράμματα και σε εκθέσεις στο μουσείο που απευθύνονται περισσότερο στην τοπική κοινότητα παρά σε ένα ευρύτερο, διεθνές κοινό.

Οι ερευνητές του Vanuatu θεωρούνται διεθνώς ένα ιδιαίτερα πετυχημένο παράδειγμα διαφύλαξης της άυλης κληρονομιάς, το οποίο ξεκίνησε και αναπτύχθηκε σε τοπικό επίπεδο με σχετικά περιορισμένη κρατική υποστήριξη (Regenvanu, 2005). Αξίζει να σημειωθεί ότι το πρόγραμμα των ερευνητών έχει μια εντυπωσιακή ιστορία και έργο άνω των τριάντα χρόνων, ενώ πολλά από τα κρατικά ή διεθνώς επιχορηγούμενα προγράμματα παύουν να λειτουργούν μόλις τελειώσει η σχετική επιχορήγηση, γιατί ο ρόλος τους δεν είναι τόσο απαραίτητος στην τοπική κοινότητα. Σε γενικές γραμμές, η διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς θεωρείται πρωτίστως υποχρέωση των κρατών, και περιπτώσεις όπως αυτής των ερευνητών πεδίου του Vanuatu είναι σπάνιες.

Μια άλλη περίπτωση ενεργού συμμετοχής της τοπικής κοινωνίας στη διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς είναι η φλαμανδική κοινότητα του Βελγίου (www.faronet.be), η οποία αποτελεί ιδιαίτερα δραστήριο μέλος της διεθνούς σκηνης ως προς τη διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς. Το Βέλγιο αποτελείται από τρεις γλωσσικές και γεωγραφικές κοινότητες: τη γαλλόφωνη, τη γερμανόφωνη και τη φλαμανδική, οι οποίες είναι υπεύθυνες για τη διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς στην περιοχή τους. Η φλαμανδική κοινότητα έχει αναλάβει από το 2008 την οργάνωση και τον εμπλουτισμό του τοπικού καταλόγου απογραφής και τον σχεδιασμό της πολιτικής για τη διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς στη Φλάνδρα. Αν και τα μέλη της κοινότητας έχουν δραστήριο ρόλο στη διαφύλαξη και μετάδοση των εκφράσεων της άυλης κληρονομιάς, όπως για παράδειγμα του κεντήματος της δαντέλας, της παραγωγή της μύρας και της σοκολάτας και του κυνηγιού με αετούς, οι περισσότερες διαφυλακτικές δραστηριότητες εκτελούνται με την τεχνική υποστήριξη ειδικά καταρτισμένων επαγγελματιών του πολιτισμού (culture brokers).

Το ερώτημα που προκύπτει, βέβαια, τόσο στην περίπτωση του Vanuatu όσο και της Φλάνδρας, είναι πόσο αντιπροσωπευτική είναι η εκπροσώπηση κάθε τοπικής κοινότητας. Για παράδειγμα, μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού της Φλάνδρας αποτελείται από Μαροκινούς δεύτερης γενιάς, ως επί το πλείστον μουσουλμάνους, οι οποίοι έχουν διαφορετική πολιτιστική ταυτότητα από τους υπόλοιπους Φλαμανδούς. Ο κατάλογος, όμως, δεν περιέχει προς το παρόν εκφράσεις αντιπροσωπευτικές των παραδόσεων αυτού του πληθυσμού, γεγονός που πιθανώς να δημιουργεί προβλήματα κοινωνικής συνοχής και να θέτει υπό αμφισβήτηση τη δημοκρατική λειτουργία της κοινότητας στον χώρο της πολιτιστικής κληρονομιάς. Επίσης, η θεματολογία των ερευνητών του Vanuatu κινείται κυρίως στο επίπεδο των προ-αποικιακών παραδόσεων με στόχο την ενδυνάμωση της τοπικής ταυτότητας στο πλαίσιο της ανεξαρτησίας των Νήσων από τον αγγλογαλλικό έλεγχο. Για τον λόγο αυτόν, οι ερευνητές είναι συνήθως ώριμα μέλη της κοινότητας. Η θεματολογία και η τοπική εκπροσώπηση, όμως, πιθανότατα να μην εκφράζουν πάντοτε τις προτιμήσεις και προσδοκίες της νεότερης γενιάς. Επομένως, το θέμα της συμμετοχής και της εκπροσώπησης της τοπικής κοινωνίας έχει πολλαπλές διαστάσεις, οι οποίες πρέπει να λαμβάνονται πάντοτε υπόψη στα προγράμματα ορισμού και διαφύλαξης της άυλης κληρονομιάς.

3.1.9 Η Σύμβαση της Unesco (2003) και η Ελληνική Πραγματικότητα

Από τα παραπάνω γίνεται κατανοητό ότι η διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς την τελευταία δεκαετία έχει σημαντική διεθνή απήχηση σε επίπεδο όχι μόνο σπάνιων πολιτισμικών φαινομένων, αλλά και πιο σύγχρονων και ευρύτερα διαδεδομένων παραδόσεων. Και ενώ οι πρώτες χώρες που υιοθέτησαν τη Σύμβαση και άρχισαν να την εφαρμόζουν ήταν χώρες με έντονο προφορικό, παραδοσιακό πολιτισμό στην ανατολική Ασία, την Αφρική και τον Ειρηνικό Ωκεανό, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται πιο έντονη συμμετοχή ευρωπαϊκών χωρών, μεταξύ άλλων, και της Ελλάδας.

Η Ελλάδα υιοθέτησε τη Σύμβαση το 2006 και έκτοτε συμμετείχε στη συλλογική πρόταση της Μεσογειακής Διατροφής με το Μαρόκο, την Ιταλία και την Ισπανία το 2013, και πιο πρόσφατα, το 2014, με την ανάρτηση της Χιώτικης Μαστίχας στον Κατάλογο της Άυλης Κληρονομιάς. Σε γενικές γραμμές, όμως, η επίσημη ελληνική συμμετοχή στον διεθνή διάλογο για τη διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς είναι σχετικά περιορισμένη. Αυτό είναι αναμενόμενο, δεδομένου ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των διαθέσιμων κρατικών

πόρων για την πολιτιστική κληρονομιά καλύπτει προγράμματα για την προστασία και την έρευνα αρχαιολογικών χώρων και μνημείων.

Παρά την περιορισμένη κρατική συμμετοχή σε προγράμματα διαφύλαξης, στην Ελλάδα λειτουργούν επί σειρά δεκαετιών ερευνητικοί οργανισμοί, μουσεία και σωματεία που ασχολούνται με την έρευνα και τη μετάδοση της άυλης κληρονομιάς σε εθνικό και τοπικό επίπεδο. Μολονότι δεν αυτοπροσδιορίζονται κατά τον τρόπο αυτόν, το γνωστικό αντικείμενο και ο κεντρικός θεματικός τους άξονας αφορούν άμεσα την προστασία της άυλης κληρονομιάς. Η Ελληνική Λαογραφική Εταιρεία, για παράδειγμα, η οποία ιδρύθηκε το 1909 από τον Νικόλαο Πολίτη, αποσκοπεί στον εμπλουτισμό των λαογραφικών σπουδών της Ελλάδας και των Βαλκανίων, και ασχολείται, μεταξύ άλλων, με θέματα δημοτικής και λαϊκής φιλολογίας και πολιτισμού. Η Ιστορική και Εθνολογική Εταιρεία, που εδρεύει στο Εθνικό Ιστορικό Μουσείο της Παλαιάς Βουλής και ιδρύθηκε το 1882, ασχολείται επίσης με την καταγραφή και τεκμηρίωση του νεότερου ελληνικού πολιτισμού, ενώ το Μουσείο Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης, μετά την πρόσφατη ανακαίνισή του, αποτελεί σημαντικό τόπο παρουσίασης του λαϊκού πολιτισμού στην Αθήνα. Το Λύκειο Ελληνίδων είναι ένας ιστορικός θεσμός για τη διαφύλαξη και μελέτη των ελληνικών χορών. Το Πολιτιστικό Ίδρυμα του Ομίλου της Τράπεζας Πειραιώς με το δίκτυο μουσείων του έχει επίσης μακροχρόνια συμμετοχή στην ανάδειξη και προστασία των παραδοσιακών επαγγελμάτων και σχέσεων με το περιβάλλον, όπως, εξάλλου, και η Ελληνική Εταιρεία Περιβάλλοντος και Πολιτισμού. Παράλληλα, το Πελοποννησιακό Λαογραφικό Ίδρυμα έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη συλλογή φορεσιών από όλη τη χώρα, καθώς και με το πλούσιο σχετικό εκδοτικό του έργο. Επιπλέον, σε τοπικό επίπεδο, πολιτιστικοί σύλλογοι και ομάδες πολιτών, χωρίς απαραίτητα τη σχετική πανεπιστημιακή εκπαίδευση αλλά με αγάπη και ενδιαφέρον για τον τόπο τους, ασχολούνται με τη διαφύλαξη και προώθηση μορφών λαϊκού πολιτισμού. Ο Πολιτιστικός Σύλλογος Πυργίου στη Χίο και το Λαογραφικό και Ναυτικό Μουσείο Κιμώλου αποτελούν, από προσωπική εμπειρία, τόπους μνήμης και διαφύλαξης της άυλης κληρονομιάς που εκφράζουν την τοπική κοινωνία.

Και ενώ υπάρχει πλούσια πνευματική και κοινωνική υποδομή για τη διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς, αυτό που απουσιάζει είναι μια πιο οργανωμένη προσπάθεια συνομιλίας και συνεργασίας των φορέων αυτών σε ένα ευρύτερο πνευματικό αλλά και πρακτικό επίπεδο ως προς το θέμα της βιώσιμης ανάπτυξης και της συμμετοχής της τοπικής κοινωνίας σε προγράμματα έρευνας και διαφύλαξης. Η ευθύνη του κράτους και της πανεπιστημιακής κοινότητας στο θέμα αυτό είναι μεγάλη. Η ύπαρξη ενός μοντέλου συμβούλων πολιτιστικής κληρονομιάς, όπως περιγράφεται από τον Jacobs (2014), θα ήταν ιδιαίτερα χρήσιμη. Παρά τη σχετικά περιορισμένη ελληνική συμμετοχή στον διεθνή διάλογο για τη διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς, οι αναρτήσεις της Μεσογειακής Διατροφής και της Μαστιχοπαραγωγής στον Κατάλογο της Άυλης Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας προσφέρουν κάποια πρώτα στοιχεία για το πώς μεταφράζεται αυτή η προσπάθεια στη χώρα μας.

3.2 Παράδειγμα από την Ελλάδα: Μεσογειακή Διατροφή

3.2.1 Εισαγωγή

Η Μεσογειακή Διατροφή εγγράφηκε στον Αντιπροσωπευτικό Κατάλογο της Άυλης Πολιτισμικής Κληρονομιάς της Unesco –με «εμβληματικές» κοινότητες-εκπροσώπους την Κορώνη της Ελλάδας, τη Soría της Ισπανίας, το Cilento της Ιταλίας και το Chefchaouen του Μαρόκου– το 2010.²² Αυτή είναι η πρώτη φορά που η Ελλάδα συμπεριλαμβάνεται στον συγκεκριμένο κατάλογο της Unesco.

Η ουσία της εγγραφής είναι ότι ένα διατροφικό μοντέλο, το οποίο αναπτύσσεται στην περιοχή της Μεσογείου εμπεριέχοντας την ιστορία και την παράδοση της περιοχής, αναγνωρίζεται ως πολιτισμικό στοιχείο σε διεθνές επίπεδο.

Στο κείμενο που ακολουθεί περιγράφεται η διαδικασία και το πλαίσιο εγγραφής, καθώς και οι εμπλεκόμενοι φορείς και η σημασία αυτής, ενώ, τέλος, αποτιμάται κριτικά η διαδικασία πριν και μετά την εγγραφή, όπου και διατυπώνονται προτάσεις με άξονες την τοπική κοινωνία και τη βιώσιμη ανάπτυξη για

²² Αξιολογήθηκε στις 16 Νοεμβρίου 2010, στην 5η Σύνοδο της Διακυβερνητικής Επιτροπής για την Άυλη Πολιτισμική Κληρονομιά της Unesco, που πραγματοποιήθηκε στο Ναϊρόμπι της Κένυας. Για τον φάκελο της υποψηφιότητας: Unesco, 2010.

αποτελεσματικές μελλοντικές εγγραφές στον Κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας της Unesco.

3.2.2 Η Αξία της Μεσογειακής Διατροφής

Από ιατρικής πλευράς, επιστημονικές μελέτες έχουν αναδείξει τη Μεσογειακή Διατροφή ως διατροφικό μοντέλο-πρότυπο για την υγεία και τη μακροζωία (Bach-Faig κ.ά., 2011). Ενδεικτικές αναφορές μελετών προς την κατεύθυνση αυτή: α) Μελέτες κατά τη δεκαετία του '60 σε διάφορες χώρες της Ευρώπης και της Ασίας συσχέτισαν τη Μεσογειακή Διατροφή με μειωμένη συχνότητα εμφάνισης στεφανιαίας νόσου. β) Μελέτες χρησιμοποίησαν περαιτέρω κλίμακα βαθμολόγησης για την εκτίμηση του βαθμού προσήλωσης στη Μεσογειακή Διατροφή, αναφερόμενες στα κύρια χαρακτηριστικά της (Bach κ.ά., 2006· Gerber, 2006· Issa κ.ά., 2011· Menotti κ.ά., 1999· Sánchez-Villegas, Bes-Rastrollo, Martínez-González & Serra-Majem, 2006· Serra-Majem κ.ά., 2004· Serra-Majem, Roman & Estruch, 2006· Trichoroulou κ.ά., 1995). γ) Μελέτες των τελευταίων ετών επιβεβαίωσαν ότι η προσήλωση στην παραδοσιακή Μεσογειακή Διατροφή συστηματικά συνδέεται με τη μείωση καρδιαγγειακών νοσημάτων, θνησιμότητας, μεταβολικού συνδρόμου, καθώς και διαβήτη τύπου Β.²³ δ) Μελέτες έδειξαν ότι η υψηλή πρόσληψη τροφών που είναι τυπικές της Μεσογειακής Διατροφής, όπως φρούτα, λαχανικά, σιτηρά ολικής άλεσης, ελαιόλαδο, ψάρι, συνδέονται με μειωμένη πιθανότητα εμφάνισης διάφορων τύπων καρκίνου (Carone, Bilali, Debs, Cardone & Driouech, 2014).



Εικόνα 3.1 Συγκομιδή ελιάς, ενός από τα βασικά συστατικά της Μεσογειακής Διατροφής. (Πηγή: Μανιατάκειον Ίδρυμα)

Πέρα όμως από την ιατρική πλευρά, η Μεσογειακή Διατροφή έχει ένα ισχυρό πολιτισμικό περιεχόμενο (Reguant-Aleix & Sensat, 2012). Η κοινή πρόταση των τεσσάρων κοινοτήτων-χωρών για την εγγραφή της Μεσογειακής Διατροφής στον Κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας απορρέει από την καθολική άποψη ότι οι ανθρώπινες κοινωνίες που συνδέονται άρρηκτα με την υδάτινη λεκάνη της Μεσογείου έχουν αναπτύξει στο πέρασμα των αιώνων έναν διατροφικό πολιτισμό που διέπεται από κοινά γνωρίσματα. Ο πολιτισμός αυτός είναι συνυφασμένος με την ίδια τη φύση του μεσογειακού χώρου και των οικολογικών χαρακτηριστικών του, τις κοινές ιστορικές εμπειρίες και αξίες, αλλά και τις συλλογικές αντιλήψεις και πρακτικές που αφορούν τη διαχείριση φυσικών πόρων στη γεωργία, την κτηνοτροφία και την αλιεία, καθώς και με τις εθιμικές πρακτικές και εκφράσεις συλλογικής ζωής που αναπτύσσονται από τις κοινωνίες οι οποίες μοιράζονται τον κοινό μεσογειακό χώρο (Χατζηνικολάου, Ανδριανοπούλου & Δρίνης, 2012). Ο Γάλλος

²³ Υπάρχουν πολυάριθμες μελέτες, ενδεικτικά αναφέρονται εδώ οι ακόλουθες: Tortosa κ.ά., 2007· Trichoroulou κ.ά., 2003· Trichoroulou, Bamia & Trichopoulos, 2005, 2009. Για περισσότερη βιβλιογραφία: Carone κ.ά., 2014.

ιστορικός του 20ού αιώνα Fernand Braudel, ο οποίος συνέλαβε την ιδέα μιας ανθρωπογεωγραφικής και ιστορικής ενότητας της Μεσογείου, αναφερόμενος στο μεσογειακό τοπίο γράφει ότι «παντού συναντά κανείς την ίδια τριάδα, κόρη του κλίματος και της ιστορίας: το σιτάρι, την ελιά και το αμπέλι...» (Braudel, 1993). Αυτή η κοινή κληρονομιά αποτελεί την ουσία της Μεσογειακής Διατροφής.

Στο πλαίσιο αυτό, η Μεσογειακή Διατροφή, όπως εκφράζεται και στον φάκελο υποψηφιότητας των τεσσάρων κοινοτήτων προς την Unesco, αποτελεί ένα σύνολο ικανοτήτων, γνώσεων, πρακτικών και παραδόσεων, οι οποίες περιλαμβάνουν τη γη που παράγει προϊόντα, τις πρώτες ύλες, την καλλιέργεια, τη συγκομιδή, τη διαδικασία διατήρησης και συντήρησης, την προετοιμασία, το τραπέζι και, κυρίως, την κατανάλωση φαγητού. Χαρακτηρίζεται ως ένα διατροφικό μοντέλο που έχει παραμείνει σταθερό στον χώρο και στον χρόνο και αποτελείται κυρίως από ελαιόλαδο, δημητριακά, φρέσκα και αποξηραμένα φρούτα και λαχανικά, ψάρι, γαλακτοκομικά και κρέας, καθώς και μπαχαρικά, όλα αυτά συνοδευόμενα από κρασί και πάντα με σεβασμό στις θρησκευτικές ιδιαιτερότητες κάθε κοινότητας. Ωστόσο, η Μεσογειακή Διατροφή ως τρόπος ζωής εμπεριέχει και άλλες έννοιες. Προωθεί την κοινωνική αλληλεπίδραση, καθώς τα γεύματα που προσφέρονται σε μεγάλες γιορτές αποτελούν ακρογωνιαίο λίθο των τοπικών εθίμων. Επιπλέον, έχει δημιουργήσει ένα σημαντικό «σώμα» γνώσης της λαϊκής παράδοσης. Το σύστημα σέβεται την περιοχή και τη βιοποικιλότητα, και διασφαλίζει τη διατήρηση και ανάπτυξη παραδοσιακών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με το ψάρεμα και την καλλιέργεια της γης. Οι γυναίκες έχουν έναν πολύ σημαντικό ρόλο στη μεταφορά της εμπειρίας και της γνώσης του «τελετουργικού», των παραδοσιακών γιορτών, και στην προστασία των διάφορων τεχνικών που χρησιμοποιούν (Unesco, 2010).

Το διατροφικό μοντέλο της Μεσογειακής Διατροφής, άμεσα συνδεδεμένο και με το πολιτισμικό-κοινωνικό-οικονομικό μοντέλο της περιοχής, μπορεί να αποτελέσει παράδειγμα-πρότυπο στη σημερινή εποχή σε διαφοροποίηση προς τις ισχύουσες και συχνά βλαπτικές διατροφικές συνήθειες σε ένα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, ενώ, συγχρόνως, μπορεί να θεωρηθεί ότι βρίσκεται και σε κίνδυνο λόγω της περαιτέρω διάδοσης των συνηθειών αυτών.

3.2.3 Διαδικασία Εγγραφής - Εμπλεκόμενοι Φορείς

Η εγγραφή της Μεσογειακής Διατροφής στον Κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας της Unesco, με πρωτοβουλία των τεσσάρων κοινοτήτων, πέρασε από τα εξής στάδια: Η πρώτη προσπάθεια εγγραφής έγινε το 2006, η οποία δεν τελεσφόρησε. Η αίτηση υποβλήθηκε εκ νέου το 2008 με ανανεωμένα επιχειρήματα και πάλι δεν έγινε αποδεκτή. Εν τέλει, ο φάκελος της υποψηφιότητας συντάχθηκε εκ νέου το 2009 και εγκρίθηκε από την Unesco το 2010 (Γκανιάτσου, 2013, σελ. 37· Ταγωνίδη-Μανιατάκη & Βρέττα, 2001, σελ. 3-4). Η διακρατική πρόταση υποστηριζόταν από τις κοινότητες της Κορώνης στην Ελλάδα, της Soria στην Ισπανία, του Cilento στην Ιταλία και του Chefchaouen στο Μαρόκο, οι οποίες ανακηρύχθηκαν «εμβληματικές» και δεσμεύτηκαν –από κοινού με τα κράτη που εκπροσωπούν– ότι θα λάβουν μέτρα για περαιτέρω προβολή και προστασία της Μεσογειακής Διατροφής, σε συνεργασία μεταξύ τους και με άλλους φορείς σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.²⁴ Τον Δεκέμβριο του 2013 εγκρίθηκε από την Unesco η

²⁴ Αναλυτικότερα, το ιστορικό της εγγραφής έχει ως εξής: Η πρόταση για την εγγραφή της Μεσογειακής Διατροφής στον Κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς διαμορφώθηκε επισήμως το 2004 από την ισπανική πλευρά και συγκεκριμένα από το τότε Υπουργείο Γεωργίας, Αλιείας και Τροφίμων της Ισπανίας και το Ίδρυμα Μεσογειακής Διατροφής. Στη συνέχεια, η πρόταση στηρίχθηκε από την ιταλική πλευρά μέσω του αντίστοιχου Υπουργείου Γεωργίας. Η εμπλοκή της Ελλάδας και του Μαρόκου σφράγισε αποφασιστικά την κοινή αυτή προσπάθεια. Η παρουσία και η δέσμευση των Υπουργείων Πολιτισμού επιβεβαίωσε επίσης τη διακρατική θεσμική συνεργασία σε όλα τα επίπεδα. Σχεδιάστηκε ένα πρόγραμμα και αναπτύχθηκε στην κοινωνία των πολιτών, με τη δραστήρια συμμετοχή οργανώσεων, επαγγελματιών υγείας και διατροφής, πανεπιστημίων, ινστιτούτων, μέσων μαζικής ενημέρωσης, κοινοτήτων και εθελοντών.

Η πρώτη εκδήλωση στην οποία παρουσιάστηκε στο κοινό η πρόταση της υποψηφιότητας έλαβε χώρα σε μια ιδιαίτερη στιγμή, την 1η Οκτωβρίου 2005, κατά τη διάρκεια του Έτους της Μεσογείου. Στο Πανεπιστήμιο La Sapienza de Roma πραγματοποιήθηκε το τρίτο Ευρω-Μεσογειακό Φόρουμ «Διάλογος μέσω του πολιτισμού και των λαών της Μεσογείου: καλλιέργειες τροφίμων». Στο συνέδριο αυτό παρουσιάστηκε η πρόταση της υποψηφιότητας «Η ανάγκη για μια κοινή θέση σχετικά με τη Μεσογειακή Διατροφή». Η πρόταση έλαβε την ομόφωνη υποστήριξη του τρίτου Φόρουμ για να ξεκινήσει η διαδικασία της αναγνώρισης της Μεσογειακής Διατροφής ως στοιχείου Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς από την Unesco. Το 2006 στη Βαρκελώνη, κατά τη διάρκεια του έκτου Διεθνούς Συνεδρίου για τη Μεσογειακή Διατροφή, η διεθνής επιστημονική κοινότητα ανανέωσε ομόφωνα την υποστήριξή της για την παρουσίαση της υποψηφιότητας, την επιστημοποίησή της και την άμεση έναρξη της διαδικασίας. Τον Φεβρουάριο του 2007, στην Ίμπιζα, κατά την ισπανο-

αναγνώριση της Μεσογειακής Διατροφής ως αγαθού άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς στην αναθεωρημένη μορφή της, με τη διεύρυνση της αρχικής ομάδας κρατών (Ελλάδας, Ισπανίας, Ιταλίας και Μαρόκου) με την προσθήκη της Κύπρου, της Κροατίας και της Πορτογαλίας (Κυπριακή Εθνική Επιτροπή Unesco 2013).

Από πλευράς ελληνικής συμμετοχής, ο φορέας που εμπνεύστηκε, οργάνωσε και προώθησε την εγγραφή της Μεσογειακής Διατροφής στην Unesco και κινητοποίησε και συντόνισε προς τον σκοπό αυτό και άλλους φορείς –ως αρχικά ανεπίσημος και στη συνέχεια επίσημος σύμβουλος της τοπικής αυτοδιοίκησης– ήταν το Μανιατάκειο Ίδρυμα, κοινωφελές ίδρυμα με σκοπό τη διαφύλαξη της πολιτισμικής κληρονομιάς και την προώθηση της κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης της Κορώνης και της ευρύτερης περιοχής. Το Μανιατάκειο Ίδρυμα, σε συνεργασία με τον Δήμο Κορώνης, τη Νομαρχία Μεσσηνίας, τον Αγροτικό Συνεταιρισμό Κορώνης και τον Σύνδεσμο Κορωναίων «Παναγία η Ελεήστρια», προετοίμασε τον φάκελο υποψηφιότητας στην Unesco. Το Υπουργείο Πολιτισμού (συγκεκριμένα η Διεύθυνση Νεότερης Πολιτιστικής Κληρονομιάς) και το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης, σε συνεργασία με τα αντίστοιχα υπουργεία και φορείς της Ισπανίας, της Ιταλίας και του Μαρόκου, βοήθησαν ως προς τη διακρατική συνεργασία.

Το Μανιατάκειο Ίδρυμα ανέπτυξε τις εξής δράσεις που βοήθησαν στην εγγραφή της Μεσογειακής Διατροφής στην Unesco:

α) Διεθνές συνέδριο με θέμα «Ιστορική Μνήμη και Οικονομική Ανάπτυξη» (Αθήνα και Κορώνη, 2-4 Ιουλίου 2009), με την υποστήριξη της Βουλής των Ελλήνων, της Πρεσβείας της Ιταλίας στην Ελλάδα και της Πρεσβείας της Γαλλίας στην Ελλάδα. Σκοπός του συνεδρίου ήταν η εξέταση των δυνατοτήτων αξιοποίησης της πολιτισμικής κληρονομιάς στο πέρασμα του χρόνου, με έμφαση στη σημερινή εποχή. Το συνέδριο βοήθησε στην κινητοποίηση και στην ανάπτυξη συνεργασιών με ισχυρούς κρατικούς και διακρατικούς φορείς, καθώς και στο να προσδοθεί μια ευρύτερη σημασία στην προώθηση των πολιτισμικών στοιχείων της περιοχής.

β) Συμμετοχή στο πρόγραμμα Future Leaders (Αθήνα και Κορώνη, Μάρτιος 2010) (<http://www.futureleaders.gr/>). Σκοπός του προγράμματος ήταν η εκπόνηση ενός επιχειρηματικού σχεδίου (business plan) για την ανάπτυξη της κοινωνίας και της οικονομίας της Κορώνης και της ευρύτερης περιοχής με βάση τον πολιτισμό της. (www.maniatakeion.gr/articlefiles/Project_Plan_Maniatakeion_Idryma_21042010.pdf). Η μελέτη κατέγραψε τους σημαντικότερους πόρους της περιοχής, καθώς και τις ιδιαιτερότητές της. Η μελέτη προσδιόρισε την αποστολή: να γίνει η Κορώνη ένας αυθεντικός τόπος που θα παρέχει, πρωτίστως, υψηλή ποιότητα ζωής στον κάτοικο και, στη συνέχεια, μια ξεχωριστή εμπειρία στον επισκέπτη, με «όπλο», κατά κύριο λόγο, την πολιτιστική της ταυτότητα (ανάπτυξη με βάση το μοντέλο «Ήλιος, Θάλασσα και Πολιτισμός»). Ως προς την τουριστική ανάπτυξη, στόχος ήταν να αποτελέσει η Κορώνη έναν διακριτό προορισμό στην Ελλάδα και διεθνώς. Ως κύριοι στόχοι τέθηκαν οι εξής: ι) να διατηρήσει η Κορώνη την αυθεντικότητα της φυσικής και πολιτισμικής της κληρονομιάς, με μικρής εμβέλειας διορθωτικές παρεμβάσεις και με δράσεις ήπιας ανάπτυξης και ιι) να αξιοποιήσει τις νέες συνθήκες-προοπτικές ανάπτυξης της περιοχής, κυρίως μέσω συνεργασιών με το επιβλητικό ξενοδοχειακό συγκρότημα της περιοχής Costa Navarino. Η μελέτη κατέληξε σε προτάσεις για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, μέσω συγκεκριμένων, ρεαλιστικών και υλοποιήσιμων δράσεων: δημιουργήθηκε το πλάνο δράσης, εντοπίστηκαν οι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας, καταρτίστηκε το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης των δράσεων σε βραχυπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο ορίζοντα, και κοστολογήθηκαν οι δράσεις. Η μελέτη, τέλος, κατέληξε και σε ορισμένες ενοποιημένες δράσεις, μια από τις οποίες εστίαζε στην ανάδειξη της Μεσογειακής Διατροφής. Συμπερασματικά, πρόκειται για μια μελέτη η οποία για πρώτη φορά με τρόπο συστηματικό και ολοκληρωμένο κατέγραψε τα υφιστάμενα στοιχεία, ανέδειξε τα

ιταλική Σύνοδο Κορυφής υπό την προεδρία των επικεφαλής των αντίστοιχων Υπουργείων Γεωργίας, έγινε δήλωση υποστήριξης για τη Μεσογειακή Διατροφή. Τον Οκτώβριο του 2007, στο πλαίσιο της Παγκόσμιας Ημέρας Διατροφής, η Διεθνής Επιστημονική Επιτροπή του Ιδρύματος Μεσογειακής Διατροφής, που συγκλήθηκε στη Βαρκελώνη, προέβη στη «Διακήρυξη της Βαρκελώνης για τη Μεσογειακή Διατροφή ως στοιχείο της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς». Τον Δεκέμβριο της ίδιας χρονιάς πραγματοποιήθηκε στη Μαδρίτη από το πρώην Υπουργείο Γεωργίας, Αλιείας και Τροφίμων της Ισπανίας η πρώτη συνάντηση διαμεσογειακής συνεργασίας, αποτελούμενη από την Ισπανία, την Ελλάδα, την Ιταλία και το Μαρόκο. Εκεί συμφωνήθηκαν η προετοιμασία της υποψηφιότητας με βάση την κατάρτιση στρατηγικού σχεδίου από το Ίδρυμα Μεσογειακής Διατροφής και η δημιουργία αντίστοιχων εθνικών ομάδων. Έκτοτε πραγματοποιήθηκαν μια σειρά από άλλες συναντήσεις (τον Απρίλιο του 2008 στη Ρώμη, τον Φεβρουάριο του 2008 στη Σαραγόσα, τον Ιούνιο του 2008 στην Αθήνα, τον Απρίλιο του 2009 στο Chefchaouen και τον Ιούλιο του 2009 στο Ραμπάτ), όπου επιβεβαιώθηκε και ενισχύθηκε η στενή συνεργασία μεταξύ των τεσσάρων τεχνικών ομάδων και των εθνικών και περιφερειακών οργάνων, και επιτεύχθηκε η ενσωμάτωση νέων στοιχείων για την κατάθεση της διακρατικής υποψηφιότητας. Η υποψηφιότητα παρουσιάστηκε τελικά στην Unesco τον Αύγουστο του 2009 και εγκρίθηκε στις 16 Νοεμβρίου του 2010.

συγκριτικά πλεονεκτήματα της περιοχής, δείχνοντας τον δρόμο προς τη βιώσιμη ανάπτυξη, και, συγχρόνως, ανέδειξε τη σημασία της προώθησης της Μεσογειακής Διατροφής, συνδέοντάς τη με άλλες δράσεις βιώσιμης ανάπτυξης.

3.2.4 Σημασία της Εγγραφής

Η εγγραφή αυτή αποτελεί σημαντική επιτυχία για την Ελλάδα. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα συμπεριλαμβάνεται για πρώτη φορά στον Αντιπροσωπευτικό Κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας της Unesco. Επίσης, είναι η πρώτη φορά που η Ελλάδα επιτυγχάνει διακρατική εγγραφή σε Κατάλογο της Unesco (συμπεριλαμβανομένου και του Καταλόγου Παγκόσμιας Κληρονομιάς που αφορά την υλική πολιτισμική κληρονομιά).

Σε τοπικό επίπεδο η εγγραφή μπορεί να βοηθήσει, με τις κατάλληλες δράσεις, στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της Κορώνης και της ευρύτερης περιοχής. Πιο συγκεκριμένα, η εγγραφή μπορεί να οδηγήσει στην περαιτέρω ανάδειξη των τοπικών καλλιιεργειών, στη δημιουργία μονάδων αγροτικών συνεταιρισμών και στην ανάπτυξη του τουρισμού. Δίνεται, άλλωστε, μια μοναδική ευκαιρία για τη δημιουργία μιας ταυτότητας (brand name), η οποία συνδυάζει την ιστορία, τον πολιτισμό, την παράδοση, τη φύση, τον άνθρωπο και τα τοπικά προϊόντα. Με τον τρόπο αυτόν, η Κορώνη γίνεται με ένα πιλοτικό μοντέλο ανάπτυξης πρότυπο για άλλες περιοχές.

3.2.5 Δράσεις μετά την εγγραφή

Μετά την εγγραφή έλαβε χώρα μια σειρά από δράσεις για την περαιτέρω προώθηση της Μεσογειακής Διατροφής. Ενδεικτικά αναφέρονται οι εξής: Στην πρώτη συνάντηση των «εμβληματικών» κοινοτήτων (14-15 Δεκεμβρίου 2010, Soria)²⁵ προτάθηκε η δημιουργία ενός νομικού προσώπου για την καλύτερη συνεργασία των τεσσάρων κοινοτήτων. Την επόμενη χρονιά (3-5 Ιουνίου 2011, Κορώνη) το Μανιατάκειο Ίδρυμα διοργάνωσε τη δεύτερη συνάντηση των «εμβληματικών» κοινοτήτων, κατά την οποία υπογράφηκε Πρωτόκολλο Συνεργασίας, με σκοπό τον καθορισμό κοινής στρατηγικής μέσω ενός πλάνου κοινών μέτρων και δράσεων που στόχο είχε τη διασφάλιση και την προώθηση της Μεσογειακής Διατροφής στις νεότερες γενιές. Ένας επιπλέον στόχος ήταν και η περαιτέρω ενδυνάμωση και σύσφιξη των σχέσεων των τεσσάρων «εμβληματικών» κοινοτήτων μέσω της προώθησης του διαπολιτισμικού διαλόγου σε περιφερειακό και διεθνές επίπεδο (<http://www.maniatakeion.gr/el/1/mesogeiaiki-diatrofi-c6.html>). Στις 18 Νοεμβρίου του ίδιου έτους δημιουργήθηκε το Δίκτυο Ελαιοπαραγωγικών Πόλεων της Μεσογείου και υπογράφηκε ο Κανονισμός του, με στόχο τη διατήρηση και την επέκταση της πολιτισμικής κληρονομιάς του ελαιοτοπίου και την υποστήριξη της προέλευσης και του τελετουργικού της τοπικής παραγωγής, με ενίσχυση των αξιών που εκφράζει ο πολιτισμός του ελαιοτοπίου, όσον αφορά τις επιδράσεις του στο περιβάλλον, τη διατροφή, την υγεία, το τοπίο, τον τουρισμό και τον υλικό και άυλο πολιτισμό. Στη σύνοδο συμμετείχαν εκπρόσωποι από 15 χώρες της Μεσογείου, μέλη του δικτύου «Δρόμοι της ελιάς»: Αλβανία, Αλγερία, Γαλλία, Ελλάδα, Ισπανία, Ισραήλ, Ιταλία, Κροατία, Λίβανος, Μαρόκο, Μαυροβούνιο, Πορτογαλία, Σλοβενία, Τουρκία και Τυνησία. Τον επόμενο χρόνο (Μάρτιος 2012) αποφασίστηκε η έδρα της Μόνιμης Γραμματείας των τεσσάρων «εμβληματικών» κοινοτήτων να εγκατασταθεί στην Κορώνη για την πρώτη διετία.

Συγχρόνως, σε τοπικό επίπεδο έχει διοργανωθεί μια σειρά δράσεων σε συνεργασία με τοπικούς φορείς και παραγωγούς για την καλύτερη ενημέρωση, καθώς και την ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ τους σε θέματα διασφάλισης ποιότητας και προώθησης των προϊόντων τους (www.maniatakeion.gr).

3.2.6 Απολογισμός – Κριτική

Η εγγραφή αποτελεί ιδιαίτερα σημαντική επιτυχία και σε εθνικό αλλά και σε τοπικό επίπεδο.

Πριν από την εγγραφή:

²⁵ Πραγματοποιήθηκε με πρωτοβουλία του Επιστημονικού Ιδρύματος της Αγροτικής Τράπεζας της Soria, Fundacion Cientifica Caja Rural De Soria.

- Η επιλογή της Κορώνης ως της πιο αντιπροσωπευτικής στην Ελλάδα περιοχής του μεσογειακού μοντέλου διατροφής ανήκε σε πρωτοβουλία του Μανιατακείου Ιδρύματος, το οποίο κατόπιν αναζήτησε την υποστήριξη της πολιτείας. Αυτό φανερώνει εγγήγορη για υλοποίηση μιας σημαντικής για τον πολιτισμό, την οικονομία και την κοινωνία ιδέας που προέρχεται από την ιδιωτική πρωτοβουλία.

Από την άλλη πλευρά, θα πρέπει να επισημανθεί η μη ενεργός εμπλοκή του επίσημου ελληνικού κράτους (Υπουργείου Πολιτισμού) στη διαδικασία της εγγραφής ήδη από την αρχή, π.χ. μέσω του συντονισμού των επίσημων φορέων για την κατάρτιση ενός συνολικού σχεδίου και μελέτης για την ανάδειξη της πιο αντιπροσωπευτικής περιοχής (ή και, συνδυαστικά, των πιο αντιπροσωπευτικών περιοχών) του μεσογειακού μοντέλου διατροφής μέσα από τεκμηριωμένα πορίσματα περιβαλλοντικών, ιστορικών, πολιτισμικών και λαογραφικών μελετών. Αυτή η προσέγγιση του ελληνικού κράτους ως προς το θέμα της Μεσογειακής Διατροφής και την υποστήριξη της Κορώνης προκάλεσε τη διαμαρτυρία ή και κάποιο αίσθημα «αδικίας» άλλων περιοχών, όπως της Κρήτης.²⁶ Η διαμαρτυρία αυτή θα μπορούσε να έχει αρνητικό αντίκτυπο στη διαφήμιση και προβολή της εγγραφής και τη μη πλήρη αποδοχή της επιτυχίας σε πανελλαδικό επίπεδο.

Επίσης, στην περίπτωση της Κορώνης και γενικότερα της Μεσσηνίας, η μη ενεργός εμπλοκή του ελληνικού κράτους στη διαδικασία είχε ως αποτέλεσμα τη μη συμπερίληψη στον φάκελο υποψηφιότητας σημαντικών επιχειρημάτων για τα πλεονεκτήματα της περιοχής. Ενδεικτικά παραδείγματα επιχειρημάτων:

α) Περιβαλλοντικές μελέτες που αναφέρονται στη βιοποικιλότητα, στην ύπαρξη βουνού, θάλασσας και ποταμών σε μια γεωγραφικά περιορισμένη περιοχή, στον συνδυασμό γόνιμου εδάφους και αυξημένου ποσοστού βροχόπτωσης, τα οποία καθιστούν την περιοχή εξαιρετικά εύφορη για καλλιέργεια ελιάς, αμπέλου και άλλων ειδών (Darby, Ogilvie, Mitchell & Pounds, 1945, σελ. 185· Zangger, 1998).

β) Ιστορικές πηγές και περιηγητικές μαρτυρίες που αναφέρονται στην ευφορία της γης και στην πλούσια βλάστηση της περιοχής.²⁷ Οι πληροφορίες καλύπτουν όλο το ιστορικό φάσμα από τη ρωμαϊκή εποχή και μετά.²⁸ Η ιστορική αυτή συνέχεια είναι ζωντανή στις μνήμες των σύγχρονων κατοίκων της περιοχής, όπως θα μπορούσε να αποδειχτεί από τη λειτουργία 22 λαογραφικών μουσείων σε μια τόσο μικρή περιοχή, η οποία φανερώνει την ανάγκη των ανθρώπων να διατηρήσουν αντικείμενα επιτόπιας παράδοσης και άμεσα σχετιζόμενα με τον τρόπο παραγωγής και κατανάλωσης, αλλά και την υποχρέωση που αισθάνονται να προβάλλουν τον παραδοσιακό πολιτισμό στις νεότερες γενιές (Δουλαβέρας & Ρέππας, 2012).

Μετά την εγγραφή:

²⁶ Εξαιτίας της εγγήγορης και του σχεδιασμού, στοιχεία της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς που αποτελούσαν μέρος του ελληνικού πολιτισμού διεκδικήθηκαν και κατοχυρώθηκαν από γειτονικά κράτη (π.χ. το Πολυφωνικό Τραγούδι, πολιτιστικό στοιχείο της Ηπείρου, το κατοχύρωσε αποκλειστικά η Αλβανία, ως αλβανική κληρονομιά). Βλ. Αυγή online <http://www.avgi.gr/article/532536/auli-politismiki-klironomia>

²⁷ Ειδικότερα: Την εποχή του Αυγούστου (63 π.Χ-14 μ.Χ.), ο γεωγράφος Στράβων υπογράμμισε την ευφορία της Μεσσηνιακής γης (Jones 1917, κεφ. 8.5.6.). Βλ. επίσης: Alcock, 1998, σελ. 185· Leake, 1830, vol 1, σελ. 347, 352. Για μια σύντομη επισκόπηση της γεωγραφίας και των φυσικών χαρακτηριστικών της Μεσσηνίας με βιβλιογραφία: Papadaki, 2014, σελ. 16-17.

²⁸ Στα βυζαντινά χρόνια, ο Άγγλος προσκυνητής Βενέδικτος του Πήτερμπορο κατέγραψε ως αυτόπτης μάρτυρας στα τέλη του 12ου αιώνα τη σημασία που είχαν οι εκτενείς καλλιέργειες ελαιόδεντρων στην περιοχή της Κορώνης, αναφέροντας χαρακτηριστικά ότι η Κορώνη παράγει τόσες πολλές ελιές όσες κανένα άλλο μέρος του κόσμου (Davis, 1998, σελ. 215-216· Harvey, 1989, σελ. 147· Stubbs, 1867, Vol 2, σελ. 199). Επίσης, αναλύσεις παλυνολογικών μελετών στη Μεσσηνία έδειξαν ότι η καλλιέργεια της ελιάς εντατικοποιήθηκε τον 11ο και τον 12ο αιώνα μ.Χ. (Zangger, Timpson, Yazvenko, Kuhnke & Kanuss, 1997, σελ. 594-595). Δυτικές ιστορικές πηγές και εμπορικά έγγραφα αναφέρονται στις μεγάλες εξαγωγές ελαιόλαδου από Βενετούς και Πιζάτες από τα λιμάνια της Κορώνης και της Μεθώνης στην Αλεξάνδρεια και την Κωνσταντινούπολη (Γερολυμάτου, 2008, σελ. 168· Jacoby, 2013, σελ. 234-239). Επομένως, κατά την Βυζαντινή εποχή η περιοχή της Μεσσηνίας υπήρξε η σημαντικότερη ελαιοπαραγωγός περιοχή (Harvey, 1989, σελ. 144-147· Hendy, 1985, σελ. 52), ενώ κατά τη μεταβυζαντινή περίοδο το ελαιόλαδο εξακολουθούσε να αποτελεί το κύριο εξαγωγίμο προϊόν ιδιαίτερα για την Κορώνη (Armstrong, 2002, σελ. 382-283· Χατζηγιάννου, 2007). Τον 19ο αιώνα, ο Βρετανός Ουίλιαμ Μάρτιν Λη, στρατιωτικός και αρχαιολόγος που περιηγήθηκε την Ελλάδα και τη Μικρά Ασία σημείωσε ότι η Μεσσηνιακή πεδιάδα καλύπτεται με πλούσια βλάστηση, ούσα η πιο ευνοημένη περιοχή σε όλη την Πελοπόννησο (Leake, 1830, σελ. 1, 347, 352).

- Σημειώνονται μεγάλες καθυστερήσεις ως προς την επικοινωνία και τη συνεργασία μεταξύ των τεσσάρων «εμβληματικών» κοινοτήτων για τον συντονισμό και την υλοποίηση κοινών δράσεων. Αυτό σημαίνει ότι η κοινότητα της Κορώνης θα πρέπει, παράλληλα με τις κοινές δράσεις, να εστιάσει σε δικές της πρωτοβουλίες για την αξιοποίηση των οφελών από την εγγραφή.
- Σε τοπικό επίπεδο, η κινητοποίηση των τοπικών φορέων και παραγωγών είναι σημαντική. Ωστόσο, η σύνδεση της εγγραφής με άλλους κοινωνικούς και οικονομικούς τομείς και δράσεις και η ανάπτυξη συνεργασιών με την ιδιωτική πρωτοβουλία (π.χ. με το Costa Navarino) δεν έχει προχωρήσει στον επιθυμητό βαθμό. Η αποστολή και οι κύριοι στόχοι, όπως αυτοί προσδιορίστηκαν στο επιχειρηματικό σχέδιο των Future Leaders (δηλαδή, να γίνει η Κορώνη ένας τόπος που να προσφέρει υψηλή ποιότητα ζωής στον κάτοικο και μια ξεχωριστή εμπειρία στον επισκέπτη, καθώς και να αποτελέσει έναν διακριτό τουριστικό προορισμό στην Ελλάδα και διεθνώς), δεν έχουν επιτευχθεί στον επιθυμητό βαθμό. Αυτό που προτείνεται είναι η αξιολόγηση και επανεξέταση των στόχων μετά την εγγραφή, στη βάση του επιχειρηματικού σχεδίου των Future Leaders (Γκανιάτσου, 2013). Προς την κατεύθυνση αυτή θα πρέπει να αλλάξει σε μεγάλο βαθμό και ο ρόλος του Μανιατακείου Ιδρύματος: να μην είναι ο φορέας υλοποίησης, αλλά κατά κύριο λόγο ο φορέας συντονισμού και εποπτείας των δράσεων.
- Η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας της Κορώνης και της ευρύτερης περιοχής θα μπορούσε να ήταν πιο ενεργός, προκειμένου να μεγιστοποιηθεί η ικανοποίηση και το όφελος της κοινωνίας από την εγγραφή. Αξίζει να αναφερθεί στο σημείο αυτό η επισήμανση του Δημήτρη Μανιατάκη, προέδρου του Μανιατακείου Ιδρύματος ότι «οι πολίτες άργησαν να συνειδητοποιήσουν την ωφέλεια για την τοπική κοινωνία αλλά και για τους ίδιους ειδικότερα [...] Ακόμη και μετά την εγγραφή της Μεσογειακής Διατροφής, πουθενά στην Κορώνη για μεγάλο χρονικό διάστημα δεν υπήρχε έστω και ένα κατάστημα μαζικής εστίασης που να συμπεριλαμβάνει στο μενού του πιάτα αντιπροσωπευτικά της Μεσογειακής Διατροφής», όπως αναφέρεται στη Γκανιάτσου (2013). Επομένως, πρέπει να δοθεί μεγαλύτερη έμφαση στην ενημέρωση και εκπαίδευση της τοπικής κοινωνίας, καθώς και στην ενεργότερη συμμετοχή της στις διαδικασίες πριν αλλά κυρίως μετά την εγγραφή.

3.3 Συμπεράσματα

Η Σύμβαση του 2003 και η σχετικά άμεση υιοθέτησή της από τα κράτη μέλη της Unesco κατέστησαν τα τελευταία χρόνια τη διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς θέμα παγκόσμιου ενδιαφέροντος. Όμως, πέρα από τα πολιτικά και οικονομικά οφέλη που σχετίζονται με την τουριστική προώθηση της άυλης κληρονομιάς είναι απαραίτητο να γίνει κατανοητός ο ουσιαστικός ρόλος που διαδραματίζουν οι τοπικές κοινότητες στις διαδικασίες διαφύλαξης και μετάδοσης. Χωρίς την ενεργό συμμετοχή και κινητοποίηση των τοπικών κοινοτήτων είναι πολύ πιθανό ότι η διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς θα αποτελέσει μια επιφανειακή άσκηση και γραφειοκρατική εργασία για τους κρατικούς εμπειρογνώμονες με περιορισμένο αντίκτυπο στον τοπικό κοινωνικό ιστό.

Η υλοποίηση του προγράμματος διαφύλαξης της Μεσογειακής Διατροφής υπογραμμίζει τις δυνατότητες και τις δυσκολίες της εφαρμογής της Σύμβασης όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και σε διεθνές επίπεδο. Η διαφύλαξη της Μεσογειακής Διατροφής προφανώς δεν ήταν μια πηγαία ανάγκη των τεσσάρων «εμβληματικών» κοινοτήτων της Ισπανίας, της Ιταλίας, της Ελλάδας και του Μαρόκου, οι οποίες λίγη σχέση έχουν μεταξύ τους, αλλά μάλλον μια καλά οργανωμένη πρωτοβουλία ερευνητικών κέντρων, μη κυβερνητικών και κρατικών οργανισμών να προβάλλουν το συγκεκριμένο διατροφικό μοντέλο και να επιτύχουν συγκεκριμένους στόχους. Γι' αυτόν τον λόγο, ίσως και η εφαρμογή των μέτρων στην τοπική κοινότητα της Κορώνης μοιάζει να είναι σχετικά αργή. Στόχος των υπεύθυνων τοπικών φορέων (Μανιατάκειο Ιδρυμα κ.τ.λ.) θα έπρεπε να είναι η ενδυνάμωση της τοπικής κοινότητας (σχολεία, εμπορικοί και πνευματικοί σύλλογοι, ενορίες, νοικοκυριά κ.τ.λ.), ως προς την ανάληψη πρωτοβουλιών που πηγάζουν από τοπικές ανάγκες για τη διαφύλαξη της παράδοσης, και όχι απλά η εφαρμογή ενός διακρατικού μοντέλου.

Ένα ακόμα συμπέρασμα που προκύπτει από τα παραπάνω είναι ότι η έννοια της βιωσιμότητας είναι αναπόσπαστο κομμάτι της διαφύλαξης και διαχείρισης της άυλης κληρονομιάς. Η προστασία των πολιτιστικών παραδόσεων μέσω π.χ. ερευνητικών, μουσειακών, εκπαιδευτικών ή επιχειρηματικών προγραμμάτων πρέπει να συμβάλλει στην τοπική ανάπτυξη με τρόπο που να σέβεται και να υπηρετεί τις ανάγκες της τοπικής κοινότητας.

Η εφαρμογή της Σύμβασης, βέβαια, δείχνει ότι οι ανάγκες της τοπικής κοινότητας σπάνια είναι ομοιογενείς (Deacon & Smeets, 2013). Ενώ ένα μέρος της κοινότητας μπορεί να επιθυμεί τη ραγδαία τουριστική ανάπτυξη και εμπορευματοποίηση των πολιτιστικών παραδόσεων, ένα άλλο μπορεί να είναι κάθετα αντίθετο σ' αυτό. Χρέος των διαχειριστικών φορέων πρέπει να είναι η υιοθέτηση μέτρων και προγραμμάτων που να ικανοποιούν ένα ευρύ φάσμα εμπλεκόμενων παραγόντων.

Ασκήσεις / Ερωτήσεις Κατανόησης

1) Να αναλύσετε τις ομοιότητες και τις διαφορές της Σύμβασης για τη Διαφύλαξη της Άυλης Κληρονομιάς της Unesco (2003) και της Σύμβασης Παγκόσμιας Κληρονομιάς της Unesco (1972), με έμφαση στον ρόλο των τοπικών κοινωνιών.

Ενδεικτικές πηγές υλικού: ιστοσελίδα Σύμβασης για τη Διαφύλαξη της Άυλης Κληρονομιάς της Unesco και ιστοσελίδα Παγκόσμιας Κληρονομιάς της Unesco.

2) Αναζητήστε πληροφορίες για το παράδειγμα της Μαστίχας και της τοπικής κοινωνίας της Χίου καθώς ή για το παράδειγμα της Μαρμαροτεχνίας και της τοπικής κοινωνίας της Τήνου (τα υπόλοιπα δύο παραδείγματα από την Ελλάδα που έχουν εγγραφεί στον Κατάλογο της Άυλης Κληρονομιάς της Unesco) και συγκρίνετέ το με το παράδειγμα της Μεσογειακής Διατροφής και της τοπικής κοινωνίας της Κορώνης, με έμφαση στον ρόλο των τοπικών κοινωνιών και στην ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας. Να εντοπίσετε και να εξηγήσετε τις ομοιότητες και τις διαφορές που παρουσιάζονται ανάμεσα στα δύο παραδείγματα.

Ενδεικτικές πηγές υλικού: ιστοσελίδα της Σύμβασης για τη Διαφύλαξη της Άυλης Κληρονομιάς της Unesco και ιστοσελίδα της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου.

3) Αναφορικά με την εγγραφή της Μεσογειακής Διατροφής στον Κατάλογο της Unesco, να συγκρίνετε τον φάκελο υποψηφιότητας της Κύπρου με τον αντίστοιχο της Ελλάδας ως προς τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας. Ποιες ομοιότητες και διαφορές εντοπίζετε;

Επιλεγμένη Βιβλιογραφία

- Alivizatou, M. (2012). *Intangible Heritage and the Museum: New Perspectives on Cultural Preservation*. Walnut Creek CA: Left Coast Press.
- Deacon, H., & Smeets, R. (2013). Authenticity, value and community involvement under the World Heritage and Intangible Heritage Conventions. *Heritage & Society*, 6 (2), 129-143.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. (2004). Intangible Heritage as a Metacultural Production. *Museum International*, 56, 52-65.
- Smith, L., & Akagawa, N. (2009). *Intangible Heritage*. Abingdon: Routledge.
- Reguant-Aleix, J., & Sensat, F. (2012). The Mediterranean Diet, intangible cultural heritage of humanity. Στο F. Mombiola (Επιμ.), *Mediterra 2012. The Mediterranean Diet for Sustainable Regional Development* (σελ. 465-484). Paris: Presses de Science.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

- Aikawa, N. (2004). An historical overview of the preparation of the Unesco International Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. *Museum International*, 56, 137-149.
- Alcock, S. E. (1998). Liberation and conquest: Hellenistic and Roman Messenia. Στο J. L. Davis (Επιμ.), *Sandy Pylos: An Archaeological History from Nestor to Navarino* (σελ. 179-191). Athens, Greece: [American School of Classical Studies](#).
- Alivizatou, M. (2007). The Unesco Programme for the Proclamation of Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity: A critical examination. *Journal of Museum Ethnography*, 19, 34-42.
- Alivizatou, M. (2012). *Intangible Heritage and the Museum: New Perspectives on Cultural Preservation*. Walnut Creek CA: Left Coast Press.
- Armstrong, P. (2002). The Survey area in the Byzantine and Ottoman periods. Στο W. Cavanagh, J. Crouwel, R. W. V. Catling, G. Shipley, P. Armstrong, J. Fiselier, O. Rackham, Van J. W. Berghem, M. & Wagstaff (Επιμ.), *Continuity and Change in a Greek Rural Landscape: the Laconia Survey Volume I: Methodology and Interpretation. Supplementary Volumes, No. 26* (σελ. 339-402). London: The British School at Athens.
- Bach, A., Serra-Majem, L., Carrasco, J. L., Roman, B., Ngo, J., Bertomeu, I., & Obrador, B. (2006). The use of indexes evaluating the adherence to the Mediterranean diet in epidemiological studies: a review. *Public Health Nutrition*, 9 (1A), 132-146.
- Bach-Faig, A., Berry, E. M., Lairon, D., Reguant, J., Trichopoulou, A., Dernini, S., Medina, F. X., Battino, M., Miranda, G., & Serra-Majem, L. (2011). Mediterranean Diet Pyramid today. Science and cultural updates. *Public Health Nutrition*, 14 (12A), 2274-2284.
- Bendix, R. (2009). Heritage between economy and politics: An assessment from the perspective of Cultural Anthropology. Στο L. Smith & N. Akagawa (Επιμ.), *Intangible Heritage* (σελ. 415-440). Abingdon: Routledge.
- Bolton, L. (2003). *Unfolding the Moon: Enacting Women's Kastom in Vanuatu*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Braudel, F. (1993). *Η Μεσόγειος και ο μεσογειακός κόσμος την εποχή του Φιλίππου Β' της Ισπανίας*. (Κ. Μητσοτάκη, Μτφρ.). Αθήνα: ΜΙΕΤ.

- Brown, M. F. (2005). Heritage trouble: Recent work on the protection of intangible cultural property. *International Journal of Cultural Property*, 12 (1), 40-61.
- Capone, R., Bilali, H. E., Debs, P., Cardone, G., & Driouech, N. (2014). Mediterranean food consumption patterns sustainability: Setting up a common ground for future research and action. *American Journal of Nutrition and Food Science*, 1 (2), 37-52.
- Γερολυμάτου, Μ. (2008). *Αγορές, έμποροι και εμπόριο στο Βυζάντιο (9ος-12ος αι.)*. Αθήνα: Ινστιτούτο Βυζαντινών Ερευνών.
- Γκaniάτσου, Μ. (2013). *Εφαρμογή των Αρχών της Διαχείρισης Ανθρώπινου Δυναμικού στη Διαχείριση της Άυλης Πολιτισμικής Κληρονομιάς: Η Πρωτοβουλία της Τοπικής Κοινωνίας της Κορώνης για την Ένταξη της Μεσογειακής Διατροφής στον Αντιπροσωπευτικό Κατάλογο της Άυλης Πολιτισμικής Κληρονομιάς της Unesco (Διπλωματική Εργασία)*. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση Πολιτισμικών Μονάδων, Πάτρα.
- Clifford, J. (1988). *The Predicament of Culture: Twentieth-Century Ethnography, Literature and Art*. Cambridge MA, London: Harvard University Press.
- Cooke, U., & Kothari, B. (2001). *Participation: The New Tyranny?* New York: Zed Books.
- Darby, H. C., Ogilvie, A. G., Mitchell, J. B., & Pounds, N. J. G. (1945). Greece: regional geography. *Naval Geographical Intelligence Division Handbook Series, Vol 3*. London.
- Davis, J. L. (Επιμ.). (1998). *Sandy Pylos: An Archaeological History from Nestor to Navarino*. Austin: Texas Press.
- Deacon, H., & Smeets, R. (2013). Authenticity, value and community involvement under the World Heritage and Intangible Heritage Conventions. *Heritage & Society*, 6 (2), 129-143.
- Δουλαβέρας, Α. Ν., & Ρέππας, Χ. Κ. (2012). *Λαογραφικά Μουσεία της Μεσσηνίας*. Θεσσαλονίκη: Σταμούλης Α.
- Gerber, M. (2006). Qualitative methods to evaluate Mediterranean Diet in adults. *Public Health Nutrition*, 9 (1A), 147-151.
- Harvey, A. (1989). *Economic Expansion in the Byzantine Empire 900-1200*. Cambridge: University Press.
- Hendy, M. F. (1985). *Studies in the Byzantine Monetary Economy c. 300-1450*. Cambridge: University Press.
- Issa, C., Darmon, N., Salameh, P., Maillot, M., Batal, M., & Lairon, D. (2011). A Mediterranean Diet pattern with low consumption of liquid sweets and refined cereals is negatively associated with adiposity in adults from rural Lebanon. *International Journal of Obesity*, 35 (2), 251-258.
- Jacobs, M. (Επιμ.). (2014). *Brokers, Facilitators and Mediation: Critical Success F(A)ctors for the Safeguarding of Intangible Heritage*. Brussels: Volkskunde.
- Jacoby, D. (2013). Rural exploitation and market economy in the Late Medieval Peloponnese. Στο S. E. J. Gerstel (Επιμ.), *Viewing the Morea: Land and People in the Late Medieval Peloponnese* (σελ. 213-275). Washington, DC: Dymbarton Oaks Research Library Collection.
- Jones, H. L. (Επιμ.). (1917). *The Geography of Strabo*. Cambridge: Mass.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. (2004). Intangible Heritage as a Metacultural Production. *Museum International*, 56, 52-65.
- Κυπριακή Επιτροπή Unesco. (2013, 5 Δεκεμβρίου). *Εγγραφή της Μεσογειακής διαίτας στον Παγκόσμιο Κατάλογο Άυλης Πολιτισμικής Κληρονομιάς*. Ανακτήθηκε 12 Νοεμβρίου, 2015, από http://www.unesco.org.cy/NewsEggrafi_tis_Mesogeiakis_diaitas_ston_Pagkosmio_Katalogo_Aylis_Politistikis_Klironomias,41,GR
- Leake, W. M. (1830). *Travels in the Morea: With a Map and Plans, 3 Vols*. London: John Murray.
- Lévi-Strauss, C. (1952). *Race et Histoire*. Paris: Unesco.

- Menotti, A., Kromhout, D., Blackburn, H., Fidanza, F., Buzina, R., & Nissinen, A. (1999). Food intake patterns and 25-year mortality from coronary heart disease: cross-cultural correlations in the Seven Countries Study. The Seven Countries Study Research Group. *European Journal of Epidemiology*, 15 (6), 507-515.
- Nas, P. (2002). Masterpieces of oral and intangible culture: Reflections on the Unesco World Heritage List. *Current Anthropology*, 43 (1), 139-143.
- Papadaki, M. (2014). *The Peloponnese in Middle Byzantine Times. Archaeology and Topography of Rural Landscapes* (Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή). King's College, London.
- Pietrobruno, S. (2013). Between narratives and lists: performing digital intangible heritage through global media. *International Journal of Heritage Studies*, 20 (7-8), 742-759.
- Regenvanu, R. (2005). The changing face of 'Custom' in Vanuatu. *People and Culture in Oceania*, 20, 37-50.
- Reguant-Aleix, J., & Sensat, F. (2012). The Mediterranean Diet, intangible cultural heritage of humanity. Στο F. Mombiela (Επιμ.), *Mediterra 2012. The Mediterranean Diet for Sustainable Regional Development* (σελ. 465-484). Paris: Presses de Science.
- Sánchez-Villegas, A., Bes-Rastrollo, M., Martínez-González, M. A., & Serra-Majem, L. (2006). Adherence to a Mediterranean Dietary pattern and weight gain in a follow-up study: the SUN Cohort. *International Journal of Obesity*, 30, 350-358.
- Schmitt, M. (2008). The Unesco concept of safeguarding intangible cultural heritage: Its background and Marrakchi Roots. *International Journal of Heritage Studies*, 14 (2), 95-111.
- Serra-Majem, L., Ribas, L., Ngo, J., Mortega, R., García, A., Pérez-Rodrigo, C., & Aranceta, J. (2004). Food, youth and the Mediterranean diet in Spain. Development of KIDMED, Mediterranean Diet Quality Index in children and adolescents. *Public Health Nutrition*, 7 (7), 931-935.
- Serra-Majem, L., Roman, B., & Estruch, R. (2006). Scientific evidence of interventions using the Mediterranean diet: a systematic review. *Nutrition Review*, 64 (2), 27-47.
- Skounti, A. (2009). The authentic illusion: Humanity's intangible cultural heritage and the Moroccan experience. Στο L. Smith & N. Akagawa (Επιμ.), *Intangible Heritage* (σελ. 111-141). Abingdon: Routledge.
- Smith, L., & Akagawa, N. (2009). *Intangible Heritage*. Abingdon: Routledge.
- Stubbs, W. (1867). *Gesta Regis Henrici Secundi Benedicti Abbatis. The Chronicle of the Reigns of Henry II and Richard I AD 1169-1192. Known Commonly Under the Name of Benedict of Peterborough. 2 Vols.* London: Kraus Reprint LTD.
- Unesco. (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540e.pdf>.
- Unesco. (2010). *Nomination file no. 00394 for Inscription on the Representative List of the Intangible Cultural Heritage in 2010*. Unesco Intergovernmental Committee for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage, Fifth session, Nairobi, Kenya, November 2010. Ανακτήθηκε 9 Νοεμβρίου, 2015, από http://www.unisob.na.it/ateneo/c002/unesco_nomination_file_rl2010.pdf.
- Ταγωνίδη-Μανιατάκη, Ε., & Βρέττα, Α. (2001). *Καλλίγευστον. Καλαμάτα: Χριστάκης*.
- Tortosa, A., Bes-Rastrollo, M., Sanchez-Villegas, A., Basterra-Gortari, F. J., Nuñez-Cordoba, J. M., & Martínez-González, M. A. (2007). Mediterranean diet inversely associated with the incidence of metabolic syndrome: the SUN prospective cohort. *Diabetes Care*, 30/11, 2957-2959.
- Trichopoulou, A., Bamia, C., & Trichopoulos, D. (2005). Mediterranean diet and survival among patients with coronary health disease in Greece. *Archives of Internal Medicine*, 165/8, 2005, 929-935.
- Trichopoulou, A., Bamia, C., & Trichopoulos, D. (2009). Anatomy of health effects of Mediterranean diet: Greek EPIC prospective cohort study. *British Medical Journal*, 338, 2009, b2337.

- Trichopoulou, A., Costacou, T., Bamia, C., & Trichopoulos, D. (2003). Adherence to a Mediterranean diet and survival in a Greek population. *New England Journal of Medicine*, 348, 2003, 2599-2608.
- Trichopoulou, A., Kouris-Blazos, A., Wahlqvist, M. L., Gnardellis, C., Lagiou, P., Polychronopoulos, E., Vassilakou, T., Lipworth, L., & Trichopoulos, D. (1995). Diet and overall survival in elderly people. *British Medical Journal*, 311 (7018), 1995, 1457-1460.
- Χατζηϊωάννου, Μ.-Χρ. (2007). Από την κορινθιακή σταφίδα στις ελιές Καλαμών: προϊόντα της Μεσογείου με τοπική διάσταση. Στο Ο. Καραγιάννη (Επιμ.), *Ο δε τόπος... ελαιοφόρος. Η παρουσία της ελιάς στην Πελοπόννησο* (σελ. 133-145). Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς.
- Χατζηνικολάου, Τ., Ανδριανοπούλου, Π., & Δρίνης, Ν. Γ. (2012). *Η Δράση, Δράση Ενεργών Πολιτών του Δήμου Κορώνης*. Ανακτήθηκε 21 Αυγούστου, 2015, από http://www.korone.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=37&Itemid=121
- Zangger, E., Timpson, M. E., Yazvenko, S. B., Kuhnke, F., & Kanuss, J. (1997). The Pylos regional archaeological project: Part II: Landscape evolution and site preservation. *Hesperia* 66/4, 549-641.
- Zangger, E. (1998). The environmental setting. Στο Davis J. L. (Επιμ.). *Sandy Pylos: An Archaeological History from Nestor to Navarino* (1-9). Austin: University of Texas Press.

Κεφάλαιο 4 - Το Μουσείο Ως Ποιότητα, Εμπειρία, Αστικό Σύμβολο Και Ήπια Δύναμη. Παραδείγματα Από Τη Διεθνή Και Εγχώρια Μουσειακή Πρακτική

Μάρλεν Μούλιου*

Σύνοψη

Στη σύγχρονη εποχή διαμόρφωσης διεθνικών πόλεων-κρατών, οι πόλεις δέχονται συνεχείς πιέσεις να αναδείξουν το μοναδικό συγκριτικό τους πλεονέκτημα έναντι άλλων πόλεων, κατακτώντας μια θέση υψηλής προτεραιότητας στη συνείδηση και τις επιλογές οργανισμών, επιχειρήσεων, πολιτών και τουριστών, είτε ως καλές επιλογές για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δράσεων είτε για τη διαμόρφωση πολιτιστικών υποδομών και δράσεων, για επιλογή μόνιμης κατοικίας ή/και για ψυχαγωγικές αποδράσεις, με κεντρικό στόχο την κατάκτηση της ποιότητας σε επίπεδο συλλογικό και ατομικό, τόσο στο επιχειρείν όσο και στο ευ ζην. Όπου υπάρχουν πόλεις υπάρχουν και μουσεία, τα οποία ανέκαθεν είχαν μια δυναμική δημόσια εικόνα ως πεδία έκφρασης και έκθεσης σημαντικών ιδεών που καθόρισαν τις κοινωνίες.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, από τα μέσα της δεκαετίας του '80 με την υιοθέτηση του νέου ορισμού του Διεθνούς Συμβουλίου Μουσείων για το μουσείο, η γενεαλογία της αλλαγής, που καθόρισε τα μουσεία κατά την τελευταία τριαντακονταετία, αναπτύχθηκε σε τρεις διαδοχικές φάσεις. Αυτές σχηματικά αντιστοιχούν σε τρεις βασικές εκδοχές του μουσείου: το μουσείο ως ποιότητα, το μουσείο ως εμπειρία και συμβολικό τοπόσημο στον αστικό χώρο, και το μουσείο ως συμπυκνωτής ήπιας δύναμης με επιρροή και εκτόπισμα στην κοινωνία. Στο παρόν κείμενο, θα επιχειρηθεί ένας συνθετικός σχολιασμός της πρόσφατης μουσειακής πραγματικότητας, διεθνούς και εγχώριας, στη βάση αυτής της τριμερούς γενεαλογίας, με εστίαση σε επιλεγμένα θεσμικά παραδείγματα και μουσειακές δράσεις, που φωτίζουν περισσότερο τις ιδιαιτερότητες της ελληνικής περίπτωσης.

Λέξεις-κλειδιά

Σύγχρονα μουσεία, πιστοποίηση, έλεγχος ποιότητας, μουσειακή εμπειρία, ταυτότητα πόλεων, μουσεία-τοπόσημα, ήπια δύναμη, κοινωνικό κεφάλαιο

4.1 Εισαγωγικές σκέψεις

Στο εισαγωγικό κεφάλαιο του βιβλίου *Cities, Museums and Soft Power*, οι επιμελήτριές του Gail Lord and Ngaire Blankenberg κάνουν ευθύς εξαρχής την ακόλουθη δήλωση: «Μουσεία και πόλεις σε όλο τον κόσμο συνδέονται μεταξύ τους με βασικό συστατικό σύνδεσης την ήπια δύναμή τους (soft power)» (Lord & Blankenberg, 2015, σελ. 9).

Όποια μετάφραση και αν επιχειρήσει κανείς στα ελληνικά για τον όρο αυτόν –ήπια δύναμη, εξουσία ή ενέργεια– πρόκειται για μια έννοια που πρωτοεμφανίστηκε πριν από 25 χρόνια για να περιγράψει διεθνείς σχέσεις που δεν βασίζονται σε σύγχρονες στρατιωτικές ή οικονομικές αυτοκρατορίες, αλλά σε διαδικασίες και εμπειρίες των οποίων βασικό συστατικό στοιχείο αποτελεί η δικτύωση, η επιρροή και η διαμόρφωση τάσεων μέσω άσκησης της πειθούς και συγκρότησης στρατηγικών επιλογών σε μια σειρά από καίρια κοινωνικά ζητήματα. Ενώ τα μέσα άσκησης «σκληρής εξουσίας» είναι συνήθως απτά και μετρήσιμα (π.χ. η επιβολή δύναμης στρατιωτικής ή οικονομικής), τα συστατικά της ήπιας εξουσίας είναι άυλα και, συνεπώς, μη απτά ή μετρήσιμα με συγκεκριμένους ποσοτικούς δείκτες (π.χ. οι ιδέες, η γνώση, οι αξίες και ο πολιτισμός). Σύμφωνα με μια σχετικά πρόσφατη μελέτη με τίτλο *Influence and Attraction: Culture and the Race for Soft Power in the 21st Century* (Holden, 2013),²⁹ οι δυνάμεις που συν-διαμορφώνουν πολιτιστικές σχέσεις ταξινομούνται στις ακόλουθες κατηγορίες: α) εξωτερική πολιτική, β) επιθυμία δημιουργίας θετικής εικόνας διεθνώς, γ) μοναδική

* Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών – Διεθνής Επιτροπή για τις Συλλογές και Δραστηριότητες των Μουσείων Πόλεων (CAMOC-ICOM)

²⁹ Η μελέτη, η οποία ανατέθηκε από το Βρετανικό Συμβούλιο στο Demos –ένα think tank με επιρροή σε ποικίλα κοινωνικά θέματα– και στον John Holden, γνωστό ερευνητή σε ζητήματα οικονομίας και απόδοσης αξιών στον πολιτισμό.

ιστορία και παγκόσμια παρακαταθήκη κάθε έθνους, δ) ιδεολογία, ε) υποδομές, ζ) γλώσσα, στ) πολιτιστικό κεφάλαιο (τέχνες, εκπαίδευση, ατομική έκφραση) και η) εμπορική δραστηριότητα (Holden, 2013, σελ. 3).

Στη σύγχρονη εποχή διαμόρφωσης διεθνικών πόλεων-κρατών, όπου παρατηρείται μετακίνηση μεγάλων μαζών πληθυσμού σ' αυτές με τη λεγόμενη «αστική κρίση», ως απότοκο διαφορετικών πολιτικοοικονομικών και κοινωνικών αλλαγών, διαμορφώνεται ένα νέο πλαίσιο κατανόησης και βιωματικής προσέγγισης του αστικού φαινομένου (Karavatzis & Ashworth, 2006). Στο πλαίσιο ενός μάλλον ανταγωνιστικού σκηνικού, οι πόλεις δέχονται συνεχείς πιέσεις να αναδείξουν το μοναδικό συγκριτικό τους πλεονέκτημα έναντι άλλων πόλεων, κατακτώντας μια θέση υψηλής προτίμησης στη συνείδηση και τις επιλογές οργανισμών, επιχειρήσεων, πολιτών και τουριστών. Καλούνται να σταθούν είτε ως καλές επιλογές για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δράσεων, είτε ως επιλογές για τη διαμόρφωση πολιτιστικών υποδομών και δράσεων, ως επιλογή μόνιμης κατοικίας ή/και για ψυχαγωγικές αποδράσεις, με κεντρικό στόχο και των δύο αυτών επιλογών την κατάκτηση της ποιότητας σε επίπεδο συλλογικό και ατομικό, τόσο στο επιχειρείν όσο και στο ευ ζην.³⁰ Τα πολλά και διαφορετικά προσωνύμια των σύγχρονων πόλεων που συμμετέχουν συνειδητά και ενεργά στην παγκόσμια σκηνή της αστικής καινοτομίας και ανταγωνιστικότητας είναι ενδεικτικά της νέας συνθήκης που προκύπτει: πόλεις δημιουργικές³¹ ή έξυπνες (<http://www.smart-cities.eu>), ανθεκτικές (<http://www.100resilientcities.org>), πράσινες (<http://globalgreencities.com> και <http://www.earthday.org/greencities>), ψηφιακές (<http://www.govtech.com/dc/digital-cities>), υβριδικές (Charitos, Theona, Dragona, Rizopoulos & Meimaris, 2013),³² προσβάσιμες ή ακόμη και ρευστές (Westbury, 2008), δίκαιες (Ewald, Johal, Salento & Williams, 2014), βιώσιμες (<http://sustainablecities.net>), διεθνικές και εν τέλει ευτυχισμένες (Montgomery, 2013).

Ποικίλοι δείκτες και βαρόμετρα αξιολόγησης της αστικής ποιότητας και ταυτότητας προσδιορίζουν διαρκώς διαφορετικά κριτήρια για τη συστηματική χαρτογράφηση των βασικών χαρακτηριστικών των πόλεων και για την αξιολόγησή τους. Η ιεράρχηση και η βαρύτητα των κριτηρίων ποικίλλει ανάλογα με τις προτεραιότητες και τους στόχους που θέτει κάθε βαρόμετρο (Florida, 2008· Hildreth, 2008· Insch, 2011· Michael, 2014). Για παράδειγμα, το περιοδικό Monocle (<http://monocle.com/film/affairs/the-monocle-quality-of-life-survey-2015>) κάθε χρόνο από το 2011 δημοσιεύει λίστα με τις 25 πιο βιώσιμες και ποιοτικές πόλεις στον κόσμο (The most livable cities), συνυπολογίζοντας ένα πλέγμα κριτηρίων, πολλά από τα οποία εντάσσονται στο πεδίο της ήπιας δύναμης ή εξουσίας (δημιουργικές βιομηχανίες, θέατρα, μουσεία, στατιστικά επισκεψιμότητας εκθέσεων τέχνης, αριθμός μνημείων παγκόσμιας κληρονομιάς, καλλιτεχνικές σκηνές, πανεπιστήμια, τουριστική κίνηση, αστική συνείδηση, γαστρονομία κ.ά.). Στις λίστες των δύο τελευταίων ετών, πέρα από τις ευρωπαϊκές πόλεις που αναμένει κανείς να βρει στην κορυφή (π.χ. Παρίσι, Κοπεγχάγη, Μόναχο, Βερολίνο, Ελσίνκι, Στοκχόλμη, Βιέννη, Όσλο, Γενεύη, Άμστερνταμ), συναντά και πόλεις του ευάλωτου –λόγω της οικονομικής κρίσης– ευρωπαϊκού Νότου (π.χ. εκτός από τη Βαρκελώνη, που αποτελεί μια σταθερή αστική δύναμη στον ευρωπαϊκό Νότο, τώρα πλέον και τη Λισαβόνα), οι οποίες κτίζουν μια νέα θετική εικόνα, που βασίζεται στην ήπια δύναμη του πολιτιστικού τους πλούτου, των δημόσιων χώρων και μουσείων τους, καθώς και της επιχειρηματικής τους εξωστρέφειας.

Εντούτοις, η προσαρμογή ενός οράματος αστικής αναγέννησης σε λύσεις βασισμένες σε γενικευμένα πρότυπα παγκόσμιας ισχύος τίθεται σήμερα υπό σχετική αμφισβήτηση (Kalandides, 2011). Η μελέτη της βιώσιμης πόλης μέσα από το τρίπτυχο περιβάλλον-κοινωνία-οικονομία αποτέλεσε την κυρίαρχη προσέγγιση, ενσωματώνοντας τους στόχους της περιβαλλοντικής προστασίας, της κοινωνικής ισότητας και της οικονομικής ανάπτυξης. Εντούτοις, δεν αμφισβήτησε ουσιαστικά το κυρίαρχο μοντέλο ανάπτυξης ούτε εισήγαγε μια κοινωνικά ουσιαστική μεταρρυθμιστική πρόταση, ειδικά στο πλαίσιο των συνθηκών της κρίσης (Αθανασίου, 2012, 2013). Αντιθέτως, ο στόχος της ανταγωνιστικής πόλης στην ελεύθερη παγκόσμια αγορά, όχι μόνο

³⁰ Η βιβλιογραφία περί δημιουργίας ταυτότητας και μάρκετινγκ τόπου και πόλεων, ειδικότερα, είναι εξαιρετικά εκτενής και συνεχώς διευρύνεται με νέες θεωρίες και καλές πρακτικές. Ως πολύ ενδεικτικές αναφέρουμε τις ακόλουθες πηγές: Anholt, 2007, 2010· Dinnie 2011α, 2011β· Insch, 2011· Karavatzis & Ashworth, 2006· Karavatzis & Hatch, 2013· Lindstedt, 2015· Middleton, 2011. Για σχετικές μελέτες στην ελληνική γλώσσα και με έμφαση στη σχέση του πολιτισμού με την τοπική ανάπτυξη στην Ελλάδα: Καραχάλης, 2007· Καραχάλης & Δέφνερ, 2012α, 2012β· Karachalis & Deffner, 2012.

³¹ Βλ. το Δίκτυο Δημιουργικών Πόλεων της UNESCO (<http://en.unesco.org/creative-cities/home>) και πώς προσεγγίζει την έννοια ο Richard Florida στο πασίγνωστο βιβλίο του *The rise of the creative class: And how it is transforming leisure, community and everyday life* (2002).

³² Βλ. επίσης γενικά για τον θεσμό Hybrid City από το 2011: <http://estia.media.uoa.gr/hybridcity/> έως το 2015: <http://uranus.media.uoa.gr/hc3/>.

αποτελέσσε κεντρική κατευθυντήρια γραμμή στη ρητορική των προγραμμάτων «αστικής αναγέννησης» διάφορων πόλεων ανά τον κόσμο, αλλά τελικά αφομοιώθηκε και ταυτίστηκε με τον στόχο της αστικής βιωσιμότητας. Η φιλοσοφία της βιώσιμης και επομένως ανταγωνιστικής πόλης δημιούργησε την ανάγκη υιοθέτησης στρατηγικών για την αναβάθμιση της ελκυστικότητας της εικόνας της πόλης (city branding) και για την «πράσινη» διαχείριση του αστικού τοπίου, με την ελπίδα ότι αυτές οι στρατηγικές θα αποτελούσαν γνώμονα για την εξασφάλιση ακόμη και της οικονομικής βιωσιμότητας της πόλης, θέμα κυρίαρχο βεβαίως στην ατζέντα. Μολονότι αναγνωρίζουμε τη σκοπιμότητα και την ανάγκη της συζήτησης περί υιοθέτησης δεικτών μέτρησης της βιωσιμότητας και αναγνωρισιμότητας κάθε πόλης, τελικά οι τυποποιημένες παράμετροι αξιολόγησής τους δεν αναγνωρίζουν πάντα ότι καθεμία συγκροτεί ένα πολύ σύνθετο ζωντανό οικοσύστημα με δικό του μεταβολισμό και διαφοροποιημένα περιβάλλοντα, κοινωνικά και περιβαλλοντικά, και, κυρίως, μια διαφορετική κοινωνία πολιτών.

Κάθε πόλη είναι διαφορετική, και όχι μόνο για λόγους ιστορικούς. Όπως μας θυμίζουν και οι επιμελήτριες του βιβλίου *Cities, Museums and Soft Power*, όπου υπάρχουν πόλεις υπάρχουν και μουσεία και «οι πανίσχυρες πόλεις έχουν και παντοδύναμα μουσεία» (Lord & Blankenberg, 2015, σελ. 9, 19), τα οποία ανέκαθεν είχαν μια δυναμική δημόσια εικόνα ως πεδία έκφρασης και έκθεσης σημαντικών ιδεών, που καθόρισαν τις κοινωνίες. Η άνοδος των πόλεων και ο ρόλος της κοινωνίας των πολιτών ωθούν σήμερα τα μουσεία αφενός να μετακινηθούν από την περιφέρεια στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος, στον πυρήνα της έννοιας της ήπιας δύναμης και αφετέρου να επαναπροσδιορίσουν την ταυτότητά τους ως οργανισμοί που οφείλουν τόσο να υπηρετούν την κοινωνία των πολιτών στο σύνολό της όσο και να βασίζονται σε διαφορετικές κοινωνικές συλλογικότητες και όχι μόνο σε κρατικούς φορείς και ισχυρούς πάτρωνες των τεχνών (Lord & Blankenberg, 2015, σελ. 10-11). Αυτή η κορυφαία και αναγκαία αλλαγή επηρεάζει όλες τις πτυχές της ύπαρξής τους, καθώς επίσης και τους τομείς λειτουργίας τους.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, από τα μέσα της δεκαετίας του '80 με την υιοθέτηση του νέου ορισμού του Διεθνούς Συμβουλίου Μουσείων για το μουσείο,³³ η γενεαλογία αυτής της αλλαγής αναπτύχθηκε σε τρεις διαδοχικές φάσεις, αρχής γενομένης σε χώρες με αγγλοσαξονική παράδοση και επιρροή. Οι φάσεις αυτές αντιστοιχούν σχηματικά σε τρεις βασικές εκδοχές του μουσείου: το μουσείο ως ποιότητα, το μουσείο ως εμπειρία και συμβολικό τοπόσημο στον αστικό χώρο, και το μουσείο ως συμπυκνωτή ήπιας δύναμης με επιρροή και εκτόπισμα στην κοινωνία (Lord & Blankenberg, 2015, σελ. 5-27).

Στο παρόν κείμενο, θα επιχειρηθεί ένας πολύ συνθετικός σχολιασμός της πρόσφατης μουσειακής πραγματικότητας, διεθνούς και εγχώριας, στη βάση της τριμερούς γενεαλογίας που προαναφέρθηκε, με εστίαση σε επιλεγμένα θεσμικά παραδείγματα και μουσειακές δράσεις που φωτίζουν περισσότερο τις ιδιαιτερότητες της ελληνικής περίπτωσης.

4.2 Το μουσείο ως ποιότητα: επαγγελματισμός και πιστοποίηση μουσείων

Στη Δυτική Ευρώπη αλλά και στη Βόρεια Αμερική, η ποιοτική αναβάθμιση των μουσείων ξεκίνησε από τη δεκαετία του '80 και ωρίμασε δημιουργικά μέσα στην επόμενη δεκαετία, κατά τη διάρκεια της οποίας τα μουσεία βρέθηκαν αντιμέτωπα με ριζικές αλλαγές, τόσο σε επίπεδο διαχείρισης, λειτουργίας και αξιολόγησης του έργου τους όσο και υιοθέτησης νέων ιδεολογικών μοντέλων και θεσμικών αποστολών, προσδιορισμένων με γνώμονα το κοινωνικό τους κεφάλαιο. Εθνικές πολιτικές εκφράστηκαν σε κείμενα-μανιφέστα περί επαγγελματισμού και πιστοποίησης των μουσείων (American Association of Museums, 1992· Hopkins Van Mil: *Creating Connections*, 2010),³⁴ αξιολόγησης των παρεχομένων υπηρεσιών τους και εδραίωσης του εκπαιδευτικού και κοινωνικού τους ρόλου. Δεν χωρά αμφιβολία ότι τα Συστήματα Πιστοποίησης Μουσείων, σε όποια χώρα εφαρμόστηκαν έκτοτε, συνέβαλαν καθοριστικά στην ποιοτική βελτίωση της λειτουργίας και στην εξωστρέφειά τους.

³³ Με πιο πρόσφατη και επικυρωμένη την αναθεώρηση του 2007, η οποία υιοθετήθηκε στην 21η Διάσκεψη του Διεθνούς Συμβουλίου Μουσείων στην Αυστρία (<http://icom.museum/the-vision/museum-definition/>).

³⁴ Για μια επισκόπηση του Συστήματος Πιστοποίησης Μουσείων στο Ηνωμένο Βασίλειο από το 1988 έως σήμερα: <http://www.artscouncil.org.uk/what-we-do/supporting-museums/accreditation-scheme/>.

Για την πιο πρόσφατη αναθεώρηση του Συστήματος, βλ. Arts Council England (2011), http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/pdf/accreditation_standard_english_web.pdf.

Για μια διεθνή επισκόπηση των Συστημάτων Πιστοποίησης: Βουδούρη, 2003· ICR & ICOM-Hellas, 2000· Mason & Weeks, 2002· Negri, Niccolucci & Sani, 2009.

Ακόμη και οι πλέον επιφυλακτικοί σχολιαστές της εγχώριας μουσειολογικής παραγωγής οφείλουν να αναγνωρίσουν ότι στα τέλη της δεκαετίας του '90 επίσημοι φορείς του κράτους και μουσεία άρχισαν να νιώθουν τις δονήσεις των αλλαγών που συνέβαιναν στα μουσεία του εξωτερικού και εν μέρει να αφουγκράζονται τη σημασία τους, αξιοποιώντας ποικίλα ερεθίσματα, όχι συντονισμένα, ωστόσο, αλλά ανάλογα με τις επιλογές των εκάστοτε επικεφαλής διευθυντών τους. Παρ' όλα αυτά, όποιες μετακινήσεις επιχειρήθηκαν από παλαιά και παγιωμένα μοντέλα λειτουργίας και ερμηνείας, αυτές υλοποιήθηκαν με πολύ πιο αργούς ρυθμούς και με μάλλον επιφυλακτικά και αβέβαια βήματα λόγω της έλλειψης συγκροτημένης μουσειακής πολιτικής και στρατηγικού σχεδιασμού για την αξιοποίηση των μεγάλων ευκαιριών που αναδύονταν σε όλα τα επίπεδα (νομοθετικά, οικονομικά, επιστημονικά, τεχνολογικά). Όλα τα παραπάνω, όμως, δεν στηρίζονταν σε πολύ στέρεα θεμέλια, εφόσον το πλαίσιο μιας δομημένης εθνικής πιστοποίησης μουσείων με συγκεκριμένες προδιαγραφές και διαδικασίες δεν τέθηκε σε ισχύ (Μουλιού, 2008β).

Σε άλλη μελέτη έχει περιγραφεί διεξοδικά πώς η δεκαετία 1997-2007 αποτέλεσε την περίοδο των μεγάλων και πιεστικών προκλήσεων για τα μουσεία στην Ελλάδα μέσω της χαρτογράφησης θεσμικών, διαχειριστικών, κοινωνικών και οικονομικών συνιστωσών που συνδιαμόρφωσαν ένα νέο πλαίσιο αναφοράς (Μουλιού, υπό εκτύπωση [β]). Εδώ, θα αναφέρουμε απλώς κάποια από τα κυρίαρχα χαρακτηριστικά της περιόδου, επισημαίνοντας με κάπως πιο επιτακτικό τόνο τα ακόλουθα.

Σε θεσμικό επίπεδο, στην αρχή της περιόδου 1997-2007 αναπτύχθηκαν νέα δόγματα για τον πολιτισμό που εκφράστηκαν από την τότε πολιτική ηγεσία του Υπουργείου Πολιτισμού, ωστόσο αυτά δεν διαμόρφωσαν, όπως διαπιστώθηκε εκ των υστέρων, ουσιαστικά και αποδοτικά εναλλακτικά σχέδια για τον πολιτισμό. Σε νομοθετικό πλαίσιο, εισήχθησαν ρυθμίσεις για τη λειτουργία και την εκπαιδευτική διάσταση του μουσείου, οι οποίες, αν και δημιούργησαν αισιοδοξία και προοπτική για μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες αλλαγές, εντούτοις όσες απ' αυτές τις αλλαγές συντελέστηκαν δεκαοκτώ χρόνια μετά την υιοθέτηση του πολυνομοσχεδίου 2557/1997 και δεκατρία χρόνια από όταν τέθηκε σε ισχύ ο νόμος 3028/2002 –ο πρώτος που εισήγαγε μέσω του άρθρου 45 αναλυτικές αναφορές για τη συγκρότηση και λειτουργία των μουσείων– είναι λίγες αναλογικά με το μακρύ διάστημα που διανύθηκε από τη θέσπισή τους και τις μεγάλες ανάγκες των μουσείων της χώρας. Κατά κύριο λόγο, αποτελούν αλλαγές των οποίων η θεμελίωση έγινε σε βάσεις που άρχισαν να κλυδωνίζονται, όταν παρήλθε η περίοδος ανάτασης από το όραμα των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 και η χώρα εισήλθε στη μακρά περίοδο της οικονομικής κρίσης. Ο Οργανισμός του Υπουργείου Πολιτισμού (ΥΠΠΟ) που εισήγαγε το 2003 νέα δεδομένα επιστημονικού και διοικητικού τύπου –ορισμένα από τα οποία ήταν προ καιρού αναγκαία και άμεσα συναφή με τη λειτουργία των μουσείων, 35 (ΠΔ 191, ΦΕΚ Α' 146/2003)– αντικαταστάθηκε με τον νέο Οργανισμό του 2014, ο οποίος σηματοδότησε τη συρρίκνωση σημαντικών δομών σχετικών με τη λειτουργία των μουσείων, χωρίς παράλληλα να προτείνει ένα εναλλακτικό μοντέλο για την αναγκαία ανάπτυξη των εκπαιδευτικών και κοινωνικών υπηρεσιών των μουσείων.

Κατά διαστήματα, δρομολογήθηκαν αναγκαίες ενέργειες για την ενεργοποίηση ενός εθνικού συστήματος Αναγνώρισης Μουσείων, με τις οποίες οριοθετούνταν συγκεκριμένες διαδικασίες διαχείρισής του, πέρα από το επίπεδο γενικών αρχών. Καθοριστικό βήμα προς αυτήν την κατεύθυνση υπήρξε το 2011 η δημοσίευση κειμένου Υπουργικής Απόφασης αναφορικά με την «Ίδρυση και αναγνώριση μουσείου κατ' εξουσιοδότηση του άρθρου 45 του Ν. 3028/2002» (ΦΕΚ Β' 2385/26-10-2011), μια ενέργεια που εκκρεμούσε σχεδόν επί μία δεκαετία από την έναρξη ισχύος του νόμου 3028/2002 και που, ωστόσο, πάλι δεν επαρκούσε από μόνη της για την τυποποίηση της διαδικασίας υποβολής των στοιχείων από μουσεία ή φορείς διαχείρισης που θα επιθυμούσαν να υπαχθούν σε μια διαδικασία ελέγχου και πιστοποίησης. Η τυποποίηση αυτή ολοκληρώθηκε το 2014, έπειτα από το προπαρασκευαστικό έργο ειδικής Επιτροπής, αποτελούμενης από στελέχη του Υπουργείου και την πρόεδρο του Ελληνικού Τμήματος του Διεθνούς Συμβουλίου Μουσείων. Ωστόσο, οι προτάσεις³⁶ της Επιτροπής παραμένουν έως σήμερα μη εκτελεστές, μονολότι τον Οκτώβριο του 2014 το Υπουργείο Πολιτισμού με Δελτίο Τύπου έθεσε για σύντομο χρονικό διάστημα σε δημόσια διαβούλευση τις θεσμικές προδιαγραφές, τις ακολουθητέες διαδικασίες και τα μέσα για την πολυαναμενόμενη

³⁵ Όπως η δημιουργία ενιαίας κεντρικής Διεύθυνσης Μουσείων, Εκθέσεων και Εκπαιδευτικών Προγραμμάτων (ΔΜΕΕΠ) με αρμοδιότητα διαχείρισης όλων των αρχαιολογικών μουσείων της χώρας (από τους προϊστορικούς έως και τους μεταβυζαντινούς χρόνους), η συγκρότηση τμημάτων μουσείων στις κατά τόπους Εφορείες ή/και η θεσμοθέτηση (έστω και λίγων) θέσεων μουσειολόγων στο Οργανόγραμμα του Υπουργείου.

³⁶ Όπως π.χ. παραγωγή ειδικών εντύπων αίτησης προς συμπλήρωση από τα αιτούντα μουσεία, ευρεία δημοσιοποίηση του συστήματος, σύνταξη εγχειριδίου αναλυτικών οδηγιών και σχεδιασμός ειδικής ηλεκτρονικής πλατφόρμας για ψηφιακή υποβολή και αρχειοθέτηση των απαιτούμενων δικαιολογητικών, πιστοποιητικών και κειμένων πολιτικής επί ποικίλων τομέων δράσης των μουσείων, επιμόρφωση προσωπικού για τη διαδικασία αναγνώρισης μουσείων κ.ά.

αξιολόγηση των μουσείων σε δύο φάσεις (προελέγχου και συνολικού ελέγχου). Προανήγγειλε, ακόμη, την έναρξη της αναγνώρισης μουσείων εντός των πρώτων μηνών του 2015, χωρίς αυτή να έχει καταστεί ακόμη και σήμερα δυνατή. Ως εκ τούτου και εν αντιθέσει με πολλές άλλες χώρες εντός και εκτός Ευρώπης, στην Ελλάδα εκκρεμεί η εφαρμογή ενός ολοκληρωμένου, λειτουργικού και ορθολογιστικού συστήματος ελέγχου των μουσείων, το οποίο θα χαρτογραφεί στο σύνολό του το θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας τους, τις κτηριακές εγκαταστάσεις και πόρους τους (υποδομές και ανθρώπινο δυναμικό), τις οικονομικές τους δυνατότητες, τις πρακτικές επιμέλειας και ανάδειξης των συλλογών τους, καθώς και τις υπηρεσίες προς τους επισκέπτες τους. Πρόκειται για μια έλλειψη που στερεί από τα μουσεία της χώρας κίνητρα και ευκαιρίες –έστω και εν μέσω κρίσης– να εναρμονιστούν με κανόνες και προδιαγραφές που θα τα οδηγήσουν σε πιο ποιοτικές υπηρεσίες ως προς όλα τα επίπεδα: τις συλλογές, τους επισκέπτες και την κοινωνία ευρύτερα.

Οφείλουμε, πάντως, να σημειώσουμε ότι σε διαχειριστικό πλαίσιο η ουσιαστική ενεργοποίηση του Συμβουλίου Μουσείων από το 2006 και εξής διαμόρφωσε σταδιακά νέες συνθήκες για την εκπόνηση και υλοποίηση μουσειολογικών και μουσειογραφικών μελετών μέσω της επιβολής πιο συγκεκριμένων προδιαγραφών για τους στόχους, τη δομή και το είδος πληροφορίας που θα περιείχαν υπό τον έλεγχο του Συμβουλίου. Η σε βάθος χρόνου θετική επίδραση ενός τέτοιου γνωμοδοτικού οργάνου δεν συνοδεύτηκε από μια εξίσου δυναμική αξιοποίησή του για τη συγκρότηση εθνικής ή περιφερειακής μουσειακής πολιτικής με ρεαλιστικές προτεραιότητες και στρατηγικούς άξονες, που θα τοποθετούσαν τη μουσειακή παραγωγή σε μια άλλη βάση πραγμάτευσης και προοπτικής για τη δημιουργία οράματος. Τα καλά μουσειακά πρότυπα στην Ελλάδα προέκυψαν οργανικά και εμπειρικά ως απόσταγμα της γνώσης που προέκυψε από την υλοποίηση του οράματος, των ερμηνευτικών και κοινωνικών επιλογών, των καλών και ανανεωτικών πρακτικών, που όρισαν και ακολούθησαν ορισμένα μουσεία της χώρας υπό συγκεκριμένες συνθήκες. Τα πλέον εύγλωττα παραδείγματα καλών μουσειακών προτύπων αποτελούν τα δύο μεγάλα βυζαντινά μουσεία της χώρας, δηλαδή το πολυβραβευμένο Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο, που αναγεννήθηκε κατά την πρώτη δεκαετία του 21ου αιώνα υπό την εμπνευσμένη διεύθυνση του Δημήτρη Κωνσταντίου (Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο, 2011· Κωνσταντίου, 2002, 2005· Tsilidou, 2013) και το βραβευμένο το 2005 από το Συμβούλιο της Ευρώπης Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού της Θεσσαλονίκης, καθώς επίσης και το Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης κ.ά. Το Κρατικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης και το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, το Μουσείο Μπενάκη με τα πολλαπλά του παραρτήματα και τον πολιτιστικό πολυχώρο της οδού Πειραιώς, το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης με τις άκρως ενδιαφέρουσες περιοδικές του εκθέσεις ή το Δίκτυο Μουσείων του Πολιτιστικού Ιδρύματος Ομίλου Πειραιώς και το Πελοποννησιακό Λαογραφικό Ίδρυμα, που διαμόρφωσαν, επίσης, στο πλαίσιο διαφορετικών διοικητικών δομών και διαχειριστικών μοντέλων, δράσεις και πρακτικές, οι οποίες άφησαν ανεξίτηλο αποτύπωμα με θετικό πρόσημο στην πολιτιστική παραγωγή της χώρας.

Ο επαγγελματισμός των μουσείων, βεβαίως, κρίνεται στη βάση πολλών παραμέτρων. Αν, για παράδειγμα, το ζητούμενο είναι η κοινωνική διασύνδεση του μουσείου με διαφορετικές κοινότητες, μια σύνθεση πρακτικών που καταδεικνύει την κοινωνική δυναμική ενός μουσείου, ή ευρύτερα του φορέα που το υποστηρίζει, μπορεί να βασιστεί στο ακόλουθο μείγμα στρατηγικών αρχών: το ηγετικό όραμα του διευθυντή του για τη χάραξη μιας αποστολής με βάση αυτό, την προσπάθεια δημιουργίας συνεργειών και βιώσιμων συνεργασιών μεταξύ μουσείου και άλλων φορέων σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο, τη διάθεση για ποιοτικότερη και πιο αποδοτική πρόσβαση των επισκεπτών στις συλλογές, καθώς και την προσπάθεια για διεύρυνση της βάσης των επισκεπτών του μουσείου, την πρόθεση και δέσμευσή του να πειραματιστεί με συμμετοχικές μεθόδους εργασίας, καθώς και να κεφαλοποιήσει τα οφέλη από τη χρήση νέων ψηφιακών μέσων, όσο και στην επιμονή του να συνεχίζει να παράγει δημιουργικό έργο ανεξάρτητα από τις αντιξοότητες και τα εμπόδια που εγείρονται από διάφορες συγκυρίες. Τρία ελληνικά αρχαιολογικά μουσεία που υπηρέτησαν, για παράδειγμα, στο μέτρο των δυνατοτήτων τους την παραπάνω τυπολογία πρακτικών και εκπροσωπούν ένα μεγάλο εθνικό μουσείο, ένα μουσείο αρχαιολογικού χώρου και ένα περιφερειακό μουσείο είναι αντίστοιχα το Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο, το Μουσείο του αρχαιολογικού χώρου των Δελφών και το Αρχαιολογικό Μουσείο Μεσσηνίας.

Το Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο (Εικόνα 4.1) γιόρτασε την πρώτη εκατονταετηρίδα της ζωής του το 2014, έχοντας διανύσει πιο πρόσφατα μια δεκαπενταετία ιδιαίτερα δυναμικής παρουσίας, κατά τη διάρκεια της οποίας βίωσε μια πλήρη μεταμόρφωση σε όλα τα επίπεδα, όπως: σταδιακή εφαρμογή ενός άλλου οργανογράμματος και μεθόδου διοίκησης, κτηριακό εκσυγχρονισμό και πρότυπες υποδομές, αριστεία σε τομείς έρευνας σχετικούς με το αντικείμενό του, νέες ερμηνευτικές προσεγγίσεις των συλλογών και εκθετικά προγράμματα, νέα φιλοσοφία επιλογής θεματικών για τις περιοδικές εκθέσεις, εκπαιδευτικές δράσεις για ποικίλες ομάδες επισκεπτών, εξωστρεφείς δράσεις για τη διεύρυνση της βάσης των επισκεπτών του, καθώς ακόμη και λήψη μέριμνας για βελτίωση της προσβασιμότητάς του σε όλους τους τομείς, διεθνικές συνεργασίες

και αξιοποίηση ποικίλων ευρωπαϊκών προγραμμάτων για τον πολιτισμό, αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών, μέχρι και κοινωνική πολιτική με αποδέκτες ευάλωτες ομάδες και κοινότητες πολιτών (π.χ. ποικίλες δράσεις του για τον πολιτισμό των Ρομά κ.ά.). Το 2013 το Trip Advisor, στο οποίο τα θετικά σχόλια από Έλληνες και ξένους επισκέπτες είναι πολυάριθμα, του απένειμε το ετήσιο βραβείο ποιότητας.



Εικόνα4.1 Το Βυζαντινό και Χριστιανικό, (Πηγή: από το προσωπικό αρχείο της συγγραφέως)

Αντίστοιχη πιστοποίηση έλαβε πρόσφατα και το Αρχαιολογικό Μουσείο των Δελφών, καθώς επίσης και η Εφορεία που αποτελεί τον φορέα διαχείρισής του (νυν Εφορεία Αρχαιοτήτων Φωκίδας), η οποία επιχειρεί τα τελευταία πέντε χρόνια να αναβαθμίσει τις υπηρεσίες προς το κοινό και να αναπτύξει, εκ των ενόντων και χωρίς πόρους, ένα ποικιλόμορφο πολιτιστικό πρόγραμμα και στοχευμένες συνέργειες με διάφορους φορείς και φυσικά πρόσωπα, με κεντρικό στόχο την αλλαγή στάσης και σχέσης της τοπικής κοινωνίας με την αρχαιολογική κληρονομιά. Η συνεχής αύξηση της επισκεψιμότητας στο μουσείο και στον αρχαιολογικό χώρο των Δελφών – με μέσο αριθμό επισκεπτών περίπου 350.000 ετησίως– αποδεικνύει σε σημαντικό βαθμό ότι ένα άλλο μοντέλο διοίκησης, ακόμη και μέσα στις περιορισμένες δυνατότητες μιας υποστελεχωμένης και οικονομικά αποδυναμωμένης Περιφερειακής Υπηρεσίας του ελληνικού Δημοσίου, είναι εφικτό να δημιουργήσει μια νέα δυναμική. Το ζητούμενο, βεβαίως, είναι η βιωσιμότητα αυτής της δυναμικής και η περαιτέρω ενίσχυσή της.

Το Αρχαιολογικό Μουσείο Μεσσηνίας επαναλειτούργησε το 2009 σε καινούργιο χώρο, με τελείως ανανεωμένο νοηματικό και αρχιτεκτονικό σχεδιασμό, υπό ένα νέο διοικητικό σχήμα που επέβαλε τη συνδιαχείρισή του από δύο διαφορετικές (τότε) Εφορείες Αρχαιοτήτων, οι οποίες αργότερα, τον Οκτώβριο του 2014, συγχωνεύθηκαν ως ενιαία Εφορεία Αρχαιοτήτων Μεσσηνίας. Η νέα μουσειολογική προσέγγιση του Μουσείου, απότοκος της στενής συνεργασίας των τοπικών Εφορειών με κεντρική δομή του Υπουργείου Πολιτισμού (Διεύθυνση Μουσείων, Εκθέσεων και Εκπαιδευτικών Προγραμμάτων), η οποία εκπόνησε και υλοποίησε τη μουσειολογική και μουσειογραφική μελέτη, πρότεινε έναν άλλον τρόπο ερμηνείας των αρχαιολογικών ευρημάτων πέρα από τις συνήθεις χρονολογικές και θεματικές αφηγήσεις των αρχαιολογικών μουσείων, δίνοντας έμφαση στη γεωγραφία, την τοπογραφία, τον χάρτη και την έννοια του αρχείου υλικών τεκμηρίων πολλαπλών χρονικοτήτων, οι οποίες αποτυπώνονται σε κινητά και μη κινητά μνημεία κάθε τύπου και συνυπάρχουν στη στρωματογραφία της μνήμης του (Μούλιου, 2011). Άλλη καινοτομία του υπήρξε η χωροθέτηση ειδικού χώρου για εκπαιδευτικές δράσεις με στόχο την άμεση και συνεχή σύνδεση του Μουσείου με την τοπική κοινωνία, τις σχολικές ομάδες και τις οικογένειες με παιδιά, ώστε να καταστεί μέρος της καθημερινότητάς τους και μια από τις κύριες επιλογές για την αξιοποίηση του ελεύθερού τους χρόνου. Ο εντυπωσιακός αριθμός και η ποικιλία των εκπαιδευτικών δράσεων που αναπτύχθηκαν από το 2009 και εξής

αποδεικνύουν ότι το όραμα δεν αποτέλεσε ουτοπία, μολονότι η στάση των Ελλήνων πολιτών είναι συχνά επιφυλακτική απέναντι στα μουσεία και η σχέση τους μ' αυτά μάλλον χαλαρή έως και ανύπαρκτη.

Τα παραπάνω παραδείγματα, βεβαίως, είναι ενδεικτικά και μη μοναδικά για την Ελλάδα. Σε κάθε περίπτωση, είναι σημαντικό να τονιστεί ότι η Πολιτεία οφείλει να χαράσσει συνολική μουσειακή πολιτική, η οποία θα εντάσσεται σε ευρύτερους πολιτιστικούς σχεδιασμούς, συνυφασμένους με την έρευνα, την παιδεία και την πολιτιστική βιομηχανία. Διαφορετικά, οι συνθήκες κρίσης, όπως αυτές που βιώνουμε τα τελευταία χρόνια, θα δοκιμάζουν σκληρά τη βιωσιμότητα και την ανθεκτικότητα των μουσείων και των επαγγελματιών τους και θα θέτουν σε αμφισβήτηση ακόμη και την αναγκαία εναρμόνισή τους με δείκτες αξιολόγησης και ποιοτικούς στόχους περαιτέρω βελτίωσής τους.

4.3 Το μουσείο ως εμπειρία, αστικό σύμβολο και μέσο αστικής αναγέννησης

Στην εισαγωγική παράγραφο του βιβλίου *Museum Branding: How to Create and Maintain Image, Loyalty, and Support*, διαβάζουμε:

«Το brand (είδος, στίγμα, αναγνωρίσιμη φυσιογνωμία) είναι μια ξεχωριστή ταυτότητα που γεννά πιστούς οπαδούς. Το branding δημιουργεί και διατηρεί ένα σύνολο προγραμμάτων και τάσεων που μεταδίδουν μια σαφή υπόσχεση, ενθαρρύνουν την οικειότητα και τη συνεχή υποστήριξη. Το branding περιλαμβάνει μεταξύ άλλων ένα διακριτό σήμα (λογότυπο) και ένα θέμα, αλλά στη συνέχεια επεκτείνεται πολύ πέρα από αυτά, συμπεριλαμβάνοντας κάθε δράση του μουσείου. Καθώς πλέον ο ανταγωνισμός είναι πιο σκληρός από ποτέ, τα μουσεία σήμερα χρειάζονται μια δυνατή εικόνα, ένα ισχυρό brand [...]» (Wallace, 2006, σελ. 1).

Ο Mark Walhimer, δημιουργός μουσειακών έργων και του blog *Museum Planner* ορίζει πάλι το brand ως:

«την κόλλα που συγκρατεί τη συνοχή ενός επιτυχημένου μουσείου και προσφέρει στους επισκέπτες άνεση και ευκαιρίες εμπλοκής και σύνδεσης με αυτό. Η δημιουργία ενός μουσειακού brand άλλοτε προκύπτει οργανικά και χωρίς πρόθεση από τον δημιουργό του μουσείου και άλλοτε είναι αποτέλεσμα πολύ επιμελημένης επικοινωνιακής στρατηγικής [...]. Η δημιουργία brand αποτελεί ένα πλαίσιο αναφοράς για κάθε μουσείο. Το μουσείο δεν είναι μόνο η συλλογή ή η αποστολή του αλλά η αφήγηση, η ιστορία που θα εμπλέξει το κοινό του [...]. Το brand αγκαλιάζει κάθε πτυχή του μουσειακού έργου: την εμπλοκή του μουσείου με τις κοινότητες, το περιεχόμενο των συλλογών, την έρευνα, τις εκπαιδευτικές δράσεις, την αξιολόγηση των εκθέσεων, το μάρκετινγκ, το εκθεσιακό πρόγραμμα» (Walhimer, 2013α, 2013β).

Ο Robert Jones υποστηρίζει με παρόμοιο σκεπτικό ότι, ενώ παλαιότερα η δημιουργία εικόνας και brand για ένα μουσείο γινόταν οργανικά και αβίαστα, τρεις βασικοί παράγοντες άλλαξαν αυτή τη φυσική εξέλιξη των πραγμάτων. Καταρχάς, η επιστήμη των μουσείων, η Μουσειολογία, η οποία έδωσε έμφαση όχι μόνο στις συλλογές, αλλά και στους επισκέπτες των μουσείων, όχι μόνο στα αντικείμενα, αλλά και στις ιστορίες που κουβαλούν. Δεύτερος παράγοντας ήταν η τηλεόραση και το Διαδίκτυο που διαμόρφωσαν θεατές οι οποίοι πλέον αναζητούσαν και απαιτούσαν πιο ζωντανές και διαδραστικές εμπειρίες. Τρίτο βασικό παράγοντα αποτέλεσαν οι εθνικές πολιτικές κυβερνήσεων που επέβαλαν στα μουσεία συνεχείς βελτιώσεις, νέους τρόπους προσέγγισης των επισκεπτών και προσέλκυσης μη επισκεπτών, καθώς και νέους τρόπους χρηματοδότησης, εφόσον τα κρατικά κονδύλια για τον πολιτισμό συρρικνώθηκαν κατά πολύ (Jones, 2014). Όλα τα παραπάνω στοιχεία υποχρέωσαν τα μουσεία να επανεξετάσουν σοβαρά το θέμα της ταυτότητας και των μοναδικών χαρακτηριστικών τους και να τα επικοινωνήσουν πιο αποτελεσματικά μέσω των εμπειριών που προσέφεραν στους επισκέπτες τους. Συνεπώς, το θέμα brand είναι πολύ σοβαρό και δυνάμει ιδιαίτερα ευεργετικό για τα μουσεία, αποτελώντας τον θεμελιώδη διαμορφωτή του έργου και της δημόσιας εικόνας τους.



Εικόνα 4.2 Tate Modern (Πηγή: από το προσωπικό αρχείο της συγγραφέως)

Σε συνδυασμό μ' αυτές τις διαπιστώσεις, σημειώνεται επίσης ότι η πρώτη δεκαετία του 21ου αιώνα όρισε τη δημιουργία μοναδικών εμπειριών στα μουσεία ως πρώτη προτεραιότητα, με κεντρικό αίτημα τον σχεδιασμό δράσεων που θα προήγαγαν την κοινωνική αποστολή του μουσείου αναγνωρίζοντας ως αποδέκτες αυτών το σύνολο των πολιτών και μεριμνώντας ιδιαίτερα για κοινότητες ή άτομα που βρίσκονταν στο περιθώριο της κοινωνικής ζωής. Η πρωτοτυπία και η μοναδικότητα των ποικίλων μουσειακών δράσεων, όπως ξεχωριστές εκθέσεις με μικρή διάρκεια και δημοφιλία λόγω της εφήμερης ζωής τους, αλλά και η ξεχωριστή αρχιτεκτονική μορφολογία των μουσείων, η δύναμη της υλικότητάς τους στον αστικό ιστό και το ισχυρό χωρικό και ιδεολογικό τους στίγμα σε πόλεις – άλλες ήδη ακμάζουσες και άλλες σε αναζήτηση νέας ταυτότητας και προοπτικής – οδήγησε στη δημιουργία μουσείων-συμβόλων ή μουσείων-brands (Kotler & Kotler, 2008· Serota, 1999). Διάσημα αρχιτεκτονικά τοπόσημα-μουσεία³⁷, που δημιουργούν ευφάνταστες εμπειρίες μάθησης, έμπνευσης, απόδρασης και δημιουργικότητας, υπάρχουν πολλά ανά τον κόσμο. Ενδεικτικά αναφέρουμε το Μουσείο Guggenheim στο Bilbao με την υπογραφή του Frank Gehry, η Tate Modern με το εκσυγχρονισμένο βιομηχανικό κέλυφος-πολυχώρο (Εικόνα 4.2), το Βρετανικό Μουσείο (Εικόνα 4.3) και το Λούβρο με τις παγκόσμιες συλλογές και τις εμβληματικές προσθήκες σύγχρονων και λειτουργικών κατασκευών σε σχήμα πυραμίδας ή ελλειψοειδούς κύκλου (Εικόνα 4.4), το Pompidou με την ανατρεπτική αρχιτεκτονική του δομή, καταρχήν στο Παρίσι αλλά και ως Παράρτημα στην πόλη Metz, το Musée d'Orsay με την ευρηματική και αισθητικά άρτια επανάχρηση ενός μνημειακού κτηρίου, αλλά και πολλά άλλα μουσεία, κυρίως τέχνης, που αναρριχώνται σταθερά στα Top 10 ή 20 των πιο επισκέψιμων μουσειακών οργανισμών του κόσμου. Κάποια άλλα, επίσης, αποτελούν κτήρια-εκθέματα, τα οποία, μέσω στοχευμένων αρχιτεκτονικών συμβολισμών, αφηγούνται παγκόσμιες ιστορίες, είτε μνήμες μιας δύσκολης κληρονομιάς, όπως το Εβραϊκό Μουσείο του Daniel Libeskind, είτε εμπειρίες προσέγγισης «άλλων» πολιτισμών και μετα-αποικιοκρατικής επαναξιολόγησης παλαιότερων αναζητήσεων οικειοποίησης και επιβολής της εξουσίας δυνατών κρατών σε άλλα, λιγότερο κραταιά, όπως το Musée du Quai Branly του Jean Nouvel.

³⁷ Από την εκτεταμένη βιβλιογραφία για την αρχιτεκτονική των μουσείων, πολύ ενδεικτικά αναφέρουμε τις εξής εκδόσεις: Giebelhausen, 2003· MacLeod, 2013· Τζώρτζη, 2013. Ειδικότερα για τα μουσεία τέχνης: Barker, 1999· Sabbagh, 2001· Van Bruggen, 1997. Βλ. επίσης, <http://libeskind.com/publishing/museums-in-the-21st-century-concepts-projects-buildings/>.



Εικόνα 4.3 Βρετανικό Μουσείο (Πηγή: από το προσωπικό αρχείο της συγγραφέως)

Σε ποια αντίστοιχα παραδείγματα ελληνικών μουσείων θα μπορούσε να σταθεί κανείς; Επιλέγονται τέσσερις ενδεικτικές, αλλά ξεχωριστές περιπτώσεις: ένα μουσείο (το Νέο Μουσείο Ακρόπολης), ένα δίκτυο μουσείων με διασπορά σε όλη την ελληνική επικράτεια (Δίκτυο Μουσείων Πολιτιστικού Ιδρύματος Ομίλου Πειραιώς –ΠΙΟΠ), ένα δίκτυο μουσειακών σταθμών με διασπορά στο άστυ (το Μουσείο Μπενάκη με τους δορυφόρους του) και μια γειτονιά μουσείων με μελλοντικές προοπτικές πολυδύναμης λειτουργίας (Πολιτιστική Ακτή Πειραιά), αν βεβαίως η βαθιά οικονομική κρίση επιτρέψει την άμεση ολοκλήρωση του οράματος και του στρατηγικού πλάνου ανάπτυξής της.



Εικόνα 4.4 Μουσείο Λούβρου (Πηγή: από το προσωπικό αρχείο της συγγραφέως)

Αναμφισβήτητα, η δημιουργία του Νέου Μουσείου της Ακρόπολης (Εικόνα 4.5) σηματοδότησε με τη θεμελίωσή του το 2003 μια νέα εποχή για τα μουσειακά πράγματα της Ελλάδας (Γκαζή, 2012). Από τα εγκαίνιά του στις 20 Ιουνίου του 2009, ο νέος μουσειακός οργανισμός σχεδόν αυτομάτως ταυτίστηκε στο συλλογικό υποσυνείδητο των Νεοελλήνων με την ίδια την έννοια του μουσείου, ρόλο προνομιακό που μέχρι πρότινος κατείχε το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο. Αποτέλεσε το *par excellence* ελληνικό παράδειγμα επώνυμης μουσειακής αρχιτεκτονικής εμπειρίας, και μάλιστα μιας εμπειρίας απολύτως ξεχωριστής και συμβολικής χάριν της μοναδικής οπτικής και χωρικής σύνδεσης του νέου μουσείου και του ανώτερου επιπέδου των εκθεσιακών του χώρων, αφενός με τον αρχαιολογικό χώρο της Ακρόπολης και τον Παρθενώνα και, αφετέρου, με την ίδια την πόλη της Αθήνας, τόσο με τον ιστορικό της πυρήνα όσο και με τις πολλαπλές θέες των πυκνοδομημένων γειτονιών της προς Βορρά και Νότο. Στα τέλη του 2015, το Μουσείο ανακηρύχθηκε από τους χρήστες του TripAdvisor ως το ενδέκατο στον κατάλογο των 25 κορυφαίων μουσείων στον κόσμο, βάσει του αλγορίθμου που συνυπολογίζει την ποιότητα και την ποσότητα των αξιολογήσεων των επισκεπτών της ιστοσελίδας του TripAdvisor για τη χρονική περίοδο ενός έτους (Καρνής, 2015).

Ομολογουμένως, έχουν εκφραστεί ποικίλα σχόλια για το Νέο Μουσείο της Ακρόπολης με θετικό ή περισσότερο κριτικό τόνο,³⁸ όπως για παράδειγμα αναφορικά με το θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας του και το ειδικό νομικό καθεστώς του ως Νομικού Προσώπου Δημοσίου Δικαίου (ΝΠΔΔ), την ερμηνευτική του προσέγγιση, τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό της έκθεσης, τα ιδεολογικά μηνύματα που εκπέμπει, τι αποσιωπά και τι αναδεικνύει κατ' επιλογήν. Η εξάχρονη μέχρι σήμερα λειτουργία του και η σχέση που έχει αναπτύξει με τους Έλληνες πολίτες, ως μουσείο σύμβολο, ως τοπόσημο και ως εμπειρία, είναι σαφώς δεδομένη και πλέον ανιχνεύσιμη μέσω συστηματικών ερευνών που παρέχουν εύγλωττα ποσοτικά και ποιοτικά δεδομένα. Για παράδειγμα, στο πλαίσιο της έρευνας «Αποτύπωση της κοινής γνώμης των πολιτών για τα μουσεία και την κοινωνική τους αξία», η οποία σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε το 2014 από τη γράφουσα, αρχικές ενδείξεις από τη μερική ανάλυση ενός τετάρτου του συνολικού δείγματος των απαντήσεων (δηλαδή 130 από τις περίπου 600 απαντήσεις) συνηγορούν στα εξής: το Μουσείο της Ακρόπολης αποτελεί τη συνήθη απάντηση της πλειοψηφίας (γυναικών και ανδρών όλων των ηλικιακών ομάδων) που ρωτήθηκε τι σκέφτεται στο άκουσμα της λέξης

³⁸ Βλ. ενδεικτικά Αρβανίτης, Γυιόκα, Νίτσιου, Σκαλτσά & Τζώνος, υπό εκτύπωση· Γκαζή, 2012, σελ. 56-58· Γκότσης & Τσιτούρη, 2008· Μούλιου, υπό εκτύπωση (β)· Πιλάτζος, 2010.

«μουσείο», καθώς και την απάντηση ακόμη περισσότερων από τους ερωτηθέντες στην ερώτηση ποιο συγκεκριμένο μουσείο φέρνουν στον νου τους με τη λέξη «μουσείο». Η συντριπτική τους πλειοψηφία (72%) αναγνωρίζει στο Μουσείο της Ακρόπολης το χρίσμα του σημαντικότερου μουσείου της Ελλάδας για διάφορους λόγους, όπως τα σημαντικά εκθέματα που φιλοξενεί, τη συμβολή του στην προσπάθεια επιστροφής των Μαρμάρων του Παρθενώνα, τον αντιπροσωπευτικό και καθοριστικό ρόλο του στην προβολή της Ελλάδας στο εξωτερικό, τη σχέση του με τον Παρθενώνα, που αποτελεί το εμβληματικότερο μνημείο της αρχαίας Ελλάδας, την αφήγηση της ιστορίας της αρχαίας Αθήνας μέσω των συλλογών του κ.ά. (Μούλιου, 2015).³⁹ Η χωροθέτησή του στη γειτονιά του Μακρυγιάννη έχει ήδη συνεισφέρει στον τομέα της πολιτιστικής και τουριστικής κίνησης όσο και στην εμπορική ανάπτυξη μικρών επιχειρήσεων που εξυπηρετούν τις ανάγκες που προκύπτουν από την εντυπωσιακή άνοδο της αύξησης των περιηγητών, εποχιακών και ντόπιων, στην ευρύτερη περιοχή.



Εικόνα 4.4 Το Νέο Μουσείο της Ακρόπολης (Πηγή: από το προσωπικό αρχείο της συγγραφέως)

Τα υπόλοιπα τρία παραδείγματα αναδεικνύουν την προοπτική του «μουσείου ως εμπειρίας» ή του «μουσείου-τοπόσημου» με διαφορετικούς τρόπους. Το Δίκτυο Μουσείων του ΠΙΟΠ (Λούβη, 2007)⁴⁰ συγκροτείται από επτά θεματικά τεχνολογικά μουσεία⁴¹ σε επιλεγμένα (και ενίοτε απομακρυσμένα) σημεία της ελληνικής περιφέρειας, τα οποία ανήκουν κατά περίπτωση στην Τοπική Αυτοδιοίκηση ή το ελληνικό Δημόσιο και τελούν υπό τη διοίκηση του ΠΙΟΠ και επιτροπών για ορισμένο χρονικό διάστημα, με τη συμμετοχή τοπικών εταίρων και εκπροσώπων του Υπουργείου Πολιτισμού. Τα μουσεία του Δικτύου αναδεικνύουν κατά περίπτωση την τοπική τέχνη, την τεχνολογική παράδοση και παραγωγή, τη βιομηχανική ανάπτυξη και την τοπική πολιτιστική ταυτότητα, ενώ η φιλοσοφία του Δικτύου γενικότερα είναι προσανατολισμένη στην ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών, τόσο στην πολιτιστική όσο και στην έμμεση οικονομική τους αναβάθμιση μέσω του πολιτιστικού τουρισμού, μια επιλογή που αποτελεί πολιτική του ΠΙΟΠ στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

³⁹ Για μια αναφορά της έρευνας στον τύπο βλ. επίσης: Συκκά, 2015.

⁴⁰ Βλ. επίσης την ιστοσελίδα του Δικτύου <http://www.piop.gr/el/diktuo-mouseiwn.aspx> και <http://www.piraeusbankgroup.com/el/corporate-responsibility/culture/actions/museums>.

⁴¹ Μουσείο Μετάξης στο Σουφλί, Υπαίθριο Μουσείο Υδροκίνησης στη Δημητσάνα Αρκαδίας, Μουσείο Ελιάς και Ελληνικού Λαδιού στη Σπάρτη, Μουσείο Βιομηχανικής Ελαιουργίας Λέσβου (Αγία Παρασκευή), Μουσείο Πλινθοκεραμοποιίας Ν. & Σ. Τσαλαπάτα στον Βόλο, Μουσείο Μαρμαροτεχνίας στον Πύργο Τήνου, Μουσείο Περιβάλλοντος Στυμφαλίας, ορεινή Κορινθία. Σύντομα θα ολοκληρωθούν δύο ακόμη: το Μουσείο Μαστίχας στη Χίο και το Μουσείο Αργυροτεχνίας στα Ιωάννινα.

Στις αρχές της προηγούμενης δεκαετίας, το Μουσείο Μπενάκη δημιούργησε στον άξονα της οδού Πειραιώς ένα νέο πολιτιστικό κύτταρο σε έναν εμβληματικό αρχιτεκτονικά χώρο που αναπλάστηκε με ιδανικό τρόπο, προσφέροντας στην πόλη και τους κατοίκους της αναρίθμητες πολιτιστικές εμπειρίες υψηλής ποιότητας. Και ενώ οι γενικές αρχές σχεδιασμού του χώρου βασίστηκαν στην ιδέα ενός εσωστρεφούς κτηρίου με ανοίγματα προς το κεντρικό αίθριο, οι εκδηλώσεις του Μουσείου υπήρξαν στην πλειονότητά τους εξωστρεφείς και συνεπείς με το όραμα για το άνοιγμα του Μουσείου Μπενάκη σε διαφορετικά επιστημονικά πεδία, ποικιλίες συλλογών, νέους σύγχρονους δημιουργούς, νέες εκθεσιακές επιλογές και πολλές διαφορετικές ομάδες επισκεπτών. Και όλα αυτά με μια γρήγορη και δυναμική εναλλαγή που δεν ήταν καθόλου συνήθης στη φιλοσοφία και δράση άλλων μουσείων της Αθήνας. Η ιδιοτυπία του έγκειται, επίσης, στη σπονδυλωτή ραχοκοκαλιά οργάνωσης των συλλογών του σε διαφορετικά κτήρια και δομές διεσπαρμένες στην πόλη, καθεμία από τις οποίες προσφέρει μια διαφορετική εμπειρία γνωριμίας με την πολυσχιδή προσωπικότητα του δημιουργού του Μουσείου και με το έργο των συνεχιστών του. Η χωρική δικτύωση μέσα στην πόλη μεταφέρει την ταυτότητα ενός μουσείου με αναγνωρίσιμο και δυνατό brand σε περιφερειακά αστικά σημεία, των οποίων η ταυτότητα ορίζεται αφενός από την ιστορία και τον συμβολισμό του τόπου, του ανθρώπου, της συλλογής και του κτηρίου του εκάστοτε μουσειακού σταθμού, και αφετέρου από τη συνολική ιστορία και λειτουργία της μουσειακής μήτρας από την οποία προήλθαν (Karachalis & Deffner, 2012).

Το τέταρτο παράδειγμα αφορά το όραμα αρχιτεκτονικού σχεδιασμού της Πολιτιστικής Ακτής του λιμένα Πειραιώς,⁴² το οποίο σύμφωνα με τους εμπνευστές του,⁴³ εντάσσεται στη στρατηγική για τη δημιουργία ενός νέου έργου αναφοράς για την πόλη και το λιμάνι του Πειραιά με έμφαση στον πολιτισμό, τον ποιοτικό τουρισμό και την αειφόρο ανάπτυξη. Το έργο της Πολιτιστικής Ακτής αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κρίκους στη φιλόδοξη αλυσίδα μιας σειράς από μεγάλης κλίμακας επεμβάσεις για το δεκαετές πλάνο της γενικότερης αναμόρφωσης του λιμανιού, θέτοντας ως στόχο την άμεση εξέλιξή του σε κόμβο της κρουαζιέρας για την ανατολική Μεσόγειο και δημιουργώντας μια νέα Πύλη Πολιτισμού και Τουρισμού. Αφορά μια, μεγάλης κλίμακας, αστική ανάπλαση στην πόλη του Πειραιά που θα αποδώσει σημαντικό τμήμα του λιμενικού χώρου στον δημόσιο χώρο, μεταπλάθοντας παλιές εγκαταλελειμμένες λιμενικές εγκαταστάσεις σε χώρους πολιτισμού, αναβαθμίζοντας την αρχαιολογική περιοχή και ανοίγοντάς τη στο κοινό. Στόχος του Έργου της διαμόρφωσης της Πολιτιστικής Ακτής, του Αστικού Σχεδιασμού της και της πραγματοποίησής του είναι: α) η δημιουργία ενός συγκροτήματος «γειτονιάς» μουσείων, εκθεσιακών χώρων και χώρων παραγωγής τέχνης, και ελεύθερων κοινόχρηστων χώρων, β) η δημιουργία ενός πνεύμονα παιδείας, τέχνης και αναψυχής στην καρδιά του λιμανιού και γ) η αναβάθμιση του παρακείμενου αρχαιολογικού χώρου της Ηετιώνειας Πύλης. Η γειτονιά των μουσείων θα περιλαμβάνει τα ακόλουθα έργα: καταρχήν, τη ναυαρχίδα του έργου, το Μουσείο Εναλίων Αρχαιοτήτων, μοναδικό στο είδος του στην Ελλάδα και ένα από τα λιγοστά αντίστοιχα μονοθεματικά μουσεία παγκοσμίως, ένα μουσείο που θα στεγαστεί στο εμβληματικό κτήριο του SILO και το οποίο με την ολοκλήρωσή του θα καλύψει ένα μεγάλο κενό στον μουσειακό χάρτη της χώρας. Το δεύτερο έργο αποτελεί το Αρχαιολογικό Θεματικό Μουσείο Πειραιά, το οποίο θα χωροθετηθεί σε γειτνίαση με το σημαντικό αρχαιολογικό χώρο της Ηετιώνειας Πύλης, δημιουργώντας μια μοναδική διαδραστική συνύπαρξη αρχαιολογικού χώρου και μουσείου με αναφορές στην ιστορία της πόλης κατά την αρχαιότητα. Τέλος, το κτήριο της Πέτρινης Αποθήκης θα φιλοξενήσει τη μόνιμη έκθεση της Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας, το Ιστορικό Αρχείο του ΟΛΠ, Εκθεσιακό Χώρο και Επιβατικό Σταθμό.

Πολλά μπορούν να ειπωθούν γι' αυτό το μεγαλόπνοο έργο, στο σημείο αυτό θα συμπληρωθεί απλώς ότι οι μουσειακοί οργανισμοί αυτής της μοναδικής γειτονιάς μουσείων στην Πολιτιστική Ακτή Πειραιώς, λόγω του θεματικού, νοηματικού και αρχιτεκτονικού σχεδιασμού τους, καθώς και λόγω της χωροθέτησής τους σε εμβληματικά κτήρια (τουλάχιστον στην περίπτωση του Μουσείου Εναλίων Αρχαιοτήτων), όταν ολοκληρωθούν θα αποτελέσουν παραδείγματα μουσειών-brands, τοπόσημα και μέσα αστικής αναγέννησης, όχι μόνο της πόλης του Πειραιά, αλλά και της δίδυμης πόλης Αθήνας, της περιφέρειας Αττικής και ευρύτερα της νοτιοανατολικής Μεσογείου.

⁴² Για μια συνολική θεώρηση του Master Plan της Πολιτιστικής Ακτής Πειραιά, αρκετά κατατοπιστικές με το υλικό που προσφέρουν είναι οι ιστοσελίδες <http://www.piraeusculturalcoast.org.gr/index.php?lang=en> και <http://www.olp.gr/el/the-city-of-piraeus/item/431-moyseio-enalion-arhaiotiton-politistiki-akti-arhitektonikos-diagonismos>. Ειδικότερα για το Μουσείο Εναλίων Αρχαιοτήτων, βλ. Αναμερίτης & Αραχωβίτης, 2012, 2013, δηλ. τις δύο εκδόσεις του ΟΛΠ που αναφέρονται ειδικότερα στο Μουσείο Εναλίων Αρχαιοτήτων. Επίσης, Μούλιου & Ομάδα Εργασίας, 2012· Mouliou & Arachovitis, 2013.

⁴³ Συμπληρωματική προφορική ενημέρωση της γράφουσας από τον αρχιτέκτονα Γιώργο Αραχωβίτη εκ μέρους του ΟΛΠ (1 Φεβρουαρίου, 2015).

4.4 Το μουσείο ως ήπια δύναμη

Σήμερα όσα μουσεία βρίσκονται σε πόλεις που έχουν θέσει ως στόχο τη διαμόρφωση μιας ισχυρής αστικής ταυτότητας με όχημα τη δημιουργία, την πρόοδο και την ενδυνάμωση αφενός των ποικίλων αστικών συλλογικοτήτων και αφετέρου της κοινωνίας των πολιτών τους ευρύτερα, έχουν πλέον και τα ίδια αναπτύξει ποικίλους μηχανισμούς και ρόλους που βασίζονται στην ήπια δύναμη των μουσείων ως διαμορφωτών πολιτικών αστικής συνείδησης και πολιτιστικής δημοκρατίας. Τα μουσεία, όπως συζητείται εδώ και αρκετά χρόνια και όχι μόνο τώρα που διανύουμε μια περίοδο κρίσης, αντιμετωπίζουν μια βασική πρόκληση, πέρα από την εξασφάλιση της δικής τους οικονομικής βιωσιμότητας: να οραματιστούν εκ νέου τον κοινωνικό τους ρόλο, την υποχρέωσή τους, θα λέγαμε, να συνεισφέρουν στη δημιουργία μιας πιο ισορροπημένης, υγιούς και ευτυχισμένης κοινωνίας για τους πολίτες (Μούλιου, 2014).

Ποιες είναι όμως οι αρχές της ήπιας δύναμης που διαθέτουν; Θα επιχειρήσουμε να τις σκιαγραφήσουμε σχηματικά, έχοντας ως αφετηρία την τρέχουσα μουσειακή πρακτική, κυρίως σε ό,τι αφορά τα μουσεία πόλεων, που αφηγούνται τις ιστορίες των πόλεων και των ανθρώπων τους.⁴⁴

Οι επισημάνσεις που ακολουθούν δεν εξαντλούν το θέμα, απλώς ορίζουν ένα εισαγωγικό πλαίσιο για την περαιτέρω διερεύνηση και ανάπτυξή του.

1. Τα μουσεία μπορούν να αναδείξουν τη σημασία της πόλης στην οποία βρίσκονται, αλλά και να ενδυναμώσουν τόσο τους κατοίκους όσο και τους επισκέπτες της, αποτελώντας δείκτες της υπερηφάνειας και της μοναδικότητάς της. Δημιουργούν «αποθετήρια» μνήμης για την πόλη, αλλά και ανοικτά σημεία επαφής και κόμβους (σε φυσικό ή ψηφιακό περιβάλλον) για ανταλλαγή απόψεων μεταξύ διαφορετικών κοινωνικών ομάδων (μόνιμων κατοίκων, πολιτικών, μεταναστών, τουριστών κ.ά.), με στόχο την επίλυση προβλημάτων και τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής.
2. Τα μουσεία, χωρίς να αυτολογοκρίνονται ή να υπόκεινται σε έξωθεν αρνητικές πιέσεις, ενθαρρύνουν ανοικτές αντιπαραθέσεις για αμφιλεγόμενα κοινωνικά ζητήματα, τα οποία ακόμη αποτελούν ανοικτά τραύματα για μια πόλη, είτε πρόκειται για μια πόλη με μνήμες προσφυγιάς και μετανάστευσης είτε πρόκειται για μια πόλη οι κάτοικοι της οποίας έχουν αντιμετωπίσει τον εκτοπισμό ή ακόμα και την εξόντωση, ρατσιστικές διακρίσεις κ.ο.κ. (π.χ. Six District Museum στο Cape Town, Μουσείο της Anna Frank, Lower East Side Tenement Museum στη Νέα Υόρκη, Μουσεία Μετανάστευσης σε διάφορες πόλεις του κόσμου, από τη Μελβούρνη στη Νέα Υόρκη και από την Αμβέρσα στο Σάο Πάολο κ.ά.).
3. Τα μουσεία όχι μόνο αποτελούν διαμορφωτές της ταυτότητας ενός τόπου και μέσα για την αστική ανάπτυξη παρηκμασμένων γειτονιών ή και ολόκληρων πόλεων (όπως σχολιάστηκε και στην προηγούμενη ενότητα), αλλά εκφράζουν με πολλαπλούς τρόπους ανθρώπινα επιτεύγματα και καινοτομίες, και συμπυκνώνουν τα οφέλη από την άσκηση μιας μορφής πολιτιστικής δημοκρατίας.
4. Με την ιστορική γνώση που παράγουν και τη δημοκρατική τους συγκρότηση συμβάλλουν στην ανάπτυξη ολοκληρωμένων και αποτελεσματικών στρατηγικών δημιουργίας ταυτότητας τόπου (city branding), σε συνεργασία με τις δημοτικές αρχές και άλλους βασικούς εταίρους σε αντίστοιχες εκστρατείες.
5. Ο τρισδιάστατος μουσειακός χώρος, πλούσιος σε υλικά και άυλα τεκμήρια, προσφέρει ποικίλες κιναισθητικές εμπειρίες και ερμηνευτικές θεωρήσεις του κόσμου, οι οποίες στη συνέχεια προ(σ)καλούν τους επισκέπτες να προσεγγίσουν αλλιώς (και ίσως με πιο ουσιαστικό τρόπο) βασικά θέματα της ζωής. Η κίνηση των επισκεπτών στον μουσειακό χώρο τον μεταμορφώνει, ενώ και ο χώρος με τη σειρά του επιδρά μεταμορφωτικά στους επισκέπτες.

⁴⁴ Η βιβλιογραφία για τα μουσεία πόλεων είναι ήδη εκτενής. Χρήσιμες, ενδεικτικές για το θέμα βιβλιογραφικές πηγές είναι, με χρονολογική σειρά, οι εξής: Δημοτικό Κέντρο Ιστορίας και Τεκμηρίωσης, 2006· MacDonald, 2006· Jones, Macdonald & McIntyre, 2008· Lohman, 2008· Mouliou, 2008β· Μούλιου, 2010· Jones, Sandweiss, Mouliou & Orloff, 2012· Mouliou 2012· Van Kessel, Kistemaker & Meijer-Van Mensch, 2012· Tisdale, 2013· Lanz, 2014· Μούλιου, 2014· Lord & Blankenberg, 2015, σελ. 5-27· Postula, 2015· Μούλιου, υπό δημοσίευση[α] και το τριμηνιαίο Ενημερωτικό Δελτίο CAMOCnews, το οποίο αριθμεί 19 τεύχη από το 2011, με πολύ πλούσια και ενδιαφέρουσα ύλη, προσβάσιμο online στο <http://network.icom.museum/camoc/publications/newsletter/L/9/>

6. Τα μουσεία αποτελούν έναν από τους κεντρικούς πυλώνες μιας πόλης (σε συνδυασμό με τα νοσοκομεία, τα πανεπιστήμια, τις βιβλιοθήκες, τα κοινοτικά κέντρα, τους χώρους λατρείας κ.ά.), συνεισφέροντας στη βιωσιμότητά της. Εκτός από «συλλέκτες» μνήμης είναι και μετασχηματιστές της γνώσης και της εμπειρίας που πηγάζουν από το παρελθόν για την παραγωγή νέας γνώσης, χρήσιμης για το παρόν. Μέσω ποικίλων συμμετοχικών πληθοποριστικών δράσεων (π.χ. εκθέσεις, ψηφιακές εφαρμογές, κοινοτικά προγράμματα κ.ά.), τα μουσεία μάς βοηθούν να κατανοήσουμε καλύτερα την αλλαγή και να την αποδεχθούμε ή να την επιδιώξουμε συνειδητά, ανάλογα με τις σύγχρονες συγκεκριμένες ανάγκες και προτεραιότητες. Με λίγα λόγια, τα μουσεία αναπτύσσουν την ήπια δύναμή τους βασισμένα αφενός στην όλο και πιο δυναμική συμμετοχή διαφορετικών κοινοτήτων και αφετέρου στις αρχές της διαφάνειας, της ανοικτότητας και της συμπερίληψης των πολλαπλών φωνών μιας πόλης.
7. Τα μουσεία καλλιεργούν ένα πλούσιο δίκτυο διεθνών σχέσεων, ανταλλαγών, συνεργασιών και αμοιβαία επωφελών δράσεων και μ' αυτόν τον τρόπο συμβάλλουν εποικοδομητικά στη διεθνή διπλωματία και μακροπρόθεσμα στην κοινωνική συνοχή και αρμονία, που είναι και κεντρικό ζητούμενο.

Τα παραδείγματα που βασίζονται σ' αυτές τις αρχές είναι πολλά, καθώς όλο και περισσότερα μουσεία πόλεων εισάγουν νέες έννοιες στο καθημερινό τους λεξιλόγιο και προσαρμόζουν παλιές πρακτικές σύμφωνα με τα σύγχρονα προστάγματα. Το τελευταίο διάστημα, η Διεθνής Επιτροπή για τις Συλλογές και Δραστηριότητες των Μουσείων των Πόλεων (CAMOC) εργάζεται μεθοδικά για τον επαναπροσδιορισμό της έννοιας και του ορισμού των μουσείων πόλεων, διενεργώντας σχετική έρευνα μέσω ερωτηματολογίου, καθώς και ειδικά εργαστήρια. Το υλικό που έχει συλλεγεί είναι ενδεικτικό της δυναμικής που έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια και των διαφορετικών πρακτικών που μπορεί να ακολουθούνται, ανάλογα με τη γεωγραφική περιφέρεια στην οποία ανήκουν τα μουσεία. Έννοιες-κλειδιά, κοινές στο λεξιλόγιο και τη φιλοσοφία των περισσότερων επαγγελματιών που συμμετείχαν σ' αυτές τις διαδραστικές ασκήσεις επαγγελματικού ενδοστοχασμού, είναι οι εξής: αναφορικά με το όραμα για το μέλλον των μουσείων και τις αξίες τις οποίες υιοθετούν, καίριες είναι οι αρχές της συνδεσιμότητας, της ανοικτότητας και του μη αποκλεισμού, της ενδυνάμωσης και της ενεργού εμπλοκής διαφορετικών κοινοτήτων στο μουσειακό έργο, της ανάπτυξης πολιτειακής συνείδησης, της υποστήριξης των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, της δικαιοσύνης, της πολυφωνίας, της δημιουργικότητας, της έμπνευσης και της συμμετοχικότητας. Όσον αφορά, δε, τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν, αυτές συνοψίζονται στα πάντα επίμαχα ζητήματα της βιωσιμότητας και της πρόσβασης των μουσείων σε πόρους (υλικούς και έμπνευσης), της ευγενούς άμιλλας –στο πλαίσιο ενός ανταγωνιστικού κόσμου–, της παρακολούθησης των ραγδαίων αλλαγών και της συνεχούς ενθάρρυνσης διαφορετικών κοινοτήτων για ουσιαστική εμπλοκή στο έργο των μουσείων (Mouliou, 2015α· Mouliou, 2015β).

Κυρίαρχες προτεραιότητες των πιο προοδευτικών μουσείων πόλεων σήμερα είναι θέματα όπως: η μετανάστευση, η οικολογία των πόλεων, τα ανθρώπινα δικαιώματα, οι αστικές ταυτότητες κ.ά. Για παράδειγμα, το Μουσείο της Κοπεγχάγης (Εικόνα 4.6) ανέπτυξε τα τελευταία χρόνια ένα σύνολο παραδειγματικών συμμετοχικών πρότζεκτ, που ενέπλεξαν ολόκληρη την κοινότητα με στόχο τη βελτίωση της ποιότητας της κοινωνικής και ιδιωτικής ζωής των μελών της. Οι εκθέσεις αυτές ήταν οι ακόλουθες: α) *Becoming Copenhagen*, με επίκεντρο τον πολυπολιτισμικό πλούτο της πόλης, β) *“Søren Kierkegaard: objects of love, works of love”*, μια έκθεση για τη δύναμη της αγάπης, όπως αυτή εκφράστηκε στην προσωπική ζωή του διάσημου Δανού φιλοσόφου, αλλά και όπως εν γένει εκφράζεται στη ζωή των σύγχρονων πολιτών της Κοπεγχάγης, γ) *Urban Nature*, ένα πρότζεκτ για τη σχέση φύσης και πολιτισμού στο πλαίσιο του αστικού οικοσυστήματος και για την αξία μικρών κοινοτικών κήπων (μεταξύ άλλων και του κήπου του Μουσείου), δ) *The Dream of a City*, μια διαδραστική ζώνη για παιδιά και τους ενήλικους κηδεμόνες τους, όπου μπορούσαν να παίξουν, να ονειρευτούν και να φανταστούν από κοινού την πόλη του μέλλοντος, δοκιμάζοντας δημιουργικές ιδέες για το πώς μπορεί να μοιάζει αυτή η πόλη, και ε) το εμβληματικό πρότζεκτ *WALL* (μια διαδραστική επιφάνεια υπαίθριου χώρου, μήκους 12 μέτρων, παράδειγμα πραγματικής τεχνολογίας αιχμής), η οποία χρησιμοποίησε αρχαικό υλικό και υλικό συλλεγμένο με την πληθοποριστική μέθοδο, το οποίο προέβαλε το παρελθόν, το παρόν και το μέλλον της πόλης και των ανθρώπων της, στο κέντρο δημόσιων υπαίθριων χώρων της πόλης (Sandahl, 2011, 2012).



Εικόνα 4.6 Μουσείο της Κοπεγχάγης (Πηγή: από το προσωπικό αρχείο της συγγραφέως)

Το STAM, το Μουσείο της πόλης της Γάνδης, με την πρόσφατη πολύ επιτυχημένη έκθεσή του, *Sticking Around*, επιχείρησε να επανεργμενέψει και να παρουσιάσει -σε όλα τα μήκη και πλάτη της πόλης- τις μνήμες και την κληρονομιά των μεταναστών, ως αναπόσπαστων μελών και συστατικών της βιομηχανικής κληρονομιάς της πόλης. Μέσω της έκθεσης, τονίστηκε ότι η κληρονομιά αυτή δεν πρέπει να μείνει στην αφάνεια και στη λήθη, ενώ, παράλληλα, η ίδια η έκθεση επιχείρησε να διορθώσει τα λάθη ή τα κενά του παρελθόντος, ενσωματώνοντας τις ιστορίες των μεταναστών στην επίσημη αστική αφήγηση και δίνοντας σ' αυτές μια νέα θετική προσέγγιση, παίρνοντας παράλληλα αποστάσεις από τις όποιες πολιτικές και ψυχολογικές αγκυλώσεις του παρελθόντος (De Bock, 2014). Πρόκειται σίγουρα για στόχους οι οποίοι, μαζί με την εξωστρεφή πρόθεση και τη χωροθέτηση αυτών των πρότζεκτ συχνά εκτός των φυσικών χωρικών ορίων του μουσείου, αποτελούν τα βασικά συστατικά στοιχεία της προσπάθειας για τη δημιουργία ενός μουσείου με ήπια δύναμη και επιρροή στην πόλη. Κάποια μουσεία πόλεων μπορούν, επίσης, να αναφερθούν ως πρότυπα παραδείγματα για το πώς μια πόλη μπορεί να κινητοποιήσει διαφορετικούς φορείς και εκπροσώπους κοινωνικών εταίρων για να (επανα)σχεδιάσει την ταυτότητά της, μέσα από μια συντονισμένη επικοινωνιακή εκστρατεία, όπως το Μουσείο του Άμστερνταμ ή το Μουσείο της Βαρκελώνης.

Το Φεστιβάλ IDEAS CITY (<http://www.newmuseum.org/ideascity/about>), το οποίο συνιστά απότοκο της συνεργασίας θεσμικών αστικών φορέων (όπως του New Museum της Νέας Υόρκης) και φορέων της τοπικής δημιουργικής βιομηχανίας και των τεχνών και της εκπαίδευσης, από το 2011 και ανά διετία ασχολείται με το πώς ο πολιτισμός μπορεί να αποτελέσει τη βασική κινητήρια δύναμη για το μέλλον των πόλεων. Με σύνθημά του το «Νέα Τέχνη, Νέες Ιδέες», το Μουσείο «βγαίνει» στην πόλη και οργανώνει μέσα σε λίγες μέρες πάνω από 100 εκδηλώσεις (ομιλίες, στρογγυλές τράπεζες, εργαστήρια, συμμετοχικά πρότζεκτ, εκθέσεις και επιτελεστικές δράσεις) στη βάση πέντε θεματικών αξόνων: τέχνη, αρχιτεκτονική και design, αστική ζωή, περιβάλλον, πολιτική, τεχνολογία. Το θέμα του φεστιβάλ για το 2013 ήταν το «Αναξιοποίητο Κεφάλαιο» (Untapped Capital) και για το 2015 η «Αόρατη Πόλη» (Invisible City).

Στην Ελλάδα, η ανθρωποκεντρική ερμηνευτική προσέγγιση της πόλης του Βόλου, που αντλεί όλη της τη δύναμη από την πολυφωνική εκπροσώπηση των πολιτών με την εκτεταμένη χρήση της προφορικής ιστορίας ως βασικής μεθοδολογίας για την αφήγηση των πολλαπλών ιστοριών της πόλης, εντάσσεται σε έναν βαθμό σ' αυτήν την κατηγορία μουσείων, προσδίδοντας στο νεοσύστατο Μουσείο της πόλης μια δυναμική ανθρωποκεντρική ταυτότητα και μια κοινωνική διάσταση, όπως αρμόζει σε κάθε μουσείο οποιασδήποτε πόλης (Βαν Μπούσχοτεν, 2015· Πεντάζου & Βαν Μπούσχοτεν, υπό δημοσίευση).

Ολοκληρώνοντας, αλλά όχι απαραίτητα εξαντλώντας κάθε πλευρά αυτής της επισκόπησης της γενεαλογίας της αλλαγής, την οποία διήλθαν και θα συνεχίζουν να βιώνουν τα μουσεία (δεδομένου του

δημόσιου χαρακτήρα τους, καθώς και της ευθύνης τους να αφουγκράζονται την κοινωνία, να αντιδρούν ως ευαίσθητα βαρόμετρα των αναγκών των πολιτών ή, ακόμη καλύτερα, να προβλέπουν νέες ανάγκες και τάσεις),⁴⁵ σημειώνουμε κάποιες ακόμη σκέψεις, αντί επιλόγου.

Στον σύγχρονο και ρευστό κόσμο που ζούμε, η ανθρωπότητα βρίσκεται αντιμέτωπη με ραγδαίες και μεγαλειώδεις αλλαγές. Για να μπορέσουμε να ανταποκριθούμε σ' αυτές τις προκλήσεις έχουμε ως οδηγούς τη φαντασία, τη δημιουργικότητα και την ικανότητά μας να καινοτομούμε. Η δημιουργικότητα, όμως, δεν σχετίζεται τόσο -ή αποκλειστικά με τη νόηση- όσο με το συναίσθημα και το σύνθετο πλέγμα των διασυνδέσεων που δημιουργούνται μέσω συλλογικών και ατομικών προσπαθειών. Τα μουσεία αποτελούν τα πιο θεμελιώδη τοπόσημα μέσα στις πόλεις για την έκφραση της δημιουργικότητας, των ιδεών, των συναισθημάτων, των συνδέσεων μεταξύ των ανθρώπων. Τα μουσεία αλλάζουν συνεχώς και αυτό είναι θετικό. Σ' αυτό το διαρκώς μεταβαλλόμενο σκηνικό, ο κόσμος των μουσείων επιζητά να θέσει νέα ερωτήματα για τις ταυτότητες (θεσμικές, εθνικές, αστικές, εθνοτικές, ατομικές ή όποιες άλλες). Το 2010, Διεθνές Έτος για τη Σύγκλιση των Πολιτισμών, Έτος Βιοποικιλότητας και Έτος Νεολαίας: Διαλόγου και Αμοιβαίας Κατανόησης, το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων κατά τη διάρκεια της 25ης Γενικής Διάσκεψης στη Σανγκάη, υιοθέτησε τη Χάρτα για την Πολιτιστική Διαφορετικότητα, ένα κείμενο δέκα σημείων-αρχών που αφορούσαν βασικά κοινωνικά ζητήματα, κυριότερα εκ των οποίων ήταν η αναγνώριση της σημασίας της πολιτιστικής πολυμορφίας και βιοποικιλότητας, η αναγκαιότητα για διαπολιτισμικό και διαγενεακό διάλογο και η υιοθέτηση πολιτικών κοινωνικής προσβασιμότητας από τα μουσεία. Το ICOM Cultural Diversity Charter (<http://icom.museum/the-governance/general-assembly/resolutions-adopted-by-icoms-general-assemblies-1946-to-date/shanghai-2010>) χαρτογραφεί το σύνθετο θέμα της κοινωνικής πρακτικής από τα μουσεία προσφέροντας έναν νέο δεκάλογο μουσειακής ηθικής ή, αλλιώς, έναν νέο χάρτη πλοήγησης σε μια δυναμικά εξελισσόμενη κοινωνική πραγματικότητα. Τον Νοέμβριο του 2015, στην 38η σύνοδο της Unesco, τέθηκε επιτυχώς προς οριστική επικύρωση το κείμενο Recommendation on the Protection and Promotion of Museums and Collections (<http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/museums/recommendation-on-the-protection-and-promotion-of-museums-and-collections>), που συντάχθηκε από την Unesco σε συνεργασία με το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, με στόχο τη συμπλήρωση και τη διεύρυνση των προτύπων και των αρχών για τη λειτουργία των μουσείων, στη βάση του εκπαιδευτικού και κοινωνικού τους ρόλου.

Διανύουμε μια εποχή κρίσεων και μεγάλων αλλαγών. Τα μουσεία ως ποιοτικοί και αξιοκρατικοί οργανισμοί, ως χώροι ουσιαστικών εμπειριών βασισμένων στο υλικό και άυλο πολιτιστικό τους απόθεμα, ως σύμβολα τόπων και ανθρώπων και ως ήπια δύναμη στην κοινωνία των πολιτών, αποτελούν έναν από τους κύριους πλοηγούς μας σ' αυτό το δύσκολο παρόν και στο αχαρτογράφητο ακόμη μέλλον.

Ασκήσεις / Ερωτήσεις Κατανόησης

- 1) Επιλέξτε ένα μουσείο που θεωρείτε ότι μπορεί να αποτελεί ενδιαφέρουσα μελέτη περίπτωσης και προσπαθήστε να το προσεγγίσετε ως συμπυκνωτή ήπιας δύναμης με επιρροή και εκτόπισμα στον τόπο και την κοινωνία όπου βρίσκεται. Ποια τα χαρακτηριστικά αυτής της ήπιας δύναμης για το συγκεκριμένο μουσείο και πώς μπορούν να ασκήσουν επιρροή στην πόλη;
- 2) Επιλέξτε ένα χαρακτηριστικό «μουσείο-τοπόσημο» που βρίσκεται στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό και προσπαθήστε να χαρτογραφήσετε με ποιους τρόπους συγκροτεί μια ισχυρή προσωπική ταυτότητα.

⁴⁵ Από την εξαιρετικά εκτενή βιβλιογραφία για τα μουσεία στον σύγχρονο κόσμο και τις αλλαγές τις οποίες διέρχονται, βλ. ενδεικτικά: Black, 2012· Knell, MacLeod & Watson, 2007· Simon, 2010.

Επιλεγμένη Βιβλιογραφία

- CAMOCnews. (2011-2015). Τεύχη 1-19. Ανακτήθηκαν 1 Νοεμβρίου, 2015, από <http://network.icom.museum/camoc/publications/newsletter/L/9/>
- Dinnie, K. (Επιμ.). (2011). *City Branding, Theory and Cases*. London: Palgrave Macmillan.
- Jones, I., Macdonald, R. & McIntyre, D. (Επιμ.). (2008). *City Museums and City Development*. Lanham: AltaMira Press.
- Jones, I., Sandweiss, E., Moulou, M. & Orloff, C. (Επιμ.). (2012). *Our Greatest Artefact: The City. Essays on Cities and Museums About Them*. Istanbul: CAMOC. Ανακτήθηκε 1 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.works.com.tr/camoc/>
- Lord, G. & Blankenberg, N. (Επιμ.). (2015). *Cities, Museums and Soft Power*. Washington DC: The American Alliance of Museums Press.
- Van Kessel, T., Kistemaker, R. & Meijer-Van Mensch, L. (Επιμ.). (2012). *City Museums on the Move. A Dialogue between Professionals from African Countries, the Netherlands and Belgium*. Amsterdam: University of Amsterdam, Amsterdam Museum: Reinwardt Academy.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

- Αθανασίου, Ε. (2012). Η έννοια της βιώσιμης πόλης στη συνθήκη της κρίσης. *Για την ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚή εκπαίδευση*, 2 (47). Ανακτήθηκε 1 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.peakpemagazine.gr/article/η-έννοια-της-βιώσιμης-πόλης-στη-συνθήκη-της-κρίσης>
- Αθανασίου, Ε. (2013). *Βιώσιμες πόλεις στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης*. Εισήγηση στο Συνέδριο Τμήματος Αρχιτεκτόνων, Πολυτεχνικής Σχολής Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, 1-3 Νοεμβρίου 2013, Μεταβολές και Ανασημασιοδοτήσεις του Χώρου στην Ελλάδα της Κρίσης. Ανακτήθηκε 5 Νοεμβρίου, 2015, από http://www.citybranding.gr/2014/12/blog-post_16.html
- American Association of Museums. (1992). *Excellence and Equity: Education and the Public Dimension of Museums*. Landover: AAM – Harris LithoGraphics.
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. London: Palgrave Macmillan.
- Anholt, S. (2010). *Places. Identity, Image and Reputation*. London: Palgrave Macmillan.
- Ανωμερίτης, Γ. & Αραχωβίτης, Γ. (Επιμ.). (2012). *SILO, Μετατροπή του Κτιρίου σε Μουσείο Εναλίων Αρχαιοτήτων*. Πειραιάς: Ιστορικό Αρχείο ΟΛΠ.
- Ανωμερίτης, Γ. & Αραχωβίτης, Γ. (Επιμ.). (2013). *SILO, Μουσείο Εναλίων Αρχαιοτήτων, Ανοιχτός Αρχιτεκτονικός Διαγωνισμός Προσχεδίων, Πολιτιστική Ακτή Πειραιά*. Πειραιάς: Ιστορικό Αρχείο ΟΛΠ.
- Αρβανίτης, Κ., Γυιόκα, Λ., Νίτσιου, Π., Σκαλτσά, Μ. & Τζώνος, Π. (Επιμ.). (Υπό εκτύπωση). *Μουσειολογία, Αρχιτεκτονική και Ιδεολογία: το Μουσείο της Ακρόπολης*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ζήτη.
- Arts Council England. (2011). *Accreditation Scheme for Museums and Galleries in the United Kingdom: Accreditation Standard*. Ανακτήθηκε 3 Νοεμβρίου, 2015, από http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/pdf/accreditation_standard_english_web.pdf
- Βαν Μπούσχοτεν, Ρ. (2015). Η πόλη θυμάται. Το Μουσείο Πόλης του Βόλου και η συμβολή της προφορικής μαρτυρίας στη συγκρότησή του. Στο Ε. Νάκου & Α. Γκαζή (Επιμ.), *Η Προφορική Ιστορία στα Μουσεία και στην Εκπαίδευση* (σελ. 93-102). Αθήνα: Νήσος.
- Barker, E. (Επιμ.). (1999). *Contemporary Cultures of Display*. New Haven & London: Yale University Press.

- Black, G. (2012). *Transforming Museums in the Twenty-First Century*. London: Routledge.
- Βουδούρη, Δ. (2003). *Κράτος και Μουσεία. Το Θεσμικό Πλαίσιο των Αρχαιολογικών Μουσείων*. Αθήνα: Σάκκουλας.
- Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο. (2011). Αφιέρωμα: Δημήτρης Κωνσταντίος. *Ilissia*, τεύχος 7-8.
- CAMOCnews. (2011-2015). Τεύχη 1-19. Ανακτήθηκαν 1 Νοεμβρίου, 2015, από <http://network.icom.museum/camoc/publications/newsletter/L/9/>
- Charitos, D., Theona, I., Dragona, D., Rizopoulos, H. & Meimaris, M. (Επιμ.). (2013). *Hybrid City 2013, Subtle rEvolutions. Proceedings of the 2nd International Biennial Conference, 23-25 May 2013*. Αθήνα: University Research Institute of Applied Communication.
- Γκαζή, Α. (2012). Εθνικά μουσεία στην Ελλάδα: όψεις του εθνικού αφηγήματος. Στο Α. Μπούνια & Α. Γκαζή (Επιμ.), *Εθνικά Μουσεία στη Νότια Ευρώπη. Ιστορία και Προοπτικές* (σελ. 36-71). Αθήνα: Καλειδοσκόπιο.
- Γκότσης, Σ., & Τσιτούρη, Α. (2008). *Σκέψεις για το ρόλο του Δημοσίου Μουσείου, με αφορμή το Νέο Μουσείο Ακρόπολης*. Στρογγυλή Τράπεζα Ο Ρόλος των Δημόσιων Μουσείων Σήμερα. Σύλλογος Ελλήνων Αρχαιολόγων, 10/07/2008, Αμφιθέατρο Υπουργείου Πολιτισμού, Αθήνα. Ανακτήθηκε 5 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.sea.org.gr/details.php?id=248>
- De Bock, J. (2014). “Sticking Around”: Re-evaluating migration heritage across the city and through a virtual exhibition – STAM-Ghent city museum. *CAMOCnews*, 4, 1-3. Ανακτήθηκε 2 Νοεμβρίου, 2015, από http://icom.museum/uploads/tx_hpoindexbdd/CAMOCNewsletterN_4November2014.pdf
- Δημοτικό Κέντρο Ιστορίας και Τεκμηρίωσης Βόλου. (2006). Μουσεία πόλεων τον 21ο αιώνα. Σχεδιάζοντας το Μουσείο της πόλης του Βόλου. *Εν Βόλω*, 22.
- Dinnie, K. (Επιμ.). (2011α). *City Branding, Theory and Cases*. London: Palgrave Macmillan.
- Dinnie, K. (2011β). Introduction to the Theory of City Branding. Στο K. Dinnie (Επιμ.), *City Branding, Theory and Cases* (σελ. 3-7). London: Palgrave Macmillan.
- Ewald, E., Johal, S., Salento, A., & Williams, K. (2014, September 24). How to build a fairer city. *The Guardian*. Ανακτήθηκε 2 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.theguardian.com/cities/2014/sep/24/manifesto-fairer-grounded-city-sustainable-transport-broadband-housing>
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It Is Transforming Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2008). *Who's Your City? How the Creative Economy Is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life*. New York: Basic Books.
- Giebelhausen, M. (Επιμ.). (2003). *The Architecture of the Museum. Symbolic Structures, Urban Contexts*. Manchester: Manchester University Press.
- Hildreth, J. (2008). *The Saffron European City Brand Barometer. Revealing Which Cities Get the Brands They Deserve*. Ανακτήθηκε 5 Νοεμβρίου, 2015, από http://static1.1.sqspcdn.com/static/f/274066/2783576/1238531491050/Saff_CityBrandBarom.pdf?token=uLoUrVsuf3gsinWoBSpSnYu5GOo%3D
- Holden, J. (2013). Influence and attraction: Culture and the race for Soft Power in the 21st Century. *Demos – British Council*. Ανακτήθηκε 7 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.britishcouncil.org/sites/default/files/influence-and-attraction-report.pdf>
- Hopkins Van Mil: Creating Connections. (2010). *Accreditation Development. Analysis and Interpretation of Online Survey Findings*. Birmingham: Museums, Libraries and Archives (MLA).
- ICR & ICOM-Hellas. (2000). *Museum Accreditation. A Quality Proof for Museums. Proceedings of the Annual Conference of the International Committee for Regional Museums, 17-24 October 1999*. Bayreuth: ICR & ICOM.
- Insch, A. (2011). Branding the city as an attractive place to live. Στο K. Dinnie (Επιμ.), *City Branding, Theory*

- and Cases (σελ. 8-14). London: Palgrave Macmillan.
- Jones, I., Macdonald, R. & McIntyre, D. (Επιμ.). (2008). *City Museums and City Development*. Lanham: AltaMira Press.
- Jones, I., Sandweiss, E., Mouliou, M. & Orloff, C. (Επιμ.). (2012). *Our Greatest Artefact: The City. Essays on Cities and Museums About Them*. Istanbul: CAMOC. Ανακτήθηκε 10 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.works.com.tr/camoc/>
- Jones, R. (2014, May 1). Curators may be skeptical but branding is vital for museums. *The Guardian*. Ανακτήθηκε 3 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2014/may/01/curators-branding-tate-british-museum>
- Kalandides, A. (2011). The problem with spatial identity: revisiting the “sense of place”. *Journal of Place Management and Development*, 4 (1), 28-39.
- Καραχάλης, Ν. (2007). *Πολιτισμός και Τοπική Ανάπτυξη: Ο Ρόλος των Πολιτιστικών και Τουριστικών Περιοχών στη Σύγχρονη Πόλη* (Διδακτορική Διατριβή). Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών, Τμήμα Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης. Ανακτήθηκε 4 Σεπτεμβρίου, 2015, από <http://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/15382>
- Καραχάλης, Ν., & Δέφνερ, Α. (2012α). *Η συγκέντρωση πολιτιστικών δραστηριοτήτων σε κεντρικές περιοχές της πόλης και ο ρόλος του City Branding: η περίπτωση της Αθήνας*. Εισήγηση στο Cultural Industries, Creative Clusters and City Branding: The Case of Athens. European Urban Research Association “The City without Limits”, 23-25 Ιουνίου 2011. Ανακτήθηκε 1 Νοεμβρίου, 2015, από https://www.academia.edu/4534230/Καραχάλης_Ν._Δέφνερ_Α._2012_Η_Συγκέντρωση_Πολιτιστικών_Δραστηριοτήτων_σε_Κεντρικές_Περιοχές_της_Πόλης_και_ο_ρόλος_του_City_Branding_η_περίπτωση_της_Αθήνας
- Καραχάλης, Ν., & Δέφνερ, Α. (2012β). Marketing και Branding του τόπου στην Ελλάδα: Η θεωρία, η πρακτική και η διδασκαλία ενός πολυεπιστημονικού αντικειμένου. Στο Α. Δέφνερ & Ν. Καραχάλης (Επιμ.), *Marketing και Branding του Τόπου: Η Διεθνής Εμπειρία και η Ελληνική Πραγματικότητα* (σελ. 17-40). Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.
- Karachalis, N., & Deffner, A. (2012). Rethinking the connection between creative clusters and city branding: The cultural axis of Piraeus Street in Athens. *Quaestiones Geographicae* 31 (4), 87-97.
- Καρνής, Λ. (2015, 3 Νοεμβρίου). Το Μουσείο Ακρόπολης είναι το 11ο καλύτερο στον κόσμο. *CNN Greece*. Ανακτήθηκε 10 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.cnn.gr/style/politismos/story/3633/to-moyseio-akropolis-einai-to-11o-kalytero-ston-kosmo>
- Kavaratzis, M., & Ashworth, G. (2006). City branding: an effective assertion of identity or a transitory marketing trick? *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol 2 (3), 183-194.
- Kavaratzis, M., & Hatch, M. J. (2013). The dynamics of place brands: an identity-based approach to place branding theory. *Marketing Theory*, Vol 13 (1), 69-86.
- Knell, S., MacLeod, S. & Watson, S. (Επιμ.). (2007). *Museum Revolutions. How Museums Change and Are Changed*. London: Routledge.
- Kotler, N., & Kotler, P. (2008). *Museum Strategy and Marketing* (2^η έκδ.). San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Κωνσταντίνος, Δ. (2002). Η πρόκληση των μουσείων τον 21ο αι. Στο Σύλλογος Ελλήνων Αρχαιολόγων, *Το Μέλλον του Παρελθόντος μας. Ανιχνεύοντας τις Προοπτικές της Αρχαιολογικής Υπηρεσίας και της Ελληνικής Αρχαιολογίας. 4ο Συνέδριο Συλλόγου Ελλήνων Αρχαιολόγων, 24-26 Νοεμβρίου 2000* (σελ. 174-176). Αθήνα: Σύλλογος Ελλήνων Αρχαιολόγων.
- Κωνσταντίνος, Δ. (2005). Συνέντευξη με τον Διευθυντή του Βυζαντινού και Χριστιανικού Μουσείου Δημήτρη Κωνσταντίνιο. *Τετράδια Μουσειολογίας*, 2, 28-30.
- Lanz, F. (2014). City Museums in a Transcultural Europe. Στο L. Gouriévidis (Επιμ.), *Museums and Migration. History, Memory and Politics* (σελ. 27-43). London: Routledge.

- Lindstedt, J. (2015). A deliberately emergent strategy – a key to successful city branding. *Journal of Place Management and Development*, Vol 8 (2), 90-102.
- Lohman, J. (2008). The Prospect of a City Museum. Στο I. Jones, R. Macdonald & D. McIntyre (Επιμ.), *City Museums and City Development* (σελ. 60-74). Lanham: AltaMira Press.
- Lord, G. & Blankenberg, N. (Επιμ.). (2015). *Cities, Museums and Soft Power*. Washington DC: The American Alliance of Museums Press.
- Λούβη, Α. (2007). Θεματικά Τεχνολογικά Μουσεία: το Δίκτυο Μουσείων του Πολιτιστικού Ιδρύματος Ομίλου Πειραιώς. *Τετράδια Μουσειολογίας*, 4, 40-44.
- MacDonald, R. (2006). Urban Life and Museums. Special Issue. *Museum International*, 58, 3.
- MacLeod, S. (2013). *Museum Architecture. A New Bibliography*. London: Routledge.
- Mason, T., & Weeks, J. (2002). *From Australia to Zanzibar. Museum Standards Schemes Overseas. A Research Project*. London: The Council for Museums, Libraries and Archives.
- Michael, C. (2014, May 6). From Milan to Mecca: the world's most powerful city brands revealed. *The Guardian*. Ανακτήθηκε 8 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.theguardian.com/cities/gallery/2014/may/06/from-milan-to-mecca-the-worlds-most-powerful-city-brands-revealed>
- Middleton, A.C. (2011). City branding and inward investment. Στο K. Dinnie (Επιμ.), *City Branding. Theory and Cases* (σελ. 15-26). London: Palgrave Macmillan.
- Montgomery, Ch. (2013). *Happy City: Transforming Our Lives Through Urban Design*. London: Penguin.
- Μούλιου, Μ. (2010). Μουσεία Πόλεων και Διαδίκτυο την εποχή του Web 2.0. Αναλύοντας ένα σύνθετο τεχνολογικό, ιδεολογικό, κοινωνικό και αστικό τοπίο. *Τετράδια Μουσειολογίας*, 7, 74-80.
- Μούλιου, Μ. (2011). Αρχαιολογικό 'ευρετήριο' επί 'χάρτου', ένα αρχαιολογικό μουσείο στο (επί)κεντρο μιας πόλης. *Ilissia*, 9.
- Μούλιου, Μ. (2014). Τα μουσεία στον 21ο αιώνα: προκλήσεις, αξίες, ρόλοι, πρακτικές. Στο Γ. Μπίκος & Α. Κανιάρη (Επιμ.), *Μουσειολογία, Πολιτιστική Διαχείριση και Εκπαίδευση* (σελ. 77-111). Αθήνα: Εκδόσεις Γρηγόρη.
- Μούλιου, Μ. (2015). Τα μουσεία, οι αξίες τους και οι πολίτες: μελετώντας απόψεις και συμπεριφορές στη σύγχρονη ελληνική κοινωνία. Στο Μ. Κωνσταντουδάκη-Κιτρομηλίδου, Γ. Κουρτέση-Φιλιππάκη & Ε. Μαυρομιχάλη (Επιμ.), *Ανασκαφή & Έρευνα Χ: Από το ερευνητικό έργο του Τομέα Αρχαιολογίας και Ιστορίας της Τέχνης. 10ο Επιστημονικό Συμπόσιο του Τομέα Αρχαιολογίας και Ιστορίας της Τέχνης. Τμήμα Ιστορίας και Αρχαιολογίας Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, 22-23 Απριλίου 2015*. Ανακτήθηκε 10 Νοεμβρίου, 2015, από http://www.arch.uoa.gr/fileadmin/arch.uoa.gr/uploads/drast_arch/anaskafh_kai_ereyna_x_perilhpseis.pdf
- Μούλιου, Μ. (Υπό εκτύπωση [α]). Η δική μου/μας πόλη... Συμμετοχικές πρακτικές για τη συλλογή της μνήμης του αστικού χώρου και η συμβολή των μουσείων πόλεων. Στο Ρ. Βαν Μπούσχοτεν, Π. Χανζαρούλα, Μ. Μούλιου & Τ. Βερβενιώτη (Επιμ.), *Η Μνήμη Αφηγείται την Πόλη... Προφορικές Μαρτυρίες για το Παρελθόν και το Παρόν του Αστικού Χώρου*. Αθήνα: Πλέθρον.
- Μούλιου, Μ. (Υπό εκτύπωση [β]). Τα μουσεία στην Ελλάδα. Σταθμοί στη μεταπολεμική ιστορία και σύγχρονες προκλήσεις. Στο Σ. Λεκάκης & Ν. Πάντζος (Επιμ.), *Εισαγωγή στη Διαχείριση της Πολιτιστικής Κληρονομιάς: Εγχειρίδιο*. Αθήνα: Ασίνη.
- Mouliou, M. (2008α). From Urban Blocks to City Blogs - Defining attributes for the City Museum of Toda. Στο I. Jones, I. R. Macdonald & D. McIntyre (Επιμ.), *City Museums and City Development* (σελ. 155-179). Lanham: AltaMira Press.
- Mouliou, M. (2008β). Museum representations of the classical past in post-war Greece; A critical analysis. Στο D. Damaskos & D. Plantzos (Επιμ.), *A Singular Antiquity: Archaeology and Hellenic identity in twentieth-century Greece* (3rd Supplement) (σελ. 83-109). Athens: Mouseio Benaki.

- Mouliou, M. (2012). City Matters: City Museums in Principle and in Practice. *MUSE*, Τεύχος Σεπτεμβρίου, 24-35. Ανακτήθηκε 4 Νοεμβρίου, 2015, από http://issuu.com/lmccconnell/docs/muse_9_10_2012
- Mouliou, M. (2014). The Happy (City) Museum. City Museums in a quest for sustainability. *ICOMnews*, 67 (4), 9. Ανακτήθηκε 6 Νοεμβρίου, 2015, από http://archives.icom.museum/icomnews2014-4_eng/index.html#/8-9/
- Mouliou, M. (2015α). Defining Museums of Cities in the 21st century. Work in progress. *CAMOCnews*, 3, 24-29. Ανακτήθηκε 6 Νοεμβρίου, 2015, από http://network.icom.museum/fileadmin/user_upload/minisites/camoc/PDF/Newsletters/CAMOCNewsLetter2015_3_Corrected8.15.2015.pdf
- Mouliou, M. (2015β). Moscow Workshop: Redefining the city museum in the 21st century. *CAMOCnews*, 4, 30-32. Ανακτήθηκε 3 Νοεμβρίου, 2015, από http://network.icom.museum/fileadmin/user_upload/minisites/camoc/PDF/Newsletters/CAMOCNewsLetter2015_4.pdf
- Mouliou, M., & Arachovitis, Y. (2013). *All about the city. The urban revitalization of a Mediterranean port through museum infrastructure*. Εισήγηση στο 9th Annual Conference of CAMOC, 12-17 August 2013. Ανακτήθηκε 3 Νοεμβρίου, 2015, από http://network.icom.museum/fileadmin/user_upload/minisites/camoc/PDF/Conferences/CAMOC_Conference_2013_Paper_Abstracts.pdf
- Μούλιου, Μ., & Ομάδα Εργασίας (2012). Μουσειολογική προμελέτη και θεματικοί άξονες του Μουσείου Εναλίων Αρχαιοτήτων. Στο Γ. Ανωμερίτης & Γ. Αραχωβίτης (Επιμ.), *SIL0, Μετατροπή του Κτιρίου σε Μουσείο Εναλίων Αρχαιοτήτων* (σελ. 111-131). Πειραιάς: Ιστορικό Αρχείο ΟΛΠ.
- Negri, M., Niccolucci, F. & Sani, M. (Επιμ.). (2009). *Quality in Museums*. Budapest: ARCHAEOLOGIA.
- Πεντάζου, Ι. & Βαν Μπούσχοτεν, Ρ. (Υπό δημοσίευση). Σχεδιάζοντας το Μουσείο πόλης του Βόλου: η υπόσχεση και οι προκλήσεις των προφορικών μαρτυριών. Στο Ρ. Βαν Μπούσχοτεν, Π. Χανζαρούλα, Μ. Μούλιου & Τ. Βερβενιώτη (Επιμ.), *Η Μνήμη Αφηγείται την Πόλη... Προφορικές Μαρτυρίες για το Παρελθόν και το Παρόν του Αστικού Χώρου*. Αθήνα: Πλέθρον.
- Πλάντζος, Δ. (2010). Γ' Il n'y a pas de hors-texte: το Μουσείο της Ακρόπολης και τα απόνερα του ιδεαλισμού. *Τετράδια Μουσειολογίας*, 7, 23-29.
- Postula, J. L. (2015). *Le Musée de Ville. Histoire et Actualités*. Paris: La documentation Française.
- Sabbagh, K. (2001). *Power Into Art. The Making of Tate Modern*. London: Penguin Books.
- Sandahl, J. (2011). Second life of the Copenhagen Wall. *CAMOCnews*, 2, 1-3. Ανακτήθηκε 1 Νοεμβρίου, 2015, από http://icom.museum/uploads/tx_hpoindexbdd/CAMOCNewsletter02.pdf
- Sandahl, J. (2012). Feeling at home? A city with room for everyone? Στο I. Jones, E. Sandweiss, M. Mouliou & C. Orloff (Επιμ.), *Our Greatest Artefact: The City. Essays on Cities and Museums About Them* (σελ. 89-105). Istanbul: CAMOC. Ανακτήθηκε 9 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.works.com.tr/camoc/>
- Serota, N. (1999). *Εμπειρία ή Ερμηνεία: Το Δίλημμα των Μουσείων Μοντέρνας Τέχνης* (Α. Παππάς, Μτφρ.). Αθήνα: Άγρα.
- Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. Ανακτήθηκε 7 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.participatorymuseum.org/read/>
- Συκκά, Γ. (2015, 17 Μαΐου). Τα μουσεία στη ζωή των Ελλήνων. *Η Καθημερινή, Εικαστικά*. Ανακτήθηκε 9 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.kathimerini.gr/815315/article/politismos/eikastika/ta-moyseia-sth-zwh-twn-ellhnwn>
- Τζώρτζη, Κ. (2013). *Ο Χώρος στο Μουσείο: Η Αρχιτεκτονική Συναντά τη Μουσειολογία*. Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς.
- Tisdale, R. (2013). City Museums and Urban Learning. *Journal of Museum Education*, 38 (1), 3-8.

- Tsilidou, S. (2013). “A worksite of ideas, perceptions and proposals”: embracing change at the Byzantine and Christian Museum in Athens. Στο A. Nicholls, M. Pereira & M. Sani (Επιμ.), *New Trends in Museums in the 21st Century. The Learning Museum Network Project* (σελ. 55-56). Ανακτήθηκε 6 Νοεμβρίου, 2015, από <http://online.ibr.regione.emilia-romagna.it/I/libri/pdf/LEM7th-report-new-trends-in-museums-of-the-21st-century.pdf>
- Van Bruggen, C. (1997). *Frank O. Gehry. Guggenheim Museum Bilbao*. New York: Guggenheim Foundation.
- Van Kessel, T., Kistemaker, R. & Meijer-Van Mensch, L. (Επιμ.). (2012). *City Museums on the Move. A Dialogue between Professionals from African Countries, the Netherlands and Belgium*. Amsterdam: University of Amsterdam, Amsterdam Museum: Reinwardt Academy.
- Walhimer, M. (2013α). Building a museum brand. *Museum Planner*. Ανακτήθηκε 5 Νοεμβρίου, 2015, από <http://museumplanner.org/building-a-museum-brand/>.
- Walhimer, M. (2013β). Museum Branding in 10 steps. *Museum Planner*. Ανακτήθηκε 2 Νοεμβρίου, 2015, από <http://museumplanner.org/museum-branding-in-10-steps/>
- Wallace, M. (2006). *Museum Branding: How to Create and Maintain Image, Loyalty, and Support*. Oxford: Altamira Press.
- Westbury, M. (2008). Fluid cities create. *Griffith Review, Edition 20, Cities on the Edge*. Ανακτήθηκε 10 Νοεμβρίου, 2015, από <https://griffithreview.com/articles/fluid-cities-create/>.

Κεφάλαιο 5 – Σύγχρονη Πολιτισμική – Καλλιτεχνική Δημιουργία (Cultural-Creative Industries), Τοπική Κοινωνία Και Βιώσιμη Ανάπτυξη

Χρήστος Προσύλης*

Σύνοψη

Στο κεφάλαιο αυτό δίνεται μια γενική εισαγωγή και σκιαγραφούνται οι παράμετροι που αφορούν τη σύγχρονη πολιτισμική-καλλιτεχνική δημιουργία και την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης ενός καλλιτεχνικού οργανισμού ή ομάδας, σε σχέση με την τοπική κοινωνία.

Το πρώτο μέρος του κεφαλαίου παρουσιάζει ένα γενικότερο θεωρητικό πλαίσιο, με αναφορές στο διεθνές περιβάλλον.

Το δεύτερο μέρος εστιάζει στο Φεστιβάλ Ελληνικού Κινηματογράφου Λονδίνου. Το συγκεκριμένο φεστιβάλ αποτελεί χαρακτηριστική περίπτωση πολιτιστικής δράσης η οποία, ενώ αναφέρεται αλλά και εδράζεται σε ένα διεθνές πολυπολιτισμικό περιβάλλον, προάγει μια ελληνική πολιτιστική βιομηχανία. Με τον τρόπο αυτόν, εξάγεται –μέσα από έναν διεθνή κόμβο στον παγκόσμιο ιστό– ένα πολιτιστικό προϊόν το οποίο αποσκοπεί όχι μόνο στην προώθηση της σύγχρονης ελληνικής κινηματογραφικής δημιουργίας αυτής καθαυτής αλλά και στη δημιουργία ενός γενικότερου θετικού προσώπου της Ελλάδας στο εξωτερικό.

Λέξεις-κλειδιά

Πολιτισμική-καλλιτεχνική δημιουργία, διαχείριση, cultural industries, creative management, Φεστιβάλ Ελληνικού Κινηματογράφου Λονδίνου

5.1 Εισαγωγή

Αναμφίβολα, η σύγχρονη πολιτισμική-καλλιτεχνική δημιουργία έχει πλέον άμεση διασύνδεση με τη βιώσιμη ανάπτυξη ενός καλλιτεχνικού οργανισμού ή ομάδας, στο πλαίσιο της τοπικής κοινωνίας. Αφενός, η παγκοσμιοποίηση και οι ευρύτερες κοινωνικοπολιτικές συνθήκες και, αφετέρου, η ανάπτυξη της τεχνολογίας και της δικτύωσης, καθώς και το πολυπολιτισμικό περιβάλλον που έχει αναπτυχθεί και εξελίσσεται με έντονους ρυθμούς εγείρουν άλλου είδους απαιτήσεις σε σχέση μ' αυτές του παρελθόντος, τόσο από τον καλλιτέχνη όσο και από την κοινωνία.

Ειδικά οι λεγόμενες πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες, μεταξύ των οποίων ο κινηματογράφος, το θέατρο, η μουσική, η τηλεόραση, οι εικαστικές και οι παραστατικές τέχνες, συχνά βρίσκονται στο επίκεντρο της κοινωνικής και οικονομικής ζωής τόσο σε τοπικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Μεγάλο μέρος των βιομηχανιών αυτών, όχι μόνο εξυπηρετεί την παραγωγή καλλιτεχνικού έργου ποικίλης μορφής μέσω της δημιουργικής εργασίας των καλλιτεχνών, αλλά ταυτόχρονα απασχολεί εργαζομένους σε πολλά επίπεδα και εκτός καλλιτεχνικής δημιουργίας, όπως π.χ. εργαζομένους σε τεχνικά ή διοικητικά πόστα. Επιπλέον, η παραγωγή του καλλιτεχνικού έργου διαμορφώνει αναμφίβολα και μια ταυτότητα στην κοινωνία που τη φιλοξενεί και την υποστηρίζει.

Επομένως, πώς μια πόλη ή μια τοπική κοινωνία αντιλαμβάνεται την πολιτιστική και καλλιτεχνική αυτή δημιουργία, και πώς μπορεί να συνεργαστεί μ' αυτήν σε επίπεδο διαχείρισης; Ποιες είναι οι διεθνείς προεκτάσεις μιας τέτοιας κατανόησης και δράσης, και πώς αυτή σχετίζεται με την τοπική κοινωνία; Πώς μπορεί να εργαστεί κανείς εποικοδομητικά και δημιουργικά μέσα σε ένα τέτοιο περιβάλλον, αλλά και τι είδους δεξιότητες και δυνατότητες απαιτούνται;

* Σκηνοθέτης θεάτρου και κινηματογράφου, συγγραφέας, θεατρολόγος, ηθοποιός/performer, καλλιτέχνης των νέων μέσων – Φεστιβάλ Ελληνικού Κινηματογράφου Λονδίνου

5.2 Η πολιτισμική-καλλιτεχνική δημιουργία και η διαχείρισή της

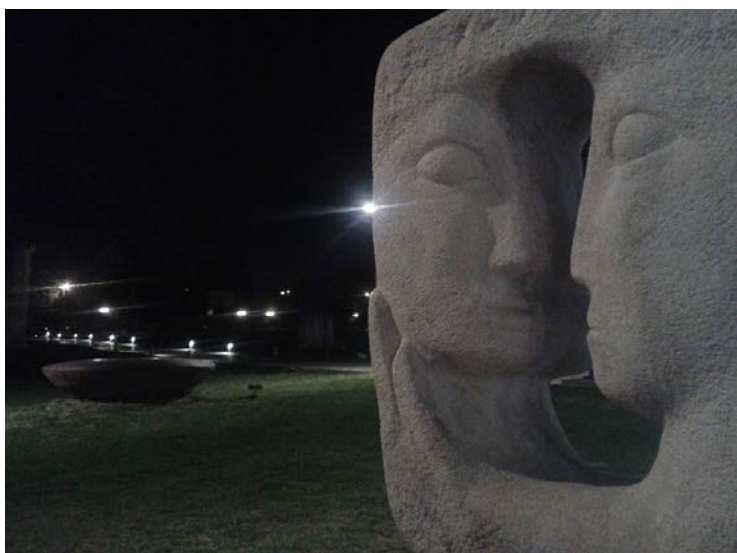
Η καλλιτεχνική-πολιτισμική διαχείριση είναι ένα πεδίο που ουσιαστικά αφορά τις επιχειρηματικές δραστηριότητες γύρω από τις τέχνες και τον πολιτισμό. Μπορεί να αφορά μια ατομική δραστηριότητα, π.χ. ένα έργο μουσικής, ζωγραφικής, γλυπτικής ή *new media art* (Εικόνες 5.1 και 5.2). Μπορεί, επίσης, να σχετίζεται με μια ομάδα καλλιτεχνών που ενδεχομένως να συνεργάζονται για την παραγωγή ενός καλλιτεχνικού ή πολιτισμικού έργου, π.χ. μια επαγγελματική ομάδα χορού ή μια αρχιτεκτονική ομάδα που μελετά τις τοπικές παρεμβάσεις στην πόλη στην οποία ζουν τα μέλη της ομάδας.

Αδιαμφισβήτητα, τα κάθε είδους νομικά πρόσωπα και οργανώσεις, κερδοσκοπικού ή μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και διαχείριση καλλιτεχνικού-πολιτισμικού έργου, όπως, για παράδειγμα, φεστιβάλ, θέατρα, εταιρείες κινηματογραφικών παραγωγών, σινεμά, πολιτιστικοί σύλλογοι, ιδρύματα και γκαλερί τέχνης, εντάσσονται στα πιο σημαντικά –υπό το πρίσμα του εύρους και του νομικού/οικονομικού πλαισίου– και, ταυτόχρονα, στα πιο δύσκολα αναφορικά με τη διαχείριση ζητήματα μέσα σε αυτό το πεδίο. Εκείνοι που ασχολούνται με τη διαχείριση είναι υπεύθυνοι για όλες τις διοικητικές και τεχνικές εργασίες των οργανισμών και την εκπλήρωση της αποστολής τους. Στα καθήκοντά τους περιλαμβάνονται –μεταξύ άλλων– η διαχείριση του προσωπικού, το μάρκετινγκ, η οικονομική διαχείριση, η ανάπτυξη προγραμμάτων και δραστηριοτήτων αλλά και η αξιολόγησή τους, οι δημόσιες σχέσεις, η συγκέντρωση κεφαλαίων και χορηγιών, καθώς και οι σχέσεις του φορέα με την τοπική κοινωνία.

Οι φορείς καλλιτεχνικού-πολιτισμικού ενδιαφέροντος λειτουργούν –όπως κάθε άλλη επιχείρηση– μέσα σε μεταβαλλόμενες εξωτερικές και εσωτερικές συνθήκες και οφείλουν να προσαρμόζονται ανάλογα. Οι εξωτερικές συνθήκες περιλαμβάνουν –μεταξύ άλλων– τις πολιτιστικές, οικονομικές, πολιτικές, κοινωνικές, δημογραφικές, νομικές, τεχνολογικές, γεωπολιτικές, όπως για παράδειγμα την κοινωνική δικτύωση (Social Networking) μέσω Διαδικτύου ή την αστάθεια μιας περιοχής λόγω πολεμικών συγκρούσεων, καταστροφών ή άλλων δεδομένων αστάθειας, καθώς επίσης και τις ευρύτερες παγκόσμιες συνθήκες και τρόπους ζωής (life style). Οι εσωτερικές συνθήκες που εμφανίζουν αλλαγές μπορεί να σχετίζονται με το κοινό και τη διαχείρισή του, τη διοικητική και καλλιτεχνική Διεύθυνση, το Διοικητικό Συμβούλιο, το προσωπικό, τις εγκαταστάσεις, την οικονομική ανάπτυξη και διαχείριση, καθώς και με τις δυνατότητες χρηματοδοτήσεων και επιδοτήσεων.

Οι πολιτιστικές βιομηχανίες έχουν εφαρμόσει τις τελευταίες δεκαετίες ως μοντέλα διαχείρισης εκείνα των νέων μορφών οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων δυτικού τύπου. Στην πράξη, ωστόσο, τα μοντέλα αυτά σπάνια έχουν δώσει έμφαση στην ποιοτική λεπτομέρεια. Αξίζει να σημειωθεί ότι στις πρώτες προτεραιότητες της σύγχρονης πολιτιστικής διαχείρισης συγκαταλέγεται η διασφάλιση της ποιότητας.

Η πόλη, το λεγόμενο αστικό περιβάλλον, το οποίο αποτελεί κατά βάση το πεδίο διεξαγωγής της πολιτισμικής δραστηριότητας, δεν είναι πλέον αποκλειστικά και μόνο σε διάδραση με τις πολιτιστικές δραστηριότητες εν γένει, αλλά είναι ταυτόχρονα ανοικτό για εκείνους που δραστηριοποιούνται σε πολύ μικρές ή μικρές επιχειρήσεις εντός του πλαισίου της. Μπορούμε να δούμε με τον τρόπο αυτόν την εμφάνιση δράσεων από νέες δημιουργικές κοινότητες, οι οποίες ήταν κατά μια έννοια κρυμμένες μέχρι σήμερα. Η πόλη, επομένως, και ιδιαίτερα οι φτωχές συνοικίες ή περιοχές που μέχρι πρόσφατα ήταν στο περιθώριο, αποτελούν το πλέον πρόσφορο έδαφος για να αναπτυχθούν ιδέες, καλλιτεχνικές και πολιτισμικές δραστηριότητες και καινούργιες αγορές. Αυτές ακριβώς, είναι οι αγορές που θα υποστηρίξουν –σε μια συνεχή αλληλεπίδραση– την ανάπτυξη του πολιτιστικού έργου, καθώς, χάρη στη συλλογική και δημιουργική πρωτοβουλία, αναπτύσσεται όλη η περιοχή. Χαρακτηριστικότερα παραδείγματα για την περίπτωση της Αθήνας είναι το Γκάζι, το Μεταξουργείο και ο Κεραμεικός.



Εικόνα 5.1 Αποψη του χώρου της Γλυπτοθήκης Αθηνών (Άλσος Στρατού, Γουδή) με τμήμα από το έργο «Ζευγάρι» της Μπέλλας Ραφτοπούλου (Πηγή: Γιώργος Κορδονούλης).



Εικόνα 5.2 «Το 10^ο Γράμμα»: Έργο από την εικαστική new media art έκθεση του Χρήστου Προσύλη “Τα 8 Γράμματα.” (2015), εμπνευσμένη από την Πυθαγόρεια αριθμολογία. Μικτή τεχνική που περιλαμβάνει video art installation, κείμενα, net art, performance και χρηστικά καθημερινά αντικείμενα (Πηγή: Χρήστος Προσύλης).

5.3 Η πολιτιστική πολιτική

Είναι σημαντικό να κατανοήσουμε τον τρόπο με τον οποίο έχει πλέον εξελιχθεί η πολιτιστική πολιτική. Η ίδια κατέχει ιδιαίτερη σημασία σε επίπεδο διπλωματίας, γεγονός που επιβεβαιώνει ο διεθνής όρος πολιτιστική διπλωματία (cultural diplomacy – αναφέρουμε σχετικά παρακάτω το παράδειγμα του Φεστιβάλ Ελληνικού Κινηματογράφου Λονδίνου). Στις μέρες μας, ο πολιτισμός διαμορφώνει ξεκάθαρα συμπεριφορές και πολιτικές, αλλά και την ταυτότητα των πολιτών ως προς την αίσθηση της εθνικής πολιτιστικής ταυτότητας, καθώς και τη σχέση μ’ αυτό που ονομάστηκε παγκοσμιοποίηση και σύγχρονη πολυπολιτισμική κοινωνία. Το γεγονός αυτό, μάλιστα, συχνά διαχωρίζει τις πολιτισμικές από τις δημιουργικές εν γένει βιομηχανίες.

Σήμερα, η καινοτομία φέρεται ως το κορυφαίο στοιχείο της οικονομικής ανάπτυξης, αν και οι παραδοσιακές πολιτιστικές βιομηχανίες φαίνεται συχνά να αντιστέκονται στις αλλαγές. Ωστόσο, περιπτώσεις όπως αυτές του πολιτιστικού τουρισμού, της προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς, της λαϊκής και παραδοσιακής τέχνης, ακόμα και του σύγχρονου πολιτιστικού προϊόντος, συνηθίζεται στις περισσότερες χώρες να προστατεύονται ακόμα και από τα θεσμικά όργανα του κράτους. Σε επίπεδο πολιτισμικής διαχείρισης, αποτελεί από τα πιο σημαντικά βήματα κρατικής παρέμβασης για την προστασία του τοπικού πολιτιστικού προϊόντος, γεγονός που αναδεικνύει και τη σοβαρότητα του πράγματος. Οι καιροί έχουν αλλάξει και η παγκοσμιοποίηση δεν είναι πλέον μια δύναμη που μπορεί να αγνοηθεί. Με άλλα λόγια, οι παραγωγοί και οι διαχειριστές του πολιτιστικού προϊόντος δεν μπορούν πλέον να αποφεύγουν την αλλαγή. Το Διαδίκτυο έχει επιφέρει τεράστια αναστάτωση σε επιχειρηματικά μοντέλα, συμπεριλαμβανομένης της πολιτισμικής-καλλιτεχνικής δημιουργίας και της διαχείρισής της.

Κατά γενική παραδοχή, από την άποψη της διαχείρισης, μια ευρύτερη αξιολόγηση του οικονομικού αντίκτυπου των πολιτιστικών δράσεων και προϊόντων αποτελεί το κλειδί για να αποκτήσουμε μια πληρέστερη εικόνα των πραγματικών επιπτώσεων του πολιτισμού στην τοπική κοινωνία και στο ευρύτερο κοινωνικοπολιτικό σύστημα στο οποίο η τοπική κοινωνία ανήκει. Αυτό δεν πρέπει να συγχέεται μ' αυτήν καθ'αυτήν τη δημιουργία του πολιτιστικού προϊόντος και τον ευρύτερο σοβαρό πολιτισμικό και κοινωνικό ρόλο του καλλιτέχνη-δημιουργού. Η οικονομική αξία της πολιτιστικής δημιουργίας εκτιμάται επίσης από τον βαθμό στον οποίο οι διάφοροι φορείς της εν λόγω κοινωνίας είναι πρόθυμοι να επενδύσουν στον πολιτισμό, είτε πρόκειται για δημόσιες υπηρεσίες είτε για ιδιωτικές εταιρείες που αναγνωρίζουν τις ουσιαστικές δυνατότητες του πολιτιστικού προϊόντος και της τέχνης με την ευρύτερη έννοια, και, γενικότερα, τα πραγματικά οφέλη τα οποία παρέχει ο πολιτισμός. Τα παραπάνω ζητήματα μπορούν να αντιμετωπιστούν πλέον μόνο με στενή διεθνή συνεργασία. Διεθνείς οργανισμοί όπως ο Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), η European Statistics (Eurostat) και η United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco), καθώς ακόμη και διάφορες άλλες επαγγελματικές ενώσεις και εθνικές Αρχές, συνεργάζονται πλέον προκειμένου να αξιοποιήσουν πλήρως τον πολιτισμό και να αποδώσουν μ' αυτόν τον τρόπο τα μέγιστα για τη δημιουργική πολιτιστική δραστηριότητα στις οικονομίες και τις κοινωνίες μας.

5.4 Οι συνδέσεις

Απόπειρες να συνδεθεί η ανάπτυξη των δημιουργικών-πολιτισμικών βιομηχανιών με τις τοπικές κοινότητες ή πόλεις πραγματοποιήθηκαν από διάφορες πλευρές ιδιαίτερα στην πρώτη δεκαετία του 21ου αιώνα. Δράσεις διαφορετικής εμβέλειας, από μικρή, όπως για παράδειγμα ένα τοπικό πολιτιστικό φεστιβάλ, μέχρι εξαιρετικά μεγάλη, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, επιχειρήθηκαν έντονα να συνδεθούν με το τοπικό στοιχείο με ποικίλους τρόπους. Με τον τρόπο αυτόν, και λόγω της ενίσχυσης του παγκόσμιου ανταγωνισμού, η καινοτομία στον σχεδιασμό των υπηρεσιών δεν είναι απλώς επιθυμητή πλέον αλλά μάλλον υποχρεωτική. Ωστόσο, παρατηρείται γενικά μια έλλειψη συστηματικής προσέγγισης, η οποία να καλύπτει τον σχεδιασμό των υπηρεσιών του πολιτιστικού και δημιουργικού καλλιτεχνικού περιβάλλοντος.

Η ανάπτυξη της λεγόμενης δημιουργικής-πολιτιστικής βιομηχανίας είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με το κοινωνικοπολιτικό πλαίσιο της τοπικής κοινωνίας, το ευρύτερο σύστημα του κράτους και του Δημοσίου, καθώς και με μια κρίσιμη προοπτική, η οποία αναδεικνύει –ή όχι– την πολιτιστική ανάπτυξη που μπορεί να υποστηριχθεί μέσω της πολιτιστικής πολιτικής (πολιτιστικής διπλωματίας, αν αναφέρεται ως δράση σε τρίτες χώρες). Η άνοδος της οικονομίας της γνώσης και η ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ της γνώσης και της δημιουργικότητας εν γένει, αποτελούν πλέον βάση για τη δημιουργική ανάπτυξη. Επιπλέον, η φύση της απασχόλησης στον τομέα των πολιτιστικών υπηρεσιών, αλλά και το μοντέλο οργάνωσης των πολιτιστικών προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται και παράγονται είναι καίρια ζητήματα. Το σύστημα το οποίο περιγράφεται διασυνδέεται πλήρως με τη δυναμική μιας νέας οικονομίας, η οποία εδράζεται όλο και περισσότερο σε μια βάση ενημέρωσης και ανταλλαγής πληροφοριών, παγκόσμιας και δικτυωμένης.

Σε αντίθεση με το διεθνές εμπόριο, οι λεγόμενες πολιτιστικές βιομηχανίες «...χρησιμοποιούν τη δημιουργικότητα, την πολιτιστική γνώση και την πνευματική ιδιοκτησία, για την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών με κοινωνική και πολιτιστική σημασία» (Foord, 2008, σελ. 95· Unesco, 2005). Κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, υπήρξε μια προσπάθεια ενημέρωσης σε παγκόσμιο επίπεδο αναφορικά μ' αυτήν την πολιτιστική πολιτική. Η πολιτιστική ανάπτυξη, η οποία αναπτύχθηκε ιδιαίτερα, παρά την ασαφή, αλλά υπαρκτή απειλή της παγκοσμιοποίησης, της διαδικτύωσης και του ψηφιακού πολιτισμού εν γένει απέναντι στην τοπική πολιτιστική ταυτότητα και τα πολιτιστικά δικαιώματα, αποτελεί γεγονός.

Στην πράξη, το γεγονός αυτό συνεπάγεται ότι, σε επίπεδο τοπικών κοινωνιών, Ακαδημαϊκών Ιδρυμάτων (Πανεπιστημίων, Σχολών κ.λπ.) και κυβερνήσεων, η ιδιωτική πρωτοβουλία ταυτόχρονα με την κρατική μέριμνα και υποστήριξη, αναγνωρίζει ότι η νέα πραγματικότητα αποζητά νέες οπτικές και λύσεις, σχετικά με τις λεγόμενες πολιτιστικές βιομηχανίες, με την ευρεία χρήση του όρου. Αυτές οι ιδιωτικές και δημόσιες πολιτιστικές πλατφόρμες εντός της κοινωνίας, παράγουν πολιτισμό, γνώση και υλικό πλούτο, ενώ παράλληλα θεμελιώνουν την πολιτιστική ταυτότητα της κοινότητας μέσα στον παγκόσμιο ιστό. Οι εν λόγω πολιτιστικές μορφές, από τις πιο μικρές μέχρι τις πιο σύνθετες, απαρτίζουν μέρος της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας, και δικαιολογημένα συνιστούν ταυτόχρονα αποδέκτες οικονομικών δράσεων, οι οποίες αποζητούν διαχείριση παράλληλα με τη διαχείριση του πολιτιστικού προϊόντος.

5.5 Το παράδειγμα του Φεστιβάλ Ελληνικού Κινηματογράφου Λονδίνου

Το παράδειγμα του Φεστιβάλ Ελληνικού Κινηματογράφου Λονδίνου αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα πολιτιστικής δράσης η οποία, ενώ βασίζεται σε ένα διεθνές πολυπολιτισμικό περιβάλλον, προάγει μια ελληνική πολιτιστική βιομηχανία η οποία εδράζεται όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά σε ολόκληρο τον κόσμο (Εικόνα 5.3). Το στοιχείο της παγκοσμιοποίησης ζυμώνεται μέσα στην εθνική πολιτιστική ταυτότητα, και εξάγεται ένα πολιτιστικό προϊόν στον παγκόσμιο ιστό μέσα από έναν διεθνή κόμβο, με σκοπό να προωθηθεί όχι μόνο το πολιτιστικό προϊόν αυτό καθαυτό, αλλά και το γενικότερο θετικό πρόσωπο της Ελλάδας στο εξωτερικό, μέσα από τη σύγχρονη ελληνική κινηματογραφική δημιουργία, σε όλες της τις μορφές.

Ένα σημαντικό ζήτημα, επομένως, στο παράδειγμα του Φεστιβάλ Ελληνικού Κινηματογράφου Λονδίνου είναι ο τοπικός του χαρακτήρας. Το Φεστιβάλ, με έδρα και πεδίο δράσης το Λονδίνο, έχει να αντιμετωπίσει πρακτικά θέματα που αναπόφευκτα σχετίζονται με τη Μεγάλη Βρετανία και την τοπική νομοθεσία, την τοπική γραφειοκρατία, το δεδομένο οικονομικοπολιτικό περιβάλλον του Λονδίνου και την ανταγωνιστική πολιτιστική δραστηριότητά του. Από την άλλη, ως φορέας με πολιτιστική δραστηριότητα εθνικού χαρακτήρα, έχει να αντιμετωπίσει και πρακτικά θέματα που προκύπτουν από την πολιτιστική δημιουργία στην Ελλάδα, καθώς επίσης και από την πολιτιστική δημιουργία ελληνικού ενδιαφέροντος από ολόκληρο τον κόσμο. Ταινίες και σενάρια έχουν καταταθεί, άλλωστε, στο Φεστιβάλ από διάφορες χώρες, όπως από τις ΗΠΑ, την Αυστραλία, τη Γερμανία, την Κύπρο, τη Γαλλία, το Μεξικό και τη Νότια Αφρική. Πώς λύθηκαν τα παραπάνω ζητήματα, ώστε να λειτουργήσει αποτελεσματικά ο μηχανισμός του Φεστιβάλ; Η απάντηση δόθηκε σε τρία επίπεδα, μετά από σχετική ερευνητική δουλειά: με ένα τριπλό business plan, ένα για το τοπικό περιβάλλον του Λονδίνου, ένα για την Ελλάδα και ένα παγκόσμιο.

Η μεγάλη γραφειοκρατία της Ελλάδας, η έλλειψη οικονομικών πλάνων και υποστήριξης ανάλογων projects από την ελληνική πολιτικοοικονομική πραγματικότητα, καθώς και η έλλειψη εμπειρίας σε ανάλογα projects, αντισταθμίστηκαν με τον τρόπο αυτόν με ένα τριπλό σχέδιο ταυτόχρονης λειτουργίας, που εφάρμοσε ότι καλύτερο ήταν διαθέσιμο από τεχνολογική και διαχειριστική άποψη εκείνη την εποχή (2007-2008) και εξελίχθηκε στο έπακρο στη συνέχεια. Δόθηκε από την αρχή ειδικό βάρος στη χρήση του Διαδικτύου και των νέων τεχνολογιών, πέρα από την ανάπτυξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που είχαν αρχίσει να εξελίσσονται πλέον. Στο πλαίσιο αυτό, δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή στις νέες τεχνολογίες, όπως για παράδειγμα στις online business management platforms, στη νέα φιλοσοφία ενημέρωσης του κοινού και των επαγγελματιών του χώρου, καθώς και στη διαχειριστική υποστήριξη της όλης δράσης με νέες τεχνολογίες (π.χ. του τρόπου κατάθεσης των ταινιών ή του τρόπου πληρωμής για τις διάφορες συναλλαγές). Είναι από τις περιπτώσεις της απόλυτης σχεδόν προσαρμογής στα νέα δεδομένα, με αξιοποίηση όλων των νέων δυνατοτήτων που προσφέρονται. Για παράδειγμα, επιλέχθηκε το «work from home» business model, που εκμεταλλεύεται πλήρως τις νέες δυνατότητες της τεχνολογίας και δίνει την ευκαιρία σε συνεργάτες από διάφορα μέρη του κόσμου να εμπλακούν στη δημιουργική και διαχειριστική διαδικασία, και μάλιστα σε διαφορετικές ώρες και μέρες.

Σε γενικές γραμμές, η επιτυχία του Φεστιβάλ που ξεκίνησε το 2008 και συνεχίζεται σταθερά κάθε χρόνο, παρά τις όποιες ενδεχόμενες αντιξοότητες στο ευρύτερο πλαίσιο της ελληνικής τοπικής κοινωνίας, στηρίζεται στο γεγονός ότι ήταν και παραμένει το «διεθνές σημείο συνάντησης για το ελληνικό φιλμ από όλον τον κόσμο», έχει αυτοδιαχείριση και αυτάρκεια, είναι πλήρως προσαρμοσμένο στις συνθήκες της πόλης του Λονδίνου, και πλήρως εναρμονισμένο, αφενός με τις παγκόσμιες τεχνολογικές και κινηματογραφικές εξελίξεις, και, αφετέρου, με τις τοπικές εξελίξεις στην Ελλάδα, παρακολουθώντας παράλληλα την ανάπτυξη της ελληνικής πολιτιστικής βιομηχανίας. Είναι χαρακτηριστικό το σχόλιο του Γραφείου Τύπου της Πρεσβείας της Ελλάδος στο Λονδίνο για το εν λόγω Φεστιβάλ: «αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά γεγονότα πολιτιστικής διπλωματίας της χώρας, στη Μεγάλη Βρετανία».

Website: www.londongreekfilmfestival.com

Short url: www.lgff.org

9th annual

London Greek Film Festival

the international meeting point for Greek film from across the world

Screenings & Events @ Theatro Technis in London [NW1]



15-21 May 2016

9ο ετήσιο
Φεστιβάλ Ελληνικού Κινηματογράφου Λονδίνου

15-21 Μαΐη 2016

το διεθνές σημείο συνάντησης για το ελληνικό φιλμ από όλο τον κόσμο

Εικόνα 5.3 Αφίσα του Φεστιβάλ Ελληνικού Κινηματογράφου Λονδίνου του 2016 (πηγή: Χρήστος Προσύλης)

Ασκήσεις / Ερωτήσεις Κατανόησης

Από το 2016, η Διεύθυνση του Φεστιβάλ αποφάσισε να αλλάξει εποχή διενέργειας της πολιτιστικής δράσης. Έτσι από τον Οκτώβριο ή τον Νοέμβριο κάθε έτους, μεταφέρεται τον Μάιο. Περιγράψτε δύο ή τρεις από τις πιο σημαντικές αλλαγές, που κατά τη γνώμη σας, ενδεχομένως θα πρέπει να λάβει υπόψη η Καλλιτεχνική Διεύθυνση του Φεστιβάλ, σε σχέση με την πολιτιστική διαχείριση της δράσης. Οι αλλαγές αυτές, θα πρέπει να εστιάζουν σε θέματα που αφορούν: α) την Ελλάδα, β) το Λονδίνο και γ) τον Παγκόσμιο Ιστό.

Ενδεικτική Βιβλιογραφία

- Bennett, T. (1999). *Culture: A Reformer's Science*. Sydney: Allen and Unwin.
- Bilton, C. (2007). *Management and Creativity: from Creative Industries to Creative Management*. Malden MA: Blackwell.
- Γκαντζιάς, Γ. (2010). *Πολιτιστική Πολιτική, Χορηγία και Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη*. Αθήνα: Παπασωτηρίου.
- Caves, R. E. (2000). *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge and London: Harvard University Press.
- Craik, J. (2007). *Re-Visioning Arts and Cultural Policy: Current Impasses and Future Directions*. Canberra: ANU Press.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Foord, J. (2008). Strategies for creative industries: an international review. *Creative Industries Journal Vol. 1*, No 2, 91-113. doi: 10.1386/cij.1.2.91/1
- Gielen, P. (2013). *Creativity and other Fundamentalisms*. Amsterdam: Mondriaan Fund.
- Hesmondhalgh, D. (2007). *The Cultural Industries* (2nd ed.). London: SAGE.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. London: Penguin.
- Karaiskou, V. (Υπό εκτύπωση). *Uses and Abuses of culture: Greece 1974-2010*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Τζανάκης, Δ. (2015). Εξωτερική πολιτική: Η πολιτιστική διάσταση και η περίπτωση της Ελλάδας. Στο Σ. Αντωνιάδου, Ε. Μαυραγάνη & Ι. Πούλιος (Επιμ.), *Πολιτισμός και Προοπτική: Η Σημασία της Στρατηγικής σε Τέσσερις Τομείς του Πολιτισμού* (σελ. 41-51). Αθήνα: Καστανιώτης.
- Towse, R. (2002). Review of the book *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*, by R. E. Caves. *Journal of Political Economy*, 110, 234-237.
- Unesco. (2005). *Asia-Pacific Creative Communities: a Strategy for the 21st Century. The Jodhpur Initiatives*. Bangkok: Unesco Bangkok.
- Van Heur, B. (2010). *Creative Networks and the City: towards a Cultural Political Economy of Aesthetic Production*. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Yúdice, G. (2003). *The Expediency of Culture: Uses of Culture in the Global Era*. Durham and London: Duke University Press.
- Zukin, S. (2014, 24 Ιανουαρίου). Postcard-perfect: the big business of city branding. *The Guardian*. Ανακτήθηκε 15 Μαΐου, 2015, από <http://www.theguardian.com/cities/2014/may/06/postcard-perfect-the-bigbusiness-of-city-branding>.

Κεφάλαιο 6 - Τουρισμός, πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη

Ιωάννης Πούλιος – Σμαράγδα Τουλούπα *

Σύνοψη

Αρχικά, παρουσιάζεται η έννοια του τουρισμού, καθώς και η σύνδεσή του με τις έννοιες «πολιτισμική διαχείριση», «τοπική κοινωνία» και «βιώσιμη ανάπτυξη». Διατυπώνονται ορισμένες καλές πρακτικές σε διεθνές επίπεδο, με έμφαση στη «Χάρτα του Διεθνούς Πολιτισμικού Τουρισμού: Διαχείριση του Τουρισμού σε Τόπους Πολιτισμικής Σημασίας». Στη συνέχεια παρουσιάζεται η ελληνική πραγματικότητα. Ειδικότερα, περιγράφεται το ισχύον μοντέλο τουριστικής πολιτικής και ανάπτυξης που βασίζεται στο «κλασικό ιδεώδες», με αναφορά στην Αθήνα (χώρο κλασικής αρχαιότητας) και Μετέωρα (χώρο βυζαντινής αρχαιότητας). Στο πλαίσιο του μοντέλου αυτού, ο ρόλος του κράτους είναι ιδιαίτερα ισχυρός και κατ'επέκταση ο ρόλος της τοπικής κοινωνίας σαφώς περιορισμένος. Κατόπιν, σκιαγραφούνται εναλλακτικές προσεγγίσεις που απομακρύνονται από το «κλασικό ιδεώδες» και εστιάζουν σε ατομικές, εναλλακτικές εμπειρίες, με αναφορά σε ένα «γκράφιτι τουρ» στην Αθήνα. Οι εναλλακτικές αυτές προσεγγίσεις είναι λιγότερο εξαρτημένες από το κράτος καθώς σχεδιάζονται και υλοποιούνται από μέλη της τοπικής κοινωνίας. Τέλος, διατυπώνονται προτάσεις για τη σύνδεση της ελληνικής πραγματικότητας με τη διεθνή εμπειρία, με αναφορά στην τρέχουσα περίοδο της κρίσης, προς έναν διαφορετικό ρόλο του κράτους: αυτόν του συντονιστή και εγγραφή ευρύτερων συνεργασιών.

Λέξεις-κλειδιά

Τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, τοπική κοινωνία, βιώσιμη ανάπτυξη, αυθεντικότητα, εμπειρία, κλασικό ιδεώδες, εναλλακτικές ξεναγήσεις/τουρ

6.1 Τουρισμός

Ο όρος «τουρισμός» επιδέχεται πολλές ερμηνείες, ανάλογα με την οπτική από την οποία προσεγγίζεται (Πούλιος & Τουλούπα, υπό δημοσίευση [β]). Αρχικά, μπορεί να οριστεί ως ένα σύνολο σχέσεων και γεγονότων, σε συνάφεια με τη μετακίνηση και την παραμονή των ατόμων εκτός του τόπου της συνήθους κατοικίας τους και χωρίς οικονομικά κίνητρα (Βλάχος, 2013, σελ. 24-25). Επιπρόσθετα, είναι εφικτό να εννοηθεί ως μια εξίσωση της μορφής «ελεύθερος χρόνος + ικανό εισόδημα + θετικές επιπτώσεις σε τοπικό επίπεδο», ως μια μορφή κοινωνικής αποδοχής και καταξίωσης την οποία κερδίζει ο τουρίστας όταν ταξιδεύει και προς την οποία τον ενθαρρύνει ο κοινωνικός του περίγυρος (Walker & Carr, 2013, σελ. 20). Ακόμη, ως τουρισμό μπορούμε να ορίσουμε την εμπορευματοποίηση του χώρου, του πολιτιστικού τοπίου, των ανθρώπων και των σχέσεών τους (Greenwood, 1989).

6.2 Τουρισμός, πολιτισμική διαχείριση και τοπική κοινωνία

Ο τουρισμός δεν είναι απλώς «ένα σύνολο επιχειρηματικών δραστηριοτήτων», αλλά «ένα ιδεολογικό μόρφωμα ιστορίας, φύσης και παράδοσης» (MacCannell, 1992, σελ. 1), το οποίο σε μεγάλο βαθμό βασίζεται σε προσωπικές αντιλήψεις και βιώματα μέσα σ' αυτό το «εργοστάσιο ονείρων» (Hennig, 1997· Τουλούπα, 2010). Σε θεωρητικό επίπεδο, η σύνδεση του τουρισμού με την πολιτισμική διαχείριση πραγματώνεται μέσω της έννοιας της «αυθεντικότητας», η προσέγγιση της οποίας είναι κοινή και για τους δύο κλάδους (Πούλιος & Τουλούπα, υπό δημοσίευση [β]). Η έννοια της αυθεντικότητας έχει τις ρίζες της σε μια αίσθηση διαρκούς νοσταλγικής αναζήτησης του παρελθόντος στο παρόν, η οποία διακατέχει τη δυτική κοινωνία και οφείλεται

* Ιωάννης Πούλιος: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο – Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου – UNESCO School on Sustainable Energy Governance in World Heritage Sites
Σμαράγδα Τουλούπα: Ξεναγός και διαπιστευμένη εκπαιδευτρια της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Ξεναγών σε τεχνικές ξενάγησης

στις ταχύτατες οικονομικο-κοινωνικο-πολιτικές μεταβολές των τελευταίων αιώνων, όπως για παράδειγμα τη Μεταρρύθμιση, την Αντιμεταρρύθμιση, τη Γαλλική Επανάσταση και τη Βιομηχανική Επανάσταση. Η αίσθηση αυτή προκαλεί μια έντονη επιθυμία και νοσταλγία για ένα μακρινό παρελθόν αναλλοίωτο, εξιδανικευμένο και μοναδικό –δηλαδή «αυθεντικό». Στο πλαίσιο αυτό, ο κλάδος της πολιτισμικής διαχείρισης γεννήθηκε στη Δυτική Ευρώπη με βασικό στόχο τη διατήρηση της υλικής κληρονομιάς του παρελθόντος από την απώλεια και την καταστροφή που συντελείται λόγω των κοινωνικών διεργασιών στο εκάστοτε παρόν (Jones, 2006, σελ. 121 Matero, 2004, σελ. 69·Πούλιος, 2015β Ucko 1994, σελ. 261-263, 2000·Walderhaug-Saetersdal, 2000, σελ. 163-180· κεφάλαιο «Διαχείριση υλικής πολιτισμικής κληρονομιάς, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη» στο παρόν σύγγραμμα). Και ο κλάδος του τουρισμού γεννήθηκε στη Δυτική Ευρώπη μέσω του Grand Tour των αριστοκρατών περιηγητών τον 16ο αιώνα, στο πλαίσιο μιας άκρατης ρομαντικής θεώρησης και αναζήτησης του παρελθόντος.

Η σύνδεση τουρισμού και πολιτισμικής διαχείρισης εξελίχθηκε στο πέρασμα του χρόνου ως εξής: Πρώτον, ως δραστηριότητα μαζικής κλίμακας, ο τουρισμός αναδύθηκε ουσιαστικά από τη θεσμοθέτηση του ελεύθερου χρόνου και τη δημιουργία μιας ευρείας μεσαίας τάξης, καθώς και από την εξέλιξη των ταξιδιωτικών μέσων τον 19ο και τον 20ό αιώνα, για να καταλήξει στη σημερινή μαζική αναζήτηση και κατανάλωση νέων, διαφορετικών εμπειριών, μέσα από «το βλέμμα του τουρίστα», που καταναλώνει τη διαφορετικότητα (Urry, 1990) και οδηγεί σε μια «παγκόσμια μονοκαλλιέργεια» (MacCannell, 1992, 1999), η οποία συνιστά μια νέα μορφή ιμπεριαλισμού και αποικιοκρατίας (Nash, 1989). Ο πολιτισμός –ιδίως η πολιτισμική κληρονομιά– προσφέρει αυτές ακριβώς τις διαφορετικές εμπειρίες προς τουριστική κατανάλωση.

Δεύτερο στάδιο στη σύνδεση τουρισμού και πολιτισμικής διαχείρισης είναι το ακόλουθο. Κατά τις τελευταίες δεκαετίες, ο τουρίστας-πελάτης τείνει να απομακρύνεται από μαζικές εμπειρίες και να κατευθύνεται προς ατομικές, εναλλακτικές «εμπειρίες», σε ένα μεταμοντέρνο πλαίσιο. Η εμπειρία, σε αντιδιαστολή με την υπηρεσία, είναι μια προσωπική, βιωματική, ιδιαίτερα ισχυρή σχέση, που βασίζεται στο συναίσθημα, εντυπώνεται στη μνήμη και αναπτύσσεται μεταξύ επιχείρησης και πελάτη (Gilmore & Pine, 1999·Schmitt, 1999, σελ. 25, 2003). Το μοντέλο σχεδιασμού εμπειριών έχει άμεση εφαρμογή στην τουριστική βιομηχανία, σε σύνδεση και με την πολιτισμική διαχείριση (Πούλιος, 2015β Poullos, Nastou & Kourgiannidis, υπό δημοσίευση Poullos & Senteris, υπό δημοσίευση). Στην παροχή αυτών των ατομικών εναλλακτικών «εμπειριών», σημαντικό ρόλο παίζουν τα μέλη της τοπικής κοινωνίας, οι ντόπιοι (Touloupa & Poullos, υπό δημοσίευση). Οι ντόπιοι φαίνονται –τουλάχιστον στα μάτια του τουρίστα– σε μεγάλο βαθμό απομακρυσμένοι από ή και αμέτοχοι στην τυποποίηση της κυρίαρχης κρατικής πολιτικής και αφήγησης, ενώ φαντάζουν πιο κοντά σε μια εναλλακτική και γνήσια αφήγηση· ο ντόπιος αντιπροσωπεύει την ατομική και «αυθεντική» φωνή. Επίσης, ο ντόπιος μπορεί να αλληλεπιδράσει με τον τουρίστα, καλλιεργώντας μια οικεία διάδραση, την οποία ο τουρίστας δεν θα είχε την ευκαιρία να βιώσει, ιδίως εάν ταξιδεύει σε μεγάλες ομάδες. Τέλος, για τον τουρίστα-ταξιδιώτη που έχει πολύ περιορισμένο χρόνο στη διάθεσή του να ανακαλύψει μια περιοχή, η επαφή με τον ντόπιο τού προσφέρει μια «σύνοψη» της πραγματικής-καθημερινής ζωής, αυτή της τοπικής κοινωνίας.

6.3 Τουρισμός, πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη

Η πολιτισμική κληρονομιά αποτελεί ισχυρό πόλο έλξης για τους τουρίστες, με χαρακτηριστικό παράδειγμα τους Χώρους Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Unesco, οι οποίοι σε πολλά κράτη «αντιμετωπίζονται ευρέως ως διάλογο εισροής εισοδήματος για την ανακούφιση από την «απόλυτη φτώχεια» (Butler & Rowlands, 2012, σελ. 140-141). Ως εκ τούτου, ο τουρισμός αναγνωρίζεται ως ισχυρός παράγοντας στις πρακτικές διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς (Iccrom, 2006). Από τη μια πλευρά, μπορεί να διασφαλίσει την απαραίτητη χρηματοδότηση για τη βιωσιμότητα της πολιτισμικής κληρονομιάς και να υπηρετήσει με άμεσο τρόπο την κοινωνική και οικονομική ενδυνάμωση και χειραφέτηση των τοπικών κοινωνιών (Baram & Rowan, 2004 Mowforth & Munt, 2003· Timothy & Boyd, 2003 Walker & Carr, 2013). Από την άλλη πλευρά, μπορεί να θέσει σε κίνδυνο την πολιτισμική κληρονομιά, καθώς και τη σχέση των τοπικών κοινωνιών με αυτήν, μέσω της εμπορευματοποίησης και της αλλοίωσης του χαρακτήρα της και των στοιχείων (υλικών και άυλων) που την απαρτίζουν. Χαρακτηριστικοί, ως προς τους κινδύνους για την πολιτισμική κληρονομιά και την τοπική κοινωνία, είναι δύο παράγοντες, οι οποίοι επηρεάζουν με τρόπο αποφασιστικό τη σημερινή πραγματικότητα της τουριστικής βιομηχανίας σε τοπικό επίπεδο: α) Οι διεθνείς τουριστικοί πράκτορες (tour operators) έχουν γίνει κυρίαρχοι της διακίνησης των τουριστών, ενώ παράλληλα επιβάλλουν τις συνθήκες και τις τάσεις που τους εξυπηρετούν, με συνέπεια να ασκούν πίεση σε τοπικό οικολογικό, αρχιτεκτονικό, οικονομικό, κοινωνικό και εργασιακό επίπεδο

www.unep.org/resourceefficiency/Business/SectoralActivities/Tourism/Activities/SupportingGovernments/ta/bid/78810/Default.aspx). Ένα ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό της τουριστικής πληρωμής διαφεύγει από την εκάστοτε χώρα και τον τοπικό πληθυσμό, λόγω της υψηλής εξάρτησης απ' αυτούς, αλλά και λόγω των εισαγωγών προϊόντων από τη χώρα και της παρουσίας ξένων επενδυτών πίσω από το τουριστικό προϊόν. Το φαινόμενο αυτό παρατηρείται και στην Ελλάδα (Μπονάρου, 2012, σελ. 299). β) Κατά τη δεκαετία του '90, γιγαντώθηκε ο τουρισμός μέσω της κρουαζιέρας, δημιουργώντας πρωτοφανείς μαζικές μετακινήσεις και «εισβολή» τουριστών σε πολιτιστικούς χώρους, η οποία δύναται να οδηγήσει σε δραματική αλλοίωση του τοπίου, αλλά και της εμπειρίας, δεδομένου του άκρατου καταναλωτισμού και με βάση την ανεπάρκεια ρυθμίσεων που ενδέχεται να προκύψει. Οι περιπτώσεις συμφόρησης σε αρχαιολογικούς χώρους στην Ελλάδα, όπως στην Ακρόπολη Αθηνών, τα πρωινά της περιόδου υψηλής επισκεψιμότητας έχουν πληθύνει και θέτουν σε κίνδυνο τα μνημεία, ενώ συγχρόνως υποβαθμίζουν σε σημαντικό βαθμό την εμπειρία των τουριστών. Επίσης, η άμετρη ανοικοδόμηση σε δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, όπως τα νησιά, με πρωταρχικά παραδείγματα στην Ελλάδα τη Μύκονο και τη Σαντορίνη, έχουν προκαλέσει ανεπανόρθωτη αλλοίωση, αφενός του τοπίου και αφετέρου του τοπικού κοινωνικού ιστού (Πούλιος & Τουλούπα, υπό δημοσίευση [β]).

6.4 Διεθνής εμπειρία: καλές πρακτικές

Προκειμένου να συνδεθούν οι έννοιες του τουρισμού και της πολιτισμικής διαχείρισης με τον βέλτιστο δυνατό τρόπο, έχει διατυπωθεί μια σειρά από καλές πρακτικές σε διεθνές επίπεδο, κυριότερες από τις οποίες θεωρούνται οι εξής:

α) Η «Χάρτα του Διεθνούς Πολιτισμικού Τουρισμού: Διαχείριση του Τουρισμού σε Τόπους Πολιτισμικής Σημασίας» / International Cultural Tourism Charter: Managing Tourism at Places of Heritage Significance (Icomos, 1999), στην οποία διατυπώνονται οι εξής βασικές αρχές:

- Ο εσωτερικός και ο διεθνής τουρισμός αποτελούν μέσα πολιτιστικών ανταλλαγών. Επομένως, θα πρέπει να παρέχονται στους επισκέπτες ευκαιρίες για άμεση γνωριμία και κατανόηση της πολιτισμικής κληρονομιάς των τοπικών κοινοτήτων.
- Η σχέση μεταξύ των πολιτιστικών τόπων και του τουρισμού είναι δυναμική και μπορεί να εμπειρέχει συγκρουόμενες αξίες. Η διαχείριση της σχέσης αυτής θα πρέπει να εξασφαλίζει τη βιωσιμότητα των πολιτιστικών τόπων για τις παρούσες και τις μελλοντικές γενιές.
- Ο τουριστικός σχεδιασμός οφείλει να προστατεύει και να προάγει τα χαρακτηριστικά της φυσικής και της πολιτισμικής κληρονομιάς.
- Η διαχείριση και ο τουριστικός σχεδιασμός σε πολιτιστικούς τόπους θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι η εμπειρία του επισκέπτη θα είναι αξιόλογη, πλούσια σε περιεχόμενο και ευχάριστη.
- Η διαχείριση και ο τουριστικός σχεδιασμός σε πολιτιστικούς τόπους θα πρέπει να εμπλέκουν την τοπική κοινωνία.
- Η διαχείριση και ο τουριστικός σχεδιασμός σε πολιτιστικούς τόπους θα πρέπει να εστιάζουν σε δραστηριότητες που αποφέρουν οφέλη στην τοπική κοινωνία.

β) Η Χάρτα της Μάλτας για τον Διεθνή Πολιτισμικό Τουρισμό / The Malta Declaration on Cultural Tourism: Its Encouragement and Control (Europa Nostra, 2006), η οποία προσυπογράφει την παραπάνω Χάρτα και καλεί το σύνολο των εμπλεκόμενων φορέων σε τοπικό, κρατικό και ευρωπαϊκό επίπεδο να την υιοθετήσουν προς την κατεύθυνση της βιώσιμης ανάπτυξης.

γ) Το Πρόγραμμα για την Παγκόσμια Πολιτιστική Κληρονομιά και τον Βιώσιμο Τουρισμό / World Heritage and Sustainable Tourism Programme (Unesco, 2011), με πλάνο δράσης την περίοδο 2013-2015, το οποίο επικεντρώνεται σε χώρους Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Unesco.

6.5 Ελληνική πραγματικότητα

6.5.1 Το «κλασικό ιδεώδες»

Θεωρητικό πλαίσιο

Το μοντέλο τουριστικής πολιτικής και ανάπτυξης στη χώρα μας βασίζεται στο «κλασικό ιδεώδες», ενταγμένο στη γενικότερη φιλοσοφία προστασίας της πολιτισμικής κληρονομιάς στην Ελλάδα στη βάση του «υλικοκεντρικού» μοντέλου (βλ. κεφάλαιο «Διαχείριση υλικής πολιτισμικής κληρονομιάς, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη» στο παρόν σύγγραμμα). Η εστίαση στο «κλασικό ιδεώδες» ήταν ήδη εμφανής από το Grand Tour των αριστοκρατών περιηγητών τον 16ο αιώνα, οι οποίοι, στο πλαίσιο της άκρατης ρομαντικής θεώρησης του παρελθόντος (βλ. παραπάνω), επισκέπτονταν κατά κύριο λόγο χώρους με αρχαιότητες κλασικής περιόδου και δευτερευόντως βυζαντινής περιόδου, καθώς και άλλους χώρους, τους οποίους ωστόσο συνέδεαν με το κλασικό παρελθόν. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η βυζαντινή καστροπολιτεία του Μυστρά:

«Η αρχαία Σπάρτη ήταν ο λόγος που οι περιηγητές έφθασαν μέχρι εδώ [στο Μυστρά] και [...] ο Μυστράς για αυτούς είτε βρισκόταν στη σκιά του μύθου της αρχαίας πόλης είτε αποτελούσε έναν ευχάριστο περίπατο με όμορφη θέα» (Σταυριανοπούλου, 2009, σελ. 54·Πούλιος, 2015β).

Στο συγκεκριμένο μοντέλο τουριστικής πολιτικής και ανάπτυξης, κυρίαρχος είναι ο ρόλος του κράτους. Το κράτος είναι υπεύθυνο τόσο για τον σχεδιασμό της τουριστικής στρατηγικής και υποδομής, όσο και για την αδειοδότηση τουριστικών γραφείων και ξενώνων, καθώς και για την προβολή και την ερμηνεία της πολιτισμικής κληρονομιάς. Η προβολή και ερμηνεία της πολιτισμικής κληρονομιάς, ειδικότερα, υπήρξε αποκλειστικό έργο του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (στο εξής ΕΟΤ) μέσω των πιστοποιημένων ξεναγών, αποφοίτων των Σχολών Ξεναγών που διοργάνωσε ο ίδιος ο Οργανισμός (Ν. 710/1877, ΦΕΚ 283/27-09-1977, Τεύχος Πρώτο). Ο κυρίαρχος αυτός ρόλος του κράτους δεν επιτρέπει την ενεργό συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας.

Η κρατική τουριστική πολιτική στην Ελλάδα, σε συνδυασμό με την πολιτισμική διαχείριση και την τοπική κοινωνία, εξελίχθηκε στο πέρασμα του χρόνου ως εξής: Κατά την περίοδο του μεσοπολέμου, ο ΕΟΤ, μέσα από το δικό του Αρχαιολογικό Τμήμα και σε σύμπραξη με την Αρχαιολογική Υπηρεσία, προέβη στον εξωραϊσμό των πολιτιστικών χώρων, κατά κύριο λόγο αρχαίων-κλασικών και κατά δεύτερο λόγο βυζαντινών –και μόνο προσφάτως οθωμανικών ή εβραϊκών– και άλλων, όπως στις περιπτώσεις των Στύλων του Ολυμπίου Διός, του πεζοδρόμου της Ακρόπολης και της Μονής Δαφνίου. Ο εξωραϊσμός αυτός συνοδεύτηκε από την κατεδάφιση των «χαμόσπιτων»/«τρωγλών» μέσα στους χώρους, καθώς και την απομάκρυνση των κατοίκων (Βλάχος, 2013· Gratziou, 2008).

Η περίοδος μετά το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου χαρακτηρίστηκε –μεταξύ άλλων– από την ανάδειξη στοιχείων της απλής, καθημερινής ζωής, της «αυθεντικής» λαϊκής ψυχής, μέσω της τουριστικής δραστηριότητας. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι λαϊκοί χοροί, η λαϊκή κουζίνα, καθώς και οι μορφές ψυχαγωγίας και εγκοινωνισμού/κοινωνικοποίησης, όπως το καφενείο και το πανηγύρι. Με τον τρόπο αυτό, η «αυθεντική» λαϊκή ψυχή μετατοπίστηκε από το περιθώριο στο κέντρο της εθνικής αφήγησης, ενώ συγχρόνως τα πολιτιστικά αυτά στοιχεία των κατώτερων στρωμάτων νομιμοποιήθηκαν κοινωνικά, διαχύθηκαν στα μεσαία και τα ανώτερα στρώματα και, επίσης, απεκδύθηκαν το ταξικό τους περιεχόμενο (Νικολακάκης, 2013, σελ. 508).

Την περίοδο της ανασυγκρότησης (δεκαετίες '50 και '60), η ελληνική κυβέρνηση κατανόησε τον τουρισμό ως άμεσο τρόπο άντλησης συναλλάγματος και εν μέρει ως ανταγωνιστική δραστηριότητα της εκβιομηχάνισης της χώρας, και παρενέβη συστηματικά στην ανάπτυξή του με μια σειρά από δράσεις, όπως: α) ενδυνάμωση του ΕΟΤ, με τη συμβολική επανίδρυσή του (Μπονάρου, 2012, σελ. 274), β) κρατική χρηματοδότηση μεγάλων έργων, όπως ξενοδοχείων και δικτύων πρόσβασης, γ) λειτουργία καζίνο και δ) ίδρυση 38 ξενοδοχείων «Ξενία» κοντά σε επιλεγμένους πολιτιστικούς χώρους –κατά κύριο λόγο κλασικής περιόδου– με σκοπό την προβολή του τοπίου, της ελληνικής φύσης και του πολιτισμού (Μονεμβασίτου, 2014).

Με το τέλος της δικτατορίας και ιδίως τις τελευταίες δεκαετίες, η τουριστική πολιτική του ελληνικού κράτους εστίαζε στην εξωτερική αγορά και συγκεκριμένα στην προβολή της χώρας μέσω του μοντέλου «ήλιος, θάλασσα και πολιτισμός» (ΕΟΤ, 2001· Μπονάρου, 2012, σελ. 294· Πατσουράτης, 2002· Ρουλιός, 2014, σελ. 42-43). Από τα στοιχεία αυτά, ο πολιτισμός προωθείται ως το κατεξοχήν χαρακτηριστικό της τουριστικής

εικόνας της χώρας και ως το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα σε σχέση με άλλους προορισμούς, οι οποίοι επίσης προβάλλονται μέσω του μοντέλου «ήλιος και θάλασσα». Στη νέα αυτή τουριστική εικόνα της χώρας, ο πολιτισμός συνδέεται με ένα ευρύ φάσμα στοιχείων που χαρακτηρίζουν τον σύγχρονο ελληνικό τρόπο ζωής, όπως φιλοξενία, γραφικά τοπία και ανέμελη διάθεση, αλλά συγχρόνως ταυτίζεται σε μεγάλο βαθμό με την πολιτισμική κληρονομιά, ιδίως με αυτήν της κλασικής περιόδου.

Από το 2008 και εξής, στην τρέχουσα περίοδο της οικονομικής κρίσης, ο τουρισμός προβάλλεται ως μια από τις ελάχιστες διεξόδους για την επίτευξη ανάπτυξης, με συνέπεια ο πολιτισμός ορισμένες φορές να φτάνει στο σημείο να ταυτίζεται με τον τουρισμό: «Πολιτισμός σημαίνει τουρισμός» ήταν ο τίτλος πρωτοσέλιδου στο Βήμα (Πολιτισμός σημαίνει τουρισμός, 2014· Τουλούπα, 2015). Την τρέχουσα περίοδο, ως προς την εξωτερική αγορά η τουριστική πολιτική του ελληνικού κράτους αποσκοπεί στην αντιστροφή του αρνητικού κλίματος το οποίο δημιουργήθηκε –ή και εν μέρει καλλιεργήθηκε, για την εικόνα της Ελλάδας ως μιας χώρας ουσιαστικά επικίνδυνης για τον επισκέπτη– μέσω της διαφημιστικής εκστρατείας «You in Greece» (EOT, 2010· Πούλιος, 2015α·Roulios & Senteris, υπό δημοσίευση). Ως προς την εσωτερική αγορά, αποσκοπεί στην ανάδειξη της ιδιαίτερης ταυτότητας και την κινητοποίηση της ελληνικής κοινωνίας, μέσω της διαφημιστικής εκστρατείας «Ελλάδα, κομμάτι της ψυχής μας», όπως π.χ. στο σποτ «Ελλάδα, κομμάτι της ψυχής μας –Μουσείο Ακρόπολης» (Πούλιος 2015α Roulios & Senteris, υπό δημοσίευση· Συμμαχία για την Ελλάδα, 2010). Και στις δύο αυτές διαφημιστικές εκστρατείες, ο πολιτισμός –και ιδίως η κλασική πολιτισμική κληρονομιά– διαδραματίζει σημαντικό ρόλο (Εικόνα 6.1).



Εικόνα 6.1 Απόσπασμα του διαφημιστικού σποτ You in Athens στο πλαίσιο της διαφημιστικής εκστρατείας «You in Greece» (EOT, 2010). Εικονίζονται δύο τουρίστριες από τις ΗΠΑ μπροστά στην Ακρόπολη να περιγράφουν την εμπειρία τους από την Ελλάδα και τους Έλληνες: «Σπάνε πιάτα και λένε «όπα»».

Παραδείγματα

α) Αθήνα

Η Αθήνα υπήρξε από τις πρώτες περιοχές στην Ελλάδα που αναπτύχθηκαν τουριστικά με βάση το «κλασικό ιδεώδες» (Touloupa & Roulios, υπό δημοσίευση). Το γεγονός ότι αποτελεί πρωτεύουσα της Ελλάδας, ότι διαθέτει τον σημαντικότερο αρχαιολογικό χώρο, αυτόν της Ακρόπολης Αθηνών, και ότι –παράλληλα με τον φυσικό πλούτο των παραλιών της– μπορεί να λειτουργεί και ως σημείο μετάβασης στα νησιά, συνέβαλαν στο να θεωρηθεί η περιοχή της Αθήνας προτεραιότητα στον τουριστικό σχεδιασμό ήδη από τη δεκαετία του '50 (Nikolakakis, υπό δημοσίευση).

Στο πλαίσιο αυτό, οι καθιερωμένες τουριστικές ξεναγήσεις («τουρ») περιελάμβαναν ήδη από τη δεκαετία του '50 επίσκεψη στην Ακρόπολη και το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, σε νεοκλασικά κτήρια του ιστορικού κέντρου, σε κατάλοιπα ρωμαϊκών μνημείων, στο Παναθηναϊκό Στάδιο (ένα πλήρως

ανακατασκευασμένο αρχαίο στάδιο) και στο νεοκλασικό, επίσης, κτήριο του Κοινοβουλίου. Επιπλέον, μέχρι το 2002, σ' αυτές τις ξεναγήσεις συμπεριλαμβανόταν συχνά και η παρακολούθηση του θεάματος «Ηχος και Φως», με θέμα τους Περσικούς Πολέμους, καθώς και επίσκεψη στον αρχαιολογικό χώρο του Ναού του Ποσειδώνα στο Σούνιο. Συμπεριλαμβανόταν, επίσης, περιήγηση στην περιοχή της Πλάκας, δηλαδή στην παλιά πόλη της Αθήνας στους πρόποδες της Ακρόπολης, με τις ταβέρνες, την «παραδοσιακή» μουσική, τη νεοκλασική αρχιτεκτονική και τα στενά σοκάκια, καθώς και παρακολούθηση του Φεστιβάλ Αθηνών. Το τελευταίο –το οποίο πολύ σύντομα έγινε το κύριο καλλιτεχνικό γεγονός της πόλης– θεωρούνταν ότι αποτελούσε την εναλλακτική ξενάγηση για την εποχή εκείνη, προσφέροντας στον τουρίστα μια άποψη της μοντέρνας πόλης και του τρόπου ζωής της, καθώς και μια ευκαιρία επαφής με τους ντόπιους, τους καταστηματαρχες, τους σερβιτόρους κ.ο.κ., ενώ στην πραγματικότητα αποτελούσε μια προσεγγισμένη βιτρίνα.

Οι ξεναγήσεις αυτές εξελίχθηκαν σε ένα επιτυχημένο τουριστικό πακέτο το οποίο περιελάμβανε τα εξής στοιχεία: α) τέχνη υψηλού επιπέδου –η οποία παρουσίαζε την Αθήνα ως λίκνου του δυτικού πολιτισμού και του θεάτρου– και β) διασκέδαση, φαγητό και μουσική, που συνοδεύονταν από σπάσιμο πιάτων και μια γενικότερη ανέμελη διάθεση, όπως απεικονίζονταν σε μια σειρά ταινιών οι οποίες στα μάτια του τουρίστα εξέφραζαν την ελληνική ψυχή, με χαρακτηριστικότερες τις «Ποτέ την Κυριακή» (Never on Sunday) και «Ζορμπάς ο Έλληνας» (Zorba the Greek) (Touloupa & Poulis, υπό δημοσίευση).

β) Μετέωρα

Ενδιαφέρον για την τουριστική ανάπτυξη των Μετεώρων είχε εκδηλωθεί ήδη από το 1951, όπως αποκαλύπτει σχετική έκθεση του ΕΟΤ:

«Πιστεύουμε ότι τα Μετέωρα θα πρέπει να αντιμετωπιστούν ως εξής: α) ως μνημεία βυζαντινής τέχνης και αρχιτεκτονικής και χριστιανικής ιστορίας και β) ως η μόνη τουριστική περιοχή με ειδικό ενδιαφέρον για τη σύνδεση του άξονα Αθήνα-Λάρισα με τον άξονα Αθήνα-Δελφοί-Ιωάννινα-Μέτσοβο [...] ώστε να μην χαθούν οι απαραίτητες προϋποθέσεις για τη διατήρηση των Μετεώρων ως χώρου με τουριστικό ενδιαφέρον» (Poulis, 2014).

Τις τελευταίες δεκαετίες, τα Μετέωρα αποτέλεσαν κύριο πεδίο τουριστικής προβολής και ανάπτυξης της Ελλάδας, λειτουργώντας κατά κάποιον τρόπο συμπληρωματικά ως προς την εικόνα της χώρας (βλ. παραπάνω). Η προβολή των Μετεώρων αποδείκνυε, δηλαδή, αφενός ότι η Ελλάδα μπορεί να είναι κάτι πολύ περισσότερο από απλώς «ήλιος και θάλασσα» και αφετέρου ότι μπορεί η χώρα αυτή να μην ταυτίζεται αποκλειστικά με το κλασικό της παρελθόν.

Ως αποτέλεσμα αυτής της κρατικής πολιτικής, τα Μετέωρα έχουν καθιερωθεί σήμερα ως ένας από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς στην Ελλάδα, με σημαντικές επιπτώσεις για την ευρύτερη τοπική κοινωνία, αλλά και για τις μοναστικές κοινότητες του χώρου. Ειδικότερα, μεγάλο μέρος της τοπικής κοινωνίας εγκατέλειψε τα γειτονικά χωριά και εγκαταστάθηκε στη γειτονική των Μετεώρων κωμόπολη της Καλαμπάκας, με αποτέλεσμα να προκληθεί σημαντική δημογραφική, κοινωνική, οικονομική και πολιτισμική αλλοίωση τόσο της ευρύτερης περιοχής, όσο και αντίστοιχη επιβάρυνση της Καλαμπάκας. Απότοκο της τουριστικής προβολής ήταν το γεγονός ότι αλλοιώθηκε η σύνδεση της τοπικής κοινωνίας με τον χώρο και μετατράπηκε από κατεξοχήν έως τότε θρησκευτική –η τοπική κοινωνία ως εκκλησίασμα των μονών– σε οικονομική.

Επίσης, ο τουρισμός έχει καταστεί ο πλέον καθοριστικός παράγοντας λειτουργίας του χώρου, σε βάρος της θρησκευτικής λατρείας και της ζωής των μοναστικών κοινοτήτων. Πιο συγκεκριμένα, η τουριστική ανάπτυξη καθορίζει πλέον το ωράριο λειτουργίας των μονών. Η τουριστική ανάπτυξη προδιαγράφει επίσης τους όρους χρήσης του χώρου. Πιο συγκεκριμένα, λόγω της παρουσίας των τουριστών στον κύριο χώρο των μονών, οι μοναχοί/μοναχές υποχρεώνονται να απομονώνονται στους ενδότερους χώρους, προκειμένου να ασκήσουν τις λατρευτικές τους ανάγκες. Ακόμα κι έτσι, ωστόσο, πολλοί μοναχοί/μοναχές εξακολουθούν να αισθάνονται περιορισμένοι και πιεσμένοι από τον τουρισμό, με συνέπεια κάποιοι να επιλέγουν τη μόνιμη απομάκρυνση από τον χώρο προς αναζήτηση πιο ήσυχων μονών.

6.5.2 Εναλλακτικές προσεγγίσεις πέρα από το «κλασικό ιδεώδες»

Καθώς οι επιλογές του τουρίστα κατευθύνονται προς περισσότερο ατομικές, εναλλακτικές «εμπειρίες» (βλ. παραπάνω), το ελληνικό μοντέλο τουριστικής πολιτικής και ανάπτυξης που στηρίζεται στη βάση του «κλασικού

ιδεώδους» –ένα μοντέλο που είναι προσκολλημένο σε ένα πολύ γνώριμο παρελθόν ως κυρίαρχη τάση («mainstream»), ενώ ταυτόχρονα παραμένει στατικό και «παγωμένο» στον χρόνο–, αποδεικνύεται ολοένα και πιο περιορισμένο και μονότονο, κυρίως για τους τουρίστες εκείνους, οι οποίοι παρουσιάζουν μειωμένο ενδιαφέρον για το κλασικό παρελθόν, καθώς και για εκείνους που έχουν πιο ιδιαίτερα και εκλεπτυσμένα ενδιαφέροντα (Ρουλιός & Τουλούρα, υπό δημοσίευση). Πιο απλά, θα μπορούσε να υποστηριχθεί πως οι τουρίστες έχουν πια κορεστεί από τις αναφορές στην αρχαία Ελλάδα και, παρόλο που πιθανότητα θα ακολουθήσουν μια από τις καθιερωμένες αρχαιολογικές ξεναγήσεις, συγχρόνως επιθυμούν να μάθουν περισσότερα για τη σύγχρονη Ελλάδα, για τους σημερινούς κατοίκους της, τον τρόπο ζωής τους και τον πολιτισμό τους (προσωπικό σχόλιο τουριστικού πράκτορα).

Επίσης, η ολοένα αυξανόμενη οικονομική κρίση, σε συνδυασμό με τις διαρκείς πιέσεις από την Τρόικα προς την κατεύθυνση του περιορισμού των κρατικών δομών και δαπανών και του ανοίγματος των «κλειστών» επαγγελματών, οδήγησαν σε έναν σημαντικό περιορισμό των δομών και της ισχύος του κράτους (αναφορικά με τον πολιτισμό: Πούλιος & Τουλούρα, υπό δημοσίευση [α]). Στον κλάδο του τουρισμού συγκεκριμένα, η διαδικασία αδειοδότησης τουριστικών γραφείων και ξενώνων απλοποιήθηκε, ενώ έπαυσαν να λειτουργούν οι αρμόδιες Υπηρεσίες και οι Σχολές Ξεναγών. Οι τελευταίες αντικαταστάθηκαν από ταχύρρυθμα δίμηνα σεμινάρια, τα οποία προσφέρονται από ελληνικά Πανεπιστήμια. Επιπρόσθετα, υπό το βάρος των πιέσεων προς επιτάχυνση των ιδιωτικοποιήσεων, το κράτος προσπάθησε να περάσει ένα νομοσχέδιο για μεγάλης κλίμακας κτηριακή (ξενοδοχειακή) αξιοποίηση του αιγιαλού, βασισμένο σε μάλλον παρωχημένα αναπτυξιακά μοντέλα του εξωτερικού (Το Βήμα, 2014).

Λαμβάνοντας υπόψη τις παραπάνω εξελίξεις, διαπιστώνεται ότι υπάρχει ανάγκη για ένα νέο μοντέλο τουριστικής πολιτικής και ανάπτυξης, το οποίο θα απομακρύνεται από το «κλασικό ιδεώδες» και θα εστιάζει σε ατομικές, εναλλακτικές εμπειρίες, ενώ ταυτόχρονα θα είναι λιγότερο εξαρτημένο από το κράτος.

Στο πλαίσιο αυτής της ανάγκης για ένα νέο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, και υπό τις συνθήκες της υψηλής ανεργίας, η οποία ωθεί πολλούς νέους Έλληνες επαγγελματίες στη διέξοδο της ενασχόλησης με τον τουρισμό, έχουν κάνει την εμφάνισή τους στην Ελλάδα τουριστικά γραφεία που προσφέρουν νέα, εναλλακτικά τουριστικά πακέτα, τα οποία απευθύνονται τόσο στην εξωτερική όσο και στην εσωτερική τουριστική αγορά (Τουλούρα & Ρουλιός, υπό δημοσίευση). Οι εναλλακτικές αυτές υπηρεσίες συχνά αποτελούν αντιγραφή τουριστικών πακέτων και μοντέλων που έχουν εφαρμοστεί με επιτυχία στο εξωτερικό, χωρίς ωστόσο να λαμβάνουν απαραίτητως υπόψη τις ιδιαίτερες κοινωνικές, οικονομικές, πολιτικές και πολιτισμικές συνθήκες της χώρας, ενώ, συγχρόνως, δεν συνοδεύονται ούτε από λεπτομερείς μελέτες για τις μακροπρόθεσμες επιπτώσεις τους ούτε από το αντίστοιχο νομοθετικό πλαίσιο (π.χ. ανασκαφικός τουρισμός). Τα πακέτα αυτά δεν προσφέρουν απλή γνώση, αλλά προσωπική εμπειρία των περιοχών, η οποία μεταφέρεται μέσω μιας ιδιαίτερης, προσωπικής και φιλικής σχέσης που αναπτύσσουν οι ντόπιοι με τους τουρίστες. Είναι αξιοσημείωτο ότι οι ντόπιοι αυτοί «ξεναγοί» ακολουθούν ένα πολύ συγκεκριμένο, καλά σχεδιασμένο και δοκιμασμένο σενάριο αφήγησης. Παραδείγματα τέτοιων τουριστικών πακέτων είναι οι ξεναγήσεις με βάση το φαγητό (food tours), τη μαγειρική (cooking tours), τις αγορές (shopping tours), την αρχιτεκτονική (architecture tours), τα έργα «γκραφίτι» (graffiti tours), τα ενδιαφέροντα των ομοφυλόφιλων (gay-lesbian tours), οι επισκέψεις σε οικογένειες ντόπιων καθώς και οι ανασκαφικές ξεναγήσεις (excavation tours).

Παράδειγμα: «graffiti tour» στην Αθήνα

Η συγκεκριμένη ξενάγηση σχεδιάστηκε από ένα νέο τουριστικό γραφείο με τη συνεισφορά ενός καλλιτέχνη γκράφιτι. Η ξενάγηση έλαβε χώρα στην περιοχή Γκάζι στην Αθήνα και εστίαζε στα ακόλουθα θέματα (δίνεται το περιεχόμενο, προκειμένου να καταδειχτεί η διαφορά του από μια αντίστοιχη αρχαιολογική ξενάγηση): α) στην εμφάνιση και εξέλιξη του κινήματος των καλλιτεχνών «γκράφιτι» στην Ελλάδα. Ειδικότερα στον τρόπο ζωής και δημιουργίας τέχνης αρχικά στο περιθώριο της κοινωνίας, στα προβλήματα που αντιμετώπιζαν οι καλλιτέχνες αυτοί από κρατικούς φορείς (π.χ. αστυνομία), πώς σταδιακά προχώρησαν σε μια διαδικασία ένταξης στο κοινωνικό περιβάλλον, στις διαφορετικές απόψεις των καλλιτεχνών «γκράφιτι» ως προς τη σχέση τους με το κοινωνικό περιβάλλον, καθώς, επίσης, και β) στα ίδια τα έργα, δηλαδή στο περιεχόμενο και στους πολιτικούς και κοινωνικούς συμβολισμούς τους, π.χ. σε σχέση με την τρέχουσα πολιτική πραγματικότητα και την οικονομική κρίση.

Ενδεικτικά, το παρακάτω γεγονός συνέβη κατά τη διάρκεια της ξενάγησης και είναι χαρακτηριστικό. Ο ξεναγός έδειχνε και ανέλυε έργα «γκράφιτι» στον εξωτερικό τοίχο του αρχαιολογικού χώρου του Κεραμεικού (ενός από τους σημαντικότερους κλασικούς χώρους στην Αθήνα) χωρίς να πραγματοποιεί καμία αναφορά στον ίδιο τον χώρο. Όταν ρωτήθηκε γι' αυτό, απάντησε αμέσως: «Πρώτον, δεν με ενδιαφέρει ο χώρος, δεύτερον,

δεν ενδιαφέρει ούτε τους τουρίστες-συμμετέχοντες στην ξενάγηση, τρίτον, δεν γνωρίζω το χώρο γιατί δεν είμαι αρχαιολόγος και, τέταρτον, επικεντρώνομαι στη δουλειά μου (στο "graffiti tour")»).

6.6 Συμπεράσματα: Συσχέτιση της ελληνικής πραγματικότητας με τη διεθνή εμπειρία

Το κρατικό μοντέλο τουριστικής πολιτικής και ανάπτυξης που βασίστηκε στο «κλασικό ιδεώδες» είχε τις εξής συνέπειες:

α) Εστίαση σε συγκεκριμένους πολιτιστικούς χώρους, κατά κύριο λόγο κλασικούς και δευτερευόντως βυζαντινούς και άλλους, με αποτέλεσμα μια τουριστική χρήση και εκμετάλλευση των συγκεκριμένων χώρων και των ευρύτερων περιοχών τους, πέραν της «φέρουσας ικανότητάς» τους (carrying capacity), όπως φάνηκε και από την ανάλυση του παραδείγματος των Μετεώρων, αλλά και όπως δείχνει η εμπειρία στην Ακρόπολη, την Κνωσό και τη Σαντορίνη. Η διαπίστωση αυτή φαίνεται να έρχεται σε αντίθεση με δύο από τις βασικές αρχές της «Χάρτας του Διεθνούς Πολιτισμικού Τουρισμού: Διαχείριση του Τουρισμού σε Τόπους Πολιτισμικής Σημασίας» του Icomos, σύμφωνα με την οποία «η διαχείριση της σχέσης πολιτιστικών τόπων και τουρισμού θα πρέπει να εξασφαλίζει τη βιωσιμότητά τους για τις παρούσες και μελλοντικές γενιές», ενώ «ο τουριστικός σχεδιασμός οφείλει να προστατεύει και να προάγει τα χαρακτηριστικά της φυσικής και της πολιτισμικής κληρονομιάς» (Icomos, 1999).

β) Αξιοποίηση στοιχείων της τοπικής κοινωνίας –συνήθως κατά τρόπο συμπληρωματικό και ενισχυτικό προς το «κλασικό ιδεώδες»–, με χαρακτηριστικά παραδείγματα τα στοιχεία της απλής, καθημερινής ζωής της «αυθεντικής», λαϊκής ψυχής (δηλαδή τους λαϊκούς χορούς, τη λαϊκή κουζίνα και μορφές ψυχαγωγίας και εγκοινωνισμού/κοινωνικοποίησης, όπως το καφενείο και το πανηγύρι), κατά την περίοδο που ακολούθησε το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου. Επίσης, χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία που χαρακτηρίζουν τον σύγχρονο ελληνικό τρόπο ζωής (όπως η φιλοξενία, τα γραφικά τοπία και η ανέμελη διάθεση) εντός του πλαισίου του μοντέλου «ήλιος, θάλασσα και πολιτισμός», κυρίως την περίοδο μετά το τέλος της δικτατορίας και ιδίως τις τελευταίες δεκαετίες. Εντούτοις, δεν ελήφθη μέριμνα για την ενεργό συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στον τουριστικό σχεδιασμό και για την εξασφάλιση συγκεκριμένων οφελών από την τουριστική ανάπτυξη για τις τοπικές κοινωνίες, με ακραίο παράδειγμα τις περιπτώσεις κατεδάφισης «χαμόσπιτων»/«τρογλών» και απομάκρυνσης κατοίκων από τους πολιτιστικούς χώρους την περίοδο του μεσοπολέμου. Επίσης, λόγω και της κυριαρχίας των διεθνών τουριστικών πρακτόρων (tour operators), ένα μεγάλο και απροσδιόριστο μέχρι στιγμής μέρος των εσόδων διαφεύγει στο εξωτερικό. Οι διαπιστώσεις αυτές δεν συνάδουν με τις αρχές της Χάρτας του Icomos, η οποία προβλέπει ότι «η διαχείριση και ο τουριστικός σχεδιασμός σε πολιτιστικούς τόπους θα πρέπει να εμπλέκουν την τοπική κοινωνία» και ακόμη πως «η διαχείριση και ο τουριστικός σχεδιασμός σε πολιτιστικούς τόπους θα πρέπει να εστιάζουν σε δραστηριότητες που να αποφέρουν οφέλη στην τοπική κοινωνία» (Icomos, 1999).

γ) Σε συνδυασμό με τις σύγχρονες τάσεις της μαζικής τουριστικής βιομηχανίας, δηλαδή την κυριαρχία των διεθνών τουριστικών πρακτόρων (tour operators) και τη γιγάντωση του ρόλου της κρουαζιέρας, η εμπειρία που αποκομίζουν οι τουρίστες είναι σε μεγάλο βαθμό ανεπαρκής και αποκομμένη από την τοπική κοινωνία. Η διαπίστωση αυτή διαφοροποιείται από την αρχή της Χάρτας του Icomos, η οποία αναφέρει ότι «η διαχείριση και ο τουριστικός σχεδιασμός σε πολιτιστικούς τόπους θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι η εμπειρία του επισκέπτη θα είναι αξιόλογη, πλούσια σε περιεχόμενο και ευχάριστη» (Icomos, 1999).

Καταλήγοντας, οι πρόσφατες εξελίξεις στην τουριστική βιομηχανία με στόχο την αναζήτηση ατομικών, εναλλακτικών «εμπειριών», από κοινού με τις συνέπειες της οικονομικής κρίσης στην ισχύ του κράτους, καθιστούν το κρατικό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης στη βάση του «κλασικού ιδεώδους» ως επί το πλείστον απαρχαιωμένο. Όσον αφορά ειδικότερα τις συνέπειες της κρίσης, πρέπει να τονιστεί ότι η οικονομική κατάσταση δεν επηρεάζει απλώς κρατικές δομές και δαπάνες, αλλά τον συνολικό τρόπο θεώρησης, προστασίας και αξιοποίησης (συμπεριλαμβανομένης και της τουριστικής αξιοποίησης) του πολιτισμού (Πούλιος & Τουλούπα, υπό δημοσίευση). Είναι η πρώτη φορά στην ιστορία του σύγχρονου ελληνικού κράτους που το τόσο ισχυρό ως προς τους κλάδους της πολιτισμικής διαχείρισης και της τουριστικής ανάπτυξης μοντέλο του «κλασικού ιδεώδους» αμφισβητείται και τείνει να αντικατασταθεί από εναλλακτικές προσεγγίσεις, οι οποίες καθορίζονται από την κρίση (οι Touloupa & Poulivos, υπό δημοσίευση μιλούν χαρακτηριστικά για μετάβαση από το authorized heritage discourse στο authorized crisis discourse). Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να εξεταστεί η εξέλιξη της διαδικασίας αυτής (και των εναλλακτικών αυτών προσεγγίσεων) στην Ελλάδα, καθώς και το κατά πόσο και με ποιον τρόπο η εξέλιξη αυτή (και οι εναλλακτικές αυτές προσεγγίσεις) θα επηρεάσει και άλλες χώρες διεθνώς οι οποίες πλήττονται από την κρίση.

Η σύνδεση τουρισμού και πολιτισμικής διαχείρισης ως πρόταση διεξόδου από την πρόσφατη οικονομική κρίση ανήκει στο επίπεδο της ρητορικής. Παρόμοια σύνδεση είχε προταθεί και σε άλλες περιόδους οικονομικής κρίσης και πολιτικής αστάθειας στην ιστορία του σύγχρονου ελληνικού κράτους, με χαρακτηριστικά παραδείγματα τη δεκαετία του '30, τον Εμφύλιο, καθώς και επί Δικτατορίας (Νικολακάκης, 2013· Βλάχος, 2013· Τουλούπα & Ρουλιός, υπό δημοσίευση). Στην Ελλάδα, παραμένει προβληματική η σύνδεση τουρισμού και πολιτισμικής διαχείρισης στην πράξη, για μια σειρά από λόγους όπως η απουσία μακρόπνοου στρατηγικού σχεδιασμού, η καθιέρωση του πελατειακού κράτους, η έλλειψη εμπιστοσύνης προς τον νοούμενο ως «αγοραίο πολιτισμό» και ο φόβος «εργαλειοποίησης» του πολιτισμού μέσω του τουρισμού, καθώς και η έλλειψη ενός θεσμικού-νομοθετικού πλαισίου που να επιτρέπει –για τις ανάγκες δύο τόσο πολυσχιδών στοιχείων, όπως ο πολιτισμός και ο τουρισμός– τη συνεργασία πολλών φορέων και Υπουργείων μεταξύ τους, όπως Πολιτισμού, Τουρισμού, Περιβάλλοντος, Οικονομικών και Ασφάλειας του Πολίτη (Τουλούπα, 2015).

Η τρέχουσα οικονομική κρίση έχει οδηγήσει σε σημαντική υποβάθμιση του άλλοτε πανίσχυρου ρόλου του κράτους. Σήμερα, στο πλαίσιο της σύνδεσης τουρισμού και πολιτισμικής διαχείρισης, οι πιέσεις για σύμπραξη του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα (Public & Private Partnerships – PPP) , όπως επίσης και για ιδιωτικοποιήσεις αυξάνονται. Για να λειτουργήσουν τέτοιου είδους συνεργασίες, «το κράτος οφείλει –και μπορεί– να είναι ο συντονιστής και ο εγγυητής των συνεργασιών, έχοντας σαφές όραμα και μεθοδολογικό σχεδιασμό, θέτοντας τους όρους και όντας εφοδιασμένο με εκσυγχρονισμένη νομοθεσία που να διαφυλάττει το δημόσιο συμφέρον» στο πλαίσιο ενός περισσότερο εποπτικού και λιγότερο εκτελεστικού ρόλου (Πούλιος & Τουλούπα, υπό δημοσίευση [β]).

Ασκήσεις / Ερωτήσεις Κατανόησης

Να παρακολουθήσετε μία εναλλακτική και σε μία συμβατική (αρχαιολογική) ξενάγηση στην Ελλάδα ή στην Κύπρο και να εντοπίσετε τις μεταξύ τους διαφορές με ειδική αναφορά στον τρόπο προβολής της πόλης/χώρας και στο ρόλο τον οποίο παίζει ο πολιτισμός στην προβολή αυτή.

Επιλεγμένη Βιβλιογραφία

- Baram, U. & Rowan, Y. (Επιμ.). (2004). *Marketing Heritage: Archaeology and the Consumption of the Past*. Oxford: Altamira Press.
- Βλάχος, Α. (2013). *Τουριστική Ανάπτυξη και Δημόσιες Πολιτικές στη Σύγχρονη Ελλάδα (1914-1950): η Ανάδυση ενός Νεοτερικού Φαινομένου* (Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή). Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Νικολακάκης, Μ. (2013). *Τουρισμός και Ελληνική Κοινωνία την Περίοδο 1945-1974* (Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή). Πανεπιστήμιο Κρήτης, Τμήμα Κοινωνιολογίας. Ανακτήθηκε 24 Μαρτίου, 2015, από <http://phdtheses.ekt.gr/eadd/handle/10442/33125>
- Poulios, I. (2014). *The Past in the Present: A Living Heritage Approach – Meteora, Greece*. London: Ubiquity Press. Ανακτήθηκε 15 Δεκεμβρίου, 2014, από <http://dx.doi.org/10.5334/bak>
- Touloupa, S., & Poulios, I. (Υπό δημοσίευση). Re-branding Athens and its culture through ‘Alternative’ City Tours: Beyond an ‘Authorised Heritage Discourse’ and towards an ‘Authorised Crisis Discourse’. Στο N. Karachalis & I. Poulios (Επιμ.), *Athens, Modern Capital and Historic City: Challenges for Heritage Management at Times of Crisis*. Pharos. Journal of the Netherlands Institute at Athens. Athens: Netherlands Institute at Athens.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

- Baram, U. & Rowan, Y. (2004). Archaeology after Nationalism: Globalization and the consumption of the past. Στο U. Baram & Y. Rowan (Επιμ.), *Marketing Heritage: Archaeology and the Consumption of the Past* (σελ. 3-23). Oxford: Altamira Press.
- Βλάχος, Α. (2013). *Τουριστική Ανάπτυξη και Δημόσιες Πολιτικές στη Σύγχρονη Ελλάδα (1914-1950): η Ανάδυση ενός Νεοτερικού φαινομένου* (Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή). Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Butler, B., & Rowlands, M. (2012). Πολιτισμική κληρονομιά. Στο Ε. Γιαλούρη (Επιμ.), *Υλικός Πολιτισμός: Η Ανθρωπολογία στη Χώρα των Πραγμάτων* (σελ. 125-150). Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού. (2001). *To Market Study του Ελληνικού Τουρισμού*. Αθήνα: Διεύθυνση Μελετών και Επενδύσεων.
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού. (2010). *You in Greece* [διαφημιστικό σποτ]. Ανακτήθηκε 28 Οκτωβρίου, 2010, από http://www.visitgreece.gr/en/video/you_in_athens και <http://www.youtube.com/watch?v=znn3LmP-7Bw>
- Europa Nostra. (2006). *The Malta Declaration on Cultural Tourism: Its Encouragement and Control*. Ανακτήθηκε 3 Σεπτεμβρίου, 2015, από: http://www.europanostra.org/UPLOADS/FILS/Malta_declaration_Cultural_Tourism.pdf
- Gilmore, J., & Pine, J. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Gratziou, O. (2008). Venetian monuments in Crete: a controversial heritage. Στο D. Damaskos & D. Plantzos (Επιμ.), *A Singular Antiquity: Archaeology and Hellenic Identity in twentieth-century Greece*, (σελ. 209-222). Athens: Mouseio Benaki.
- Greenwood, D. J. (1989). Culture by the pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. Στο V. L. Smith (Επιμ.), *Hosts and Guests, The Anthropology of Tourism* (σελ. 171-185). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

- Hennig, C. (1997). *Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur*. Frankfurt: Insel.
- Iccrom. (2006, June). Travel operators: New partners in protecting cultural heritage. *Newsletter* 32. Rome: Iccrom.
- Icomos. (1999). *International Cultural Tourism Charter*. Ανακτήθηκε 5 Νοεμβρίου, 2015, από http://www.international.Icomos.org/charters/tourism_greek.pdf
- Jones, S. (2006). They made it a living thing, didn't they...: The growth of things and the fossilization of heritage. Στο R. Layton, S. Shennan & P. Stone (Επιμ.), *A Future for Archaeology: the Past in the Present* (σελ. 107-126). London: UCL Press.
- MacCannell, D. (1992). *Empty Meeting Grounds: the Tourist Papers*. London: Routledge.
- MacCannell, D. (1999). *The Tourist, A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley: University of California Press.
- Matero, F. (2004). Exploring conservation strategies for ancestral Puebloan sites: Tsankawi, Bandelier National Monument, New Mexico. *Conservation and Management of Archaeological Sites*, 6, 69.
- Μονεμβασίτου, Α. (2014). *Ελληνικός Μεταπολεμικός Μοντερνισμός: τα Ξενοδοχεία Ξενία*. Ανακτήθηκε 10 Οκτωβρίου, 2015, από <http://courses.arch.ntua.gr/113468.html>
- Mowforth, M., & Munt, I. (2003). *Tourism and Sustainability: Development and New Tourism in the Third World*. London: Routledge.
- Μπονάρου, Χ. (2012). *Οπτικός Πολιτισμός και Τουρισμός: Αναπαραστάσεις της Ελλάδας στις Τουριστικές Κарт Ποστάλ*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Nash, D. (1989). Tourism as a form of imperialism. Στο V. L. Smith (Επιμ.), *Hosts and Guests, The Anthropology of Tourism* (σελ. 37-52). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Νικολακάκης, Μ. (2013). *Τουρισμός και Ελληνική Κοινωνία την Περίοδο 1945-1974* (Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή). Πανεπιστήμιο Κρήτης, Τμήμα Κοινωνιολογίας. Ανακτήθηκε 24 Μαρτίου, 2015, από <http://phdtheses.ekt.gr/eadd/handle/10442/33125>
- Nikolakakis, M. (Υπό δημοσίευση). Athens: the tourist capital of post-war Greece. Στο N. Karachalis & I. Poullos (Επιμ.), *Athens, Modern Capital and Historic City: Challenges for Heritage Management at Times of Crisis*. *Pharos. Journal of the Netherlands Institute at Athens*. Athens: Netherlands Institute at Athens.
- Πατσουράτης, Β. (2002). *Η Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα*. Αθήνα: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων.
- Πολιτισμός σημαίνει τουρισμός: Η ανάδειξη αρχαιολογικών χώρων κοινός στόχος Υπουργείων Πολιτισμού και Τουρισμού. (2014, 17 Ιουνίου). Ανακτήθηκε 11 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.tovima.gr/culture/article/?aid=606532>
- Πούλιος, Ι. (2015α). «Εμπειρίες» ως απάντηση στην κρίση: Στοχασμοί για την εφαρμογή του «μοντέλου εμπειριών» στο Μουσείο Ακρόπολης. Στο Σ. Αντωνιάδου, Ε. Μαυραγάνη & Ι. Πούλιος (Επιμ.), *Πολιτισμός και Προοπτική: Η Σημασία της Στρατηγικής σε Τέσσερις Τομείς του Πολιτισμού*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Πούλιος, Ι. (2015β). Περί αυθεντικότητας: Το παράδειγμα της διαχείρισης και προστασίας του Μυστρά. *Μνημείο και Περιβάλλον*, 12, 87-104.
- Poullos, I. (2014). *The Past in the Present: A Living Heritage Approach – Meteora, Greece*. London: Ubiquity Press. Ανακτήθηκε 15 Δεκεμβρίου, 2014, από <http://dx.doi.org/10.5334/bak>
- Poullos, I., Nastou, D., & Kourgiannidis, E. (Υπό δημοσίευση). Bridging the distance between heritage conservation and business management: heritage as a customer 'experience' – A case study of the Acropolis Museum in Athens. Στο N. Karachalis & I. Poullos (Επιμ.), *Athens, Modern Capital and Historic City: Challenges for Heritage Management at Times of Crisis*. *Pharos. Journal of the Netherlands Institute at Athens*. Athens: Netherlands Institute at Athens.

- Poulios, I., & Senteri, E. (Υπό δημοσίευση). Branding Athens at a time of crisis: A semiotic analysis of the current tourism campaign of the historic city. Στο Ν. Karachalis & Ι. Poulios (Επιμ.), *Athens, Modern Capital and Historic City: Challenges for Heritage Management at Times of Crisis*. Pharos. Journal of the Netherlands Institute at Athens. Athens: Netherlands Institute at Athens.
- Πούλιος, Ι., & Τουλούπα, Σ. (Υπό δημοσίευση [α]). Ελληνικά Μουσεία μέσα και πέρα από την κρίση: η επιτακτική ανάγκη απόκτησης στρατηγικής ευελιξίας μέσα στην τρέχουσα αστάθεια / Greek Museum within and beyond crisis: the imperative to achieve strategic agility in the current instability. Στο Π. Αδάμ-Βελένη (Επιμ.), *Μουσειολογία: Νέες Τάσεις*. Θεσσαλονίκη: Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης.
- Πούλιος, Ι., & Τουλούπα, Σ. (Υπό δημοσίευση [β]). Τουρισμός και πολιτισμική διαχείριση. Στο Σ. Λεκάκης & Ν. Πάντζου, *Εισαγωγή στη Διαχείριση της Πολιτιστικής Κληρονομιάς*. Αθήνα: Εκδόσεις Ασίνη.
- Schmitt, B. H. (1999). *Experimental Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. New York: The Free Press.
- Schmitt, B. H. (2003). *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with your Customers*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Σταυριανοπούλου, Σ. (2009). Περιηγητές στον Μυστρά. Στο Σ. Σίμος (Επιμ.), *Τα Μνημεία του Μυστρά: Το έργο της Επιτροπής Αναστήλωσης Μνημείων Μυστρά*. Αθήνα: Υπουργείο Πολιτισμού, Ταμείο Διαχείρισης Πιστώσεων για την Εκτέλεση Αρχαιολογικών Έργων και Επιτροπή Αναστήλωσης Μνημείων Μυστρά.
- Συμμαχία για την Ελλάδα. (2010). *Ελλάδα, κομμάτι της ψυχής μας – Μουσείο Ακρόπολης* [διαφημιστικό σποτ]. Αθήνα: Συμμαχία για την Ελλάδα. Ανακτήθηκε 28 Οκτωβρίου, 2015, από <https://www.youtube.com/watch?v=Q3L7QigJAug>
- Timothy, D., & Boyd, S. (2003). *Heritage Tourism*. Essex: Pearson Education.
- Το Βήμα (2014). *Σχέδιο Νόμου «Οριοθέτηση, διαχείριση και προστασία αιγιαλού και παραλίας»*. Ανακτήθηκε 7 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.tovima.gr/files/1/2014/04/17/ΣΧΕΔΙΟ%20ΝΟΜΟΥ%20αιγιαλός%20ΤΕΛΙΚΟ%20ΠΡΟΣ%20ΔΙΑΒΟΥΛΕΥΣΗ%20clean.pdf>
- Τουλούπα, Σ. (2015). Πολιτισμός σημαίνει τουρισμός: Προβληματισμοί και (τεχνητά) διλήμματα. Στο Σ. Αντωνιάδου, Ε. Μαυραγάνη & Ι. Πούλιος (Επιμ.), *Πολιτισμός και Προοπτική: Η Σημασία της Στρατηγικής σε Τέσσερις Τομείς του Πολιτισμού*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Touloupa, S. (2010). Casting identity in the cultural tourism industry: Greek tourist guides in a 'Mission' of heritage interpretation. *Public Archaeology, Vol 9, Issue 1*, 4-33.
- Touloupa, S., & Poulios, I. (Υπό δημοσίευση). Re-branding Athens and its culture through 'Alternative' City Tours: Beyond an 'Authorised Heritage Discourse' and towards an 'Authorised Crisis Discourse'. Στο Ν. Karachalis & Ι. Poulios (Επιμ.), *Athens, Modern Capital and Historic City: Challenges for Heritage Management at Times of Crisis*. Pharos. Journal of the Netherlands Institute at Athens. Athens: Netherlands Institute at Athens.
- Ucko, P. J. (1994). Museums and sites: Cultures of the past within education – Zimbabwe, some ten years on. Στο P. Stone & B. Molyneaux (Επιμ.), *The Presented Past: Heritage, Museums and Education* (σελ. 261-263). London: Routledge.
- Ucko, P. J. (2000). Enlivening a 'dead' past. *Conservation and Management of Archaeological Sites*, 4, 67-92.
- Unesco. (2011). *World Heritage and Sustainable Tourism Programme*. Ανακτήθηκε 3 Σεπτεμβρίου, 2015, από <http://whc.unesco.org/en/tourism/>
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze, Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage Publications.
- Walderhaug-Saetersdal, E. M. (2000). Ethics, politics and practices in rock art conservation. *Public Archaeology, Vol 1, Issue 3*, 163-180.

Walker, C., & Carr, N. (2013). Tourism and archaeology: An introduction. Στο C. Walker & N. Carr (Επιμ.), *Tourism and Archaeology: Sustainable Meeting Grounds* (σελ. 11-35). Walnut Creek: Left Coast Press Inc.

Κεφαλαίο 7 - Στρατηγικές διαχείρισης της εικόνας και της προβολής των πόλεων (city branding) και πολιτιστική αναζωογόνηση

Νικόλαος Γεώργιος Καραχάλης*

Σύνοψη

Οι στρατηγικές μάρκετινγκ/branding πόλεων αναφέρονται σε προσεγγίσεις διαμόρφωσης της εικόνας και της ταυτότητας των πόλεων και αντλούν στοιχεία από διαφορετικά επιστημονικά πεδία, όπως ο χωρικός σχεδιασμός, η κοινωνική και οικονομική γεωγραφία, ο πολιτιστικός σχεδιασμός, η επικοινωνία, η διαχείριση διαδικτυακών εργαλείων, η διαχείριση τουριστικού προορισμού κ.ά. Συνδέονται κατά κανόνα με τον πολιτισμό και τις πολιτικές αστικής πολιτιστικής αναζωογόνησης/αναβίωσης (culture-led regeneration). Στο εξωτερικό ολοένα και περισσότεροι δήμοι, περιφέρειες και κράτη απευθύνονται σε ειδικούς, προκειμένου να σχεδιάσουν την προβολή τους και να βελτιώσουν την εικόνα και τη φήμη τους με βάση τις αρχές του μάρκετινγκ, με χαρακτηριστικά παραδείγματα τις πόλεις του Άμστερνταμ, του Eindhoven, του Εδιμβούργου κ.ά. Κεντρικό ρόλο στις προσπάθειες αυτές κατέχουν η πολιτιστική δραστηριότητα και οι πολιτιστικές βιομηχανίες, με τις στρατηγικές να εστιάζουν συχνά σε ειδικές εκδηλώσεις και φεστιβάλ, στις πολιτιστικές γειτονιές, τα μουσεία, τα θέατρα, τη μουσική κ.λπ. Στο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι βασικές θεωρητικές τάσεις, καθώς και περιπτώσεις μελέτης από το εξωτερικό και την Ελλάδα, όπου αρκετές πόλεις υιοθετούν σχετικές στρατηγικές (π.χ. Κοζάνη, Λάρισα, Θεσσαλονίκη).

Λέξεις-κλειδιά

πόλη, μάρκετινγκ/branding πόλεων, πολιτιστική αναζωογόνηση, αστική ανθεκτικότητα (resilience), μοντέλο των 4Rs, κρίση

7.1 Πόλεις, Πολιτισμός και City Branding – Εισαγωγή

Η πολιτιστική κληρονομιά, υλική και άυλη, και ο σύγχρονος πολιτισμός αναγνωρίζονται ως κύρια στοιχεία ταυτότητας κάθε πόλης και ως συγκριτικό πλεονέκτημα, λόγω της συμβολής τους στην οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική συνοχή. Στο σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον η έμφαση δίνεται στη συμβολική οικονομία, την αυθεντικότητα και την οικονομία της εμπειρίας (Gilmore & Pine, 1999· Zukin, 1995· Zukin, 2010). Πλέον, από την ιδεολογία της ελευθερίας της τέχνης και της πολιτιστικής δημοκρατίας η αστική πολιτιστική πολιτική έχει περάσει στην εξειδικευμένη διαχείριση γεγονότων και εμπειριών, στο τουριστικό μάρκετινγκ και το city branding, και την αποθέωση της πολιτιστικής επένδυσης. Πέρα από τη νεοφιλελεύθερη ιδεολογική στροφή που υπονοούν οι όροι αυτοί, είναι αδιαμφισβήτητο ότι ο πολιτισμός αντιμετωπίζεται ως σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα για τη σύγχρονη πόλη (μεταξύ άλλων: Florida, 2002· Landry, 2000· Pratt, 2011· Throsby, 2001). Η πολιτιστική παραγωγή και κατανάλωση στον αστικό χώρο περιλαμβάνουν μια ποικιλία δραστηριοτήτων και υποδομών: από τα μουσεία, τα θέατρα και τις βιβλιοθήκες έως τη μόδα, τα εστιατόρια, τα καταστήματα κ.λπ. Η πολιτιστική δραστηριότητα συνδέεται με τις προσπάθειες αστικής αναζωογόνησης, οι οποίες μπορεί να αφορούν το σύνολο της πόλης, το υδάτινο μέτωπο ή συγκεκριμένες υποβαθμισμένες περιοχές.

Πόλεις, όπως η Φρανκφούρτη και το Ρότερνταμ, έχουν στηριζέει μεγάλο μέρος των προσπαθειών τους για αστική αναζωογόνηση και βελτίωση της εικόνας τους στα μουσεία και τις εκθέσεις (Κόνσολα, 2006). Ωστόσο, η πιο χαρακτηριστική περίπτωση πολιτιστικής αναζωογόνησης των τελευταίων ετών είναι το Μπιλμπάο της Ισπανίας. Τη δεκαετία του '90, με τη δημιουργία της Εταιρείας Ειδικού Σκοπού Bilbao Ria 2000, ξεκινά το έργο ανάπλασης της παράκτιας ζώνης της πόλης, με σκοπό την αστική αναζωογόνηση – η πόλη αντιμετώπιζε σοβαρό πρόβλημα ανεργίας λόγω της αποβιομηχάνισης. Το έργο που σηματοδότησε την προσπάθεια ήταν το Μουσείο Guggenheim (Εικόνα 7.1), σε σχέδια του αρχιτέκτονα Frank Gehry, το οποίο αποτέλεσε και το σύμβολο της αλλαγής της εικόνας της πόλης, προσελκύοντας χιλιάδες επισκέπτες, και το οποίο αποτελεί παράδειγμα που προσπαθούν να αντιγράψουν και άλλες πόλεις, τάση η οποία χαρακτηρίζεται

* Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο – Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

ως «Bilbao effect» (Baniotopoulou, 2001). Σήμερα η επένδυση σε ακριβά έργα αυτού του τύπου αμφισβητείται έντονα. Παραδείγματος χάριν, στο Ελσίνκι τα αντίστοιχα σχέδια για τη δημιουργία Μουσείου Guggenheim δέχθηκαν την περίοδο 2014-2015 επικρίσεις, ενώ αυξάνονται οι κριτικές στην τάση αυτή και χρησιμοποιείται ο (αρνητικά φορτισμένος) όρος McGuggenheim (ή Mc Guggenheimisation), ο οποίος περιγράφει την τάση πολλών πόλεων να επενδύουν σε «έργα-ναυαρχίδες» που σχετίζονται με τον πολιτισμό, προκειμένου να προσελκύσουν το παγκόσμιο ενδιαφέρον (Zukin, 2010).



Εικόνα 7.1 Μουσείο Guggenheim στο Bilbao (Πηγή: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Guggenheim-bilbao-jan05.jpg> - Άδεια Creative Commons)

Ο πολιτισμός είναι στο επίκεντρο των περισσότερων προσπαθειών προβολής μιας πόλης. Τα τελευταία χρόνια η προβολή των πόλεων πραγματοποιείται στο πλαίσιο οργανωμένων στρατηγικών, καθιστώντας δημοφιλή την πρακτική του μάρκετινγκ/branding πόλεων, με σκοπό την προσέλκυση επενδύσεων, κατοίκων και επισκεπτών. Ένας αντιπροσωπευτικός ορισμός για το μάρκετινγκ τόπου είναι ο εξής:

«Είναι μια μακροπρόθεσμη διαδικασία ή στρατηγική αλληλένδετων ενεργειών και μέτρων με σκοπό τη διατήρηση ή αύξηση της ελκυστικότητας ενός τόπου για συγκεκριμένες ομάδες του πληθυσμού» (κατά Lombarts, 2008, όπ. αναφ. στο Hospers, Verheul & Boekema, 2011).

Τα τελευταία χρόνια ο όρος «μάρκετινγκ του τόπου» τείνει να ταυτιστεί με έναν νέο όρο, το «branding του τόπου» (place branding), προκαλώντας συχνά παρερμηνείες. Με τον όρο «branding του τόπου» εννοείται η απόδοση συγκεκριμένης χωρικής ταυτότητας σε μια περιοχή ή πόλη, ώστε να διαμορφωθεί μια κεντρική ιδέα για τα χαρακτηριστικά και την αστική προσωπικότητά της. Στο πλαίσιο της επιστημονικής συζήτησης, ιδιαίτερα δημοφιλείς έχουν γίνει όροι που περιγράφουν τις συγκεκριμένες διαδικασίες, όπως το «αφήγημα» (storytelling), το οποίο προέρχεται από τον χώρο της διαφήμισης (Salmon, 2007/2008), καθώς και η έννοια του placemaking, η οποία είναι πιο σύνθετη, αφού περιλαμβάνει στοιχεία σχεδιασμού, διαμόρφωσης αλλά και προβολής ενός τόπου (Mommmaas, 2002). Οι πόλεις και οι τόποι, γενικότερα, μπορούν να διαμορφώσουν την εικόνα και την ταυτότητά τους, με σκοπό την ελκυστικότητα προς το εξωτερικό τους περιβάλλον, βασιζόμενοι στο προφίλ που έχουν ή/και θέλουν να δημιουργήσουν (Δέφνερ & Καραχάλης, 2012· Hospers, 2011α). Η στρατηγική μάρκετινγκ του τόπου δεν είναι απλά ένα επικοινωνιακό εργαλείο ούτε το μόνο ζητούμενο είναι να βρεθεί ένα σλόγκαν ή ένα λογότυπο: πρόκειται για μια μακροχρόνια διαδικασία, η οποία προϋποθέτει ένα υπόβαθρο κατανόησης της γειτονιάς, της πόλης, της περιφέρειας ή του νησιού, όπου η συμμετοχή των τοπικών φορέων και των κατοίκων κρίνεται απαραίτητη (Εργαστήριο Τουριστικού Σχεδιασμού, Έρευνας και Πολιτικής (ΕΤΟΥΣΕΠ) & Δήμος Κοζάνης, 2015).

Πώς διαμορφώνεται η εικόνα μιας πόλης; Σύμφωνα με τους Kotler, Haider και Rein (1993), η εικόνα των πόλεων είναι ένα σύνολο από πεποιθήσεις, ιδέες και εντυπώσεις που έχουν ή διαμορφώνουν οι άνθρωποι για την πόλη ή έναν συγκεκριμένο προορισμό. Η εικόνα της πόλης αντιπροσωπεύει μια απλουστευμένη μορφή όλων των υποθέσεων και πληροφοριών που συνδέονται με τα προαναφερθέντα. Η εικόνα αυτή μπορεί να δημιουργηθεί βάσει διηγήσεων, από τις ειδήσεις στην τηλεόραση, από το διαδίκτυο, από την επικοινωνιακή πολιτική μάρκετινγκ της πόλης κ.λπ. Αστικές περιοχές, πόλεις, περιφέρειες και κράτη σε ολόκληρο τον κόσμο

αναζητούν στρατηγικές, προκειμένου να βελτιώσουν την εικόνα και τη φήμη τους. Θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι μια στρατηγική μάρκετινγκ/branding δεν σχετίζεται με τη διαφήμιση ή την πώληση, εφόσον ο χώρος δεν λειτουργεί ως «προϊόν». Είναι η δημιουργία και χρήση επικοινωνιακών εργαλείων, προκειμένου μια πόλη, μια περιφέρεια ή μια χώρα να βελτιώσει την εικόνα και τη φήμη της, να προσελκύσει επισκέπτες, επενδύσεις ή νέους κατοίκους και να δημιουργήσει αισθήματα ταύτισης και περηφάνιας στους υπάρχοντες κατοίκους. Παράλληλα, περιλαμβάνει και την προσπάθεια αντιστροφής ή ακύρωσης των όποιων αρνητικών εικόνων. Η στρατηγική μάρκετινγκ/branding μιας πόλης αντλεί στοιχεία από διαφορετικές επιστημονικές προσεγγίσεις, λαμβάνει υπόψη τις ιδιαιτερότητες των ομάδων του αστικού πληθυσμού, τις οικονομικές και κοινωνικές συνιστώσες μιας περιοχής και τις πολλαπλές ταυτότητες (Avraham & Ketter, 2008· Dinnie, 2011· Eshuis, Braun & Klijn, 2012· Govers & Go, 2009· Kavatzis & Ashworth, 2008· Kearns & Philo, 1993· Kolb, 2006).

Η προσπάθεια των πόλεων και των περιφερειών να εκτιμήσουν τις επιδόσεις τους σε εθνικό ή και παγκόσμιο επίπεδο έχει δημιουργήσει την ανάγκη για νέες στατιστικές μεθόδους, δείκτες και συγκριτικές μελέτες, που συνδέουν τις οικονομικές επιδόσεις με το μάρκετινγκ πόλεων (Jensen-Butler, Schachar & Van Wessel, 1997). Στη σχετική αρθρογραφία του μάρκετινγκ του τόπου τείνουν να κυριαρχούν οι αναφορές στην προσέγγιση των επιστημών του μάρκετινγκ και της διαφήμισης και, ειδικότερα, σε θεωρήσεις που βασίζονται στη μεθοδολογία του κοινωνικού μάρκετινγκ, αγνοώντας συχνά τις παραμέτρους που συνδέονται με άλλες θεωρήσεις (Δέφνερ, Καραχάλης & Μεταξάς, 2012· Kavatzis, 2004· Warnaby, 2009). Η μεθοδολογία έρευνας του μάρκετινγκ του τόπου αντλεί στοιχεία από προσεγγίσεις και πρακτικές διαφόρων επιστημονικών πεδίων. Παράλληλα, απαιτείται να υπάρχει η σχετική ευελιξία, ώστε οι στρατηγικές να απευθύνονται σε διαφορετικές ομάδες, χρησιμοποιώντας με ιδιαίτερη προσοχή τη γλώσσα, το «αφήγημα» και τα επικοινωνιακά εργαλεία. Είναι, επομένως, αυτονόητο ότι οι σχετικές στρατηγικές απαιτούν ειδική επαγγελματική αντιμετώπιση, γεγονός που εξηγεί και το αυξημένο ενδιαφέρον για ένταξη του αντικειμένου σε προγράμματα σπουδών στο εξωτερικό και –σε μικρότερο βαθμό– στην Ελλάδα. Παράλληλα, έχει αναπτυχθεί και κριτική στάση απέναντι στο μάρκετινγκ/branding των πόλεων, που εστιάζει στην αναποτελεσματικότητα των μεθόδων μέτρησης της επιτυχίας τους, την έλλειψη κοινωνικών στόχων και τη σύνδεση με την επιχειρηματική αντίληψη της ανάπτυξης (Δέφνερ κ.ά., 2012· Pratt, 2011· Zukin, 2014).

7.2 Μάρκετινγκ και branding πόλεων

7.2.1 Κύριες τάσεις – βήματα

Μια αντιπροσωπευτική καταγραφή της ιστορίας και της πρόσφατης βιβλιογραφίας πάνω σε θέματα branding και μάρκετινγκ του τόπου επιχειρεί στο άρθρο του ο Hankinson (2010), συνδέοντας την ανάπτυξη του αντικειμένου με άλλους τομείς, όπως το τουριστικό μάρκετινγκ ή μάρκετινγκ προορισμού (Βασιλειάδης, 2003· Middleton & Hawkins, 1998/2004), το μάρκετινγκ υπηρεσιών (Γούναρης, 2003), την πολεοδομία και την οικονομική του αστικού χώρου (Warnaby, 2009). Ειδικότερα, οι στρατηγικές city branding τείνουν να εξειδικεύονται και είναι δυνατόν να έχουν θεματική διάσταση, π.χ. η περιφέρεια του Eindhoven με τη στρατηγική για την «πιο έξυπνη περιφέρεια του κόσμου» ή το Τορόντο για την πιο «πράσινη» πόλη στον κόσμο. Άλλες πόλεις εκπονούν ειδικά σχέδια μάρκετινγκ για τομείς όπως ο τουρισμός συνεδρίων (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions - MICE), η μόδα, οι πολυτελείς αγορές, η γαστρονομία.

Σημαντικό είναι το γεγονός ότι αλλάζουν τα μέσα που χρησιμοποιούνται στο πλαίσιο μιας στρατηγικής μάρκετινγκ/branding του τόπου. Ο τομέας του μάρκετινγκ, γενικότερα, επηρεάζεται σημαντικά από την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και, ειδικότερα, από τη ραγδαία αύξηση της χρήσης των κοινωνικών δικτύων (Facebook, Twitter κ.ά.). Το e-marketing, το μάρκετινγκ μέσω κοινωνικών δικτύων (Social Media Marketing) και η επίδραση των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνίας αποτελούν ειδικά πεδία, με το διαδίκτυο να επηρεάζει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε και βιώνουμε την επίσκεψη σε μια πόλη, τη συμμετοχή στις τοπικές αποφάσεις, την πληροφόρηση για συγκεκριμένες επαγγελματικές ευκαιρίες κ.λπ., έχοντας οδηγήσει σε μια νέα πραγματικότητα (Urry, 2012). Οι εφαρμογές διαδικτυακού μάρκετινγκ καθιστούν τον τρόπο επικοινωνίας πιο άμεσο και οικονομικό.

Η πρακτική του city branding και του μάρκετινγκ του τόπου δεν συνδέεται αποκλειστικά με τον τουρισμό ή τον πολιτισμό, αν και οι δύο αυτοί παράγοντες αποτελούν βασικά στοιχεία των στρατηγικών προβολής.

Κυρίως απευθύνεται σε 5 ομάδες (Hospers, 2011α):

1. Κάτοικοι
2. Επιχειρήσεις
3. Επισκέπτες
4. Εργαζόμενοι – Αιρετά στελέχη των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης
5. Επιστήμονες – Άτομα με ταλέντο

Οι σχετικές μεθοδολογικές προσεγγίσεις μεταβάλλονται και δεν υπάρχει μια καθιερωμένη πρακτική: η χρήση εργαλείων της επιστήμης του μάρκετινγκ, είτε αναφέρεται σε προϊόντα είτε σε υπηρεσίες, δεν βρίσκει απευθείας εφαρμογή στις επιστήμες του χώρου και για τον λόγο αυτόν απαιτείται η προσαρμογή των προαναφερθέντων εργαλείων. Ένα από τα σημαντικά στοιχεία που προκύπτουν από τη σχετική επιστημονική συζήτηση είναι ότι ολοένα και περισσότερο αποσυνδέεται το αντικείμενο από στόχους που σχετίζονται με τον ανταγωνισμό (Kavaratzis & Hatch, 2013). Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο είναι η συμπληρωματικότητα με άλλες διαδικασίες στρατηγικού σχεδιασμού σε τοπικό επίπεδο. Είναι προφανές ότι ένα σχέδιο μάρκετινγκ χρειάζεται να έρθει ως συνέχεια μιας ευρύτερης διαδικασίας σχεδιασμού. Περιλαμβάνει μια απαιτητική προεργασία σε επίπεδο έρευνας και σε επίπεδο διαχείρισης εταιρών. Η πρακτική εμπειρία εφαρμογής των σχεδίων μάρκετινγκ δείχνει ότι απαιτείται μια ομάδα στελεχών διαφορετικών ειδικοτήτων, προκειμένου η στρατηγική να έχει ολοκληρωμένο χαρακτήρα.

Αν και στη διεθνή βιβλιογραφία δεν έχει επικρατήσει ένα μεθοδολογικό πρότυπο, ένα σχέδιο μάρκετινγκ πόλης πρέπει να περιλαμβάνει ορισμένα βασικά στοιχεία, τα οποία παρουσιάζονται συνοπτικά στα παρακάτω βήματα (Anholt, 2010· Govers & Go, 2009).

Βήματα:

ΒΗΜΑ 1. Ανάλυση

Η συγκέντρωση υλικού προβολής, μελετών, βασικών στοιχείων για την πόλη και την τοπική κοινωνία, πληροφοριών για τις στρατηγικές πόλεων με παρόμοια χαρακτηριστικά κ.λπ. οδηγεί στην αποτίμηση της υπάρχουσας κατάστασης. Η κατανόηση και η μελέτη των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών και των αξιών της πόλης αποτελούν προαπαιτούμενα της διαδικασίας.

ΒΗΜΑ 2. Έρευνα πεδίου

Η έρευνα με ερωτηματολόγια προς τους κατοίκους, τους επισκέπτες και τις επιχειρήσεις είναι ένα απαραίτητο στάδιο για την αξιολόγηση της τρέχουσας και επιθυμητής εικόνας και της ταυτότητας της πόλης.

ΒΗΜΑ 3. Διαμόρφωση προτεινόμενου μοντέλου μάρκετινγκ

Με βάση τα δύο πρώτα βήματα αποφασίζεται ο τρόπος με τον οποίο θα αναπτυχθεί και θα υλοποιηθεί η πρόταση μάρκετινγκ, δηλαδή η μέθοδος και τα κύρια χαρακτηριστικά της στρατηγικής.

ΒΗΜΑ 4. Στρατηγική Μάρκετινγκ – Ομάδες-Στόχοι

Η περιγραφή της στρατηγικής, του οράματος και της στοχοθεσίας μάρκετινγκ της πόλης (συνήθως σε βάθος πενταετίας) και η περιγραφή των κύριων ομάδων-στόχων αποτελούν το σημαντικότερο βήμα. Εδώ περιγράφεται και η επικοινωνιακή πολιτική (λογότυπο, σλόγκαν, μείγμα μάρκετινγκ, «τοποθέτηση»), καθώς και ο ρόλος των εμπλεκόμενων φορέων.

ΒΗΜΑ 5. Δημιουργία και Περιγραφή Εξειδικευμένων Πακέτων ανά αγορά-στόχο

Για επιλεγμένους τομείς θα χρειαστεί να εξειδικευτεί η πρόταση σε θεματικά «πακέτα», τα οποία θα περιλαμβάνουν μια πλήρη περιγραφή των δράσεων και των χρονοδιαγραμμάτων.

ΒΗΜΑ 6. Διαβούλευση – Οριστικοποίηση πρότασης

Η κοινοποίηση της στρατηγικής και η διαβούλευση με τους εμπλεκόμενους φορείς/εταίρους και την τοπική κοινωνία είναι απαραίτητα βήματα, προκειμένου να υπάρξει συμφωνία, να οριστικοποιηθεί και να εξειδικευτεί η πρόταση.

ΒΗΜΑ 7. Οργανωτική Δομή – Ρόλος Εταίρων

Ο οργανισμός, η εταιρεία ειδικού σκοπού ή το γραφείο, που θα έχει την ευθύνη συντονισμού, περιγράφεται με λεπτομέρεια ως προς το οργανόγραμμα και τις αρμοδιότητες.

ΒΗΜΑ 8. Αξιολόγηση

Με την εφαρμογή της στρατηγικής αξιολογούνται η αναγνωρισιμότητα και η λειτουργικότητα του σχεδίου city branding. Συνήθως η αξιολόγηση πραγματοποιείται σε ετήσια βάση και καταλήγει σε προτάσεις βελτίωσης ή επαναδιατύπωσης στόχων.

Σε σχέση με το τελευταίο βήμα, ξεχωριστό πεδίο αποτελεί ο τρόπος μέτρησης και αποτίμησης των επιπτώσεων ενός σχεδίου μάρκετινγκ και, γενικότερα, της πετυχημένης ή μη εφαρμογής του. Κεντρική θέση στη σχετική συζήτηση κατέχουν η έννοια του «brand equity» –της αξίας ενός brand– σε σχέση με την πόλη και ο τρόπος με τον οποίο μπορεί να μετρηθεί (Kavaratzis & Florek, 2014).

7.2.2 Συμμετοχή των πολιτών

Οι έννοιες της εκ των κάτω (bottom up) αστικής ανάπτυξης και του συμμετοχικού σχεδιασμού επηρεάζουν σημαντικά όλα τα θέματα που σχετίζονται με την αστική πολιτική και τη βιώσιμη αστική ανάπτυξη. Ο Barber (2014) αναφέρεται στην τάση αυτή στο βιβλίο του *If Mayors would rule the world*, όπου δίνει έμφαση στον Α΄ Βαθμό Αυτοδιοίκησης και τον αυξημένο ρόλο που κατέχει στην αντιμετώπιση της κρίσης –συνδέει την έννοια της αστικής ανθεκτικότητας (resilience) πρωτίστως με τον ρόλο των δημάρχων. Επίσης, ο ρόλος της κοινωνίας των πολιτών στον σχεδιασμό στρατηγικών κρίνεται ως πολύ σημαντικός και για το μάρκετινγκ/branding πόλεων. Οι Kavaratzis και Hatch (2013) περιγράφουν τον τρόπο με τον οποίο η τάση αυτή επηρεάζει το city branding, χρησιμοποιώντας το μοντέλο των 4Rs, που έρχεται να αντικαταστήσει ή να λειτουργήσει συμπληρωματικά με το μοντέλο των 4 ή 8 Ps (Kotler & Armstrong, 2008/2009). Το μοντέλο των 4 Rs των Aitken και Campello (2011) εστιάζει στην κοινωνική διάσταση του branding και την ουσιαστική συμμετοχή των κατοίκων. Τα Rs περιλαμβάνουν τα Δικαιώματα (Rights), τους Ρόλους (Roles), τις Ευθύνες (Responsibilities) και τις Σχέσεις (Relationships) ανάμεσα στα μέλη μιας κοινότητας. Τα τέσσερα αυτά στοιχεία συνθέτουν την εμπειρία ενός τόπου και η μεταξύ τους σύνδεση δημιουργεί ένα δυναμικό, αυθεντικό και συλλογικό brand για μια κοινότητα, στο οποίο αποτυπώνεται η αστική ταυτότητα, αλλά και οι συνήθειες ενός τόπου στην καθημερινότητα και την κοινωνική ιεραρχία (ΕΤΟΥΣΕΠ & Δήμος Κοζάνης, 2015).

Το branding των πόλεων εστιάζει ολοένα και περισσότερο στον διάλογο, την αντιπαράθεση και την αμφισβήτηση (Kavaratzis & Hatch, 2013). Η συνεργασία των κατοίκων και των εταίρων μπορεί να φέρει ουσιαστικό αποτέλεσμα. Οι επαγγελματίες του branding οφείλουν να ξεκινήσουν τη διαδικασία και να κινητοποιήσουν τους υπόλοιπους συμμετέχοντες σ' αυτή, με στόχο το βέλτιστο αποτέλεσμα. Η αποτύπωση της γνώμης των πολιτών για θέματα που έχουν σχέση με την εικόνα της πόλης είναι, επίσης, επιθυμητή. Παραδείγματος χάριν, το 2015 στο Άμστερνταμ πραγματοποιήθηκε μια εκτεταμένη έρευνα για τη στάση των κατοίκων απέναντι στη ραγδαία τουριστική ανάπτυξη της πόλης από εφημερίδα, η οποία διακίνησε ερωτηματολόγιο ως ένθετο, καθώς και ηλεκτρονικά (ανακτήθηκε 30 Αυγούστου, 2015, από www.iamsterdam.nl).

7.3 Ο ρόλος του πολιτισμού στις στρατηγικές city marketing και branding

7.3.1 Ο πολιτισμός ως κύριο στοιχείο των στρατηγικών city branding

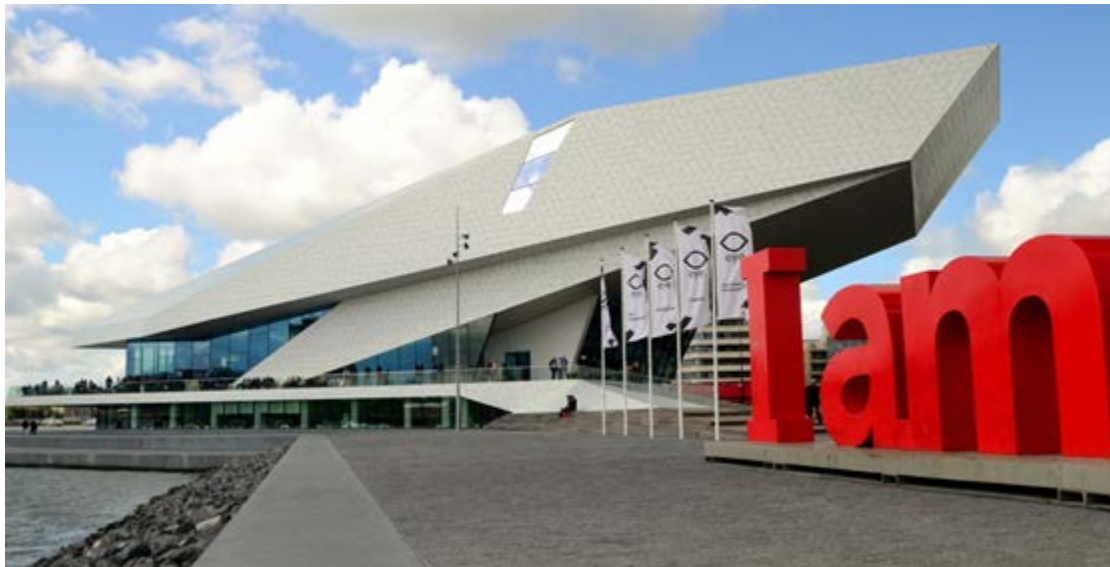
Η πολιτιστική κληρονομιά, ο σύγχρονος πολιτισμός και οι δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου συχνά έχουν τον ρόλο του ακρογωνιαίου λίθου των στρατηγικών μάρκετινγκ, αφού συνδέονται περισσότερο από κάθε άλλον τομέα με την κυρίαρχη εικόνα ενός τόπου και την ποιότητα ζωής. Αφενός τα μνημεία, τα μουσεία και το δομημένο περιβάλλον και αφετέρου τα φεστιβάλ μουσικής και κινηματογράφου, οι εικαστικές εκθέσεις, καθώς και οι μεγάλες διοργανώσεις, όπως ο εορτασμός της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης και τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα, έχουν τη δύναμη να χαρακτηρίζουν μια πόλη και να συμβάλλουν στην αναζωογόνησή της. Συχνά επιδιώκεται, μέσω στρατηγικών, η παρουσία και δικτύωση πολιτιστικών οργανισμών (μουσεία, θέατρα, γκαλερί, αίθουσες συναυλιών κ.ά.) και επαγγελματιών του δημιουργικού τομέα στο πλαίσιο της πόλης ή μιας περιοχής, με στόχο την κοινωνική και οικονομική αναζωογόνηση.

Η προβολή των «πολιτιστικών περιοχών» ή «επίκεντρων πολιτισμού» αποκτά κεντρικό ρόλο στις σχετικές στρατηγικές μάρκετινγκ για πολλές πόλεις, με παραδείγματα, όπως το Prenzlauer Berg στο Βερολίνο, το Museumsquartier στη Βιέννη ή το District 798 στο Πεκίνο, να καταδεικνύουν τις διαφορετικές μορφές αυτών (Καραχάλης, 2010· Κόνσολα, 2011). Συχνά δε συγκεκριμένες «πολιτιστικές γειτονιές» αντιπροσωπεύουν το σύνολο της πόλης, προβάλλοντας εικόνες αναγέννησης, αρχιτεκτονικής πρωτοπορίας και πολιτιστικής παραγωγής. Η πόλη του Λονδίνου αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα: η περιοχή South Bank, με την Tate Modern, το London Eye και το Millennium Bridge, αποτελεί πλέον την κυρίαρχη εικόνα της πόλης (Kavaratzis & Ashworth, 2008). Ειδικά οι νεανικές κουλτούρες προσφέρουν ευκαιρίες για την προβολή εικόνων που σχετίζονται με τη ζωντάνια, τον πειραματισμό και την ανεκτικότητα, εξυπηρετώντας τους στόχους μάρκετινγκ –το Βερολίνο έχει στηρίξει τη στρατηγική branding σε εικόνες της εναλλακτικής, νεανικής σκηνής της πόλης (Colomb, 2012). Εκτός από τον πολιτισμό, στοιχεία όπως η ανεκτικότητα, η ποιότητα ζωής και η καινοτομία αντιμετωπίζονται ως σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα για μια πόλη. Σ' αυτήν την παραδοχή στηρίζονται και δημοφιλείς θεωρητικές προσεγγίσεις, όπως η *Δημιουργική Πόλη* του C. Landry και η θεωρία της *Δημιουργικής Τάξης* του R. Florida, οι οποίες δέχονται και κριτικές σχετικά με την «εργαλειοποίηση» του πολιτισμού (Florida, 2002· Landry, 2000). Πιο πρόσφατα ο Florida (2008), με την έρευνα *Κατοικία και Ευτυχία*, απέδειξε ότι για 27.000 Αμερικανούς ο τόπος κατοικίας βρίσκεται στις υψηλότερες θέσεις όσον αφορά την εκτίμηση της ποιότητας ζωής και της ευζωίας. Η πόλη ή το χωριό, όπου διαμένει κανείς, θεωρείται εξίσου σημαντικός παράγοντας ευτυχίας με την οικογενειακή κατάσταση ή την υγεία –συμπεράσμα που αναδεικνύει τη σημασία του τομέα του μάρκετινγκ/branding της πόλης.

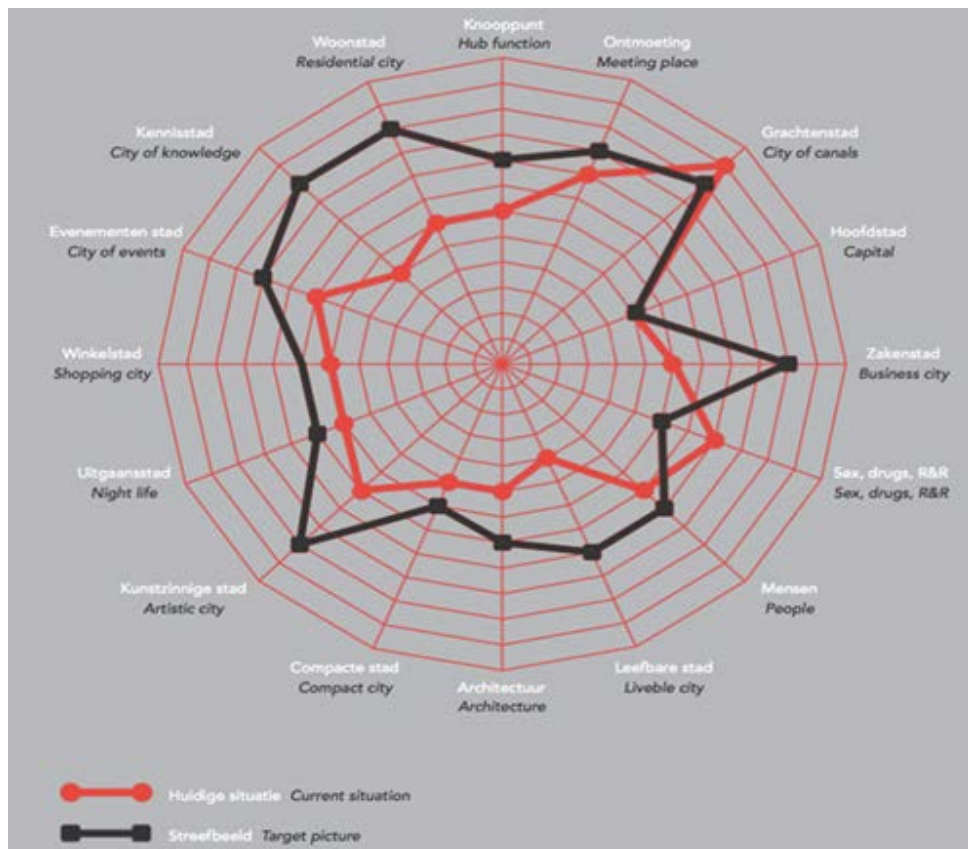
7.3.2 Παραδείγματα πόλεων του εξωτερικού

Πολλές πόλεις του εξωτερικού έχουν εκπονήσει και εφαρμόζουν σχέδια μάρκετινγκ και branding της πόλης, εστιάζοντας στο πολιτιστικό στοιχείο και χρησιμοποιώντας διαφορετικές προσεγγίσεις. Πόλεις όπως η Φιλαδέλφεια, το Τορόντο, η Λυών, το Τορίνο, η Ουτρέχτη κ.ά. εφαρμόζουν πετυχημένες στρατηγικές. Οι ολλανδικές πόλεις μπορούν να χαρακτηριστούν ως πρωτοποριακές, αφού, σύμφωνα με τον Hospers (2011β), σχεδόν το 75% αυτών έχει δημοσιευμένο σχέδιο μάρκετινγκ και σχετικό γραφείο/υπηρεσία.

Ένα παράδειγμα, το οποίο είναι γνωστό χωρίς να είναι αντιπροσωπευτικό ή το πιο πετυχημένο, είναι η στρατηγική μάρκετινγκ του **Άμστερνταμ**. Η στρατηγική αυτή βασίστηκε σε μια εκτεταμένη έρευνα με τους εταίρους, τους κατοίκους και τους επισκέπτες και είχε ως κύριο στόχο την ανάδειξη πολλαπλών χαρακτηριστικών (Kavaratzis, 2008). Δεκαέξι στοιχεία ταυτότητας της πόλης (βλ. το ιστόγραμμα στο Σχήμα 6.1) επιλέχθηκαν και αξιολογήθηκαν. Εκτός από τα χαρακτηριστικά στοιχεία με τα οποία έχει συνδεθεί η πόλη, δηλαδή τα κανάλια, τα ποδήλατα, τα ναρκωτικά, την ανεκτικότητα, συμπεριλήφθηκαν και άλλα, τα οποία δεν ταυτίζει κανείς εύκολα με το Άμστερνταμ, π.χ. πόλη της γνώσης ή κόμβος logistics. Η έρευνα έδειξε ότι η καθιερωμένη ταυτότητα του Άμστερνταμ δεν είναι πλέον επιθυμητή. Το «I Amsterdam» είναι το σλόγκαν που προκρίθηκε και θεωρείται πολύ πετυχημένο, ενώ και οι εικόνες, με τις οποίες συνδυάστηκε, προβάλλουν ταυτότητες της πόλης που δεν είναι αρκετά γνωστές (π.χ. η πόλη-κόμβος, η πόλη έρευνας, η πόλη γεγονότων), σε μια προσπάθεια να αμβλυνθεί η εικόνα του σεξουαλισμού και των ναρκωτικών. Το σλόγκαν «I Amsterdam» θεωρείται πετυχημένο, αφού είναι εύκολα κατανοητό, αξιομνημόνευτο και περιλαμβάνει την ονομασία της πόλης (Kavaratzis & Ashworth, 2008). Ο πολιτισμός και τα ειδικά γεγονότα (οι εκθέσεις-blockbusters σε μουσεία όπως το Van Gogh και το Stedelijk, οι συναυλίες, το Gay Parade, το Sail, οι ποδοσφαιρικοί αγώνες του Ajax κ.ά.) κατέχουν κεντρική θέση στο υλικό προβολής. Στο σχετικό τηλεοπτικό σποτ φαίνονται η πολλαπλή στόχευση σε διαφορετικές κατηγορίες κοινού, με βάση την έρευνα που προηγήθηκε, καθώς και οι διαφορετικές ταυτότητες -του επισκέπτη, του κατοίκου, του επιχειρηματία- που μπορούν να συνδεθούν με τις εικόνες του σποτ. (ανακτήθηκε 15 Ιουλίου, 2015, από www.youtube.com/watch?v=9mCjDLtfGdk) (Εικόνα 7.2).



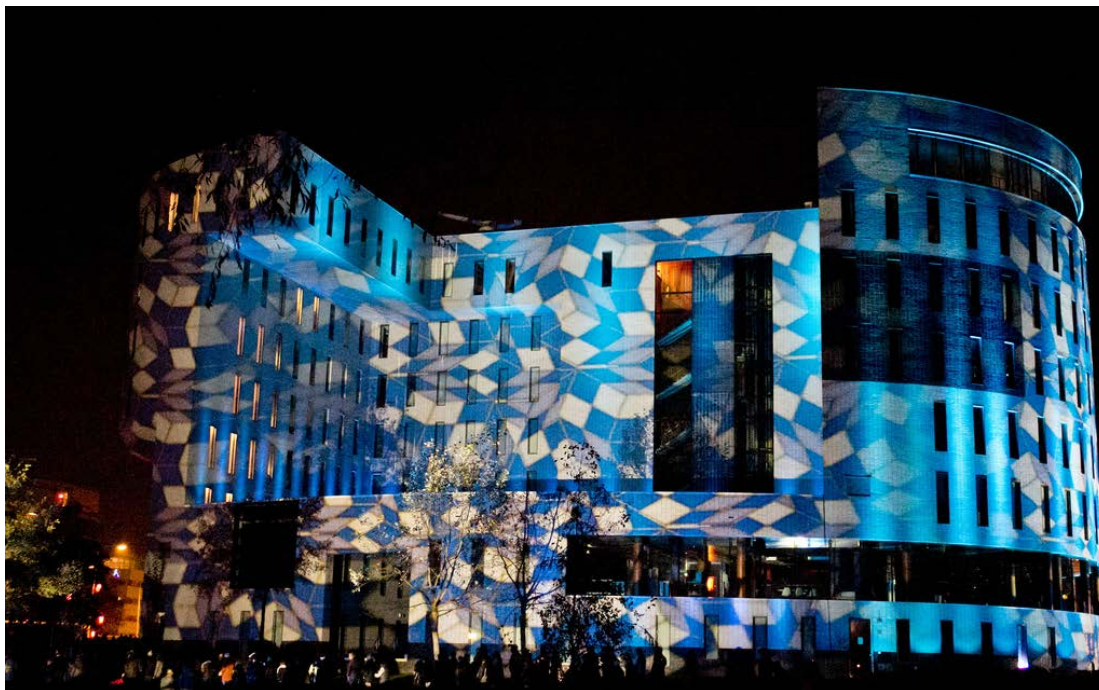
Εικόνα 7.2. Το Μουσείο Κινηματογράφου EYE στο Άμστερνταμ (Πηγή: www.iamsterdam.nl – Mediabank Amsterdam Marketing - Άδεια Creative Commons)



Σχήμα 7.1 Αποτελέσματα έρευνας για τη στρατηγική Iamsterdam (Πηγή: www.iamsterdam.com – Mediabank Amsterdam Marketing)

Η περίπτωση του **Eindhoven**, επίσης, έχει να επιδείξει σημαντικές καινοτομίες (υπάρχουν αναφορές στο λεγόμενο «Θαύμα του Eindhoven»). Πρόκειται για μια πόλη-βιομηχανικό κέντρο, η οποία γνώρισε σημαντικές δυσκολίες λόγω της αποβιομηχάνισης και, κυρίως, λόγω της πτώσης της παντοδύναμης Philips. Από τις αρχές του 2000 η περιοχή του Eindhoven με το πρόγραμμα «Brainport 2005-2013» επιχειρεί και

καταφέρνει να μετατραπεί σε μια βιώσιμη και διεθνώς ανταγωνιστική περιοχή (<http://www.brainport.nl/en>).⁴⁶ Παράλληλα, η πόλη έχει πλέον να επιδείξει σημαντικά επιτεύγματα στον χώρο του πολιτισμού και της καλλιτεχνικής εκπαίδευσης: η σχολή design της πόλης (<http://www.designacademy.nl>) θεωρείται μια από τις κορυφαίες στον κόσμο και το Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης Van Abbe είναι ένα από τα μουσεία με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στη χώρα.



Εικόνα 7.3 Glow Festival (Πηγή: Julien Mohr <https://www.flickr.com/photos/julien-mohr/6341721568/in/photostream/> - Creative Commons)

Ο στόχος που εξαρχής έχει τεθεί είναι μέχρι το 2020 το Eindhoven να βρίσκεται ανάμεσα στις δέκα πιο καινοτόμες περιφέρειες παγκοσμίως και στις τρεις πρώτες στην Ευρώπη. Σήμερα η στρατηγική μάρκετινγκ/branding για την πόλη ονομάζεται «Eindhoven 365» και εφαρμόζεται από το 2013 (<http://www.merkeindhoven.nl>). Οι σημαντικότερες αγορές-στόχοι είναι οι εμπορικές επενδύσεις και οι τουρίστες/επισκέπτες και δευτερευόντως οι κάτοικοι και ο αθλητικός τομέας (<http://eindhoven365.nl/>). Με βάση αυτά τα χαρακτηριστικά η πόλη στοχεύει στην προσέλκυση ταλαντούχων ατόμων, φοιτητών και διεθνών επιχειρήσεων. Υπεύθυνος οργανισμός είναι ένα νέο εταιρικό σχήμα με την επωνυμία Eindhoven City Marketing (ή Eindhoven365), το οποίο προέκυψε από τη συγχώνευση του τοπικού τουριστικού οργανισμού και της εταιρείας CityDynamiek. Το δημοτικό συμβούλιο εκλέγει τον διευθυντή μάρκετινγκ της πόλης, ενώ στον οργανισμό εργάζονται, μόνιμα ή με συμβάσεις έργου, τριάντα άτομα. Ο οργανισμός μάρκετινγκ διαχειρίζεται και ένα ποσό, το οποίο διαθέτει ως οικονομική υποστήριξη σε εκδηλώσεις που προάγουν την πόλη (ο ενδιαφερόμενος φορέας συμπληρώνει σχετική αίτηση). Ως βέλτιστες πρακτικές αναφέρονται η έντονη παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα και η θέσπιση του φεστιβάλ Glow, το οποίο αποτελεί, ίσως, το πολιτιστικό γεγονός με τα πιο εντυπωσιακά αποτελέσματα: έχοντας αποκτήσει το προσωνύμιο «πόλη του φωτός», το Eindhoven επένδυσε σε ένα ειδικό γεγονός με θέμα τον δημιουργικό φωτισμό της πόλης (Εικόνα 7.3). Για τις λίγες ημέρες που διαρκεί το «Glow», κτήρια, δημόσιοι χώροι, πάρκα κ.ά. φωτίζονται από γνωστούς καλλιτέχνες, προκαλώντας το ενδιαφέρον κατοίκων και επισκεπτών (<http://www.gloweindhoven.nl/website/glow/glow.php>).

Αντίστοιχα, το **Groningen** συνδέθηκε με τη στρατηγική μάρκετινγκ, η οποία σχεδιάστηκε γύρω από το σλόγκαν «Τίποτα πάνω από το Groningen», χρησιμοποιώντας ως λογότυπο το πρώτο γράμμα της πόλης («G»). Η στρατηγική κατάφερε να αντιστρέψει την καταγεγραμμένη αρνητική εικόνα της πόλης και της

⁴⁶ Η πρόταση της επωνυμίας «Brainport» λειτούργησε συνδυαστικά με το Airport (αεροδρόμιο) στο Άμστερνταμ και το Seaport (λιμάνι) στο Ρότερνταμ. Οι τομείς στους οποίους επικεντρώθηκε είναι τα συστήματα υψηλής τεχνολογίας, τα υλικά, η βιοτεχνολογία, η αυτοκίνηση και το design.

ευρύτερης περιοχής (<http://toerisme.groningen.nl>).⁴⁷ Μια από τις βασικές διαπιστώσεις είναι ότι τα τουριστικά πλεονεκτήματα της πόλης (ιστορικό κέντρο με κανάλια, μουσεία, αγορά), αλλά και της ευρύτερης περιοχής (τοπία ιδιαίτερου κάλλους, ιστορικές εκκλησίες κ.ά.) είναι άγνωστα στο κοινό. Σύμφωνα με τον Hospers (2011β), το όραμα στηρίχθηκε μεθοδολογικά στις έρευνες κοινού, την έρευνα γραφείου και σε δεκατρείς συνεντεύξεις με ανθρώπους-κλειδιά από την τοπική κοινωνία. Για τους τουρίστες δημιούργησαν την πετυχημένη στρατηγική μάρκετινγκ προορισμού «G7», επιλέγοντας επτά κύρια χαρακτηριστικά της ευρύτερης περιοχής. Η βασική ομάδα-στόχος καθορίστηκε με βάση ομαδοποίηση του κοινού από εταιρεία μάρκετινγκ στην Ολλανδία και βασίζεται σε κοινωνικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά: επιλέχθηκε η ομάδα που χαρακτηρίζεται από το υψηλό εισόδημα, την καλή μόρφωση και το ενδιαφέρον για τις τέχνες. Η πόλη ωφελήθηκε από την προβολή και οι 324.000 διανυκτερεύσεις το 2009 αποτελούν το ρεκόρ διανυκτερεύσεων της πόλης. Τα μέσα που χρησιμοποιήθηκαν για το μείγμα μάρκετινγκ περιλαμβάνουν τηλεοπτική καμπάνια, καταχωρίσεις σε έντυπα, ένθετα σε εφημερίδες και περιοδικά, e-marketing, αυτοκόλλητα, διασημότητες – πρεσβευτές της πόλης κ.ά.– όλα με σημαντική απήχηση.⁴⁸ Υπεύθυνος οργανισμός είναι η Εταιρεία Ειδικού Σκοπού «Marketing Groningen», η οποία ιδρύθηκε το 2003 –τμήμα αυτής αποτελεί το Infopoint με τις τουριστικές πληροφορίες και το Uitburo (γραφείο ειδικών γεγονότων / ticketing). Ο Δήμος και η Νομαρχία είναι οι κύριοι χρηματοδότες, ενώ τα τελευταία χρόνια η εταιρεία εξασφαλίζει χρηματοδότηση από χορηγούς και ευρωπαϊκά προγράμματα. Η εταιρεία μάρκετινγκ εκδίδει εξειδικευμένους οδηγούς (π.χ. χάρτη των παραμυθιών της περιοχής, οδηγό περιήγησης στα ποτάμια, πολιτιστικούς οδηγούς), σχεδιάζει ειδικές εφαρμογές (applications κ.λπ). Η στρατηγική μάρκετινγκ 2003-2007 κόστισε περίπου 2,5 εκατ. ευρώ (σύμφωνα με την υποβολή για βράβευση). Ως βέλτιστες/πρωτότυπες ιδέες μπορούν να αναφερθούν τα τηλεοπτικά σποτ 25 δευτερολέπτων, τα οποία προβλήθηκαν σε εθνικό επίπεδο, η ιδέα του Groningen Spot, που δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες του portal (<http://toerisme.groningen.nl>) να σχεδιάσουν το δικό τους τηλεοπτικό σποτ ανεβάζοντας φωτογραφίες, και, τέλος, το Fly Over Groningen, ο σχεδιασμός ενός εναέριου μέσου σταθερής τροχιάς (τελεφερίκ) για την πόλη, το οποίο, πέρα από την πρακτική του χρήση, αναμένεται να αποτελέσει και στοιχείο αναγνωρισιμότητας του αστικού τοπίου (www.flyovergroningen.nl).

7.3.3 Η περίπτωση του Εδιμβούργου – Πόλης των φεστιβάλ

Το Εδιμβούργο, πρωτεύουσα της Σκωτίας, είναι η πόλη που ταυτίζεται με τα πολιτιστικά φεστιβάλ και ακολουθεί ειδική στρατηγική μάρκετινγκ, ώστε να «τοποθετηθεί» ως η παγκόσμια πρωτεύουσα των φεστιβάλ (Richards & Palmer, 2010: www.edinburghfestivalcity.com). Το περίφημο θεατρικό Διεθνές Φεστιβάλ Εδιμβούργου ξεκινάει αμέσως μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο και εκφράζει τη γενικότερη τάση αυτής της εποχής για επένδυση στον πολιτισμό. Ήδη από την πρώτη χρονιά διοργάνωσής του αποκτά υψηλό κύρος και οι θεατρικές ομάδες που συμμετέχουν επιλέγονται με αυστηρά κριτήρια. Έτσι, πολύ σύντομα (ήδη από το 1947) και παράλληλα με το φεστιβάλ, διοργανώνεται το Fringe, το οποίο ξεκίνησε ως «αντιφεστιβάλ» από θεατρικές ομάδες που «κόπηκαν» από το πρόγραμμα –σήμερα αποτελεί έναν εξίσου πετυχημένο θεσμό που έχει αποκτήσει αυτόνομη ταυτότητα, ενώ η πόλη φιλοξενεί πολλά ακόμη θεματικά φεστιβάλ.

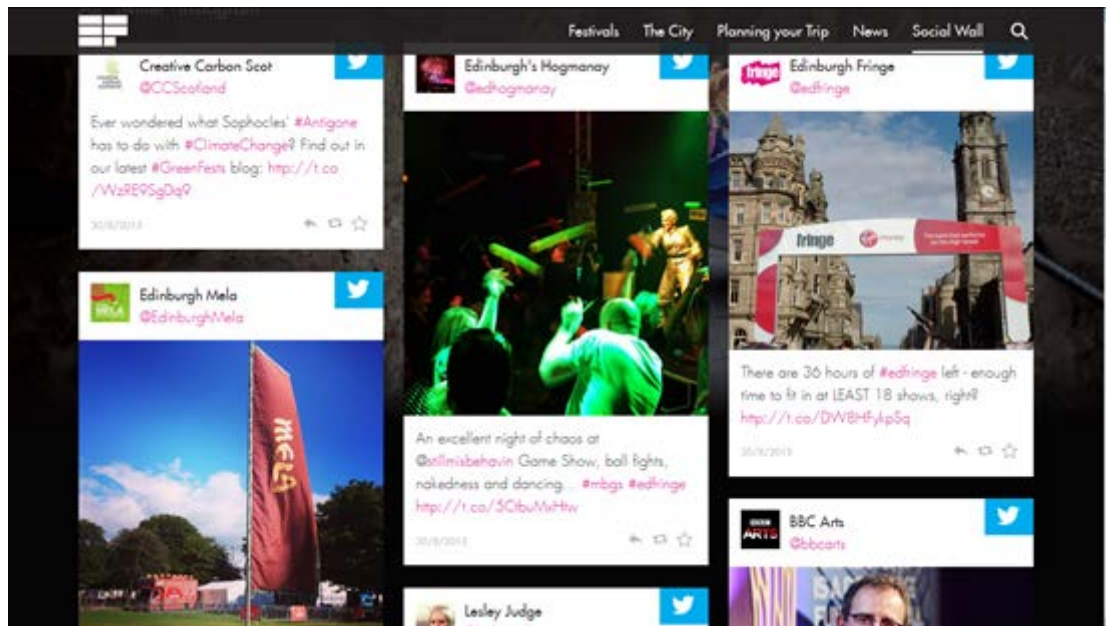
Η πόλη του Εδιμβούργου εκτόνησε σχέδιο μάρκετινγκ, προκειμένου να αποτελέσει την «παγκόσμια πρωτεύουσα των φεστιβάλ». Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στον ανταγωνισμό, ο οποίος εντοπίζεται σε διαφορετικά χωρικά επίπεδα: παγκόσμιο (Σαν Φρανσίσκο, Σίδνεϊ), ευρωπαϊκό (Άμστερνταμ, Βαρκελώνη) και τοπικό (Newcastle), ενώ κάθε χρόνο, στο πλαίσιο μιας άσκησης benchmarking,⁴⁹ πραγματοποιείται ένα διήμερο εργαστήριο με συζήτηση για τις επιδόσεις και το μέλλον των ευρωπαϊκών φεστιβάλ. Το σχέδιο ανάπτυξης της «Πόλης των Φεστιβάλ» περιλαμβάνει δεκατέσσερις κύριες προτάσεις αλλαγών, μεταξύ των οποίων ενδεικτικές είναι οι εξής: η δημιουργία οργανισμού για την προώθηση του Εδιμβούργου ως πόλης των φεστιβάλ (Edinburgh Festivals), η κοινή στρατηγική μάρκετινγκ όλων των φεστιβάλ της πόλης, η τήρηση ενός ενημερωμένου χρονοδιαγράμματος για την αποφυγή επικαλύψεων, η συνεχής έρευνα σε σχέση με το κοινό όλων των

⁴⁷ Σύμφωνα με έρευνα κοινού που πραγματοποιήθηκε το 2004, η πόλη είχε μάλλον θετική εικόνα για όσους την είχαν επισκεφτεί (συνολική βαθμολογία 7,6/10), αλλά μάλλον αρνητική εικόνα (5,6/10) για όσους δεν την είχαν επισκεφτεί. Σε αντίθεση, λοιπόν, με τους επισκέπτες, που τονίζουν χαρακτηριστικά όπως η «ηρεμία» και η «ευγένεια» των κατοίκων, όσοι δεν είχαν επισκεφτεί την πόλη ανέφεραν ότι είναι «βαρετή», «απομακρυσμένη» και «αγροτική».

⁴⁸ Η τηλεοπτική καμπάνια έθεσε νέα πρότυπα για την τοπική αυτοδιοίκηση κερδίζοντας ένα βραβείο Effie το 2008, το οποίο απονέμεται σε εθνικό επίπεδο στις καλύτερες διαφημίσεις.

⁴⁹ Στα ελληνικά ορίζεται ως «συγκριτική προτυποποίηση». Αναφέρεται στη διερεύνηση καλών πρακτικών άλλων πόλεων.

φεστιβάλ, η αξιολόγηση της συνεισφοράς κάθε φεστιβάλ στη συνολική στρατηγική και, τέλος, η δημιουργία μιας εργαλειοθήκης (toolkit) προς χρήση κάθε φεστιβάλ (<http://www.edinburghfestivalcity.com>) (Εικόνα 7.4).



Εικόνα 7.4 Η ιστοσελίδα των φεστιβάλ του Εδιμβούργου (Πηγή: <http://www.edinburghfestivalcity.com>)

7.4. Η ελληνική εμπειρία

Στην Ελλάδα, οι προσπάθειες για τη χάραξη και την εφαρμογή στρατηγικών μάρκετινγκ και branding πόλεων δεν έχουν ακόμη συστηματοποιηθεί. Τα στάδια της εξέλιξης των σχετικών στρατηγικών ακολουθούν τρεις φάσεις (Kavaratzis & Hatch, 2013): στην πρώτη φάση, η στρατηγική μάρκετινγκ αποτελεί πρωτοβουλία ιδιωτών, στη δεύτερη φάση, η πρωτοβουλία αυτή αναγνωρίζεται από τις τοπικές αρχές και, στην τρίτη φάση, γίνεται πλέον κοινή αντίληψη ότι οι στρατηγικές αυτές ωφελούν συνολικά την πόλη. Είναι δύσκολο να εντοπίσει κανείς αντίστοιχη εξέλιξη στις ελληνικές πόλεις. Οι ολοκληρωμένες προσπάθειες αφορούν κυρίως τα μεγάλα μητροπολιτικά κέντρα (η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη επενδύουν σημαντικά ποσά στην προβολή τους), ενώ ελάχιστες είναι οι περιπτώσεις μικρότερων πόλεων, όπως αυτές της Λάρισας, της Κοζάνης, της Καλαμάτας και του πρώην Δήμου Νέας Ιωνίας.⁵⁰

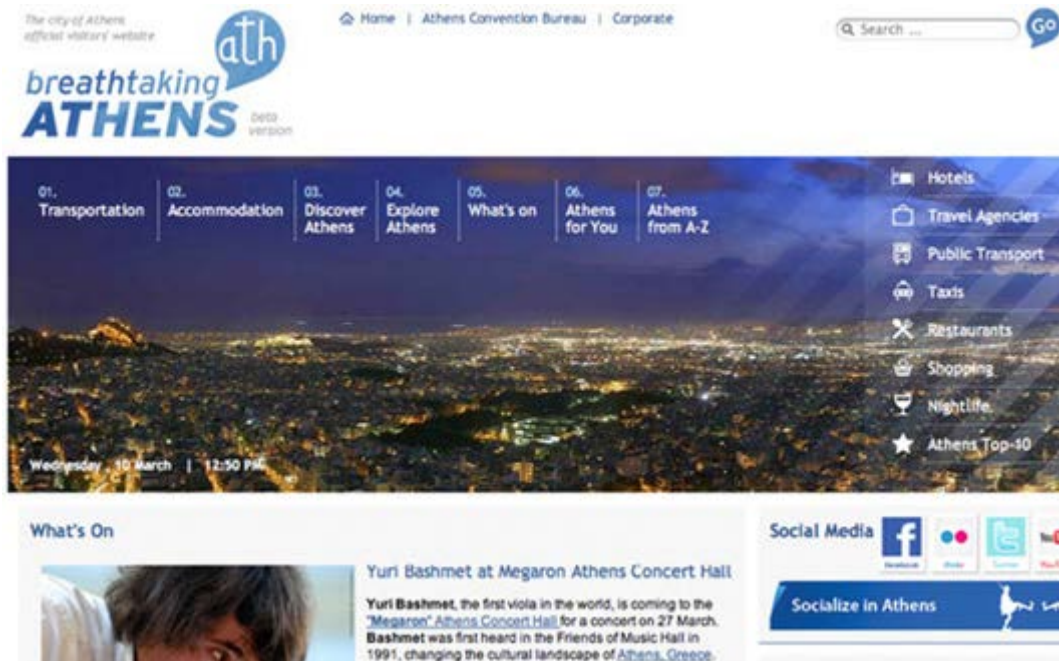
Η μόνη ολοκληρωμένη πολιτική προώθησης βάσει ενός ειδικού γεγονότος ήταν οι Ολυμπιακοί Αγώνες της Αθήνας: η Πολιτιστική Ολυμπιάδα, η τελετή έναρξης και οι παράλληλες πολιτιστικές εκδηλώσεις αποτέλεσαν μια εμπειρία που δημιούργησε και ενίσχυσε άλλους θεσμούς τα επόμενα χρόνια. Τα δεκάδες φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις που διοργανώνουν οι ελληνικές πόλεις σπάνια γίνονται αντικείμενο προώθησης της πόλης, ούτε προσελκύουν τουρίστες, γεγονός που πρέπει να συσχετιστεί και με παράγοντες που επηρεάζουν το τουριστικό προϊόν (Konsola & Karachalis, 2009). Ο θεσμός της **Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης** αποτελεί ίσως το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα ειδικού γεγονότος που συνδέεται με την αστική αναζωογόνηση και το city branding. Διοργανώνεται για πρώτη χρονιά το 1985 στην Αθήνα και έκτοτε κάθε χρόνο μία (και αργότερα δύο) ευρωπαϊκές πόλεις για ένα έτος φιλοξενούν τον θεσμό, σε αρκετές περιπτώσεις με σημαντική κληρονομιά για την πόλη. Τα κριτήρια ανάθεσης και επιλογής αλλάζουν διαχρονικά. Σήμερα πλέον κάθε χώρα διοργανώνει διαγωνισμό στον οποίο συμμετέχουν με υποβολή φακέλου όσες πόλεις το επιθυμούν. Η ελληνική εμπειρία από τη διοργάνωση του θεσμού συνδέεται με χαμένες ευκαιρίες: η **Θεσσαλονίκη** το 1997, με μια γενναία χρηματοδότηση, συνέδεσε τον θεσμό με μια σειρά από χωρικές παρεμβάσεις στο λιμάνι (Προβλήτα Α) και την περιοχή των Λαδάδικων. Ωστόσο, παρά την επιτυχία ορισμένων εκδηλώσεων, όπως π.χ. η έκθεση «Θησαυροί του Αγίου Όρους», η διοργάνωση συνδέθηκε με οικονομικά σκάνδαλα και αδυναμία κεφαλαιοποίησης των θετικών εικόνων σε επίπεδο ταυτότητας (Deffner & Labrianidis,

⁵⁰ Όπου στο πλαίσιο του προγράμματος Cult Mark εκπονήθηκε το Πιλοτικό Σχέδιο Μάρκετινγκ από το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας (Δέφνερ & Μεταξάς, 2010).

2005). Στην περίπτωση της **Πάτρας**, η διοργάνωση της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας το 2006 υπήρξε μοναδική ευκαιρία για παγκόσμια προβολή και «επανατοποθέτηση» της πόλης ως πολιτιστικού πόλου της δυτικής Ελλάδας. Προς την κατεύθυνση αυτή σχεδιάστηκε και η στρατηγική μάρκετινγκ με κύριο στόχο να κρατήσει τους διερχόμενους ταξιδιώτες του λιμανιού. Παρότι δαπανήθηκαν πόροι για προβολή, δεν υπήρξε έγκαιρη πληροφόρηση, η διοργάνωση δεν κατάφερε να στρέψει το ενδιαφέρον στην πόλη, ενώ οι νέες πολιτιστικές υποδομές της Ακτής Δυμαίων (Εργοστάσιο Λαδόπουλου, Πτωχοκομείο, Σφαγεία κ.ά.) δεν αποδείχθηκαν βιώσιμες (Τσιλήρας, 2015). Με αφορμή τη διοργάνωση της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης το 2021 έχει ξεκινήσει η σχετική προετοιμασία σε αρκετές πόλεις της Ελλάδας.⁵¹ Η προβολή της πόλης, το όραμα για το μέλλον της πόλης μετά το 2021 και η πολιτιστική στρατηγική αποτελούν κύρια στοιχεία αξιολόγησης για την επιλογή –επομένως η ανάγκη για σχεδιασμό στρατηγικών branding γίνεται επιτακτική.

Τα παραδείγματα του εξωτερικού μπορούν να λειτουργήσουν ως βέλτιστες πρακτικές για τις ελληνικές πόλεις. Τα τελευταία χρόνια παρατηρούμε ότι αυξάνονται οι σχετικές προσπάθειες των ελληνικών πόλεων για την ανάδειξη του πολιτιστικού τους προφίλ μέσα από οργανωμένες στρατηγικές. Ο Δήμος **Αθηναίων**, με τη σύσταση ειδικού γραφείου, προσπαθεί να καλύψει το κενό που υπήρχε έως σήμερα σε θέματα μάρκετινγκ. Ωστόσο, η προβολή της Αθήνας ως «πόλης γεγονότων» είναι σχετικά αδύναμη, ενώ πρόσφατα αποσύρθηκε η καμπάνια με τίτλο «Breathtaking Athens» (Εικόνα 7.5) και αντικαταστάθηκε από την καμπάνια «You in Athens», που προβάλλει τα θετικά στοιχεία της πόλης με την υποστήριξη γνωστών travel bloggers. Η Αθήνα έχει το προνόμιο να διαθέτει πλούσιο απόθεμα πολιτιστικής κληρονομιάς και πληθώρα συλλογών αρχαιοτήτων. Ωστόσο, έως σήμερα δεν αποτελεί δημοφιλή προορισμό για επίσκεψη μουσείων και, με εξαίρεση το Νέο Μουσείο της Ακρόπολης, το οποίο έχει σημαντική επισκεψιμότητα, δεν κατέχει υψηλή θέση στις σχετικές παγκόσμιες ιεραρχήσεις. Η τάση αυτή ίσως αλλάξει τα επόμενα χρόνια, καθώς, παρά την οικονομική κρίση, αρκετά νέα μουσεία και κτήρια πολιτισμού προστίθενται στην πολιτιστική υποδομή δημιουργώντας νέες ευκαιρίες. Πιο συγκεκριμένα, στον εικαστικό τομέα η λειτουργία δύο νέων μουσείων με τη στέγαση του Εθνικού Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης στο Φιξ και της Συλλογής Γουλανδρή στο Παγκράτι, σε συνδυασμό με την επέκταση της Εθνικής Πινακοθήκης, αναμένεται να συμβάλουν στη βελτίωση της εικόνας της πόλης ως προορισμού εικαστικών τεχνών, σε συνάρτηση βέβαια και με το γεγονός της διοργάνωσης της διάσημης έκθεσης Σύγχρονης Τέχνης Documenta το 2017. Μουσειακό τμήμα θα αποκτήσει και η Εθνική Βιβλιοθήκη, ενώ σε χωρικό επίπεδο ενδιαφέρον παρουσιάζει η ανάπτυξη του θαλάσσιου μετώπου, καθώς αναμένονται τα νέα μουσεία της Πολιτιστικής Ακτής στον Πειραιά (Μουσείο Ενάλιων Αρχαιοτήτων, Μουσείο Μετανάστευσης). Παρά τις προοπτικές αυτές, όμως, η δημοσιονομική κρίση καθιστά σχεδόν αδύνατη την εύρεση και διάθεση οικονομικών πόρων για την υλοποίηση ολοκληρωμένων προγραμμάτων πολιτιστικής ανάπτυξης, και αρκετά μουσεία αντιμετωπίζουν προβλήματα βιωσιμότητας (Καραχάλης & Κατσαφάδου, 2015).

⁵¹ Ο Βόλος, η Ελευσίνα, τα Ιωάννινα, η Καλαμάτα, η Κέρκυρα, η Λάρισα, το Μεσολόγγι, ο Πειραιάς, η Ρόδος, η Σάμος, η Τρίπολη κ.ά. έχουν εκφράσει την πρόθεση να καταθέσουν υποψηφιότητα.



Εικόνα 7.5 Αθήνα, η ιστοσελίδα *Breathtaking Athens* (Πηγή: <http://buytaert.net/city-of-athens-using-drupal> - Άδεια Creative Commons)

Αντίστοιχη είναι και η εικόνα της πόλης της **Θεσσαλονίκης**, όπου η σημαντική πολιτιστική κληρονομιά και ο σύγχρονος πολιτισμός (π.χ. Συλλογή Κωστάκη), η διοργάνωση σημαντικών φεστιβάλ, όπως το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου και η Photobiennale, δεν χρησιμοποιούνται επαρκώς ως στοιχεία προβολής. Η καμπάνια «Many Stories, One Heart» (Εικόνα 7.6) βασίστηκε, σύμφωνα με τους εμπνευστές της, στις πολλαπλές ιστορικές ταυτότητες της πόλης, ενώ σήμερα η Θεσσαλονίκη προσπαθεί να προβληθεί ως γαστρονομικός προορισμός και πόλη νεανικής δημιουργικότητας.



Εικόνα 7.6 Θεσσαλονίκη *Many Stories, One Heart* (Πηγή: <http://www.thessalonikicityguide.gr/?MDL=pages&SiteID=2166> - Άδεια Creative Commons)

Πιο πρόσφατα και σύμφωνα με το www.citybranding.gr, αρκετές είναι οι πόλεις που αναζητούν σχετική τεχνογνωσία και σχεδιάζουν τη στρατηγική τους με τη βοήθεια ειδικών. Η Λάρισα προσπαθεί να προβάλλει την κεντρικότητα, τον ρόλο της ως κόμβου, την ιστορία και την ποιότητα ζωής που προσφέρει (ΕΤΟΥΣΕΠ, Δήμος Λαρισαίων & ΔΕΥΑΛ, 2015). Για τον σκοπό αυτόν προσπαθεί να αναδείξει στοιχεία που δεν είναι γνωστά στο ευρύτερο κοινό, αλλά και την εικόνα της φιλόξενης, «ανοιχτής» πόλης. Ειδικά για τον πολιτιστικό τομέα, πέρα από το θέατρο (Δημοτικό Περιφερειακό Θέατρο (ΔΗΠΕΘΕ), ιδιωτικές σκηνές) και τις εικαστικές τέχνες (Μουσείο Κατσίγρα κ.λπ.), η Λάρισα διαθέτει και ένα σημαντικό απόθεμα καλλιτεχνικών ομάδων και συλλογικοτήτων που χαρακτηρίζουν την πόλη και σχετίζονται με την πολιτιστική παραγωγή, η οποία θα πρέπει να αναδειχθεί (Μάστορα, 2015). Αντίστοιχα, για την πόλη της Κοζάνης εφαρμόστηκαν πειραματικά οι αρχές του συμμετοχικού city branding. Η **Κοζάνη**, μια πόλη που χαρακτηρίζεται σε μεγάλο βαθμό από την εικόνα των λιγνιτορυχείων της Δημόσιας Επιχείρησης Ηλεκτρισμού (ΔΕΗ), αναζητεί ένα νέο προφίλ. Τα πολιτιστικά στοιχεία που ξεχωρίζουν και προέκυψαν στη φάση της ανάλυσης και της έρευνας πεδίου σχετίζονται με τις αφηγήσεις («μπέντια»), την εικόνα της πόλης του βιβλίου (ειδικά με τη Κοβεντάρειο Βιβλιοθήκη, με την ιστορική της συλλογή, αλλά και με το υπό κατασκευή νέο εμβληματικό κτήριο), καθώς και τη νεανική κουλτούρα του γκράφιτι και του hip-hop. Η διττή έννοια της «ενέργειας» θα χρησιμοποιηθεί ως κύριο στοιχείο προβολής (Deffner & Karachalis, 2014· ΕΤΟΥΣΕΠ & Δήμος Κοζάνης, 2015).

7.5 Βιώσιμη αστική ανάπτυξη, πολιτισμός και κρίση

Είναι αναμενόμενο οι υπεύθυνοι των στρατηγικών μάρκετινγκ και branding των πόλεων να καταφεύγουν σε εικόνες που σχετίζονται με τον πολιτισμό. Ο πολιτισμός δίνει το πλεονέκτημα της αναγνωρισιμότητας, καθώς και της ταύτισης, της ιστορικής συνέχειας και της συλλογικής αντιπροσώπευσης και αντιμετωπίζεται ως σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα στη σύγχρονη πόλη. Η εικόνα, η ταυτότητα και η φήμη μιας πόλης επηρεάζονται σε μέγιστο βαθμό από την πολιτιστική κληρονομιά, τις παραδόσεις, το κτηριακό απόθεμα, τον σύγχρονο πολιτισμό, τη γαστρονομία, τις νεανικές κουλτούρες κ.λπ., και αυτός είναι και ο κύριος λόγος για τον οποίο αποτελούν κεντρικά στοιχεία στις σχετικές καμπάνιες των πόλεων. Σημαντική είναι και η συζήτηση για τον ρόλο του πολιτισμού στην καθημερινότητα της πόλης –με την έννοια της πολιτισμικής πολιτικής–, στις συμπεριφορές και τις νοοτροπίες σε επίπεδο πόλης (Ζορμπά, 2015). Η συζήτηση αυτή στο πλαίσιο των πόλεων και της γειτονιάς δεν είναι νέα, καθίσταται όμως έντονα επίκαιρη: Η Jacobs (1961), στο πρωτοποριακό έργο της *The Death and Life of Great American Cities*, περιγράφει τη ζωή και τον αστικό σχεδιασμό στην πόλη με αφορμή την καθημερινότητα στην οδό Hudson της Νέας Υόρκης και, μέσα από το πρίσμα της διαφορετικότητας, των σχέσεων μεταξύ των γειτόνων, της μείξης χρήσεων κ.λπ., αναδεικνύει τη σημασία του καθημερινού πολιτισμού.

Μετά το 2008 η κρίση έχει επηρεάσει κάθε μορφή οικονομικής δραστηριότητας και, σε σημαντικό βαθμό, και την πολιτιστική: η οικονομική κρίση έχει επιφέρει νέες συνθήκες για τους εργαζόμενους στον πολιτιστικό τομέα (αύξηση της αυτοαπασχόλησης και της ανεργίας), τις επιχειρήσεις (π.χ. κλείσιμο εκδοτικών οίκων, θεατρικών σκηνών) και τους πολιτιστικούς οργανισμούς –ειδικά για την επιβίωση και σωστή λειτουργία των δημόσιων και ιδιωτικών μουσείων οι απειλές είναι πολλαπλές (Αυδίκος, 2014· Εμμανουήλ, Κανταντζόγλου & Σουλιώτης, 2014· Λαζαρέτου, 2014· Πούλιος & Τουλούπα, υπό εκτύπωση). Πώς επηρεάζει η κρίση την προσπάθεια των ελληνικών πόλεων να αναπτύξουν την πολιτιστική τους οικονομία; Σε ποιο βαθμό η επένδυση σε ένα σχέδιο city branding ή η υποστήριξη του πολιτιστικού τομέα αποτελούν πολυτέλεια; Οι συζητήσεις για τις έννοιες της ανθεκτικότητας (resilience) και της βιώσιμης ανάπτυξης σε σχέση με τις πόλεις περιλαμβάνουν και την πολιτιστική διάσταση: δεν είναι η μοναδική ούτε είναι εύκολο να ποσοτικοποιηθούν όλες οι παράμετροι που σχετίζονται μ' αυτήν, αναγνωρίζεται, όμως, ως σημαντική, αφού μπορεί να συνδεθεί με αναπτυξιακούς στόχους και να κινητοποιήσει τους κατοίκους ως προς τη συμμετοχή στην αντιμετώπιση κοινών προβλημάτων.

Προφανώς, σε περίοδο κρίσης οι δαπάνες που σχετίζονται με τον πολιτισμό ή την ταυτότητα μιας πόλης αποκτούν –δικαίως– μικρότερη προτεραιότητα σε σχέση με τομέες όπως η πρόνοια και η υγεία. Οι ελληνικές πόλεις αναζητούν τρόπους να αντιμετωπίσουν την κρίση, και μια συνολική στρατηγική, η οποία θα περιλαμβάνει τον πολιτιστικό τομέα, μπορεί να δώσει σημαντικότερα αποτελέσματα, σε συνδυασμό με μια συζήτηση για την επιθυμητή εικόνα και ταυτότητα της πόλης, και να οδηγήσει σε επαναδιατύπωση στόχων. Άλλωστε, ο τομέας του μάρκετινγκ/branding τόπου αποσυνδέεται από τον ανταγωνισμό με άλλες πόλεις ή την επίτευξη κέρδους, ενώ, αντίθετα, γίνεται εργαλείο προώθησης διαπροσωπικών και κοινωνικών σχέσεων σε μια πόλη. Προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι της στρατηγικής, εξετάζονται οι οικονομικές, κοινωνικές,

ψυχολογικές, νομικές και συμπεριφορικές διαστάσεις και λιγότερο οι επιχειρηματικές. Οι δυσκολίες είναι προφανείς: ένας οργανισμός τοπικής αυτοδιοίκησης ή μια εταιρεία ειδικού σκοπού καλείται να συντονίσει, να προβάλλει και να υπερασπιστεί την ταυτότητα μιας πόλης ή μιας ευρύτερης περιοχής. Δεν είναι λίγες οι φορές που οι προσπάθειες αυτές έχουν αποτύχει. Βασικότερο εμπόδιο στην περαιτέρω ανάλυση του αντικειμένου σε σχέση με την ελληνική πραγματικότητα αποτελεί το γεγονός ότι μέχρι σήμερα οι στρατηγικές μάρκετινγκ δεν αποτελούν προτεραιότητα των ελληνικών πόλεων και, επομένως, δεν δημοσιεύονται σχετικές μελέτες, εκτός από ελάχιστες εξαιρέσεις. Οι ενδείξεις, όμως, δείχνουν ότι ολοένα και περισσότερες πόλεις θα αναζητήσουν στρατηγικές για τη βελτίωση της εικόνας τους – συχνά ως συνέχεια μιας στρατηγικής που θα βασίζεται στον πολιτισμό.

Ασκήσεις / Ερωτήσεις Κατανόησης

1) Προσπαθήστε να εντοπίσετε στο Διαδίκτυο τις κεντρικές ιστοσελίδες προβολής πόλεων της Ελλάδας, της Κύπρου ή του εξωτερικού. Α) Ποιος είναι ο φορέας που διαχειρίζεται τη στρατηγική προβολής και μάρκετινγκ της πόλης; Β) Αναφέρεται ο τρόπος με τον οποίο γίνεται η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της στρατηγικής; Βλ. Δέφνερ & Καραχάλης, 2012· Kavaratzis & Hatch, 2013.

2) Ένα στρατηγικό σχέδιο μάρκετινγκ πόλης απευθύνεται:

- α) Στους τουρίστες ή τους επισκέπτες
- β) Στους κατοίκους της πόλης
- γ) Στους επιχειρηματίες
- δ) Σε ειδικές ομάδες-στόχους (νέοι επιστήμονες, οικογένειες με παιδιά κ.λπ.)
- ε) Σε όλους τους παραπάνω

Βλ. Dinnie, 2011.

3) Αναζητήστε στο Youtube τα σποτ προβολής πόλεων στην Ελλάδα και την Κύπρο. Ποια είναι τα μηνύματα που θέλουν να περάσουν; Ποιος είναι ο ρόλος της πολιτιστικής κληρονομιάς και του σύγχρονου πολιτισμού στα σχετικά σποτ;

4) Η εικόνα και η φήμη της Κοζάνης ταυτίζονται σε μεγάλο βαθμό με την παρουσία και τη λειτουργία της ΔΕΗ. Με ποιο τρόπο εμφανίζεται η ενεργειακή ταυτότητα στο υλικό προβολής του Δήμου; Σε ποια άλλα στοιχεία έχει δώσει προτεραιότητα η πόλη; Ποιος ο ρόλος του πολιτισμού; Βλ. ΕΤΟΥΣΕΠ & Δήμος Κοζάνης, 2015· ιστοσελίδα Δήμου Κοζάνης.

5) Για τον θεσμό της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης για το έτος 2021 έχουν υποβάλει υποψηφιότητα μια σειρά από ελληνικές πόλεις (η προθεσμία έληξε τον Νοέμβριο του 2015). Αναζητήστε τα σχετικά κείμενα στο Διαδίκτυο και επιλέξτε δύο από τις πόλεις αυτές. Συγκρίνετε τις στρατηγικές διαχείρισης της εικόνας και της προβολής των πόλεων (city branding), όπως εκφράζονται μέσα στους φακέλους υποψηφιότητας και το σχετικό υλικό προβολής. Ειδικότερα:

- α) να εντοπίσετε τα ισχυρά και τα αδύναμα σημεία της στρατηγικής τους,
- β) να αναφέρετε ποια πόλη θεωρείτε ότι ακολουθεί την πιο αποτελεσματική στρατηγική και να αιτιολογήσετε την απάντησή σας και
- γ) με βάση τις διεθνείς θεωρητικές προσεγγίσεις και πρακτικές μεθόδους (π.χ. από τα παραδείγματα που αναφέρονται στο κείμενο), να προτείνετε εναλλακτικές, πιο αποτελεσματικές στρατηγικές, τις οποίες θα μπορούσαν να υιοθετήσουν οι δύο πόλεις.

Σημείωση: στις προτάσεις σας να λάβετε υπόψη τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των δύο πόλεων.

Επιλεγμένη Βιβλιογραφία

- Αυδίκος, Β. (2014). *Οι Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες στην Ελλάδα*. Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο.
- Δέφνερ, Α. & Καραχάλης, Ν. (Επιμ.). (2012). *Marketing και Branding του Τόπου: Η Διεθνής Εμπειρία και η Ελληνική Πραγματικότητα*. Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.
- Dinnie, K. (Επιμ.). (2011). *City Branding: Theory and Cases*. Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- Kavaratzis, M., & Hatch, M. J. (2013). The dynamics of place branding: An Identity-based approach to place branding theory. *Marketing Theory*, 13 (2), 69-86.
- Zukin, S. (2010). *Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places*. New York: Oxford University Press.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

- Aitken, R., & Campelo, A. (2011). The four R's of place branding. *Journal of Marketing Management*, 27 (9/10), 913-933.
- Anholt, S. (2010). *Places, Identity and Reputation*. Hampshire: Palgrave MacMillan.
- Αυδίκος, Β. (2014). *Οι Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες στην Ελλάδα*. Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο.
- Avraham, E., & Ketter, E. (2008). *Media Strategies for Marketing Places in Crisis: Improving the Image of Cities, Countries and Tourist Destinations*. Oxford: Butterworth – Heinemann.
- Baniotopoulou, E. (2001). Art for whose sake? Modern Art Museums and their role in transforming societies: The case of the Guggenheim Bilbao. *Journal of Conservation and Museum Studies*, 7, 1-15.
- Barber, B. (2013). *If Mayors Ruled the World: Dysfunctional Nations, Rising Cities*. New Haven: Yale University Press.
- Βασιλειάδης, Χ. (2003). *Η Διοικητική και το Μάρκετινγκ των Τουριστικών Προορισμών*. Αθήνα: Σταμούλης.
- Boyko, C. T. (2008). Are you being served? The impacts of a tourist hallmark event on the place meanings of residents. *Event Management*, 11 (4), 161-177.
- Braun, E. (2011). Putting city branding into practice. *Journal of Brand Management*, 19 (4), 257-267.
- Γούναρης, Σ. (2003). *Μάρκετινγκ Υπηρεσιών*. Αθήνα: Rosilli.
- Colomb, C. (2012). *Staging the New Berlin: Place Marketing and the Politics of Urban Reinvention of Post 1989*. London: Routledge.
- Δέφνερ, Α. & Καραχάλης, Ν. (Επιμ.). (2012). *Marketing και Branding του Τόπου: Η Διεθνής Εμπειρία και η Ελληνική Πραγματικότητα*. Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.
- Δέφνερ, Α., Καραχάλης, Ν., & Μεταξάς, Θ. (2012). Το μάρκετινγκ και branding τόπου στην Ελλάδα: Η θεωρία, η πρακτική και η διδασκαλία ενός πολυεπιστημονικού αντικειμένου. Στο Α. Δέφνερ & Ν. Καραχάλης (Επιμ.), *Marketing και Branding του Τόπου: Η Διεθνής Εμπειρία και η Ελληνική Πραγματικότητα* (σελ. 17-40). Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.
- Δέφνερ, Α., & Μεταξάς, Θ. (2010). Ταυτότητα, εικόνα και μάρκετινγκ των πόλεων: Η περίπτωση της Νέας Ιωνίας στο Νομό Μαγνησίας. Στο Γ. Ν. Φώτης & Χ. Κοκκώσης (Επιμ.), *Περιφερειακή Επιστήμη και Πολιτική: Ελλάδα και Βαλκάνια* (σελ. 143-165). Αθήνα: Εκδόσεις Γκοβόστη.
- Deffner, A., & Karachalis, N. (2014). *The elaboration of a city marketing plan for Kozani: A planning response to socio-economic pressures?* Εισήγηση στο AESOP 2014 Conference, 9-12 July, Utrecht.

- Deffner, A., & Labrianidis, L. (2005). Planning culture and time and in a Mega Event: Thessaloniki as the European City of Culture, 1997. *International Planning Studies, Vol 10* (3-4), 241-264.
- Dinnie, K. (Επιμ.). (2011). *City Branding: Theory and Cases*. Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- Ebert, R., & Kunzmann, K. (2007). Kulturwirtschaft, Kreative Räume und Stadentwicklung in Berlin. *disP, Vol 171*, No 4, 64-79.
- Εμμανουήλ, Δ., Καυταντζόγλου, Ρ., & Σουλιώτης, Ν. (2014). *Πολιτιστική κατανάλωση - Επισκέψεις σε χώρους μουσικής, θεάτρου, χορού και σινεμά στην Αθήνα του 2013: Πρώτα αποτελέσματα της στατιστικής ανάλυσης (Εκθεση Εργασίας 6.5). Έργο SECSTACON*. Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών (ΕΚΚΕ).
- Εργαστήριο Τουρισμού, Σχεδιασμού, Έρευνας και Πολιτικής (ΕΤΟΥΣΕΠ), & Δήμος Κοζάνης. (2015). *Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ Κοζάνης 2020*. ΕΤΟΥΣΕΠ Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Τελικό Σχέδιο, Αύγουστος 2015.
- Eshuis, J., Braun, E., & Klijn, E. H. (2012). Bottlenecks in place marketing and their effects on attracting target groups. Στο European Group for Public Administration, *Permanent Study Group: Public and Nonprofit Marketing: Proceedings. 33rd Annual Conference of the European Group for Public Administration, Bucharest, Romania, September 7-10, 2011* (σελ. 28-43). Bucharest: Economică.
- ΕΤΟΥΣΕΠ, Δήμος Λαρισαίων, & Δημοτική Επιχείρηση Ύδρευσης και Αποχέτευσης Λάρισας (ΔΕΥΑΛ). (2015). *Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Λάρισας, Α και Β φάση*. ΕΤΟΥΣΕΠ Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2008). *Who's Your City? How the Creative Economy is Making Where to Live the Most Important Decision in Your Life*. New York: Basic Books.
- Ζορμπά, Μ. (2015). Ο πολιτισμός της καθημερινής ζωής ως εργαλείο παρέμβασης σε συνθήκες έκτακτης ανάγκης. *Χρόνος*, Τεύχος 28.
- Gilmore, J., & Pine, J. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Govers, R., & Go, F. (2009). *Place Branding: Glocal, Virtual and Physical Identities, Constructed, Imagined and Experienced*. Hampshire: MacMillan.
- Hankinson, G. (2010). Place Branding Theory: a cross domain literature review from a marketing perspective. Στο G. J. Ashworth & M. Kavaratzis (Επιμ.), *Towards Effective Place Brand Management: Branding European Cities and Regions* (σελ. 15-35). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Hospers, G. J. (2011α). City branding and the tourist gaze. Στο K. Dinnie (Επιμ.), *City branding: Theory and Cases* (σελ. 27-35). Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- Hospers, G. J. (2011β). *Er gaat niets boven City Marketing, Hoe zet je een plaats op de kaart*. Zaltbommel: Haystack.
- Hospers, G. J., Verheul, W. & Boekema, F. (Επιμ.). (2011). *Citymarketing voorbij de hype: ontwikkelingen, analyse en strategie*. Den Haag: Boom Lemma.
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House.
- Jensen Butler, C., Schachar, A. & Van Wessep, J. (Επιμ.). (1997). *European Cities in Competition*. Strasbourg: Routledge.
- Kalandides, A., Kavaratzis, M., & Boisen, M. (2012). Place branding: roots, methods, politics. *Journal of Place Management and Development*, 5 (1), 2-5.
- Καραχάλης, Ν. (2010). Πολιτιστικές περιοχές, Αστική Ανάπλαση και Εξευγενισμός στην Αθήνα, το Μάντσεστερ και τη Βαρκελώνη. Στο Ελληνική Γεωγραφική Εταιρεία, *Πρακτικά του 9ου Πανελληνίου Γεωγραφικού Συνεδρίου της Ελληνικής Γεωγραφικής Εταιρείας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα, 4-6*

Νοεμβρίου 2010 (σελ. 423-432). Ανακτήθηκε 18 Οκτωβρίου, 2015, από <http://geolib.geo.auth.gr/index.php/pgc/article/view/9990/9738>

- Καραχάλης, Ν., & Κατσαφάδου, Σ. (2015, Σεπτέμβριος). *Ο ρόλος των μουσείων και των εκθέσεων τέχνης στην ανάδειξη ενός αστικού προορισμού: η περίπτωση της Αθηνάς*. Εισήγηση στο 4ο Πανελλήνιο Συνέδριο Πολεοδομίας, Χωροταξίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης του ΤΜΧΠΠΑ, Βόλος, 24-27 Σεπτεμβρίου 2015.
- Karachalis, N. (2011). The regeneration of inner city neighbourhoods and the role of cultural industries: The case of Psiri in Athens. Στο M. Cremaschi & F. Eckhard (Επιμ.), *Changing Places, Urbanity, Citizenship, and Ideology in the New European Neighbourhoods* (σελ.142-159). Amsterdam: Techne Press.
- Kavaratzis, M. (2004). From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding, Vol 1, No 1*, 58-73.
- Kavaratzis, M. (2008). *From City Marketing to City Branding: An Interdisciplinary Analysis with Reference to Amsterdam, Budapest and Athens* (Διδακτορική Διατριβή). University of Groningen, Netherlands. Ανακτήθηκε 18 Οκτωβρίου, 2015, από <http://www.rug.nl/research/portal/publications/from-city-marketing-to-city-branding%288a350ad6-8e60-4a67-8773-18380fe72855%29.html>
- Kavaratzis, M., & Ashworth, G. (2008). Place Marketing: How did we get here and where are we going? *Journal of Place Management and Development 1* (2), 150-167.
- Kavaratzis, M., & Florek, M. (2014). From brand equity to place brand equity and from there to the place brand. *Place Branding and Public Diplomacy, 10* (2), 103-107.
- Kavaratzis, M., & Hatch, M. J. (2013). The dynamics of place branding: An Identity-based approach to place branding theory. *Marketing Theory, 13* (2), 69-86.
- Kavaratzis, M., & Kalantides, A. (2015). Rethinking the place brand: the interactive formation of place brands and the role of participatory place branding. *Environment and Planning A, Vol 47*, 1368-1382.
- Kearns, G., & Philo, C. (1993). *Selling Places: The City as Cultural Capital, Past and Present*. Oxford: Pergamon Press.
- Kolb, B. (2006). *Tourism Marketing for Cities and Towns: Using Branding and Events to Attract Tourists*. Amsterdam: Elsevier.
- Κόνσολα, Ντ. (2006). *Πολιτιστική Ανάπτυξη και Πολιτική*. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Κόνσολα, Ντ. (2011, Μάιος). *Δίκτυα μουσείων στη σύγχρονη πόλη*. Εισήγηση στο 9ο Εθνικό Συνέδριο Ελληνικής Εταιρείας Περιφερειακής Επιστήμης, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα, 6-7 Μαΐου 2011.
- Konsola, D., & Karachalis, N. (2009). Arts festivals and urban cultural policies: the case of medium sized and small cities in Greece. Στο S. Ada (Επιμ.), *Cultural Policy and Management Yearbook 2009* (σελ. 51-63). Amsterdam: Boekmanstudies, Istanbul Bilgi University Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008/2009). *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ* (Α. Μεταξάς & Μ. Βλαχοπούλου, Μτφρ.) (9^η έκδ.). Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο.
- Kotler, P., Asplund, C., Rein, I., & Haider, H. D. (1999). *Marketing Places Europe: Attracting Investments, Industries and Visitors to European Cities, Communities, Regions and Nations*. Harlow: Financial Times Prentice Hall.
- Kotler, P., Haider, D., & Rein, I. (1993). *Marketing Places: Attracting Investments, Industries, and Tourism to Cities, States, and Nations*. New York: The Free Press.
- Λαζαρέτου, Σ. (2014). *Η έξυπνη οικονομία: «πολιτιστικές» και «δημιουργικές» βιομηχανίες στην Ελλάδα. Μπορούν να αποτελέσουν προοπτική εξόδου από την κρίση;* Working Paper 175. Bank of Greece.
- Landry, C. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan Publishers.
- Μασλιάς, Ρ. (1999). *Η Πολιτιστική από Μέσα*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ιανός.

- Μάστορα, Ε. (2015). *Place Branding και Δημιουργικές Συλλογικότητες: Η Λάρισα ως Περίπτωση Μελέτης* (Αδημοσίευτη Διπλωματική Εργασία). Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών σπουδών «Χωροταξία-Πολεοδομία» Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΤΧΜΠΠΑ), Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Πολυτεχνική Σχολή, Βόλος.
- Middleton, V., & Hawkins, R. (1998/2004). *Τουριστικό Μάρκετινγκ για Βιώσιμη Ανάπτυξη* (Ε. Αντόνογλου, Μτφρ.). Αθήνα: Κριτική.
- Mommaas, H. (2002). City Branding: The necessity of socio-cultural goals. Στο V. Patteeuw (Επιμ.), *City Branding, Image Building and Building Images*. Rotterdam: NAI Publishers.
- Πούλιος, Ι., & Τουλούπα, Σ. (Υπό εκτύπωση). Ελληνικά Μουσεία μέσα και πέρα από την κρίση: η επιτακτική ανάγκη απόκτησης στρατηγικής ευελιξίας μέσα στην τρέχουσα αστάθεια. Στο Π. Αδάμ-Βελένη (Επιμ.), *Μουσειολογία: Νέες Τάσεις*. Θεσσαλονίκη: Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης.
- Pratt, A. C. (2011). The cultural contradictions of the creative city. *City, Culture and Society* 2 (3), 123-130.
- Richards, G., & Palmer, R. (2010). *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Salmon, C. (2007/2008). *Storytelling: Η Μηχανή που Κατασκευάζει Ιστορίες και Χειραγωγεί τα Πνεύματα* (Γ. Καύκας, Μτφρ.). Αθήνα: Εκδόσεις Πολύτροπον.
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- TROM, (2011). *Toeristisch-Recreatieve Ontwikkelingsmonitor Stad Groningen 2010, Groningen* (Ετήσιος οδηγός στατιστικών δεικτών Groningen). Ανακτήθηκε 4 Ιουνίου, 2015, από http://www.os-groningen.nl/images/stories/rapport/Statistisch_Jaarboek_2010.pdf
- Τσιλήρας, Α. (2015, Ιούνιος). *Ο θεσμός της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης. Μερικά συμπεράσματα από τη διοργάνωση του 2006 στην Πάτρα*. Εισήγηση στο 13ο Συνέδριο του Ελληνικού Τμήματος ERSA, Αθήνα.
- Urry, J. (2012). *The Tourist Gaze 3.0* (3^η έκδ.). London: Sage.
- Warnaby, G. (2009). Towards a service dominant place marketing logic. *Marketing Theory*, 9, 403-423.
- Zukin, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Cambridge: Blackwell.
- Zukin, S. (2010). *Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places*. New York: Oxford University Press.

Κεφαλαίο 8 – Οι ψηφιακές τεχνολογίες ως εργαλεία στη διάθεση της τοπικής κοινωνίας

Αλέξανδρος Γιαννακίδης*

Σύνοψη

Τα τελευταία είκοσι χρόνια, με την αλματώδη ανάπτυξη των υπολογιστικών πόρων καθώς και του Διαδικτύου, οι ψηφιακές τεχνολογίες έχουν βιώσει έναν σημαντικό εκδημοκρατισμό περνώντας από τα επιστημονικά εργαστήρια προς την αγορά –δημιουργώντας νέες βιομηχανίες–, αλλά και προς την κοινωνία –διευκολύνοντας και επιταχύνοντας τον σύγχρονο τρόπο ζωής. Ως εργαλεία στη διάθεση των τοπικών κοινωνιών και των πολιτιστικών Οργανισμών θα πρέπει να διαχωριστούν σε ψηφιακά εργαλεία τεκμηρίωσης (ΨΕΤ) και σε ψηφιακά εργαλεία επικοινωνίας (ΨΕΕ). Τα ΨΕΤ αφορούν περισσότερο στο επιστημονικό έργο της ερμηνείας, συντήρησης, ψηφιοποίησης και γενικότερα της διαχείρισης των πολιτισμικών αγαθών (για παράδειγμα μια Βάση Δεδομένων ή ένα Γεωγραφικό Σύστημα Πληροφοριών –ΓΣΠ), ενώ τα ΨΕΕ αφορούν στο έργο της διασποράς των πολιτισμικών αγαθών και μαζικοποιούν την πρόσβαση του κοινού σε αυτά.

Το παρόν κεφάλαιο επικεντρώνεται στα ΨΕΕ της πολιτισμικής αξίας ενός τόπου ή μνημείου και προτείνει τρόπους αποτελεσματικής εφαρμογής, εντοπίζοντας ιδιαιτερότητες και δυσκολίες στην παραγωγή και στη βιωσιμότητά τους. Το κεφάλαιο συγχρόνως αναδεικνύει την ευκαιρία επανάχρησης των αποτελεσμάτων των ΨΕΤ σε παράγωγα έργα ΨΕΕ. Στη συνέχεια, εξετάζεται μια συγκεκριμένη κατηγορία ψηφιακών πολιτισμικών προϊόντων, οι Εικονικοί Ξεναγοί σε φυσικά και πολιτισμικά μνημεία. Τέλος, γίνεται αναφορά στον προτεινόμενο «Εικονικό Ξεναγό της Ακρόπολης των Αθηνών», καθώς και στις δυσκολίες υλοποίησής του με έμφαση στην απουσία νομικού πλαισίου.

Λέξεις-κλειδιά

Ψηφιοποίηση, νέες τεχνολογίες, Ψηφιακά Εργαλεία Τεκμηρίωσης, Ψηφιακά Εργαλεία Επικοινωνίας, συνεργασία δημοσίου και ιδιωτικών εταιρειών, ανάδειξη πολιτισμικής κληρονομιάς, εικονική περιήγηση Ακρόπολης, εικονικός ξεναγός Ακρόπολης

8.1. Εισαγωγή

Θα πρέπει να γίνει απολύτως σαφές πως τα ΨΕΕ δεν είναι πανάκεια ούτε αποτελούν εγγύηση επιτυχίας των επικοινωνιακών στόχων ενός Οργανισμού. Τα τελευταία χρόνια, έπειτα από οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (European Union & Comité des Sages, 2011), χρηματοδοτήθηκαν, κυρίως μέσω του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ), πολλά έργα τα οποία μπορούν να θεωρηθούν ΨΕΕ. Φορείς Αυτοδιοίκησης και πολιτιστικοί Οργανισμοί απέκτησαν μια πρώτη δική τους διαδικτυακή παρουσία και πολλαπλασίασαν τη δυνατότητα πρόσβασης από απόσταση του κοινού στα πολιτισμικά αγαθά τους. Σε ορισμένες περιπτώσεις, η πρόσβαση αυτή ήταν ήδη δυνατή, μέσω άλλων διαδικτυακών πυλών, κυρίως σε λήμματα εγκυκλοπαίδειας (π.χ. Wikipedia), όμως τώρα δόθηκε η ευκαιρία να ενταχθούν τα νέα ψηφιακά εργαλεία στην επικοινωνιακή στρατηγική του ίδιου του Οργανισμού, προσαρμοσμένη στις ιδιαιτερότητες του κάθε τόπου ή μνημείου.

Συνέβη, όμως, το εξής: Οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις βρήκαν ανέτοιμη την υπάρχουσα δομή να ανταποκριθεί αποτελεσματικά στις ευκαιρίες που παρουσιάζονταν. Τα ΨΕΕ περιορίστηκαν σε διαδικτυακούς καταλόγους (portals) που ενσωματώνουν πληροφορίες, συνήθως σε χαοτική μορφή, ενώ χωρίς ιδιαίτερη επιμέλεια αναμειγνύονται με τουριστικές υπηρεσίες σχετικές με το πολιτιστικό απόθεμα μιας περιοχής. Σκοπός είναι η πλήρωση των προδιαγραφών τις οποίες απαιτεί ένα συγκεκριμένο χρηματοδοτούμενο έργο και οι οποίες, στις περισσότερες περιπτώσεις, δεν περιλαμβάνουν στοιχεία για την αισθητική ποιότητα και τη βιωσιμότητα των ΨΕΕ σε ένα ανταγωνιστικό και ταχύτατα εξελισσόμενο ψηφιακό περιβάλλον. Ένα πρόσθετο ενδιαφέρον στοιχείο είναι η επιφυλακτική και συντηρητική αντιμετώπιση των νέων τεχνολογιών από διάφορες ομάδες

* Μηχανικός Ηλεκτρονικών Υπολογιστών με ειδίκευση στην παραγωγή Ψηφιακών Πολιτισμικών Προϊόντων – Εταιρεία CulturPlay

ενδιαφέροντος (stakeholders), που έχει ως συνέπεια την αποτυχία αποτελεσματικής αξιοποίησής τους. Η μετατροπή των ΨΕΕ σε Ψηφιακά Πολιτισμικά Προϊόντα (ΨΠΠ) και η προώθησή τους στην αγορά μέσω ψηφιακής διανομής (digital distribution) στα διάφορα AppStores (Appleappstore, Googleplay) δημιουργούν νέες συνθήκες για τον πολιτισμικό τουρισμό της χώρας. Μέσω μιας βιώσιμης στρατηγικής τα ΨΠΠ μπορούν να αυξήσουν σημαντικά τον αριθμό των επισκεπτών στα μνημεία, να τους προσφέρουν νέες υπηρεσίες υπό τη μορφή πρόσθετων εκπαιδευτικών εμπειριών και να επιφέρουν άμεσα κέρδη στο Δημόσιο. Παράλληλα, με αυτόν τον τρόπο θα αναπτυχθεί και μια ψηφιακή αγορά γύρω από τους αρχαιολογικούς χώρους, που θα είναι καταλύτης για τη νεοφυή και μικρομεσαία επιχειρηματικότητα, θα δημιουργηθούν θέσεις εργασίας, ενώ θα δοθεί ώθηση στην τεχνολογική καινοτομία και στην εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων διαχείρισης των πολιτισμικών πόρων.

Στο άρθρο A Digital Future of Cultural Heritage οι συγγραφείς, υποστηρίζοντας τη σημασία της ψηφιακής τεκμηρίωσης, επισημαίνουν πως «τα εργαλεία και οι καλές πρακτικές, που θα υιοθετηθούν από τους ειδικούς της πολιτισμικής κληρονομιάς, θα καθορίσουν το ψηφιακό της μέλλον» (Mudge, Ashley & Schroer, 2007). Παρακάτω θα παραθέσουμε ορισμένες ιδέες, οι οποίες θα διευκολύνουν την υιοθέτηση βιώσιμων λύσεων που ανταποκρίνονται στις παρούσες ανάγκες και μπορούν να δημιουργήσουν χρήσιμες πρακτικές για την αποτελεσματική αξιοποίηση της πολιτισμικής κληρονομιάς στην ψηφιακή εποχή.

8.2 Ψηφιακά Πολιτισμικά Προϊόντα

Ως Ψηφιακά Πολιτισμικά Προϊόντα (ΨΠΠ) περιγράφονται αυτόνομα λογισμικά τα οποία μπορούν να ενταχθούν στην αγορά μέσω ψηφιακής διανομής (digital distribution) και να προσφέρουν μια διαδραστική εμπειρία μέσω των διαφόρων ψηφιακών συσκευών, τις οποίες έχει στη διάθεσή του το κοινό. Πρόκειται για δημιουργικά προϊόντα που σκοπό έχουν να αναδείξουν μια συγκεκριμένη θεματική της πολιτισμικής κληρονομιάς αξιοποιώντας τις σύγχρονες ψηφιακές τεχνολογίες παιχνιδιών και απεικόνισης, με στόχο την αύξηση του ενδιαφέροντος του κοινού.

Τα ΨΠΠ είναι δυνατόν να ενισχύσουν την ενασχόληση-διάδραση του κοινού με τους εξής τρόπους: Πρώτον, καλλιεργώντας νέου τύπου δεξιότητες, όπως την αναζήτηση και αξιολόγηση μιας πληροφορίας, την επίλυση προβλημάτων ή τη μοντελοποίηση λύσεων σε υπολογιστή, και καθιστώντας τη μελέτη του πολιτισμού και της ιστορίας θέμα ενεργού συμμετοχής και επίλυσης προβλημάτων, σε αντίθεση με την απλή κατανάλωση πληροφοριών. Δεύτερον, ενσωματώνοντας το στοιχείο της αφήγησης και δημιουργώντας ψηφιακούς χώρους που δύνανται να προσδώσουν μια παιγνιώδη μορφή στη μάθηση.

Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι τα ΨΠΠ δεν αντικαθιστούν τη φυσική παρουσία του κοινού / χρηστών τους στα πολιτισμικά αγαθά, αλλά, αντιθέτως, την προκαλούν και την επαυξάνουν. Λειτουργούν, επομένως, ως κίνητρα για τη φυσική επίσκεψη σε έναν τόπο ή ένα μνημείο.

8.3 Βιώσιμες Επενδύσεις σε Ψηφιακά Πολιτισμικά Προϊόντα

Τα ΨΠΠ αποτελούν ψηφιακές εκδόσεις με μεγάλο κύκλο ζωής και όχι προσωρινές, ευκαιριακές λύσεις. Πιο συγκεκριμένα, η δημιουργία τους απαιτεί συνεργασία πολλών επιστημονικών ειδικοτήτων και τεχνογνωσία από διάφορους τομείς της δημιουργικής βιομηχανίας (creative industries). Επίσης, δεδομένου ότι τα ψηφιακά προϊόντα έχουν σύντομο κύκλο ζωής (3-5 χρόνια) μέχρι σταδιακά να αποκλείσουν την πρόσβαση σε χρήστες συσκευών παλαιότερης γενιάς,⁵² είναι αναγκαία η διαρκής συντήρηση, αναβάθμιση, αλλά και επαύξηση/επέκταση του παραγόμενου λογισμικού, προκειμένου να επεκταθεί ο κύκλος ζωής τους. Επομένως, η βιωσιμότητά τους πρέπει να εξεταστεί στην προοπτική μιας σύγχρονης εφαρμογής (application) σε ψηφιακή εμπορική διανομή, που σημαίνει πως απαιτείται ένα επιχειρηματικό σχέδιο (business plan) και διαρκής καινοτομία.

⁵² Σε αντίθεση με τα υλικά πολιτισμικά προϊόντα, π.χ. ένα αντίγραφο προτομής, τα ΨΠΠ έχουν ημερομηνία λήξης.

8.4. Το ισχύον μοντέλο ανάθεσης Ψηφιακών Πολιτισμικών Προϊόντων στην Ελλάδα

Δυστυχώς, όμως, στην Ελλάδα, η δημιουργία των ΨΠΠ είναι άμεσα εξαρτημένη από το ισχύον μοντέλο των δημόσιων διαγωνισμών, σύμφωνα με το οποίο γίνεται η ανάθεση των έργων βάσει της οικονομικότερης προσφοράς, με αποτέλεσμα τα περισσότερα έργα να καταλήγουν σε υπερεργολάβους. Το ισχύον αυτό μοντέλο των δημόσιων διαγωνισμών έχει σημαντικές αδυναμίες και περιορισμούς που αφορούν την αφοσίωση και την ευελιξία που απαιτείται από μια ομάδα, ώστε να δημιουργηθεί ένα ανταγωνιστικό προϊόν και να συντηρηθεί στο ψηφιακό περιβάλλον. Αυτό που συμβαίνει, συνήθως, μετά την παράδοση ενός δημόσιου έργου πληροφορικής είναι πως η συντήρηση και αναβάθμισή του γίνεται σποραδικά και όπου αυτό απαιτείται, εφόσον πρόκειται συχνά για ένα σημαντικό κόστος. Ως εκ τούτου, το κόστος συντήρησης μιας ψηφιακής εφαρμογής ελαχιστοποιείται στη διασφάλιση της λειτουργικότητάς της, χωρίς να αναβαθμίζεται και να αξιοποιεί νεότερες τεχνολογίες και δεδομένα. Συνήθως, μετά την παρόδο πέντε ετών, αυτή η εφαρμογή αρχίζει, παρ' όλο που συνεχίζει να είναι προσβάσιμη, να μετατρέπεται σε μια αντίκα του Διαδικτύου που θυμίζει (και αισθητικά) μια προηγούμενη δεκαετία. Αν δεν γίνει καλή σχεδίαση του λογισμικού εξαρχής και δεν υπάρχουν πόροι ώστε να αναβαθμιστεί και να προσαρμοστεί η εφαρμογή στις νέες τεχνολογικές πλατφόρμες, τότε σταδιακά αρχίζουν να αποκλείονται χρήστες των οποίων οι συσκευές δεν είναι πλέον συμβατές. Τα ΨΠΠ αντιμετωπίζουν αυτό το πρόβλημα, αφού από την επιτυχία και τη διασφάλιση της μέγιστης δυνατής προσβασιμότητας κρίνεται και η επιτυχία της εταιρείας που τα αναπτύσσει και τα προωθεί.

8.5. Προς ένα καινοτόμο μοντέλο ανάθεσης και συνεκμετάλλευσης Ψηφιακών Πολιτισμικών Προϊόντων μεταξύ Δημοσίου και ιδιωτικών επιχειρήσεων

Με βάση τις επισημάνσεις της προηγούμενης ενότητας για το ισχύον μοντέλο ανάθεσης ΨΠΠ, προτείνεται η εισαγωγή δεικτών αξιολόγησης της ποιότητας της ομάδας παραγωγής που πρόκειται να διεκδικήσει την υλοποίηση ενός ΨΠΠ, ιδίως όταν πρόκειται για σχετικά μικρές δημιουργικές παραγωγές με καλλιτεχνική αξία, οι οποίες καλούνται να ανταγωνιστούν στη χαοτική αγορά των desktop/mobile apps. Συγκεκριμένα, όταν ένας φορέας αποφασίσει πως χρειάζεται ενά ΨΠΠ στη στρατηγική του μπορεί να επιλέξει την εταιρεία που θα το υλοποιήσει, μέσω ενός hackathon.⁵³

Ενδεικτικά κριτήρια επιλογής:

- Δημιουργία από κάθε εταιρεία ενός πρωτοτύπου της ψηφιακής εφαρμογής που προτάσσεται (proof of concept prototype) σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και με συγκεκριμένες προδιαγραφές, οι οποίες καθορίζονται από την αρμόδια Υπηρεσία (Εφορεία ή άλλον φορέα), το οποίο και θα αξιολογηθεί.
- Εντοπιότητα – τοπικές εταιρείες (με έδρα κοντά στο μνημείο) προτιμώνται/ενισχύονται κατά την αξιολόγηση.
- Νέες εταιρείες (startups), οι οποίες αποδεδειγμένα βασίζονται το επιχειρηματικό τους μοντέλο γύρω από το ΨΠΠ του μνημείου, ενισχύονται κατά την αξιολόγηση.
- Προηγούμενη συναφής εμπειρία των μελών της ομάδας που απασχολούνται στο έργο. Ως απαραίτητες κρίνονται οι διάφορες ειδικότητες των μελών.
- Time to market –χρόνος που απαιτείται μέχρι την ψηφιακή διανομή (πότε θα ολοκληρωθεί και θα διατεθεί, δηλαδή, στην αγορά το ΨΠΠ).

Κόστος παραγωγής και δικαιώματα χρήσης:

- Απόδοση δικαιωμάτων χρήσης των υπαρχόντων ψηφιοποιημένων αρχείων της εκάστοτε Υπηρεσίας (Εφορείας), τα οποία αφορούν τον χώρο-μνημείο που διαχειρίζεται το Υπουργείο Πολιτισμού (3d scans, gis, σχέδια, εικόνες, video, κείμενα), προς την εταιρεία για δέκα χρόνια

⁵³ Τα hackathons είναι ολιγοήμεροι διαγωνισμοί πληροφορικής με σκοπό την παραγωγή πρωτοτύπων λογισμικών βάσει συγκεκριμένων προδιαγραφών που ανακοινώνονται επιτόπου ή λίγες ημέρες πριν. Στο τέλος οι νικητές επιλέγονται από ειδική επιτροπή και το κοινό.

(αποκλειστικής χρήσης μόνο τα πρώτα τρία χρόνια), ώστε να δοθεί στην εταιρεία η ευκαιρία να αναπτύξει και να προωθήσει κατάλληλα το προϊόν, δεδομένου ότι το έχει αναπτύξει με δικά της έξοδα.

- Δικαίωμα ανάπτυξης ασύρματου δικτύου στον χώρο-μνημείο.
- Ψηφιοποίηση νέου περιεχομένου, το οποίο πιθανόν να κριθεί απαραίτητο για το ΨΠΠ.
- Η εταιρεία αναπτύσσει με δικά της έξοδα το τελικό προϊόν χωρίς να επιβαρύνει το Δημόσιο (ιδία επένδυση, δάνειο, χρηματοδότηση, χορηγία).
- Μετά την πάροδο τριών ετών η Εφορεία έχει τη δυνατότητα να δώσει δικαιώματα χρήσης και σε άλλες ενδιαφερόμενες εταιρείες, οι οποίες, εάν πληρούν τα κριτήρια, μπορούν να αναπτύξουν έναν ανταγωνιστικό Εικονικό Ξεναγό, πάντοτε υπό την επίβλεψη της αρμόδιας Εφορείας.
- Μετά την πάροδο δέκα ετών η εταιρεία που αρχικά πήρε την άδεια μπορεί να κάνει αίτηση για την επέκτασή της.

Όταν μία ομάδα ή εταιρεία αποφασίσει η ίδια πως είναι ικανή να αναπτύξει ένα ΨΠΠ για ένα συγκεκριμένο μνημείο, τότε θα της δίνεται η δυνατότητα της άμεσης παρουσίασης πρωτοτύπου στην αρμόδια Υπηρεσία. Αν η ομάδα κριθεί κατάλληλη και το πρωτότυπο ικανοποιητικό, τότε θα μπορεί η εταιρεία να καταθέσει επιτόπου αίτημα για να λάβει άδεια εκμετάλλευσης.

8.6. Ένας θησαυρός από ψηφιοποιημένα αρχεία

Τα αποτελέσματα των ΨΕΤ, εκτός από την ερευνητική και επιστημονική τους αξία, αποτελούν και έναν θησαυρό που μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως περιεχόμενο σε ΨΕΕ και κατ' επέκταση στα ΨΠΠ. Με τον τρόπο αυτόν, οι Εφορείες Αρχαιοτήτων, οι φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης και άλλοι Οργανισμοί, που τα τελευταία χρόνια έχουν προχωρήσει με στοχευμένες χρηματοδοτήσεις σε ψηφιοποίηση σημαντικού αριθμού αρχείων, κινητών και ακίνητων μνημείων, λαογραφικών συλλογών κ.ά., μπορούν να επαναχρησιμοποιήσουν τα δεδομένα αυτά σε διαδραστικές ψηφιακές παραγωγές και σε εκπαιδευτικά παιχνίδια.

Τα αρχεία αυτά, πολλά από τα οποία εξυπηρετούν επιστημονικές /ερευνητικές ανάγκες τεκμηρίωσης εργασιών αναστήλωσης και συντήρησης, έχουν συνήθως και ανοικτή πρόσβαση για το κοινό. Η ανοικτή πρόσβαση των αρχείων αυτών, ωστόσο, δεν είναι αρκετή. Παρά την επιστημονική/ερευνητική τους αξία, το ευρύ κοινό συνήθως χρειάζεται και ιστορίες/αφηγήσεις, οι οποίες να το καθοδηγούν στην εξερεύνηση και κατανόηση των πολιτισμικών αγαθών. Τα ΨΕΕ, ειδικότερα υπό τη μορφή ΨΠΠ, είναι το ιδανικό μέσον για να ειπωθούν αυτές οι ιστορίες. Για να γίνει η σύνδεση αυτή, βέβαια, πρέπει να δημιουργηθεί και το κατάλληλο νομικό πλαίσιο που να επιτρέπει την ευέλικτη διαχείριση της πνευματικής ιδιοκτησίας, προσαρμοσμένη στην τεχνολογική εποχή και στα διάφορα μοντέλα ψηφιακής διανομής, αποτελώντας τον καταλύτη για την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας και νέων υπηρεσιών γύρω από το πολιτισμικό απόθεμα.

8.7 Εικονικές Εφαρμογές Περιήγησης και Ξεναγήσης σε Αρχαιολογικό Χώρο ή Εθνικό Δρυμό

Δύο από τις κατηγορίες των ψηφιακών εφαρμογών, οι οποίες μπορούν να θεωρηθούν ικανές ώστε να αποτελέσουν ΨΠΠ, είναι οι Εικονικές Περιηγήσεις (ΕΠ) και οι Εικονικοί Ξεναγοί (ΕΞ). Οι ΕΠ απευθύνονται σε χρήστες του διαδικτύου (απομακρυσμένους επισκέπτες), ενώ οι ΕΞ απευθύνονται στους φυσικούς επισκέπτες ενός μνημείου, για παράδειγμα τους τουρίστες ή τους μαθητές σχολείων. Οι δύο αυτές κατηγορίες, όταν βρίσκονται σε αλληλεπίδραση μπορεί να συστήσουν ένα επιτυχημένο ΨΠΠ.

Εικονικές Περιηγήσεις

Οι ΕΠ έχουν ως αντικείμενο την οπτικά ενισχυμένη και διαδραστική παρουσίαση:

- ενός αρχαιολογικού χώρου
- ενός Εθνικού Δρυμού
- μιας συλλογής έργων τέχνης

- ενός αρχιτεκτονικού έργου
- ή γενικότερα μιας πολιτισμικής θεματικής.

Στην ουσία πρόκειται για διαδικτυακές εφαρμογές, ενισχυμένες με διαδραστικούς χάρτες, με διάφορα πολυμέσα (συμπεριλαμβανομένων των ΨΕΤ) και εμβυθιστικές τεχνολογίες απεικόνισης, όπως είναι τα σφαιρικά πανοράματα, με σκοπό να ενισχύσουν την ενασχόληση των χρηστών τους. Σύμφωνα με τους Kunkel, Averkiou και Chrysanthou (2008), μια εικονική περιήγηση που βασίζεται σε σφαιρικά πανοράματα επιτρέπει στους χρήστες να εξερευνήσουν τόπους πολιτισμικού ενδιαφέροντος. Έτσι ενημερώνεται ένα ευρύτερο κοινό που μπορεί να μην έχει τη δυνατότητα να διανύσει την απόσταση μέχρι τον χώρο ενδιαφέροντος, ενώ οι ΕΠ λειτουργούν ως κίνητρο για να επισκεφτεί κάποιος τον πραγματικό χώρο. Η διαδεδομένη χρήση εμβυθιστικών τεχνολογιών είναι ευκαίριος σκοπός για την πολιτισμική κληρονομιά και υπάρχουν ήδη πολλοί ιστότοποι που προσφέρουν διαρκώς εξελισσόμενες οπτικοποιήσεις (Kunkel, Averkiou & Chrysanthou, 2008).

Οι τεχνικές προϋποθέσεις που είναι απαραίτητες για την παραγωγή εικονικών περιηγήσεων δεν είναι ιδιαίτερα απαιτητικές. Είναι γεγονός πως μια μικρή ομάδα των τριών έως πέντε ατόμων, με εμπειρία

- στη σχεδίαση και τον προγραμματισμό διαδραστικών εφαρμογών
- στην τεχνική φωτογράφιση
- στην επεξεργασία εικόνας
- στην επεξεργασία τριδιάστατων μοντέλων

και καθοδηγούμενη από τον υπεύθυνο φορέα που επιμελείται του περιεχομένου, μπορεί να αναπτύξει μια ολοκληρωμένη ΕΠ μέσα σε διάστημα έξι έως οχτώ μηνών, ανάλογα πάντα και με την έκταση του προς ενσωμάτωση περιεχομένου (κείμενα, ψηφιοποιημένα τεκμήρια, εικόνες υπερυψηλής ανάλυσης, σφαιρικά πανοράματα, τριδιάστατα μοντέλα, αρχιτεκτονικά σχέδια, video, ηχητικά ντοκουμέντα, σημεία ενδιαφέροντος, αναπαραστάσεις κ.ά.). Οι ΕΠ οφείλουν να είναι ελεύθερα προσβάσιμες στο διαδικτυακό κοινό. Με αυτόν τον τρόπο θα επιτύχουν τη μεγαλύτερη διασπορά του πολιτισμικού περιεχομένου που φιλοδοξούν να αναδείξουν. Παράλληλα οι ΕΠ θα προσφέρουν πρόσβαση στην «εκτεταμένη έκδοσή» τους, τους Εικονικούς Ξεναγούς.

Εικονικοί Ξεναγοί

Οι ΕΞ σκοπεύουν να προσφέρουν μια πρόσθετη εμπειρία στους επισκέπτες ενός αρχαιολογικού χώρου. Πρόκειται για τεχνολογικά εξελιγμένα λογισμικά που εκτελούνται στις κινητές συσκευές των επισκεπτών (βλ. Σχήμα 8.1). Οι τελευταίες, με τη χρήση διαφόρων αισθητήρων, εντοπίζουν την τοποθεσία και γωνία θέασης ενός παρατηρήτη με αποτέλεσμα τη δυνατότητα προβολής του κατάλληλου περιεχομένου ή της ηχητικής αφήγησης, σε σχέση με το πού βρίσκεται και προς τα πού κοιτάει ο επισκέπτης (γεωεντοπισμός/geolocation). Σε περίπτωση που ο χρήστης της εφαρμογής χρησιμοποιεί την κάμερα της συσκευής του, είναι δυνατή η προβολή του πολυμεσικού περιεχομένου μέσα στη «ζωντανή» εικόνα που προβάλλεται στην οθόνη της συσκευής (επαυξημένη πραγματικότητα/augmented reality).

Οι δύο αυτές τεχνολογίες (γεωεντοπισμός και επαυξημένη πραγματικότητα), εάν εφαρμοστούν σωστά, μπορούν να ενισχύσουν το στοιχείο της προσωποποιημένης εξερεύνησης ενός χώρου, ενώ, ενσωματώνοντας εκπαιδευτικά σενάρια υπό τη μορφή ψηφιακών παιχνιδιών, οι ΕΞ μπορούν να αποτελέσουν και από μόνοι τους κίνητρα ώστε να επισκεφτεί κάποιος έναν αρχαιολογικό χώρο, ο οποίος υπό άλλες συνθήκες δεν θα του κινούσε το ενδιαφέρον, λαμβάνοντας υπόψη την πληθώρα των αρχαιολογικών χώρων ή την ομοιομορφία μεταξύ τους (όπως την αντιλαμβάνεται το ευρύ κοινό).

Ένας αρχαιολογικός χώρος, δηλαδή, μέσω του ΕΞ του, αποκτά μια πρόσθετη αξία, η οποία δυνητικά μπορεί να αποτελέσει έσοδο για το Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού (ΥΠΠΟΑ), εάν γίνει η κατάλληλη εμπορική εκμετάλλευση και σχεδίαση του προϊόντος. Οι ΕΞ είναι πιο πολύπλοκα λογισμικά τα οποία απαιτούν για τη δημιουργία τους μεγαλύτερη ομάδα και διευρυμένες τεχνολογικές δεξιότητες. Ως εκ τούτου, το κόστος παραγωγής τους μπορεί να ανέλθει σε εξαψήφια ποσά.

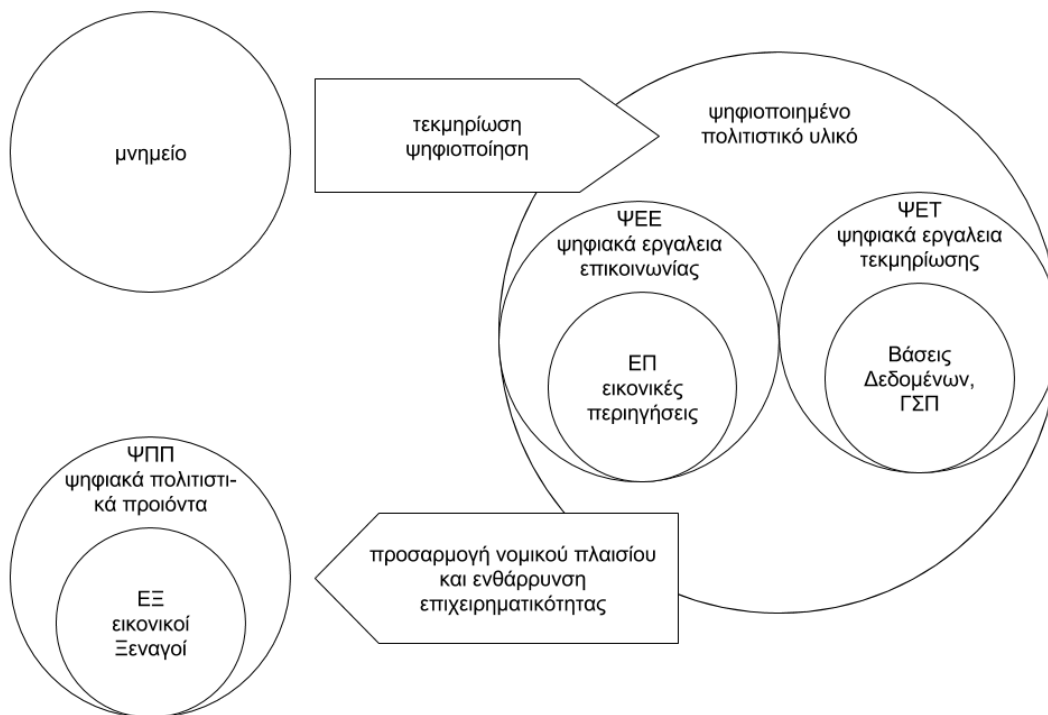
8.8 Πρωτοτυπία και Μοναδικότητα των Ψηφιακών Πολιτισμικών Προϊόντων

Τα ΨΠΠ οφείλουν να σέβονται τη μοναδικότητα και την ιδιαιτερότητα του μνημείου, ως εκ τούτου θα πρέπει και τα ίδια να αποτελούν πρωτότυπες ψηφιακές εφαρμογές. Απορρίπτεται, δηλαδή, το μοντέλο μιας γενικής

εφαρμογής που υπό τη μορφή Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου (Content Management System – CMS) θα παράγει αυτοματοποιημένα ΨΠΠ για πλήθος αρχαιολογικών χώρων, ανανεώνοντας μόνο το περιεχόμενό τους.

Ενώ ο τεχνολογικός σχεδιασμός των υφιστάμενων ψηφιακών συστημάτων του Εθνικού Κέντρου Τεκμηρίωσης (ΕΚΤ) και άλλων ψηφιακών αποθετηρίων, τα οποία διαχειρίζονται τεράστιο όγκο πολιτισμικού περιεχομένου, θα ενθάρρυνε (από τεχνολογικής άποψης) αυτό το μοντέλο της αλυσίδας μαζικής παραγωγής ΨΠΠ, εντούτοις αυτό αφαιρεί σημαντικά στοιχεία δημιουργικότητας και αισθητικής ποιότητας, ενώ επιβάλλει περιορισμούς στη σχεδίαση και τον προγραμματισμό των λογισμικών. Αυτοί οι περιορισμοί αποδεδειγμένα μειώνουν την καινοτομία, παράγοντας εφαρμογές κλώνους, που μπορεί μεν να εντάσσονται καλύτερα στη δημιουργία νέων αλυσίδων αξίας (value chains), αλλά αποδυναμώνουν σημαντικά την πρωτοτυπία και τη μοναδικότητα των ΨΠΠ. Κάθε ΨΠΠ πρέπει να έχει τον δικό του χαρακτήρα.

Τα ΨΠΠ θεωρούνται «ψηφιακό εκ γενετής πολιτισμικό περιεχόμενο» (digital born heritage), το οποίο, σύμφωνα με οδηγίες της Unesco, οφείλει να συντηρείται και να προφυλάσσεται για τις επόμενες γενιές (Unesco, 2003), ακριβώς όπως και ένα αρχαιολογικό λεύκωμα ή ένα ντοκουμαντέρ. Ως τέτοια θα πρέπει να αντιμετωπιστούν από τους δημιουργούς τους, αλλά, πιο σημαντικό, και από τους stakeholders που θα διαμορφώσουν τις αντίστοιχες νομικές προσαρμογές στο θέμα της διαχείρισης των πνευματικών δικαιωμάτων, οι οποίες θα διέπουν τις απαραίτητες Συνεργασίες Δημοσίου και Ιδιωτικών Εταιριών (ΣΔΙΕ).



Σχήμα 8.1 Σχηματική Αποτύπωση Ροής για την επανάχρηση ψηφιοποιημένου πολιτισμικού υλικού σε ΨΠΠ.

8.9 Το παράδειγμα του Εικονικού Ξεναγού της Ακρόπολης των Αθηνών

Μια προσπάθεια για τη δημιουργία ενός ΨΠΠ, του ΕΞ της Ακρόπολης, ενταγμένη σε μια εθνική στρατηγική για την αξιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματος, που αφορά μάλιστα και το σημαντικότερο μνημείο της χώρας, βρίσκεται αυτόν τον καιρό σε εξέλιξη από την εταιρεία [CulturPlay](#), που ειδικεύεται στη δημιουργία ΨΠΠ, και το ΥΠΠΟΑ. Ήδη από τον Ιανουάριο του 2014 η εταιρεία έχει καταθέσει επίσημο αίτημα στις Υπηρεσίες του ΥΠΠΟΑ (Κοντράρου-Ρασσιά, 2014· CulturPlay, 2014) για την (επανά)χρηση ψηφιοποιημένου περιεχομένου του μνημείου, συμπεριλαμβανομένης και της «[Εικονικής Περιήγησης των μνημείων της Ακρόπολης](#)», προτείνοντας ένα καινοτόμο μοντέλο συνεργασίας μεταξύ του Υπουργείου Πολιτισμού και

ιδιωτικών εταιρειών οι οποίες δύνανται να αναπτύξουν και να φέρουν στην αγορά βιώσιμους ΕΞ σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Η απουσία προηγούμενου αλλά και το θολό νομικό πλαίσιο, το οποίο καλύπτει τα ΨΠΠ, δυσκολεύουν μια απόφαση, ιδιαίτερα όσον αφορά τη ρύθμιση και εκμετάλλευση των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, τη στιγμή μάλιστα που αυτό το ζήτημα δεν έχει απαντηθεί ούτε σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η εταιρεία CulturPlay προσκλήθηκε σε συνάντηση του OMC Working Group for Access to Finance in the Cultural and the Creative Sector της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο Λονδίνο τον Δεκέμβριο του 2014, ενώ το ΥΠΠΟΑ έχει συστήσει ειδική ομάδα εργασίας για να εξετάσει το ζήτημα υπό την αιγίδα του Ταμείου Αρχαιολογικών Πόρων (ΤΑΠ).

Αν το αίτημα της εταιρείας απαντηθεί θετικά και ενθαρρυνθεί η συνεργασία με το ΥΠΠΟΑ, τότε το γεγονός αυτό μπορεί να γίνει παράδειγμα προς εφαρμογή σε άλλους αρχαιολογικούς χώρους και να αποτελέσει ένα βιώσιμο μοντέλο που θα επιφέρει επιπλέον έσοδα στο Δημόσιο, ενώ θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας μέσω της επιχειρηματικότητας που μπορεί να αναπτυχθεί γύρω από τους Εικονικούς Ξεναγούς. Κυρίως, όμως, θα προσφέρει καινοτόμες ψηφιακές υπηρεσίες στους επισκέπτες των μνημείων της χώρας.

8.10 Επίλογος

Γίνεται προφανές πως, εάν οι δυνατότητες των ψηφιακών τεχνολογιών κατανοηθούν καλύτερα από τους stakeholders και προετοιμαστεί το κατάλληλο έδαφος, ώστε να εφαρμοστούν στην υπηρεσία των τοπικών κοινωνιών υπό τη μορφή βιώσιμων ΨΠΠ, τότε θα παρουσιαστούν ευκαιρίες που θα ενισχύσουν σημαντικά τον πολιτιστικό τουρισμό μιας περιοχής. Η ιδέα των Εικονικών Ξεναγών στα μνημεία είναι ένα προϋπάρχον όραμα που έχει ερευνηθεί και εφαρμοστεί πειραματικά στο παρελθόν, όταν η τεχνολογία και οι φορητές συσκευές δεν ήταν ακόμα ώριμες για μια απρόσκοπτη ψηφιακή εμπειρία. Σήμερα, που οι υπολογιστικοί πόροι των κινητών τηλεφώνων προσεγγίζουν αυτούς των επιτραπέζιων υπολογιστών και που οι τεχνολογίες γεωεντοπισμού και επαυξημένης πραγματικότητας χρησιμοποιούνται ευρέως σε πλήθος εφαρμογών, οι τεχνολογικές συνθήκες είναι ώριμες και οι οικονομικές συνθήκες το απαιτούν: τα μνημεία της χώρας πρέπει να αποκτήσουν τους επίσημους Εικονικούς Ξεναγούς τους.

Ασκήσεις / Ερωτήσεις Κατανόησης

- 1) Αναζητήστε έναν οργανισμό που έχει ψηφιοποιήσει πολιτισμικά τεκμήρια και περιγράψτε τη διαδικασία για τη δημιουργία ενός ΨΠΠ.
- 2) Με ποιους τρόπους μπορούν τα ΨΠΠ να συμβάλουν στην επικοινωνιακή στρατηγική και στην οικονομική βιωσιμότητα ενός πολιτιστικού οργανισμού;

Βιβλιογραφικές Αναφορές

- CulturPlay. (2014). Request to the Greek Ministry of Culture for building the extended edition of the Acropolis Virtual Tour. Ανακτήθηκε 10 Νοεμβρίου, 2015, από http://culturplay.com/blog_post/acropolis/guide/2014/10/01/acropolis-virtual-tour-description-request-ip/
- European Union, & Comité des Sages. (2011). *The New Renaissance. Report of the 'Comité des Sages'. Reflection group on bringing Europe's Cultural Heritage online*. Brussels: European Union. Ανακτήθηκε 10 Νοεμβρίου, 2015, από https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/final_report_cds_1.pdf
- Κοντράρου-Ρασσιά, Ν. (2014, 7 Ιουλίου). Μ' ένα κλικ, στη στέγη του Παρθενώνα. *Enet.gr – Ελευθεροτυπία*. Ανακτήθηκε 12 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=439052>
- Kunkel, T., Averkiou, M., & Chrysanthou, Y. (2008). A web-based virtual museum application. Στο Μ. Ioannides, Α. Addison, Α. Georgopoulos & Λ. Kalisperis (Επιμ.), *Proceedings of the 14th International Conference on Virtual Systems and Multimedia, 20-25 Οκτωβρίου* (275-277). Budapest: ARCHAEOLOGIA.
- Mudge, M., Ashley, M., & Shroer, C. (2007). A Digital Future for Cultural Heritage. Στο Α. Georgopoulos & Ν. Agriantoni, *Anticipating the Future of the Cultural Past, Proceedings of the XXI International CIPA Symposium, Athens, October 1-6*. Ανακτήθηκε 12 Νοεμβρίου, 2015, από <http://cipa.icomos.org/fileadmin/template/doc/ATHENS/FP104.pdf>
- Unesco. (2003, October 15). *Charter on the Preservation of Digital Heritage*. General Conference, 32nd Session, 29 September-17 October. Ανακτήθηκε 10 Νοεμβρίου, 2015, από http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=17721&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Κεφάλαιο 9 - Αναπτυξιακά-ενεργειακά έργα, πολιτισμικό περιβάλλον, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη

Ιωάννης Πούλιος – Γεώργιος Αραμπατζής*

Σύνοψη

Η κατασκευή αναπτυξιακών-ενεργειακών έργων είναι από τη φύση της μια δύσκολη διαδικασία καθώς εξαρτάται από ποικίλους (π.χ. οικονομικούς, νομικούς, διοικητικούς) παράγοντες. Γίνεται, ωστόσο, ακόμα πιο πολύπλοκη και αβέβαιη όταν τα εν λόγω έργα επηρεάζουν πολιτισμικά περιβάλλοντα και εμπλέκουν τοπικές κοινωνίες. Το φαινόμενο αυτό είναι ιδιαίτερα έντονο στην Ελλάδα, μια χώρα πλούσια σε ενεργειακές πηγές (αέρα, ήλιο κ.λπ.) αλλά και σε αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία.

Η προβληματική αυτή σχέση αναπτυξιακών-ενεργειακών έργων από τη μία πλευρά και πολιτισμικών περιβαλλόντων / τοπικών κοινωνιών από την άλλη, έχει τις βάσεις της σε μια γενικότερη σύγκρουση δύο θεμελιωδών αξιών και στρατηγικών επιταγών στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης: α) της επιδίωξης του κοινού αναπτυξιακού-ενεργειακού οφέλους σε εθνικό ή και διεθνές επίπεδο και, ταυτόχρονα, β) της διαφύλαξης του πολιτισμικού περιβάλλοντος και των κοινωνικών αναγκών σε τοπικό επίπεδο.

Η παρούσα μελέτη εξετάζει την προβληματική αυτή σχέση, με εστίαση στην ελληνική πραγματικότητα και με ιδιαίτερη αναφορά σε έργα Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (ΑΠΕ).

Στο πρώτο μέρος αναλύονται οι βασικές έννοιες του κεφαλαίου –«αναπτυξιακά-ενεργειακά έργα», «πολιτισμικό περιβάλλον», «τοπική κοινωνία»–, καθώς και οι σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ τους στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης. Στο δεύτερο μέρος παρουσιάζεται η ελληνική πραγματικότητα μέσα από συγκεκριμένα παραδείγματα αναπτυξιακών-ενεργειακών έργων που βλάπτουν πολιτισμικά περιβάλλοντα και προκαλούν την αντίδραση τοπικών κοινωνιών. Στο τρίτο μέρος αναζητούνται τα αίτια της προβληματικής αυτής σχέσης. Πιο συγκεκριμένα, από τη μια πλευρά παρουσιάζεται η ιδεατή εικόνα: ένα αυστηρό νομικό πλαίσιο που προστατεύει αποτελεσματικά το πολιτισμικό περιβάλλον από αναπτυξιακά-ενεργειακά έργα, καθώς και μια διαδικασία σχεδιασμού και υλοποίησης των έργων αυτών που επιτρέπει στον ιδιώτη επενδυτή να λαμβάνει υπόψη του το πολιτισμικό περιβάλλον και την τοπική κοινωνία. Από την άλλη, δίνεται η πραγματική εικόνα: οι παραλείψεις του νομικού πλαισίου, καθώς και η συνοπτική/πρόχειρη διαδικασία την οποία συνήθως υιοθετεί ο ιδιώτης επενδυτής. Στο τελευταίο μέρος παρουσιάζονται ορισμένες προτάσεις για την αντιμετώπιση της προβληματικής αυτής σχέσης.

Απότερος σκοπός της μελέτης είναι να συμβάλει στη δημιουργία ενός νέου αναπτυξιακού-ενεργειακού μοντέλου, το οποίο θα εγγυάται την επιτυχία της επένδυσης και συγχρόνως θα σέβεται το πολιτισμικό περιβάλλον και θα ενσωματώνει την τοπική κοινωνία.

Λέξεις-κλειδιά

Αναπτυξιακά-ενεργειακά έργα, Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας (ΑΠΕ), σχετική βιωσιμότητα, Μελέτη Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων (ΜΠΕ), βιώσιμη ανάπτυξη, πολιτισμικό περιβάλλον, αυθεντικότητα

9.1 Εισαγωγή

9.1.1 Αναπτυξιακά-ενεργειακά έργα

Αναπτυξιακά έργα θεωρούνται όλες οι τεχνολογικές παρεμβάσεις μεγάλου βεληνεκούς που στοχεύουν στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη. Τα ενεργειακά έργα αφορούν στην εκμετάλλευση ενεργειακών πόρων για παραγωγή ενέργειας, στη διανομή της αλλά και στη χρήση τελικής ενέργειας. Ενδεικτικά παραδείγματα:

* Ιωάννης Πούλιος: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο – Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου – UNESCO School on Sustainable Energy Governance in World Heritage Sites
Γεώργιος Αραμπατζής: Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο

βιομηχανικές μονάδες, φράγματα, εκτροπές ποταμών και έργα Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (στο εξής ΑΠΕ). Ειδικότερα για τα έργα ΑΠΕ, τα τελευταία χρόνια διαπιστώνεται ενίσχυση του παγκόσμιου ενδιαφέροντος, ως απόρροια της ανάγκης για μείωση της χρήσης ορυκτών καυσίμων, καθώς και της αντιμετώπισης των προβλημάτων της κλιματικής αλλαγής, της αύξησης των εκπομπών των αέριων ρύπων και της ασφάλειας του ενεργειακού εφοδιασμού (Ασημακόπουλος, Αραμπατζής, Αγγελής-Δημάκης, Καρταλίδης & Τσιλιγκιρίδης, 2015· Vanek & Albright, 2008).

9.1.2 Πολιτισμικό περιβάλλον

Πολιτισμικό (ή ανθρωπογενές) περιβάλλον⁵⁴ θεωρείται μια αδιαίρετη ενότητα πολιτισμού και φύσης που περιλαμβάνει: α) ένα συγκεκριμένο μνημείο/χώρο, β) το άμεσο περιβάλλον του συγκεκριμένου μνημείου και γ) το ευρύτερο τοπίο μέσα στο οποίο το μνημείο εντάσσεται. Κάθε πολιτισμικό περιβάλλον διακρίνεται για τη μοναδικότητά του και συναπαρτίζεται από τα εξής στοιχεία: α) υλικά στοιχεία: είδος υλικού και τεχνική κατασκευής, διακόσμηση, κάθε κατασκευή στο έδαφος αλλά και στο υπέδαφος του πολιτισμικού περιβάλλοντος, β) άυλα στοιχεία: ήθη, έθιμα, θρύλους, θρησκευτικές παραδόσεις και λατρευτικές πρακτικές που συνδέονται με το πολιτισμικό περιβάλλον, γ) αξίες οι οποίες συνδέονται με τα υλικά και τα άυλα στοιχεία: π.χ. ιστορικές, επιστημονικές, αισθητικές, οικονομικές και κοινωνικές αξίες, και δ) διάσταση της αυθεντικότητας, όπως αυτή εκφράζεται μέσα από τα υλικά και τα άυλα στοιχεία και τις αντίστοιχες αξίες (Ρουλιός, 2012· κεφάλαιο «Υλική πολιτισμική κληρονομιά, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη» στο παρόν σύγγραμμα).

9.1.3 Αναπτυξιακά-ενεργειακά έργα, πολιτισμικό περιβάλλον, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη

Στον ενεργειακό τομέα, βιωσιμότητα σημαίνει αξιοποίηση πηγών ενέργειας με τρόπο που (Boyle, 2013· Randolph & Masters, 2008· United Nations World Summit, 2005):

- δεν εξαντλούνται σε μεγάλο βαθμό από τη συνεχή χρήση
- η χρήση τους δεν εισάγει άλλους κινδύνους για το περιβάλλον σε σημαντική κλίμακα και
- η χρήση τους δεν οδηγεί σε κοινωνικές αδικίες.

Σε σχέση με τα αναπτυξιακά-ενεργειακά έργα η βιώσιμη ανάπτυξη δεν είναι μια απόλυτη αλλά μια σχετική έννοια. Με απλά λόγια, δεν ευσταθεί ο ισχυρισμός ότι ορισμένα αναπτυξιακά-ενεργειακά έργα συνεισφέρουν στη βιώσιμη ανάπτυξη ενώ ορισμένα όχι· αυτό που ισχύει είναι ότι ένα έργο συνεισφέρει στη βιώσιμη ανάπτυξη περισσότερο σε σχέση με άλλα. Ο καθορισμός της «σχετικής βιωσιμότητας» ενός αναπτυξιακού-ενεργειακού έργου είναι μια περίπλοκη διαδικασία που περιλαμβάνει τη λεπτομερή μελέτη των διεργασιών και των τεχνολογιών που προτείνονται, καθώς και τα συμφέροντα των εμπλεκόμενων κοινωνικών ομάδων. Για παράδειγμα, στην περίπτωση κατασκευής ενός μεγάλου υδροηλεκτρικού έργου, οι κάτοικοι / ιδιοκτήτες των σπιτιών που θα πλημμυρίσουν (προκειμένου να δημιουργηθεί ο ταμιευτήρας) θα έχουν πιθανότατα διαφορετική άποψη από τους σχεδιαστές του έργου ως προς τη συνεισφορά του στη βιώσιμη ανάπτυξη της περιοχής. Οι τελευταίοι προτείνουν το έργο και έχουν οικονομικό όφελος από την πραγματοποίησή του, ενώ συγχρόνως διαμένουν αλλού και οι κατοικίες τους δεν θα επηρεαστούν.

Η ταχεία εξάπλωση των αναπτυξιακών-ενεργειακών έργων δημιουργεί σταδιακά νέα δεδομένα στις διαδικασίες χωρικής ανάπτυξης, και ιδιαίτερα της υπαίθρου ως βασικού υποδοχέα τέτοιων έργων. Πίσω από τις προσεγγίσεις των υπέρμαχων των αναπτυξιακών-ενεργειακών έργων κρύβεται συχνά η άποψη ότι η υπαίθρος είναι ένας χώρος απεριόριστος, στον οποίο οι αλλαγές χρήσης είναι εύκολες και χωρίς σημαντικές επιπτώσεις. Στην πραγματικότητα, όμως, η υπαίθρος παρουσιάζει πλήθος δυνητικών επιλογών χρήσης/αξιοποίησης, στις οποίες περιλαμβάνονται και χρήσεις που συνδέονται με τη διαφύλαξη και προβολή της, όπως π.χ. η δημιουργία ενός περιβαλλοντικού ή πολιτιστικού πάρκου. Επίσης, μια επιλογή μπορεί να περιορίζει –ή και συχνά να αποκλείει– άλλες επιλογές, π.χ. η κατασκευή μιας βιομηχανικής μονάδας σε μια

⁵⁴ Στην παρούσα μελέτη δεν γίνεται διάκριση μεταξύ όρων όπως π.χ. «πολιτισμική κληρονομιά» και «αρχιτεκτονική κληρονομιά», αλλά χρησιμοποιείται ο ενιαίος όρος «πολιτισμικό περιβάλλον».

περιοχή αποκλείει τη δυνατότητα δημιουργίας περιβαλλοντικού πάρκου. Επομένως, η επιλογή μιας χρήσης αντί άλλων συνιστά στρατηγική επιλογή προς συγκεκριμένη κατεύθυνση της βιώσιμης ανάπτυξης.

Στη βάση αυτή, τα αναπτυξιακά-ενεργειακά έργα ενδέχεται να έχουν σοβαρές επιπτώσεις στο πολιτισμικό περιβάλλον, προκαλώντας τη σθεναρή αντίδραση των τοπικών κοινωνιών. Τέτοια έργα προκαλούν αλλαγές στις χρήσεις γης και καθορίζουν το πολιτισμικό περιβάλλον, επιφέροντας αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο αυτό προσλαμβάνεται και βιώνεται από την τοπική κοινωνία ως σύμβολο φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς, ενώ παράλληλα μπορεί να αποκλείουν άλλες επιλογές αξιοποίησής του από την τοπική κοινωνία ως φυσικού και πολιτισμικού πόρου (Γούσιος, Μαρδάκης & Φαρασλής, 2012).

Η κοινωνική αποδοχή των ΑΠΕ αποτελεί ένα ζήτημα το οποίο μέχρι στιγμής στην Ελλάδα δεν έχει αποτελέσει αντικείμενο συστηματικής καταγραφής και μελέτης, όχι μόνο επειδή η διείσδυση των ΑΠΕ στη χώρα μας δεν είναι σημαντική (σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, όπως π.χ. η Δανία και η Γερμανία), αλλά κυρίως επειδή η κοινωνική αποδοχή οποιουδήποτε έργου σπανίως απασχολεί σοβαρά τους ιθύνοντες. Η στάση μιας τοπικής κοινωνίας συνήθως λαμβάνεται υπόψη μόνο από τη στιγμή που αποδεικνύεται εμπόδιο στην περαιτέρω εξέλιξη του έργου. Αυτό όμως συνιστά στις περισσότερες περιπτώσεις σφάλμα, διότι στο χρονικό αυτό σημείο η στάση της τοπικής κοινωνίας απέναντι στο συγκεκριμένο έργο είναι σε πολύ μεγάλο βαθμό ήδη διαμορφωμένη και δύσκολα πλέον μεταβάλλεται, με πιθανή συνέπεια τις μεγάλες χρονικές καθυστερήσεις στην υλοποίηση του έργου ή και τη ματαίωσή του.

Είναι επιτακτική, επομένως, η ανάγκη δημιουργίας ενός νέου μοντέλου διαχείρισης και αξιολόγησης αναπτυξιακών έργων, και ειδικότερα έργων ΑΠΕ, το οποίο θα ενσωματώνει την προστασία του πολιτισμικού περιβάλλοντος και τη βιώσιμη ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών.

9.2 Παραδείγματα μελέτης⁵⁵

9.2.1 Πρόταση για τη μερική εκτροπή του ποταμού Αχελώου προς τη Θεσσαλία

Η πρόταση αφορούσε στη μερική εκτροπή του ποταμού Αχελώου προς τη Θεσσαλία. Για την υλοποίηση του έργου ήταν απαραίτητη η ολοκλήρωση μιας σειράς από επιμέρους υποέργα, συμπεριλαμβανομένων και δύο υδροηλεκτρικών φραγμάτων.

Τα σημαντικότερα στάδια του έργου μπορούν να συνοψιστούν ως εξής (Κόνσολα, 2004·Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδας, 2005):

Αρχικά συντάχθηκαν τρεις ξεχωριστές Μελέτες Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων (στο εξής ΜΠΕ) για διαφορετικά υποέργα. Το Συμβούλιο της Επικρατείας ακύρωσε τις ΜΠΕ, με το σκεπτικό ότι απαιτούνταν μία ενιαία ΜΠΕ για το σύνολο του έργου.

Ακολούθησε η σύνταξη συνολικής ΜΠΕ, η οποία αναφερόταν στις επιπτώσεις του έργου στο πολιτισμικό περιβάλλον: περιέγραφε με αρκετά αναλυτικό τρόπο τα μνημεία της περιοχής, ιδίως την κηρυγμένη Μονή του Αγίου Γεωργίου στο Μυρόφυλλο Τρικάλων (Εικόνα 9.1), και πρότεινε ως αναγκαστική λύση την κατάκλυση (λόγω της κατασκευής υδροηλεκτρικού φράγματος στην περιοχή της Συκιάς) της Μονής, καθώς και ορισμένων ακόμα εκκλησιών, αρχαιολογικών θέσεων και λίθινων γεφυρών. Το Κεντρικό Αρχαιολογικό Συμβούλιο γνωμοδότησε θετικά και η ΜΠΕ εγκρίθηκε (με την Κοινή Υπουργική Απόφαση ΑΠ23271/15-12-1995). Ωστόσο, περιβαλλοντικοί φορείς και κάτοικοι ορισμένων από τις θιγόμενες περιοχές προσέφυγαν στο Συμβούλιο της Επικρατείας κατά της Απόφασης αυτής, με κύριο επιχείρημα ότι τα προβλεπόμενα υποέργα θα προκαλούσαν την υποβάθμιση του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος. Το Συμβούλιο της Επικρατείας (με την Απόφαση ΟλΣτΕ 3478/2000) ακύρωσε την παραπάνω Απόφαση, με το σκεπτικό ότι η ΜΠΕ ήταν «πλημμελής», καθώς δεν προέβλεπε τη λήψη μέτρων προκειμένου να αποφευχθεί η πρόκληση άμεσης βλάβης στο πολιτισμικό περιβάλλον. Είναι σημαντικό ότι στην εν λόγω ακυρωτική Απόφαση γίνεται επίκληση της «Σύμβασης της Γρανάδας».

Ακολούθησε η σύνταξη συμπληρωματικής ΜΠΕ, η οποία αναπλήρωσε σε μεγάλο βαθμό τις ελλείψεις της προηγούμενης συνολικής ΜΠΕ ως προς την προστασία του πολιτισμικού περιβάλλοντος, και ιδίως της Μονής. Επ' αυτής εκδόθηκε νέα θετική Απόφαση (Κοινή Υπουργική Απόφαση ΑΠ131957/19-3-2003). Μετά από προσφυγή κατοίκων ορισμένων από τις θιγόμενες περιοχές, το Συμβούλιο της Επικρατείας (με την Απόφαση ΟλΣτΕ 1691/2005) ακύρωσε και την Απόφαση αυτή.

⁵⁵ Η παρουσίαση των παραδειγμάτων βασίζεται στα Poullos, 2012· Poullos, 2011.

Σήμερα το έργο έχει σταματήσει, για λόγους, ωστόσο, που δεν άπτονται άμεσα της προστασίας του πολιτισμικού περιβάλλοντος.



Εικόνα 9.1 Η Μονή Αγίου Γεωργίου στο Μυρόφυλλο Τρικάλων (Πηγή: Γιώργος Χονδρός).

9.2.2 Κατασκευή αιολικού πάρκου στη Νάξο

Υποβλήθηκε πρόταση κατασκευής αιολικού πάρκου στην περιοχή Κορώνου της Νάξου. Η πρόταση εγκρίθηκε και το έργο ξεκίνησε.

Ωστόσο, η πρόταση δεν περιελάμβανε λεπτομερή πρόβλεψη για τον τρόπο υλοποίησης του έργου, με αποτέλεσμα κατά τη μεταφορά των ανεμογεννητριών προς τη θέση ενδιαφέροντος να προκληθεί αλλοίωση του πολιτισμικού περιβάλλοντος της περιοχής, με κυριότερη τη μερική κατάρρευση του ιστορικού γεφυριού στο χωριό Χαλκί και την αλλοίωση του άμεσου περιβάλλοντος του κηρυγμένου εναέριου σιδηροδρόμου του νησιού (Αιολικό Πάρκο Κορώνου, 2009).

9.2.3 Προτάσεις για την κατασκευή αιολικού πάρκου στη Γυάρο

Η Γυάρος υπήρξε τόπος εξορίας και βασανιστηρίων πολιτικών κρατουμένων την περίοδο 1948-1974. Τον Σεπτέμβριο του 2001, με Απόφαση του Υπουργείου Αιγαίου, χαρακτηρίστηκαν ως διατηρητέα τα κτήρια των φυλακών και το σύνολο των εγκαταστάσεων του νησιού (Υ.Α. ΔΠΑ/11131/17-9-2001, ΦΕΚ 772/Δ/19-9-2001). Το ίδιο έτος, με Απόφαση του Υπουργείου Πολιτισμού, ολόκληρο το νησί χαρακτηρίστηκε ως ιστορικός τόπος και τα κτήριά του ως διατηρητέα (Υ.Α. ΥΠΠΟ/ΔΙΛΑΠ/Γ/4016/68475/17-12-2001, ΦΕΚ 1680/Β/17-12-2001).

Το πλούσιο αιολικό δυναμικό του νησιού αποτέλεσε κίνητρο για την υποβολή δύο προτάσεων για την κατασκευή αιολικών πάρκων μεγάλης ισχύος (Μάνη, 2011· Μύριλλα, 2010· Φλουδόπουλος, 2011). Και οι δύο προτάσεις απορρίφθηκαν από τη Ρυθμιστική Αρχή Ενέργειας, καθώς σύμφωνα με την Υπουργική Απόφαση 49828/2008 (ΦΕΚ 2464/Β/3-12-2008 –βλ. ενότητα 1) απαγορεύεται οποιαδήποτε εγκατάσταση ΑΠΕ σε κηρυγμένους ιστορικούς τόπους. Μετά από σχετικό αίτημα, ωστόσο, το Κεντρικό Συμβούλιο Νεωτέρων Μνημείων αποφάσισε την αναοριοθέτηση του ιστορικού τόπου, περιορίζοντάς τον στην περιοχή των κτηρίων των φυλακών, και γνωμοδότησε θετικά για την κατασκευή των αιολικών πάρκων. Η εξέλιξη αυτή προκάλεσε την αντίδραση αντιστασιακών οργανώσεων, οι οποίες ζήτησαν από το Υπουργείο Πολιτισμού να μην τροποποιηθεί η σχετική κήρυξη, εκφράζοντας ανησυχίες για την πιθανότητα μετατροπής του νησιού σε πεδίο

επιχειρηματικών συμφερόντων και για την απώλεια του ιστορικού του χαρακτήρα (Θερμού 2011· Κοντράου-Ρασσιά, 2011).

9.2.4 Κατασκευή αιολικού πάρκου πλησίον της Μονής Οσίου Μελετίου στον Κιθαιρώνα, Μάνδρα Αττικής

Η Μονή Οσίου Μελετίου αποτελεί κηρυγμένο βυζαντινό μνημείο (ΦΕΚ 68/Α/26-4-1921 και ΦΕΚ 183/Β/18-3-1994).

Υποβλήθηκε πρόταση για κατασκευή αιολικού πάρκου κοντά στη Μονή. Το Κεντρικό Αρχαιολογικό Συμβούλιο ενέκρινε τη χωροθέτηση του έργου με το σκεπτικό ότι η απόσταση των ανεμογεννητριών από το μνημείο ήταν αρκετή, ώστε να μην προκληθεί οπτική όχληση στο μνημείο, και το αιολικό πάρκο κατασκευάστηκε.

Με την έναρξη λειτουργίας του, ωστόσο, οι μοναχές προσέφυγαν στο Συμβούλιο της Επικρατείας ζητώντας τη διακοπή της λειτουργίας του, με την αιτιολογία ότι ο θόρυβος από τις ανεμογεννήτριες αποτελούσε τροχοπέδη για την άσκηση των μοναστικών τους καθηκόντων. Το Συμβούλιο της Επικρατείας αποφάσισε τη διακοπή λειτουργίας ορισμένων ανεμογεννητριών προκειμένου να επιτραπεί η απρόσκοπτη άσκηση του μοναστικού βίου (προσωπικό σχόλιο Ειρήνης Γρατσία).

9.2.5 Συμπεράσματα

Τα παραπάνω παραδείγματα φανερώνουν ότι τα μεγαλύτερα προβλήματα αφορούν τη φάση του σχεδιασμού των έργων, κατά την οποία δεν λαμβάνονται, συνήθως, υπόψη η σημασία του πολιτισμικού περιβάλλοντος και των παραδόσεων και αναγκών της τοπικής κοινωνίας.

9.3 Θεωρία: μια ιδεατή εικόνα

9.3.1 Νομικό πλαίσιο

Το ισχύον νομικό πλαίσιο που ρυθμίζει την ανάπτυξη έργων ΑΠΕ σε σχέση με το πολιτισμικό περιβάλλον στην Ελλάδα περιλαμβάνει τρεις κατηγορίες διατάξεων: α) διατάξεις για την προστασία του πολιτισμικού περιβάλλοντος εν γένει, β) διατάξεις για την προστασία του πολιτισμικού περιβάλλοντος στο πλαίσιο αναπτυξιακών έργων και γ) διατάξεις για την προστασία του πολιτισμικού περιβάλλοντος στο πλαίσιο έργων ΑΠΕ (Poulios & Scalia, 2014).

9.3.1.1. Διατάξεις για την προστασία του πολιτισμικού περιβάλλοντος

Σύνταγμα της Ελλάδας

Το Σύνταγμα της Ελλάδας (1975, 1986, 2001, 2008) προβλέπει ότι «η προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος αποτελεί υποχρέωση του κράτους και δικαίωμα του καθενός. Για τη διαφύλαξη του το Κράτος έχει υποχρέωση να λαμβάνει ιδιαίτερα προληπτικά ή κατασταλτικά μέτρα στο πλαίσιο της αρχής της αειφορίας» (άρθρο 24, παράγραφος 1).

Με τον τρόπο αυτόν, το Σύνταγμα διαμορφώνει το γενικό πλαίσιο για την προστασία του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα, θέτοντας το περιβάλλον κάτω από αυστηρή κρατική προστασία (Χριστοφιλόπουλος, 2002, σελ. 19). Η γενική διατύπωση της παραπάνω διάταξης επιτρέπει την εφαρμογή της σε πληθώρα περιπτώσεων (Παπακωνσταντίνου, 1999, σελ. 18).

Νόμος 1650/1986 «Για την προστασία του περιβάλλοντος»

Η προστασία του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος εξετάζεται διεξοδικά από τον Ν.1650/1986 (ΦΕΚ 160/Α/18-10-1986). Ο εν λόγω Νόμος ορίζει το περιβάλλον ως φυσικό και πολιτισμικό (άρθρο 2, παράγραφος

1), και τονίζει την ανάγκη καθιέρωσης «κριτηρίων και μηχανισμών για την προστασία του [...], έτσι ώστε ο άνθρωπος, ως άτομο και ως μέλος του κοινωνικού συνόλου, να ζει σε ένα υψηλής ποιότητας περιβάλλον» (άρθρο 1, παράγραφος 1).

Η σημασία, ωστόσο, του συγκεκριμένου Νόμου έγκειται κατά κύριο λόγο στο γεγονός ότι εξαιρεί την προστασία του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος, χαρακτηρίζοντάς το «θεμελιώδες και αναπόσπαστο μέρος της πολιτιστικής και αναπτυξιακής διαδικασίας και πολιτικής» (άρθρο 1, παράγραφος 1).

Νόμος 3028/2002 «Για την Προστασία των Αρχαιοτήτων και εν γένει της Πολιτιστικής Κληρονομιάς»

Σύμφωνα με τον Νόμο αυτόν (ΦΕΚ 153/Α/28-6-2002), ο οποίος αντικατέστησε τον Νόμο 5331/1932 (ΦΕΚ 275/Α/24-8-1932), η προστασία «έχει ως σκοπό τη διατήρηση της ιστορικής μνήμης χάριν της παρούσας και των μελλοντικών γενεών και την αναβάθμιση του πολιτιστικού περιβάλλοντος» και «περιλαμβάνεται στους στόχους οποιουδήποτε επιπέδου χωροταξικού, αναπτυξιακού, περιβαλλοντικού και πολεοδομικού σχεδιασμού» (άρθρο 1, παράγραφος 1, και άρθρο 3, παράγραφος 2 αντίστοιχα). Ο Νόμος αυτός προβλέπει ότι η κήρυξη μνημείων, αρχαιολογικών χώρων και ιστορικών τόπων, καθώς και η θεσμοθέτηση ζωνών προστασίας γύρω από αυτά αποτελεί ευθύνη του Υπουργείου Πολιτισμού, ενώ ειδικά στην περίπτωση των διατηρητέων κτηρίων και οικισμών καθιστά συναρμόδιο το Υπουργείο Περιβάλλοντος και Κλιματικής Αλλαγής, και συγκεκριμένα τη Διεύθυνση Πολεοδομικού Σχεδιασμού (άρθρα 12 έως 17). Ο Νόμος αυτός, σε συνδυασμό με τον Οργανισμό του Υπουργείου Πολιτισμού (Π.Δ. 191/10-6-2003, όπως αναθεωρήθηκε με το Π.Δ. 104/2014, ΦΕΚ 171/Α/28-8-2014), καθορίζει τη δομή και τις αρμοδιότητες της Κεντρικής Υπηρεσίας και των Περιφερειακών Υπηρεσιών του Υπουργείου⁵⁶ οι οποίες διαμορφώνουν και υλοποιούν την πολιτιστική πολιτική σε κεντρικό και περιφερειακό επίπεδο, αντίστοιχα.

Ο συγκεκριμένος Νόμος αποτελεί τη βάση της νομικής προστασίας του πολιτισμικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα, ενώ αναδεικνύει το Υπουργείο Πολιτισμού στον κατεξοχήν διαχειριστή του περιβάλλοντος αυτού.

9.3.1.2 Διατάξεις για την προστασία του πολιτισμικού περιβάλλοντος στο πλαίσιο αναπτυξιακών έργων

Πρόκειται κατά κύριο λόγο για ευρωπαϊκές συμβάσεις, και δευτερευόντως για ελληνικές διατάξεις.

Σύμβαση για την Προστασία της Αρχιτεκτονικής Κληρονομιάς της Ευρώπης («Σύμβαση της Γρανάδας»)

Στη σύμβαση αυτή (Council of Europe, 1985· ΦΕΚ 61/Α/13-4-1992) η αρχιτεκτονική κληρονομιά αναγνωρίζεται ως μέρος της πολιτιστικής παρακαταθήκης της Ευρώπης (Παπακωνσταντίνου, 1999· Χριστοφιλόπουλος, 2002, σελ. 21). Η προστασία της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς συνδέεται με τη χωροταξική, πολεοδομική και περιβαλλοντική πολιτική, προς την κατεύθυνση της «ολοκληρωμένης προστασίας», ενώ συγχρόνως προωθείται η συνεργασία Κράτους και Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Κόνσολα, 2004, σελ. 370· Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδας, 2005).

Ευρωπαϊκή Σύμβαση για την Προστασία της Αρχαιολογικής Κληρονομιάς («Σύμβαση της Βαλέττα», αναθεωρημένη)

Η σύμβαση αυτή (Council of Europe, 1992· ΦΕΚ 203/Α/19-8-2005) αναγνωρίζει ότι η ευρωπαϊκή αρχαιολογική κληρονομιά κινδυνεύει από την εκτέλεση αναπτυξιακών έργων και ότι χρειάζεται να προστατευτεί από τις ενδεχόμενες αρνητικές επιπτώσεις των έργων αυτών (προοίμιο). Για τον λόγο αυτόν

⁵⁶ Παραδείγματα Κεντρικών Υπηρεσιών: Γενική Διεύθυνση Αρχαιοτήτων και Πολιτιστικής Κληρονομιάς και Γενική Διεύθυνση Αναστήλωσης, Μουσείων και Τεχνικών Έργων. Παραδείγματα Περιφερειακών Υπηρεσιών: Εφορείες Αρχαιοτήτων, Υπηρεσίες Νεωτέρων Μνημείων και Τεχνικών Έργων, Εφορεία Εναλίων Αρχαιοτήτων.

απαιτείται από πλευράς κρατών η σύγκλιση των απαιτήσεων της αρχαιολογικής επιστήμης με εκείνες του αναπτυξιακού σχεδιασμού, στον οποίο θα πρέπει να μετέχουν και αρχαιολόγοι (άρθρο 3). Ειδικότερα, υπογραμμίζεται η ανάγκη συμπερίληψης της καταγραφής των στοιχείων που απαρτίζουν το πολιτισμικό περιβάλλον στις ΜΠΕ και στις σχετικές Αποφάσεις, καθώς και της μέριμνας για την κατά χώραν διατήρηση ευρημάτων που προκύπτουν κατά την εκτέλεση αναπτυξιακών έργων. Τονίζεται, επίσης, η ανάγκη οργάνωσης ευρετηρίου των μνημείων και χώρων που αποτελούν την αρχαιολογική κληρονομιά κάθε χώρας και η θεσμοθέτηση «εφεδρικών» αρχαιολογικών ζωνών (άρθρο 2).

Ευρωπαϊκή Σύμβαση του Τοπίου («Σύμβαση της Φλωρεντίας»)

Η εν λόγω σύμβαση (Council of Europe, 2000· ΦΕΚ 30/Α/25-2-2010) αναγνωρίζει ότι το τοπίο αποτελεί βασικό στοιχείο της φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς της Ευρώπης και ότι χρήζει ιδιαίτερης προστασίας λόγω του διαρκούς μετασχηματισμού του εξαιτίας ραγδαίων παγκόσμιων αλλαγών (προοίμιο). Εξαιρείται, επίσης, η σημασία του τοπίου για την ποιότητα ζωής και την ευημερία του ατόμου και ολόκληρης της κοινωνίας, καθώς και η δυνατότητα συμβολής του στην επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης και του δημοσίου συμφέροντος (προοίμιο). Με τη σύμβαση αυτή, επομένως, εισάγεται δυναμικά η ανθρώπινη διάσταση στη διαχείριση του τοπίου.

Νόμος 4014/20-9-2011 για την «Περιβαλλοντική αδειοδότηση έργων και δραστηριοτήτων, ρύθμιση αυθαιρέτων σε συνάρτηση με δημιουργία περιβαλλοντικού ισοζυγίου και άλλες διατάξεις αρμοδιότητας Υπουργείου Περιβάλλοντος»

Σύμφωνα με τον Νόμο αυτόν (ΦΕΚ 209/Α/21-9-2011), για τη χωροθέτηση οποιουδήποτε έργου –με την επιφύλαξη ορισμένων εξαιρέσεων, όπως π.χ. χωροθέτηση έργου εξ ολοκλήρου σε περιοχή εντός σχεδίου πόλεως ή εντός των ορίων οικισμού (άρθρο 4, παρ. 2)– είναι απαραίτητη η γνωμοδότηση του Υπουργείου Πολιτισμού για το αν η περιοχή του έργου παρουσιάζει αρχαιολογικό ενδιαφέρον (άρθρο 2). Ως αναπόσπαστα στοιχεία της ΜΠΕ καθορίζονται η αναφορά των επιτρεπόμενων στον τόπο χωροθέτησης του έργου χρήσεων γης και η περιγραφή των χαρακτηριστικών του πολιτισμικού περιβάλλοντος που ενδέχεται να επηρεαστούν σημαντικά από το προτεινόμενο έργο (παράρτημα).

9.3.1.3 Διατάξεις για την προστασία του πολιτισμικού περιβάλλοντος στο πλαίσιο ενεργειακών έργων

Υπουργική Απόφαση 49828/12-11-2008 για την «Έγκριση ειδικού πλαισίου χωροταξικού σχεδιασμού και αιεφόρου ανάπτυξης για τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και της στρατηγικής μελέτης περιβαλλοντικών επιπτώσεων αυτού»

Με την εν λόγω Υπουργική Απόφαση (ΦΕΚ 2464/Β/3-12-2008) καθορίζονται περιοχές αποκλεισμού και ζώνες ασυμβατότητας για την ανάπτυξη έργων ΑΠΕ. Όσον αφορά τις περιοχές πολιτιστικού ενδιαφέροντος, απαγορεύεται η χωροθέτηση εγκαταστάσεων ΑΠΕ εντός των κηρυγμένων μνημείων και των ζωνών προστασίας τους (άρθρο 6). Ειδικότερα, καθορίζονται τα κριτήρια και οι περιορισμοί ένταξης των ανεμογεννητριών στο τοπίο (παράρτημα IV), ενώ προβλέπεται ότι η ελάχιστη απόσταση από τα κηρυγμένα μνημεία των εγκαταστάσεων εκμετάλλευσης ενέργειας από βιομάζα ή βιοαέριο καθορίζεται «κατά περίπτωση μετά από γνώμη του Υπουργείου Πολιτισμού στο πλαίσιο της διαδικασίας περιβαλλοντικής αδειοδότησης» (παράρτημα VI, πίνακας Β).

Με τον τρόπο αυτόν, η εν λόγω Υπουργική Απόφαση θέτει το γενικό πλαίσιο ανάπτυξης των έργων ΑΠΕ, το οποίο στη συνέχεια εξειδικεύει ανάλογα με την κατηγορία των έργων.

9.3.1.4 Συμπεράσματα

Το ισχύον νομικό πλαίσιο κρίνεται σε γενικές γραμμές επαρκές και αυστηρό. Επισημαίνονται, ωστόσο, ορισμένα ζητήματα όπως οι καθυστερήσεις κύρωσης των Ευρωπαϊκών Συμβάσεων από το Ελληνικό Κράτος –

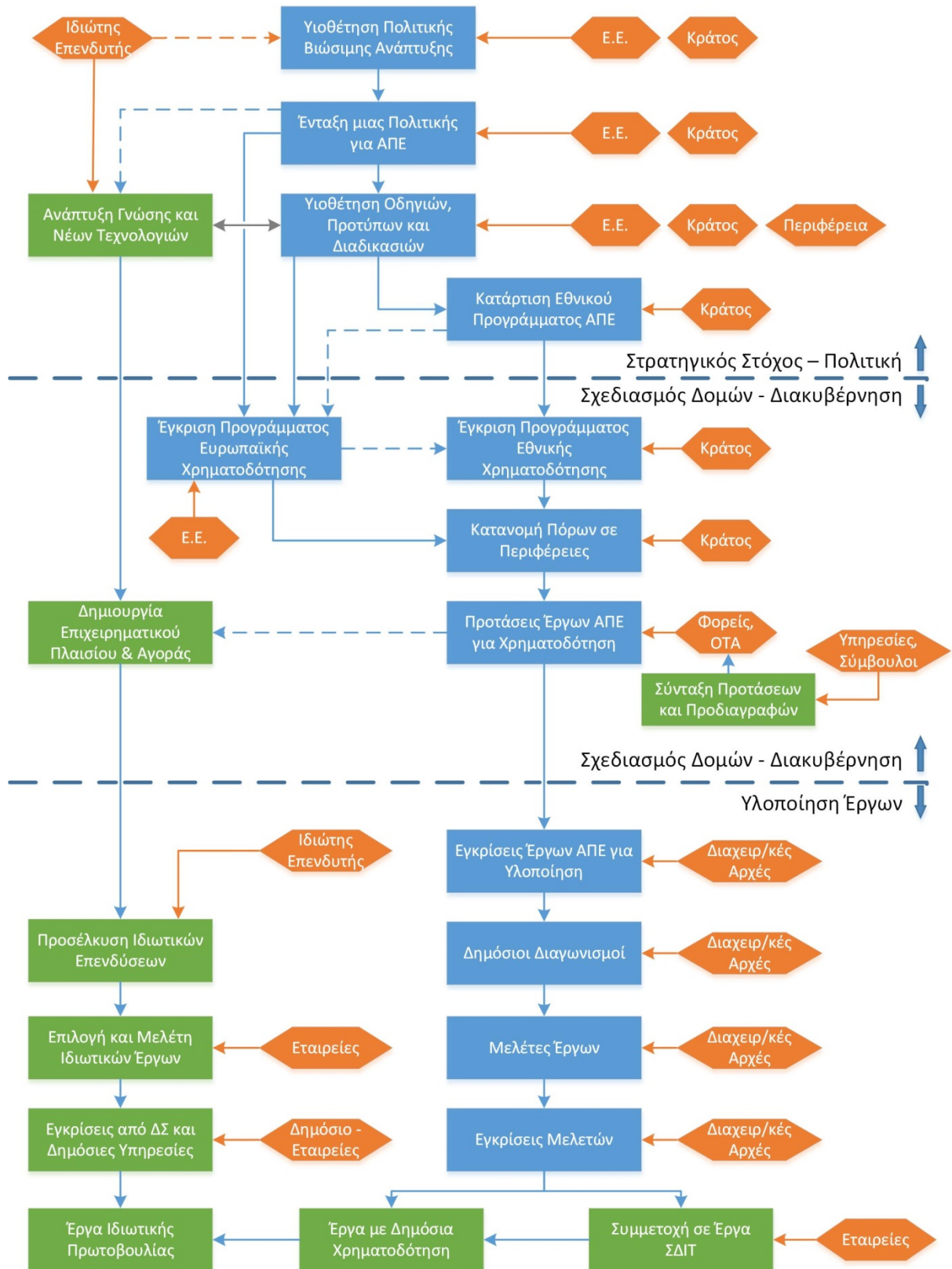
π.χ. η «Σύμβαση του Τοπίου» κυρώθηκε από την ελληνική κυβέρνηση δέκα χρόνια μετά την υπογραφή της—καθώς και το γεγονός ότι τα ελληνικά Δικαστήρια πολλές φορές δεν τις επικαλούνται (παρά την υπερνομοθετική ισχύ τους σε σχέση με τις ελληνικές διατάξεις), με την επίκληση της «Σύμβασης της Γρανάδας» κατά την ακυρωτική Απόφαση στο παράδειγμα του Αχελώου να αποτελεί μία από τις λιγοστές εξαιρέσεις (Poulios & Scalia, 2014).

9.3.2 Πλαίσιο και διαδικασία λήψης αποφάσεων από πλευράς ιδιώτη επενδυτή

Η λήψη των αποφάσεων που απαιτούνται για την υλοποίηση αναπτυξιακών-ενεργειακών έργων είναι μια περίπλοκη διαδικασία. Αυτό οφείλεται αφενός στην πολύπλοκη φύση του ίδιου του θέματος, καθώς υπεισέρχονται πολιτικοί/διοικητικοί, οικονομικοί, χωροταξικοί, περιβαλλοντικοί, κοινωνικοί και πολιτιστικοί παράγοντες, και αφετέρου στην ύπαρξη πολλών «παικτών» που έχουν ενεργό ρόλο στη διαδικασία, αλλά και απλών «μετόχων» που έχουν συμφέροντα από τη διαδικασία. Βασικοί «παίκτες» για την ελληνική πραγματικότητα είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση, το Ελληνικό Κράτος, οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης, οι ιδιώτες επενδυτές και οι ιδιωτικές εταιρείες συμβούλων, ενώ «μέτοχοι» είναι τα μέλη των τοπικών κοινωνιών και οι οργανώσεις τους. Η μελέτη των σχέσεων μεταξύ «παικτών», «μετόχων» και διαδικασιών δυσχεραίνεται από το γεγονός ότι το πλαίσιο της λήψης αποφάσεων μπορεί να περικλείει πολλά παράλληλα «ρεύματα», δηλαδή παράλληλες διεργασίες με διαφορετικούς «παίκτες» και «μετόχους», οι οποίοι μπορεί να έχουν λιγότερο ή περισσότερο διαφορετικούς στόχους. Στο πλαίσιο αυτό της λήψης αποφάσεων, είναι ακόμα πιο δύσκολος ο εντοπισμός συγκεκριμένων σημείων επέμβασης με σκοπό την αποτελεσματική διαχείριση θεμάτων που συνδέονται με αξίες που είναι σε μεγάλο βαθμό υποκειμενικές, όπως π.χ. στην περίπτωση της προστασίας της πολιτισμικής κληρονομιάς.

Για τους λόγους αυτούς, είναι ιδιαίτερα σημαντικό να περιγραφεί χωριστά το πλαίσιο από την ίδια τη διαδικασία λήψης αποφάσεων, να διακριθούν οι «παίκτες», οι ρόλοι και οι στόχοι τους, με σκοπό αφενός να εντοπιστούν τα πιθανά σημεία επέμβασης, αφετέρου να προσδιοριστεί μια πολυκριτηριακή διαδικασία (Munda, 2008) που θα εκλογικεύει και θα κάνει εφικτή μια επέμβαση π.χ. για την προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς. Συγκεκριμένα, στο Σχήμα 9.1 αναλύεται το πλαίσιο μέσα στο οποίο λαμβάνονται οι αποφάσεις για την υλοποίηση έργων ΑΠΕ. Ταυτόχρονα, δίνονται και οι κύριες διαδικασίες ανάπτυξης του πλαισίου αυτού με βάση τη χρονική σειρά και τις σχέσεις προαπαιτούμενου-αποτελέσματος (μπλε βέλη), καθώς και οι «παίκτες» του ανώτερου επιπέδου (πορτοκαλί κόμβοι και βέλη). Ειδικά στην περίπτωση της Ελλάδας, η διαδικασία λήψης αποφάσεων για έργα ΑΠΕ ξεκινά κατά κανόνα από το ευρωπαϊκό επίπεδο (Ευρωπαϊκή Ένωση), καθώς από εκεί προέρχονται οι πρωτοβουλίες σε στρατηγικό επίπεδο (τι, πώς, γιατί), ενώ στο Ελληνικό Κράτος απομένουν, κυρίως, οι επιλογές στο στάδιο της υλοποίησης (πού, πόσο, τι ακριβώς, ποιος).⁵⁷ Παρατηρούνται, επίσης, δύο κύρια παράλληλα «ρεύματα»: α) το «ρεύμα» των θεσμών και της κοινοτικής-κρατικής-δημόσιας πρωτοβουλίας (δεξιά στο σχήμα) και β) το «ρεύμα» της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και ανάπτυξης των σχετικών αγορών (αριστερά στο σχήμα).

⁵⁷ Αξίζει να σημειωθεί, αναφορικά με την ανάπτυξη του ενδιαφέροντος της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τα έργα ΑΠΕ, ότι οι πιο προηγμένες τεχνολογικά και οικονομικά ευρωπαϊκές χώρες είχαν αρχικά την πλήρη πρωτοβουλία ανάπτυξης του τομέα των ΑΠΕ και από αυτές μεταβιβάστηκε η πρωτοβουλία (ή μεγάλο μέρος της) στην Ευρωπαϊκή Ένωση, εν μέρει με σκοπό την ανάπτυξη ενιαίου πλαισίου και αγοράς ΑΠΕ, που θα διευκολύνει και την επιχειρηματικότητα στις χώρες αυτές.



Σχήμα 9.1 Το πλαίσιο λήψης αποφάσεων για την ανάπτυξη ΑΠΕ (Πηγή: Γεώργιος Αραμπατζής).

Λαμβάνοντας υπόψη το πλαίσιο αυτό και περνώντας στο πρακτικό επίπεδο λήψης αποφάσεων, μπορούμε να αναγνωρίσουμε την ιδεατή διαδικασία λήψης αποφάσεων για την υλοποίηση έργων ΑΠΕ που παρουσιάζεται στο Σχήμα 9.2. Στο σχήμα αυτό έχουν επισημανθεί (μπλε περίγραμμα και αρίθμηση) τα σημεία

της διαδικασίας στα οποία μπορούν να γίνονται έλεγχοι και να τίθενται και να αντιμετωπίζονται θέματα σχετικά με την προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς. Διακρίνουμε πέντε τέτοια σημεία, που αντιστοιχούν σε διαφορετικές χρονικές στιγμές και περιλαμβάνουν διαφορετικούς «παίκτες» στη λήψη αποφάσεων:

1) Στο στάδιο προσδιορισμού της κατεύθυνσης και των τεχνικών απαιτήσεων των έργων ή προγραμμάτων (τι χρειάζεται, από ποια τεχνολογική λύση θα αντληθεί και πώς), περιλαμβάνεται το βήμα που καθορίζει την καταλληλότητα μιας τεχνολογικής λύσης, θέτοντας ζητήματα απαιτήσεων, περιορισμών, γενικευμένου κόστους και γενικευμένου οφέλους.

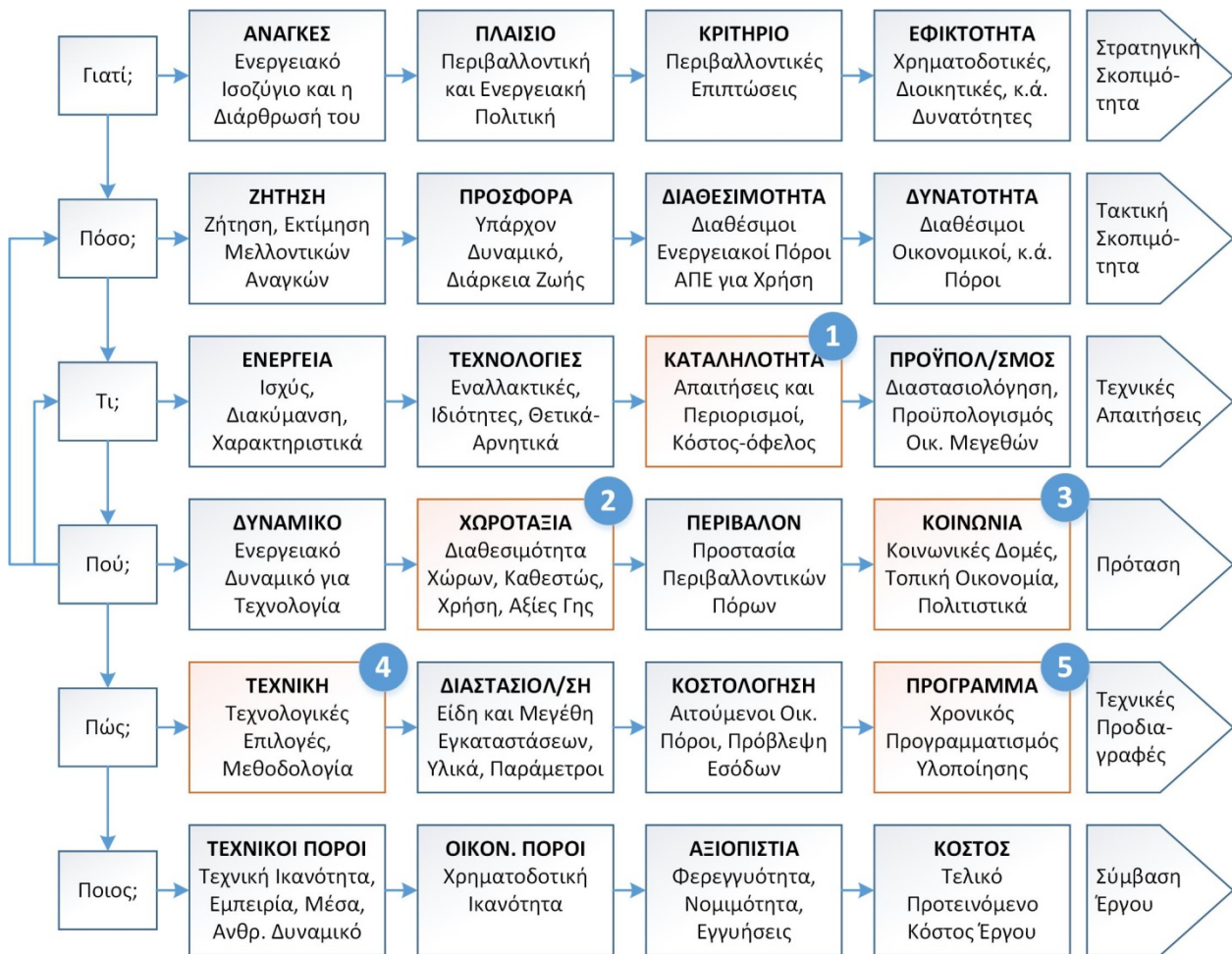
2) Στο στάδιο διαμόρφωσης και έγκρισης της Πρότασης (πού θα γίνει, ποιο συγκεκριμένο έργο, για ποιο αποτέλεσμα), περιλαμβάνεται το βήμα του χωροταξικού σχεδιασμού των ΑΠΕ, όπου τίθενται ζητήματα διαθεσιμότητας κατάλληλων χώρων σε συνάρτηση με τις τοπικές χρήσεις γης, το ιδιοκτησιακό καθεστώς, τις αξίες γης και το περιβάλλον.

3) Στο ίδιο στάδιο διαμόρφωσης της Πρότασης περιλαμβάνεται το βήμα που αφορά την εξέταση των αναγκών και των περιορισμών που μπορεί να θέτουν οι τοπικές κοινωνίες και οι δομές τους, καθώς και στην αποδοχή των προτάσεων από αυτές.

4) Στο στάδιο της σύνταξης και έγκρισης τεχνικών προδιαγραφών των έργων, περιλαμβάνεται το βήμα που προσδιορίζει το τεχνικό περιεχόμενο της προτεινόμενης λύσης, δηλαδή τις τεχνικές επιλογές που γίνονται, τους περιορισμούς και τις προφυλάξεις που τίθενται και τη μεθοδολογία που ακολουθείται.

5) Στο ίδιο στάδιο σύνταξης και έγκρισης τεχνικών προδιαγραφών, περιλαμβάνεται το τελευταίο βήμα της οργάνωσης και του προγραμματισμού των εργασιών και του καθορισμού της διοίκησης του έργου και των διαδικασιών που θα ακολουθούνται. Η επιλογή του αναδόχου του έργου γίνεται σε επόμενο στάδιο, με βάση την ικανότητα και την αξιοπιστία του στην εφαρμογή της τεχνολογίας (σημείο 4), αλλά και του εν λόγω προγράμματος και των διαδικασιών.

Επισημαίνεται ότι στο Σχήμα 9.2 υπάρχει ανατροφοδότηση από τα σημεία 2 και 3 στο 1, δηλαδή οι τεχνικές απαιτήσεις και η λύση μπορεί να αναπροσαρμοστούν με βάση τις τοπικές συνθήκες και ανάγκες, εφόσον η συνολική σκοπιμότητα των έργων δεν ανατρέπεται.



Σχήμα 9.2 Η ιδεατή διαδικασία λήψης αποφάσεων για την υλοποίηση έργων ΑΠΕ (Πηγή: Γεώργιος Αραμπατζής).

9.4 Η πράξη: η ρεαλιστική εικόνα

9.4.1 Νομικό πλαίσιο

Το πλαίσιο που διέπει τα αναπτυξιακά-ενεργειακά έργα είναι πολύπλοκο και συνήθως λειτουργεί αποτρεπτικά για τον επενδυτή. Το ζήτημα του χωροταξικού σχεδιασμού δεν καλύπτεται επαρκώς, καθώς ο σχεδιασμός αυτός θα έπρεπε να προηγείται –και όχι να έπεται– του έργου. Η παράλειψη αυτή ενδεχομένως συνδέεται με την έλλειψη αποδοχής των έργων αυτών από τις τοπικές κοινωνίες (Μαραϊδώνης, 2008). Επίσης, όσον αφορά τη συμμετοχή των τοπικών κοινωνιών στη διαδικασία αξιολόγησης, αυτή περιορίζεται μόνο στο στάδιο των αδειών παραγωγής και εγκατάστασης ΑΠΕ, το οποίο έπεται των σταδίων που παρουσιάζονται στο Σχήμα 9.2.

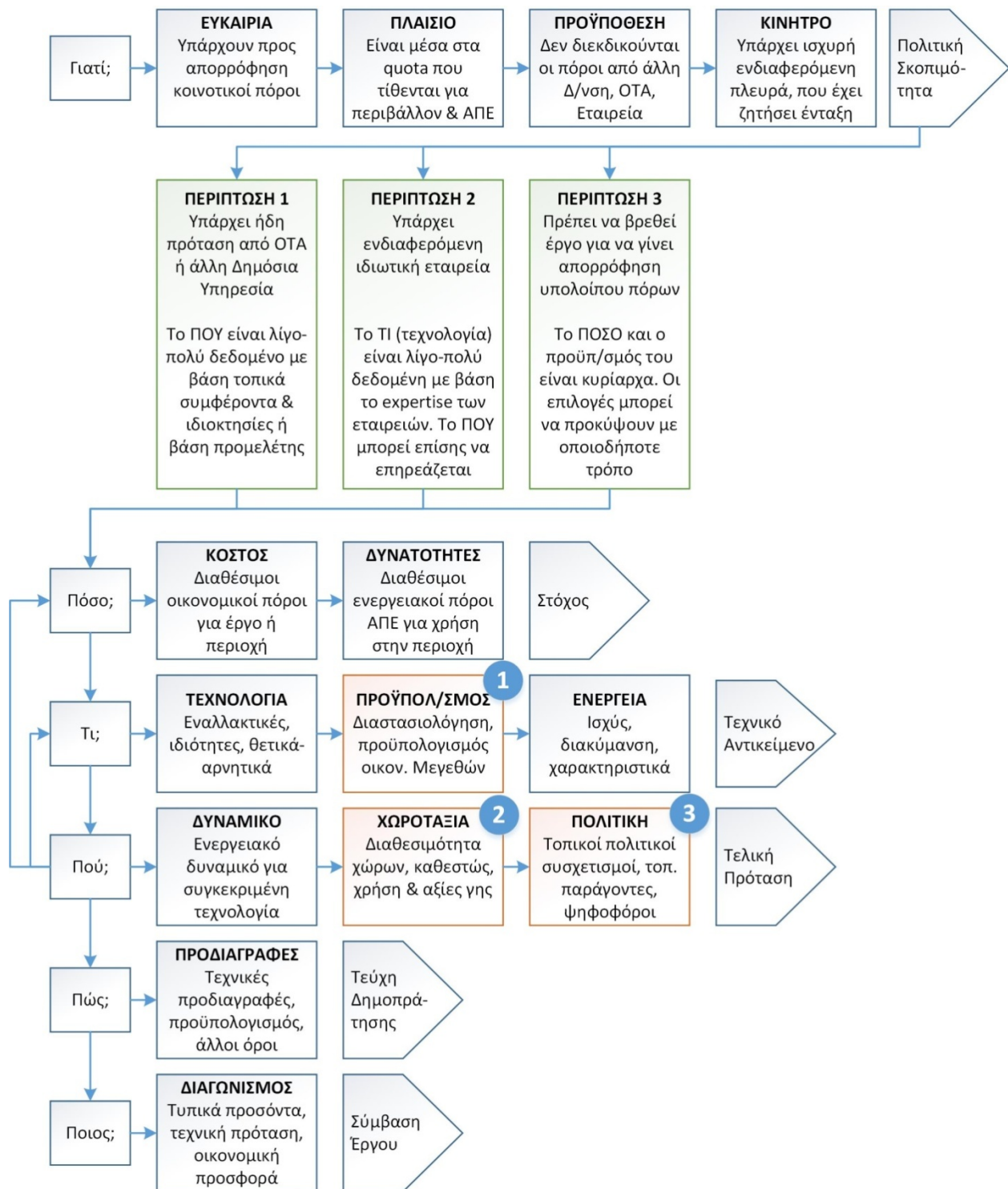
9.4.2 Πλαίσιο και διαδικασία λήψης αποφάσεων από πλευράς ιδιώτη επενδυτή

Στην πράξη, στην Ελλάδα το ρεύμα β του Σχήματος 9.1 (το ρεύμα που αναφέρεται στην ιδιωτική πρωτοβουλία) είναι σχετικά ατροφικό. Όλα σχεδόν τα έργα ΑΠΕ γίνονται αποκλειστικά με πρωτοβουλία, επιλογή και χρηματοδότηση –ή έστω συγχρηματοδότηση– του Δημοσίου και σε μεγάλο βαθμό με συγχρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Πρωτοβουλίες για καθαρά ιδιωτικής φύσης επενδύσεις και έργα (σε άλλους τομείς, όπως π.χ. στις τηλεπικοινωνίες) παραμένουν από ελάχιστες ως ανύπαρκτες.⁵⁸ Επίσης, στην πράξη, η τελική

⁵⁸ Το πλήρες άνοιγμα της αγοράς της ενέργειας στην Ελλάδα είναι πιθανόν να φέρει μελλοντικά αλλαγές και στο ζήτημα αυτό.

επιλογή και υλοποίηση έργων ΑΠΕ γίνονται με μέριμνα, διοικητική υποστήριξη και χρηματοδότηση των Περιφερειών, οι οποίες διαχειρίζονται οικονομικούς πόρους από προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Το Σχήμα 9.3 δείχνει τον συνήθη πρακτικό και σύντομο δρόμο που ακολουθείται (πώς συντομεύεται ή και παρακάμπτεται η ιδεατή διαδικασία του Σχήματος 9.2) και πώς αυτός ο σύντομος δρόμος επηρεάζει τον τρόπο επέμβασης σε θέματα προστασίας της πολιτισμικής κληρονομιάς. Οι συντομεύσεις αυτές συνήθως έχουν ως αιτία την αλληλουχία παραγόντων που εμφανίζονται στο πρώτο επίπεδο ως απάντηση στο «γιατί». Με άλλα λόγια, συχνά ένα έργο ΑΠΕ προκύπτει είτε γιατί ένας Οργανισμός Τοπικής Αυτοδιοίκησης ή άλλη Δημόσια Υπηρεσία θέλει να διεκδικήσει κονδύλια (για να παρουσιάσει «έργο» ή για να εξυπηρετήσει τοπικά συμφέροντα –περίπτωση 1), είτε γιατί μια τεχνική εταιρεία ασκεί επιρροή για την ανάληψη έργου (περίπτωση 2) είτε γιατί περισσεύουν κοινοτικά κονδύλια, τα οποία πρέπει να «απορροφηθούν» (περίπτωση 3). Συχνά μια Διαχειριστική Αρχή ζητά από όλους τους υπαγόμενους σ' αυτή φορείς να προτείνουν έργα προκειμένου να καλυφθεί το χρηματοδοτικό πρόγραμμα, και αυτοί θεωρούν ότι πρέπει εκ των ενόντων να προτείνουν κάτι για να επωφεληθούν από την αναμενόμενη χρηματική ροή. Λόγω τέτοιων επεμβάσεων στη διαδικασία, οι οποίες, εκτός των άλλων, οδηγούν και σε μη έγκαιρο ή ανύπαρκτο προγραμματισμό, προκύπτουν οι συντομεύσεις του Σχήματος 9.3. Παρατηρούμε, επομένως, ότι απομένουν τρία σημεία στα οποία θα μπορούσε (δυναμικά) να γίνει έλεγχος για θέματα προστασίας της πολιτισμικής κληρονομιάς. Λόγω όμως των παραπάνω αιτιών, ο έλεγχος αυτός δεν είναι αυστηρά θεσμοθετημένος, ενώ και η πραγματική θέση των σημείων αυτών καθώς και οι «παίκτες» που υπεισέρχονται δεν παραμένουν πάντα ίδια ή σαφή, ούτε διευκολύνονται οι κατάλληλες συμμετοχικές διαδικασίες των «μετόχων» στα θέματα αυτά.



Σχήμα 9.3 Η συνήθης πρόχειρη (πρακτική) διαδικασία λήψης αποφάσεων για την υλοποίηση έργων ΑΠΕ (Πηγή: Γεώργιος Αραμπατζής).

9.5 Προτάσεις: μια νέα προσέγγιση

Μια νέα προσέγγιση απαιτείται για τη σύνδεση του σχεδιασμού των αναπτυξιακών-ενεργειακών έργων με την προστασία του πολιτισμικού περιβάλλοντος και τη βιώσιμη ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών. Η νέα αυτή προσέγγιση βασίζεται στην παραδοχή ότι η τοπική κοινωνία αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του πολιτισμικού περιβάλλοντος.

9.5.1 Βασικές αρχές

Βασικές αρχές της νέας αυτής προσέγγισης είναι οι εξής (Poulios, 2012):

1. Η σημασία –και η αυθεντικότητα– του πολιτισμικού περιβάλλοντος συνδέεται άμεσα με την τοπική κοινωνία. Ειδικότερα, το πολιτισμικό περιβάλλον, μέσω της σχέσης του με την τοπική κοινωνία, περιλαμβάνει τα εξής στοιχεία: α) τη λειτουργία του πολιτισμικού περιβάλλοντος, π.χ. θρησκευτικός χώρος, παραδοσιακός οικισμός, β) τα υλικά και τα άυλα στοιχεία, γ) οι αξίες που συνδέονται με τα υλικά και τα άυλα στοιχεία και δ) τον τρόπο με τον οποίο η τοπική κοινωνία φροντίζει το πολιτισμικό περιβάλλον, δηλαδή το (παραδοσιακό) καθεστώς ιδιοκτησίας, το σύστημα διοίκησης και τις πρακτικές διατήρησης του πολιτισμικού περιβάλλοντος, όπως π.χ. ο Ηγούμενος και το Ηγουμενοσυμβούλιο μιας Μονής, πάντα σε σύνδεση με το σύγχρονο νομικό πλαίσιο προστασίας. Επομένως, η τοπική κοινωνία, λόγω της άρρηκτης σύνδεσής της με το πολιτισμικό περιβάλλον, πρέπει να προσεγγίζεται και να συμμετέχει από την αρχή του σχεδιασμού ενός αναπτυξιακού-ενεργειακού έργου.
2. Κάθε πολιτισμικό περιβάλλον, λόγω της σύνδεσής του με τη συγκεκριμένη τοπική κοινωνία, είναι μοναδικό, καθώς κάθε τοπική κοινωνία έχει διαφορετική σχέση με το πολιτισμικό περιβάλλον της. Η μοναδικότητα του πολιτισμικού περιβάλλοντος έχει να κάνει με τον διαφορετικό τρόπο με τον οποίο η σχέση του με την τοπική κοινωνία (δηλαδή η λειτουργία, τα υλικά και τα άυλα στοιχεία, οι αξίες και η φροντίδα) έχει εξελιχθεί στο πέρασμα του χρόνου. Διαφορετικές σχέσεις –σχέσεις διαφορετικής ισχύος– τοπικών κοινωνιών με πολιτισμικά περιβάλλοντα, από τη λιγότερο στην περισσότερο ισχυρή σχέση (Poulios, 2011): α) κοινωνία η οποία απλώς κατοικεί κοντά σε πολιτισμικό περιβάλλον, χωρίς ιδιαίτερη σχέση με το περιβάλλον αυτό –π.χ. η σχέση της τοπικής κοινωνίας των Κυκλάδων με τη Γυάρο (είναι ακατοίκητο νησί), β) κοινωνία η οποία μένει μέσα στο πολιτισμικό περιβάλλον αλλά πιθανόν να μην έχει αναπτύξει ιδιαίτερα ισχυρή σχέση με αυτό –π.χ. η τοπική κοινωνία της Νάξου (όπως τουλάχιστον φάνηκε μέσα από την όχι ισχυρή αντίδρασή της στη μεταφορά των ανεμογεννητριών), γ) μια κοινωνία που αλλάζει/εξελισσεται μέσα στον χρόνο (μη αρχική κοινωνία), δ) κοινωνία που θεωρεί ότι έχει αναπτύξει μια ιδιαίτερη σχέση με το πολιτισμικό περιβάλλον –π.χ. η σχέση των μελών των Αντιστασιακών Οργανώσεων με τη Γυάρο, ε) κοινωνία που διατηρεί την αρχική σύνδεσή της με το χώρο (συνέχεια) η οποία όμως έχει επηρεαστεί στο πέρασμα του χρόνου –π.χ. η Μονή Αγίου Γεωργίου είναι ανενεργός και λειτουργείται από την τοπική κοινωνία σε συγκεκριμένες περιστάσεις τον χρόνο, στ) κοινωνία που διατηρεί την αρχική σύνδεσή της με τον χώρο (συνέχεια) μέχρι και σήμερα –π.χ. η Μονή Οσίου Μελετίου είναι ενεργός, χάρη στη μόνιμη παρουσία μοναστικής κοινότητας. Επομένως, κάθε τοπική κοινωνία, λόγω της διαφορετικής σχέσης της με το πολιτισμικό περιβάλλον της και του διαφορετικού τρόπου με τον οποίο η σχέση αυτή έχει εξελιχθεί στο πέρασμα του χρόνου, πρέπει να προσεγγιστεί με διαφορετικό τρόπο κατά τον σχεδιασμό ενός αναπτυξιακού-ενεργειακού έργου.
3. Κάθε πολιτισμικό περιβάλλον, μέσω της σύνδεσής του με την τοπική κοινωνία, εξελίσσεται και στο μέλλον. Στη βάση αυτή, το αναπτυξιακό-ενεργειακό έργο αποτελεί μια νέα φάση του πολιτισμικού περιβάλλοντος, καθώς προσδίδει νέα όρια και νέο περιεχόμενο σ' αυτό (αλλαγές σε λειτουργία, υλικά και άυλα στοιχεία, αξίες, φροντίδα και, κατ' επέκταση, αλλαγές στην αυθεντικότητά του). Επομένως, το αναπτυξιακό-ενεργειακό έργο δεν αποτελεί την τελευταία φάση εξέλιξης του πολιτισμικού περιβάλλοντος, καθώς αυτό και η τοπική κοινωνία πρέπει να προστατεύονται και μετά την κατασκευή και λειτουργία του έργου.

9.5.2 Πλαίσιο και διαδικασία λήψης αποφάσεων από πλευράς ιδιώτη επενδυτή

Για την αποτελεσματική εξέταση ζητημάτων προστασίας της πολιτισμικής κληρονομιάς προτείνεται η επιμονή στον αυστηρό καθορισμό και στην εφαρμογή των πέντε σημείων ελέγχου του Σχήματος 9.2 που αναφέρθηκαν στην παράγραφο 3.2, ανεξαρτήτως της υπόλοιπης διαδικασίας και του χρονοδιαγράμματός της. Σ' αυτά τα σημεία ελέγχου πρέπει να επιδιώκονται τα εξής:

1. Στο σημείο 1 (προσδιορισμός της κατεύθυνσης και των τεχνικών απαιτήσεων) πρέπει να επιλέγονται τεχνολογικές λύσεις και παράμετροι που να ελαχιστοποιούν κατά το δυνατόν τους κινδύνους, ιδιαίτερα όταν συντομεύσεις της διαδικασίας έχουν ήδη προσδιορίσει σε κάποιον βαθμό το «πού».
2. Στο σημείο 2 (χωροταξική διαμόρφωση της υπό έγκριση Πρότασης) πρέπει να γίνεται, από ανεξάρτητη ομάδα ειδικών, λεπτομερής καταγραφή της τοπικής πολιτισμικής κληρονομιάς και να επιλέγονται οι χώροι που θα ελαχιστοποιούν κατά το δυνατόν τους κινδύνους. Κατά συνέπεια, απαιτείται η συμμετοχή στη διαδικασία ειδικών ανεξάρτητων παραγόντων, με εμπειρία σε θέματα πολιτισμικής κληρονομιάς, οι οποίοι να μην προέρχονται από το οικονομικό τεχνικό και πολιτικό κύκλο συμφερόντων. Επίσης, μπορεί κατά περίπτωση να απαιτούνται συμμετοχικές διαδικασίες για την ενημέρωση και υποβολή ενστάσεων από την κοινωνία.
3. Στο σημείο 3 (ανάγκες και περιορισμοί των τοπικών κοινωνιών και των σχετικών δομών) πρέπει να γίνεται, από την ανεξάρτητη ομάδα ειδικών, λεπτομερής ανάλυση όλων των συνιστωσών της τοπικής πολιτισμικής κληρονομιάς και εφαρμογή διαδικασιών δημόσιας διαβούλευσης επί των αποτελεσμάτων της και επί του προτεινόμενου έργου.
4. Στο σημείο 4 (τεχνικό περιεχόμενο προτεινόμενης λύσης) πρέπει να λαμβάνονται όλες οι δυνατές προφυλάξεις και προβλέψεις για την προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς και την ελαχιστοποίηση τυχόν δυσμενών συνεπειών του έργου, επιλέγοντας τις πιο ήπιες τεχνολογικές λύσεις και παραμέτρους και καταλήγοντας, εφόσον είναι απαραίτητο, στην υιοθέτηση περιορισμών μεγέθους ή/και λειτουργίας. Απαιτείται, επομένως, η έγκριση των προδιαγραφών από κατάλληλη επιτροπή ειδικών ή/και η εφαρμογή ειδικών κανονισμών.
5. Στο σημείο 5 (οργάνωση και προγραμματισμός εργασιών και διοίκησης έργου, και διαδικασίες υλοποίησης) πρέπει να προβλέπεται αφενός η ελαχιστοποίηση των τυχόν δυσμενών επιπτώσεων της ίδιας της κατασκευής του έργου, και αφετέρου ο έλεγχος της εφαρμογής όλων των προηγούμενων, καθώς και τυχόν απρόβλεπτων αποτελεσμάτων.

9.6 Επίλογος

Σε θεωρητικό επίπεδο:

- Η θεωρητική βάση της συζήτησης συνδέεται με την εξής παραδοχή: Το γεγονός ότι ένα αναπτυξιακό-ενεργειακό έργο θεωρείται –ή προβάλλεται ως– απαραίτητο για το όφελος της χώρας ή και τη σωτηρία του φυσικού περιβάλλοντος και του κλίματος σε εθνικό ή και διεθνές επίπεδο δεν σημαίνει ότι του «επιτρέπεται» –ή ακόμα περισσότερο ότι δικαιούται– να καταστρέφει πολιτισμικά περιβάλλοντα και τοπικές κοινωνίες σε τοπικό επίπεδο.
- Η κατασκευή ενός αναπτυξιακού-ενεργειακού έργου σε τοπικό επίπεδο είναι μόνο μία από τις δυνητικές επιλογές χρήσης του πολιτισμικού περιβάλλοντος η οποία –όπως και κάθε επιλογή– περιορίζει ή και αποκλείει άλλες επιλογές όπως π.χ. αυτές που συνδέονται με τη διαφύλαξη και προβολή του πολιτισμικού περιβάλλοντος (π.χ. δημιουργία ενός περιβαλλοντικού ή πολιτιστικού πάρκου). Επομένως, η επιλογή μιας χρήσης αντί άλλων συνιστά στρατηγική επιλογή προς συγκεκριμένη κατεύθυνση της βιώσιμης ανάπτυξης.
- Το πολιτισμικό περιβάλλον πρέπει να προσεγγίζεται σε σύνδεση με την τοπική κοινωνία.
- Το αναπτυξιακό-ενεργειακό έργο πρέπει να αντιμετωπίζεται όχι απλώς ως τελικό αποτέλεσμα (το ίδιο το έργο) αλλά ως μια συνολική διαδικασία σχεδιασμού, κατασκευής και λειτουργίας, συμπεριλαμβανόμενης των σταδίων πριν και μετά την κατασκευή.
- Το αναπτυξιακό-ενεργειακό έργο πρέπει να προσεγγίζεται όχι απλώς ως (τεχνικό) έργο, αλλά ως μέρος του πολιτισμικού περιβάλλοντος: ως ένα ακόμη στάδιο –και όχι το τελικό– στην εξέλιξη του πολιτισμικού περιβάλλοντος στο παρόν και στο μέλλον. Επομένως, ζητούμενο δεν είναι –απλώς– η προστασία του πολιτισμικού περιβάλλοντος, αλλά η διαχείριση της εξέλιξης αυτής στο παρόν και στο μέλλον.

Σε πρακτικό επίπεδο:

- Η προστασία του πολιτισμικού περιβάλλοντος πρέπει να αποτελεί βασικό πυλώνα βιώσιμης ανάπτυξης μιας περιοχής και η προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς να συνιστά μια κρίσιμη συνιστώσα μιας πολυκριτηριακής διαδικασίας λήψης αποφάσεων για την υλοποίηση ενεργειακών αναπτυξιακών έργων.
- Το πλαίσιο μέσα στο οποίο λαμβάνονται οι αποφάσεις αλλά και η ίδια η διαδικασία λήψης αποφάσεων εμφανίζουν ιδιαιτερότητες λόγω της ύπαρξης πολλών παραγόντων (πολιτικών, διοικητικών, οικονομικών, χωροταξικών, περιβαλλοντικών, κοινωνικών και πολιτιστικών) αλλά και της εμπλοκής πολλών «παικτών» αλλά και απλών «μετόχων» που έχουν ή θα έπρεπε να έχουν εμπλοκή στη διαδικασία.
- Για την αποτελεσματική εξέταση ζητημάτων προστασίας της πολιτισμικής κληρονομιάς προτείνεται η επιμονή στον αυστηρό καθορισμό και στην εφαρμογή συγκεκριμένων σημείων ελέγχου, ανεξαρτήτως της υπόλοιπης διαδικασίας και του χρονοδιαγράμματός της.

Η βέλτιστη ρύθμιση της σχέσης ΑΠΕ και πολιτισμικής κληρονομιάς μπορεί να βασιστεί σε διαδικασίες συμμετοχικής διακυβέρνησης. Στη διαδικασία αυτή απαιτείται η συμμετοχή ειδικών παραγόντων με εμπειρία σε θέματα πολιτισμικής κληρονομιάς. Απαιτείται επίσης η εφαρμογή διαδικασιών δημόσιας διαβούλευσης και συμμετοχικές διαδικασίες για την ενημέρωση και υποβολή ενστάσεων από την κοινωνία.

Ασκήσεις / Ερωτήσεις Κατανόησης

Με βάση το κεφάλαιο αυτό, και αφού διαβάσετε το κεφάλαιο για την υλική πολιτισμική κληρονομιά, να επιλέξετε ένα από τα παραδείγματα αναπτυξιακών-ενεργειακών έργα κοντά σε πολιτιστικούς χώρους τα οποία αναφέρονται στο κεφάλαιο. Να εντοπίσετε τα σημεία της διαδικασίας σχεδιασμού-υλοποίησης του έργου στα οποία θεωρείτε ότι έγιναν σφάλματα και να αναλύσετε τα σφάλματα αυτά, με έμφαση στις εξής ομάδες: α) ιδιώτες επενδυτές, κράτος / Υπουργείο Πολιτισμού (αρχαιολόγοι) και λοιπά Υπουργεία και γ) τοπική κοινωνία. Τέλος, με βάση τα σφάλματα αυτά, να προτείνετε μια εναλλακτική συνολική διαδικασία του έργου, η οποία θα εξασφάλιζε την επιτυχία του έργου, τη διαφύλαξη του πολιτιστικού χώρου και τη βιώσιμη ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας.

Σημείωση: να λάβετε υπόψη σας τα υλικά καθώς και τα άυλα στοιχεία του πολιτιστικού χώρου.

Επιλεγμένη Βιβλιογραφία

- Ασημακόπουλος, Δ., Αραμπατζής, Γ., Αγγελής-Δημάκης, Α., Καρταλίδης, Α., & Τσιλιγκιρίδης, Γ. (2015). *Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας – Δυναμικό και Τεχνολογίες*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις «σοφία».
- Boyle, G. (Επιμ.). (2012). *Renewable Energy – Power for a Sustainable Future* (3^η έκδ.). Oxford: Oxford University Press and Open University.
- Munda, G. (2008). *Social Multi-Criteria Evaluation for a Sustainable Economy*. Berlin Heidelberg: Springer.
- Poulios, I. (2012). Renewable energy plants development, historic environments and local communities: Lessons from the Greek experience. *The Historic Environment: Policy and Practice*, Vol 3, Issue 2, 127-142.
- Poulios, I., & Scalia, M. (2014). Renewable energy plants and the historic environment in Greece: Policy and practice. *Journal of Architectural Conservation*, Vol 20, Issue 3, 197-208.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

- Αιολικό Πάρκο Κορώνου. (2009, 19 Νοεμβρίου). *Γιατί η Αρχή είναι το ήμισυ του παντός*. Ανακτήθηκε 5 Νοεμβρίου, 2015, από http://aiolikoparkokoronou.blogspot.com/2009/11/blog-post_19.html
- Ασημακόπουλος, Δ., Αραμπατζής, Γ., Αγγελής-Δημάκης, Α., Καρταλίδης, Α., & Τσιλιγκιρίδης, Γ. (2015). *Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας – Δυναμικό και Τεχνολογίες*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις «σοφία».
- Boyle, G. (Επιμ.). (2012). *Renewable Energy – Power for a Sustainable Future* (3^η έκδ.). Oxford: Oxford University Press and Open University.
- Council of Europe (1985). *Convention for the Protection of the Architectural Heritage of Europe*, Granada, October 3, 1985. Ανακτήθηκε 3 Νοεμβρίου, 2015, από <http://conventions.coe.int/Treaty/en/Treaties/Html/121.htm>
- Council of Europe. (1992). *European Convention on the Protection of the Archaeological Heritage*, Valletta, January 16, 1992 (αναθεωρημένη έκδοση). Ανακτήθηκε 5 Νοεμβρίου, 2015, από <http://conventions.coe.int/Treaty/en/Treaties/Html/143.htm>
- Council of Europe. (2000). *European Landscape Convention*, Florence, December 20, 2000. Ανακτήθηκε 7 Νοεμβρίου, 2015, από <http://conventions.coe.int/Treaty/en/Treaties/Html/176.htm>
- Γούσιος Δ., Μαρδάκης, Π., & Φαρασλής, Ι. (2012). *Εργαλεία Υποστήριξης για την Επιλογή Τοπικών Στρατηγικών Χωρικής Ρύθμισης της Σχέσης Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας και Τοπίου*. Εργαστήριο Αγροτικού Χώρου, ΤΜΧΠΠΑ, Πολυτεχνική Σχολή, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.
- Θερμού, Μ. (2011, 13 Μαΐου). Νέα Όρια του Ιστορικού Τόπου της Γυάρου. *Το Βήμα*. Ανακτήθηκε 8 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.tovima.gr/culture/article/?aid=400634>
- Κόνσολα, Δ. (2004). Αναπτυξιακά έργα και πολιτιστική κληρονομιά: Η περίπτωση των έργων εκτροπής του Αχελώου. Στο Ν. Χολέβας, Ε. Μαρμαράς & Μ. Καραβασίλη (Επιμ.), *Στο Βέλος του Χρόνου – Τιμητικός Τόμος για τον Ακαδημαϊκό-Καθηγητή Γεώργιο Π. Λάββα* (365-373). Θεσσαλονίκη: University Studio Press.
- Κοντράρου-Ρασσιά, Ν. (2011, 28 Μαΐου). Αρχαία και Πράσινη Ενέργεια. *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*.
- Μάνη, Μ. (2011, 28 Μαΐου). Γυάρος - Από τόπος εξορίας, «φιλέτο». *Κεφάλαιο*. Ανακτήθηκε 4 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.capital.gr/news.asp?id=1205426>

- Μαραϊδώνης, Θ. (2008). *Κοινωνική Αποδοχή και Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας* (Αδημοσίευτη Διπλωματική Εργασία). Εθνική Σχολή Τοπικής Αυτοδιοίκησης, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης.
- Munda, G. (2008). *Social Multi-Criteria Evaluation for a Sustainable Economy*. Berlin Heidelberg: Springer.
- Μύριλλα, Δ. (2010, 17 Οκτωβρίου). Κόκκινη Γυάρος, πράσινη ανάπτυξη. *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*. Ανακτήθηκε 4 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.enet.gr/?i=issue.el.home&date=17/10/2010&id=213887>
- Παπακωνσταντίνου, Α. (1999, Μάρτιος). Η Σύμβαση της Γρανάδας για την Προστασία της Αρχιτεκτονικής Κληρονομιάς και το Σύνταγμα. Με αφορμή τις Αποφάσεις ΣτΕ 2300/1997 (Ολ) και 3113/1998. *Νόμος και Φύση*. Ανακτήθηκε 6 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.nomosphysis.org.gr/articles.php?artid=27&lang=1&catid=1>
- Poulios, I. (2011). Renewable energy investments, historic environments and local communities: Lessons from the Greek experience. Στο V. Hartman, M. Kirac & M. Scalet (Επιμ.), *Energy Efficiency and Energy Management in Cultural Heritage. Case Studies Guidebook*. UNDP Croatia – UNESCO Venice Office. Ανακτήθηκε 8 Νοεμβρίου, 2015, από http://www.an-patrimoine-echanges.org/IMG/pdf/session_s4-ioannis_poulios_-_universite_de_grece_-_athenes_grece.pdf και <http://www.hr.undp.org/content/dam/croatia/docs/Research%20and%20publications/environment/UNDP-hr-EE-MANAGEMENT-2014.pdf>
- Poulios, I. (2012). Renewable energy plants development, historic environments and local communities: Lessons from the Greek experience. *The Historic Environment: Policy and Practice, Vol 3, Issue 2*, 127-142.
- Poulios, I, & Scalia, M. (2014). Renewable energy plants and the historic environment in Greece: Policy and practice. *Journal of Architectural Conservation, Vol 20, Issue 3*, 197-208.
- Randolph, J., & Masters, G. M. (2008). *Energy for Sustainability. Technology, Planning, Policy*. Washington DC: Island Press.
- Τεχνικό Επιμελητήριο της Ελλάδας. (2005). Έργα μερικής εκτροπής Αχελώου ποταμού προς Θεσσαλία. Στο Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδας, *Αχελώος: Η Βέλτιστη Διαχείριση, Αθήνα, 1-2 Δεκεμβρίου 2005*. Αθήνα: Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδας. Ανακτήθηκε 3 Νοεμβρίου, 2015, από http://library.tee.gr/digital/m2099/m2099_me_energias.pdf
- United Nations World Summit. (2005). *2005 World Summit Outcome*. New York: United Nations.
- Vanek, F. M., & Albright, L. D. (2008). *Energy Systems Engineering – Evaluation & Implementation*. New York: McGraw-Hill.
- Φλουδόπουλος, Χ., (2011). Μεγαλόπνοα projects «παγωμένα» από το 2005. *Αναδημοσίευση από την εφημερίδα Κεφάλαιο, 21 Μαΐου 2011*. Ανακτήθηκε 4 Νοεμβρίου, 2015, από <http://www.capital.gr/news.asp?id=1205426>.
- Χριστοφιλόπουλος, Δ. (2002). *Πολιτιστικό Περιβάλλον – Χωρικός Σχεδιασμός και Βιώσιμη Ανάπτυξη*. Αθήνα: Σάκκουλας.

Συμπεράσματα - Προβληματισμοί για το Παρόν και το Μέλλον: Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπικές Κοινωνίες και Βιώσιμη Ανάπτυξη στην Ελλάδα την Εποχή της Κρίσης

Μαρία Παπαδάκη*

Η παγκόσμια οικονομική κρίση, η οποία επήλθε ως απόρροια μιας σειράς γεγονότων όπως η χρεωκοπία του χρηματοπιστωτικού συστήματος στην Αμερική το 2008, η δραματική υποχώρηση της κτηματομεσιτικής αγοράς, αλλά και η συνεχιζόμενη εμπόλεμη κατάσταση στη Μέση Ανατολή, έχει επηρεάσει με τρόπο καταλυτικό την ελληνική πραγματικότητα και την έχει οδηγήσει σε ένα κομβικό σημείο, το οποίο θα μπορούσε να χαρακτηριστεί πλέον και ως αλλαγή εποχής.

Η κλιμακούμενη οικονομική κρίση, με οδυνηρές συνέπειες για την ελληνική επιχειρηματική δράση, σε συνδυασμό με την παρούσα μεταναστευτική κρίση, οδηγεί σε ένα αδιέξοδο, το οποίο μπορεί να αρθεί μόνο μέσα από το πρόσταγμα της βιώσιμης ανάπτυξης σε τοπικό κυρίως επίπεδο, με την υιοθέτηση μιας σειράς καλών πρακτικών.

Αυτού του είδους οι πρακτικές αποτέλεσαν το κύριο αντικείμενο μελέτης του παρόντος βιβλίου, με εστίαση σε θεωρητικές προσεγγίσεις και πρακτικές μεθόδους πολιτισμικής διαχείρισης, οι οποίες μπορούν να συμβάλουν προς την κατεύθυνση της βιώσιμης ανάπτυξης. Στο πλαίσιο αυτό, το βιβλίο δεν κατέγραψε απλώς την τρέχουσα ελληνική πραγματικότητα της πολιτισμικής διαχείρισης, αλλά παρουσίασε καινοτόμες προσεγγίσεις και πρακτικές από το διεθνές επίπεδο, πολλές από τις οποίες μπορούν να έχουν άμεση εφαρμογή στην ελληνική πραγματικότητα και να συμβάλουν σε μια αναμόρφωση της αντίληψης και του μοντέλου πολιτισμικής διαχείρισης με τρόπο συστηματικό και ολιστικό. Οι προτάσεις αυτές μπορούν σε μεγάλο βαθμό να υλοποιηθούν και σε εποχή κρίσης, καθώς δεν στηρίζονται μόνο σε οικονομικές παραμέτρους και στη διάθεση οικονομικών πόρων, αλλά κατά κύριο λόγο στη συγκροτημένη και οργανωμένη προσπάθεια, στην αποτελεσματική κατανομή δυνάμεων, στη δημιουργία συνεργιών και στη χάραξη στρατηγικής.

Πιο συγκεκριμένα, στο θέμα της βιώσιμης ανάπτυξης τοπικών κοινωνιών που χαρακτηρίζονται από έντονες εισροές μεταναστευτικών πληθυσμών (μέσα σε ένα γενικότερο περιβάλλον κρίσης «της φιλοξενίας του ξένου», σε συνδυασμό με την απουσία μεταναστευτικής πολιτικής, αλλά και τη χρεωκοπία του κρατικού μηχανισμού), το ζητούμενο είναι η ανάδειξη και προώθηση του πολιτισμού όχι απλώς ως μιας τυπικής αναπαραγωγής των πολιτισμικών αξιών, αλλά ως μιας βιωμένης καθημερινότητας, όπως πολύ εύστοχα επισημαίνει η Εύχαρις Μάσχα. Για να γίνει αυτό, είναι απαραίτητες δράσεις πολιτισμού και ανταλλαγής ιδεών και βιωμάτων, καθώς και τεχνικές λύσεις, στρατηγικές μάρκετινγκ, μαθήματα γλωσσομάθειας και περισσότερες έρευνες κοινού. Στην εποχή της οικονομικής και ανθρωπιστικής κρίσης, ωστόσο, οι λύσεις αυτές πρέπει να προέλθουν από τη χάραξη μιας εθνικής στρατηγικής και από τη συντονισμένη και από κοινού συνεργασία Υπουργείων Παιδείας και Πολιτισμού, ΜΚΟ και άλλων οργανώσεων με σημαντικό έργο, όπως το Δίκτυο για τα Δικαιώματα του Παιδιού και το Εργαστήρι Πολιτισμού. Για να μπορεί να αποφέρει ποιοτικές αλλαγές και βιωσιμότητα στην τοπική κοινωνία, η δράση απέναντι στον κάθε λογής φόβο οφείλει να είναι συγκροτημένη και συστηματική, και όχι μεμονωμένη και σποραδική, όπως συχνά γίνεται σήμερα. Προτού καλλιεργηθεί ένα κλίμα δημιουργικής ώσμωσης μεταξύ ετερόκλητων πληθυσμών, είναι αναγκαίο να υπάρξει σε εθνικό επίπεδο συνεργασία και εφαρμογή στοχοθεσίας. Οι καταρτισμένοι επαγγελματίες και ερευνητές υπάρχουν, τα εργαλεία επίτευξης είναι γνωστά, όπως επίσης και το πλαίσιο. Η πρόκληση είναι ο συντονισμός για βέλτιστη αποτελεσματικότητα.

Παρόμοιες σκέψεις απορρέουν από τα κεφάλαια του βιβλίου που αναφέρονται στη διαχείριση της υλικής και της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς. Η οικονομική κρίση έχει φέρει στην επιφάνεια το θέμα της βιωσιμότητας αυτής της κληρονομιάς και της αναζήτησης νέων δημιουργικών λύσεων. Στο πλαίσιο αυτό προτείνεται η ευαισθητοποίηση και κινητοποίηση των τοπικών κοινωνιών γύρω από τους πολιτιστικούς τους χώρους-τοπία, καθώς επίσης η συνειδητοποίηση και αξιοποίηση της δυναμικής τους στη διαμόρφωση της ταυτότητας και της φυσιογνωμίας τους, και στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη. Η απάντηση στην κρίση θα προέλθει από τον επαναπροσδιορισμό των προτεραιοτήτων και την αναζήτηση συμμαχιών των ιδιωτικών

* Ανεξάρτητη ερευνήτρια – King's College London

πολιτιστικών οργανισμών και του Υπουργείου Πολιτισμού, και μάλιστα όχι μόνο σε στενό/τοπικό επίπεδο αλλά και σε ευρύτερο/εθνικό επίπεδο, όπως καταδεικνύουν τα παραδείγματα του Διαζώματος για την υλική κληρονομιά και του Μανιατακείου Ιδρύματος για την άυλη κληρονομιά. Αυτό σημαίνει πρακτικά ότι η κατανομή στη διάθεση πόρων θα είναι προϊόν στόχου, εθνικού σχεδιασμού και συμφέροντος, με συμμετοχική δράση της κοινωνίας των πολιτών. Συγχρόνως, όμως, η απάντηση στην κρίση θα προέλθει και από αλλαγή της τρέχουσας φιλοσοφίας και στρατηγικής διαχείρισης, μέσω της μετάβασης από το «υλικοκεντρικό» μοντέλο των «ειδικών» σε περισσότερο συμμετοχικά μοντέλα, όπως το «αξιοκεντρικό» μοντέλο και το μοντέλο της «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς». Όσον αφορά το μοντέλο της «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» ειδικότερα, η υιοθέτησή του στην ελληνική πραγματικότητα θα τη βοηθήσει να βρεθεί κατά το δυνατό στην πρώτη γραμμή των διεθνών εξελίξεων στον κλάδο. Η σύνδεση αυτή ανάπτυξης συμμαχιών και αλλαγής στρατηγικής αποτελεί αδιαμφισβήτητα μια καλή πρακτική, ιδίως σε μια εποχή κρίσης.

Προχωρώντας στον χώρο των μουσείων, διαπιστώνεται πως από την Ελλάδα απουσιάζει μία ακόμα διεθνώς δοκιμασμένη πρακτική: η εφαρμογή ενός ολοκληρωμένου, λειτουργικού και ορθολογιστικού συστήματος ελέγχου των μουσείων, που θα χαρτογραφεί στο σύνολό του το θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας τους, τα οικονομικά ζητήματα, τις κτηριακές εγκαταστάσεις και τους πόρους τους (σε υποδομές και ανθρώπινο δυναμικό), τις πρακτικές επιμέλειες και ανάδειξης των συλλογών τους, καθώς και τις υπηρεσίες προς τους επισκέπτες τους. Η απουσία αυτή, όπως τονίζει η Μάρλεν Μούλιου, στερεί από τα μουσεία της χώρας κίνητρα και ευκαιρίες να εναρμονιστούν με κανόνες και προδιαγραφές που θα τα οδηγούσαν σε πιο ποιοτικές υπηρεσίες σε όλα τα επίπεδα: στο επίπεδο των συλλογών, προς τους επισκέπτες, αλλά και προς την κοινωνία στο σύνολό της. Εντούτοις, το προαναφερθέν τρίπτυχο της διαχείρισης και λειτουργίας των μουσείων –το μουσείο ως ποιότητα, το μουσείο ως εμπειρία και συμβολικό τοπόσημο στον αστικό χώρο, το μουσείο ως συμπυκνωτής ήπιας δύναμης με επιρροή και εκτόπισμα στην κοινωνία– έχει ιδιαίτερη αναφορά και εφαρμογή στο σύγχρονο αβέβαιο και διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον της κρίσης. Το τρίπτυχο αυτό θα προσδώσει μια νέα δυναμική που θα θέτει σε ρεαλιστική βάση τις προτεραιότητες και τους στρατηγικούς άξονες.

Η έννοια της χάραξης και υλοποίησης μιας στρατηγικής με ποιοτικά χαρακτηριστικά προβάλλεται και ως κυρίαρχο στοιχείο της βιωσιμότητας πολιτιστικών-καλλιτεχνικών βιομηχανιών, οργανισμών ή και ομάδων σε σχέση με την τοπική κοινωνία. Ένας συνδυασμός παραγόντων –η παγκοσμιοποίηση, οι ευρύτερες κοινωνικοπολιτικές συνθήκες, η τεχνολογική ανάπτυξη, η δικτύωση, το πολυπολιτισμικό περιβάλλον, οι έντονοι ρυθμοί– διαμορφώνουν ένα νέο πλαίσιο στο οποίο δημιουργός, έργο και κοινωνία βρίσκονται σε μια αέναη διαδικασία αναμόρφωσης και διαμόρφωσης. Η παραγωγή καλλιτεχνικού έργου σφυρηλατεί μια ταυτότητα για την κοινωνία που τη φιλοξενεί, και η κοινωνία, με τη σειρά της, ανατροφοδοτεί και αναπαράγει συμπεριφορές και πολιτικές. Με δεδομένα τα παραπάνω, ο Χρήστος Προσύλης θέτει τους άξονες βάσει των οποίων πρέπει να χαραχθεί μια νέα στρατηγική ανάπτυξης των δημιουργικών βιομηχανιών: αποτίμηση και αξιολόγηση σύγχρονων δεδομένων, εισαγωγή ποιότητας –η οποία φαίνεται ότι κατά κύριο λόγο απουσίαζε από τις νέες μορφές οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων δυτικού τύπου που εφαρμόστηκαν στις πολιτιστικές βιομηχανίες–, καθώς και συστηματοποίηση και καινοτομία στον σχεδιασμό των υπηρεσιών. Η νέα αυτή στρατηγική θα μπορέσει να ευοδωθεί σε ένα περιβάλλον σύμπραξης και συνεργασίας μεταξύ των τοπικών κοινωνιών, των ακαδημαϊκών ιδρυμάτων και των κυβερνήσεων, όπου η ιδιωτική πρωτοβουλία θα συνυπάρχει με την κρατική μέριμνα και υποστήριξη.

Περαιτέρω, η χάραξη και η εφαρμογή στρατηγικών μάρκετινγκ και branding πόλεων αποτελούν καλές πρακτικές για τη βιώσιμη ανάπτυξή τους. Πολλές πόλεις του εξωτερικού έχουν εκπονήσει και υλοποιήσει με μεγάλη επιτυχία τέτοια σχέδια, ενώ στην Ελλάδα οι σχετικές προσπάθειες δεν έχουν ακόμα συστηματοποιηθεί, με εξαίρεση ίσως τα μεγάλα μητροπολιτικά κέντρα, όπως η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη. Προϋπόθεση επιτυχίας στην εφαρμογή τέτοιων σχεδίων είναι η χρήση μεθοδολογικών προτύπων, όπως αυτά αναλύθηκαν από τον Νικόλαο Καραχάλη, και η ταυτόχρονη ολοκληρωμένη και προσεκτική μελέτη των πόλεων με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που φέρουν. Στην Ελλάδα της κρίσης τέτοια σχέδια ανάπτυξης ελληνικών πόλεων είναι σαφώς δύσκολο να εκπονηθούν. Ωστόσο, τα σχέδια αυτά μπορούν να συμβάλουν μακροπρόθεσμα σε καταπολέμηση της ανεργίας και στην οικονομική ανάπτυξη. Ένας κεντρικός σχεδιασμός και μια συστηματική μελέτη, η οποία θα εστιάζει κάθε φορά σε συγκεκριμένες πόλεις, αποφεύγοντας τη μέχρι τώρα ελληνική πρακτική της πανσπερμίας δυνάμεων και πόρων (στο σημείο αυτό θα μπορούσε πιθανόν να αναφερθεί το τρέχον ζήτημα των υπερβολικά πολλών ελληνικών υποψηφιοτήτων για την «Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 2021»), θα επιφέρει θετικά αποτελέσματα.

Ο τομέας του τουρισμού προβάλλεται στη δημόσια σφαίρα ως η βαριά βιομηχανία και κατ' επέκταση το συγκριτικό πλεονέκτημα της ελληνικής οικονομίας. Ωστόσο, το μοντέλο τουριστικής πολιτικής και ανάπτυξης στην Ελλάδα βασίζεται σε απαρχαιωμένες πρακτικές, με κυρίαρχο τον ρόλο του κράτους, γεγονός

που δεν επιτρέπει την ενεργό συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας (βλέπε το «κλασικό ιδεώδες», ενταγμένο στη γενικότερη φιλοσοφία προστασίας της πολιτισμικής κληρονομιάς στη βάση του «υλικοκεντρικού» μοντέλου). Προσφάτως, μέσα στη δίνη της οικονομικής κρίσης και ως ανάγκη εναλλακτικών προσεγγίσεων (πέρα από το «κλασικό ιδεώδες»), δημιουργήθηκαν μοντέλα που προσφέρουν εναλλακτικές εμπειρίες και ερμηνείες. Ως αποτέλεσμα, αναπτύσσεται μια νέα τουριστική βιομηχανία, η οποία ακολουθεί διεθνείς τάσεις και μπορεί να αποβεί επικίνδυνη για την τοπική κοινωνία και ανάπτυξη, καθώς λειτουργεί συχνά σε πειραματική βάση, χωρίς ποιοτικά χαρακτηριστικά, χωρίς μελέτη για τις μακροπρόθεσμες επιπτώσεις και, κατά κύριο λόγο, χωρίς να λαμβάνει υπόψη τις ιδιαίτερες κοινωνικές, οικονομικές, πολιτικές και πολιτισμικές συνθήκες της Ελλάδας. Για τη διευθέτηση της κατάστασης αυτής είναι απαραίτητη η εφαρμογή διεθνών πρακτικών που υπαγορεύονται από διεθνείς συνθήκες (τη «Χάρτα του Διεθνούς Πολιτισμικού Τουρισμού: Διαχείριση του Τουρισμού σε Τόπους Πολιτισμικής Σημασίας» του Icomos, τη «Χάρτα της Μάλτας για τον Διεθνή Πολιτισμικό Τουρισμό» της Europa Nostra και το Πρόγραμμα για την «Παγκόσμια Πολιτιστική Κληρονομιά και τον Βιώσιμο Τουρισμό» της Unesco). Επιπρόσθετα, πέρα από τη σύνδεση της ελληνικής πραγματικότητας με τη διεθνή εμπειρία, επιβάλλεται η χάραξη στρατηγικής, η συνεργασία των αρμόδιων Υπουργείων (Πολιτισμού, Τουρισμού, Περιβάλλοντος, Οικονομικών και λοιπών), καθώς και ο επαναπροσδιορισμός του θεσμικού και νομικού πλαισίου για τον ρόλο του κράτους ως εγγυητή διασφάλισης της ποιότητας και συντονιστή συνεργασιών και συνεργιών ιδιωτικών και δημόσιων φορέων με σαφή οριοθέτηση.

Στο κεφάλαιο για τα αναπτυξιακά και ενεργειακά έργα, το προτεινόμενο αναπτυξιακό και ενεργειακό μοντέλο (για τη σύνδεση των επενδύσεων με τη βιώσιμη ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών) έχει ιδιαίτερη αναφορά και εφαρμογή σε περίοδο κρίσης. Ειδικότερα, το προτεινόμενο πλαίσιο λήψης αποφάσεων θα βοηθήσει στην κατάλληλη στρατηγική επιλογή για τη μακροπρόθεσμη χρήση-αξιοποίηση του πολιτισμικού περιβάλλοντος. Συγχρόνως, η προτεινόμενη διαδικασία λήψης αποφάσεων θα βοηθήσει στην αποτελεσματική διαχείριση των πολλαπλών (πολιτικών, διοικητικών, οικονομικών, χωροταξικών, περιβαλλοντικών, κοινωνικών και πολιτιστικών) παραγόντων αλλά και των εμπλεκόμενων «παικτών» και «μετόχων». Συνέπεια θα είναι η επιτυχής υλοποίηση του αναπτυξιακού-ενεργειακού έργου, αλλά και η εμπλοκή και ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας.

Απαραίτητα στοιχεία για τη βιωσιμότητα μουσείων και πολιτιστικών οργανισμών σε ένα ανταγωνιστικό και ταχύτατα εξελισσόμενο περιβάλλον είναι τα ψηφιακά εργαλεία τεκμηρίωσης και τα ψηφιακά εργαλεία επικοινωνίας. Από τι όμως εξαρτάται η βιωσιμότητα των ίδιων των ψηφιακών εργαλείων; Ο Αλέξανδρος Γιαννακίδης επισημαίνει πολύ εύστοχα ότι πριν από τον σχεδιασμό δομών και στρατηγικής είναι απαραίτητη η κατανόηση των δυνατοτήτων και των ευκαιριών που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες. Η κατανόηση αυτή οδηγεί στην αναγνώριση της αξίας τους και στην υιοθέτηση καλών και αποτελεσματικών πρακτικών. Τέτοιου είδους πρακτικές είναι ο σχεδιασμός εργαλείων με μεγάλο κύκλο ζωής, υψηλή ποιότητα – η οποία εξασφαλίζεται και από τη συνεργασία πολλών επιστημονικών ειδικοτήτων–, προοπτική για συνεχή συντήρηση, καθώς επίσης η αναβάθμιση και επαύξηση/επέκταση του παραγόμενου λογισμικού. Σε μια εποχή κρίσης, η λύση που θεωρώ πιο πρόσφορη είναι η εκτέλεση περιορισμένων έργων, τα οποία ωστόσο να χαρακτηρίζονται από υψηλή ποιότητα και να υλοποιούνται με βάση τα χαρακτηριστικά που μόλις αναφέρθηκαν.

Ως επιτομή όσων προηγήθηκαν και ως συνολική αποτίμηση στους διάφορους τομείς της πολιτισμικής διαχείρισης στην Ελλάδα, για τη βιωσιμότητα του πολιτισμού και τη βιώσιμη ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών δεν είναι απαραίτητη μόνο η εξεύρεση και διάθεση πόρων, αλλά, κατά κύριο λόγο, ο στρατηγικός σχεδιασμός, το όραμα και η εφευρετικότητα του συνόλου των δυνάμεων του τόπου («ειδικών», επιστημόνων και μελών των τοπικών κοινωνιών). Η κρίση δημιουργεί μια μοναδική ευκαιρία για επαναπροσδιορισμό, ιεράρχηση αξιών και στόχων, κατάρτιση στρατηγικού σχεδίου και συστράτευση παραγωγικών δυνάμεων μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα.

Πίνακας Αντιστοίχισης Ελληνικής & Ξένης Ορολογίας

Ακίνητη πολιτισμική κληρονομιά	Immovable cultural heritage
Αλυσίδες αξίας	Value chains
Ανακατασκευή	Reconstruction
Αναξιοποίητο Κεφάλαιο	Untapped Capital
Ανασκαφικές ξεναγήσεις	Excavation tours
Αναστήλωση	Anastylosis
Ανθεκτικότητα	Resilience
Αξία ενός brand	Brand equity
Αξίες	Values
Αξιοκεντρικό μοντέλο	Values-based approach
Αόρατη Πόλη	Invisible City
Ασυνέχεια	Discontinuity
Αυθεντικότητα	Authenticity
Άυλα στοιχεία	Intangible / less tangible elements
Άυλη / μη υλική πολιτισμική κληρονομιά	Intangible / less tangible cultural heritage
Αφήγημα	Story telling
Γεωεντοπισμός	Geolocation
Δημιουργική βιομηχανία	Creative industries
Διαδικτυακοί κατάλογοι	Portals
Διαχείριση	Management
Διαχείριση αθλητισμού	Sports management
Διαχείριση εικόνας και προβολής πόλεων	City branding
Διαχείριση και προβολή της εικόνας ενός οργανισμού	Branding
Διαχείριση πολιτισμικής κληρονομιάς	Cultural heritage management
Διαχείριση σύγχρονων μορφών καλλιτεχνικής και πολιτισμικής δημιουργίας	Cultural management
Διαχείριση τεχνών	Arts management
Δικαιώματα	Rights, ως ένα από τα 4 Rs του μοντέλου branding των Aitken & Campello (2011)
Ειδικές εφαρμογές	Applications
Ειδικοί	Experts / professionals / authorities
Αναγνωρίσιμη εικόνα ενός οργανισμού	Brand
Συμμετοχικός (εκ των κάτω) σχεδιασμός	Bottom up
Εξαιρετική Παγκόσμια Αξία	Outstanding Universal Value
Επαγγελματίες πολιτισμού	Culture brokers
Επαυξημένη πραγματικότητα	Augmented reality
Επιχειρηματικό σχέδιο	Business plan
Επιχειρησιακές Οδηγίες	Operational Guidelines
Επιχειρησιακό σχέδιο	Master plan
Εργαλειοθήκη	Toolkit
Ερευνητές πεδίου	Fieldworkers
Ευθύνες	Responsibilities, ως ένα από τα 4 Rs του μοντέλου branding των Aitken & Campello (2011)
Ευρύτερη κοινωνία	Broader community
Ήπια δύναμη	Soft power
Κατάλογοι απογραφής	Inventories
Κεντρική κοινότητα	Core community
Κινητή πολιτισμική κληρονομιά	Movable cultural heritage
Κοινωνική δικτύωση (μέσω διαδικτύου)	Social Networking

Κονστρουκτιβισμός	Social constructivism
Μάρκετινγκ μέσω κοινωνικών δικτύων	Social media marketing
Μοντέλο ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς	Living heritage approach
Μουσειολογία	Museum studies
Νεοφυείς επιχειρήσεις	Startups
Ομάδα ανθρώπων / ομάδα ενδιαφέροντος	Stakeholder group / interest group
Ομάδα / επιτροπή διαχείρισης	Management team / committee
Ομάδες Νεοεποχικών	New Age groups
Πολιτισμική-καλλιτεχνική δημιουργία	Cultural-creative industries
Πολιτιστική αναζωογόνηση /αναβίωση	Culture-led regeneration
Πολιτιστική διπλωματία	Cultural diplomacy
Πολιτισμική ποικιλομορφία	Cultural diversity
Πολιτιστική σημασία	Cultural significance
Πολιτισμικό κεφάλαιο	Capital culture / cultural capital
Πρωτότυπο προτεινόμενης ψηφιακής εφαρμογής	Proof of concept prototype
Ρόλοι	Roles, ως ένα από τα 4 Rs του μοντέλου branding των Aitken & Campello (2011)
Συγκριτική προτυποποίηση	Benchmarking
Συμβατικό μοντέλο	Conventional approach / authoritative heritage discourse
Σύμβουλοι διαχείρισης	Heritage consultants
Συνέχεια (αρχικής σύνδεσης της κοινωνίας με την πολιτισμική κληρονομιά)	Continuity
Σχέδιο διαχείρισης	Management plan
Σχέσεις	Relationships, ως ένα από τα 4 Rs του μοντέλου branding των Aitken & Campello (2011)
Ταυτότητα	Brand name
Τουριστικοί πράκτορες	Tour operators
Υλική πολιτισμική κληρονομιά	Tangible cultural heritage
Υλικό	Fabric / material
Υλικοκεντρικό μοντέλο	Material-based approach
Υπεύθυνοι διαχείρισης	Heritage managers
Φέρουσα ικανότητα	Carrying capacity
Χάρτα της Βενετίας	Venice Charter
Χάρτα Διεθνούς Πολιτισμικού Τουρισμού: Διαχείριση του Τουρισμού σε Τόπους Πολιτισμικής Σημασίας	International Cultural Tourism Charter: Managing Tourism at Places of Heritage Significance
Χάρτα της Μάλτας για τον Διεθνή Πολιτισμικό Τουρισμό	The Malta Declaration on Cultural Tourism
Χάρτα της Μπούρα	Burra Charter
Ψηφιακή διανομή	Digital distribution
Ψηφιακό εκ γενετής πολιτισμικό περιεχόμενο	Digital born heritage

Βιογραφικά Συγγραφέων

Η **Μαριλένα Αλιβιζάτου** εργάζεται ως Senior Research Associate στο *Centre for Museums, Heritage and Material Culture Studies* του UCL στο Λονδίνο. Το βιβλίο της *Intangible Heritage and the Museum: New Perspectives on Cultural Preservation* (2012, εκδόσεις Left Coast Press) εξετάζει τη σχέση ανάμεσα στα μουσεία και την άυλη κληρονομιά και παρουσιάζει τα αποτελέσματα της διδακτορικής της διατριβής (UCL 2009). Από το 2013 ασχολείται με την εφαρμογή νέων τεχνολογιών στη διαφύλαξη της άυλης κληρονομιάς μέσα από το Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα i-treasures (www.i-treasures.eu). Έχει συνεργαστεί με μουσεία και πολιτιστικούς φορείς στην Ελλάδα, τη Βρετανία, την Ταϊλάνδη, τη Γαλλία και το Κατάρ. Στοιχείο επικοινωνίας: m.alivizatou@gmail.com

Ο **Γεώργιος Αραμπατζής** γεννήθηκε το 1967 στη Νέα Βύσσα Έβρου. Έλαβε δίπλωμα Χημικού Μηχανικού από το Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο και Ph.D. από τη Σχολή Χημικών Μηχανικών του ίδιου πανεπιστημίου (2000). Εργάστηκε σε ιδιωτική εταιρεία στο τμήμα Διαχείρισης Έργων και ως υπεύθυνος μηχανοργάνωσης. Τώρα εργάζεται στο Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο ως Εργαστηριακό Διδακτικό Προσωπικό και ως ερευνητής στη Μονάδα Διαχείρισης Ενεργειακών και Περιβαλλοντικών Συστημάτων της Σχολής Χημικών Μηχανικών, συμμετέχοντας σε ερευνητικά προγράμματα και παραδίδοντας διαλέξεις σε προπτυχιακά και μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών. Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα εστιάζονται στην περιβαλλοντική διαχείριση και την προστασία του περιβάλλοντος, στη διαχείριση υδάτινων πόρων, στη διαχείριση ξηρασίας, στον ενεργειακό σχεδιασμό, στις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, στις μεταφορές, στην υπολογιστική ανάλυση και μοντελοποίηση σύνθετων συστημάτων, στα γεωγραφικά συστήματα πληροφοριών και στις τεχνολογίες ηλεκτρονικής μάθησης. Ειδικεύεται στη μοντελοποίηση και βελτιστοποίηση συστημάτων και διαδικασιών, στην ανάπτυξη και εφαρμογή υπολογιστικών εφαρμογών, και στον σχεδιασμό και ανάπτυξη συστημάτων υποστήριξης αποφάσεων (DSS). Συμμετείχε στη συγγραφή των εκπαιδευτικών συγγραμμάτων «Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας», «Μεταφορά Μάζας», «Μεταφορά Θερμότητας» και «Τεχνικές Ανάλυσης Δεδομένων και Λήψης Αποφάσεων». Στοιχείο επικοινωνίας: arab@chemeng.ntua.gr

Ο **Αλέξανδρος Γιαννακίδης** είναι Μηχανικός Ηλεκτρονικών Υπολογιστών και έχει δεκαετή εμπειρία στη σχεδίαση διαδραστικών εφαρμογών για την πολιτισμική κληρονομιά. Συνεργάζεται με αρχαιολογικές εφορίες, πανεπιστήμια και άλλους δημόσιους και ιδιωτικούς οργανισμούς με σκοπό τη μεγιστοποίηση της πρόσβασης στα πολιτισμικά αγαθά κάνοντας χρήση νέων τεχνολογιών. Πριν από τρία χρόνια συνίδρυσε την εταιρεία *CulturPlay*, που ειδικεύεται στην παραγωγή Ψηφιακών Πολιτισμικών Προϊόντων. Στοιχείο επικοινωνίας: alex@culturplay.com

Ο **Νικόλαος Γεώργιος Καραχάλης** διδάσκει ως μέλος Συνεργαζόμενου Εκπαιδευτικού Προσωπικού (ΣΕΠ) στο μεταπτυχιακό τμήμα Διοίκησης Πολιτισμικών Μονάδων στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, στο μεταπτυχιακό τμήμα Πολιτιστικής Πολιτικής και Ανάπτυξης του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου και στο προπτυχιακό (ως διδάσκων 407/80) και μεταπτυχιακό πρόγραμμα (ΠΜΣ Πολεοδομία-Χωροταξία, Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού) του τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Είναι κάτοχος διδακτορικού τίτλου του τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου με θέμα την Πολιτιστική και Τουριστική Στρατηγική των Πόλεων. Κατέχει μεταπτυχιακό τίτλο «Master of Arts in European Urban Cultures», ο οποίος απονέμεται από κοινού από τα πανεπιστήμια Free University of Brussels, University of Tilburg, Manchester Metropolitan University και University of Arts and Design of Helsinki. Είναι πτυχιούχος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου. Ειδικεύεται σε θέματα πολιτιστικής πολιτικής και πολιτιστικής οικονομίας, αστικής πολιτικής, μάρκετινγκ του τόπου και διαρθρωτικών πολιτικών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Είναι επιστημονικός συνεργάτης του Εργαστηρίου Τουριστικού Σχεδιασμού, Έρευνας και Πολιτικής του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Από το 2002 έως το 2010 υπήρξε επιστημονικός συνεργάτης του Ινστιτούτου Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου. Έχει δημοσιεύσει άρθρα σε ελληνικά και ξένα επιστημονικά περιοδικά, τόμους, πρακτικά επιστημονικών συνεδρίων κ.ά. Έχει συμμετάσχει στη σύνταξη ερευνητικών προτάσεων, την εκπόνηση αναπτυξιακών μελετών και εκθέσεων εμπειρογνωμοσύνης, και στη διαχείριση ευρωπαϊκών προγραμμάτων (Innovative Actions, Interreg, ESPON, Culture κ.ά.) και είναι Lead Expert/εισηγητής του προγράμματος URBACT για την Ελλάδα και την Κύπρο.

Επίσης έχει εμπειρία ως εισηγητής σε προγράμματα επιμόρφωσης στο ΙΝΕΠ/ΕΚΔΔ, στο εξ αποστάσεως εκπαιδευτικό πρόγραμμα ESPONTRAIN, σε προγράμματα επικαιροποίησης γνώσεων κ.ά.

Στοιχείο επικοινωνίας: karachalis@gmail.com

Η **Εύχαρις Μάσχα** διδάσκει στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο ως Μέλος ΣΕΠ στο τμήμα Διοίκησης Πολιτιστικών Μονάδων από το 2010 ως σήμερα. Τα έτη 2006-2009 δίδαξε στο τμήμα Κοινωνιολογίας του Πανεπιστημίου Αιγαίου σύμφωνα με το ΠΔ 407/90. Από το 2006-2008 ήταν Ειδική Εισηγήτρια στον ΔΟΑΤΑΠ. Αποφοίτησε από το τμήμα Κοινωνιολογίας του Παντείου Πανεπιστημίου και τα έτη 1996-1999 έλαβε υποτροφίες καλύτερης επίδοσης από το ΙΚΥ. Το 2000 φοίτησε στο τμήμα Κοινωνιολογίας του University of Essex, στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα «MA in Sociology». Το 2004 έλαβε το διδακτορικό της δίπλωμα από το ίδιο πανεπιστήμιο με θέμα την *Ιδεολογία και Ανάλυση Λόγου*. Το 2004 ορίστηκε ως Teaching Fellow στο Government Department του University of Essex. Το 2005 έλαβε υποτροφία για το post-doc του Advanced Cultural Studies Institute του Linköping University στη Σουηδία. Οι δημοσιεύσεις της σε ελληνικά και διεθνή περιοδικά αφορούν θέματα κοινωνιολογίας, λαϊκής κουλτούρας και πολιτικής ιδεολογίας. Από τον Απρίλιο του 2013 έχει οριστεί ως χειρίστρια της Υπηρεσίας Ασύλου, θέση ΠΕ (Ειδικού Επιστημονικού Προσωπικού).

Στοιχείο επικοινωνίας: evimascha@hotmail.com

Η **Μάρλεν Μούλιου** είναι Λέκτορας Μουσειολογίας στο τμήμα Ιστορίας και Αρχαιολογίας του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και Πρόεδρος της Διεθνούς Επιτροπής Συλλογών και Δράσεων των Μουσείων Πόλεων (ICOM-CAMOC –2015-2016) ενώ παλαιότερα διετέλεσε Γραμματέας της ίδιας Επιτροπής (2010-2015). Εργάστηκε για δεκαέξι χρόνια στο Υπουργείο Πολιτισμού, αρχικά στο Τμήμα Μουσείων της Διεύθυνσης Προϊστορικών και Κλασικών Αρχαιοτήτων, και στη συνέχεια στη Διεύθυνση Μουσείων, Εκθέσεων και Εκπαιδευτικών Προγραμμάτων με αντικείμενο, μεταξύ άλλων, την αξιολόγηση, τον σχεδιασμό και την υλοποίηση μουσειολογικών μελετών, τη θεσμική διαδικασία για την ίδρυση και αναγνώριση μουσείων, τον χειρισμό θεμάτων που αφορούν στη λειτουργία δημοσίων αρχαιολογικών μουσείων, τον επαναπατρισμό πολιτιστικών αγαθών κ.ά. Εκπροσώπησε το Ελληνικό Υπουργείο Πολιτισμού σε Ομάδα Εμπειρογνομόνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την «Κινητικότητα των Συλλογών» (2009-2010). Από το 2002 έως το 2010 δίδαξε Μουσειολογία στο τμήμα Ιστορίας, Αρχαιολογίας και Κοινωνικής Ανθρωπολογίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Σπούδασε Αρχαιολογία και Ιστορία της Τέχνης στο Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών και μετεκπαιδεύτηκε στο τμήμα Μουσειακών Σπουδών του University of Leicester της Αγγλίας, όπου απέκτησε Master of Arts στη Μουσειολογία και στη συνέχεια Doctorate of Philosophy στο ίδιο γνωστικό αντικείμενο.

Το ερευνητικό της ενδιαφέρον εστιάζεται σε θέματα οργάνωσης, ερμηνείας και έκθεσης αρχαιολογικών και ιστορικών συλλογών σε μουσεία, στην ιστορία και σύγχρονη λειτουργία των μουσείων πόλεων, στις σχέσεις ανθρώπων-αντικειμένων, στον επαγγελματισμό στα μουσεία κ.ά. Έχει δημοσιεύσει και επιμεληθεί πολυάριθμες μελέτες σε ελληνικά και διεθνή επιστημονικά περιοδικά και συλλογικούς τόμους.

Είναι ιδρυτικό μέλος της Συντακτικής Ομάδας του επιστημονικού περιοδικού Τετράδια Μουσειολογίας και συνεπιμελήτρια του περιοδικού CAMOCnews.

Στοιχείο επικοινωνίας: mmouliou@arch.uoa.gr

Η **Μαρία Παπαδάκη** είναι ιστορικός-αρχαιολόγος. Έχει αποφοιτήσει από το τμήμα Ιστορίας και Αρχαιολογίας του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών. Πραγματοποίησε μεταπτυχιακές σπουδές στο University of Birmingham στη Μεγάλη Βρετανία, με υποτροφία του Ιδρύματος Μιχαήλ. Στη διδακτορική της διατριβή στο King's College London μελέτησε την αρχαιολογία και την τοπογραφία της Πελοποννήσου κατά τη Βυζαντινή περίοδο. Έχει δουλέψει σε ερευνητικά προγράμματα στο King's College London, που περιλαμβάνουν τεκμηρίωση και ψηφιοποίηση, και είχε πολύχρονη συνεργασία με το Κοινοφελές Ίδρυμα Πολιτιστικού και Κοινωνικού Ιδρύματος, του οποίου είναι υπότροφος, το Μουσείο Μπενάκη, και την Αμερικανική Σχολή Κλασικών Σπουδών στην Αθήνα. Στα πιο πρόσφατα ερευνητικά της ενδιαφέροντα περιλαμβάνονται η δημόσια αρχαιολογία και οι πολιτικές διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Στοιχείο επικοινωνίας: papadakinet@gmail.com

Ο **Ιωάννης Πούλιος** εκπόνησε διδακτορική διατριβή στον τομέα της διαχείρισης πολιτισμικής κληρονομιάς και βιώσιμης ανάπτυξης στο University College London (UCL). Συγχρόνως, παρακολούθησε μεταπτυχιακά μαθήματα στρατηγικής και διοίκησης επιχειρήσεων στο London Business School (LBS) με έμφαση στη διαχείριση σύγχρονων μορφών πολιτισμικής και καλλιτεχνικής δημιουργίας.

Έχει συνεργαστεί με το διεθνή πολιτιστικό οργανισμό «International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property» (ICCROM) και με ελληνικούς πολιτιστικούς οργανισμούς στο πλαίσιο του σχεδιασμού και της υλοποίησης καινοτόμων μοντέλων διαχείρισης πολιτισμικής κληρονομιάς τα οποία προωθούν την ενεργό συμμετοχή των τοπικών κοινωνιών και τη βιώσιμη ανάπτυξη. Επίσης, έχει συμβάλει στη διοργάνωση πολιτιστικών δραστηριοτήτων και έχει συν-επιμεληθεί έκθεση μοντέρνας τέχνης με θέμα Rematerialising Culture (του Συνδέσμου Υποτρόφων του Ιδρύματος Α.Γ. Λεβέντη Ελλάδας).

Διδάσκει στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο και στο Ανοικτό Πανεπιστήμιο της Κύπρου, καθώς και στο ετήσιο σχολείο της UNESCO (Γραφείο Βενετίας) για «Διακυβέρνηση για Ενεργειακή Επάρκεια σε Χώρους Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς» (Sustainable Energy Governance in World Heritage Sites).

Η ερευνητική του δραστηριότητα εστιάζει στους εξής τομείς: α) πολιτισμική διαχείριση και βιώσιμη ανάπτυξη, β) επενδύσεις Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας σε σύνδεση με την πολιτισμική διαχείριση και τη βιώσιμη ανάπτυξη και γ) εισαγωγή μοντέλων στρατηγικής και διοίκησης επιχειρήσεων σε πολιτιστικούς οργανισμούς, με ειδική αναφορά στην περίοδο της κρίσης.

Στοιχείο επικοινωνίας: jannispoulios@hotmail.com

Ο Χρήστος Προσύλης γεννήθηκε στην Αθήνα το 1969. Είναι σκηνοθέτης θεάτρου και κινηματογράφου, συγγραφέας, παραγωγός, ηθοποιός/performer και καλλιτέχνης των νέων μέσων. Ζει στο Λονδίνο και την Αθήνα. Σπούδασε υποκριτική και σκηνοθεσία. Επίσης πραγματοποίησε Θεατρικές Σπουδές στη Φιλοσοφική Σχολή του Πανεπιστημίου Αθηνών. Κατέχει Master in Digital Arts από την Ανωτάτη Σχολή Καλών Τεχνών (ΑΣΚΤ) της Αθήνας και το Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο. Έκανε την έρευνά του πάνω στη σκηνοθεσία και τις νέες τεχνολογίες στο Middlesex University του Λονδίνου. Μεταξύ άλλων, έχει επίσης παρακολουθήσει σεμινάρια δημοσιογραφίας, ενώ έχει επίσης ειδικευση σε θέματα αγωγής υγείας και εκπαίδευση σε θέματα διοίκησης επιχειρήσεων. Διδάσκει τακτικά προσφέροντας καλλιτεχνικά εργαστήρια. Έχει διδάξει για τρία περίπου χρόνια ως εξωτερικός συνεργάτης, στο Διατμηματικό Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών «Ψηφιακές Μορφές Τέχνης», της ΑΣΚΤ Αθήνας. Στην Ελλάδα, δουλειές του έχουν παρουσιαστεί μεταξύ άλλων στο *Θέατρο Κάτω Από τη Γέφυρα* στο Φάληρο, στο Παλιό Πανεπιστήμιο στην Πλάκα, στο Δημοτικό Θέατρο Πειραιά, στο *Αλεκτον*, στο *Βεάκειο*, στο Θέατρο Έρευνας και την Εθνική Λυρική Σκηνή. Στο εξωτερικό, μεταξύ άλλων στο *Θέατρο Τέχνης* και το *Camden People's Theatre* του Λονδίνου, στο Αρχαίο Ωδείο της Πάφου στην Κύπρο, στο Sao Paulo της Βραζιλίας (Sesi Gallery) και στο European Patent Office στο Μόναχο της Γερμανίας. Γράφει σενάρια, θεατρικά έργα, λογοτεχνικά έργα, μελέτες και ποίηση, καθώς και άρθρα. Έχει εκδώσει οκτώ βιβλία, μεταξύ των οποίων τέσσερα θεατρικά έργα, τρεις ποιητικές συλλογές και μία θεατρολογική μελέτη, με τίτλο *Δημήτρης Ποταμίτης: 30 χρόνια από το όνειρο ενός μύστη της θεατρικής τέχνης*. Μεταξύ άλλων, το 1998 βραβεύτηκε με το βραβείο σκηνοθεσίας στο 16ο Φεστιβάλ Κινηματογράφου και Βίντεο Θεσσαλονίκης, για τη μικρού μήκους ταινία του «Το Περιστατικό». Τα τελευταία χρόνια εργάζεται ιδιαίτερα πάνω στην ανάπτυξη, την ακαδημαϊκή και καλλιτεχνική έρευνα της φιλικής δράσης και της θεατρικής πρακτικής και της σκηνοθεσίας με νέες τεχνολογίες. Είναι ο εμπνευστής και καλλιτεχνικός διευθυντής του London Greek Film Festival, της εταιρείας παραγωγής Cosmocinema του Λονδίνου, καθώς και της ερευνητικής θεατρικής ομάδας *Cosmotheatre* του Λονδίνου.

Στοιχείο επικοινωνίας: info@prossylis.com

Η Σμαράγδα Τουλούπα ολοκλήρωσε το μεταπτυχιακό της στις Σπουδές Πολιτιστικής Κληρονομιάς στο Ινστιτούτο Αρχαιολογίας του University College London. Εργάζεται από το 1998 ως ξεναγός στην Ελλάδα, κυρίως σε αρχαιολογικά μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους ανά την επικράτεια. Ζητήματα όπως η τουριστική πολιτική, οι πολιτικές διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς και η βιωσιμότητά τους εμπίπτουν στα ακαδημαϊκά ενδιαφέροντά της. Είναι επίσης διαπιστευμένη εκπαιδευτρια της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Ξεναγών σε τεχνικές ξενάγησης.

Στοιχείο επικοινωνίας: stouloupa@gmail.com