



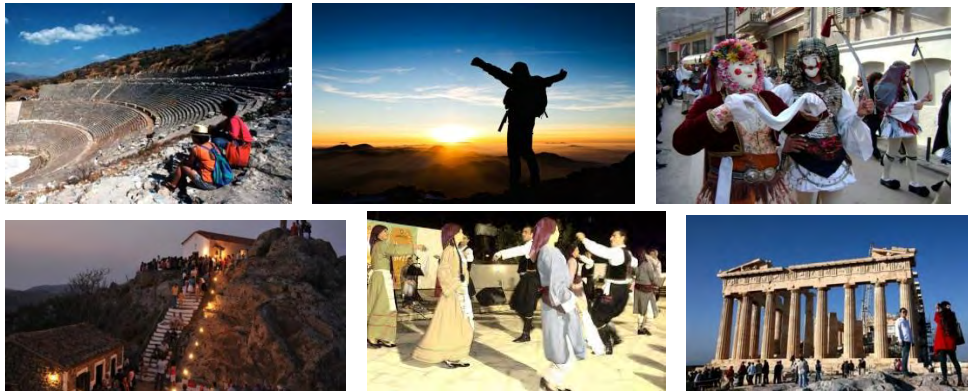
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

**ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ»**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ



ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΗΛΙΟΠΟΥΛΟΥ Α. ΕΡΙΦΥΛΗ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΖΟΥΜΠΟΥΛΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ

ΒΟΛΟΣ, 2017

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα τελευταία χρόνια έχει γίνει εμφανής στη χώρα μας η ανάγκη για στροφή στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ειδικότερα στον πολιτιστικό τουρισμό και στην αξιοποίηση της πολιτισμικής μας κληρονομιάς. Ο πολιτισμός σε συνδυασμό με τον τουρισμό προσφέρει την δυνατότητα στους σημερινούς ταξιδιώτες να γευτούν και να γνωρίσουν νέους τόπους, πολιτισμούς, ήθη και έθιμα, παραδόσεις και να αποκτήσουν μοναδικές εμπειρίες.

Η Ελλάδα βασίζεται στον τουρισμό της καθώς έχει συμβάλει στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξή της δημιουργώντας πολλές θέσεις εργασίας και στηρίζοντας τις τοπικές επιχειρήσεις και τα προϊόντα τους. Το πλούσιο πολιτιστικό απόθεμα που διαθέτει χάρις στη μακραίωνη ιστορία και παράδοσή της μπορεί να την κάνει να αναπτυχθεί και να αναζωογονήσει την οικονομία της αν το εκμεταλλευτεί σωστά. Για την προώθηση και ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στη χώρα μας χρειάζεται να συνεργαστούν όλοι οι φορείς πολιτισμού, οι διάφοροι οργανισμοί, τα τουριστικά γραφεία και πάνω απ' όλα οι πολίτες.

Η παρούσα εργασία ερευνά πώς ο πολιτιστικός τουρισμός επιδρά θετικά στην ελληνική οικονομία και ποιές επενδύσεις σε έργα πολιτισμού έχουν συμβάλει στη καλύτερη διαφήμιση της Ελλάδας ως πολιτιστικό προορισμό.

Λέξεις-Κλειδιά : Πολιτιστικός τουρισμός, Πολιτιστική κληρονομιά, Παράδοση, Οικονομική ανάπτυξη

THE EFFECTS OF CULTURAL TOURISM ON THE GREEK ECONOMY

ABSTRACT

In recent years it has become apparent in our country the need to turn into alternative forms of tourism and in particular on cultural tourism and the exploitation of our cultural heritage. Culture in association with tourism offers the ability to travelers to experience and get to know new places, cultures, customs, traditions and gain unique experiences.

Greece relies on tourism because it has contributed to her social and economic development by creating many jobs and supporting local businesses and their products. The rich cultural reserve that exists thanks to her long history and tradition can make her grow and revitalize its economy if it is properly exploited. For the promotion and development of cultural tourism in our country all cultural institutions, various organizations, travel agencies and above all the citizens need to work together.

This work investigates how cultural tourism impacts positively to the Greek economy and what investments to cultural projects have contributed in the best promotion of Greece as a cultural destination.

Keywords: Cultural tourism, Cultural Heritage, Tradition, Economic Development

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους βοήθησαν με τον δικό τους τρόπο ο καθένας στην ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας. Ευχαριστώ ιδιαίτερα τον υπεύθυνο καθηγητή κ. Μιχαήλ Ζουμπουλάκη, καθηγητή στο τμήμα των Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας για την καθοδήγηση, την υπομονή και την πολύτιμη βοήθειά του όποτε τον χρειάστηκα.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου και τους φίλους μου για την αγάπη τους και την συμπαράστασή τους καθ' όλη την διάρκεια της χρονιάς.

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Περίληψη.....	σελ.2
Abstract.....	σελ.3
Περιεχόμενα	
Κατάλογος Εικόνων.....	σελ.7-8
Κατάλογων Πινάκων.....	σελ.9
Εισαγωγή.....	σελ.10
Κεφάλαιο 1.Πολιτιστικός Τουρισμός και Διαχείριση Πολιτισμικής Κληρονομιάς.....	σελ.12
1.1. Το φαινόμενο του πολιτιστικού τουρισμού.....	σελ.13
1.2.Κατηγορίες Πολιτιστικού Τουρισμού	
1.2.1 Τουρισμός Πολιτιστικής Κληρονομιάς	σελ.14
1.2.2.Τουρισμός Παράδοσης και Εθνοτικός Τουρισμός.....	σελ.16
1.2.3. Θρησκευτικός Τουρισμός-Προσκυνηματικές Διαδρομές.....	σελ.17
1.2.4. Δημιουργικός Τουρισμός.....	σελ.24
1.2.5. Τουρισμός των ειδικών γεγονότων-φεστιβάλ.....	σελ.26
1.3 Προφίλ των πολιτιστικών τουριστών.....	σελ.27
Κεφάλαιο 2.Πολιτιστικός Τουρισμός και Ελληνική Οικονομία.....	σελ.30
2.1. Η σημασία του πολιτιστικού τουρισμού για την Ελλάδα.....	σελ.31
2.2. Σχέση τουρισμού και πολιτιστικής κληρονομιάς: σύγκρουση και συνέργεια.....	σελ.35
2.3. Η συμβολή του πολιτιστικού τουρισμού στην ελληνική οικονομία.....	σελ.37
Κεφάλαιο 3. Ελληνικά & Ξένα Πολιτιστικά Υπάρχοντα - Αστική Αναγέννηση από Πολιτιστικές Δραστηριότητες & Υποδομές.....	σελ.43
3.1. Βασικά χαρακτηριστικά του ελληνικού πολιτιστικού τουριστικού προϊόντος.....	σελ.50
3.2. Ανάπτυξη των πολιτιστικών δραστηριοτήτων.....	σελ.53

3.3. Σημαντικές Πολιτιστικές Υποδομές της Ελλάδας.....σελ.	56
3.4. Πολιτιστικοί Χώροι και Πολιτιστικοί Φορείς της Ελλάδας.....σελ.	60
3.4.1. Πολιτιστικοί χώροι μεγάλης επισκεψιμότητας	σελ.61
3.4.2. Φορείς πολιτισμού.....σελ.	67
Κεφάλαιο 4. Τουριστικές Επενδύσεις και Έργα Πολιτισμού.....σελ.	73
4.1. Επενδύσεις με άξονα τον Πολιτισμό.....σελ.	74
4.2. Νέα έργα-δράσεις πολιτισμού.....σελ.	76
Συμπεράσματα.....σελ.	80
Βιβλιογραφία Ελληνόγλωσση-Ξενόγλωσση.....σελ.	82

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1. Άγιον Όρος	σελ.18
Εικόνα 2. Ρώσικο Μοναστήρι.....	σελ.18
Εικόνα 3. Ιερά Μονή Αγίου Παύλου.....	σελ.19
Εικόνα 4. Ιερά Μονή Ξενοφώντος.....	σελ.19
Εικόνα 5. Ιερά Μονή Οσίου Γρηγορίου.....	σελ.20
Εικόνα 6. Ιερά Μονή Ξηροποτάμου.....	σελ.20
Εικόνα 7. Ιερά Μονή Σίμωνος Πέτρας.....	σελ.20
Εικόνα 8. Ιερά Μονή Βατοπεδίου.....	σελ.21
Εικόνα 9. Μετέωρα – Μονή Βαρλαάμ	σελ.22
Εικόνα 10. Μετέωρα.....	σελ.22
Εικόνα 11. Αρχαία Πόλη Μάτσου Πίτσου.....	σελ.23
Εικόνα 12. Πέτρα της Ιορδανίας.....	σελ.24
Εικόνα 13. Μουσείο Guggenheim – Μπιλμπάο.....	σελ.44
Εικόνα 14. Tate Modern.....	σελ.45
Εικόνα 15. Temple Bar.....	σελ.46
Εικόνα 16. Glasgow Royal Concert Hall.....	σελ.46
Εικόνα 17. University of Glasgow.....	σελ.47
Εικόνα 18. Royal Conservatory of Music.....	σελ.48
Εικόνα 19. Gardiner Museum of Ceramic Art.....	σελ.48
Εικόνα 20. Baltic Four Mills.....	σελ.49
Εικόνα 21. Sage Gateshead.....	σελ.49
Εικόνα 22. Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος».....	σελ.56
Εικόνα 23. Βιομηχανικό μουσείο φωταερίου.....	σελ.57
Εικόνα 24. ΚΠΙΣΝ (Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος).....	σελ.58
Εικόνα 25. Μουσείο Ελευθέρνας.....	σελ.59

Εικόνα 26. Αρχαιολογικός Χώρος της Ακρόπολης.....σελ.61	σελ.61
Εικόνα 27. Μουσείο της Ακρόπολης.....σελ.62	σελ.62
Εικόνα 28. Αρχαιολογικός Χώρος της Κνωσσού.....σελ.62	σελ.62
Εικόνα 29. Αρχαιολογικός Χώρος της Ακρόπολης της Λίνδου.....σελ.63	σελ.63
Εικόνα 30.Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο.....σελ.63	σελ.63
Εικόνα 31. Αρχαιολογικός Χώρος της Αρχαίας Ολυμπίας.....σελ.64	σελ.64
Εικόνα 32.Αρχαιολογικός Χώρος της Επιδαύρου.....σελ.65	σελ.65
Εικόνα 33. Αρχαιολογικός Χώρος Ακροπόλεως Μυκηνών και Θησαυρού Ατρέα.....σελ.65	σελ.65
Εικόνα 34. Παλάτι των Ιπποτών της Ρόδου σελ.66	σελ.66
Εικόνα 35. Αρχαιολογικός Χώρος των Δελφών.....σελ.66	σελ.66

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1. Επισκέπτες και Έσοδα από Μουσεία- Αρχαιολογικούς Χώρους.....σελ.	33
Πίνακας 2. Αίθουσες έργων τέχνης 2010-2014.....σελ.	34
Πίνακας 3. Κρατικά- Δημοτικά Θέατρα και Ορχήστρες 2011-2014.....σελ.	34
Πίνακας 4. Προτιμήσεις των Ευρωπαίων ως προς τον τουρισμό στην Ελλάδα....σελ.	37
Πίνακας 5. Κατάταξη του ελληνικού τουρισμού βάση διεθνών εισπράξεων.....σελ.	39
Πίνακας 6. Αφίξεις ξένων κατοίκων στην Ελλάδα, διανυκτερεύσεις και δαπάνες ανά ταξίδι.....σελ.	40
Πίνακας 7. Η Τουριστική Εικόνα της Ελλάδας.....σελ.	52

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία έχει ως αντικείμενο την τουριστική αξιοποίηση της εθνικής πολιτιστικής κληρονομιάς η οποία μπορεί να προσφέρει σημαντικές αναπτυξιακές δυνατότητες μέσα από πολλές εκφάνσεις της κοινωνικής και οικονομικής δραστηριότητας. Ο πολιτιστικός τουρισμός, λειτουργεί ως μια εναλλακτική μορφή προσέλκυσης επισκεπτών στη χώρα η οποία είναι αρκετά προσοδοφόρα για την οικονομία της. Ωστόσο, μείζον πρόβλημα αποτελεί η ανυπαρξία πολιτιστικής πολιτικής και η συντηρητικότητα των κατοίκων.

Οι σκοποί της διπλωματικής εργασίας είναι οι εξής:

- α) να εξεταστεί ο πολιτιστικός τουρισμός και η πολιτιστική κληρονομιά ως βασικοί πυλώνες οικονομικής, κοινωνικής, πολιτιστικής και περιβαλλοντικής ανάπτυξης
- β) να μελετηθεί η συμβολή του πολιτιστικού τουρισμού στην οικονομία της χώρας
- γ) να καταδειχθούν οι πολιτιστικές υποδομές, τα πολιτιστικά προϊόντα και οι επενδύσεις που έχουν γίνει τα τελευταία χρόνια

Ως προσδοκώμενα αποτελέσματα της διπλωματικής εργασίας σε σχέση με τους αναγνώστες αναμένονται τα εξής:

- α) να κατανοήσουν την έννοια του πολιτιστικού τουρισμού και το γεγονός ότι αποτελεί την «βαριά βιομηχανία» της Ελλάδας
- β) να αντιληφθούν ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μια «δυναμική γέφυρα» σύνδεσης ανάμεσα στον πολιτισμό και τον τουρισμό
- γ) να διακρίνουν τις πολιτιστικές δράσεις που έχουν πραγματοποιηθεί με την βοήθεια των πολιτιστικών φορέων στον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς

Η μεθοδολογική προσέγγιση που θα ακολουθηθεί στο σύνολο της διπλωματικής εργασίας βασίζεται σε βιβλιογραφική ανασκόπηση της διεθνούς και ελληνικής βιβλιογραφίας και αρθρογραφίας. Επίσης χρησιμοποιήθηκαν στατιστικά στοιχεία από κρατικούς φορείς όπως ΕΛ.ΣΤΑΤ, ΥΠ.ΠΟ.Τ., ΕΟΤ, ΣΕΤΕ, UNESCO, ΙΟΒΕ.

Η εργασία αυτή αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο μπορούμε να μάθουμε τι είναι ο πολιτιστικός τουρισμός και πώς επηρεάζει το σύνολο της ζωής των ανθρώπων και τις αντιλήψεις τους. Μαθαίνουμε τις κατηγορίες που τον απαρτίζουν και τους σκοπούς για τους οποίους ταξιδεύουν οι τουρίστες στην Ελλάδα. Έστερα, εξετάζουμε το προφίλ των πολιτιστικών τουριστών, ποιοί είναι, από ποια χώρα έρχονται, αν είναι μορφωμένοι ή όχι, την οικονομική τους κατάσταση αλλά και πιο ειδικά ερευνούμε τα είδη των πολιτιστικών τουριστών.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, αναλύεται το πόσο σημαντικός είναι ο ρόλος του πολιτιστικού τουρισμού για μια χώρα όπως η Ελλάδα. Έπειτα μαθαίνουμε σε τι συγκλίνουν ο τουρισμός και η πολιτιστική κληρονομιά και πώς μπορούν να συνδυαστούν ωφέλιμα. Στη συνέχεια βασιζόμενη σε στατιστικά στοιχεία που πάρθηκαν από την Ελληνική Στατιστική Αρχή, σε άρθρα και προηγούμενες έρευνες γίνεται κατανοητό ποιά είναι η συμβολή του πολιτιστικού τουρισμού στην ελληνική οικονομία.

Στο τρίτο κεφάλαιο, προβάλλονται τα ελληνικά προϊόντα που διαθέτει η Ελλάδα, αναφέρονται οι πολιτιστικές υποδομές της και η ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων χάρις σε αυτές. Ακόμη, αναφέρονται οι πιο σημαντικοί πολιτιστικοί χώροι που υπάρχουν στην Ελλάδα και έχουν τους πιο πολλούς επισκέπτες καθώς και οι πολιτιστικοί φορείς που στηρίζουν με τον τρόπο τους την ανάπτυξη και την διάδοση του πολιτισμού τόσο στην Ελλάδα όσο και σε άλλες χώρες του κόσμου.

Το τέταρτο κεφάλαιο περιλαμβάνει τις επενδύσεις που έχουν γίνει σε έργα πολιτισμού και τα ποσά που έχουν διατεθεί γι' αυτό το λόγο. Στο τέλος γίνεται αναφορά σε καινούρια έργα που πρόκειται να πραγματοποιηθούν την επόμενη τετραετία.

Ακολουθούν τα συμπεράσματα όπου καταγράφονται εν συντομία όλα όσα έχουν ειπωθεί στην εργασία και προτείνονται κάποια μέτρα για την βελτίωση και τον αποδοτικότερο χειρισμό της πολιτιστικής μας κληρονομιάς από τους τουριστικούς φορείς και οργανισμούς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

Ο πολιτιστικός τουρισμός αναφέρεται σ' αυτόν τον τομέα του τουρισμού που δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην πολιτισμική κληρονομιά και τις πολιτιστικές δραστηριότητες. Αυτές οι δραστηριότητες ποικίλουν και περιλαμβάνουν συνήθως παραστάσεις, μουσεία, αρχαιολογικά sites. Ένας απ' τους πιο γνωστούς ορισμούς του πολιτιστικού τουρισμού δόθηκε από τον Richards (1996:23), ο οποίος δήλωσε ότι ο πολιτιστικός τουρισμός είναι η κίνηση των ανθρώπων μακριά από το μέρος κατοικίας τους για πολιτιστικές δραστηριότητες με σκοπό να συγκεντρώσουν νέες πληροφορίες και εμπειρίες που να ικανοποιούν τις πολιτιστικές τους ανάγκες. Σύμφωνα με τον Silberberg (1995), ο πολιτιστικός τουρισμός ορίζεται ως επισκέψεις των ατόμων εκτός της τοπικής κοινότητας τους επηρεασμένοι πλήρως ή εν μέρει από το ενδιαφέρον ιστορικών, επιστημονικών ή πολιτισμικών πηγών μιας κοινότητας, περιοχής ή ενός ιδρύματος. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού παρείχε κι αυτός έναν ορισμό για τον πολιτιστικό τουρισμό: «Ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει τις μετακινήσεις ατόμων που έχουν ως κίνητρο να μελετήσουν την τέχνη, να παρακολουθήσουν πολιτιστικά δρώμενα και φεστιβάλ, να επισκεφθούν μνημεία και να γνωρίσουν την φύση» (UNWTO, 1985).

Η πολιτιστική κληρονομιά ως έννοια δεν περιορίζεται σε εκδηλώσεις που περιλαμβάνουν απτά υλικά, όπως τα μνημεία και τα αντικείμενα, τα οποία έχουν διατηρηθεί με την πάροδο του χρόνου. Αντίθετα, αυτή η έννοια περιλαμβάνει τις εκφράσεις διαβίωσης και τις παραδόσεις ομάδων και κοινοτήτων, που έχουν κληρονομήσει από τους προγόνους τους και διαβιβάζονται στους απογόνους τους (Unesco-Hellas, 2014). Σε γενικές γραμμές, η έννοια της πολιτιστικής κληρονομιάς περιλαμβάνει τον απτό πολιτισμό (δηλαδή τα κτίρια, τα μνημεία, τα τοπία, τα βιβλία, τα έργα τέχνης και τα τεκμήρια), τον άυλο πολιτισμό (δηλαδή τη λαογραφία, τις παραδόσεις, τη γλώσσα και τη γνώση), καθώς και την "φυσική" κληρονομιά (δηλαδή σημαντικά πολιτιστικά τοπία) (Unesco, 2002:15).

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μία από τις μεγαλύτερες και ταχύτερα αναπτυσσόμενες παγκόσμιες τουριστικές αγορές και η πολιτιστική δημιουργική βιομηχανία χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο για την προώθηση των προορισμών. Επιπλέον, έχει παρατηρηθεί ότι άτομα κυρίως μεγαλύτερης ηλικίας που χαρακτηρίζονται από

υψηλό οικονομικό και μορφωτικό επίπεδο απολαμβάνουν μέσω της συλλογής νέων πληροφοριών και της εμπειρίας τους, τη γνωριμία με τη γλώσσα, τα έθιμα, τις λαϊκές παραδόσεις των άλλων εθνών, τη γαστρονομία, τις επισκέψεις σε μνημεία και περιοχές ιδιαίτερου κάλλους.

Ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει τέσσερα στοιχεία: α) τον τουρισμό, β) την χρήση των περιουσιακών στοιχείων της πολιτιστικής κληρονομιάς, γ) την κατανάλωση εμπειριών και προϊόντων και δ) τους τουρίστες (επισκέπτες) (McKercher & du Cros, 2002). Δεδομένου ότι υπάρχει μια αυξανόμενη ζήτηση για νέες μορφές τουρισμού με έμφαση στον πολιτιστικό τουρισμό τόσο από Έλληνες όσο και από αλλοδαπούς, οι αντίστοιχοι τουριστικοί οργανισμοί στην Ελλάδα πρέπει να θέσουν ως προτεραιότητα την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού.

Μέχρι σήμερα, έχουν καταγραφεί 1.052 περιοχές με προστατευόμενο πολιτιστικό και φυσιολατρικό ενδιαφέρον σύμφωνα με τον Κατάλογο Παγκόσμιας Κληρονομιάς που έχει δημιουργήσει το παγκόσμιο πολιτιστικό σώμα της UNESCO. Από αυτές, 814 έχουν χαρακτηριστεί ως περιοχές πολιτιστικού χαρακτήρα, 203 ως περιοχές φυσικού ενδιαφέροντος και οι υπόλοιπες 35 συνδυάζουν και τα δύο.¹

1.1. ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων είκοσι ετών έχει παρατηρηθεί αυξανόμενη έμφαση στον εναλλακτικό τουρισμό, το ενδιαφέρον του οποίου εστιάζεται στην προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, σε μια προσπάθεια να λύσει πολλά προβλήματα του μαζικού τουρισμού (δηλαδή χαμηλούς μισθούς, εποχιακή απασχόληση, περιβαλλοντικός υποβιβασμός) (Balcar and Pearce, 1996).

Ένα διευρυνόμενο φάσμα εννοιών και ορισμών χαρακτηρίζει τον πολιτιστικό τουρισμό (Silbergberg, 1995, Waitt, 2000), το οποίο είναι αισθητά διαφοροποιημένο από τον μαζικό τουρισμό και δεν έχει σχέση με τους κοινούς προορισμούς «ήλιος και θάλασσα». Σύμφωνα με τους Asplet and Cooper (2000), ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να περιλαμβάνει ως προϊόντα την τοπική γλώσσα, την γαστρονομία, την

¹ <http://whc.unesco.org/en/list/>

τεχνολογία του παρελθόντος, τα είδη ένδυσης, τις δραστηριότητες αναψυχής και τα εκπαιδευτικά προγράμματα.

Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην τοπική και οικονομική αναζωογόνηση και ευημερία (Prentice and Andersen, 2000), δεδομένου ότι θεωρείται ένα εργαλείο για τη δημιουργία νέων ευκαιριών απασχόλησης για την φιλοξενία του πληθυσμού. Ακόμη, ενθαρρύνει το άνοιγμα μικρών και μεσαίων οικογενειακών επιχειρήσεων (Bachleitner and Zins, 1999), οι οποίες προσφέρουν μοναδικά και αυθεντικά τοπικά προϊόντα. Επιπλέον, ένας μεγάλος αριθμός ανειδίκευτων ή ημειδίκευμένων εργαζομένων μπορεί να είναι διαθέσιμος σε τοπικό επίπεδο κατά τη διάρκεια ολόκληρης της περιόδου. Λόγω του πολιτιστικού τουρισμού τοπικές παραδοσιακές θέσεις εργασίας αναβιώνουν (MacDonald and Jolliffe, 2003). Επιπλέον, αυτό το είδος τουρισμού προσελκύει κυρίως πλούσιους τουρίστες και, κατά συνέπεια, συνεπάγεται τοπικές αυξήσεις του εισοδήματος καθώς και φορολογικά έσοδα στην κοινότητα. Δυστυχώς, στην περίπτωση της Ελλάδας τα έσοδα αυτά διακατέχονται μόνον από το κεντρικό κράτος χωρίς άμεσο όφελος για την κοινότητα.

Ο πολιτιστικός τουρισμός ενθαρρύνει επίσης την ανάπτυξη υποδομών, οι οποίες είναι φιλικές προς το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον και συντελούν στην υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών, όπως οι ιατρικές υπηρεσίες και η επαγρύπνηση της αστυνομίας (Grünewald, 2002).

Σε ατομικό επίπεδο, ο πολιτιστικός τουρισμός θεωρείται μέθοδος για την ενίσχυση της ευαισθητοποίησης των κατοίκων, της εκτίμησης, της υπερηφάνειας, της εθνικής ταυτότητας και της ανοχής (Bachleitner and Zins, 1999, Taylor, 2001). Προωθεί επίσης μια διαπολιτισμική επικοινωνία που μπορεί να οδηγήσει στην κατανόηση μεταξύ του τόπου υποδοχής και του επισκέπτη.

1.2.ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.2.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

Η πολιτιστική κληρονομιά, θεωρείται ως ένα από τα πιο σημαντικά και ταχύτερα αναπτυσσόμενα εξαρτήματα του τουρισμού (O'Leary and Morrison, 1998, Herbert, 1995). Το θέμα αυτό της πολιτιστικής κληρονομιάς παρατηρούν με αυξανόμενο

ενδιαφέρον μια σειρά επιστημονικών κλάδων και η μελέτη της γίνεται χρήσιμη για την κατανόηση της κοινωνικής συμπεριφοράς των ατόμων και της κοινωνίας στο σύνολό της (Nuryanti, 1996).

Οι Fyall και Garrod (1998) ορίζουν τον τουρισμό πολιτιστικής κληρονομιάς ως μια οικονομική δραστηριότητα που κάνει χρήση των κοινωνικο-πολιτιστικών αγαθών για την προσέλκυση των επισκεπτών. Ο Hollinshead (1988) υποστηρίζει ότι οι τοπικές παραδόσεις και η κληρονομιά μιας κοινότητας μπορούν να χρησιμεύσουν ως αξιοθέατα και ότι ο τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς αγκαλιάζει τα λαογραφικά έθιμα, τις τέχνες και τις βιοτεχνίες, την εθνική ιστορία, τα κοινωνικά έθιμα και τις πολιτιστικές εκδηλώσεις. Οι Poria et al (2001) ορίζουν τον τουρισμό πολιτιστικής κληρονομιάς ως «ένα φαινόμενο που βασίζεται στα κίνητρα και τις αντιλήψεις των επισκεπτών και όχι σε συγκεκριμένη τοποθεσία». Οι Zeppal and Hall (1991), επίσης, τονίζουν τα κίνητρα, και θεωρούν ότι ο τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς, "βασίζεται στην νοσταλγία για το παρελθόν και την επιθυμία να βιώσουν οι τουρίστες διαφορετικά πολιτιστικά τοπία και πολιτιστικές μορφές".

Από την άποψη της ζήτησης, το είδος αυτό του τουρισμού αντιπροσωπεύει την επιθυμία πολλών σύγχρονων επισκεπτών που θέλουν να βιώσουν άμεσα και να καταναλώσουν διαφορετικά παλιά και τωρινά πολιτιστικά τοπία, παραστάσεις, τρόφιμα, είδη χειροτεχνίας, και συμμετοχικές δραστηριότητες.

Σχετικά με την προσφορά του τουρισμού πολιτιστικής κληρονομιάς φαίνεται ότι λειτουργεί σαν ένα εργαλείο για την τοπική οικονομική ανάπτυξη και συχνά προωθείται ενεργά από τις τοπικές κυβερνήσεις και τις ιδιωτικές επιχειρήσεις.

Οι Poria et al (2001) υποστηρίζουν ότι «η κατανόηση των κινήτρων και των αντιλήψεων είναι απαραίτητα στοιχεία για τη διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς κάθε περιοχής καθώς επίσης και ο σεβασμός προς την τιμολογιακή πολιτική, τα αξιοθέατα, την κατανόηση του προφίλ των επισκεπτών, καθώς και τις δημόσιες χρηματοδοτήσεις και την αειφόρο διαχείριση».

1.2.2.ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΚΑΙ ΕΘΝΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ένα διαφορετικό είδος τουρισμού, είναι ο εθνοτικός τουρισμός, του οποίου η παράδοση αποτελεί αντικείμενο διαπραγμάτευσης. Αυτό το είδος τουρισμού προσδίδει δύναμη και τονίζει την ταυτότητα του κάθε τόπου. Ο εθνοτικός τουρισμός δημιουργεί ένα γόνιμο πλαίσιο για την επανερμηνεία της ιστορίας και των εθίμων. Ειδικότερα, ο MacCannell (1976) και ο Cohen (1988) θεωρούν ότι ο εθνοτικός τουρισμός δημιουργεί αυθεντικότητα.

Μια κοινωνία που υφίσταται οικονομικές και πολιτιστικές αλλαγές μπορεί μέσω του εθνοτικού τουρισμού να εντείνει την επαφή της με τον έξω κόσμο, κάνοντας προσπάθειες να οργανώσει την παραδοσιακή πολιτιστική της ταυτότητα και τις δραστηριότητες που γίνονται όλο και πιο σπάνια και όλο και πιο πολύ διαζευγμένες από την αρχική πολιτιστική τους σημασία.

Η Ελλάδα είναι μια χώρα που φημίζεται για τις παραδόσεις της και την φιλοξενία της από αρχαιοτάτων χρόνων λόγω της ιστορίας και του πολιτισμού της, γι' αυτό και ο τουρισμός παράδοσης ευδοκimeί στην περιοχή. Η Κρήτη, η Μακεδονία, τα νησιά του Ιονίου και του Αιγαίου πελάγους ήταν παραδοσιακοί προορισμοί από το 1960, καθώς διέθεταν μοναδικά τουριστικά προϊόντα όπως είναι τα παραδοσιακά νησιώτικα σπίτια, τα λιθόστρωτα σοκάκια, τα πανέμορφα τοπία και οι παραλίες, η ντόπια εκλεκτή κουζίνα και τα σπουδαία αρχαιολογικά ευρήματα.

Ακόμη, οι παραδοσιακοί χοροί και οι πολύχρωμες τοπικές φορεσιές πρόσφεραν ανέκαθεν εικόνες μοναδικές στους τουρίστες. Ο πλούτος και η ποικιλομορφία των εθίμων και των παραδόσεων στην Ελλάδα συγκλονίζει αφού υπάρχουν πρωτότυπα έθιμα για την γέννηση, την βάπτισμα, τον αρραβώνα, τον γάμο, την ταφή όπως επίσης και συμβολικές πρακτικές όπως είναι το κάψιμο των στεφανιών την Πρωτομαγιά.

Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια ο τουρισμός παράδοσης δεν θεωρείται και τόσο σημαντικός παράγοντας για τους τουρίστες να επισκεφθούν μια περιοχή. Ο τρόπος ζωής και ο εκσυγχρονισμός της κοινωνίας οδήγησε τους ανθρώπους να αναζητούν πρωτίστως ανέσεις στις διακοπές τους όπως είναι οι αθλητικές εγκαταστάσεις, τα σπά και το έτοιμο φαγητό και να ξεχνούν τις παραδόσεις και τον πολιτισμό. Βέβαια το πόσο σημασία δίνουν οι τουρίστες στην παράδοση έχει να κάνει και από τον τόπο

προέλευσής τους και από την ηλικία τους. Οι Γερμανοί για παράδειγμα δείχνουν περισσότερο ενδιαφέρον για την παράδοση απ' ότι οι Βρετανοί τουρίστες.

1.2.3. ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

Ο Θρησκευτικός τουρισμός δεν είναι ένα νέο φαινόμενο. Η θρησκεία αποτελεί εδώ και καιρό ένα γνωστό κίνητρο για την οργάνωση ταξιδιών και θεωρείται η παλαιότερη μορφή περιήγησης (Jackowski and Smith, 1992). Κάθε χρόνο εκατομμύρια άνθρωποι ταξιδεύουν σε σημαντικούς προορισμούς προσκυνήματος σε όλο τον κόσμο, αρχαίας και σύγχρονης προέλευσης. Ο Jackowski (2000) εκτιμά ότι περίπου 240 εκατομμύρια άνθρωποι το χρόνο πηγαίνουν για να προσκυνήσουν, η πλειοψηφία των οποίων είναι Χριστιανοί, Μουσουλμάνοι και Ινδουιστές. Τα θρησκευτικά ταξίδια έχουν πνευματικά κίνητρα και έχουν γίνει ευρέως διαδεδομένα κατά τις τελευταίες δεκαετίες, καταλαμβάνοντας ένα σημαντικό τμήμα του διεθνούς τουρισμού.

Στην ξενόγλωσση ορολογία ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να περιγραφεί με τον όρο *pilgrimage* ο οποίος περιλαμβάνει ευρύτερα την έννοια του προσκυνήματος όχι μόνο σε θρησκευτικά μνημεία αλλά και σε ιστορικούς τόπους και σε μνημεία παγκόσμιου πολιτιστικού ενδιαφέροντος.

Ένα από τα μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς που έχουν θρησκευτικό περιεχόμενο και προσελκύουν επισκέπτες απ' όλο τον κόσμο είναι το Άγιο Όρος που βρίσκεται στην χερσόνησο του Άθω στην Χαλκιδική, περιλαμβάνει 20 ιερές μονές και μοναστικά ιδρύματα και αποτελεί αυτοδιοίκητο τμήμα του ελληνικού κράτους. Η ονομασία του ως «Άγιο Όρος» επικράτησε κατά το πρώτο μισό του 12ου αιώνα ύστερα από αποστολή χρυσόβουλου εγγράφου του Αλέξιου Α Κομνηνού προς την Ιερά Μονή Μεγίστης Λαύρας το 1144. Στην χερσόνησο του Άθω απαγορεύεται σύμφωνα με την παλαιά βυζαντινή τάξη η είσοδος γυναικών. Ο αριθμός των επισκεπτών που επιτρέπονται ανά ημέρα είναι 110 (100 Έλληνες, 10 Αλλοδαποί). Σύμφωνα με στοιχεία που παρατίθενται στο επιστημονικό περιοδικό «Ορθοδοξία» την τελευταία πενταετία οι επισκέπτες - προσκυνητές στα μοναστήρια έφθαναν τους 300.000, ωστόσο το χρονικό διάστημα 2014-2015 ο αριθμός αυτός μειώθηκε στους 127.000. Ως προς την εθνικότητα των προσκυνητών η πλειοψηφία ήταν Ρώσοι, Σέρβοι και Ρουμάνοι.

Εικόνα 1. Άγιον Όρος



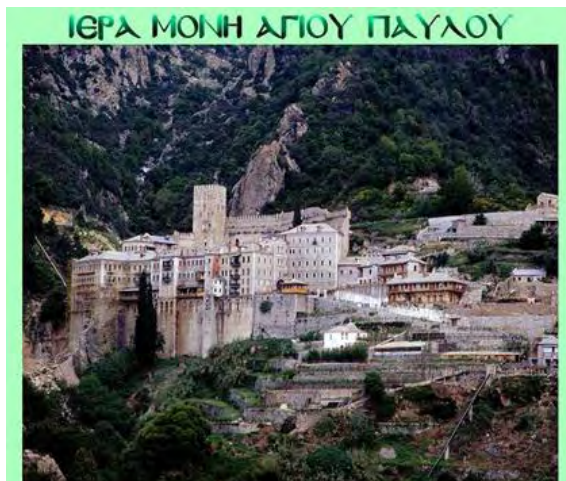
Πηγή:<https://gr.pinterest.com/pin/471892867178490001/>

Εικόνα 2. Ρώσικο Μοναστήρι



Πηγή:http://olasthnforaa.blogspot.gr/2014/07/blog-post_92.html

Εικόνα 3. Ιερά Μονή Αγίου Παύλου



Πηγή: <https://fdathanasiou.wordpress.com/2011/02/20/%CE%BF-%CE%BC%CE%B1%CE%BA%CE%B1%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CF%8C%CF%82-%CE%B3%CE%AD%CF%81%CF%89%CE%BD-%CE%B1%CE%BD%CE%B4%CF%81%CE%AD%CE%B1%CF%82-%CE%B1%CE%B3%CE%B9%CE%BF%CF%80%CE%B1%CF%85%CE%BB%CE%AF/>

Εικόνα 4. Ιερά Μονή Ξενοφώντος



Πηγή: <http://slideplayer.gr/slide/1954263/>

Εικόνα 5. Ιερά Μονή Οσίου Γρηγορίου



Πηγή: http://aktines.blogspot.gr/2016/02/blog-post_45.html

Εικόνα 6. Ιερά Μονή Ξηροποτάμου

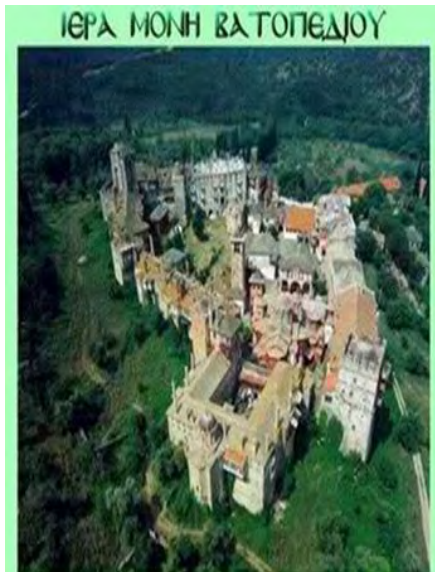


Πηγή: <http://www.goneisenorias.gr/page-59.html>

Εικόνα 7. Ιερά Μονή Σίμωνος Πέτρας



Πηγή: <http://slideplayer.gr/slide/1954263/>

Εικόνα 8. Ιερά Μονή Βατοπεδίου

Πηγή: <https://manitaritoubounou.wordpress.com/2008/09/26/ftwxo-vatopedi-agmaxgraikos/>

Τα Μετέωρα αποτελούν μετά το Άγιο Όρος το μεγαλύτερο μοναστικό σύνολο εγκατάστασης των πρώτων ασκητών στον ελλαδικό χώρο. Από μαρτυρίες μας γνωστοποιείται ότι το σύνολο των Μετεώρων ήταν τριάντα, μόνο έξι όμως απ' αυτά λειτουργούν έως σήμερα και δέχονται πλήθος προσκυνητών. Η ονομασία Μετέωρα προήλθε από τον Άγιο Αθανάσιο τον Μετεωρίτη, κτήτορα της μονής της Μεταμόρφωσης του Σωτήρος, ο οποίος ονόμασε έτσι τον «πλατύ λίθο» τον οποίο ανέβηκε για πρώτη φορά το 1344.

Εικόνα 9. Μετέωρα – Μονή Βαρλαάμ



Πηγή: <http://gctravel.gr/tour/meteora-the-forest-of-stones/>

Εικόνα 10. Μετέωρα



Πηγή: <http://www.mikereyfman.com/photo/gallery.php?Gallery=Meteora-Monasteries-Greece>

Εικόνα 11. Αρχαία Πόλη Μάτσου Πίτσου

Πηγή: <http://traveleverywhere.pblogs.gr/tags/matsu-pitsu.html>

Εκτός Ελλάδος πολύ συχνά ταξίδια θρησκευτικού περιεχομένου πραγματοποιούνται για την επίσκεψη της αρχαίας πόλης Μάτσου Πίτσου. Η πόλη αυτή αποτελεί το πιο αντιπροσωπευτικό δείγμα πολιτισμού των Ίνκας και βρίσκεται σε υψόμετρο 2.700 μέτρων στη Σιέρα Βιλκαμπάμπα, στις όχθες του παραπόταμου του Βαλκανότα, Ουρουμπάμπα, 80 χιλιόμετρα από την πόλη Κούσκο. Ανακαλύφθηκε το 1911 από τον Χίραμ Μπίνγκαμ, Αμερικάνο ιστορικό και αρχαιολόγο. Σύμφωνα με ειδικούς η πόλη χτίστηκε το 1460 και χρησίμευε ως λατρευτικός χώρος, αστρονομικό παρατηρητήριο αλλά και ως θερινό ανάκτορο των βασιλέων. Οι Ίνκας αποτελούσαν πολιτισμό και αυτοκρατορία της Νότιας Αμερικής κατά την Προκολομβιανή εποχή η οποία έπεσε αφού κατακτήθηκε ο Νέος Κόσμος από τους Ισπανούς. Η ονομασία Μάτσου Πίτσου σημαίνει αρχαίο βουνό στη γλώσσα Κέτσουα, την πιο διαδεδομένη από όλες τις ιθαγενείς γλώσσες της αμερικανικής ηπείρου. Καθημερινά δέχεται χιλιάδες επισκέπτες, κάτι που έχει προκαλέσει ζημιά στη βλάστηση και διάβρωση του εδάφους.

Ακόμη ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει η Πέτρα στην Ιορδανία, ένα μνημείο απaráμιλλης ομορφιάς, μια «ροδοκόκκινη πόλη» που είναι σκαλισμένη σε μια οροσειρά πάνω από 2.000 χρόνια. Η αρχιτεκτονική της πόλης είναι έντονα επηρεασμένη από τους Έλληνες και τους Ρωμαίους κατακτητές. Οι πρώτοι Ναβαταίοι κάτοικοι της πόλης ήταν Άραβες και λάτρευαν τους βράχους και τα πνεύματα. Το όνομα Πέτρα δόθηκε μετέπειτα από έλληνες εμπόρους που είχαν φθάσει ως εκεί, ενώ αρχικά οι Ναβαταίοι την αποκαλούσαν «Ράκμου» που σήμαινε βράχος με χρωματιστές ραβδώσεις. Το 1986 οι επισκέπτες της ήταν 65.000 ενώ το 2010 αυξήθηκαν στους 1.000.000.

Εικόνα 12. Πέτρα της Ιορδανίας



Πηγή:

http://www.ethnos.gr/asia/arthro/mesi_anatoli_ston_sagineutiko_kosmo_tis_eksotikis_iordanias-64210931/

1.2.4. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο δημιουργικός τουρισμός έχει τη δυνατότητα να αντλήσει στοιχεία από την εμπειρία και τις παραδόσεις πολλών περιοχών. Για παράδειγμα, ένας δημιουργικός τουρίστας μπορεί να επιθυμεί να μάθει για:

- Τέχνες και χειροτεχνήματα
- Σχέδιο
- Μαγειρική
- Υγεία και θεραπεία
- Γλώσσα
- Πνευματικότητα
- Φύση
- Αθλητισμό
- Παραδοσιακά παιχνίδια και χόμπι
- Μουσική και χορό
- Κινηματογράφο και άλλα δημιουργικά media

Οι Richards και Raymond (2000) ορίζουν τον δημιουργικό τουρισμό ως: «Ο τουρισμός που προσφέρει στους επισκέπτες την ευκαιρία να αναπτύξουν τις δημιουργικές τους δυνατότητες μέσω της ενεργού συμμετοχής τους στα μαθήματα και τις εμπειρίες μάθησης που είναι χαρακτηριστικές του προορισμού διακοπών, όπου πραγματοποιούνται».

Ένα ενδιαφέρον χαρακτηριστικό του δημιουργικού τουρισμού, όπως ο κατάλογος των πιθανών προϊόντων υποδεικνύει, είναι ότι συνδυάζει διαφορετικές μορφές πολιτισμού: τον παραδοσιακό πολιτισμό, την ιστορική κουλτούρα, τη λαϊκή κουλτούρα, τον σύγχρονο πολιτισμό και τη μαζική κουλτούρα. Αυτό είναι ένα σημαντικό πλεονέκτημα για τις περιφερειακές κοινότητες, δεδομένου ότι διατηρώντας την παράδοση από μόνη της δεν είναι αρκετή για να δημιουργήσει μια ζωντανή κοινότητα.

Σύμφωνα με τον Richards (2001) υπάρχουν αρκετοί λόγοι για τους οποίους ο δημιουργικός τουρισμός μπορεί να βελτιώσει τον πολιτιστικό τουρισμό :

- 1) Η δημιουργικότητα μπορεί να δημιουργήσει αξία πιο εύκολα, λόγω της σπανιότητάς της. Η δημιουργικότητα είναι ένα χαρακτηριστικό που υποτίθεται ότι διακατέχεται από σχετικά λίγους ανθρώπους, ενώ χάρη στην διεύρυνση της έννοιας του «πολιτισμού», τα πολιτιστικά προϊόντα είναι πανταχού παρόντα. Στις πολιτιστικές τουριστικές αγορές τα πολιτιστικά αξιοθέατα δεν λειτουργούν πλέον ως μέσο διάκρισης - κάθε πόλη έχει τα μουσεία και τα μνημεία της.
- 2) Η δημιουργικότητα επιτρέπει στους προορισμούς να καινοτομούν χάρις στα νέα προϊόντα σχετικά γρήγορα, δίνοντάς τους ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλες περιοχές.
- 3) Η δημιουργικότητα είναι μια διαδικασία, που δημιουργεί πιο βιώσιμους πόρους. Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι πολιτιστικοί πόροι, όπως είναι τα μουσεία και τα μνημεία, μπορεί να φθαρούν με την πάροδο του χρόνου και να υποβαθμιστούν, οι δημιουργικοί πόροι είναι αναμφισβήτητα ανανεώσιμες πηγές. Αυτή η ταχεία ανάπτυξη των πολιτιστικών φεστιβάλ και των τεχνών στην Ευρώπη τα τελευταία χρόνια επιβεβαιώνει το γεγονός αυτό.
- 4) Η δημιουργικότητα είναι το μέσο αφού η πολιτιστική κατανάλωση πλέον εξαρτάται αποκλειστικά από την συγκέντρωση πολιτιστικών πόρων. Οι παραστάσεις και τα

έργα τέχνης μπορούν σήμερα να παραχθούν σχεδόν οπουδήποτε, χωρίς την ανάγκη για ειδική υποδομή.

Είναι αλήθεια ότι η ανάπτυξη μιας σχέσης μεταξύ του σύγχρονου πολιτισμού και του παραδοσιακού πολιτισμού θα παρείχε πολλές δυνατότητες για δημιουργική ανάπτυξη.

1.2.5. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ-ΦΕΣΤΙΒΑΛ

Τα ειδικά γεγονότα ή οι εκδηλώσεις αποτελούν ένα σημαντικό κίνητρο για τουρισμό και κατέχουν εξέχουσα θέση στα σχέδια ανάπτυξης και εμπορίας από τους περισσότερους προορισμούς (Getz, 2008). Ειδικά γεγονότα θεωρούνται οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, τα φεστιβάλ, τα καρναβάλια, οι θρησκευτικές εκδηλώσεις, διάφορα είδη τεχνών και ψυχαγωγίας (κυρίως συναυλίες και θεατρικές παραγωγές) (McKercher & du Cros, 2002, Richards, 1996, 2007).

Ο Janiskee (1980:97) εξήγησε ότι τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις μπορούν να θεωρηθούν ως «επίσημες περίοδοι προγραμμαμάτων με ευχάριστες δραστηριότητες ψυχαγωγίας ή γεγονότα που έχουν εορταστικό χαρακτήρα για την ανάδειξη κάποιας έννοιας». Ο τουρισμός ειδικών γεγονότων έχει να κάνει με την συστηματική ανάπτυξη, τον σχεδιασμό, την εμπορία των γεγονότων όπως είναι τα τουριστικά αξιοθέατα. Στόχος του τουρισμού ειδικών γεγονότων-φεστιβάλ είναι να δημιουργήσει μια ευνοϊκή εικόνα για την πόλη-χώρα που φιλοξενεί ένα γεγονός, να επεκτείνει την παραδοσιακή τουριστική σεζόν, να εξαπλωθεί η τουριστική ζήτηση ομοιόμορφα, να προσελκύσει εγχώριους αλλά και ξένους επισκέπτες.

Στις συνέπειες των φεστιβάλ και των εκδηλώσεων συγκαταλέγεται η ανύψωση επιλεκτικών πολιτιστικών στοιχείων / κοινωνικών θέσεων των κοινοτήτων και η ταυτόχρονη υποβάθμιση ή αποσιώπηση άλλων (De Bres and Davis 2001, Quinn 2005). Η διαδικασία αυτή της προβολής ενός ειδικού γεγονότος δεν αφορά μόνο την κατασκευή μιας επιθυμητής εικόνας του τόπου στη διεθνή τουριστική αγορά, αλλά και την βαθύτερη προώθηση κατεστημένων συμφερόντων, την διατήρηση της κοινωνικής τάξης και του status της πολιτιστικής κατάστασης που επικρατεί.

Τα άτομα που θα επισκεφθούν μια πόλη για το φεστιβάλ και τις εκδηλώσεις της είναι είτε τουρίστες είτε κάτοικοι της ευρύτερης περιοχής. Η διαφορά ανάμεσά τους είναι ότι

οι τουρίστες ταξιδεύουν μακριά από το σπίτι τους σε έναν προορισμό για επαγγελματικούς λόγους ή για αναψυχή και μένουν κατά τη διάρκεια της νύχτας σε κάποιον γνωστό ή σε κάποιο ξενοδοχείο ενώ οι κάτοικοι επιστρέφουν στο σπίτι τους την ίδια κιόλας μέρα.

Ένα από τα πιο σημαντικά ειδικά γεγονότα που ξεκίνησε από την Ελλάδα το 776 π.Χ ήταν τα Ολυμπιακά παιχνίδια που εξελίχθηκαν μετέπειτα σε Ολυμπιακούς Αγώνες. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι το μεγαλύτερο από τα μεγάλα γεγονότα που μπορεί να διοργανώσει μια πόλη και μια χώρα. Στη διοργάνωσή τους σημαίνουντα ρόλο παίζει ο πολεοδομικός σχεδιασμός, ενώ οι κύριες παρένθετες κατασκευές οι οποίες προκύπτουν στον αστικό ιστό είναι οι ολυμπιακές εγκαταστάσεις. Η Βαρκελώνη, ακολουθούμενη από το Σίντνεϊ, είναι πόλεις οι οποίες έχουν ωφεληθεί από την ευκαιρία της διοργάνωσης (Ζωγράφος,2009).

1.3 ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Ο πολιτιστικός τουρίστας είναι ένα άτομο το οποίο επιδιώκει να συνδυάσει τον πολιτισμό με τον τουρισμό. Θα επιλέξει τον τόπο που θα του προσφέρει ευκαιρίες για πολιτιστική εμπειρία όπως την περιήγηση στην φυσική, καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά καθώς και στην δημιουργία. Διαθέτει ανεξάρτητη σκέψη, αναζητεί κάθε τι το αυθεντικό, είναι περιβαλλοντολογικά ευαισθητοποιημένος και ενδιαφέρεται για την μελέτη πολιτιστικών και ιστορικών στοιχείων. Επίσης η δαπάνη για τον πολιτιστικό τουρισμό είναι συνήθως μεγαλύτερη από τον μαζικό τουρισμό καθώς ο επισκέπτης - τουρίστας ξοδεύει αρκετά από τα χρήματα του για είσοδο σε αρχαιολογικά μουσεία - εκθέσεις ζωγραφικής - πολιτιστικά δρώμενα άρα πρόκειται για ένα άτομο ευκατάστατο οικονομικά.

Αξίζει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με την στατιστική υπηρεσία ATLAS οι ταξιδιώτες ηλικίας 15-24 ετών δεν προτιμούν τον πολιτιστικό τουρισμό καθώς ενδιαφέρονται περισσότερο για την διασκέδαση που προσφέρει ο προορισμός. Η γήρανση όμως του πληθυσμού προκαλεί μια τάση για πολιτιστικό τουρισμό, επομένως οι πιο μορφωμένοι ταξιδιώτες ηλικίας 54 ετών και άνω προτιμούν να βιώσουν πολιτιστικές εμπειρίες διότι έχουν αποκτήσει περισσότερες γνώσεις πάνω σε θέματα πολιτιστικής κληρονομιάς. Η

πλειοψηφία των πολιτιστικών τουριστών έχει παρατηρηθεί να είναι γυναίκες (Richards,2010).

Ο πολιτιστικός τουρίστας διακρίνεται στους παρακάτω τύπους:

- Ο τυχαίος πολιτιστικός τουρίστας : Αυτός ο τουρίστας τυχαίνει να βρίσκεται σ' ένα μέρος με πολιτιστικό ενδιαφέρον και επισκέπτεται όλα τα ιστορικά και πολιτιστικά θέρετρά του.
- Ο πολιτιστικός τουρίστας με συγκεκριμένο σκοπό : Αυτός ο τουρίστας ξοδεύει ουσιαστικά όλη τη διαμονή του στο λεωφορείο, στα μνημεία και στα αξιοθέατα που έχει μελετήσει και επιθυμεί να δει καθώς και στην επίσκεψη στα μουσεία.
- Ο περιηγητικός πολιτιστικός τουρίστας : Αυτός ο τουρίστας θέλει να τα δει και να τα κάνει όλα. Του αρέσει η δράση και η περιπέτεια και αναζητά την εξερεύνηση του τόπου.
- Ο εξερευνητικός πολιτιστικός τουρίστας : Αυτός ο τουρίστας κάνει περιοδεία σε πολλά μέρη μέσω οργανωμένων εκδρομών, επισκέπτεται θέατρα, μιούζικαλ, όπερες, περιφερειακές εκδηλώσεις, φεστιβάλ, εκθέσεις.
- Ο συνηθισμένος πολιτιστικός τουρίστας : Αυτός ο τουρίστας προγραμματίζει τις επισκέψεις του σε μουσεία και αξιοθέατα, αγοράζει σουβενίρ και συμμετέχει σε όλες τις πολιτιστικές εκδηλώσεις (χοροί-πανηγύρια) (McKercher and du Cros, 2002).

Ο σημερινός πολιτιστικός τουρίστας αναζητεί υψηλό επίπεδο ικανοποίησης θέλοντας να ικανοποιήσει τις μορφωτικές του επιδιώξεις και την περιέργειά του. Μελετά μόνος του τους προορισμούς πολιτιστικής σημασίας που επρόκειτο να επισκεφθεί καθώς δεν εμπιστεύεται ιδιαίτερα τους ταξιδιωτικούς πράκτορες και tour operators. Είναι λάτρης της ποιότητας και των καλών υπηρεσιών γι' αυτό και επιθυμεί να λαμβάνει αυτό το οποίο πληρώνει.

Με λίγα λόγια πρόκειται για ένα άτομο έμπειρο και ευέλικτο που έχει αξίες στη ζωή και ξέρει πώς να αξιοποιεί παραγωγικά τον χρόνο του. Είναι εκείνος που προσπαθεί να κατανοήσει έναν τόπο, να νιώσει την ιστορία του, να εμβαθύνει στον πολιτισμό του και να συγκρίνει το παρελθόν με το παρόν κατανοώντας τις αλλαγές που επέφερε η εξέλιξη.

ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένα είδος τουρισμού που συγκαταλέγεται στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και έχει ως στόχο να αναδείξει ένα τόπο μέσα από ποικίλες δραστηριότητες πολιτιστικού περιεχομένου και με βάση τις προτιμήσεις και τις ανάγκες των τουριστών. Κατηγορίες του πολιτιστικού τουρισμού αποτελούν ο τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς ο οποίος έχει σχέση με όλα τα πολιτιστικά αγαθά με τα οποία είναι προικισμένος ένας τόπος, ο τουρισμός παράδοσης και ο εθνοτικός τουρισμός που έχουν να κάνουν με την προβολή των παραδοσιακών στοιχείων και την αγάπη για το ελληνικό έθνος με τα ήθη και έθιμά του, ο θρησκευτικός τουρισμός όπου κίνητρο των τουριστών είναι ο θεός στον οποίο πιστεύουν είτε αυτός είναι ο Χριστός, είτε είναι ο Αλλάχ, είτε είναι ο Βούδας και πραγματοποιούν προσκυνηματικές διαδρομές για να τον δοξάσουν, ο δημιουργικός τουρισμός στον οποίο στρέφονται οι άνθρωποι οι οποίοι αρέσκονται σε κάθε είδος τέχνης και τελευταίος ο τουρισμός ειδικών γεγονότων ή αλλιώς φεστιβάλ ο οποίος αφορά τους τουρίστες που παρευρίσκονται σε ένα μέρος για να παρακολουθήσουν ένα φεστιβάλ ή άλλες πολιτιστικές εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα. Ο πολιτιστικός τουρίστας δεν είναι αυτός που θα διαβάσει έργα τέχνης και θα επισκεφθεί ένα μουσείο, που θα επισκεφθεί έναν αρχαιολογικό χώρο σε οργανωμένο γκρούπ και θα ακούει κοινότυπες κουβέντες από έναν ξεναγό αλλά είναι αυτός που θέλει να αισθανθεί ότι ζει σ' έναν άλλο πολιτισμό και να βιώσει την πολιτιστική «περιπέτεια» σε όλα της τα επίπεδα.

Επομένως θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο πολιτιστικός τουρισμός δίνει την ευκαιρία στους τουρίστες να αποκτήσουν μια ολόπλευρη πολιτιστική εμπειρία καθώς προσφέρει περιήγηση στη φύση, στα άυλα και υλικά αγαθά της πολιτιστικής κληρονομιάς και διεύρυνση της δημιουργικότητάς τους με βασικό του κίνητρο οι άνθρωποι που ταξιδεύουν σε μια άλλη χώρα ή τόπο να διαμορφώσουν μια πολυπολιτισμική ταυτότητα. Το πολιτιστικό ταξίδι είναι ένα ταξίδι στο χώρο και στον χρόνο και μένει στα βιώματα του κάθε τουρίστα με διαφορετικό τρόπο αναλόγως με αυτά που έχει επιλέξει ο ίδιος να γνωρίσει.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού βοηθά στην διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και της τοπικής ιστορίας αλλά και στην οικονομική ανάπτυξη και την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Ο πολιτιστικός τουρισμός αναπτύσσεται με ετήσιο ρυθμό 15% έναντι 8% του μαζικού τουρισμού σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO) και καλύπτει το 50% των ευρωπαϊκών ταξιδιών. Αντιπροσωπεύει το 37% του συνόλου των τουριστών ενώ οι τουρίστες με εξειδικευμένα πολιτιστικά κίνητρα αγγίζουν το 9% του συνολικού παγκόσμιου τουρισμού (Richards, 1996:32). Οι λόγοι ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού είναι κυρίως κοινωνικοπολιτικοί, οικονομικοί και πολιτιστικοί.

Μεγάλες αγορές για τον πολιτιστικό τουρισμό αποτελούν οι Η.Π.Α, η Μεγάλη Βρετανία, η Ιρλανδία, οι Σκανδιναβικές χώρες αλλά και η μεσαία τάξη αναδυόμενων οικονομιών όπως είναι η Κίνα, η Ινδία και η Βραζιλία. Η Ευρώπη διαθέτει πλήθος μνημείων, θεάτρων, μουσείων και παραμένει ο πιο σημαντικός πολιτιστικός προορισμός παγκοσμίως, με τον πολιτιστικό τουρισμό να αντιπροσωπεύει το 40% του ευρωπαϊκού τουρισμού. Ένας στους 4 Ευρωπαίους επιλέγει τον προορισμό των διακοπών του με κριτήριο την πολιτισμική κληρονομιά (Ερευνα Mintel, 2010).

Εξαιτίας της διεθνούς οικονομικής κρίσης, τα άυλα χαρακτηριστικά που συνοδεύουν τον πολιτισμό και την κληρονομιά, δηλαδή η εξερεύνηση για την ανακάλυψη της ταυτότητας μιας χώρας και του τρόπου ζωής των κατοίκων της αυξάνουν σε σημαντικότητα στην αντίληψη των ταξιδιωτών. Αντιθέτως τα μουσεία και οι γκαλερί έχουν επηρεαστεί αρνητικά.

Σε μια χώρα όπως η Ελλάδα που βρίσκεται σε παρατεταμένη οικονομική κρίση ο θαυμασμός για τον αρχαίο πολιτισμό και οι αξίες όπως η δημοκρατία, η φιλοσοφία, οι επιστήμες (αριθμητική, γεωμετρία, φυσική), οι τέχνες (αρχιτεκτονική, γλυπτική), η λογοτεχνία (ποίηση, ρητορική) αποτελούν πηγές πολιτισμικού πλούτου που μπορούν να συμβάλλουν στη μεγέθυνση της ελληνικής οικονομίας αν αξιοποιηθούν ορθά (IOBE,2013).

2.1. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η ιδέα του πολιτιστικού τουρισμού γεννήθηκε στην Ελλάδα πριν από 2.000 χρόνια, γεγονός που στοιχειοθετείται από τον οδηγό ναών και μνημείων που συνέταξε ο Πausanίας για την εξυπηρέτηση των προσκυνητών του 2^{ου} αιώνα π.Χ. , ωστόσο αρχίζει να αποτελεί στοιχείο στην τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας μετά τον ΄Β Παγκόσμιο Πόλεμο (Παλάσκας, Παπαθεοδώρου, Τσάμπα, 2006).

Η Ελλάδα σήμερα αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς πολιτισμού διεθνώς καθώς διαθέτει πληθώρα μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς αναγνωρισμένα από την UNESCO όπως είναι οι αρχαιολογικοί χώροι, οι ναοί, οι μοναστικές και μεσαιωνικές πολιτείες, ιστορικά μνημεία, εκδηλώσεις τεχνών και πολιτισμού κλπ. Τα ελληνικά μνημεία που ανήκουν στον κατάλογο των μνημείων της παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO είναι τα ακόλουθα:

1. Ναός Επικούρειου Απόλλωνος – Βάσες (1986)
2. Αρχαιολογικός Χώρος Ακροπόλεως (1987)
3. Αρχαιολογικός Χώρος Δελφών (1987)
4. Ιερό του Ασκληπίου στην Επίδαυρο (1988)
5. Άγιον Όρος – Άθως (1988)
6. Μετέωρα (1988)
7. Παλαιοχριστιανικά και βυζαντινά μνημεία Θεσσαλονίκης (1988)
8. Μεσαιωνική Πόλη της Ρόδου (1988)
9. Αρχαιολογικός Χώρος Ολυμπίας (1989)
10. Αρχαιολογικός Χώρος Μυστρά (1989)
11. Αρχαιολογικός Χώρος Δήλου (1990)
12. Μονή Δαφνίου, Μονή Οσίου Λουκά και Νέα Μονή Χίου (1990)
13. Αρχαιολογικό Χώρος Ηραιοῦ Σάμου (1992)

14. Αρχαιολογικός Χώρος Αίγων (Βεργίνα) (1996)

15. Αρχαιολογικοί Χώροι Μυκηνών και Τίρυνθας (1999)

16. Ιστορικό Κέντρο (Χώρα), με τη Μονή του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου και το Σπήλαιο της Αποκάλυψης στην Πάτμο (1999)

17. Παλαιά Πόλη της Κέρκυρας (2007)²

Η προστασία και διατήρηση αυτών των μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς καθώς και η διαχείριση των πολιτιστικών επισκεπτών είναι καθήκον του Υπουργείου Πολιτισμού, του Υπουργείου Ανάπτυξης και του Ελληνικού Εθνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ). Ωστόσο η Ελλάδα στερήθηκε τη δημιουργία πολιτιστικής τουριστικής πολιτικής μέχρι το 1992. Από τότε μέχρι σήμερα τα πράγματα έχουν αλλάξει και ο πολιτισμός αποτελεί έναν παράγοντα μεγάλης σημασίας για το σχεδιασμό της εθνικής τουριστικής πολιτικής (Sdrali & Chazari, 2007). Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η χώρα μας κατέχει την 9^η θέση σε αριθμό μνημείων παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς και την 23^η θέση σε μνημεία παγκόσμιας φυσικής κληρονομιάς. Τα έσοδα από τα μνημεία και τα μουσεία στην Ελλάδα το 2009 ανήλθαν στα 7,5 εκατομμύρια €, το 2013 στα 47 εκατομμύρια € με 11 χιλιάδες επισκέπτες ενώ το 2014 έχουμε ακόμη μεγαλύτερη άνοδο στα 54 εκατομμύρια € με πάνω από 14 χιλιάδες επισκέπτες.³

² <https://unesco-hellas.org/politismos/ellinika-mnimeia/>

³ Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων, Πίνακας Συνολικών Πωλήσεων Εισιτηρίων και Εισπράξεων για το 2009 και το 2014

Πίνακας 1. Επισκέπτες και Έσοδα από Μουσεία- Αρχαιολογικούς Χώρους

Μουσεία- Αρχαιολογικοί Χώροι	2013	2014	Ιανουάριος- Μαΐος 2015
Αριθμός Επισκεπτών			
Μουσεία	3.391.218	4.154.142	1.572.359
Σύνολο			
Αρχαιολογικοί	8.167.889	9.953.161	2.945.006
Χώροι Σύνολο			
Εισπράξεις σε Ευρώ €			
Μουσεία	9.224.241	11.793.726	3.518.108
Αρχαιολογικοί	37.780.716	42.869.819	11.113.867
Χώροι			

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (Κίνηση μουσείων και αρχαιολογικών χώρων,Μαΐος 2015)

Ο αριθμός των εκθέσεων για το έτος 2011 στις αίθουσες τέχνης ανήλθε σε 557 και σε αυτές εκτέθηκαν περισσότερα από 23 χιλιάδες έργα ενώ το 2014 ο αριθμός των εκθέσεων αυξήθηκε σε 807 με πάνω από 29 χιλιάδες έργα προς έκθεση (ΕΛΣΤΑΤ 2016).

Πίνακας 2. Αίθουσες έργων τέχνης 2010-2014

	2010	2011	2012	2013	2014
Αριθμός ατομικών εκθέσεων	419	267	248	277	403
Αριθμός έργων τέχνης	17.791	9.041	11.916	11.096	12.261
Αριθμός ομαδικών εκθέσεων	319	290	255	325	404
Αριθμός έργων τέχνης	20.258	14.233	15.664	17.060	16.887

Πηγή ΕΛΣΤΑΤ,2016

Επιπλέον, κατά τη θεατρική περίοδο 2010-2014 και συγκεκριμένα το 2011 ο αριθμός έργων στα κρατικά και δημοτικά θέατρα και ορχήστρες ανήλθε σε 1.368 σε όλη τη χώρα, με 4.674 παραστάσεις και 1,97 εκατ. εισιτήρια ενώ το 2014 ο αριθμός των έργων ανήλθε σε 3.738, με 5.746 παραστάσεις και 1,95 εκατ. εισιτήρια.

Πίνακας 3. Κρατικά- Δημοτικά Θέατρα και Ορχήστρες 2011-2014

	2011	2012	2013	2014
Αριθμός έργων	1.368	1.763	1.964	3.738
Αριθμός παραστάσεων	4.674	5.098	5.833	5.746
Αριθμός θεατών (σε χιλιάδες)	1.975,7	2.189,9	2.176,3	1.957,5

Πηγή ΕΛΣΤΑΤ,2016

Η σημασία του πολιτιστικού τουρισμού επομένως για την Ελλάδα είναι μεγάλη αφού πέρα από το γεγονός ότι ο πολιτισμός αποτελεί από τους πρώτους λόγους που οι

τουρίστες από μακρινές περιοχές επισκέπτονται την Ελλάδα, είναι και από τις μεγαλύτερες πηγές εσόδων του κράτους και ευνοεί την ελληνική οικονομία.

2.2. ΣΧΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ: ΣΥΓΚΡΟΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΕΙΑ

Ο τουρισμός και η πολιτιστική κληρονομιά έχουν μια αμοιβαία επωφελή σχέση η οποία ενισχύει την ελκυστικότητα και την ανταγωνιστικότητα των περιφερειών και των χωρών. Η πολιτιστική κληρονομιά είναι ένα σημαντικό στοιχείο του τουριστικού προϊόντος που χαρακτηρίζεται από δημιουργικότητα και έχει ανοδική πορεία στην παγκόσμια αγορά. Ο τουρισμός από την άλλη είναι ένα σημαντικό μέσο για την ενδυνάμωση του πολιτισμού και τη δημιουργία εισοδήματος καθώς στηρίζει την πολιτιστική κληρονομιά και την πολιτιστική παραγωγή. Συνεπώς η ισχυρή αυτή σχέση τουρισμού και πολιτιστικής κληρονομιάς βοηθάει τους προορισμούς να γίνουν πιο θελκτικές τοποθεσίες για να ζήσει κάποιος, να τις επισκεφθεί, να εργαστεί ακόμα και να επενδύσει σ' αυτές (OECD ,2009:17).

Κάθε μορφή τουρισμού προκαλεί μια πολιτισμική συνέπεια, τόσο στον επισκέπτη όσο και στον οικοδεσπότη. Οι διάφορες εκφράσεις του πολιτισμού κάθε περιοχής αποτελούν κεντρικό στοιχείο πολλών τουριστικών πακέτων.⁴

Σήμερα λοιπόν, τα κίνητρα των ανθρώπων όσον αφορά τον προορισμό επιλογής των διακοπών τους έχουν αλλάξει όπως επίσης και η τουριστική ζήτηση. Το τυπικό είδος τουρίστα δεν αφορά μόνον στο είδος διακοπών που περιλαμβάνει μόνο ήλιο και θάλασσα και κατευθύνεται προς την αναζήτηση του κάτι διαφορετικού που περιέχει μοναδικές προσωπικές εμπειρίες. Οι δραστηριότητες λοιπόν της πολιτιστικής κληρονομιάς σε συνδυασμό με τον τουρισμό καλύπτουν τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των τουριστών.

Η σχέση σύγκλισης τουρισμού και πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελεί «απαραίτητο συστατικό των πόλων ανάπτυξης της κατανάλωσης ή του πολιτιστικού κεφαλαίου οδηγούμενο από συγκροτήματα ανάπτυξης» (Richards, 1996:262). Ως εκ τούτου, «η

⁴ B. Martín de la Rosa, www.pasosonline.org

πολιτιστική κληρονομιά είναι μια σύγχρονη άνεση που έχει δημιουργηθεί σκόπιμα για να ικανοποιήσει τη σύγχρονη κατανάλωση» (Ashworth and Larkham, 1994:16).

Ο τομέας όμως αυτός της πολιτισμικής κληρονομιάς διαθέτει αξίες που κινδυνεύουν από το εμπορικό κέρδος (Urry, 1990, Daniel, 1996, ICOMOS, 1999) και ο τουρισμός καμια φορά αν δεν διαχειριστεί κατάλληλα μπορεί να επηρεάσει αρνητικά ακόμα και να διαφθείρει την υπόστασή του (Hovinen, 1995, Fyall & Garrod, 1996). Ο τουρισμός και η πολιτιστική κληρονομιά μπορούν να επιφέρουν επωφελή αποτελέσματα αν κατορθώσουν να επαναφέρουν τους ανθρώπους στις πολιτιστικές ρίζες τους (Donert & Light, 1996) και να αναζωοπυρώσουν το ενδιαφέρον των ανθρώπων για την ιστορία και τον πολιτισμό (Squire, 1996, Tourism Canada, 1991). Επιπλέον ο συνδυασμός αυτών των δύο μπορεί να ενισχύσει στην διατήρηση του ιστορικού, πολιτιστικού, θρησκευτικού και βιομηχανικού παρελθόντος μιας περιοχής.

Σύμφωνα με τον παγκόσμιο επιστημονικό οργανισμό ICOMOS στην Χάρτα τουρισμού και πολιτιστικής κληρονομιάς «είναι απαραίτητη η εμπλοκή και συνεργασία των εκπροσώπων της τοπικής κοινότητας με τους αρμόδιους της διατήρησης, τους τουριστικούς πράκτορες, τους ιδιοκτήτες, αυτούς που διαμορφώνουν την πολιτική, αυτούς που εκπονούν εθνικά αναπτυξιακά σχέδια και με αυτούς που διαχειρίζονται περιοχές έτσι ώστε να επιτευχθεί η βιωσιμότητα των τουριστικών δραστηριοτήτων και να εξασφαλιστεί η προστασία των πολιτιστικών πόρων για τις μέλλουσες γενιές».

Όπως έλεγε η αείμνηστη Μελίνα Μερκούρη «Η πολιτιστική μας κληρονομιά είναι ταυτόχρονα η ευτυχία και η δυστυχία της χώρας μας. Ευτυχία γιατί μας προσφέρει τη μοναδικότητα του ελληνικού πολιτισμού, τη βαριά βιομηχανία μας, τον καλύτερο πρεσβευτή της χώρας μας στο εξωτερικό. Δυστυχία γιατί, για να αποδείξουμε το σεβασμό μας σε αυτό τον πολιτισμό απαιτείται πολλή δουλειά και κυρίως τεράστια ποσά, πολλαπλάσια απ'όσα είναι δυνατό να διατεθούν από μια χώρα σαν την Ελλάδα».⁵

Τέλος, μέγιστη προτεραιότητα για τη συνεργασία των δυο αυτών τομέων τουρισμού - πολιτισμού αποτελεί η εκπαίδευση και η συνεχής ενημέρωση των πολιτιστικών και τουριστικών στελεχών, η έκδοση βιβλίων με θέμα την πολιτιστική μας κληρονομιά και τον τουρισμό αλλά και οι χορηγήσεις του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού σε τουριστικές επιχειρήσεις για την δημιουργία πολιτιστικών εκδηλώσεων. Για να αποβεί

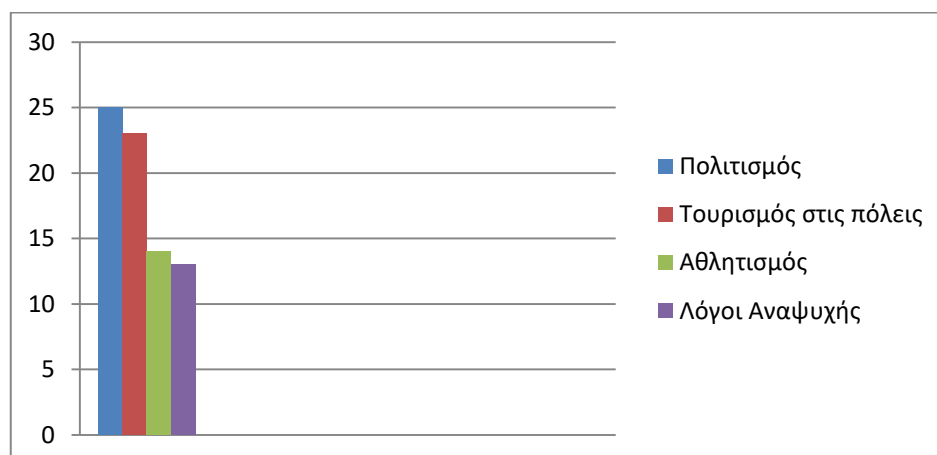
⁵ http://www.faltaits.gr/images/praktika2_2010.pdf, σελ.11

επιτυχής αυτή τους η συνεργασία είναι απαραίτητη μια κοινή στρατηγική πολιτική και η διακοπή κάθε μορφής προστριβής καθώς και η χρηματοδότηση από εναλλακτικές πηγές όπως είναι τα διαρθρωτικά ταμεία (ΕΣΠΑ) μιας που η χώρα μας βρίσκεται σε δυσμενή θέση και δε μπορεί να καλύψει όλα τα έξοδα που αφορούν τον πολιτιστικό τουρισμό.

2.3. Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η Ελλάδα υπήρξε πάντα αγαπημένη επιλογή τουρισμού για τους διεθνείς ταξιδιώτες. Η εντυπωσιακή πολιτιστική κληρονομιά της και οι συγκλονιστικές ακτές της αναγνωρίζονται σε όλο τον κόσμο κάνοντας την ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία όλο και πιο ισχυρή δύναμη στη χώρα. Οι Κινέζοι τουρίστες δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την πολιτιστική μας κληρονομιά, το 2011 μάλιστα έφθασαν στη χώρα μας 16 χιλιάδες επισκέπτες με κίνητρο τον πολιτιστικό τουρισμό. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε από το EC Eurobarometer το 2014, οι Ευρωπαίοι ταξιδεύουν για πολιτιστικούς σκοπούς στην Ελλάδα θεωρώντας την τον καλύτερο προορισμό τουρισμού. Όπως φαίνεται στον Πίνακα 4. ένα μέρος το 25% των συμμετεχόντων της έρευνας δήλωσε ότι το προηγούμενο έτος -2013- το βασικό κίνητρο για ταξίδια ήταν η κουλτούρα, ένα ποσοστό 23% ταξίδεψε στις πόλεις για τουρισμό ενώ ένα ποσοστό 14% ταξίδεψε για τον αθλητισμό και 13% ταξίδεψε για λόγους αναψυχής και χαλάρωσης.

Πίνακας 4. Προτιμήσεις των Ευρωπαίων ως προς τον τουρισμό στην Ελλάδα



Πηγή: EC Eurobarometer (2014)

Ωστόσο, το κατά κεφαλήν ετήσιο ακαθάριστο εισόδημα στην Ελλάδα έπεσε απότομα κατά 29,7% σε πραγματικούς όρους μεταξύ του 2009 και του 2014 (ισοδύναμο με μέση ετήσια πτώση του 6,8% σε πραγματικούς όρους κατά την περίοδο αυτή) για να φτάσει στα 14.630€ το 2014, αντανakλώντας μια σημαντική πτώση του βιοτικού επιπέδου. Λόγω των υψηλών επιπέδων του χρέους, των αυστηρών δημοσιονομικών περιορισμών και της εκτίναξης της ανεργίας, η ελληνική οικονομία υπέφερε από ύφεση έξι συναπτά έτη κατά τη διάρκεια της περιόδου 2008-2013 πριν να υπάρξει οριακή αύξηση του ύψους 0,8% σε πραγματικούς όρους το 2014.

Ο πολιτιστικός τουρισμός συνέβαλλε στην τοπική οικονομική ανάπτυξη μέσω της λειτουργίας μικρών και μεσαίων οικογενειακών επιχειρήσεων οι οποίες προσέφεραν μοναδικά τοπικά και αυθεντικά προϊόντα όπως είναι το ελληνικό ελαιόλαδο που αποτελεί τον θησαυρό της μεσογειακής διατροφής, τα ελληνικά τυριά (γραβιέρα Νάξου, καπνιστό μετσοβόνο Μετσόβου), παραδοσιακό ελληνικό μέλι, παραδοσιακό ψωμί ζυμωμένο στο χέρι και ψημένο σε παλιό ξυλόφουρνο, φρέσκα ψάρια και θαλασσινά από το Αιγαίο και Ιόνιο Πέλαγος, ελληνικά ποιοτικά κρέατα, φρούτα και λαχανικά (μήλα Ζαγοράς Πηλίου, κεράσια Ροδοχωρίου Νάουσας, φιστίκια Αιγίνης). Στις επιχειρήσεις αυτές προσλήφθηκε νέο εργατικό δυναμικό άρα μειώθηκε η ανεργία και αυξήθηκαν τα έσοδα.

Πέραν αυτής του της συμβολής, ο πολιτιστικός τουρισμός προσέφερε κι άλλα οφέλη στην ελληνική οικονομία όπως είναι:

- Η γενικότερη προβολή μιας πόλης ή μιας ευρύτερης περιοχής
- Οι επενδύσεις σε έργα και υπηρεσίες υποδομής στις περιοχές όπου λαμβάνουν χώρα οι πολιτιστικές εκδηλώσεις
- Η οικονομική και κοινωνική αναζωογόνηση ολόκληρων περιοχών
- Η εισροή χρηματικών πόρων από το εξωτερικό (Bounia et. al., 2012)
- Η ανάπτυξη της βιοτεχνίας όσων αφορά τα είδη λαϊκής τέχνης, τα αναμνηστικά και όλα αυτά τα προϊόντα που σχετίζονται με αυτό το είδος τουρισμού
- Η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου δηλαδή προσπάθεια εξάλειψης της εποχικότητας (Holloway and Robinson, 1995)

Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί, ως εκ τούτου, να αποτελέσει καταλύτη για την εθνική και περιφερειακή ανάπτυξη, φέρνοντας την απασχόληση, τα κέρδη της ανταλλαγής, πλεονέκτημα στο ισοζύγιο πληρωμών και σημαντική ανάπτυξη των υποδομών προς όφελος των ντόπιων και των επισκεπτών.

Η Ελλάδα το 2015 κατέλαβε την 31η θέση από την 32η θέση που κατείχε το 2013 και την 29η θέση το 2011 στον παγκόσμιο δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, που περιλαμβάνει συνολικά 141 χώρες και συγκεκριμένα για την κατηγορία “Φυσικοί και Πολιτιστικοί Πόροι” κατατάχτηκε στην 35η θέση (Blanke & Chiesa, 2013, Έκθεση για Ανταγωνιστικότητα Ταξίδια & Τουρισμός, 2013). Επίσης όπως παρατηρούμε στον Πίνακα 5. η Ελλάδα κατατάσσεται στην 16η θέση όσον αφορά τις διεθνείς αφίξεις και στην 19η για τις εισπράξεις το οικονομικό έτος 2013 (UNWTO, 2014).

Πίνακας 5.

Κατάταξη του ελληνικού τουρισμού βάση διεθνών εισπράξεων			
Έτος	Τουριστικές Εισπράξεις (δισ. US \$)	Σειρά Κατάταξης-Κόσμος	Σειρά Κατάταξης-Ευρώπη
2013	16,1	19	9
2012	13,4	22	11
2011	14,6	19	9
2010	12,7	21	10
2009	14,5	15	8
2008	17,1	12	8
2007	15,5	12	8

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Ιούνιος 2014)

Στον Πίνακα 6. παρουσιάζεται η εξέλιξη των αφίξεων ξένων κατοίκων στην Ελλάδα, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων, οι δαπάνες ανα ταξίδι, οι διανυκτερεύσεις ανα ταξίδι και οι δαπάνες ανα διανυκτέρευση.

Πίνακας 6.

Αφίξεις ξένων κατοίκων στην Ελλάδα,διανυκτερεύσεις και δαπάνες ανα ταξίδι					
	Αφίξεις (χιλιάδες)	Διανυκτερεύσεις (χιλιάδες)	Δαπάνη/ταξίδι (ευρώ)	Διανυκτερεύσεις ταξίδι	Δαπάνη Διανυκτερεύσεις (ευρώ)
2009	14.915	141.444	697,3	9,5	73,5
2010	15.008	140.176	640,4	9,3	68,6
2011	16.427	150.978	639,5	9,2	69,6
2012	15.518	140.919	646	9,1	71,1
2013	17.917	160.251	653,4	8,9	73,1
2014	22.034	184.789	590,2	8,4	70,4
2015	23.600	185.027	579,6	7,8	73,9
2016	25.005	195.000	581,9	7,8	74,6

Πηγή: Έρευνα Συνόρων Τράπεζας της Ελλάδος - Εκτιμήσεις: SETE Intelligence

Βλέπουμε ότι η δαπάνη ανα ταξίδι μειώθηκε στα 580€ το 2015 από 590€ που ήταν το 2014 και 653€ το 2013. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι ταξιδιώτες πραγματοποιούν μικρότερης διάρκειας διακοπές. Η πλειοψηφία των αφίξεων των μη κατοίκων στην Ελλάδα προέρχεται από το ΠΓΔΜ (3.023.059 το 2015), τη Γερμανία (2.810.350 το 2015) το Ηνωμένο Βασίλειο (2.397.169 το 2015) και τη Βουλγαρία (1.900.642 το 2015) (ΣΕΤΕ,Τεύχος 1-Ιούλιος 2016).

Επιπλέον, δόθηκε στη δημοσιότητα ότι κατά το φορολογικό έτος 2012, η συνεισφορά του τομέα του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας ήταν 16,4%, ενώ στον τομέα του τουρισμού το συνολικό ποσοστό απασχόλησης αντιστοιχεί στο 18,3% ή 688.800 θέσεις εργασίας. Μέχρι τώρα τα στοιχεία έχουν δείξει πως ο ελληνικός τουρισμός αποτελεί ανταγωνιστικό κλάδο για την εθνική οικονομία (ΣΕΤΕ, 2014). Για αυτό το λόγο, ο τουρισμός θεωρείται ως η βαριά βιομηχανία της ελληνικής οικονομίας. Η γεωγραφική θέση και το ήπιο κλίμα της χώρας επιτρέπει την ανάπτυξη όλων των μορφών τουρισμού όλο το χρόνο και ειδικότερα ευνοεί την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού.

Το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (Ι.Ο.Β.Ε.) στην τριμηνιαία έκθεσή του το 2013 στο τεύχος 70 για την Ελληνική Οικονομία επιβεβαίωσε, ότι «ο

πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να συμβάλλει στη μεγαλύτερη ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος, άρα και της ελληνικής οικονομίας γενικότερα.» (Ιανουάριος 2013). Παρόμοια διαπίστωση έγινε και από έρευνα της τριμηνιαίας έκδοσης του Κέντρου Ερευνών και Προγραμματισμού (Κ.Ε.Π.Ε.), στο τεύχος 24 «Οικονομικές Εξελίξεις» (Ιούνιος 2014), όπου επισημαίνεται ότι «ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί σημαντικότερη πηγή εσόδων αλλά και ένα σημαντικότερο εξαγωγικό «προϊόν» με οφέλη πέρα και πάνω από τη χρηματική του συνιστώσα». Επομένως, διαθέτουμε «ένα είδος «πολιτιστικού μονοπωλίου» σαν χώρα το οποίο πρέπει να εκμεταλλευτούμε τουριστικά, πολιτικά και πολιτιστικά», όπως σημειώνει ο ερευνητής Β. Καφούρος.

ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ

Ο πολιτιστικός τουρισμός για την Ελλάδα παίζει πολύ σημαντικό ρόλο αφού η Ελλάδα έχει να επιδείξει πολλές εστίες πολιτιστικής κληρονομιάς όπως είναι τα μνημεία της, οι αρχαιολογικοί της χώροι, οι παραδοσιακοί της οικισμοί, τα κάστρα της, οι παραδοσιακές της τέχνες. Μπορεί να συμβάλλει στην αναδιόρθωση της τουριστικής αγοράς, στην καταπολέμηση της ανεργίας, στην ενίσχυση επιχειρηματικών δράσεων και πρωτοβουλιών και πρωτίστως στην προβολή των εγχώριων πολιτιστικών προϊόντων. Ακόμη μπορεί να ενισχύσει την ελληνική οικονομία με την παραγωγή και προώθηση προϊόντων όπως αγροτικά προϊόντα, γλυκίσματα και είδη χειροτεχνίας και λαϊκής παράδοσης. Το δίπτυχο τουρισμός – πολιτισμός αφενός έχει πολλά προτερήματα αλλά και μειονεκτήματα. Δηλαδή προστατεύει μεν την πολιτιστική κληρονομιά και την προβάλλει αλλά η αλόγιστη χρήση των πολιτιστικών αγαθών μπορεί να δημιουργήσει αρνητικά αποτελέσματα και να χαθεί η αυθεντικότητά τους.

Λαμβάνοντας υπόψη τις αμφίδρομες επιδράσεις του πολιτισμού και του τουρισμού και δίνοντας εξέχουσα προσοχή στην οικονομική τους διάσταση καταλήγουμε ότι η ιδιαιτερότητα της πολιτισμικής μας κληρονομιάς πρέπει να αξιοποιηθεί περισσότερο σε γόνιμο πεδίο δράσης για να φέρει κι άλλα κερδοφόρα αποτελέσματα σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο. Αναγκαίο είναι ακόμη ο πολιτιστικός τουρισμός να είναι φιλικός προς το περιβάλλον και να μην επιβάλλουν οι τουριστικοί επιχειρηματίες την δημιουργία επενδυτικών προγραμμάτων για έργα υποδομής σε μέρη που δεν είναι επιτρεπτό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΛΛΗΝΙΚΑ & ΞΕΝΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΥΠΑΡΧΟΝΤΑ-ΑΣΤΙΚΗ ΑΝΑΓΕΝΝΗΣΗ ΑΠΟ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ & ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Ως πολιτιστικά αγαθά-προϊόντα μπορούν να οριστούν όλα τα πολιτιστικά αποθέματα που διαθέτει μια χώρα και τα διοχετεύει από γενιά σε γενιά. Η Ελλάδα αυτό που προσφέρει στους τουρίστες ως πολιτιστικό προϊόν είναι την ιδιαίτερη γλώσσα της, τις παραδόσεις της, την γαστρονομία της, τις χειροτεχνίες της, τις τέχνες και τη μουσική της, την ιστορία των τόπων υποδοχής της, τη θρησκεία της, την αρχιτεκτονική της, τις παραδοσιακές ενδυμασίες της. Όλα αυτά είναι αγαθά που μπορεί να τα δει κανείς, να τα ακούσει, να τα αγγίξει. Υπάρχουν όμως και πολιτιστικές αξίες όπως είναι η φιλοξενία και η ζεστασιά των κατοίκων της χώρας που δεν τις αντιλαμβάνεται αμέσως ο επισκέπτης εκτός κι αν γνωρίσει τους ανθρώπους αυτούς και περάσει λίγο χρόνο μαζί τους.

Η γνωριμία αυτή και η ανταλλαγή απόψεων και αξιών μπορεί να γίνει με την πραγματοποίηση πολιτιστικών δραστηριοτήτων όπου ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να βιώσει νέες πολιτιστικές εμπειρίες. Τέτοιες εκδηλώσεις μπορεί να είναι μια έκθεση ζωγραφικής, μια συναυλία, μια θεατρική παράσταση, μια έκθεση φωτογραφίας ή ένα φεστιβάλ κινηματογράφου. Αυτές οι πολιτιστικές δραστηριότητες αποτελούν «το μέσο επικοινωνίας με ένα μεγάλο αριθμό ομάδων του κοινού και αποβλέπουν στη μετάδοση πληροφοριών, ιδεών και αισθημάτων αναφορικά με την υλική μαρτυρία του ανθρώπινου γένους και του περιβάλλοντός του» (Verhaar & Meeter, 1988, Κοσκινά & Γλύτση, 2003).

Για να υλοποιηθούν όμως αυτές οι πολιτιστικές δραστηριότητες είναι απαραίτητο να κατασκευαστούν οι κατάλληλες υποδομές. Η κατασκευή των πολιτιστικών υποδομών γίνεται με την παρέμβαση του κράτους. Οι υποδομές αυτές μπορεί να είναι είτε λειτουργικές (π.χ. θέατρα, ωδεία, βιβλιοθήκες, αίθουσες εκθέσεων, συναυλιών και συνεδρίων) είτε θεσμικές (π.χ. υπηρεσίες, φορείς) (Παχάκη & Αγγελίδου, 2000). Το κράτος πρέπει να χρηματοδοτήσει τα έργα αυτά, πράγμα που σημαίνει ότι πρέπει να διαθέσει κεφάλαιο. Επομένως οι πολιτιστικές δραστηριότητες είναι ωφέλιμες, προσελκύουν τουρίστες αλλά και δαπανηρές ως προς το οικονομικό κόστος των πολιτιστικών υποδομών.

Η κατασκευή κτιρίων και μεγάλων εγκαταστάσεων αποτελεί μια αστική στρατηγική για την ανάπτυξη της εικόνας μιας πόλης και τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Πρόσφατα παραδείγματα ανάπτυξης πολιτιστικών υποδομών αποτελούν το Μουσείο Guggenheim στο Μπιλμπάο, η γκαλερί Tate Modern στο Λονδίνο και το Baltic Flour Mills στο Γκέιτςχεντ. Οι πολιτιστικές υποδομές μπορούν να εφαρμοστούν σε κοινότητες όλων των μεγεθών. Ο Gertler (2004) υποστηρίζει ότι η ανάπτυξη πολιτιστικών υποδομών στις πόλεις:

- μπορεί να διαδραματίσει ολόένα και πιο σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση του δυναμισμού, της ανθεκτικότητας, και της συνολικής ανταγωνιστικότητας της εθνικής οικονομίας.
- έχει τη δυνατότητα να βελτιώσει την ποιότητα της ζωής των ανθρώπων που ζούν και εργάζονται σε αυτήν την πόλη.

Σύμφωνα με τον Jenkins (2005) οι πολιτιστικές υποδομές:

- λειτουργούν ως εστιακό σημείο για την προσέλκυση τουριστών και συμβάλουν στην προώθηση της εικόνας μιας πόλης ως πολιτιστικό προορισμό.
- χρησιμεύουν ως μέσο για την προσέλκυση υψηλά ειδικευμένων και μορφωμένων εργαζομένων στις κοινότητες.

Εικόνα 13. Μουσείο Guggenheim



Πηγή: [http://wikipedia.qwika.com/en2el/Guggenheim Museum Bilbao](http://wikipedia.qwika.com/en2el/Guggenheim_Museum_Bilbao)

Το μουσείο Guggenheim που βρίσκεται στο Μπιλμπάο της Ισπανίας είναι ένα αρχιτεκτονικό δημιούργημα που άφησε εποχή. Η κατασκευή του ολοκληρώθηκε το

1997 και έφερε την πολιτιστική και οικονομική άνθηση στην βιομηχανική τότε βασική πόλη. Δημιούργησε νέες θέσεις εργασίας αντιμετωπίζοντας έτσι το πρόβλημα της ανεργίας που μάστιζε την περιοχή λόγω αποβιομηχάνισης. Αποτέλεσε σύμβολο της εικόνας της πόλης του Μπιλμπάο, προσελκύοντας χιλιάδες επισκέπτες, φθάνοντας το 2010 στους 1 εκ. επισκέπτες. Φιλοξενεί εκθέματα τόσο Ισπανών όσο και ξένων καλλιτεχνών. Αρκετές πόλεις θέλησαν να αντιγράψουν το παράδειγμα του Μπιλμπάο το οποίο είχε γίνει τάση και είχε χαρακτηριστεί ως «Bilbao Effect» (Baniotopoulou, 2001).

Εικόνα 14. Tate Modern



Πηγή:<http://www.londonforfree.net/gizmo/wp-content/uploads/2015/01/tate-modern.jpg>

Άλλο ένα αξιοσημείωτο πολιτιστικό έργο είναι η πινακοθήκη μοντέρνας τέχνης Tate που βρίσκεται στο Λονδίνο, στην περιοχή Μπανκσάϊντ στις όχθες του ποταμού Τάμεση. Ιδρύθηκε το 2000 στο κτίριο όπου βρισκόταν παλιότερα ο σταθμός παραγωγής ενέργειας Μπανκσάϊντ. Ήταν ένα έργο που έφερε αναγέννηση στην περιοχή καθώς από το 1981 που είχε κλείσει ο σταθμός μέχρι το 1993 δεν είχε παρθεί καμία δημιουργική πρωτοβουλία και φαινόταν όλα εγκαταλελειμμένα. Διαθέτει συλλογή με έργα μοντέρνας τέχνης που χρονολογούνται από το 1900 μέχρι σήμερα. Την επισκέπτονται γύρω στους 5 εκατομμύρια επισκέπτες το χρόνο.

Εικόνα 15. Temple Bar

Πηγή: <http://www.barnacles.ie/dublin-pubs/>

Στην περιοχή Temple Bar του Δουβλίνου έγιναν επίσης επενδύσεις ύψους 200 εκατομμυρίων € σε πολιτιστικούς χώρους όπως είναι το Κέντρο Πολυμέσων για τις τέχνες, το Κέντρο Κινηματογράφου της Ιρλανδίας, το Εθνικό Φωτογραφικό Κέντρο και το Εκθεσιακό Κέντρο Βίκινγκ (Grefe, 2002). Η ιστορία της περιοχής, χρονολογείται από την εποχή των Vikings και είναι μια περιοχή γεμάτη πολιτισμό εστιάζοντας στα βιβλία, στις τέχνες του θεάματος, στα καφενεία, στις πολιτικές συζητήσεις, διαθέτοντας πολλά χρώματα και αστείρευτη ενέργεια. Η πολιτιστική περιοχή Temple Bar, ιδρύθηκε από την κυβέρνηση με νομοθεσία το 1991 με στόχο την ανάπτυξη της περιοχής η οποία φυσικά επετεύχθη και συνεχίζεται έως και σήμερα.

Εικόνα 16. Glasgow Royal Concert Hall

Πηγή: <http://mapio.net/pic/p-34133749/>

Εικόνα 17. University of Glasgow

Πηγή:<https://www.shutterstock.com/image-photo/university-glasgow-east-quadrangle-main-building-163078787>

Όπως και οι άλλες πόλεις έτσι και η Γλασκώβη αναγεννήθηκε πολιτισμικά κατά τη δεκαετία του 1980 και του 1990 δημιουργώντας μια νέα γκαλερί για το Burrell Collection, το κέντρο διάδοσης Επιστημών της Γλασκώβης και το Glasgow Royal Concert Hall εστιάζοντας στην όπερα και το μπαλέτο. Η πολιτιστική αναγέννηση έφερε μια δραματική αλλαγή στο τοπίο του ποταμού Clyde η οποία ιστορικά διαμόρφωσε την βιομηχανική ταυτότητα της Γλασκώβης. Τα πρώην πολυσύχναστα ναυπηγεία που είχαν εγκαταλειφθεί και παραμεληθεί για χρόνια αναζωογονήθηκαν και αποτελούν πλέον κειμήλια της βιομηχανικής ιστορίας. Οι αποβάθρες εξελίχθηκαν σε κτίρια και εμπορικά συγκροτήματα που εξυπηρετούν την ανάπτυξη και την αναζωογόνηση του ποταμού Clyde.

Λόγω της παρακμής της βαριάς βιομηχανίας της, αυξήθηκε η κίνηση στον κλάδο των υπηρεσιών. Η αύξηση του αριθμού των τουριστών οδήγησε σε αύξηση για ξενοδοχεία και εστιατόρια. Η εσωτερική αναγέννηση της πόλης έφερε μαζί της την δημιουργία των wine bar, των γκαλερί και των καταστημάτων με επώνυμα ρούχα. Η Γλασκώβη είναι μια πόλη διαφορετική που μπορεί σήμερα να υπερηφανεύεται για τις υπηρεσίες του μεγαλύτερου δημοτικού μουσείου της πόλης, τη μεγαλύτερη δημόσια βιβλιοθήκη της (Mitchell Library), και τις αίθουσες συναυλιών της, ενώ φιλοξενεί ακόμα ποικίλες πολιτιστικές εκδηλώσεις που αντανακλούν το μεγάλο μεταναστευτικό πληθυσμό και την προσέλκυση νέων τουριστών στην περιοχή. Το 1990 κατάφερε να αποκτήσει τον τίτλο της Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας και να οργανώσει πάνω από 3.400

δραστηριότητες περιλαμβάνοντας καλλιτέχνες από 23 χώρες, 3.979 παραστάσεις, 656 θεατρικές παραγωγές, 1.901 εκθέσεις και 157 αθλητικά γεγονότα.⁶

Εικόνα 18. Royal Conservatory of Music



Πηγή:https://commons.wikimedia.org/wiki/File:The_Royal_Conservatory_of_Music..jpg

Εικόνα 19. Gardiner Museum of Ceramic Art



Πηγή:<https://www.dreamstime.com/editorial-photo-gardiner-museum-ceramic-art-toronto-untitled-sculpture-jun-kaneko-canada-image59144471>

Ακόμη, το Τορόντο επένδυσε 233 εκατομμύρια \$ στο πλαίσιο του προγράμματος πολιτιστικών υποδομών του Καναδά στο οποίο περιλαμβάνονται ανακαινίσεις στο Βασιλικό Μουσείο του Οντάριο, στην Πινακοθήκη του Οντάριο, στο Royal Conservatory of Music, στο Roy Thomson Hall, και στο Gardiner Μουσείο Κεραμικής Τέχνης. Επίσης δόθηκαν χρήματα και για την κατασκευή του Κέντρου Four Seasons για τις τέχνες (το νέο σπίτι της καναδικής Opera Company) και δημιουργήθηκαν νέες εγκαταστάσεις κατάρτισης για το Εθνικό Μπαλέτο του Καναδά (Gertler, 2006).

⁶ D. McCauley, http://tauranga.kete.net.nz/en/tauranga_city_libraries_history/topics/show/993-the-cultural-renaissance-in-auckland-and-glasgow

Ειδικότερα, το Gardiner Μουσείο Κεραμικής Τέχνης εγκαινιάστηκε το 1984 για να στεγάσει τη συλλογή από αρχαία αμερικανικά αντικείμενα και ευρωπαϊκά κεραμικά και πορσελάνινα σκέυη. Μεταξύ του 1987 και του 1996 ήταν υπό τη διαχείριση του βασιλικού μουσείου του Οντάριο, αλλά μια γενναιόδωρη δωρεά από τον George Gardiner επέτρεψε να ανακτήσει την ανεξαρτησία του. Το Μουσείο αυτό έγινε ένα σημαντικό κέντρο κεραμικής για τη Βόρεια Αμερική. Έκλεισε το διάστημα 2004-2006 για μια μεγάλη επέκταση. Σήμερα όμως το μουσείο διαθέτει μια επέκταση της μόνιμης συλλογής, ένα πλήρες πρόγραμμα εκθέσεων και προγραμμάτων, καθώς και ένα αυξανόμενο κοινό.

Εικόνα 20. Baltic Four Mills



Πηγή: <http://www.geograph.org.uk/photo/4881477>

Εικόνα 21. Sage Gateshead



Πηγή: <http://www.fosterandpartners.com/projects/the-sage-gateshead/>

Στο Νιούκαστλ στην περιοχή Γκέιτσχεντ έγιναν επίσης πολλά σημαντικά πολιτιστικά κέντρα όπως είναι η Γκέιτσχεντ Γέφυρα της Χιλιετίας, το Baltic Flour Mills μουσείο σύγχρονης τέχνης και το Sage Γκέιτσχεντ, ένα μουσικό κέντρο. Όλα αυτά αναπτύχθηκαν για να γίνει η πόλη Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 2008. Το

Baltic Flour Mills χτίστηκε για τον Joseph Rank Limited. Οι εργασίες για την κατασκευή του εργοστασίου ξεκίνησαν στα τέλη της δεκαετίας του 1930, διακόπηκαν κατά τη διάρκεια του πολέμου και ο αλευρόμυλος άνοιξε τελικά το 1950. Ήταν στην πραγματικότητα ένα εργοστάσιο διπλής χρήσης για την παραγωγή αλευριού αλλά και ζωοτροφών. Εκατοντάδες άνθρωποι απασχολούνταν εκεί μέχρι να κλείσει τις πόρτες του το Νοέμβριο του 1982. Το κτίριο που παρέμεινε είναι μόνο ένα μέρος του εργοστασίου και διαμορφώθηκε κατάλληλα για να ανοίξει το Κέντρο Σύγχρονης Τέχνης το 2002.⁷

Τα παραπάνω μουσεία, γκαλερί, πινακοθήκες δύνανται να συμβάλλουν στην ανάπτυξη των περιοχών στις οποίες έχουν δημιουργηθεί και αποτελούν σημαντικούς πολιτισμικούς πόρους και θεματοφύλακες των τοπικών τεχνών. Είναι συνδεδεμένα με την τοπική κοινωνία και τους φορείς της χαράσσοντας κοινή στρατηγική πολιτική για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού. Η συνεχής προβολή τους εξασφαλίζει τη βιωσιμότητά τους αλλά και την δυνατότητα να διευρύνουν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες.

3.1. ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Γνωρίζουμε ότι όσο καλύτερο είναι ένα πολιτιστικό προϊόν τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα οι κάτοικοι να ξοδέψουν χρήματα για μια περιοχή, επαρχία ή χώρα. Ακόμη πιο σημαντική είναι η ικανότητα των πολιτιστικών προϊόντων να προσελκύσουν ή να αυξήσουν τη διάρκεια της παραμονής των τουριστών, επειδή φέρνουν το «νέο χρήμα». Συνεπώς, στην πραγματικότητα δεν μπορεί κάθε πολιτιστικό προϊόν, κάθε μουσείο ή ιστορική τοποθεσία, να επιφέρει τουριστική έλξη. Υπάρχουν εκείνα τα πολιτιστικά προϊόντα που είναι ικανά να προσελκύσουν τουρίστες και εκείνα που δεν είναι σε θέση αυτή τη στιγμή αλλά είναι πρόθυμα να το κάνουν στο μέλλον. Η ικανότητα των πολιτιστικών προϊόντων να προσελκύσουν τουρίστες οφείλεται στην αντιληπτή ποιότητα του προϊόντος, στην ευαισθητοποίηση των τουριστών, στη στάση τους απέναντι στις υπηρεσίες, στη βιωσιμότητα, στην υποστήριξη και τη συμμετοχή της

⁷ D. Morton, <http://www.chroniclelive.co.uk/lifestyle/nostalgia/remember-when-baltic-flour-mills-7904181>

κοινότητας, στον βαθμό στον οποίο γίνεται αντιληπτό ότι το προϊόν είναι μοναδικό, στη δέσμευση και την ικανότητα της προώθησής του (Silberberg, 1995).

Για μια μεσογειακή χώρα όπως η Ελλάδα που διαθέτει γεωγραφική θέση στρατηγικής σημασίας, ατελείωτες θάλασσες και ακτές, ηλιόλουστο καιρό και αρχέγονο πολιτισμό ο τουρισμός ήταν πάντοτε υπαρκτός. Η Ελλάδα άρχισε να θεωρείται ως τουριστικός προορισμός από την δεκαετία του 1960. Κύριος μοχλός για την ανάπτυξη του τουρισμού της Ελλάδας ήταν τα πολιτιστικά αγαθά της. Οι τουρίστες επισκέπτονταν την χώρα μας για να δούν και να θαυμάσουν τους αρχαιολογικούς χώρους μας και παράλληλα να απολαύσουν στιγμές χαλάρωσης και αρμονίας στις ελληνικές ακτές.

Το ελληνικό πολιτιστικό τουριστικό προϊόν-αγαθό περιλαμβάνει δραστηριότητες που σχετίζονται με την πολιτιστική κληρονομιά, με τις σύγχρονες τέχνες (ηθοποιία σε χώρους πολιτισμού όπως είναι το Ηρώδιο και το αρχαίο θέατρο της Επιδαύρου, σύγχρονη αρχιτεκτονική και γλυπτική), με στοιχεία που έχουν σχέση με τον τρόπο ζωής του σύγχρονου Έλληνα (δηλαδή την κουζίνα, τις διατροφικές του συνήθειες, τις παραδόσεις) αλλά και με τις δημιουργικές βιομηχανίες (όπως η μόδα, το web και graphic design, ο κινηματογράφος) (ΣΕΤΕ, 2010). Πιο συγκεκριμένα, μπορεί να σχετίζεται με μια κινηματογραφική ταινία που έχει αναπαραστάσεις ελληνικών τοπίων, με ένα διαφημιστικό μήνυμα στην τηλεόραση όπου αναδεικνύονται τα προϊόντα της ελληνικής γής, με έναν πίνακα ζωγραφικής στον οποίο είναι σχεδιασμένο ένα ελληνικό νησί, με μια υπηρεσία εσωτερικής διακόσμησης η οποία εστιάζει στην δημιουργία ενός παραδοσιακού κλίματος, μ' ένα βιβλίο στο οποίο αναλύεται η ιστορία και ο πολιτισμός της Ελλάδας. Ωστόσο, τα πολιτιστικά αγαθά έχουν και άμεσες οικονομικές αξίες όπως είναι ας πούμε η τιμή του εισιτηρίου για μια θεατρική παράσταση. Υπάρχουν όμως κι εκείνα τα πολιτιστικά προϊόντα που έχουν έμμεση οικονομική αξία, δηλαδή λειτουργούν ως σύμβολα της χώρας. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι το μουσείο της Ακρόπολης όπου αποτελεί ένα τεράστιο έργο για την πόλη της Αθήνας αλλά και για τον επαναπροσδιορισμό της στο διεθνή τουριστικό χάρτη (Αυδίκος, 2014).

Επομένως τα βασικά χαρακτηριστικά του πολιτιστικού τουριστικού προϊόντος είναι α) τα θέλγητρα του τόπου μας αλλά και β) οι διευκολύνσεις που παρέχει ο τόπος αυτός πχ. ξενοδοχεία, εστιατόρια, μαγαζιά, μέσα μεταφοράς γ) η προσπελασιμότητα του τόπου δηλαδή πόσο εύκολα μπορεί να φθάσει ο τουρίστας στον προορισμό του δ) η εικόνα του τόπου προορισμού στην οποία θα αναφερθούμε παρακάτω και διαμορφώνεται από

μια σειρά παραγόντων που καθορίζουν την τελική απόφαση του τουρίστα ε) η τιμή του συνολικού πολιτιστικού τουριστικού προϊόντος δηλαδή το συνολικό κόστος για τη μετακίνηση του, τη διαμονή του, τη διατροφή του, τη συμμετοχή του σε πολιτιστικές δραστηριότητες (π.χ. φεστιβάλ, είσοδο σε μουσεία-εκθέσεις) (Λιώκης,2014).

Μία έρευνα που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό των Financial Times το 1998 σε δείγμα 2.600 επιχειρηματιών και στελεχών επιχειρήσεων από τους οποίους οι 1.300 ήταν Βρετανοί και οι άλλοι 1.300 Ευρωπαίοι έδειξε ότι ανάμεσα στα θετικά στοιχεία που προσελκύουν έναν τουρίστα να επισκεφθεί τη χώρα μας είναι το καλό κλίμα (51% των ερωτηθέντων), η φιλοξενία (38%), η κουλτούρα (33%) και η φιλική διάθεση των Ελλήνων (32%). Αντιθέτως ένα πολύ μικρό ποσοστό δήλωσε ευχαριστημένο από τις προσφερόμενες υπηρεσίες (4%), τις μεταφορές (5%) και τις επικοινωνίες (6%).

Πίνακας 7.

Η Τουριστική Εικόνα της Ελλάδας	
Παράγοντες	%
Καλό κλίμα	51
Φιλοξενία	38
Κουλτούρα	33
Φιλικοί Άνθρωποι	32
Καλό φαγητό/κρασί	27
Εύκολη πρόσβαση	24
Ασφαλή ταξίδια	21
Αναψυχή-Σπόρ	13
Υγιές περιβάλλον	11
Καλές τηλεπικοινωνίες	6
Καλή μεταφορά	5
Υψηλό επίπεδο service	4

Πηγή: Financial Times (Επενδυτής,12-13/09/1998)

Άρα οι προσφερόμενες υπηρεσίες όπως είναι οι υπηρεσίες των ξεναγών ειδικά όσον αφορά τις ξένες γλώσσες πρέπει να είναι άριστες καθώς και οι τουριστικοί οδηγοί και οι χάρτες που μοιράζονται στους τουρίστες για να είναι πλήρως προσανατολισμένοι για το

πολιτιστικό θέαμα που πρόκειται να επισκεφθούν. Ακόμα βασικό ζήτημα είναι οι αστικές συγκοινωνίες όπως τα λεοφωρεία και τα τρένα που πρέπει να εξυπηρετούν και να διευκολύνουν την μεταφορά των τουριστών σε άλλες περιοχές της Ελλάδος κατά τη διάρκεια παραμονής τους στην χώρα, πράγμα που μπορεί να γίνει με την δημιουργία περισσότερων δρομολογίων. Οι τεχνολογίες και το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορούν να συνδράμουν στην βελτιστοποίηση του παρεχόμενου πολιτιστικού προϊόντος δίνοντας αναλυτικές πληροφορίες ηλεκτρονικά για τους καταλόγους των μουσείων, τα πολιτιστικά κειμήλια κάθε πόλης, τις πολιτιστικές ενώσεις και τους φορείς των τεχνών, τα πανεπιστήμια (Καροφύλλου, 2008).

Επιπροσθέτως, πρέπει να αξιοποιηθούν και αρχαιολογικοί χώροι διεθνής φήμης και μεγάλης ιστορικής αξίας όπως είναι ο Μαραθώνας, η Σαλαμίνα, το μαντείο της Δωδώνης οι οποίοι είναι ανεκμετάλλευτοι και εμφανίζουν εικόνες πλήρους εγκατάλειψης αλλά και να εκμεταλλευτούμε παραπάνω το φυσικό πλούτο της χώρας μας έτσι ώστε να αυξηθούν περαιτέρω οι αφίξεις των τουριστών οι οποίοι αποζητούν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (ορειβατικό τουρισμό, αγροτουρισμό, οικοτουρισμό, θαλάσσιο τουρισμό).

Γι αυτό το λόγο είναι απαραίτητη η εφαρμογή ενός στρατηγικού σχεδίου μάρκετινγκ που θα προωθεί το πολιτιστικό προϊόν σε κάθε τουρίστα με διαφορετικό τρόπο ανάλογα με τις ανάγκες και τις προτιμήσεις του. Για την επιτυχία αυτού του σχεδίου πρέπει να παραλείπονται οι αναφορές σε εθνικοπολιτικές διαφορές και κοινωνικά προβλήματα τύπου εγκληματικότητα, ρατσισμός, μετανάστευση που μπορεί να κάνουν τον τουρίστα να χάσει την καλή εικόνα που έχει για την Ελλάδα (Νάστος, 2012).

3.2. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

Οι πολιτιστικές δραστηριότητες έχουν νόημα όταν λαμβάνουν υπόψη τις επιθυμίες του κοινού, αναδύουν τις αρχές του δημοσίου δικαίου και παρέχουν ευκαιρίες για δημιουργικότητα, έκφραση και συμμετοχική ελευθερία (Γκαντζιάς, 2007). Σύμφωνα με τον ν.3525/2007 («Πολιτιστική Χορηγία», άρθρο 1) πολιτιστική δραστηριότητα είναι η δραστηριότητα που «αποσκοπεί στην προστασία, αξιοποίηση και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς όπως ορίζεται από τον ν. 3028/2002 (ΦΕΚ 153 Α' /28.6.2002) καθώς και στην ενίσχυση και προβολή του νεώτερου και σύγχρονου

πολιτισμού, ο οποίος περιλαμβάνει κάθε δράση που αποσκοπεί ιδίως, στην παραγωγή, καλλιέργεια, προαγωγή και διάδοση των γραμμάτων, της μουσικής, του χορού, του θεάτρου, του κινηματογράφου, της αρχιτεκτονικής, της ζωγραφικής, της γλυπτικής, των εικαστικών τεχνών».

Οι πολιτιστικές δραστηριότητες ή εκδηλώσεις μπορούν να γίνουν ορόσημο για μια πόλη όπως στην περίπτωση της Σεβίλλης με την World Expo το 1992 και στην περίπτωση της Βαρκελώνης με τους Ολυμπιακούς Αγώνες το 1992. Οι εκδηλώσεις αυτές ενθαρρύνουν τους ανθρώπους να επισκεφθούν ένα τόπο πάνω από μια φορά και με αυτό τον τρόπο φιλοξενώντας μια πληθώρα γεγονότων οι πόλεις μπορούν να αποκτήσουν ένα πιο πολυπολιτισμικό προφίλ. Γι' αυτό και οι πόλεις ανταγωνίζονται σκληρά για το ποια θα κατακτήσει την φιλοξενία εκδηλώσεων όπως είναι, οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το Παγκόσμιο τελικό κύπελο, μια Παγκόσμια expo (Hall, 1992).

Ο Prentice (1993) διεξήγαγε μία έρευνα σε μια σειρά από sites για την «Νήσο του ανθρώπου», ερευνώντας 4.000 επισκέπτες την χρονική περίοδο μεταξύ 1988 και 1991. Απ' αυτή την έρευνα βρήκε ότι διαφορετικές ομάδες επισκεπτών πολιτιστικής κληρονομιάς τείνουν να αναζητούν διαφορετικές εμπειρίες και οφέλη όταν παρακολουθούν πολιτιστικές εκδηλώσεις. Οι Formica και Uysal (1998) ερεύνησαν το Φεστιβάλ του Σπολέτο στην Ιταλία και βρήκαν ότι το κοινό του είναι σχετικά νέοι άνθρωποι και υπάρχει ένα υψηλό ποσοστό επαναλαμβανόμενων επισκεπτών (59%). Τα κίνητρα των επισκεπτών αυτού του φεστιβάλ ήταν κυρίως το ενδιαφέρον για τις πολιτιστικές μορφές που παρουσιάζονται στο φεστιβάλ, η επιθυμία να ψυχαγωγηθούν και να βιώσουν την ατμόσφαιρα της εκδήλωσης. Το κοινό του θα μπορούσε να χωριστεί σε δύο κύρια τμήματα: τους «λάτρεις» και τους «μετριοπαθείς». Οι λάτρεις του ήταν πιο πιθανό να είναι επαναλαμβανόμενοι επισκέπτες με υψηλότερα εισοδήματα και επίπεδα εκπαίδευσης. Τα κίνητρά τους ήταν πιο πιθανό να σχετίζονται με μια δίψα για τον πολιτισμό, με την επιθυμία να βιώσουν νέα πράγματα και με την αναζήτηση για διέγερση και ενθουσιασμό. Αυτή η ομάδα θα μπορούσε να ταυτιστεί ευρέως ως «ειδικευμένοι καταναλωτές» και υπολογίζεται να είναι σχεδόν το 80% των θεατών του φεστιβάλ (Richards, 1996a). Οι μετριοπαθείς ήταν πιο πιθανό να είναι «ανειδίκευτοι καταναλωτές» με γενικά κίνητρα που συνδέονται με την ψυχαγωγία.

Οι πολιτιστικές δραστηριότητες έχουν γίνει το πιο σημαντικό μέσο κατανάλωσης για μια πόλη (Ritzer, 1999). Πράγματι, το ίδιο υποστηρίζει και ο Harvey (1989) ότι η

ανάπτυξη των «blockbuster» γεγονότων είναι ένα χαρακτηριστικό της ολοένα αυξανόμενα γρήγορης εναλλαγής της κατανάλωσης. Σε ένα τέτοιο κλίμα, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, έχουν αναδειχθεί ως ένας τρόπος για τη βελτίωση της εικόνας των πόλεων, προσθέτοντας ζωή στους δρόμους της πόλης και τροδοφοτώντας τους πολίτες με ανανεωμένη υπερηφάνεια για την πατρίδα τους. Αυτή η ενίσχυση της υπερηφάνειας της κοινότητας και της εικόνας του προορισμού αναφέρεται ως «halo effect» (Hall, 1992), ή «showcase effect» (Fredline και Faulkner, 1998) και «feel good effect» (Allen et al., 2002). Ο Zukin υποστηρίζει ότι «ο πολιτισμός είναι ένας ευφημισμός για την νέα εκροσώπηση της πόλης ως δημιουργική δύναμη στην αναδυόμενη οικονομία υπηρεσιών» (Zukin, 1995: 268).

Ορισμένες μεγάλες πολιτιστικές εκδηλώσεις που έχουν αναμφισβήτητα γίνει «brands» είναι το Φεστιβάλ του Εδιμβούργου, το Φεστιβάλ Κινηματογράφου των Καννών, το Καρναβάλι του Notting Hill. Η Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα (ECC) έχει επίσης αναμφισβήτητα γίνει brand και έχει επεκταθεί πλέον σε πολλές ηπείρους (Evans, 2003). Ωστόσο, αυτή η στρατηγική χρησιμοποίησης μεγάλων επώνυμων πολιτιστικών γεγονότων ως μέσο διάκρισης των πόλεων οδηγεί σε μια παράδοξη κατάσταση, όπου οι πόλεις αναζητούν να διαφοροποιήσουν την ταυτότητά τους και να διαφύγουν από την ρουτίνα αλλά δυστυχώς τείνουν να αγωνίζονται για παρόμοια τοπία (Harvey, 1989). Μία μελέτη που έγινε για το Φεστιβάλ του Εδιμβούργου έδειξε ότι με το πέρας της πολιτιστικής εκδήλωσης τροποποιήθηκε επιτυχώς η εικόνα της Σκωτίας ως σύνολο, αλλά όχι η ίδια η εικόνα της πόλης όπου διοργανώθηκε το φεστιβάλ, δηλαδή του Εδιμβούργου (Prentice και Andersen, 2003). Από οικονομική επιτυχία στέφθηκε όμως η περίπτωση της διοργάνωσης της Γλασκώβης ως ευρωπαϊκή πολιτιστική πρωτεύουσα το 1990 η οποία επιθυμούσε μέσω αυτού του θεσμού την αστική της ανανέωση και πέτυχε ένα καθαρό οικονομικό όφελος για την πόλη ύψους μεταξύ 40 και 47 εκατομμυρίων ευρώ ως αποτέλεσμα των τουριστικών δαπανών (Myerscough, 1991).

Για να επιτευχθεί άρα η τοπική ανάπτυξη σε όλα τα επίπεδα χρειάζεται η περιοχή που διοργανώνει το εκάστοτε πολιτιστικό γεγονός να έχει καταφέρει να αναπτυχθεί τόσο οικονομικά, κοινωνικά αλλά και πολιτιστικά. Η ύπαρξη πολιτιστικών δράσεων σε μια τοπική κοινωνία βοηθάει στην ανάπτυξη της πνευματικής ζωής, διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην προσωπική εξέλιξη των ατόμων της και ενισχύει την δημιουργικότητά τους, την αυτοπεποίθησή τους και τις δεξιότητές τους (Matarasso,

1999). Η κοινωνία λοιπόν αλλάζει και μαζί με αυτήν και οι κάτοικοί της , σημειώνεται δηλαδή υλική και κοινωνική πρόοδος (Κονσόλα, 1999).

3.3 ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Με τον όρο πολιτιστικές υποδομές εννοούμε τα οδικά δίκτυα , τα δίκτυα επικοινωνίας, τις εμπορικές υπηρεσίες, τους χώρους πολιτισμού, γραμμάτων και τέχνης. Η σωστή οργάνωση και λειτουργία αυτών των υποδομών επιφέρει τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη . Για την Ελλάδα από τις πιο βασικές υποδομές που διαμορφώνουν τους πολιτιστικούς αλλά και τουριστικούς πόλους έλξης είναι τα δίκτυα μεταφορών (Swarbrooke, 2002, Goeldner and Ritchie, 2009).

Εικόνα 22. Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος»



Πηγή:<http://www.enikos.gr/society/378578,Ektakta-metra-asfaleias-sto-El-Benizelos.html>

Το 2001 εγκαινιάσθηκε ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών στα Σπάτα ο οποίος θεωρείται ένας από τους καλύτερους της Ευρώπης και διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στην άφιξη και αναχώρηση εκατοντάδων χιλιάδων αθλητών, τουριστών, δημοσιογράφων το 2004 κατά τη διάρκεια της φιλοξενίας των Ολυμπιακών Αγώνων στην χώρα μας. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες υπήρξαν μια μεγάλη πρόκληση γενικότερα για τον εκσυγχρονισμό όλων των μέσων μεταφοράς της Αθήνας. Με το πέρασμά τους άφησαν πίσω μια μεγάλη κληρονομιά σε υποδομές όπως είναι πολλοί χώροι στάθμευσης σε κεντρικές περιοχές, εκσυγχρονισμό όλων των σταθμών ΗΣΑΠ και ΟΣΕ, αναβαθμισμένο οδικό δίκτυο,

μετρό, τραμ, προαστιακό, βελτιωμένες συνθήκες οδικής ασφάλειας και μείωση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης.

Εικόνα 23. Βιομηχανικό μουσείο φωταερίου



Πηγή:

<http://www.archaiologia.gr/blog/photo/%CE%B2%CE%B9%CE%BF%CE%BC%CE%B7%CF%87%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF-%CF%86%CF%89%CF%84%CE%B1%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%BF%CF%85/>

Έπειτα, υπάρχουν κτίρια που έχουν αναδομηθεί σε χώρους πολιτισμού όπως είναι το εργοστάσιο φωταερίου στην Αθήνα το οποίο μετατράπηκε σε βιομηχανικό μουσείο φωταερίου με την συμβολή του ΔΕΣΦΑ (Διαχειριστή Εθνικού Συστήματος Φυσικού Αερίου Α.Ε.) και λειτουργεί από το 2013 στην Τεχνόπολη του Δήμου Αθηναίων.⁸ Η δημιουργία αυτού του μουσείου είχε ως στόχο την ανάδειξη και προστασία του παλαιού εργοστασίου φωταερίου που παρείχε ενέργεια και φωτισμό στην πρωτεύουσα για πάνω από 130 χρόνια.

Πλέον είναι γνωστό για τα εκπαιδευτικά προγράμματα που διοργανώνει για σχολικές ομάδες και οικογένειες προσπαθώντας μέσα από διαδραστικές δραστηριότητες να γνωρίσουν οι συμμετέχοντες την ιστορία και την σημασία του εργοστασίου φωταερίου.

⁸ <http://www.technopolis-athens.com/web/guest/museum>

Εικόνα 24. ΚΠΙΣΝ (Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος)

Πηγή: <http://www.snfcc.org/news-room/news/2016/08/september-at-the-snfcc/?lang=el>

Αξιοσημείωτο είναι και το Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος το οποίο λειτουργεί από το 2015 στην περιοχή της Καλλιθέας στην Αθήνα και προσφέρει 3 πυλώνες εξέχουσας σημασίας στο κοινό που το επισκέπτεται: την Εθνική Λυρική Σκηνή που είναι ένας τομέας του πολιτισμού που αποσκοπεί στη δημιουργία παραστάσεων που θα προσελκύσουν τόσο τους ξένους όσο και τους ντόπιους, την Εθνική Βιβλιοθήκη για να επεκτείνει την εμβέλεια και την δράση της εκπαίδευσης και το Πάρκο Πολιτισμού Σταύρος Νιάρχος το οποίο διακατέχεται από περιβαλλοντική καινοτομία.⁹ Το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος ήταν εκείνο που προσέφερε την δωρεά των 607 εκατομμυρίων ευρώ προκειμένου να κατασκευαστεί και να εξοπλιστεί με τα απαραίτητα εφόδια το Κέντρο Πολιτισμού. Θεωρείται ότι είναι μία απ' τις μεγαλύτερες δωρεές που έχει προσφέρει ποτέ φιλανθρωπικό ίδρυμα στους τομείς της τέχνης, του πολιτισμού και της παιδείας. Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη της Boston Consulting Group, η συνεισφορά του ΚΠΙΣΝ στην ελληνική οικονομία φαίνεται να είναι άμεση αλλά και μακροχρόνια, διότι δημιούργησε πάνω από 13.000 θέσεις εργασίας και πρόσθεσε 1,1 δισεκατομμύρια στο ΑΕΠ της Ελλάδας.

⁹ <http://www.lifemagazine.gr/index.php/kentro-politismou-idrima-stavros-niarchos-ena-ergo-zois/>

Εικόνα 25. Μουσείο Ελευθέρνας

Πηγή:<http://www.naftemporiki.gr/story/1110617/kriti-to-mouseio-arxaias-eleuthernas-anoigei-tis-pules-tou-gia-to-koino>

Άλλο ένα σημαντικό έργο πολιτισμού που εγκαινιάστηκε τον Ιούνιο του 2016 είναι το αρχαιολογικό μουσείο της Ελευθέρνας που βρίσκεται στην Κρήτη στο νομό Ρεθύμνου. Αποτελεί το πρώτο μουσείο αρχαιολογικού χώρου στην Κρήτη και είναι κάτι αντίστοιχο με τα μουσεία της Ολυμπίας, των Δελφών και της Βεργίνας. Το μουσείο της Ελευθέρνας είναι ένα πλέγμα μινωικού και μυκηναϊκού πολιτισμού που δίνει και την αίσθηση της ομηρικής διάστασης στον ταξιδιώτη. Κατασκευάστηκε στο πλαίσιο του επιχειρησιακού προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα 2007-2013» (ΕΣΠΑ) από το Πανεπιστήμιο Κρήτης και το Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού με την ενίσχυση του Ιδρύματος Ωνάση, της Alpha Bank και της Grecotel.

Γίνεται λοιπόν αντιληπτό ότι έχουν γίνει αρκετές ουσιαστικές ενέργειες για την βελτίωση των πολιτιστικών υποδομών της Ελλάδας. Παρ' όλα αυτά υπάρχουν κάποια προβλήματα στην ποιότητα του οδοστρώματος, στη σήμανση, στους δημόσιους χώρους και τις υπηρεσίες, στην έλλειψη καθαριότητας και στην αντιαισθητική παρέμβαση εγκαταλειμμένων κτιρίων που προβληματίζουν τους επισκέπτες. Η τωρινή κυβέρνηση και οι αρμόδιοι φορείς πρέπει να επιληφθούν την επίλυση αυτών των προβλημάτων έτσι ώστε να γίνουν όσο πιο δυνατόν βιώσιμες οι υποδομές της χώρας.

3.4. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Στον χώρο του πολιτισμού υπάρχουν πολλά δημόσια και ιδιωτικά μουσεία, χώροι αρχαιολογικού και ιστορικού ενδιαφέροντος, φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης και φορείς πολιτισμού που προσφέρουν την ανάδειξη και προώθηση του πολιτιστικού μας αποθέματος.

Οι πολιτιστικοί αυτοί χώροι έχουν διαμορφωθεί κατάλληλα για την ανάδειξη των αρχαιολογικών εκθεμάτων, του λαογραφικού υλικού, των βυζαντινών και μεταβυζαντινών μνημείων της Ελλάδας. Διαθέτουν εξειδικευμένο προσωπικό, ειδικό εξοπλισμό και λογισμικό για την παροχή συγκεκριμένων υπηρεσιών και για την προστασία κάθε έργου. Για την καλύτερη λειτουργικότητα και προβολή τους έχουν κατασκευαστεί διαδικτυακοί τόποι με ενσωματωμένες ηλεκτρονικές υπηρεσίες. Υπάρχει διαθέσιμο ψηφιοποιημένο πολιτιστικό υλικό όπως ψηφιακές φωτογραφίες, ψηφιακά video, πανοραμικές φωτογραφίες τόσο σε εσωτερικούς όσο και σε εξωτερικούς χώρους. Ακόμη, έχουν δημιουργηθεί τρισδιάστατα μοντέλα κειμηλίων και μουσειακών αντικειμένων και εφαρμογές virtual tours που υλοποιούν πραγματικές διαδρομές σε μουσεία, μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους. Η δημιουργία αυτού του διαδραστικού περιεχομένου επικεντρώνεται στην βελτίωση της εμπειρίας του επισκέπτη και στην προσέγγιση ενός νεώτερου ηλικιακά κοινού. Η επιχειρηματικότητα, η τεχνολογία και το μάρκετινγκ έχουν συμβάλλει κατά πολύ στην βελτιστοποίηση και την σωστή αξιοποίηση των πολιτιστικών χώρων.

Οι πολιτιστικοί φορείς με τη σειρά τους παρέχουν πληροφορίες για τις τέχνες, τα γράμματα, τη μουσική, τον κινηματογράφο, το θέατρο, τον χορό είτε στους χώρους όπου στεγάζονται είτε μέσα από τα ηλεκτρονικά αποθετήρια πολιτισμού, διαθέτοντας ψηφιακούς πολιτιστικούς καταλόγους. Για παράδειγμα η ηλεκτρονική πύλη ΟΔΥΣΣΕΥΣ αποτελεί κόμβο του Υπουργείου Πολιτισμού και αποτυπώνει εποπτικό υλικό σχετικά με την Αρχαιότητα, το Βυζάντιο και την Νεώτερη-Σύγχρονη Ελλάδα. Κάθε πολίτης, επιχείρηση, δημόσιος ή ιδιωτικός φορέας μπορεί να αναζητήσει αυτό που τον ενδιαφέρει και να περιηγηθεί στη συλλογή του.

Η συμβολή των πολιτιστικών φορέων είναι πολύ σημαντική όχι μόνο γιατί προβάλλουν το πολιτιστικό προϊόν της χώρας αλλά και γιατί ζωντανεύουν τον πολιτισμό, το

περιβάλλον και την κληρονομιά και ωθούν τους ανθρώπους να ξεφύγουν από την καθημερινή βιομηχανοποιημένη ζωή τους και να επισκεφθούν τα μουσεία, τους αρχαιολογικούς χώρους, τις πινακοθήκες και γενικότερα χώρους πολιτισμού.

3.4.1.ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ ΜΕΓΑΛΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑΣ

Τα δέκα μεγαλύτερα μουσεία-αρχαιολογικοί χώροι μεγαλύτερης επισκεψιμότητας και εσόδων των τελευταίων τριών ετών σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή είναι ο Αρχαιολογικός Χώρος της Ακρόπολης, το Μουσείο της Ακρόπολης, ο Αρχαιολογικός Χώρος της Κνωσού στο Ηράκλειο Κρήτης, ο Αρχαιολογικός Χώρος της Ακρόπολης της Λίνδου στη Ρόδο, το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, ο Αρχαιολογικός Χώρος της Αρχαίας Ολυμπίας, ο Αρχαιολογικός Χώρος της Επιδαύρου, ο Αρχαιολογικός Χώρος Ακροπόλεως Μυκηνών και Θησαυρού Ατρέα, το Παλάτι των Ιπποτών της Ρόδου και ο Αρχαιολογικός Χώρος των Δελφών.

Εικόνα 26. Αρχαιολογικός Χώρος της Ακρόπολης



Πηγή:<http://blogs.sch.gr/agebi/2015/07/24/%CF%84%CE%B1-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CE%BC%CE%BD%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CF%80%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%B1%CF%82-%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84/>

Ο Αρχαιολογικός χώρος της Ακρόπολης περιέχει μια πληθώρα μνημείων όπως ο Παρθενώνας, το Ερέχθειο, τα Προπύλαια, ο Ναός της Αθηνάς Νίκης, το Βραυρώνιο, ο Ναός της Ρώμης και του Αυγούστου, το Βάθρο του Αγρίππα, η Πύλη Beule, το Τείχος της Ακρόπολης, η Χαλκοθήκη, ο αρχαίος ναός της Αθήνας. Το 2014 τον επισκέφθηκαν 1.563.434 τουρίστες ενώ ο αριθμός αυτός αυξήθηκε το 2015 σε 2.043.868. Για το

χρονικό διάστημα Ιανουάριος- Ιούνιος 2016 ο αριθμός των επισκεπτών ανήλθε στους 800.773 , που σημαίνει μείωση 8,9% σε σύγκριση με το ίδιο εξάμηνο του 2015.

Εικόνα 27. Μουσείο της Ακρόπολης



Πηγή:

<http://newpost.gr/tag/%CE%9C%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF%20%CE%91%CE%BA%CF%81%CF%8C%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B7%CF%82>

Έπειτα έχουμε το μουσείο της Ακρόπολης που περιέχει πάνω από 300 εκθέματα, μια ποικιλία εικόνων και αναπαραστάσεων τα οποία καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα χρονικών περιόδων ξεκινώντας από την μυκηναϊκή περίοδο μέχρι και την ρωμαϊκή και παλαιοχριστιανική Αθήνα. Από τα πιο γνωστά και θαυμαστά εκθέματά του είναι οι Καρυάτιδες και η ζωφόρος του Παρθενώνα. Η λειτουργία του νέου

μουσείου ξεκίνησε τον Ιούνιο του 2009. Ένα χρόνο αργότερα, το 2010 οι επισκέπτες του έφθαναν τα 2.000.000.¹⁰ Παρά την οικονομική κρίση οι συνολικοί επισκέπτες του μουσείου της Ακρόπολης για το 2014 έφθαναν τα 1.377.409 και για το 2015 τα 1.510.615. Ωστόσο, το εξάμηνο Ιανουάριος-Ιούνιος 2016 επισκέφθηκαν το μουσείο μόλις 627.543 άτομα, παρατηρήθηκε λοιπόν μία μείωση των επισκεπτών κατά 11,8% συγκριτικά με το ίδιο εξάμηνο του 2015.

Εικόνα 28. Αρχαιολογικός Χώρος της Κνωσού



Πηγή: <http://cretaislandtaxi.com/knosos1.html>

Στη συνέχεια ο Αρχαιολογικός Χώρος της Κνωσσού είναι ένα συγκρότημα ανακτόρων, οικιών και βασιλικών τάφων που κατοικήθηκε από τα τέλη της 7^{ης} χιλιετίας και εντοπίστηκε το 1868 από τον Μίνωα

¹⁰ https://issuu.com/theacropolismuseum/docs/acropolis_museum_greek_annual_repor

Καλοκαιρινό.¹¹ Το 2014 τα άτομα που τον επισκέφθηκαν ήταν 670.499, το 2015 632.238 ενώ το εξάμηνο Ιανουάριος-Ιούνιος του 2016 208.162 άτομα, δηλαδή υπήρξε μια μείωση 5% σε σχέση με το ίδιο εξάμηνο το 2015.

Εικόνα 29. Αρχαιολογικός Χώρος της Ακρόπολης της Λίνδου



Πηγή:

<http://www.holidaywarehouse.co.uk/location/874/europe/greece/dodecanese-islands/rhodes/lindos?wf=3>

μείωση ύψους 34,1% συγκριτικά με το ίδιο εξάμηνο το 2015.¹²

Ο Αρχαιολογικός Χώρος της Ακρόπολης της Λίνδου με σημαντικότερα αξιοθέατα το ναό της Αθηνάς Λινδίας που χρονολογείται γύρω στο 300 Π.χ, τα προπύλαια και την ελληνική στοά είχε 630.042 επισκέπτες το 2014, 580.875 το 2015 και το εξάμηνο Ιανουάριος-Ιούνιος 2016 είχε 122.254 επισκέπτες, πράγμα που σημαίνει μια μεγάλη

Εικόνα 30. Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο



Πηγή: <http://www.gtp.gr/TDirectoryDetails.asp?ID=4360>

Το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο με πάνω από 11.000 εκθέματα από ευρήματα του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού από τις αρχές της προϊστορίας έως την ύστερη αρχαιότητα είχε 459.115 επισκέπτες το 2014, 476.754 το 2015 και το εξάμηνο

¹¹ http://odysseus.culture.gr/h/3/gh351.jsp?obj_id=2369

¹² http://www.wondergreece.gr/v1/el/Perioxes/Rodos/Politismos/Arxaiologikoi_Xwroi/6275-Akropoli_tis_Lindoy

Ιανουάριος-Ιούνιος 2016 206.219, υπήρξε επομένως μία μείωση 10,7% σε σύγκριση με το ίδιο εξάμηνο το 2015.¹³

Εικόνα 31. Αρχαιολογικός Χώρος Αρχαίας Ολυμπίας



Πηγή:

<http://newlifestyle.gr/%CE%BF%CE%BC%CE%BF%CF%81%CF%86%CE%B9%CE%AD%CF%82-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B7%CE%BB%CE%B5%CE%AF%CE%B1%CF%82-%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%87%CF%8E/>

Ο Αρχαιολογικός Χώρος της Αρχαίας Ολυμπίας βρίσκεται στην Δυτική Πελοπόννησο και περιλαμβάνει το Ιερό του Δία, ναούς και κτίρια που σχετίζονται με την λατρεία καθώς και οικοδομήματα όπως οι αθλητικές εγκαταστάσεις όπου τελούνταν οι

Ολυμπιακοί Αγώνες.¹⁴ Οι τουρίστες που τον επισκέφθηκαν το 2014 ήταν 464.990 ενώ το 2015 439.836. Το χρονικό διάστημα του Ιανουαρίου-Ιουνίου 2016 δέχθηκε 168.568 επισκέψεις, μια μικρή μείωση δηλαδή του ύψους 4,2% συγκριτικά με το ίδιο εξάμηνο το 2015.

¹³ <http://www.namuseum.gr/wllcome-gr.html>

¹⁴ http://odysseus.culture.gr/h/3/gh352.jsp?obj_id=2358

Εικόνα 32. Αρχαιολογικός Χώρος Επιδαύρου

Πηγή:

<http://www.nafplioagamemnon.gr/gr/%CE%B1%CE%BE%CE%B9%CE%BF%CE%B8%CE%AD%CE%B1%CF%84%CE%B1/%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%87%CF%8E%CF%81%CE%BF%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CE%B4%CE%B1%CF%8D%CF%81%CE%BF%CF%85>

επιλογή των επισκεπτών. Το 2014 τον χώρο της Επιδαύρου επισκέφθηκαν 416.323 άτομα, το 2015 443.565 και το εξάμηνο του Ιανουαρίου-Ιουνίου 2016 172.633, άρα υπήρξε μια μεγάλη πτώση του ύψους 23% συγκριτικά με το ίδιο εξάμηνο το 2015.¹⁵

Εικόνα 33. Αρχαιολογικός Χώρος Ακροπόλεως**Μυκηνών και Θησαυρού Ατρέα**

Πηγή: <http://www.nafplioagamemnon.gr/gr/10-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AC/%CE%B1%CE%BE%CE%B9%CE%BF%CE%B8%CE%AD%CE%B1%CF%84%CE%B1>

Ο Αρχαιολογικός Χώρος της Επιδαύρου, με το Ασκληπιείο που αποτελούσε το σημαντικότερο θεραπευτικό κέντρο όλου του ελληνικού και ρωμαϊκού κόσμου περιλαμβάνει δύο ιερά, το ένα είναι του θεού Απόλλωνα Μαλεάτα στον λόφο Κυνόρτιον και το άλλο του θεού Ασκληπιού σε πεδινό έδαφος. Επίσης στο χώρο αυτό βρίσκεται και το αρχαίο θέατρο της Επιδαύρου το οποίο αποτελεί και την πρώτη

Ο Αρχαιολογικός Χώρος Ακροπόλεως Μυκηνών και Θησαυρού Ατρέα περιλαμβάνει τον θολωτό τάφο του Ατρέως, την υπόγεια δεξαμενή Μυκηνών, τα Κυκλώπεια τείχη Μυκηνών, την Πύλη των Λεόντων. Το 2014 τον επισκέφθηκαν 377.336 άτομα ενώ το 2015 402.565. Το εξάμηνο του Ιανουαρίου-Ιουνίου 2016 δέχθηκε επισκέψεις 167.664 τουριστών,

¹⁵ http://odysseus.culture.gr/h/3/gh352.jsp?obj_id=2374

δηλαδή υπήρξε μια μείωση του ύψους 19,8% συγκριτικά με το ίδιο εξάμηνο το 2015.¹⁶

Εικόνα 34. Παλάτι των Ιπποτών της Ρόδου



Πηγή:

<http://www.agrinio24.com/archives/118419>

Το παλάτι των Ιπποτών της Ρόδου ή αλλιώς των Μεγάλων Μαγίστρων ή αλλιώς Καστέλο θεμελιώθηκε στα τέλη του 7^{ου} αιώνα μ.Χ από τους Βυζαντινούς και αποτελούσε την Ακρόπολη του Φρουρίου.¹⁷ Οι επισκέπτες του για το 2014 ήταν 258.906 και για το 2015 251.091. Το εξάμηνο του Ιανουαρίου-Ιουνίου 2016 έφθασε στους 69.786

επισκέπτες, πράγμα που σημαίνει πτώση του ύψους 17,9% σε σχέση με το ίδιο εξάμηνο το 2015.

Εικόνα 35. Αρχαιολογικός Χώρος των Δελφών



Πηγή:

<https://olympia.gr/2012/07/18/%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CF%84%CF%81%CE%AF%CF%84%CE%B7-%CE%B8%CE%AD%CF%83%CE%B7-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%83%CE%BA%CE%B5%CF%88%CE%B9%CE%BC%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1%CF%82-%CE%BF%CE%B9-%CE%B4%CE%B5/>

Ο Αρχαιολογικός Χώρος των Δελφών περιέχει δύο τεμένη, το ένα είναι αφιερωμένο στον θεό Απόλλωνα και το άλλο στην θεά Αθηνά, εγκαταστάσεις όπως τα εκπαιδευτικά κέντρα, την παλαίστρα, τα λουτρά.¹⁸ Οι επισκέπτες του το 2014 ήταν 190.314 ενώ το 2015 αυξήθηκαν στους 205.369. Αντίθετα το εξάμηνο Ιανουάριος-Ιούνιος 2016 οι επισκέπτες ήταν 83.649, δηλαδή υπήρξε μια αισθητή πτώση του

¹⁶ http://odysseus.culture.gr/h/3/gh3530.jsp?obj_id=2573

¹⁷

<http://www.rodosislandinfo.gr/rodostouristikosodigos/rodosaxiotheata/palatiamegalonmagistron/index.html>

¹⁸ http://odysseus.culture.gr/h/3/gh352.jsp?obj_id=2507

ύψους 23,5% σε σχέση με το ίδιο διάστημα για το 2015.

Τα έσοδα από τα μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους ήταν συνολικά το 2014 54.663.545 €. Οι επισκέπτες που έκοψαν εισιτήρια έφθαναν τους 14.107.303 και 4.717.338 ήταν επισκέπτες ελεύθερης εισόδου. Το 2015 τα έσοδα ανήλθαν σημαντικά στα 56.224.962 €. Οι επισκέπτες που έκοψαν εισιτήριο έφθασαν τους 14.725.895 αλλά μειώθηκε ο αριθμός των επισκεπτών ελεύθερης εισόδου σε 4.181.646. Το εξάμηνο του Ιανουαρίου-Ιουνίου 2016 τα έσοδα ήταν 31.631.870 €, αυξήθηκαν δηλαδή κατά 41,3% σε σχέση με την ίδια περίοδο το 2015 ενώ ο αριθμός των επισκεπτών που πλήρωναν εισιτήριο μειώθηκε σε 5.801.070 δηλαδή 8,2% ύφεση σε σχέση με το 2015. Αυτό συνέβη διότι από την αρχή του έτους 2016 επιβλήθηκε αύξηση της τιμής του εισιτηρίου σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους από το Υπουργείο Πολιτισμού. Γι' αυτό και αυξήθηκε ο αριθμός των επισκεπτών ελεύθερης εισόδου σε 2.504.514, μια αύξηση του ύψους 15,6% σε σχέση με το 2015.¹⁹

3.4.2. ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Υπουργείο Πολιτισμού

Το Υπουργείο Πολιτισμού θεωρείται από τους κυρίαρχους φορείς πολιτισμού καθώς παρέχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τα μουσεία, τους αρχαιολογικούς χώρους και τα μνημεία της Ελλάδας.

Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού

Το Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού έχει ως στόχο την προβολή του ελληνικού πολιτισμού και της ελληνικής γλώσσας σε όλο τον κόσμο. Διοργανώνει επιτυχημένες εκθέσεις βιβλίων, λογοτεχνικά αφιερώματα, προωθεί την ελληνική γλώσσα μέσα από τη διδασκαλία στα παραρτήματα του ΕΙΠ, προβάλλει τον κινηματογράφο και συμμετέχει σε φεστιβάλ τέχνης.²⁰

¹⁹ <http://www.statistics.gr/documents/20181/93ccabf2-f78d-4c26-98cf-3ec9f129c31f>

²⁰ http://www.yppo.gr/1/g1540.jsp?obj_id=4429

Ίδρυμα Βασίλη και Ελίζας Γουλανδρή (ΙΒΕΓ)

Το Ίδρυμα Βασίλη και Ελίζας Γουλανδρή (ΙΒΕΓ) λειτουργεί έχοντας ως σκοπό την ενίσχυση των εικαστικών τεχνών και δημιουργεί συχνά εκθεσιακές δραστηριότητες στο Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης της Άνδρου. Ακόμη κάνει πολλές δωρεές και δίνει υποτροφίες σε φοιτητές για μεταπτυχιακές σπουδές στο εξωτερικό πάνω σε θέματα που έχουν άμεση σχέση με τον πολιτισμό.

Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού

Το Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού, είναι ένας πολιτιστικός φορέας που έχει ως έργο του την καταγραφή, διάσωση και διάδοση της ελληνικής ιστορικής μνήμης μέσω των βιβλίων και των νέων τεχνολογιών. Ο «Ελληνικός Κόσμος» είναι το πολιτιστικό κέντρο του Ιδρύματος Μείζονος Ελληνισμού που ξεχωρίζει για τις περιηγήσεις εικονικής πραγματικότητας, τις διαδραστικές εκθέσεις του, τις θεατρικές παραστάσεις του και είναι ανοιχτό σε όλες τις ηλικίες.²¹

Κοινωφελές Ίδρυμα Αλέξανδρος Σ. Ωνάσης

Το Κοινωφελές Ίδρυμα Αλέξανδρος Σ. Ωνάσης εστιάζει σε τομείς πολύ σημαντικούς για τον άνθρωπο όπως είναι ο πολιτισμός, η παιδεία, η υγεία, η κοινωνική αλληλεγγύη. Η Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών που άρχισε να λειτουργεί από το 2010 είναι αφιερωμένη εξ' ολοκλήρου στην διάδοση του πολιτισμού και των τεχνών. Το ίδρυμα Ωνάση προβάλλει τον ελληνικό πολιτισμό και σε χώρες όπως οι Η.Π.Α. και ο Καναδάς μέσω διαλέξεων και εκθέσεων αρχαιολογικού ενδιαφέροντος. Επίσης στηρίζει οικονομικά πανεπιστημιακά ιδρύματα στα οποία διδάσκονται ελληνικά προγράμματα σπουδών.²²

Ίδρυμα Ιωάννου Φ. Κωστόπουλου

Το Ίδρυμα Ιωάννου Φ. Κωστόπουλου είναι ένα κοινωφελές ίδρυμα που υποστηρίζει και χρηματοδοτεί πολιτιστικές εκδηλώσεις, εκπαιδευτικά προγράμματα, ερευνητικές εργασίες κ.λ.π. Συνεργάζεται με το ίδρυμα Fullbright με σκοπό την ενίσχυση του προγράμματος υποτροφιών για Έλληνες μεταπτυχιακούς φοιτητές, καλλιτέχνες και

²¹ <http://www.ime.gr/fhw/index.php?lg=1&state=pages&id=80>

²² <http://www.onassis.org/public-benefit.php>

ερευνητές. Χάρης στη βοήθεια του ιδρύματος ολοκληρώθηκε η μελέτη κατασκευής του σύγχρονου πολυχώρου εκδηλώσεων στο κτίριο του Ωδείου Αθηνών. Ακόμη το ίδρυμα έχει συνδράμει στις προσπάθειες πολλών οργανισμών για την διαφύλαξη της πολιτιστικής τους κληρονομιάς, με χαρακτηριστικό παράδειγμα την οικονομική υποστήριξη της Ιεράς Μητροπόλεως Σισανίου και Σιατίστης για την αποκατάσταση του εσωτερικού του Καθολικού της ιστορικής μεταβυζαντινής Μονής του Αγίου Αθανασίου Ζηκόβιστας.²³

Ινστιτούτο Πολιτιστικής και Εκπαιδευτικής Τεχνολογίας

Το Ινστιτούτο Πολιτιστικής και Εκπαιδευτικής Τεχνολογίας είναι ένα ανεξάρτητο ερευνητικό ινστιτούτο με προγράμματα εφαρμογής νέων τεχνολογιών στον πολιτισμό και την εκπαίδευση.²⁴ Από το 2012 συγχωνεύτηκε με το Ινστιτούτο Επεξεργασίας του Λόγου και ερευνά την δημιουργία συστημάτων υποστηρικτικών τεχνολογιών για ΑΜΕΑ, εστιάζει στις τεχνολογίες σύνθεσης της φωνής και σε γενικές γραμμές στην διευκόλυνση της καθημερινής ζωής των χρηστών με αναπηρίες.²⁵

Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών

Το Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών αποτελεί από τους παλαιότερους ενεργείες πολιτιστικούς φορείς, ο οποίος ξεκίνησε την δράση του το 1977. Λειτουργεί υπό την αιγίδα του Συμβουλίου της Ευρώπης και σκοπός του είναι η διατήρηση και η ανάδειξη κοινών πολιτιστικών στοιχείων που ενώνουν τους λαούς της Ευρώπης. Πολύ συχνά πραγματοποιούνται στο χώρο των Δελφών καλλιτεχνικές συναντήσεις σχετικά με την παιδεία, την έρευνα και το αρχαίο ελληνικό δράμα, διεθνείς επιστημονικές συναντήσεις, επιμορφωτικά προγράμματα, δράσεις που σχετίζονται με τις νέες τεχνολογίες και ανεξάρτητα εκπαιδευτικά προγράμματα.²⁶

²³ http://www.costopoulosfoundation.org/wp-content/uploads/2016/07/IFK_Apologismos-annual2015-GR_web.pdf

²⁴ <http://www.ceti.gr/>

²⁵ <http://www.ilsp.gr/el/profile/objective>

²⁶ <http://www.eccd.gr/el/to-kentro/istoria/>

Ευρωπαϊκό Κέντρο Βυζαντινών και Μεταβυζαντινών Μνημείων

Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Βυζαντινών και Μεταβυζαντινών Μνημείων είναι ένα νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου που εποπτεύεται από το Υπουργείο Πολιτισμού και αρμοδιότητά του είναι να πραγματοποιεί έρευνες που αφορούν την μουσειολογία και την μουσειογραφία, να κάνει ανασκαφές, αποκαταστάσεις και συντηρήσεις έτσι ώστε να αναδείξει τα βυζαντινά και μεταβυζαντινά έργα. Χορηγεί υποτροφίες για την εκπόνηση επιστημονικών μελετών, οργανώνει σεμινάρια και δραστηριότητες επιστημονικής έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης.²⁷

Λύκειο των Ελληνίδων

Το Λύκειο των Ελληνίδων είναι ένα σωματείο μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα που έχει ως στόχο την καταγραφή, ενδυνάμωση και διατήρηση των ελληνικών εθίμων και παραδόσεων στα πλαίσια της εθνικής μας ζωής καθώς και την συμπαράσταση απέναντι στην μητέρα και το παιδί, την εξύψωση της Ελληνίδας και την ισότητα των δύο φύλων. Για την επίτευξη αυτού του σκοπού έχει δημιουργήσει ιστορικά αρχεία, λαογραφικά αρχεία, το Μουσείο της ιστορίας της ελληνικής ενδυμασίας, συλλογή δημοτικών χορών και τραγουδιών, εκθέσεις λαϊκής τέχνης, ειδικές επιτροπές επιστημόνων που ερευνούν θέματα που αφορούν τις γυναίκες και την ισότητά τους ως προς τους άνδρες, εκπαιδευτικά προγράμματα-σεμινάρια εκπαίδευσης δασκάλων ελληνικού χορού, αναγνωστήριο και δανειστική βιβλιοθήκη και τέλος έθεσε σε λειτουργία το ερευνητικό κέντρο Πολιτιστικής Κληρονομιάς.²⁸

Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων

Το Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων είναι αυτό που είναι υπεύθυνο για την ανάδειξη των μνημείων και των αρχαιολογικών χώρων της Ελλάδας, για την διαχείριση των αρχαιολογικών πόρων, για τις απαλλοτριώσεις των ακινήτων για αρχαιολογικούς σκοπούς και τη γενικότερη υποστήριξη τα του έργου των αρχαιολογικών υπηρεσιών.²⁹

²⁷ http://www.yppo.gr/1/g1540.jsp?obj_id=106

²⁸ http://www.yppo.gr/1/g1540.jsp?obj_id=117

²⁹ <http://www.tap.gr/tapadb/index.php>

ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ

Τα πολιτιστικά προϊόντα της χώρας μας είναι όλα αυτά που έχουν να κάνουν με τον πολιτισμό μας, την ιστορία μας, τις παραδόσεις μας, κι εμάς τους ίδιους καθώς και με τις πολιτιστικές υποδομές δηλαδή τα κτίρια, τις εγκαταστάσεις, τα λιμάνια, τα αεροδρόμια κλπ. Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα προωθούν τα πολιτιστικά προϊόντα και βοηθούν στην οικονομική ανάκαμψη ενός αστικού περιβάλλοντος. Απαραίτητη, ωστόσο, προϋπόθεση για την οργάνωση μιας πολιτιστικής εκδήλωσης είναι να υπάρχουν οι απαραίτητες εγκαταστάσεις ή αν δεν υπάρχουν να κατασκευαστούν. Η κατασκευή πολιτιστικών υποδομών όπως μουσεία, πινακοθήκες, γκαλερί, πανεπιστήμια, θέατρα εφαρμόστηκε σε αρκετές πόλεις του εξωτερικού αλλά και στην Ελλάδα και λειτούργησε σαν μαγνήτης για τη βιομηχανική τους θέση, δημιουργώντας πολλές πηγές απασχόλησης, ιδιαίτερα σε περιοχές φθίνουσας παραγωγής. Ο μετασχηματισμός του αστικού χώρου σε «πολιτιστικό χώρο» εξαρτάται όχι μόνο από τα ελκυστικά κτήρια, τις αναπτυγμένες τέχνες, το εργατικό δυναμικό και τις επενδύσεις σε βιομηχανίες του πολιτισμού αλλά και από το κεφάλαιο που διαθέτει μια πόλη και την ορατότητα που έχουν τα άτομα που την διοικούν να βλέπουν μακροπρόθεσμα. Τα οφέλη λοιπόν τα οποία θα προκύψουν από τις πολιτιστικές δραστηριότητες και από την δημιουργία πολιτιστικών υποδομών εκτός από οικονομικά εκτείνονται και σε τομείς όπως είναι η βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων και η κοινωνική ευημερία.

Ο πολιτισμός και η τέχνη μπορούν να συνδυαστούν και να αποδώσουν την πιο θετική εικόνα σε μια πόλη που πριν είχε κακές αναμνήσεις αρκεί τα έργα που θα υλοποιηθούν να είναι αποδεκτά από τους πολίτες, να είναι αναγκαία για την ίδια την πόλη και να έχουν εξέλιξη, δηλαδή να μην μείνουν στάσιμα μόνο για την φιλοξενία μιας πολιτιστικής δραστηριότητας. Έτσι η δυναμική της πόλης θα αλλάξει και θα προσελκύει όλο και περισσότερους τουρίστες που θα ενδιαφέρονται να γνωρίσουν την ίδια την πόλη για την ταυτότητα που προβάλλει και ύστερα να περιηγηθούν στα πολιτιστικά της θέρετρα.

Μέχρι στιγμής τα περισσότερα έσοδα στο τομέα του πολιτισμού προέρχονται από τα αρχαιολογικά μουσεία που έχουν μεγάλη επισκεψιμότητα κι αυτά είναι το Μουσείο και ο Αρχαιολογικός Χώρος της Ακρόπολης, ο Αρχαιολογικός Χώρος της Κνωσού, ο Αρχαιολογικός Χώρος της Ακρόπολης της Λίνδου, το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο

και πολλά άλλα. Ωστόσο το 2016 αύξηθηκε η τιμή των εισητηρίων στου πολιτιστικούς χώρους με αποτέλεσμα να μειωθούν οι επισκέπτες και τα έσοδα. Αυτό είναι κάτι μή θετικό για τους τουρίστες καθώς θέλουν να επισκεφθούν τα μνημεία και να γνωρίσουν την ιστορία της Ελλάδας αλλά με αυτό τον τρόπο είναι σαν να τους απομακρύνει το κράτος. Επομένως πρέπει να αναλογιστεί το Υπουργείο Πολιτισμού τις επιπτώσεις που έχει επιφέρει αυτή η αύξηση και να προχωρήσει στη θέσπιση πιο ανώδυνων και συνάμα αποδοτικών μέτρων. Οι φορείς πολιτισμού όπως είναι το Κοινωφελές Ίδρυμα Αλέξανδρος Σ. Ωνάσης, το Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο των Δελφών, το Λύκειο Ελληνίδων προσπαθούν να ενισχύσουν μέσα από εκπαιδευτικά προγράμματα, υποτροφίες, σεμινάρια, χορούς τον πολιτισμό αλλά και να διαδώσουν την αξία του στην Ευρώπη και όλο τον κόσμο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Ο πολιτισμός αποτελεί μία σημαντική επένδυση για το ελληνικό κράτος. Την περίοδο 2000-13 επενδύθηκαν 1,2 δις. € σε έργα πολιτισμού και εκτελέστηκαν παραπάνω από 400 έργα για την ανάδειξη των αρχαιολογικών χώρων και των μνημείων και πάνω από 90 έργα σε μουσεία όλης της χώρας.³⁰ Στην πρωτεύουσα, εδώ και πάρα πολλά χρόνια διοργανώνονται πολιτιστικές δράσεις για να βελτιώσουν την εικόνα της χώρας και να την προβάλλουν ως διεθνή πολιτιστικό προορισμό. Τέτοια έργα έχουν γίνει σε περιοχές της Αθήνας όπως είναι το Παλαιό Φάληρο, η περιοχή του Ψυρρή, τα Πατήσια, η Κυψέλη. Οι περιοχές αυτές που ήταν άλλοτε υποβαθμισμένες έχουν σήμερα αναπτυχθεί σε κέντρα πολιτισμού, ζωντανίας και δημιουργικότητας. Η επιτυχής αναζωογόνηση αυτών των περιοχών έγινε χάρις στην κινητοποίηση των ακτιβιστών οι οποίοι δημιούργησαν εκστρατείες με την βοήθεια των κατοίκων κάθε περιοχής και ήρθαν οι ίδιοι αντιμέτωποι με επιτροπές για την αντιμετώπιση των τοπικών προβλημάτων όπως είναι η ρύπανση του περιβάλλοντος, η διακίνηση ναρκωτικών καθώς και περιστατικά βίας και καταστολής των αστυνομικών έναντι των κατοίκων (Arampatzi & Nicholls, 2012).

Σημαντικό είναι το γεγονός ότι η Ελλάδα υπήρξε επίσης από τις νικήτριες χώρες στα βραβεία Europa Nostra 2016 της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την πολιτιστική κληρονομιά με την συμμετοχή της στην κατηγορία «Αποκατάσταση»: της Βυζαντινής Εκκλησίας του Αγίου Πέτρου στην Καστάνια της Μάνης και του παραδοσιακού νερόμυλου στον Άγιο Γερμανό των Πρεσπών. Τα δύο αυτά έργα αποτελούν παραδείγματα αειφόρου ανάπτυξης στον τομέα της πολιτιστικής κληρονομιάς για όλη την Ευρώπη. Ο ναός του Αγίου Πέτρου είναι το αρχαιότερο από τα δέκα βυζαντινά μνημεία του χώρου Καστάνια, οικοδομήθηκε το 1813 και έκτοτε υπέστη σοβαρές φθορές. Η αποκατάσταση αυτού του ναού σε συνεργασία με δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς επετεύχθη με αποτελεσματικότητα λαμβάνοντας υπόψη τις δυσμενείς οικονομικές συνθήκες που επικρατούν και έδωσε το έναυσμα για την προσέλκυση ξένων τουριστών σ' αυτό το απομακρυσμένο χωριό της Μάνης. Από την άλλη, η αποκατάσταση του νερόμυλου του Αγίου Γερμανού στην περιοχή των Πρεσπών που είχε κατασκευαστεί το 1930

³⁰ <http://www.kathimerini.gr/867725/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/apoyhh-dynamikh-toy-toyrimoy-kai-oi-ependyseis-ston-politismo>

υποστηρίχθηκε ενεργά από την τοπική κοινότητα καθώς επανέφερε την παραγωγή βρώσιμου αλευριού και ενίσχυσε την καλλιέργεια βιολογικών σιτηρών. Επιπλέον, συνέβαλλε στην κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική ανάπτυξη της περιοχής αλλά και στην πολιτιστική συνεργασία μεταξύ της Ελλάδας, της Αλβανίας και της FYROM.

4.1. ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΜΕ ΑΞΟΝΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ

Παρά την οικονομική κρίση που επικρατεί διεθνώς, οι επενδύσεις στον τομέα του πολιτισμού δείχνουν να έχουν ενεργό ρόλο στους προϋπολογισμούς της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Για το διάστημα 2007-2013 οι προγραμματισμένες δαπάνες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τον πολιτισμό στο πλαίσιο της πολιτικής συνοχής ανήλθαν στα 6 δισεκατομμύρια €. Στην Ελλάδα συγκεκριμένα την ίδια περίοδο χορηγήθηκαν 483.445.000 € για τον τομέα του πολιτισμού. Απ' αυτά τα 160.250.000 € δαπανήθηκαν για την ανάπτυξη πολιτιστικών υποδομών, τα 39.210.000 € για την βελτίωση των παρεχόμενων πολιτιστικών υπηρεσιών και τα 283.985.000 € για την διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς (European Comission, 2012).

Το 2014 συνεχίστηκαν οι επενδύσεις στο χώρο του πολιτισμού, με 640 έργα του ΕΣΠΑ εν εξελίξει και προϋπολογισμό που άγγιξε τα 743.000.000 €. Οι θέσεις εργασίας αυξήθηκαν αισθητά αφού για την εκπαίδευση των έργων αυτών προσλήφθηκαν 5.000 άτομα. Έτσι με τα έργα που αλλάζουν την χώρα προς το καλύτερο, η Ελλάδα πήρε μια πνοή αισιοδοξίας. Η εταιρεία Deloitte θεωρεί ότι δεν πρέπει να σταματήσουν να γίνονται επενδύσεις σε έργα πολιτισμού αφού έχει εκτιμήσει πως μια επένδυση 1.000.000 € σ' ένα έργο πολιτιστικής κληρονομιάς έχει πολλαπλασιαστική επίπτωση στο σύνολο της οικονομίας του ύψους των 2,36 εκατομμυρίων € στο συνολικό παραγόμενο προϊόν και 0,84 εκατομμύρια € στη μισθοδοσία. (Σύκκα, 2014)

Σύμφωνα με το 86% των Ελλήνων που συμμετείχαν στην έρευνα «Σφυγμός Πολιτισμού» η οποία παρουσιάστηκε στο 1ο Athens Culture Symposium οι επενδύσεις στον τομέα του πολιτισμού μπορεί να βοηθήσουν στην έξοδο της Ελλάδας από την κρίση.³¹ Πολλές επενδυτικές ευκαιρίες παρουσιάζονται που θα μπορούσαν να

³¹ <http://www.ert.gr/mochlos-anaptixis-i-ependisi-ston-politismo/>

αξιοποιήσουν την πολιτιστική μας κληρονομιά και αυτές περιλαμβάνουν την αναβάθμιση των τόπων πολιτιστικής κληρονομιάς με την βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και των τοπικών υποδομών, την δημιουργία θεματικών προϊόντων και αρχαιολογικών ανασκαφών καθώς και την δημιουργία εικονικών μουσείων με τρισδιάστατες περιηγήσεις σε μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους. Το Υπουργείο Πολιτισμού είναι ανοικτό σε νέα επενδυτικά σχέδια και σκοπεύει να ακολουθήσει μια δυναμική στρατηγική για να εμπλουτίσει τα ελληνικά πολιτιστικά προϊόντα και να αναβαθμίσει την πολιτιστική μας κληρονομιά. Ωστόσο, πρέπει κι οι πολίτες να βοηθήσουν σε αυτή την προσπάθεια, να γίνουν πολιτιστικά συνειδητοποιημένοι και να παίρνουν πρωτοβουλίες.

Για παράδειγμα, το Νυμφαίο της Φλώρινας είναι ένας παραδοσιακός οικισμός που πήρε την ιδιωτική πρωτοβουλία να εκμεταλλευτεί τα πλεονεκτήματά του και με την ενίσχυση κάποιων δωρεών και χορηγιών κατάφερε να επενδύσει στον πολιτιστικό τουρισμό και να γίνει γνωστό σε όλο τον κόσμο. Έχει ένα καταπληκτικό γεωφυσικό τοπίο με λίμνες όπως η Βεγορίτιδα, καταπράσινα λειβάδια, πέτρινα σπίτια με τσίγκινες σκεπές και το καταφύγιο του Αρκτούρου. Επίσης, διαθέτει Μουσείο Αργυροχρυσοχοΐας, Λαογραφίας και Ιστορίας, τον ναό του Αγίου Νικολάου με καμπάνες του 1856 και 1862 από την Κωνσταντινούπολη και την Οδυσσό και το Πάρκο της Άγριας Φύσης. Υπάρχουν ευκαιρίες για τους τουρίστες να κάνουν ιππασία, να δοκιμάσουν τα παραδοσιακά γλυκίσματα από τον γυναικείο συνεταιρισμό του χωριού «Η Νύμφη» και να ξεκουραστούν στους πλινθόκτιστους ξενώνες του χωριού. Η σπουδαιότητα της πολιτιστικής κληρονομιάς του χωριού και η μοναδικότητα του φυσικού τοπίου του συνετέλεσαν στο να γίνει ένας από τους πιο σημαντικούς πόλους έλξης του τουρισμού.³²

Η Ελλάδα ως κοιτίδα του δυτικού πολιτισμού πρέπει λοιπόν να δώσει την αξία που της πρέπει σε αυτό τον ευλογημένο τόπο και αυτό μπορεί να γίνει μόνο αν συνειδητοποιήσει ότι ο πολιτισμός της δεν υπάρχει απλά ως εργαλείο για την εισροή κερδών αλλά είναι μια συνθήκη ζωής που θα υπάρχει για πάντα. Επομένως, η κοινωνία πρέπει να πιστεύει σε αυτό το γεγονός έτσι ώστε να το μεταδώσει και στον επισκέπτη.

³² <http://www.in2life.gr/escape/weekend/article/175607/nymfaio-to-alpiko-stolidi-ths-florinas.html>

4.2. ΝΕΑ ΕΡΓΑ - ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Τα τελευταία χρόνια, έγιναν αρκετές προσπάθειες για την υλοποίηση νέων έργων πολιτισμού παρότι δεν υπήρχε αρκετό διαθέσιμο κεφάλαιο από το κράτος. Τα νέα αυτά έργα πολιτισμού υποστηρίζονται από προγράμματα που έχουν δημιουργηθεί για να προωθήσουν την πολιτιστική βιομηχανία. Ένα απ' αυτά τα προγράμματα που βοηθούν στην υλοποίηση τέτοιων νέων δράσεων είναι και το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Νοτίου Αιγαίου 2014-2020. Το πρόγραμμα αυτό έχει υποβάλλει προτάσεις που αφορούν δράσεις για την προστασία και διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς στα μεγάλα αλλά και μικρότερα νησιά της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου. Οι δράσεις αυτές πρέπει να είναι συνολικής συγχρημαδότησης δημόσιας δαπάνης 5.900.000 €, για να ενταχθούν και να χρηματοδοτηθούν από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα, με πόρους του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης. Ανάμεσα στα έργα πολιτισμού που επρόκειτο να αναδειχθούν, τίθεται και η ένταξη της Ακρόπολης της Ρόδου, το Αρχαιολογικό Μουσείο της Κύθνου και ο ναός Επισκοπής Σικίνου.³³ Οι δράσεις θα αφορούν:

- την αποκατάσταση και την ανάδειξη των μνημείων και των αρχαιολογικών χώρων που αποτελούν παγκόσμια κληρονομιά σύμφωνα με την UNESCO
- την προστασία, διατήρηση και ανάδειξη μνημείων και αρχαιολογικών χώρων σύμφωνα με κάποια κριτήρια όπως μπορεί να είναι η ιστορική σημασία τους ή η ύπαρξη περιβαλλοντικών κινδύνων στις περιοχές που υπάρχουν, δίνοντας εξέχουσα σημασία στις περιοχές που εντάσσονται στους θαλάσσιους δρόμους του τουρισμού κρουαζιέρας
- την ενίσχυση των συλλογών και των υποδομών των μουσείων

Ένα άλλο πρόγραμμα που βοηθά στην ενίσχυση των δημιουργικών και πολιτιστικών τομέων της Ευρώπης είναι το Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα Δημιουργική Ευρώπη 2014-2020. Απευθύνεται κυρίως στην οπτικοακουστική βιομηχανία μέσω του υποπρογράμματος MEDIA, στην πολιτιστική μέσω του υποπρογράμματος πολιτισμού και διαθέτει κι ένα κοινό δια-τομεακό σκέλος με νέο οικονομικό ταμείο

33

<http://www.pepna.gr/sites/default/files/news/%CE%A0%CF%81%CE%BF%CF%83%CE%BA%CE%BB%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82%20%CE%B3%CE%B9%CE%B1%20%CE%AD%CF%81%CE%B3%CE%B1%20%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D.pdf>

εγγυήσεων για τις πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες που έχουν δημιουργηθεί αλλά και για αυτές που επρόκειτο να δημιουργηθούν. Ο διαθέσιμος προϋπολογισμός αυτού του προγράμματος στο σύνολο των επτά αυτών ετών που θα είναι ενεργό είναι το ποσό των 1,46 δισ. €. (Υπουργείο Εσωτερικών - Δελτίο Διεθνών και Ευρωπαϊκών Θεμάτων και Αναπτυξιακού Σχεδιασμού της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, 2016). Στόχος του προγράμματος Δημιουργική Ευρώπη είναι:

- να διασφαλίσει την πολιτιστική και γλωσσική πολυμορφία της Ευρώπης
- να συμβάλλει στην αειφόρο ευρωπαϊκή οικονομική ανάπτυξη
- να βοηθήσει τους πολιτιστικούς και δημιουργικούς τομείς να οικειοποιηθούν με την τεχνολογία, τα ψηφιακά μέσα και την παγκοσμιοποίηση
- να δημιουργήσει νέες διεθνείς αγορές, περισσότερες ευκαιρίες και να προσελκύσει πλήθος ακροατηρίου
- να χτίσει γερά θεμέλια βάση των προγραμμάτων MEDIA, MEDIA MUNDUS και CULTURE

Ανάμεσα στις δράσεις που θα γίνουν είναι η μετάφραση και η προώθηση λογοτεχνικών έργων στις ευρωπαϊκές αγορές, η δημιουργία ικανοτήτων και η επαγγελματική κατάρτιση επαγγελματιών του οπτικοακουστικού τομέα, η διανομή και η πώληση οπτικοακουστικών έργων σε όλη την Ευρώπη, φεστιβάλ κινηματογράφου που προωθούν ευρωπαϊκές κινηματογραφικές ταινίες, πλατφόρμες πολιτιστικών φορέων που προωθούν ανερχόμενους καλλιτέχνες και ενθαρρύνουν τον προγραμματισμό νέων πολιτιστικών και δημιουργικών έργων, η ανάπτυξη έργων μυθοπλασίας, δημιουργικών ντοκιμαντέρ και βιντεοπαιχνιδιών για τις ευρωπαϊκές αγορές του κινηματογράφου και της τηλεόρασης, η δημιουργία του σήματος της ευρωπαϊκής πολιτιστικής κληρονομιάς.³⁴

Άλλες σημαντικές δράσεις που ξεκίνησαν μέσα στο 2016 αφορούν ευρωπαϊκά και διεθνή έργα στα οποία συμμετέχει ή ηγείται η CulturePolis, μια μη κερδοσκοπική εταιρεία που μετρά 10 χρόνια ζωής. Τέτοια έργα είναι το Citizen Artist Incubator (CAI) για τον ρόλο που έχουν οι καλλιτέχνες και πώς συνεισφέρουν στην κοινωνία, το DIVERTIMENTO για τον ρόλο που διαδραματίζει η τεχνολογία στην εξέλιξη του

³⁴<https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/>

πολιτιστικού τουρισμού, το GROW Observatory για την ευαισθητοποίηση των πολιτών αλλά και των αγροτών στη βιώσιμη αγροδιατροφή, το JOYNEET για την προώθηση της απασχόλησης νέων ανέργων στην Ευρώπη. Η ομάδα του Πολιτιστικού Παρατηρητηρίου της CulturePolis σχεδιάζει κι άλλες καινοτόμες δράσεις και πρωτοβουλίες όπως είναι η βράβευση πολιτιστικά πρωτοπόρων δήμων, προτάσεις για δημιουργία εκκολαπτηρίων για νεοφυείς επιχειρήσεις σε πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες σε διάφορα μέρη της Ελλάδας και είναι ανοιχτή για συνεργασίες με όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς π.χ. Υπουργείο Πολιτισμού, Περιφέρειες, ΚΕΔΕ, ΕΕΤΑΑ, πανεπιστήμια, τεχνολογικά ιδρύματα, πολιτιστικοί οργανισμοί, κεντρικοί φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης.³⁵

Επιπροσθέτως, η έκθεση Flying over the Abyss, που πραγματοποίησε ο οργανισμός πολιτισμού και ανάπτυξης NEON το 2015 στην Θεσσαλονίκη και το Ρέθυμνο αναμένεται να συνεχίσει το ταξίδι της στην Αθήνα και την Λάρισα τον Δεκέμβρη του 2016 και το 2017 στη Σύρο και στο Ναύπλιο. Η επιλογή των έργων ελλήνων και ξένων καλλιτεχνών είναι εμπνευσμένη από το έργο του Νίκου Καζαντζάκη και ιδιαίτερα από την Ασκητική του.³⁶ Σκοπός των έργων αυτών είναι να δείξουν την πορεία της ανθρώπινης ζωής από την γέννηση μέχρι και τον θάνατο. Ο οργανισμός NEON συνεργάζεται με το Μουσείο Καζαντζάκη και παρουσιάζει στην έκθεση το χειρόγραφο της Ασκητικής του Νίκου Καζαντζάκη προσφέροντας μια πλήρη εμπειρία στο κοινό. Στο πλαίσιο του εκαιδευτικού προγράμματος της εκθέσης θα δημιουργηθεί ειδικό εκπαιδευτικό kit με την βοήθεια και την επιμέλεια του Ελληνικού Παιδικού Μουσείου έτσι ώστε οι συμμετέχοντες να ευαισθητοποιηθούν με την σύγχρονη τέχνη βιωματικά, να εξοικειωθούν με τα καλλιτεχνικά ρεύματα και τους εκπροσώπους τους αλλά και να αναπτύξουν δικούς τους προσωπικούς τρόπους πρόσεγγισης των έργων τέχνης.³⁷

³⁵ <http://www.culturepolis.org/>

²¹ <http://www.thetoc.gr/politismos/article/o-neon-parousiase-to-programma-tou-plithos-draseis-to-2016>

³⁷ <http://neon.org.gr/gr/event/ekpaideutiko-programma-ypervash-avyssos/>

ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ

Οι δράσεις πολιτισμού που έχουν γίνει στην Ελλάδα είναι πολλές και αξιοσημείωτες. Χαρακτηριστικά παραδείγματα έργων που αναβάθμισαν το αστικό τοπίο είναι στην Αθήνα η αναζωογόνηση των περιοχών : Πατήσια, Κυψέλη, Παλαιό Φάληρο, περιοχή Ψυρρή. Η Ελλάδα δεν στάθηκε όμως μόνο σε αυτά τα έργα αλλά βραβεύτηκε και για τη συμμετοχή της στα ευρωπαϊκά βραβεία Europa Nostra 2016 με θέμα την αποκατάσταση μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς. Συνεχίζει να είναι πάντα ανοιχτή σε νέα σχέδια και επενδύσεις που αφορούν τον πολιτισμό παρόλη την οικονομική δυσχέρεια που επικρατεί. Νέες πολιτιστικές δράσεις αναμένεται να γίνουν με την υποστήριξη των προγραμμάτων «Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Νοτίου Αιγαίου 2014-2020», « Δημιουργική Ευρώπη», της μη κερδοσκοπικής εταιρίας CulturePolis και της έκθεσης Flying Over The Abyss.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην παρούσα εργασία μελετήθηκαν οι επιδράσεις που έχει ο πολιτιστικός τουρισμός στην ελληνική οικονομία και κοινωνία. Ο πολιτιστικός τουρισμός διακρινόμενος από τον τουρισμό πολιτιστικής κληρονομιάς, τον τουρισμό παράδοσης, τον θρησκευτικό τουρισμό, τον δημιουργικό τουρισμό και τον τουρισμό ειδικών γεγονότων αποτελεί μια μορφή τουρισμού που καθίσταται σημαντικό τμήμα της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς. Θα μπορούσε να θεωρείται ως ο διάδοχος του πάλαι ποτέ μοντέλου του μαζικού τουρισμού και μια καινούρια ευκαιρία για τη χώρα μας να επενδύσει στον πολιτισμό της. Η συνεισφορά της ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού επιφέρει όχι μόνο οικονομικά οφέλη αλλά αναδεικνύει και τους πολιτιστικούς και φυσικούς πόρους της κάθε περιοχής συμβάλλοντας μ' αυτό τον τρόπο στην διαφύλαξη της πολιτιστικής της κληρονομιάς.

Η Ελλάδα είναι μια χώρα με σημαντικό ιστορικό, πολιτιστικό και θρησκευτικό παρελθόν που προσελκύει όλους τους τύπους τουριστών. Ο τουρισμός σε συνεργασία με τον πολιτισμό βοήθησε έτσι ώστε να πραγματοποιηθούν στην χώρα ποιοτικές πολιτιστικές δράσεις για να αναδειχθούν κάποια άγνωστα μνημεία και αρχαιολογικοί χώροι στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη. Φυσικά ότι έχει σχέση με τον τουρισμό και τον πολιτισμό συνάμα έχει μεγάλο κόστος γι' αυτό και οι ταξιδιώτες που μετακινούνται με σκοπό να θαυμάσουν τα αξιοθέατα, τα μνημεία και τα μουσεία της Ελλάδας είναι συνήθως ευκατάστατα άτομα που ασχολούνται με τις τέχνες, τα γράμματα, τη φιλοσοφία και την ιστορία.

Το πλεονέκτημα της Ελλάδας ότι είναι μια μεσογειακή χώρα με πλήθος νησιών και αρχαιολογικών ευρημάτων την κάνει ανταγωνιστική χώρα αλλά για να αυξησει τα κέρδη σε ότι αφορά τον πολιτισμό πρέπει να διαφοροποιήσει το ελληνικό τουριστικό προϊόν της. Με άλλα λόγια, πρέπει να ξεφύγει από το τυπικό σλόγκαν του «ήλιος-θάλασσα» και να διαφημίσει περισσότερο τα προϊόντα που βγάζει η ελληνική γή, τις παραδόσεις, τα έθιμα και τους χορούς της για να καταφέρει να κάνει τους επισκέπτες να βιώσουν μια ξεχωριστή εμπειρία. Αν καταφέρει και επισκεντρωθεί σε αυτό της τον στόχο το αποτέλεσμα θα είναι μεγάλη εισροή κερδών και προστασία της πολιτιστικής της κληρονομιάς.

Βέβαια, η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού προϋποθέτει κάποιες παρεμβάσεις οι οποίες σχετίζονται με τη βελτίωση των υπάρχουσων υποδομών της χώρας ή την

κατασκευή νέων. Οι δράσεις και οι πρωτοβουλίες πρέπει να αναλαμβάνονται από εξειδικευμένα άτομα με στόχο την ισορροπία μεταξύ κοινωνίας, οικονομίας, περιβάλλοντος και πολιτισμού. Με βάση τις υποδομές αυτές διοργανώνονται έπειτα οι πολιτιστικές δραστηριότητες που προσεγγίζουν πλήθος περιηγητών και ντόπιων κατοίκων. Οι πολιτιστικές δραστηριότητες είναι αυτές που θα συνδέσουν τους ανθρώπους ανεξαρτήτως πολιτικών και κοινωνικών ζητημάτων, θα τους φέρουν κοντά, θα τους κάνουν να νιώσουν ελεύθεροι και ότι μπορούν να εκφράσουν την προσωπική τους στάση σε διάφορα θέματα.

Επιπροσθέτως, η Ελλάδα φαίνεται να υστερεί στον τομέα της διαφήμισης αλλά και της έρευνας αγοράς. Πιο συγκεκριμένα, η έρευνα αγοράς είναι απαραίτητη για να μπορεί να γίνει αντίληπτο από τις τουριστικές επιχειρήσεις ότι οι τουρίστες έχουν πια διαφορετικές ανάγκες και προτιμούν να περάσουν πιο επικοδομητικά τις διακοπές τους επισκεπτόμενοι κάποιον αρχαιολογικό χώρο και γνωρίζοντας πιο βιωματικά έναν τόπο. Ο τομέας της διαφήμισης απ' την άλλη πλευρά είναι εξίσου χρήσιμος για την προβολή ελληνικών προορισμών πολιτιστικού τουρισμού και για την προσέλκυση ξένων τουριστών που προτίθενται να επενδύσουν στον πολιτισμό και την χώρα μας. Πρέπει λοιπόν να λάβουμε δράση και να εστιάσουμε στους δύο αυτούς τομείς που μόνο καλό μπορούν να κάνουν στη χώρα.

Εν κατακλείδι, αυτό που λείπει από τη χώρα μας είναι η αποτελεσματική διαχείριση του πολιτισμού, η εφαρμογή ενός πολιτιστικού σχεδίου μάρκετινγκ που θα προβάλλει τα επιτεύγματα του παρελθόντος αλλά και του σήμερα. Το σχέδιο αυτό μπορεί να εφαρμοστεί με την δημιουργία πολιτικών προώθησης του πολιτιστικού αποθέματος βασισμένο στις νέες τεχνολογίες. Πρέπει να κατασκευαστεί επομένως ένα όμορφο και λειτουργικό περιτύλιγμα με αγάπη και σεβασμό προς τον τόπο μας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

Αυδίκος, Β. (2014) Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα, Εκδόσεις Επίκεντρο

Γκαντζιάς, Γ. (2007) Ο πολιτισμός στην Ψηφιο-επικοινωνιακή Παγκοσμιοποίηση (Πρακτικά 13ου Συνεδρίου Εφαρμογής Πληροφορικής και Επικοινωνιών Θεσ/νίκη), - Πολιτιστική πολιτική, χορηγία και εταιρική κοινωνική ευθύνη(2010: 40-44)

Εσωτερικών, Υ. (2016). Δελτίο Διεθνών και Ευρωπαϊκών Θεμάτων και Αναπτυξιακού Σχεδιασμού της Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Τεύχος 76/77-Οκτώβριος/Νοέμβριος 2016)

Ζωγράφος, Γ. (2009). Η συμβολή της διοργάνωσης ειδικών γεγονότων στην ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών. (διδακτορική διατριβή)

IOBE (2013), Τριμηνιαία Έκθεση, Ιανουάριος 2013

Καροφύλλου, Μ. (2008). Πολιτιστική κληρονομιά & τουριστική ανάπτυξη

ΚΕΠΕ (2014) ,Τριμηνιαία Έκθεση «Οικονομικές Εξελίξεις», Τεύχος 24, Ιούνιος 2014

Κόνσολα, Ν. (1999). Πολιτιστική Δραστηριότητα και Κρατική Πολιτική στην Ελλάδα: Η περιφερειακή διάσταση. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση

Κοσκινά, Α., & Γλύτση, Ε. (2003) Δομή, Οργάνωση και παραγωγή πολιτιστικών δραστηριοτήτων- Εικαστικά, Τόμος Β΄, Πολιτιστική Διαχείριση, Εκδόσεις ΕΑΠ

Λιώκης, Α. (2014). Η συμβολή των πολιτιστικών φορέων στην τουριστική ανάπτυξη μιας χώρας.

Νάστος, Γ. (2012). Εναλλακτικές στρατηγικές ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα.

Παλάσκας, Θ., Παπαθεοδώρου, Α. και Τσάμπα, Μ. (2006). Η Πολιτιστική Κληρονομιά ως Παράγων Ανάπτυξης της Ελληνικής Οικονομίας

Παχάκη Κ., Αγγελίδου Φ., (κ.α.) Εκθέσεις 32. Ο Πολιτισμός ως Κλάδος Οικονομικής Δραστηριότητας. ΚΕΠΕ, Αθήνα 2000

ΣΕΤΕ (2014). Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014 - συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών

ΣΕΤΕ (2016) . Ελληνικός Τουρισμός Εξελίξεις-Προοπτικές, Τεύχος 1, Ιούλιος 2016

ΣΕΤΕ, (2010). Η Σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία /κοινωνία & προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη

Σύκκα Γ. (2014). Ο πολιτισμός ως κινητήρια δύναμη ανάπτυξης. Καθημερινή, Αθήνα.

Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων, Πίνακας Συνολικών Πωλήσεων Εισιτηρίων και Εισπράξεων για το 2009 και το 2014. Διαθέσιμος στο URL: <http://www.statistics.gr/documents/20181/b5150ff1-6838-4b17-b831-e1b2c764e4ec>

U-EEE (UNESCO - Ελληνική Εθνική Επιτροπή). (2002). Έκθεση UNESCO (2002: Αθήνα, Ελλάδα) : παγκόσμια πολιτιστική και φυσική κληρονομιά και η ελληνική παρουσία στο Αφγανιστάν κατά την αρχαιότητα : [τέχνη της γανδάρας]. Αθήνα: Ελληνική Εθνική Επιτροπή για την UNESCO.

Ξενόγλωσση

Allen, J., O'toole, W., Mcdonnell, I., & Harris, R. (2002) Festival and Special Event Management. London: Wiley.

Andersen, V., Prentice, R., & Watanabe, K. (2000). Journeys for experiences: Japanese independent travelers in Scotland. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9(1-2), 129-151.

Arampatzi, A., & Nicholls, W. J. (2012). The urban roots of anti-neoliberal social movements: the case of Athens, Greece. *Environment and Planning A*, 44(11), 2591-2610.

Ashworth, G., & Larkham, P. eds. 1994 Building a New Europe: Tourism, Culture and Identity in the New Europe London: Routledge.

- Asplet, M., & Cooper, M. (2000). Cultural designs in New Zealand souvenir clothing: the question of authenticity. *Tourism Management*, 21(3), 307-312.
- Bachleitner, R., & Zins, A. H. (1999). Cultural tourism in rural communities: The residents' perspective. *Journal of business research*, 44(3), 199-209.
- Balcar, M. J., & Pearce, D. G. (1996). Heritage tourism on the west coast of New Zealand. *Tourism management*, 17(3), 203-212.
- 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.
- Blanke, J., & Chiesa, T. (2013). The travel & tourism competitiveness index. *Romania*, 68(4.04), 63.
- Bounia, A., Nikiforidou, A., Nikonakou, N. & Matossian, A. D. (2012), *Voices from the Museum: Survey Research in Europe's National Museums*, EuNaMus Report No 5, Linköping University Interdisciplinary Studies No. 17, Linköping University Electronic Press, Linköping, Sweden.
- Cohen, E. (1988). Traditions on the Qualitative Sociology of Tourism. *Annals of Tourism Research* 15:29–46. (1995). Contemporary Tourism—Trends and Challenges: Sustainable Authenticity or Contrived Post-Modernity? In *Change in Tourism: People, Places, Processes*, R. Butler and D. Pearce, eds., pp. 12–29. London: Routledge.
- Daniel, Y. P. (1996). Tourism dance performances: Authenticity and creativity. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 780–797.
- De Bres, K., & Davis, J. (2001) 'Celebrating group identity and place identity: a case study of a new regional festival,' *Tourism Geographies*, 3(3): 326-337.
- Donert, K., & Light, D. (1996). Capitalising on location and heritage: Tourism and economic reorganisation. In *Argentiére La Basse, High French Alps*. In L. Harrison, & W. Husbands (Eds.), *Practicing responsible tourism* (pp. 193–215). Brisbane: Wiley
- EC. Eurobarometer. (2014). Preferences of Europeans towards Tourism. Flash Eurobarometer 392. Available at: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_392_en.pdf

European Commission. (2010). “Cohesion Policy 2007 – 2013: Culture”.

Evans, G. (2003). Hard-branding the cultural city—from Prado to Prada, *International Journal of Urban and Regional Research*, 27(2), pp. 417–440.

Formica, S., & Uysal, M. (1998). Market segmentation of an international cultural-historical event in Italy. *Journal of Travel Research* 36, 16-24.

Fredline, E., & Faulkner, B. (1998). Resident reactions to a major tourist event: the Gold Coast Indy car race, *Festival Management and Event Tourism*, 5(4), pp.185–205.

Fyall, A., & Garrod, B. (1996). Sustainable heritage tourism: Achievable goal or elusive ideal? In M. Robinson, N. Evans, & P. Callaghan (Eds.), *Managing cultural resources for tourism* (pp. 50–76). Sunderland, UK: British Education Publisher

Fyall, A., & Garrod, B. (1998). Heritage Tourism: At What Price? *Managing Leisure* 3:213–228

Gertler, M. S. (2004). Creative cities: What are they for, how do they work, and how do we build them? Ottawa: Canadian Policy Research Networks, Background Paper F-48

Gertler, M. S., Tesolin, L., & Weinstock, S. (2006). Toronto case study. London Toronto: Strategies for Creative Cities Project.

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism management*, 29(3), 403-428.

Goeldner, C. R., & Brent Ritchie, J.R. (ed.) (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New Jersey: J. Wiley and Sons Inc.

Grefe, X. (2002). Arts and artists from an economic perspective. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO).

Grünewald, R. (2002). Tourism and cultural revival. *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No.4, pp.1004-1021.

Hall, C. M. (1992). *Hallmark Tourist Events*. London: Belhaven Press

Harvey, D. (1989). *The Condition of Postmodernity*. Oxford: Basil Blackwell.

- Herbert, D. (2001). Literary Places, Tourism and the Heritage Experience. *Annals of Tourism Research* 28:312–333.
- Hollinshead, K. (1988). First-blush of the Longtime: The Market Development of Australia's Living Aboriginal Heritage. *Tourism Research: Expanding Boundaries*. In *Proceedings of the 19th annual conference of the Tourism Research Association.*, pp. 183–198. Salt Lake City: University of Utah
- Holloway, J.C., & Robinson C. (1995). *Marketing for Tourism*, 3rd edition, Longman.
- Hovinen, G. R. (1995). Heritage issues in urban tourism: An assessment of new trends in Lancaster County. *Tourism Management*, 16(5), 381–388.
- ICOMOS. (1999). Cultural tourism charter. Paris: ICOMOS. <http://www.icomos.org> (retrieved February 11, 2000).
- Jackowski, A. (2000). “Religious tourism: problems with terminology,” in A. Jackowski (ed.) *Peregrinus Cracoviensis*, Krakow: Institute of Geography, Jagiellonian University.
- Jackowski, A., & Smith, V.L. (1992). “Polish pilgrim-tourists,” *Annals of Tourism Research* 19: 92–106.
- Janiskee, R. (1980). ‘South Carolina’s harvest festivals: rural delights for day tripping urbanites,’ *Journal of Cultural Geography*, 1(Fall/Winter): 96-104.
- Jenkins, B. (2005). Toronto’s cultural renaissance. *Canadian Journal of Communication*, 30(2). www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/1417
- MacCannell, D. (1976). *The Visitor: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.
- MacDonald, R., & Jolliffe, L. (2003). Cultural rural tourism: Evidence from Canada. *Annals of tourism research*, 30(2), 307-322.
- Martín de la Rosa, B., *Turismo en Ecosistemas Insulares. Antropología en el paraíso*, Colección PASOS. Edita, no 3, 63. www.pasosonline.org.
- Matarasso, F. (1999). *Towards a local culture Index. Measuring the cultural vitability of communities*. Nottingham: Russia Press

- McKercher, B., Ho, P. S., Cros, H. D., & So-Ming, B. C. (2002). Activities-based segmentation of the cultural tourism market. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(1), 23-46.
- McLean, F. (1995). A Marketing Revolution in Museums? *Journal of Marketing Management* 11:601–616.
- Mintel. (2010). Travel and tourism—China—February 2010.
- Myerscough, J. (1991). *Monitoring Glasgow*. Glasgow: Glasgow City Council.
- Nuryanti, W. (1996). Heritage and postmodern tourism. *Annals of tourism research*, 23(2), 249-260.
- O’Leary, J., & Morrison, E. (1998). Cultural Heritage and Tourism: Identifying Niches for International Travelers. *Journal of Tourism Studies* 9(2):2-13.
- OECD. (2009). *The Impact of Culture on Tourism*, OECD, Paris, pp. 17
- Poria, Y., Butler R., & Airey D. (2001). Clarifying Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research* 28:1047–1049
- Prentice, R., & Andersen, V. (2003). Festival as creative destination, *Annals of Tourism Research*, 30(1), pp. 7–30.
- Prentice, R.C. (1993). *Tourism and Heritage Attractions*. Routledge, London.
- Quinn, B. (2009). Festivals, events and tourism. *Books/Book chapters*, 1.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: CAB International.
- Richards, G. (2001). *Cultural Attractions and European Tourism*. CAB International, Wallingford.
- Richards, G. (2010). The traditional quantitative approach. *Surveying cultural tourists: Lessons from the ATLAS Cultural Tourism Research Project*. *Cultural tourism research methods*, 13-32.
- Richards, G. (Ed.). (2007). *Cultural tourism: Global and local perspectives*. New York: Haworth.

- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. ATLAS News no. 23, pp. 16-20.
- Ritzer, G. (1999). Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
- Sdrali, D., & Chazapi, K. (2007). Cultural tourism in a greek insular community: the residents' perspective.
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism management*, 16(5), 361-365.
- Squire, S. J. (1996). Literary tourism and sustainable tourism: Promoting 'Anne of Green Gables' in Prince Edward Island. *Journal of Sustainable Tourism*, 4(3), 119-134.
- Swarbrooke J. (ed.) (1995). *The Development and Managing of Visitor Attractions*, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Taylor, J. (2001). Authenticity and Sincerity in Tourism. *Annals of Tourism Research* 28:7-26.
- Tourism Canada. (1991). *Investigative study on the cultural tourism sector*. Ottawa: Tourism Canada
- UNWTO, (1985). *The State's Role in Protecting and Promoting Culture as a Factor of Tourism Development*, UNWTO, Madrid.
- UNWTO, (2014). *World Tourism Barometer*, Vol. 12, No 1, Statistical Annex & World Tourism Barometer.
- Urry, J. (1990). *The tourist gaze*. London: SAGE Publications
- Verhaar, J., & Meeter H. (1988). *Project model exhibition* (Leiden).
- Waitt, G. (2000). Consuming heritage: Perceived historical authenticity. *Annals of tourism research*, 27(4), 835-862.
- Zeppal, H., & Hall C. (1991). Selling Art and History: Cultural Heritage and Tourism. *Tourism Studies* 2:47-55
- Zukin, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Cambridge, MA: Blackwell.

Ηλεκτρονικές Πηγές

- UNESCO-Hellas (2014) Η άυλη κληρονομιά. Διαθέσιμο στο: <URL:
http://www.unesco-hellas.gr/gr/3_5_2.htm> [πρόσβαση 26/07/16]
- Discover Greece (2014) Παραδόσεις στην Ελλάδα. Διαθέσιμο στο: <URL:
<http://www.discoverGreece.com/el/culture/tradition-ethnic>>[πρόσβαση
26/08/16]
- Βήμα Ορθοδοξίας (2012) ΑΓΙΟΝ ΟΡΟΣ. Διαθέσιμο στο: <URL:
<http://www.vimaorthodoxias.gr/agio-oros-athos>> [πρόσβαση 19/09/16]
- Ορθοδοξία (2015) Η κρίση «χτύπησε» και το Άγιον Όρος. Διαθέσιμο στο:
<URL:<http://orthodoxia.info/news/%CE%B7-%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B7-%CF%87%CF%84%CF%8D%CF%80%CE%B7%CF%83%CE%B5-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CE%BF-%CE%AC%CE%B3%CE%B9%CE%BF%CE%BD-%CF%8C%CF%81%CE%BF%CF%82/>> [πρόσβαση 19/09/16]
- Έθνος (2015) Μάτσου Πίτσου: Ταξίδι στον Αστερισμό των Ίνκας. Διαθέσιμο
στο:<URL:http://www.ethnos.gr/ameriki/arthro/matsou_pitsou_taksidi_ston_ast_erismo_ton_inkas-64190821/> [πρόσβαση 23/09/16]
- CNN Greece (2016) Πέτρα-Ιορδανία: Η πόλη που σμίλεψαν οι Ναβαταίοι στους
βράχους.
Διαθέσιμο στο: <URL:<http://www.cnn.gr/travel/kosmos/story/40707/petra-iordania-h-poli-poy-smilepsan-oi-navataioi-stoys-vraxoys-pics>>[πρόσβαση
23/09/16]
- Discover Greece (2014) Ελληνικά προϊόντα καρποί φτιαγμένοι από τη φύση.
Διαθέσιμο στο: <URL:<http://www.discovergreece.com/el/gastronomy/greek-produce>>[πρόσβαση 04/10/2016]
- ICOMOS, Η Χάρτα του πολιτιστικού τουρισμού. Διαθέσιμο στο: <URL:
http://www.icomos.org/charters/tourism_greek.pdf> [πρόσβαση 06/10/2016]
- TTCI (2013) Έκθεση για Ανταγωνιστικότητα Ταξίδια και Τουρισμός, World
Economic Forum. Διαθέσιμο στο:
<URL:http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf> [πρόσβαση 10/10/2016]

- WEF (2014) Παγκόσμια Έκθεση Ανταγωνιστικότητας, World Economic Forum, Γενεύη. Διαθέσιμο στο:
<URL:http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2014-15.pdf> [πρόσβαση 10/10/2016]
- Καθημερινή (2014) Άποψη: Έξι τρόποι βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος. Διαθέσιμο στο:
<URL:<http://www.kathimerini.gr/779438/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/apoyh-e3i-tropoi-veltivshs-toy-toyristikoy-proiontos>>[πρόσβαση 17/10/2016]
- The Bilbao Effect. Το Φαινόμενο του Μουσείου Guggenheim στο Μπιλμπάο. Διαθέσιμο στο:
<URL:<http://kolossosproject.org/%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B4%CE%B5%CE%B9%CE%B3%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%AF%CE%B1-%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%B2%CE%AF%CF%89%CF%83%CE%B7-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%AF%CE%BF%CF%85-%CE%B8%CE%B1%CF%8D%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%BA%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CF%83%CF%83%CE%BF%CF%8D-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CF%81%CF%8C%CE%B4%CE%BF%CF%85/62-the-bilbao-effect-to-%CF%86%CE%B1%CE%B9%CE%BD%CF%8C%CE%BC%CE%B5%CE%BD%CE%BF-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF%CF%85-guggenheim-%CF%83%CF%84%CE%BF-%CE%BC%CF%80%CE%B9%CE%BB%CE%BC%CF%80%CE%AC%CE%BF.html>> [πρόσβαση 30/10/2016]
- The Cultural Renaissance in Auckland and Glasgow (2009). Διαθέσιμο στο:
<URL:
http://tauranga.kete.net.nz/en/tauranga_city_libraries_history/topics/show/993-the-cultural-renaissance-in-auckland-and-glasgow> [πρόσβαση 31/10/2016]
- Gardiner Museum Website. Διαθέσιμο στο:

- <URL:<http://www.gardinermuseum.on.ca/about-us/museum-history>>[πρόσβαση 4/11/2016]
- Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος. Διαθέσιμο στο: <URL:<http://www.lifemagazine.gr/index.php/kentro-politismou-idrima-stavros-niarchos-ena-ergo-zois/>> [πρόσβαση 14/11/2016]
 - Γκάζι , Τεχνόπολις Αθηνών- Μουσείο Φωταερίου. Διαθέσιμο στο: <URL:<http://www.technopolis-athens.com/web/guest/museum>>[πρόσβαση 14/11/2016]
 - Remember When: The Baltic Flour Mills at Gateshead in 1982 - then and now. Διαθέσιμο στο: <URL:<http://www.chroniclelive.co.uk/lifestyle/nostalgia/remember-when-baltic-flour-mills-7904181>> [πρόσβαση 14/11/2016]
 - Βιομηχανικό Μουσείο Φωταερίου. Διαθέσιμο στο: <URL:<http://www.archaiologia.gr/blog/photo/%CE%B2%CE%B9%CE%BF%CE%BC%CE%B7%CF%87%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF-%CF%86%CF%89%CF%84%CE%B1%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%BF%CF%85/>> [πρόσβαση 14/11/2016]
 - Η συνεισφορά του Κέντρου Πολιτισμού – Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος στην ελληνική οικονομία. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.fortunegreece.com/article/i-sinisfora-tou-kentrou-politismou-idrima-stavros-niarchos-stin-elliniki-ikonomia/>>[πρόσβαση 14/11/2016]
 - Μουσείο της Ελεύθερνας: Δείτε εικόνες από ένα έργο- σταθμό για τον πολιτισμό της Ελλάδας. Διαθέσιμο στο: <URL:<http://visiteleftherna.gr/%CE%AC%CF%81%CE%B8%CF%81%CE%B1%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B5%CE%BB%CE%B5%CF%8D%CE%B8%CE%B5%CF%81%CE%BD%CE%B1%CF%82-%CE%B4%CE%B5%CE%AF%CF%84%CE%B5-%CE%B5%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CE%BD%CE%B5%CF%82/>> [πρόσβαση 14/11/2016]

- Δύο έργα από την Ελλάδα κερδίζουν Βραβείο της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την Πολιτιστική Κληρονομιά / Βραβείο Europa Nostra 2016. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.europanostra.org/UPLOADS/FILS/20160407-PR-EU-Winners-GR.pdf>> [πρόσβαση 2/12/16]
- Μουσείο Ακρόπολης - Σύντομος Απολογισμός 2015-2016. Διαθέσιμο στο: <URL: https://issuu.com/theacropolismuseum/docs/acropolis_museum_greek_annual_repor> [πρόσβαση 3/12/16]
- Αρχαιολογικός Χώρος Κνωσού. Διαθέσιμο στο: <URL: http://odysseus.culture.gr/h/3/gh351.jsp?obj_id=2369> [πρόσβαση 4/12/16]
- Ακρόπολη της Λίνδου. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.wondergreece.gr/v1/el/Perioxes/Rodos/Politismos/Arxaiologikoi_Xwroi/6275-Akropoli_tis_Lindoy> [πρόσβαση 4/12/16]
- Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.namuseum.gr/welcome-gr.html>> [πρόσβαση 4/12/16]
- Αρχαιολογικός Χώρος της Επιδαύρου. Διαθέσιμο στο: <URL: http://odysseus.culture.gr/h/3/gh352.jsp?obj_id=2374> [πρόσβαση 4/12/16]
- Αρχαιολογικός Χώρος Αρχαίας Ολυμπίας. Διαθέσιμο στο: <URL: http://odysseus.culture.gr/h/3/gh352.jsp?obj_id=2358> [πρόσβαση 4/12/16]
- Αρχαιολογικός Χώρος Δελφών. Διαθέσιμο στο: <URL: http://odysseus.culture.gr/h/3/gh352.jsp?obj_id=2507> [πρόσβαση 4/12/16]
- Αρχαιολογικός Χώρος Μυκηνών και Θησαυρού Ατρέα. Διαθέσιμο στο: <URL: http://odysseus.culture.gr/h/3/gh3530.jsp?obj_id=2573> [πρόσβαση 4/12/16]
- Παλάτι Μεγάλων Μαγίστρων. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.rodosislandinfo.gr/rodostouristikosodigos/rodosaxiotheata/palatimegalonmagistron/index.html>> [πρόσβαση 4/12/16]
- Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Νοτίου Αιγαίου 2014-2020. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.pepna.gr/sites/default/files/news/%CE%A0%CF%81%CE%BF%CF%83%CE%BA%CE%BB%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82%20%CE%B3%CE%B9%CE%B1%20%CE%AD%CF%81%CE%B3%CE%B1%>>

[20%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D.pdf](#)> [πρόσβαση 5/12/16]

- Δημιουργική Ευρώπη. Διαθέσιμο στο:
<URL: <https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/>> [πρόσβαση 7/12/16]
- Ελληνική Στατιστική Αρχή (Ιούνιος 2016) Δελτίο Τύπου - Κίνηση Μουσείων και Αρχαιολογικών Χώρων. Διαθέσιμο στο:
<URL:<http://www.statistics.gr/documents/20181/93ccabf2-f78d-4c26-98cf-3ec9f129c31f>> [πρόσβαση 7/12/16]
- Φόρουμ Πολιτισμού, Βιωσιμότητας και Καινοτομίας. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.culturepolis.org/>> [πρόσβαση 9/12/16]
- Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα «Η Υπέρβαση της Άβυσσος». Διαθέσιμο στο: <URL: <http://neon.org.gr/gr/event/ekpaideutiko-programma-ypervash-avyssos/>> [πρόσβαση 10/12/16]
- Ο NEON παρουσίασε το πρόγραμμά του. Πλήθος δράσεων το 2016. Διαθέσιμο στο:<URL:<http://www.thetoc.gr/politismos/article/o-neon-parousiase-to-programma-tou-plithos-drases-to-2016>> [πρόσβαση 10/12/16]
- Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού. Διαθέσιμο στο:
<URL: http://www.yppo.gr/1/g1540.jsp?obj_id=4429> [πρόσβαση 12/12/16]
- Λύκειο των Ελληνίδων. Διαθέσιμο στο:
<URL: http://www.yppo.gr/1/g1540.jsp?obj_id=117> [πρόσβαση 12/12/16]
- Ευρωπαϊκό Κέντρο Βυζαντινών και Μεταβυζαντινών Μνημείων. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.yppo.gr/1/g1540.jsp?obj_id=106> [πρόσβαση 12/12/16]
- Ταμείο Αρχαιολογικών Χώρων και Απαλλοτριώσεων. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.tap.gr/tapadb/index.php>> [πρόσβαση 12/12/16]
- Πολιτιστικοί φορείς. Διαθέσιμο στο:
<URL: www.dmoz.org/World/Greek/Τέχνες/Πολιτιστικοί_φορείς/> [πρόσβαση 13/12/16]
- Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών. Διαθέσιμο στο:
<URL: <http://www.eccd.gr/el/to-kentro/istoria/>> [πρόσβαση 13/12/16]
- Κοινωφελές Ίδρυμα Αλέξανδρος Σ. Ωνάσης. Διαθέσιμο στο:
<URL: <http://www.onassis.org/public-benefit.php>> [πρόσβαση 29/12/16]
- Ίδρυμα Ιωάννου Φ. Κωστοπούλου. Διαθέσιμο στο:

<URL:http://www.costopoulosfoundation.org/wp-content/uploads/2016/07/IFK_Apologismos-annual2015-GR_web.pdf>

[πρόσβαση 29/12/16]

- Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού. Διαθέσιμο στο:
<URL:<http://www.ime.gr/fhw/index.php?lg=1&state=pages&id=80>>[πρόσβαση 29/12/16]
- Ινστιτούτο Επεξεργασίας του Λόγου. Διαθέσιμο στο:
<URL: <http://www.ilsp.gr/el/profile/objective>> [πρόσβαση 29/12/16]
- Ινστιτούτο Πολιτιστικής και Εκπαιδευτικής Τεχνολογίας. Διαθέσιμο στο:
<URL: <http://www.ceti.gr/>> [πρόσβαση 29/12/16]
- Η δυναμική του τουρισμού και οι επενδύσεις στον πολιτισμό. Διαθέσιμο στο:
<URL:<http://www.kathimerini.gr/867725/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/apoyhh-dynamikh-toy-toyris moy-kai-oi-ependyseis-ston-politismo>>
[πρόσβαση 29/12/16]
- Νυμφαίο: Το αλπικό στολίδι της Φλώρινας. Διαθέσιμο στο: <URL:
<http://www.in2life.gr/escape/weekend/article/175607/nymfaio-to-alpiko-stolidi-ths-florinas.html>> [πρόσβαση 29/12/16]
- Μοχλός ανάπτυξης η επένδυση στον πολιτισμό. Διαθέσιμο στο: <URL:
<http://www.ert.gr/mochlos-anaptixis-i-ependisi-ston-politismo/>>[πρόσβαση 29/12/16]
- Λαογραφικό Μουσείο Μάνου και Αναστασίας Φαλτάιτς - Εισηγήσεις Σεμιναρίου.
Διαθέσιμο στο: <URL:http://www.faltaits.gr/images/praktika2_2010.pdf>
[πρόσβαση 26/1/17]
- World Heritage List. Διαθέσιμο στο: <URL:<http://whc.unesco.org/en/list/>>
[πρόσβαση 28/1/17]
- Πολιτιστικός Τουρισμός. Διαθέσιμο στο: <URL:<http://www.touristiki-agera.gr/article.asp?ID=2203>> [πρόσβαση 28/1/17]

