



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ**  
**ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

**ΠΜΣ ΑΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΛΑΣΗ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

Μεταπτυχιακή Διατριβή

*«Προϋποθέσεις και προοπτικές μετεξέλιξης της πόλης του Βόλου σε δημιουργική πόλη»*



**Καρακάσης Νικόλαος**

Επιβλέπων: **Επ. Καθηγητής Δημήτρης Καλλιώρας**

Βόλος, 2018

### Δήλωση

Βεβαιώνω ότι η παρούσα εργασία είναι δική μου, δεν έχει συγγραφεί από άλλο πρόσωπο με ή χωρίς αμοιβή, δεν έχει αντιγραφεί από δημοσιευμένη ή αδημοσίευτη εργασία άλλου και δεν έχει προηγουμένως υποβληθεί για βαθμολόγηση στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας ή αλλού. Βεβαιώνω ότι είμαι εν γνώσει των κανόνων περί λογοκλοπής του ΤΜΧΠΠΑ και ότι στο πλαίσιο αυτού έχουν τηρηθεί όλοι οι κανόνες κατά την ακαδημαϊκή δεοντολογία, σχετικά με αναφορές, βιβλιογραφία, κ.λ.π., τόσο από έντυπες όσο και από ηλεκτρονικές πηγές. Σε περίπτωση λογοκλοπής αποδέχομαι όλες ανεξαιρέτως τις ποινές που προβλέπουν οι εκάστοτε Κανονισμοί του ΠΘ ή και του ΤΜΧΠΠΑ.

Ημερομηνία: 7-6-2018

Όνοματεπώνυμο: Καρακάσης Νικόλαος

Υπογραφή:

## Ευχαριστίες

Η παρούσα εργασία είναι αποτέλεσμα μιας πολύμηνης ασχολίας η οποία δεν θα είχε πραγματοποιηθεί χωρίς την ουσιαστική συμβολή ορισμένων ανθρώπων τους οποίους θα ήθελα να ευχαριστήσω. Αρχικά, θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον επιβλέποντα καθηγητή κύριο Καλλιώρα Δημήτριο, ο οποίος με υπομονή, σωστή καθοδήγηση και συνεχείς διορθώσεις, βοήθησε σημαντικά στην ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας. Επιπλέον θα ήθελα να ευχαριστήσω και τον καθηγητή κύριο Παυλέα Σωτήρη, καθώς συνέβαλε τα μέγιστα ώστε να αντιληφθώ το αντικείμενο της εργασίας και με βοήθησε και ο ίδιος με τη σειρά του, έπειτα από αρκετές διορθώσεις, στη διεκπεραίωση της μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας.

Επίσης, είναι αναγκαίο να αναφέρω την πολύτιμη συνεργασία που είχα με ορισμένους ανθρώπους, καθώς οι πληροφορίες που μου παρείχαν ήταν αρκετά κατατοπιστικές και με βοήθησαν στην ολοκλήρωση της έρευνας. Έτσι θέλω να ευχαριστήσω, τον καθηγητή κύριο Καραγάλη Νικόλαο, ο οποίος μέσω της συνέντευξης που μου παραχώρησε, μου παρείχε σημαντικές κατευθύνσεις και συμβουλές, τον κύριο Καραμανλάκη Ελευθέριο, υπάλληλο του γραφείου του ΔΟΕΠΑΠ-ΔΗΠΕΘΕ Βόλου, ο οποίος με τη σειρά του μου παρείχε επιπλέον χρήσιμες πληροφορίες, καθώς και την κυρία Μαριάννα Μπουντούρη η οποία μου έδωσε τα κατάλληλα στοιχεία και εργαλεία.

Τέλος, θέλω να ευχαριστήσω και να αφιερώσω την εργασία αυτή στην οικογένειά μου και στους στενούς μου φίλους, καθώς η αμέριστη στήριξη που μου παρείχαν καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης αυτής της εργασίας, αποτέλεσε τον ακρογωνιαίο λίθο της.

## Περίληψη

Το ανταγωνιστικό περιβάλλον, η οικονομική κρίση και οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι σύγχρονες πόλεις τα τελευταία χρόνια, έχουν οδηγήσει στην εξεύρεση νέων πολιτικών και καινοτόμων λύσεων που μπορούν να οδηγήσουν στην αποφυγή των παραπάνω προβλημάτων. Τα σύγχρονα εργαλεία πολεοδομικού σχεδιασμού, στοχεύουν στην ενίσχυση της βιωσιμότητας των σύγχρονων πόλεων η οποία αποτελεί βασική συνιστώσα της ανάπτυξης, γεγονός που αποδεικνύεται από τη διαρκή ενσωμάτωση βιώσιμων πολιτικών στις διάφορες στρατηγικές ανάπτυξης. Στην Ελλάδα, εξαιτίας της οικονομικής αλλά και κοινωνικής ύφεσης, η διαρκής αναζήτηση νέων καινοτόμων στρατηγικών σχεδιασμού αποτελεί μονόδρομο για την αναστροφή της κατάστασης που επικρατεί στη χώρα τα τελευταία έτη.

Στην παρούσα εργασία γίνεται μία προσπάθεια καταγραφής των προϋποθέσεων και των προοπτικών που έχει μία πόλη σαν τον Βόλο να αντιμετωπίσει τις αντίξοες συνθήκες των εποχών και να μετεξελιχθεί σε μία σύγχρονη δημιουργική πόλη. Η διάρθρωση της εργασίας πραγματοποιείται σε 5 συνολικά κεφάλαια. Έτσι, η μεθοδολογία που ακολουθείται, είναι αρχικά, η θεωρητική προσέγγιση των εννοιών που σχετίζονται και προσδιορίζουν την έννοια της δημιουργικότητας εν γένει καθώς και της δημιουργικότητας των πόλεων, στην συνέχεια πραγματοποιείται η παρουσίαση ορισμένων ευρωπαϊκών δημιουργικών πόλεων, σε επόμενο στάδιο γίνεται η παρουσίαση των χαρακτηριστικών της πόλης του Βόλου, εν συνεχεία η επεξεργασία ερωτηματολογίων που συντάχθηκαν για την περίπτωση του Βόλου και τέλος η παρουσίαση των συμπερασμάτων της έρευνας.

Πιο συγκεκριμένα, στο Κεφάλαιο 1, παρουσιάζονται οι έννοιες της δημιουργικότητας, της δημιουργικής πόλης και όλων των χαρακτηριστικών που απαρτίζουν αυτές τις πόλεις. Η ανάλυση αυτών των εννοιών πραγματοποιείται έπειτα από ενδελεχή ανάγνωση του βιβλιογραφικού υλικού το οποίο είναι διαθέσιμο, καθώς και των έργων σημαντικών μελετητών, των οποίων τα γραφόμενα αποτελούν σημείο αναφοράς για τον πολεοδομικό σχεδιασμό. Ταυτόχρονα αναλύεται ενδελεχώς, η έννοια της δημιουργικής πόλης στο πέρασμα των χρόνων και γίνεται προσπάθεια σύγκρισής της με την έξυπνη πόλη, η οποία αποτελεί και αυτή από μέρους της ένα σύγχρονο εργαλείο σχεδιασμού.

Στο Κεφάλαιο 2, παρουσιάζονται διεθνή παραδείγματα δημιουργικών πόλεων και αναλύεται ο τρόπος με τον οποίο κατάφεραν αυτές οι πόλεις να μετεξελιχθούν σε δημιουργικές. Αναλυτικότερα, γίνεται αναφορά στο δίκτυο δημιουργικών πόλεων της Ουνέσκο, καθώς και στην συνεργασία μεταξύ των πόλεων οι οποίες απαρτίζουν αυτό το δίκτυο. Τέλος, αναλύονται τα παραδείγματα του Βερολίνου και του Τούρκου. Όσον αφορά το Βερολίνο, αποτελεί μία από τις πιο γνωστές δημιουργικές πόλεις παγκοσμίως καθώς η δημιουργικότητα εντάσσεται στην καθημερινή ζωή της πόλης σε μεγάλο βαθμό, ενώ το Τούρκου, κατακτώντας τον τίτλο της

Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας, έχει καταφέρει να εντάξει τη δημιουργικότητα ως ένα βασικό μοχλό της οικονομίας της και με αυτόν τον τρόπο μπορεί να αποτελέσει παράδειγμα για την πόλη του Βόλου, καθώς κατέχει παρόμοιο πληθυσμιακό μέγεθος και αποτελεί παραθαλάσσια πόλη.

Στο κεφάλαιο 3, μελετάται η πόλη του Βόλου και παρουσιάζονται όλα τα χαρακτηριστικά γνωρίσματά της. Πιο συγκεκριμένα αναλύονται τα βασικά χωροταξικά και πολεοδομικά χαρακτηριστικά της περιοχής και παρουσιάζεται η υλική και άυλη πολιτιστική κληρονομιά που διαθέτει η πόλη του Βόλου. Επιπροσθέτως, γίνεται αναφορά στον δημόσιο φορέα ΔΟΕΠΑΠ-ΔΗΠΕΘΕ Βόλου, ο οποίος είναι υπεύθυνος για το σύνολο των πολιτιστικών δρώμενων που λαμβάνουν χώρα στην ευρύτερη περιοχή, ενώ στο τέλος του κεφαλαίου γίνεται αναφορά και στην υποψηφιότητα που είχε καταθέσει η πόλη, ώστε να αποτελέσει Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα το 2021.

Στη συνέχεια, στο Κεφάλαιο 4, αναλύεται η έρευνα πεδίου που πραγματοποιήθηκε για την πόλη του Βόλου. Αρχικά, παρουσιάζεται η μεθοδολογία των ερωτηματολογίων που παρατέθηκαν και η δομή με την οποία κατασκευάστηκαν. Ακολούθως, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας με τις αντίστοιχες επεξηγήσεις και γίνεται μία προσπάθεια συσχέτισης των απαντήσεων με τα δεδομένα που ισχύουν για την πόλη, με το θεωρητικό υπόβαθρο και με τα στοιχεία που πάρθηκαν από τις συνεντεύξεις οι οποίες πραγματοποιήθηκαν.

Τέλος, στο Κεφάλαιο 5, που αποτελεί και το τελευταίο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας, εξάγονται τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας, όπως έχουν προκύψει από τα προηγούμενα κεφάλαια και παρατίθενται τα ζητήματα πολιτικής που ακολουθούνται στην πόλη τα τελευταία χρόνια, ενώ προτείνονται και ορισμένες κατευθύνσεις οι οποίες μπορούν να αποτελέσουν προτάσεις μελλοντικής εργασίας.

**Λέξεις κλειδιά:** δημιουργική πόλη, βιώσιμη ανάπτυξη, Βόλος, στρατηγικός σχεδιασμός

## Abstract

The competitive environment, the economic crisis and the challenges that modern cities are facing the last years have led to the emergence of new policies and innovative solutions that can help to encounter all these problems. Modern urban planning tools aim at enhancing the sustainability of modern cities, which is a key component of development, as evidenced by the continued integration of sustainable policies into the various development strategies. In Greece, due to the economic and social recession, the constant search for new innovative planning strategies is the only way to reverse the situation that occurs in the country.

In this Thesis, an attempt is made to record the characteristics and perspectives of a city like Volos, in order to deal with the difficult conditions that occur in the last decades and become a modern creative city. This Thesis consists of 5 chapters. Thus, the methodology which is followed is, initially, the theoretical approach of the concepts that relate to the creativity in general, as well as, the concept of the creativity of the cities. After that, takes place the presentation of two know creative European cities. The next step is to present the characteristics of the city of Volos, subsequently the results of the questionnaires that were constructed for the case of Volos and finally the conclusions of the survey.

More specifically, Chapter 1 presents the concepts of creativity, the creative city and all the features that make up these cities. The analysis of these concepts is carried out after thorough research of the material available, as well as through studying the works of well-known urban academics, whose writings are very important for urban planning. At the same time, the concept of the creative city is thoroughly analyzed over the years and an attempt is made to compare it with the concept of the smart city, which is also a modern design tool.

In Chapter 2, international examples of creative cities and the way in which these cities managed to become creative, are presented. More specifically, a reference is made for the network of creative cities of UNESCO and the cooperation between them. Therefore, the examples of Berlin and Turku are analyzed. The city of Berlin, is one of the most famous creative cities in the world, because creativity is part of the city's daily life to a great extent. As for the city of Turku, by winning the title of European Capital of Culture, the city has succeeded in encompassing creativity as a key lever to its economy and subsequently this city can be a great example for the city of Volos, since it has a similar population size and is a seaside town too.

In chapter 3, the case of the city of Volos is studied and all its features are analyzed. More specifically, features such as the basic spatial and urban characteristics of the area, as well as the material and intangible cultural heritage of the city of Volos are analyzed. Additionally, a

reference to one of the most important public institutions of Volos, who is responsible for all the cultural events taking place in the city, is taking place, while at the end of the chapter, the campaign, run by the local municipality, to win the award of the European Capital of Culture in 2021 is mentioned.

Chapter 4, analyzes the research conducted for the city of Volos as a part of this Thesis. Initially, the methodology of the questionnaires and the structure with which they were constructed are analyzed in order to better understand the way that this research was conducted. Next, the results of the survey are presented with the corresponding explanations and an attempt is made to correlate the answers with the characteristics of the city, the theoretical background and the data obtained from the interviews that occurred for the better examination of this Thesis.

Finally, Chapter 5, which is the final chapter of this paper, outlines the main findings of the research, as they have emerged from the previous chapters. The chapter also reports the results of the latest policies that have been taken from the local municipality in the latest years, and last but not least guidelines that can be proposals for future work, are presented.

**Key words:** creative city, sustainable development, Volos, strategic planning

## Περιεχόμενα

Εισαγωγή .....	1
1. Προσεγγίσεις στην έννοια των δημιουργικών πόλεων .....	2
1.1 Εξέλιξη και ανάπτυξη των πόλεων τις τελευταίες δεκαετίες .....	2
1.2 Η έννοια της δημιουργικότητας .....	4
1.3 Η έννοια της δημιουργικής οικονομίας .....	6
1.4 Η δημιουργική πόλη .....	9
1.4.1 Τα θεμέλια της δημιουργικής πόλης.....	9
1.4.2 Η δημιουργική τάξη.....	11
1.4.3 Οι δημιουργικές βιομηχανίες.....	18
1.4.4 Το μοντέλο ανάπτυξης των δημιουργικών πόλεων .....	21
1.5 Δημιουργικές και ευφυείς πόλεις .....	23
2. Διεθνή παραδείγματα δημιουργικών πόλεων .....	26
2.1 Δίκτυο Δημιουργικών πόλεων της Ουνέσκο .....	26
2.2 Βερολίνο .....	27
2.2.1 Ιστορική αναδρομή.....	27
2.2.2 Η σημασία και ο ρόλος του στρατηγικού σχεδιασμού για την ανάπτυξη της πόλης .....	29
2.2.2 Το Βερολίνο σήμερα ως δημιουργική πόλη .....	30
2.3 Τούρκου.....	36
2.3.1 Το Τούρκου Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2011.....	37
2.3.2 Η επίδραση του προγράμματος «Τούρκου Ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα Πολιτισμού 2011» στην πόλη .....	39
2.3.3 Το Τούρκου ως μία σύγχρονη δημιουργική πόλη .....	42
3. Μελέτη Περίπτωσης – Η πόλη του Βόλου .....	45
3.1 Γεωγραφική Θέση .....	45
3.2 Πολεοδομικός Ιστός .....	46
3.3 Χωροταξικά Χαρακτηριστικά της περιοχή μελέτης.....	47
3.4 Πληθυσμιακά Χαρακτηριστικά .....	48
3.5 Απασχόληση.....	52
3.7 Δημιουργικές και Πολιτιστικές υποδομές της ευρύτερης περιοχής του Βόλου .....	53
3.7.1 Ιστορικοί - Αρχαιολογικοί χώροι .....	53
3.7.2 Μουσεία .....	54
3.7.3 Βιβλιοθήκες.....	57
3.7.4 Θέατρα και Κινηματογράφοι.....	58
3.7.5 Λοιπές Πολιτιστικές Εγκαταστάσεις.....	58
3.8 Εκδηλώσεις και Φεστιβάλ.....	59



3.9 ΔΟΕΠΑΠ – ΔΗΠΕΘΕ Βόλου.....	60
3.10 Άυλη πολιτιστική κληρονομιά .....	61
3.10.1 Γαστρονομική παράδοση.....	61
3.11 Βόλος 2021 – Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα για το 2021.....	62
4. Έρευνα πεδίου για την πόλη του Βόλου .....	63
4.1 Μεθοδολογία Ερωτηματολογίου.....	63
4.2 Δομή Ερωτηματολογίου.....	63
4.3 Παρουσίαση Αποτελεσμάτων .....	64
5. Ζητήματα Πολιτικής – Συμπεράσματα .....	86
Πηγές Τεκμηρίωσης.....	90

## Κατάλογος Πινάκων

<b>Πίνακας 1:</b> Προτεινόμενη ταξινόμηση δημιουργικών βιομηχανιών .....	20
<b>Πίνακας 2:</b> Δεδομένα δημιουργικών βιομηχανιών (2006) .....	34
<b>Πίνακας 3:</b> Αριθμός επισκεπτών σε Μουσεία και χώρους εκθεμάτων .....	41
<b>Πίνακας 4:</b> Πληθυσμιακά Στοιχεία .....	48
<b>Πίνακας 5:</b> Πληθυσμιακά στοιχεία του Δήμου Βόλου.....	49
<b>Πίνακας 6:</b> Πληθυσμός Δήμου Βόλου κατά την απογραφή του 2011 .....	50
<b>Πίνακας 7:</b> Απασχόληση ανά τομέα παραγωγής σε επίπεδο Δήμων (2011).....	52
<b>Πίνακας 8:</b> Ηλικία Ερωτηθέντων .....	64
<b>Πίνακας 9:</b> Επίπεδο Εκπαίδευσης Ερωτηθέντων .....	64
<b>Πίνακας 10:</b> Επάγγελμα Ερωτηθέντων .....	65
<b>Πίνακας 11:</b> Επίγνωση της έννοιας της δημιουργικής πόλης .....	66
<b>Πίνακας 12:</b> Τρόπος ενημέρωσης πολιτών .....	67
<b>Πίνακας 13:</b> Επίσκεψη σε δημιουργική πόλη .....	68
<b>Πίνακας 14:</b> Πόλεις επίσκεψης .....	69
<b>Πίνακας 15:</b> Ορθότητα επένδυσης στη γνώση, στην καινοτομία και στον πολιτισμό .....	70
<b>Πίνακας 16:</b> Επικάλυψη όρων δημιουργικής και ευφυούς πόλης.....	71
<b>Πίνακας 17:</b> Επίγνωση Πρωτοβουλιών Δήμου.....	72
<b>Πίνακας 18:</b> Πρωτοβουλίες Δήμου .....	73
<b>Πίνακας 19:</b> Ικανοποίηση από τον αριθμό των δρώμενων της πόλης .....	74
<b>Πίνακας 20:</b> Ενίσχυση δραστηριοτήτων από το Δήμο.....	75
<b>Πίνακας 21:</b> Δραστηριότητες που υποστηρίζει ο Δήμος .....	77
<b>Πίνακας 22:</b> Προτιμώμενες Δραστηριότητες.....	79
<b>Πίνακας 23:</b> Τομείς δημιουργικότητας που μπορεί να επενδύσει ο Βόλος.....	81
<b>Πίνακας 24:</b> Οφέλη ανάπτυξης δημιουργικών πολιτικών .....	82
<b>Πίνακας 25:</b> Δυσκολίες μετεξέλιξης του Βόλου σε δημιουργική πόλη .....	84

## Κατάλογος Γραφημάτων

<b>Γράφημα 1:</b> Πληθυσμιακή εξέλιξη του Δήμου Βόλου .....	49
<b>Γράφημα 2:</b> Πληθυσμιακή εξέλιξη του Δήμου σύμφωνα με τον Καλλικράτη .....	50
<b>Γράφημα 3:</b> Πληθυσμιακή Πυραμίδα Δήμου Βόλου (2001) .....	51
<b>Γράφημα 4:</b> Πληθυσμιακή Πυραμίδα Δήμου Βόλου (2011) .....	52
<b>Γράφημα 5:</b> Ηλικία Ερωτηθέντων .....	64
<b>Γράφημα 6:</b> Επίπεδο Εκπαίδευσης Ερωτηθέντων .....	65
<b>Γράφημα 7:</b> Επάγγελμα Ερωτηθέντων .....	65
<b>Γράφημα 8:</b> Επίγνωση της έννοιας της δημιουργικής πόλης.....	66
<b>Γράφημα 9:</b> Τρόπος ενημέρωσης πολιτών.....	67
<b>Γράφημα 10:</b> Επίσκεψη σε δημιουργική πόλη.....	68
<b>Γράφημα 11:</b> Ορθότητα επένδυσης στη γνώση, στην καινοτομία και στον πολιτισμό .....	70
<b>Γράφημα 12:</b> Επικάλυψη όρων δημιουργικής και ευφυούς πόλης .....	71
<b>Γράφημα 13:</b> Επίγνωση Πρωτοβουλιών Δήμου .....	72
<b>Γράφημα 14:</b> Πρωτοβουλίες Δήμου .....	73
<b>Γράφημα 15:</b> Ικανοποίηση από τον αριθμό των δρώμενων της πόλης.....	74
<b>Γράφημα 16:</b> Ενίσχυση δραστηριοτήτων από το Δήμο .....	76
<b>Γράφημα 17:</b> Δραστηριότητες που υποστηρίζει ο Δήμος.....	78
<b>Γράφημα 18:</b> Προτιμώμενες Δραστηριότητες .....	80
<b>Γράφημα 19:</b> Τομείς δημιουργικότητας που μπορεί να επενδύσει ο Βόλος.....	81
<b>Γράφημα 20:</b> Οφέλη ανάπτυξης δημιουργικών πολιτικών .....	83
<b>Γράφημα 21:</b> Δυσκολίες μετεξέλιξης του Βόλου σε δημιουργική πόλη.....	84

**Κατάλογος Εικόνων**

<b>Εικόνα 1:</b> Δίκτυο Δημιουργικών Πόλεων της Ουνέσκο.....	27
<b>Εικόνα 2:</b> Οι τομείς των δημιουργικών βιομηχανιών στη Γερμανία.....	34
<b>Εικόνα 3:</b> Ο ποταμός Aura .....	38
<b>Εικόνα 4:</b> Σάουνες-έργα τέχνης.....	38
<b>Εικόνα 5:</b> Το πολιτιστικό κέντρο Logomo .....	39
<b>Εικόνα 6:</b> Χάρτης γεωγραφικής θέσης Δήμου Βόλου.....	45
<b>Εικόνα 7:</b> Διοικητικά όρια του αστικού κέντρου του Βόλου και των περιφερειακών Δήμων.....	46
<b>Εικόνα 8:</b> Θέση και ρόλος της Περιφέρειας στον εθνικό χώρο .....	48
<b>Εικόνα 9:</b> Χωροθέτηση Δικτύου Μουσείων Δήμου Βόλου .....	55
<b>Εικόνα 10:</b> Το Αθανασάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο .....	55
<b>Εικόνα 11:</b> Το Μουσείο Τσαλαπάτα .....	56
<b>Εικόνα 12:</b> Λογότυπο Δήμου Βόλου από την συμμετοχή στον διαγωνισμό για Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2021.....	62

## Αρκτικόλεξα

**ΔΟΕΠΑΠ-ΔΗΠΕΘΕ:** Δημοτικός Οργανισμός Εκπαίδευσης Παιδιού, Αθλητισμού και Πολιτισμού-Δημοτικό Περιφερειακό Θέατρο

**ΕΕ:** Ευρωπαϊκή Ένωση

**ΠΑΘΕ:** Αυτοκινητόδρομος Πατρών-Αθηνών-Θεσσαλονίκης-Ευζώνων

**ΠΕ:** Περιφερειακή ενότητα

**ΠΙΟΠ:** Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς

**ΠΠΧΣΑΑ:** Περιφερειακό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης

**ΠΘ:** Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

**ΤΜΧΠΠΑ:** Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης

**UNESCO:** United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

## Εισαγωγή

Τα εργαλεία του αστικού σχεδιασμού είναι εκείνα που μπορούν να προσφέρουν τις λύσεις στα προβλήματα που ταλανίζουν τις σύγχρονες πόλεις, καθώς η δυναμική αυτών των πόλεων έχει αλλάξει δραματικά. Η Δημιουργική Πόλη αποτελεί ένα σύγχρονο εργαλείο πολεοδομικού σχεδιασμού που στοχεύει στην ενίσχυση της βιωσιμότητας των πόλεων, το οποίο πολλές σύγχρονες πόλεις χρησιμοποίησαν και χρησιμοποιούν στο σχεδιασμό τους. Σύμφωνα με τον Κούντσμαν (2018), η έννοια της δημιουργικότητας των πόλεων δεν ήταν δύσκολο να διαδοθεί καθώς, εξετάζει πως οι άνθρωποι μπορούν να δημιουργούν μέσα στην πόλη στην οποία ζούνε, οπότε η έννοια παρουσιάζει ένα θετικό πρόσημο. Επιπροσθέτως, έννοιες όπως, δημιουργικότητα και καινοτομία, είναι πλέον ευρέως διαδεδομένες παγκοσμίως και κάθε χώρα συντάσσει έρευνες και συγγράφει βιβλία τα οποία αναλύουν ενδελεχώς τα συγκεκριμένα θέματα.

Η επιτυχία ενός εγχειρήματος, όπως η δημιουργική πόλη, δίνει ευκαιρία στην γεφύρωση αστικών πολιτικών, καθώς είναι αναγκαία η συνεργασία οικονομολόγων-δημιουργικών ανθρώπων-πολεοδόμων. Ωστόσο, το εγχείρημα αυτό δεν είναι εύκολο, καθώς απαιτείται ο απαραίτητος στρατηγικός σχεδιασμός και η προσήλωση πάνω σε αυτό το στόχο, καθώς εκτός από το απαραίτητο οικονομικό κεφάλαιο που χρειάζεται, είναι αναγκαίο και το κοινωνικό κεφάλαιο το οποίο αναδεικνύεται στα πλαίσια της δημιουργικής πόλης (<https://www.citybranding.gr>).

Το ποσοστό των ανθρώπων που ζουν στις πόλεις αυξάνεται συνεχώς, με αποτέλεσμα η βιωσιμότητα σε αυτές να κρίνεται αναγκαία. Η δημιουργικότητα αυτών των ανθρώπων και η αλληλεπίδραση τους με τον αστικό χώρο είναι αυτή που θα κρίνει την μελλοντική πορεία μίας δημιουργικής πόλης. Η ανάπτυξη νέων ιδεών, προϊόντων και λύσεων είναι τα στοιχεία που μπορούν να συμβάλλουν στην επίτευξη ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων σε όλους τους τομείς της οικονομίας, ενώ η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών αρχίζει και διαδραματίζει ένα νέο ρόλο στη σύγχρονη κοινωνία. (Παυλέας, 2017) Είναι πλέον πιο επιτακτική από ποτέ η ανάληψη των πρωτοβουλιών αυτών που θα ενισχύσουν τη βιωσιμότητα των σύγχρονων πόλεων.

## 1. Προσεγγίσεις στην έννοια των δημιουργικών πόλεων

### 1.1 Εξέλιξη και ανάπτυξη των πόλεων τις τελευταίες δεκαετίες

Με το πέρασμα των χρόνων, οι πόλεις δημιουργούν ολοένα και περισσότερες προκλήσεις τις οποίες ο άνθρωπος πρέπει να αντιμετωπίσει για να καλύψει για τις ανάγκες του. Ένας ορισμός που θα μπορούσε να δοθεί για την έννοια της πόλης είναι ότι αποτελείται από το σύνολο ανθρωπογενών και μη στοιχείων που την απαρτίζουν, οι άνθρωποι, τα τοπία, οι ροές στο εσωτερικό της πόλης, καθώς και ό,τι άλλο μπορεί να συναποτελεί μια κοινωνία (Νικολοπούλου, 2011). Παλαιότερα, αν και αυτός ο χώρος καθόριζε μια φυλετική ομοιογένεια ή μια οικονομικά αυτόνομη μονάδα, σήμερα αντιμετωπίζει νέες προκλήσεις (Καλπακίδης, 2007). Σύμφωνα με τον Charles Darwin, *«δεν είναι το ισχυρότερο από τα είδη που επιβιώνει, ούτε το πιο έξυπνο που επιβιώνει. Είναι το πιο ευπροσάρμοστο στην αλλαγή»*, ρητό που ταιριάζει απόλυτα και στις πόλεις (Beekmans, 2009).

Για να εξεταστεί πως η δημιουργική οικονομία επηρεάζει την αστική μεταμόρφωση και ανάπτυξη των πόλεων επιβάλλεται, θεωρώντας τις πόλεις σαν ζώντες οργανισμούς που εξελίσσονται, έχοντας παρελθόν, παρόν και μέλλον, να μελετηθούν υπό το ιστορικό τους πρίσμα. Στην σύγχρονη ιστορία πόλεων της Δύσης (π.χ. πόλεις της Μεγάλης Βρετανίας και άλλων κρατών της Ευρώπης, καθώς και αστικά κέντρα των ΗΠΑ), διακρίνουμε δύο σημαντικές φάσεις που διαδραμάτισαν καίριο ρόλο στην εξέλιξη των πόλεων. Η πρώτη φάση είναι η εκβιομηχάνιση των πόλεων που συμπίπτει χρονικά με τη βιομηχανική επανάσταση (τέλη 18ου και αρχές 19ου αιώνα) και είχε ως απότοκο τη πληθυσμιακή μεγέθυνση των πόλεων από άτομα που μετανάστευσαν, από την ύπαιθρο, λόγω αυξημένης ζήτησης εργασίας από τις βιομηχανικές μονάδες που έδρευαν στα αστικά κέντρα. Η δεύτερη φάση, που είναι γνωστή ως αποβιομηχάνιση των πόλεων, εκδηλώνεται στις δεκαετίες του 1970 και του 1980 και οι λόγοι που οδήγησαν στο φαινόμενο της αποβιομηχανοποίησης των πόλεων είναι οι εξής (Γκατζής, 2017) :

1) Η ανάγκη επέκτασης των κτιριακών χώρων των βιομηχανικών μονάδων οδήγησε στη μεταφορά των παραγωγικών δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων στον εξωτερικό κύκλο των πόλεων (περιαστική ζώνη) ή στην ύπαιθρο.

2) Το κλείσιμο ορισμένων βιομηχανιών που δεν κατάφεραν να προσαρμοστούν στις νέες μεθόδους παραγωγής.

3) Η μεταφορά των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης σε άλλες χώρες λόγω χαμηλότερου κόστους παραγωγής.

Η αποβιομηχανοποιημένη πόλη μπορεί να οριστεί και με την έννοια μεταβιομηχανική (post-industrial), πόλη της οποίας η βιομηχανική δραστηριότητα αποτελεί ένα συνεχές μειωμένο μέρος της οικονομικής δραστηριότητας και στην οποία ο τομέας των υπηρεσιών ενισχύεται ολοένα και περισσότερο αλλάζοντας τη φυσιογνωμία της πόλης των δυο προηγούμενων αιώνων (Shaw, 2001). Η οικονομοκεντρική και εθνοκεντρική αντίληψη του δυτικού μοντέλου ανάπτυξης, που επικράτησε στην μεταπολεμική εποχή μέχρι τη δεκαετία του 1980 περίπου, οδηγήθηκε σε ένα αδιέξοδο όταν, η διαρκής οικονομική ανάπτυξη προκάλεσε αρκετά περιβαλλοντικά προβλήματα, αύξηση της ανεργίας, της φτώχειας και των κοινωνικών ανισοτήτων, καθώς και την υπονόμηση της βιωσιμότητας. Αποτέλεσμα της κρίσης που δημιουργήθηκε στο συγκεκριμένο δυτικό μοντέλο ανάπτυξης, ήταν η στροφή που πραγματοποιήθηκε έκτοτε στην αναπτυξιακή σκέψη και οδήγησε στη διαμόρφωση ενός εναλλακτικού, πολιτισμοκεντρικού μοντέλου ανάπτυξης των πόλεων (Πασχαλίδης & Χαμπούρη-Ιωαννίδου, 2002).

Το συγκεκριμένο μοντέλο έθετε πλέον τον πολιτισμό ως κύριο μοχλό ανάπτυξης της εκάστοτε πόλης, παράλληλα με την ανθρώπινη ανάπτυξη, τη δημιουργικότητα και την καινοτομία, την ιστορική συνείδηση και αυτεπίγνωση χωρίς την παγιωμένη και αναλλοίωτη ιστορικά ταυτότητα (Μπουντούρη, 2017). Με άλλα λόγια, ο πολιτισμός θεωρήθηκε ως βασική συνισταμένη της ανάπτυξης καθώς *«καμία μορφή ανάπτυξης δεν μπορεί να είναι βιώσιμη χωρίς να συμπεριλαμβάνει τον πολιτισμό»* (<http://en.unesco.org>). Η Ουνέσκο στη διακήρυξη της κατά τη διάρκεια του Τρίτου Παγκοσμίου Φόρουμ για τον πολιτισμό και τις πολιτιστικές βιομηχανίες που πραγματοποιήθηκε στην Φλωρεντία το 2014 θέτει στους στόχους της, "την χωρίς αποκλεισμούς οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη και την περιβαλλοντική βιωσιμότητα" η οποία μπορεί να επιτευχθεί μέσω της διεθνούς συνεργασίας, η οποία προτάσσει την αξία ότι ο πολιτισμός και οι πολιτιστικές βιομηχανίες έρχονται ως πηγές της δημιουργικότητας και της καινοτομίας για τη βιώσιμη ανάπτυξη και μπορούν να προσφέρουν ευκαιρίες για τις μελλοντικές γενιές. Αυτή η αλλαγή στην αναπτυξιακή



σκέψη αποτέλεσε την αφορμή για τις μεταβιομηχανικές πόλεις να επενδύσουν στον πολιτισμό, για να καλυφθεί το οικονομικό κενό που προκάλεσε η αποβιομηχάνιση και για να αντιμετωπισθούν τα προβλήματα υποβάθμισης και εγκατάλειψης των αστικών περιοχών (<http://en.unesco.org>).

Έχοντας ως βάση μια πολιτισμοκεντρική προσέγγιση της ανάπτυξης, τις τελευταίες δεκαετίες αναπτύχθηκαν από τις κατά τόπους εθνικές κυβερνήσεις και τοπικούς θεσμούς διάφορες παρεμβάσεις που είχαν ως στόχο την αστική αναβίωση. Για τις πόλεις που επιδιώκουν να ενισχύσουν την ανταγωνιστική τους θέση στον παγκόσμιο χάρτη, η χρήση του πολιτισμού και της δημιουργικότητας ως παράγοντες για την οικονομική αστική ανάπτυξη, θεωρήθηκε πλέον βασική συνιστώσα της τοπικής πολιτικής ατζέντας και αποτέλεσε ένα διαφορετικό τρόπο αστική αναγέννησης των περιοχών αυτών.

## 1.2 Η έννοια της δημιουργικότητας

Για να μπορέσει να γίνει κατανοητό τι ακριβώς είναι μια δημιουργική πόλη κρίνεται απαραίτητος ο προσδιορισμός του όρου «δημιουργικότητα». Σύμφωνα με το λεξικό της Οξφόρδης η δημιουργικότητα ορίζεται ως η ικανότητα παραγωγής νέων ιδεών και πραγμάτων. Αξίζει να αναφερθεί, ότι γενικώς υπάρχουν δυο κύριες απόψεις σχετικά με την δημιουργικότητα. Σύμφωνα με την πρώτη, η δημιουργικότητα αποτελεί κάτι ξεχωριστό και υπάρχει μόνο σε ελάχιστα άτομα τα οποία διακρίνονται από κάποιο ταλέντο ή δεξιότητα, και επομένως δεν μπορεί να καλλιεργηθεί. Η δεύτερη θεωρία, υποστηρίζει ότι η δημιουργικότητα και το ταλέντο είναι οι ικανότητες που μπορούν να διδαχθούν σε ένα άνθρωπο με εξάσκηση και ότι όλοι οι άνθρωποι είναι έως ένα βαθμό δημιουργικοί (Λοϊζου, Καζαζάκης, Παπανδρικόπουλος, 2016).

Όπως μπορούμε να αντιληφθούμε ο άνθρωπος είναι ο κοινός παρονομαστής όπου μέσω αυτού απορρέει η δημιουργικότητα. Είναι αναγκαία η προσέγγιση της έννοιας της δημιουργικότητας ανθρωποκεντρικά. Για να γίνει κατανοητή η έννοια της δημιουργικότητας και η ποικιλομορφία της έκφρασής της, πρέπει να μελετηθεί ο βασικός εκφραστής της που είναι ο άνθρωπος, καθώς και οι παράγοντες που επηρεάζουν τον άνθρωπο ως μονάδα ή ως σύνολο. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2006 όρισε ότι: *«Η δημιουργικότητα είναι μια πολύπλοκη διαδικασία της καινοτομίας, συνδυάζοντας μερικές ή όλες από τις ακόλουθες διαστάσεις: τις ιδέες, τις δεξιότητες, την τεχνολογία, το μάνατζμεντ, τις διαδικασίες παραγωγής, καθώς και τον πολιτισμό, ενώ*

είναι εκείνη που δίνει τη δυνατότητα να ωφεληθούν σχεδόν όλοι οι τομείς της οικονομίας» (Παυλέας, 2017).

Οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τον άνθρωπο είναι ο πολιτισμός, η ιστορία, η οικονομία, η κοινωνία, καθώς επίσης και ο χώρος στον οποίο ζει. Για παράδειγμα, ένας άνθρωπος ή μία ομάδα ανθρώπων που ζουν στην Ευρώπη έχουν σημαντικές διαφορές από έναν άνθρωπο που ζει σε κάποια χώρα της Αφρικής σε συνάρτηση με τους παραπάνω παράγοντες. Ο πολιτισμός και η δημιουργικότητα αποτελούν σημαντικούς παράγοντες και οδηγούς ανάπτυξης καθώς αποτελούν τις κινητήριες δυνάμεις του νοητικού υπόβαθρου του ανθρώπου και καταλύτες της αειφόρου ανθρώπινης ανάπτυξης στο μέλλον θέτοντας τους μελλοντικούς αναπτυξιακούς του στόχους. Με τον όρο δημιουργικότητα περιλαμβάνονται, όχι μόνο οι τέχνες και ο πολιτισμός, αλλά και οι κοινωνικές παροχές και οι παροχές υγείας και εκπαίδευσης. Ακρογωνιαίοι λίθοι της δημιουργικότητας είναι επίσης και τα ανθρώπινα δικαιώματα και αξίες. Για να αναπτυχθεί η δημιουργικότητα, ωστόσο, χρειάζεται να ληφθούν υπόψιν δύο παράγοντες που συντελούν και δεν θα μπορούσαν να είναι άλλοι από αυτούς της οικονομίας και της κοινωνίας.

Όσον αφορά τον κοινωνικό παράγοντα πρέπει να αναλογιστεί κανείς ότι για να ευδοκιμήσει ο άνθρωπος πρέπει να επικρατεί ειρήνη, η πολιτική σταθερότητα, η κοινωνική δικαιοσύνη και η κοινωνική συνοχή. Ο οικονομικός παράγοντας είναι ο κινητήριο μοχλός της ανάπτυξης του ανθρώπου αλλά ταυτόχρονα και ένα από τα αποτελέσματα της δημιουργικότητας του. Από την οικονομική ανάπτυξη προκύπτει ο πολιτισμός και από τον πολιτισμό η οικονομική ευημερία όπως αναλύεται και παρακάτω. Συμπερασματικά, η δημιουργικότητα είναι η παραγωγή νέων ιδεών και προϊόντων με αποτέλεσμα νομισματικά και μη οφέλη για την ανθρώπινη και πολιτιστική ανάπτυξη (Λοϊζου, Καζαζάκης, Παπανδρικόπουλος, 2016).

Η έννοια της «δημιουργικότητας» είναι πολύ λογικό να ταυτίζεται αρκετές φορές, υπό μία μονόπλευρη θεώρηση, με τις τέχνες και τους καλλιτέχνες. Ωστόσο, αυτή αφορά ένα σύνολο δραστηριοτήτων της οποίας τα όρια εκτείνονται σε όλο το πλαίσιο της ζωής και διαχέεται όταν κοινωνικοοικονομικοί και γεωγραφικοί παράγοντες το επιτρέπουν (Ντούσκας, 2008). Θα μπορούσε να οριστεί ως η διανοητική διαδικασία της γένεσης νέων ιδεών και εννοιών ή νέων συσχετίσεων μεταξύ υπαρχουσών ιδεών ή εννοιών. Ένας εναλλακτικός ορισμός της δημιουργικότητας είναι, ότι αποτελεί τη διαδικασία

του να δημιουργεί κανείς κάτι καινούργιο (Cai, 2009) ή να διαχειρίζεται το "παλιό" (Γκόλτσιου & Κτενά, 2010). Η δημιουργική προσέγγιση αποτελεί μια από τις τρεις προσεγγίσεις του πολιτιστικού προγραμματισμού (Λουκαίτου – Σιδέρη, 2006). Η επιχειρηματική προσέγγιση έχει τα θεμέλιά της στην προσέλκυση οικονομικού κεφαλαίου μέσω νέων επενδύσεων, ευνοώντας τη δημιουργία τόπων με πολιτιστικό ενδιαφέρον που απευθύνονται σε εύπορους πολίτες και τουρίστες. Η προοδευτική προσέγγιση, αντίθετα, μέσω της έντασης των πολιτιστικών δραστηριοτήτων στις υποβαθμισμένες γειτονιές, θέτει ως πρωταρχικό στόχο την εξάλειψη των κοινωνικών ανισοτήτων. Όσον αφορά τη δημιουργική προσέγγιση, αν και φέρει χαρακτηριστικά από τις άλλες δύο, διαφοροποιείται σημαντικά (Καραχάλης, 2007). Σήμερα με την εύκολη πρόσβαση στην πληροφορία, οι γνώσεις διευρύνονται και οι επιστημονικές δεξιότητες καθίστανται ανεπαρκείς. Γίνεται επιτακτική η ανάγκη, λοιπόν, να σταματήσει η στοχαστική και αναλυτική θεώρηση των γεγονότων και να μετατραπεί σε μια θεώρηση εποικοδομητική και κυρίως, δημιουργική (Φράγκος, 2006).

### 1.3 Η έννοια της δημιουργικής οικονομίας

Ο όρος δημιουργική οικονομία χρησιμοποιείται για να περιγράψει έναν ανερχόμενο και ταυτοχρόνως δυναμικό τομέα της οικονομίας. Αναφέρεται στις οικονομικές δραστηριότητες που σχετίζονται με την πνευματική δημιουργία και τα προϊόντα της και συνδέεται με το σύνολο των πολιτιστικών δραστηριοτήτων που είναι δυνατόν να προστατευθούν νομικά προκειμένου να κατοχυρωθούν ως εμπορεύσιμα είδη (Ζουμπουλάκης, 2015). Σύμφωνα με τον Χόκινς, η δημιουργικότητα και τα οικονομικά δεν είναι κάτι καινούργιο, αλλά αυτό που είναι καινούργιο είναι η φύση και η έκταση της μεταξύ τους σχέσης και το πώς συνδυάζονται ώστε να δημιουργήσουν μία εξαιρετική αξία (extraordinary value) και πλούτο. Έτσι, η δημιουργική οικονομία αναζωογονεί τους κλάδους της παραγωγής, των υπηρεσιών, του λιανικού εμπορίου και της ψυχαγωγίας. Παράλληλα τα προϊόντα της δημιουργικής οικονομίας χαρακτηρίζονται από τη μοναδικότητα και την ευκολία διάθεσης σε ένα μεγάλο αριθμό ατόμων (Howkins, 2001/2007).

Η οικονομία του πολιτισμού και της δημιουργίας αποτέλεσε επίκαιρο θέμα μελέτης στη διεθνή οικονομική κοινότητα την τελευταία δεκαετία και κυριάρχησε στις συζητήσεις για τη χάραξη αναπτυξιακής στρατηγικής τόσο στις ανεπτυγμένες (μεταβιομηχανικές) όσο και στις αναδυόμενες οικονομίες. Στην Ευρώπη, οι

«δημιουργικές βιομηχανίες» όπως συνηθίζεται να λέγονται, και βεβαίως δεν πρόκειται για την κλασική έννοια της βιομηχανικής παραγωγής που παράγουν αγαθά πολιτισμού και δημιουργίας (cultural and creative industries), αποτελούν τα τελευταία χρόνια έναν από τους πιο δυναμικούς τομείς. Θεωρούνται «καταλύτης καινοτόμων εξελίξεων στη βιομηχανία και στον τομέα των υπηρεσιών» και ως εκ τούτου «καταλαμβάνουν σημαντική θέση στη στρατηγική Ευρώπη 2020, δεδομένου ότι συμβάλλουν σε ένα νέο τύπο ανάπτυξης», ενισχύοντας τη διεθνή ανταγωνιστικότητα της ΕΕ και προωθώντας τη γνωστική και πολιτισμική της πολυμορφία (Λαζαρέτου, 2014). Συνδέονται στενά με την εκπαίδευση και την κατάρτιση και η δυναμική τους εξέλιξη αντανακλάται όχι μόνο στην οικονομική, αλλά και στην κοινωνική ανάπτυξη. «Ο πολιτισμός μπορεί να συμβάλλει στην ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς μέσω της προώθησης του διαπολιτισμικού διαλόγου με πλήρη σεβασμό της πολιτισμικής ιδιαιτερότητας». Αναγνωρίζεται ότι οι δημιουργικές βιομηχανίες διαδραματίζουν πλέον κεντρικό ρόλο για την αναπτυξιακή προοπτική, την ανταγωνιστικότητα και το μέλλον της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των πολιτών της. Επίσης, είναι φορείς συγκριτικού πλεονεκτήματος που δεν μπορεί να αντιγραφεί, είναι παράγοντες τοπικής ανάπτυξης και πρωτοπόροι βιομηχανικών αλλαγών. Τέλος, ενισχύουν την κοινωνική συνοχή και την κοινωνική ανάπτυξη και επιτρέπουν σε άτομα και κοινότητες να συμμετάσχουν πλήρως στα κοινωνικά, πολιτιστικά και οικονομικά δρώμενα (Howkins, 2001/2007).

Οι κοινωνικές και πολιτισμικές αλλαγές, αλλά κυρίως οι τεχνολογικές εξελίξεις που σημειώθηκαν τις τελευταίες δεκαετίες στους τομείς της πληροφορίας και της επικοινωνίας, όπως οι νέες μορφές ψηφιοποίησης (digitisation), το διαδίκτυο (Internet), οι μορφές διασκευής (remix), ανάμειξης (mashing) και χρήσης (sampling) διαφορετικών έργων, ενίσχυσαν τη ζήτηση εκ μέρους των ευρωπαίων πολιτών για πολιτιστικά αγαθά, πνευματικές δημιουργίες και νέες μορφές ψυχαγωγίας και τέρψης. Εξάλλου, η δημογραφική γήρανση του πληθυσμού στον ανεπτυγμένο κόσμο προσδιόρισε μια νέα ομάδα ενεργών καταναλωτών, τα άτομα της τρίτης ηλικίας, που διαθέτουν εισόδημα αλλά και χρόνο να δαπανήσουν για την απόλαυση εμπειριών και συγκινήσεων μέσω της κατανάλωσης αγαθών και υπηρεσιών πολιτισμού και δημιουργίας. Στο άλλο άκρο της δημογραφικής κλίμακας, η νέα γενιά εξοικειώνεται ταχύτατα με τη νέα τεχνολογία της επικοινωνίας και πληροφορίας και αναδεικνύεται σε δυναμική αγορά που όχι μόνο καταναλώνει, αλλά με τη διαδραστική συμμετοχή της

καθίσταται επίσης συμπαραγωγός και συνδιαμορφωτής του τελικού προϊόντος (Λαζαρέτου, 2014).

Οι αλλαγές αυτές προσδιόρισαν τόσο την εξέλιξη νέων επιχειρηματικών προτύπων και την εμφάνιση νέων καινοτόμων βιομηχανιών (όπως π.χ. η δημιουργία παιχνιδιών για υπολογιστή και η σχεδίαση διαδικτυακών εφαρμογών) όσο και τον αναπροσανατολισμό των παραδοσιακών βιομηχανιών παραγωγής αγαθών πολιτισμού από την εξυπηρέτηση αποκλειστικά και μόνο των αναγκών της πνευματικής και οικονομικής ελίτ προς τη διοχέτευση των προϊόντων του πολιτισμού σε ευρύτερα κοινωνικά στρώματα και μαζικότερη κατανάλωση. Επέβαλαν εξάλλου στις βιομηχανίες παραγωγής καταναλωτικών αγαθών να επανασχεδιάσουν και να επαναπροσδιορίσουν τα βασικά χαρακτηριστικά των προϊόντων τους, τα δίκτυα παροχής και διανομής, καθώς και τους τρόπους χρηματοδότησης, ώστε να ικανοποιούν τις διαρκώς αυξανόμενες και μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών τους. Έδωσαν με αυτόν τον τρόπο, στο ευρύ κοινό τη δυνατότητα ευκολότερης πρόσβασης στην τέχνη τόσο στις παραδοσιακές εκφράσεις της, όπως η ζωγραφική, η γλυπτική, η μουσική, η αρχιτεκτονική και το θέατρο, όσο και στις πιο σύγχρονες μορφές της, όπως η τηλεόραση και ο κινηματογράφος (Λαζαρέτου, 2014).

Η ύπαρξη ενός καταναλωτικού κοινού πρόθυμου να καταναλώσει πολιτιστικά αγαθά, η διάθεση επαρκών χρηματικών κεφαλαίων είτε με τη μορφή επιχορηγήσεων είτε με τη μορφή επενδύσεων-δανείων, το διαθέσιμο ανθρώπινο κεφάλαιο και η προσφορά δημιουργών συνετέλεσαν στη «συνάντηση» της παραδοσιακής βιομηχανίας και εν γένει της οικονομίας με τον πολιτισμό και τη δημιουργία. Με την αξιοποίηση της νέας τεχνολογίας και των εφαρμογών της, η επένδυση στο χώρο του πολιτισμού και της δημιουργίας δεν απαιτεί μεγάλα χρηματικά κεφάλαια. Απαιτεί όμως ευστροφία, φαντασία, δημιουργική αντίληψη, ποιότητα έκφρασης, εξωστρέφεια, δεξιοτεχνία, ικανοποιητικό βαθμό προσαρμοστικότητας στις μεταβαλλόμενες συνθήκες, συνεχή εκπαίδευση και ενημέρωση. Η επάρκεια των προς επένδυση χρηματικών κεφαλαίων, το χαμηλό κόστος παραγωγής και η χαμηλή τιμή πώλησης δεν αποτελούν πλέον τους μόνους προσδιοριστικούς παράγοντες της επίδοσης της επιχειρηματικής δραστηριότητας στο χώρο αυτό.

Η μοναδικότητα και η επωνυμία, η δυνατότητα αποκόμισης προσωπικών εμπειριών και συγκινήσεων είναι εξίσου σημαντικοί προσδιοριστικοί παράγοντες της

παραγωγικότητας και του συγκριτικού πλεονεκτήματος. Επομένως, στις πλούσιες χώρες, οι επιχειρήσεις του τομέα πολιτισμού και δημιουργίας δεν εισέρχονται στο διεθνή ανταγωνισμό με μοναδικό όπλο το χαμηλό κόστος παραγωγής. Στις αναδυόμενες δε οικονομίες με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και έντονη διάθεση για δημιουργία, ο τομέας αυτός αποτελεί πρόκληση για την εδραίωση νέου συγκριτικού πλεονεκτήματος στο διεθνή καταμερισμό του εμπορίου, παρά τα μειονεκτήματα, όπως η έλλειψη φθηνών επενδυτικών κεφαλαίων. Η ευρωπαϊκή βιομηχανία πολιτισμού και δημιουργίας αναδεικνύεται σήμερα παγκόσμιος ηγέτης, κατέχοντας το 70% της παγκόσμιας αγοράς (Λοϊζου, Καζαζάκης, Παπανδρικόπουλος, 2016). Έχοντας συγκριτικό πλεονέκτημα στο εξαγωγικό εμπόριο προς τις τρίτες χώρες, αποτελεί τον καλύτερο πρεσβευτή της ευρωπαϊκής βιομηχανίας, της κοινοτικής και εθνικής ταυτότητας και πολιτιστικής κληρονομιάς. Χρησιμοποιώντας ως βασικό συντελεστή παραγωγής τη γνώση, το συναίσθημα, τον πολιτισμό και την καινοτομία, διαδίδει στον υπόλοιπο κόσμο τις ευρωπαϊκές ηθικές αξίες και πολιτικές αρετές.

## 1.4 Η δημιουργική πόλη

### 1.4.1 Τα θεμέλια της δημιουργικής πόλης

Η δημιουργική πόλη αποτελεί ένα νέο εργαλείο πολεοδομικού σχεδιασμού το οποίο στοχεύει στην ενίσχυση της βιωσιμότητας των σύγχρονων πόλεων (Landry, 2008). Σύμφωνα με τον Λάντρι, σημαντικό μελετητή της σχέσης της δημιουργικότητας με το αστικό περιβάλλον, τα ουσιαστικότερα στοιχεία συνοχής και εύρυθμης λειτουργίας των πόλεων είναι οι ίδιοι οι άνθρωποι που διαβιούν σε αυτές, το ταλέντο, η πολιτική πρωτοβουλία και η δημιουργικότητα σε επίπεδο οργανισμών, η ανθρώπινη διαφορετικότητα και η τοπική ιδιαίτερη ταυτότητα καθώς και η "ισχυροποίηση" των δημόσιων χώρων. Οι άνθρωποι είναι ο πυρήνας και ο καινοτόμος και δημιουργικός τρόπος σκέψης τους μπορεί να γίνει η βάση εντοπισμού και αξιοποίησης των πλεονεκτημάτων, υλικών (όπως πολιτιστικές υποδομές) και άυλων (όπως το ταλέντο) για μια περιοχή (Landry, 2008). Ο ρόλος του ανθρώπινου κεφαλαίου για τη δημιουργική ανάπτυξη των πόλεων και των περιφερειών είναι καθοριστικός. Καθώς, οι δημιουργικοί άνθρωποι αναζητούν πόλεις που θα τους παρέχουν το κατάλληλο περιβάλλον για τις ξεχωριστές τους απαιτήσεις, σήμερα στην εποχή της δημιουργικής οικονομίας, φαίνεται να κυριαρχούν και να ξεχωρίζουν οι περιοχές που δραστηριοποιείται το ταλέντο. Οι περιοχές, όπου συγκεντρώνονται ανθρώπινες



ικανότητες, γνώσεις και υψηλό μορφωτικό επίπεδο αποτελούν το κατάλληλο υπόβαθρο για αυτή την ομάδα ανθρώπων. Το ταλέντο βασίζεται στην ικανότητα μετάβασης από την καινοτομία στην οικονομική ανάπτυξη ενός τόπου, μέσω μιας ιδέας ή ενός προϊόντος. Οι συλλογισμοί αυτοί προβάλλουν τον ουσιώδη ρόλο των δημιουργικών περιοχών στην περιφερειακή ανάπτυξη και ειδικά αυτών που χαρακτηρίζονται ως καινοτομικοί, ποικιλόμορφοι και ανεκτικοί (Florida, 2005).

Όσον αφορά τον Φλόριντα, σε μια προσπάθεια προσδιορισμού των ιδιοτήτων των πόλεων ώστε να αποτελέσουν δημιουργικά επίκεντρα, αρχικά επισημαίνει την τεχνολογία μέσω των χωρικών συγκεντρώσεων καινοτομίας. Επίσης, εντοπίζει την ανάγκη για ανοχή από την κοινωνία ώστε να είναι ευνοϊκή η συνύπαρξη και η ενσωμάτωση νέων εθνικοτήτων χωρίς περιορισμούς και τέλος, επικεντρώνεται και αυτός στο ταλέντο, αποτέλεσμα του μορφωτικού επιπέδου, που πρέπει να χαρακτηρίζει την κοινωνία (Florida, 2003). Στη δημιουργική πόλη, ο πολιτισμός γίνεται η πρώτη ύλη και η δημιουργικότητα το μέσον για να εκμεταλλευτεί κανείς αυτόν τον πόρο (Landry, 2008). Αυτός απέκτησε τόση βαρύτητα ακριβώς, γιατί συνδυάστηκε με την εκπαιδευτική διαδικασία και την κοινωνική αναβάθμιση που μπορεί να επιφέρει στην αστική κοινωνία. Η μετάβαση γίνεται όταν κατανοούνται οι οικονομικές επιπτώσεις που είναι δυνατό να προκαλέσει. Ο πολιτισμός σε συνδυασμό με τον τουρισμό γίνονται εργαλεία ανάκαμψης για τις τοπικές κοινότητες (Zukin, 1995), βασική σχέση που ισχύει στη δημιουργική πόλη την οποία οι πολιτιστικές αστικές στρατηγικές αναγέννησης ενισχύουν, οδηγώντας προς την πολύπλευρη προσέγγιση του πολιτιστικού προγραμματισμού (cultural planning).

Ως μια διαδικασία σχηματισμού, έκφρασης και ενίσχυσης των ταυτοτήτων, ο πολιτισμός αποτελεί ένα ισχυρό μέσο ελέγχου των πόλεων και συνδέεται με την προβολή τους ώστε να προσελκύουν κατοίκους, φοιτητές, επενδύσεις και τουρίστες (Leadbeater & Oakley, 2005). Ως μια πηγή εικόνων και ένα συνδυασμό αρχιτεκτονικών θεμάτων, κατέχει καθοριστικό ρόλο στις στρατηγικές αστικής ανάπτυξης (Zukin, 1995). Οι πολιτιστικές στρατηγικές έχουν κατεύθυνση την κατανάλωση ή την παραγωγή. Οι πρώτες αφορούν την προβολή των αξιοθέατων και των υποδομών στον αστικό ιστό, με στόχο την προσέλκυση τουριστών ενώ οι δεύτερες προωθούν και υποστηρίζουν τη μόδα, τις εκδόσεις, τον κινηματογράφο, το σχεδιασμό και άλλες ιδιαίτερες πολιτιστικές βιομηχανίες (Bianchini & Parkinson, 1994). Επιπλέον, η πολιτιστική βιωσιμότητα σε συνδυασμό με τη δημιουργικότητα, αποτελούν το

γνώμονα ανάπτυξης πολλών πόλεων και αποτελούν θεμελιώδεις πηγές οικονομικής ανάπτυξης για τις δημιουργικές πόλεις (Florida, 2002). Η αξία συγκεκριμένων πολιτιστικών ομάδων αναγνωρίζεται, η ποικιλομορφία ενισχύεται και η ελευθερία έκφρασης και η ανοχή επιτρέπουν την ατομική ανάπτυξη (Hall & Landry, 1997). Ο ρόλος του κοινωνικού κεφαλαίου, επίσης, αναδεικνύεται σε κυρίαρχο στα πλαίσια της δημιουργικής πόλης. Αξίζει να επισημανθεί ότι οι νεότερες ηλικίες επιθυμούν μεγαλύτερη ελευθερία και διαφωνούν με τους ισχυρούς κοινωνικούς δεσμούς. Οι νέοι επιδιώκουν την «ημιανωνυμία», καθώς αυτή είναι προϋπόθεση των ανοιχτών κοινωνιών, των νέων ιδεών και της παραγωγής της καινοτομίας (Καρυγιάννη, 2007). Τέλος, ιδιαίτερα σημαντική διαγράφεται και η σύγχρονη εντεινόμενη αλληλοσυσχέτιση φυσικού και ψηφιακού χώρου, συνεισφέροντας με τη σειρά της στην προώθηση του εργαλείου της δημιουργικής πόλης (Γοσποδίνη, 2009). Η αναπτυξιακή πορεία ενός τόπου μπορεί να επηρεαστεί σημαντικά από τα δίκτυα τηλεματικής και ειδικότερα όταν πρόκειται για κρατικές επενδύσεις (Σκάγιανης, 1999).

#### 1.4.2 Η δημιουργική τάξη

Η δημιουργική τάξη, αφορά εξειδικευμένους εργαζόμενους που δραστηριοποιούνται στους δημιουργικούς κλάδους αλλά και σε άλλους κλάδους που σχετίζονται με τη γνώση και τις δεξιότητες. Επιπροσθέτως, χρειάζεται δημιουργικό κεφάλαιο ώστε η συγκεκριμένη ομάδα να παράγει ιδέες, πληροφορίες και τεχνολογία, αγαθά ιδιαίτερα σημαντικά για την ανάπτυξη των πόλεων και των περιφερειών (Florida, 2002). Είναι λογικό να θεωρηθεί η δημιουργική τάξη ως κεφάλαιο και μάλιστα ανθρώπινο κεφάλαιο των εμπορεύσιμων δεξιοτήτων και ειδικοτήτων του κάθε εργαζόμενου. Αναλύοντας περαιτέρω την σχέση της δημιουργικής τάξης και της δημιουργικής πόλης, διαπιστώνεται ότι όσο αυξάνεται η ποικιλομορφία μίας πόλης τόσο αυξάνονται και οι συνδέσεις και οι ζυμώσεις μεταξύ των οικονομικών φορέων με αποτέλεσμα τη δημιουργία νέων ιδεών και καινοτομιών (Λοϊζου, Καζάκης & Παπανδρικόπουλος, 2016).

Η δημιουργική τάξη, αποτελεί μια νέα πολύπλευρη τάξη στον αναδύομενο τομέα της οικονομίας έχοντας σημαντικό μερίδιο στην οικονομική ανάπτυξη και την πρόοδο ενώ στηρίζεται στο τεκμήριο ότι, στη νέα εποχή όπου η βιομηχανία της γνώσης είναι ο μοχλός για οικονομική ανάπτυξη, υπάρχουν λιγότεροι περιορισμοί στο που τοποθετείται η οικονομική δραστηριότητα (Florida, 2002). Ο τόπος συνεχίζει να έχει



σημασία, αλλά πλέον, οι περιοχές που ευημερούν δεν είναι απαραίτητο να έχουν πρόσβαση σε φυσικό πλούτο και μεταφορές αρκεί να παρέχουν ένα σύνολο υποδομών που εξυπηρετούν τη δημιουργικότητα. Για την ανάπτυξη αυτού του είδους της τάξης είναι αναγκαία η προσέλκυση των εργαζομένων με ταλέντο και γνώση σε θέματα πολιτισμού και καινοτομίας.

Η αστική δημιουργικότητα είναι σαφές ότι αφορά μια ολοκληρωμένη προσέγγιση, για ένα σύγχρονο τρόπο σκέψης και ανάλυσης των αστικών προβλημάτων, καθώς και σε ένα διανοητικό εργαλείο που περιγράφει τις νέες τάσεις, ιδέες και λύσεις σχετικά με την πόλη. Μέσω του Φλόριντα εισάγεται η έννοια του «δημιουργικού κεφαλαίου» και τονίζεται η σημασία του στην οικονομία μιας περιοχής, καθώς μπορεί να προσελκύσει τόσο κεφάλαιο όσο και ανθρώπινο δυναμικό. Οι αντιλήψεις του αποτυπώνονται στην ανάγκη των σύγχρονων πόλεων από ένα ανθρώπινο κλίμα, πολύ περισσότερο από ένα επιχειρησιακό (Florida, 2002). Πλέον ως προτεραιότητα παρουσιάζονται οι ανάγκες των δημιουργικών ατόμων και οι επιχειρήσεις παραγκωνίζονται (Καρυγιάννη, 2007 & Κουρτέσης 2008).

Μια πόλη, στο σύνολό της ή τμήμα αυτής, μια περιοχή ή μια περιφέρεια μπορεί να αποτελέσει περιβάλλον δημιουργικότητας με την προϋπόθεση ότι διαθέτει την απαραίτητη υλική και άυλη υποδομή για να αναπτυχθούν νέες ιδέες και καινοτομίες. Σε έναν τέτοιο τόπο η συγκέντρωση επιχειρηματιών, επιστημόνων, καλλιτεχνών, κοινωνικών ακτιβιστών, τοπικών αρχών, φοιτητών και άλλων δημιουργικών ομάδων, είναι απαραίτητη για να θέσει τις βάσεις για ένα ανεκτικό και κοσμοπολίτικο περιβάλλον (Florida, 2002). Στην υλική υποδομή περιλαμβάνονται κτίρια, ινστιτούτα, εξοπλισμός ενώ η άυλη αποτελείται από δίκτυα συνεργασιών, κοινωνικά δίκτυα, θεσμούς, συνεργασίες ανθρώπων και οργανισμών (Landry, 2008). Επιτυχημένα παραδείγματα δημιουργίας και καθιέρωσης περιβαλλόντων δημιουργικότητας αποτελούν οι περιοχές της Τρίτης Ιταλίας γύρω από την Εμίλια Ρομάννα και η περιοχή της Σίλικον Βάλεϊ, οι οποίες ανέπτυξαν δυναμικά και πρωτότυπα στοιχεία δημιουργικότητας και καινοτομίας, εισάγοντας ιδέες για ένα νέο πρότυπο περιφερειακής ανάπτυξης (De Noronha Vaz & Cesario, 2008).

Η δημιουργική τάξη, συμπεριλαμβάνει καλλιτέχνες, αρχιτέκτονες, μουσικούς, συγγραφείς, εκδότες αλλά και προγραμματιστές υπολογιστών, μηχανικούς, ερευνητές, ακαδημαϊκούς και δικηγόρους (Florida, 2002). Οι άνθρωποι αυτής της τάξης έχουν

ανάγκη να ζουν και να εργάζονται σε μέρη όπου ευδοκιμεί η δημιουργικότητά τους και η επιλογή του τόπου μπορεί να παρουσιάζει κριτήρια εντελώς διαφοροποιημένα από τα παραδοσιακά όπως για παράδειγμα η φυσική ομορφιά ή τα δίκτυα μεταφορών (Vivant, 2009).

Η δημιουργική τάξη αποτελείται από άτομα με υψηλό επίπεδο γνώσεων, με βασικό χαρακτηριστικό της εργασίας τους να είναι η δημιουργία νέων μορφών προϊόντων, στρατηγικών, ιδεών, θεωριών, που θα χαρακτηρίζονται από ευελιξία και ευρεία χρήση. Επιπροσθέτως, η δημιουργική τάξη μετακινείται προς μέρη που έχουν υψηλές συγκεντρώσεις ανάπτυξης καινοτομιών και παραγωγής δημιουργικών προϊόντων, προς αναζήτηση υψηλής ποιότητας εμπειριών και πάνω από όλα της ικανότητας να επικυρώσουν την ταυτότητα τους, ως δημιουργικά άτομα. Χαρακτηριστικά, ύστερα από έρευνες, η δημιουργική τάξη αποτελεί το 30% του εργασιακού δυναμικού της Αμερικής (Νικολακοπούλου, 2011). Σημαντικά για τη δημιουργική τάξη, παραμένουν τα πολιτιστικά δρώμενα που πραγματοποιούνται στην πόλη. Τα άτομα που τη συνιστούν συμμετέχουν ενεργά στην πολιτιστική και καλλιτεχνική ζωή και γοητεύονται με τη συνύπαρξη πολλών και διαφορετικών τρόπων ζωής, με έμφαση στην κοινωνική ζωή. Στις κοινωνίες αυτές όμως, οι κοινωνικοί δεσμοί κλονίζονται, γεγονός στο οποίο συμβάλει και η προτίμηση της "ημιανωνυμίας" (Florida, 2002). Έτσι τίθεται το ερώτημα εάν οι ισχυροί κοινωνικοί δεσμοί συγκρατούν μια κοινωνία και ενισχύουν τη συγκρότησή της ή δρουν ως ανασταλτικός παράγοντας στην ενσωμάτωση νέων ανθρώπων και την ευελιξία των ίδιων των κοινωνιών (Florida, 2002).

Στα πλαίσια της ανάπτυξης της θεωρίας του για τις δημιουργικές πόλεις, ο Φλόριντα έχει επινοήσει διάφορα μέτρα ή δείκτες που δείχνουν, όπως προτείνει, το σχετικό βαθμό στον οποίο οι μεμονωμένες πόλεις-περιοχές έχουν καταφέρει την καθιέρωση μιας τοπικής δημιουργικής τάξης-ατηγορίας ανθρώπων. Οι δείκτες αυτοί είναι οι ακόλουθοι:

- Ο δείκτης δημιουργικής τάξης: καθοριζόμενος από το ποσοστό του συνολικού εργατικού δυναμικού της περιοχής που απασχολείται στο «δημιουργικό πυρήνα» και σε «δημιουργικά επαγγέλματα».
- Ο δείκτης καινοτομίας: καθοριζόμενος από τον αριθμό νέων διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας που αποκτούνται από άτομα μιας περιοχής σε ένα δεδομένο χρονικό διάστημα.

- Ο δείκτης υψηλής τεχνολογίας: καθορίζομενος από τη βιομηχανική παραγωγή υψηλής τεχνολογίας της περιοχής, σε σχέση με την παραγωγή υψηλής τεχνολογίας της χώρας συνολικά και το ποσοστό της συνολικής παραγωγής μιας περιοχής που προέρχεται από τις βιομηχανίες υψηλής τεχνολογίας έναντι του εθνικού μέσου όρου.
- Ο δείκτης διαφορετικότητας - ποικιλομορφίας (επίσης αποκαλούμενος ως «ομοφυλοφιλικός» δείκτης): καθορίζεται από το ποσοστό των ζευγών ίδιου φύλου στο έθνος που ζουν σε μια περιοχή, το οποίο διαιρείται με το ποσοστό του εθνικού πληθυσμού που ζει σε εκείνη την περιοχή. Μια αναλογία μεγαλύτερη από τη μονάδα σημαίνει ότι οι ομοφυλόφιλοι άνθρωποι υπερисχύουν στην περιοχή, ενώ μια αναλογία λιγότερο από αυτή υπονοεί τη μικρή παρουσία τους.
- Ο δείκτης των μποέμ: καθορίζεται από το ποσοστό των καλλιτεχνικά δημιουργικών ανθρώπων (π.χ. ηθοποιοί, ζωγράφοι, δημιουργοί ταινιών, συγγραφείς, κ.α.) στο σύνολο του έθνους, που ζει σε μια περιοχή, το οποίο διαιρείται με το ποσοστό του εθνικού πληθυσμού που ζει σε εκείνη την περιοχή. Μια αναλογία μεγαλύτερη από τη μονάδα σημαίνει ότι οι «μποέμιανς» υπερисχύουν στην περιοχή, ενώ μια αναλογία λιγότερο από αυτή υπονοεί την έλλειψη συγκέντρωσης αυτών.
- Ο δείκτης ταλέντου: καθορίζεται από το μερίδιο ανθρώπων της περιοχής με έναν πανεπιστημιακό τίτλο ή ακόμη υψηλότερο.
- Ο δείκτης μέλτινγκ ποτ (melting pot): καθορίζεται από το σχετικό ποσοστό των ανθρώπων της περιοχής που έχουν γεννηθεί εκτός αυτής.

Είναι αναγκαίο να αναφερθεί και ο σύνθετος δείκτης δημιουργικότητας, τον οποίο εισήγαγε ο Φλόριντα, ο οποίος αποτελεί το συνδυασμό τεσσάρων εξίσου σταθμισμένων δεικτών: α) του δείκτη καινοτομίας, β) του δείκτη υψηλής τεχνολογίας, γ) του «ομοφυλοφιλικού» δείκτη και δ) του δείκτη δημιουργικής τάξης. Ο Φλόριντα γενικότερα, πιστεύει ότι ο κινητήριος μοχλός μιας πόλης είναι οι δημιουργικοί άνθρωποι που έχουν ως υπόβαθρο το υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Η γνώση γίνεται εργαλείο παραγωγής καινοτομίας, διαμορφώνει αξίες αποδοχής της διαφορετικότητας και δημιουργεί κοινωνίες με ασθενείς δεσμούς και συνοχή. Σύμφωνα με αυτόν, βασικός στόχος της αναπτυξιακής στρατηγικής μιας πόλης πρέπει να είναι η

εξυπηρέτηση των αναγκών της δημιουργικής τάξης, η οποία αποτελεί τον πρωταρχικό συντελεστή της οικονομικής εξέλιξης της πόλης (Νικολακοπούλου, 2011).

Στο πλαίσιο της δημιουργικής τάξης, περιλαμβάνεται και η εξειδίκευση της δημιουργικής εργασίας, η οποία όμως επικεντρώνεται στην παραγωγική-ατομική μονάδα που είναι ο άνθρωπος. Η δημιουργική εργασία σχετίζεται με ένα ευρύ φάσμα εργασιών που αφορούν τόσο καλλιτεχνικά επαγγέλματα όσο και επιστημονικά και δεν αναφέρεται σε ένα συγκεκριμένο επάγγελμα. Γενικά, η δημιουργική εργασία είναι μια σειρά διαδικασιών που ξεκινούν από τη παραγωγή μέχρι και την εφαρμογή των ιδεών. Η παραγωγή των ιδεών περιλαμβάνει τον ορισμό και την «κατασκευή» του προβλήματος, τη συλλογή πληροφοριών, το σχηματισμό και συνδυασμό των εννοιών ενώ η εφαρμογή περιλαμβάνει την αξιολόγηση και βελτίωση της ιδέας αλλά και τη διαμόρφωση σχεδίου. Επομένως, οι δύο αυτές βασικές διαδικασίες συντελούν στη δημιουργική εργασία. Αρχικά, στη παραγωγή της αρχικής ιδέας ύστερα από ορισμένες δημιουργικές διαδικασίες ή δραστηριότητες και εν συνεχεία στην εφαρμογή των νέων αυτών ιδεών με καινοτόμες διαδικασίες ή δραστηριότητες (Λοΐζου, Καζαζάκης, Παπανδρικόπουλος, 2016).

Τα άτομα επομένως πρέπει να αναζητούν και να διαχειρίζονται τις γνώσεις και τις έννοιες διαμέσου αυτών των διαδικασιών. Για να επιτευχθεί αυτό όμως απαιτείται τεχνογνωσία και εμπειρία από την πλευρά των ατόμων αλλά και συνεργασία μεταξύ τους, καθώς αρκετές φορές υφίσταται η πολυπλοκότητα της ανάπτυξης και της εφαρμογής μίας ιδέας. Για τον λόγο αυτό η δημιουργική εργασία επικεντρώνεται εξίσου και στην συνεργασία. Δηλαδή πολλοί άνθρωποι θα πρέπει να συνεργαστούν και να συμβάλουν με τις γνώσεις και την εμπειρία τους, ώστε να υλοποιηθεί επιτυχώς μία εργασία (Λοΐζου, Καζαζάκης, Παπανδρικόπουλος, 2016).

Η δημιουργική εργασία όμως χαρακτηρίζεται ως αβέβαιη και ενέχει ρίσκο, καθώς η παραγωγή και η ανάπτυξη μίας ιδέας δεν είναι πάντα εγγυημένη και ενδέχεται να μην καλύπτει τις τρέχουσες ανάγκες της αγοράς. Για αυτό το λόγο, είναι αναγκαίο να δίνονται τα κατάλληλα εργαλεία διευκόλυνσης της εργασίας αυτών των ατόμων, καθώς οι κύριοι εκφραστές της δημιουργικής εργασίας είναι τα ίδια τα άτομα. Επιπροσθέτως, είναι αναγκαίο να λαμβάνεται υπόψη η συνολική οργανωτική δομή αλλά και τα κοινωνικο-τεχνικά συστήματα όπου η εργασία λαμβάνει χώρα και όχι μοναδικά για κάθε εργαζόμενο. Τα δημιουργικά άτομα, όπως είναι αντιληπτό, συνδέονται με τη

δημιουργική εργασία, έτσι η ποιότητα της δημιουργικής εργασίας μπορεί να καθοριστεί από τις συνθήκες απασχόλησης και κυρίως με την ποιότητα του προϊόντος που παράγεται. Η εργασία των δημιουργικών ατόμων είναι επομένως φυσικό να απαιτεί ένα επίπεδο εξειδίκευσης, γνώσεων και ατομικού υπόβαθρου (Kunzmann, 2018).

Μελέτες έχουν δείξει ότι οι δημιουργικοί επιστήμονες παρουσιάζουν ένα συνεπές σύνολο χαρακτηριστικών της προσωπικότητας τους σε σχέση με τους μη-επιστήμονες. Τα δημιουργικά άτομα εκτός από το κίνητρο για επιτεύγματα παρουσιάζουν ευσυνειδησία, αυτονομία, ευελιξία, γνωστική πολυπλοκότητα, αυτοπεποίθηση, συναισθηματική σταθερότητα και εσωστρέφεια με αποτέλεσμα το προφίλ τους να αποτελεί και να είναι απόλυτα εναρμονισμένο και προσαρμοσμένο στη φύση της δημιουργικής εργασίας. Επίσης, παρατηρείται ότι έχουν ανεπτυγμένη την δημιουργική και ανοιχτή σκέψη, με αποτέλεσμα να συμβάλλουν στην ανάλυση και την αξιολόγηση των νέων ιδεών αλλά και να αποκτούν σημαντικό μερίδιο ευθύνης στον τομέα της ηγεσίας (Λοΐζου, Καζαζάκης, Παπανδρικόπουλος, 2016).

Όπως αναφέρει ο Φλόριντα, τα δημιουργικά άτομα είναι δυνατόν να χωριστούν σε τρεις υποομάδες, ώστε να κατανοηθεί καλύτερα ο ρόλος που διαδραματίζουν στην δημιουργική τάξη ως σύνολο. Οι υποομάδες αυτές είναι:

- Ο δημιουργικός πυρήνας
- Οι δημιουργικοί επαγγελματίες
- Οι καλλιτέχνες

#### Ο δημιουργικός πυρήνας

Ο «δημιουργικός πυρήνας» (creative core) εκφράζει σε μεγάλο βαθμό την δημιουργικότητα ως έννοια. Σύμφωνα με τον Φλόριντα, είναι ένας πυρήνας που καθορίζεται βάσει της δημιουργίας νέων μορφών ή σχεδίων τα οποία μπορούν να βελτιώσουν μελλοντικές πρακτικές εργασίας και να εφαρμοστούν ευρέως. Τα άτομα που περιλαμβάνονται σε αυτό τον πυρήνα ενδεχομένως να απασχολούνται στο τομέα των επιστημονικών και τεχνικών επαγγελμάτων και στις φυσικές και εφαρμοσμένες επιστήμες, όπως είναι οι αρχιτέκτονες και οι μηχανικοί, οι ερευνητές και οι σχεδιαστές. Όμως δεν πρέπει να ξεχνάει κανείς και τα επαγγέλματα εκείνα που αφορούν την εκπαίδευση και τις κοινωνικές επιστήμες όπως είναι οι δικαστές, οι δικηγόροι, οι ψυχολόγοι, οι κοινωνικοί λειτουργοί, οι καθηγητές και οι δάσκαλοι και γενικότερα τα

επαγγέλματα που αφορούν στην εκπαίδευση και τη θρησκεία. Επίσης, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν και τα επαγγέλματα που αφορούν τις τέχνες και τον πολιτισμό και ειδικότερα τα επιστημονικά και τεχνικά επαγγέλματα που αφορούν την τέχνη, τον πολιτισμό, τη ψυχαγωγία και τον αθλητισμό όπως είναι οι καλλιτέχνες και το ανθρώπινο κεφάλαιο που απασχολείται σε επιχειρήσεις ψυχαγωγίας, στα μέσα ενημέρωσης, τον αθλητισμό και τη διαφήμιση. Ο δημιουργικός πυρήνας ασχολείται κυρίως με το πρόβλημα της εύρεσης δραστηριοτήτων όπως είναι η δημιουργία νέων ιδεών, γνώσης, τεχνολογίας, σχεδιασμού και περιεχομένου (Λοϊζου, Καζαζάκης, Παπανδρικόπουλος, 2016).

#### Δημιουργικοί Επαγγελματίες

Οι δημιουργικοί επαγγελματίες αφορούν άτομα τα οποία η εργασία που διεξάγουν χαρακτηρίζεται σε σημαντικό βαθμό από την ικανότητα της επίλυσης προβλημάτων, πολλές φορές μάλιστα ειδικού χαρακτήρα και πολύ συχνά απαιτεί ένα υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης. Τα άτομα που περιλαμβάνονται σε αυτή την κατηγορία απασχολούνται σε επαγγέλματα ανώτερης διαχείρισης όπως είναι διευθυντές επιχειρήσεων και οικονομικοί διευθυντές, επαγγελματίες που ασχολούνται με τα νομικά (πχ. δικηγόροι), αλλά και επαγγέλματα που αφορούν στον τομέα της υγείας (πχ. ιατροί). Επίσης, δεν πρέπει να ξεχνάμε και τους επαγγελματίες που έχουν ως γνωστικό αντικείμενο τον κλάδο της τεχνολογίας.

#### Καλλιτέχνες

Η Τρίτη υποομάδα, όπως προαναφέρθηκε, είναι οι καλλιτέχνες οι οποίοι το κύριο αντικείμενο των εργασιών τους περιστρέφεται γύρω από καλλιτεχνικά και πολιτιστικά επαγγέλματα. Η υποομάδα των καλλιτεχνών ασχολείται κυρίως με το ζήτημα της εξεύρεσης δραστηριοτήτων όπως είναι η δημιουργία νέων ιδεών, γνώσης, τεχνολογίας, σχεδιασμού και περιεχομένου όπως και ο δημιουργικός πυρήνας (Λοϊζου, Καζαζάκης, Παπανδρικόπουλος, 2016).

Τέλος, αναγκαίο συστατικό μίας σύγχρονης δημιουργική πόλης είναι το τρίπτυχο 3Ts όπως αναλύθηκε από τον Φλόριντα. Βάσει αυτής της θεωρίας για την οικονομική ανάπτυξη και την ευημερία μίας περιοχής, απαιτείται ταλέντο (talent), ανοχή (tolerance) και τεχνολογία (technology). Όμως για να επιτευχθεί οικονομική ανάπτυξη και ευημερία απαιτείται ανθρώπινο κεφάλαιο και ειδικότερα δημιουργικοί άνθρωποι (Florida, 2002).



### 1.4.3 Οι δημιουργικές βιομηχανίες

Συχνά αντί της έννοιας της δημιουργικής οικονομίας χρησιμοποιείται η έννοια πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες αν και θεωρείται ότι η δημιουργική οικονομία έχει ευρύτερο πλαίσιο. Επιπροσθέτως, υπάρχει διάκριση μεταξύ των όρων των δημιουργικών και πολιτιστικών βιομηχανιών, καθώς ο δεύτερος αποτελεί υποκατηγορία του πρώτου (Σπανουδάκη, 2013). Σε αντίθεση με τον όρο «πολιτιστικές βιομηχανίες», οι «δημιουργικές βιομηχανίες» είναι ένας πολιτικός όρος που χρησιμοποιήθηκε από τη βρετανική Κυβέρνηση των Εργατικών το 1997 (Flew & Cunningham, 2010). Ωστόσο, ορισμένοι ερευνητές χρησιμοποιούν τους δύο όρους εναλλακτικά (Hall, 2000, Drake, 2003), ενώ άλλοι κάνουν διαφοροποιήσεις. Για παράδειγμα, ορισμένοι υποστηρίζουν ότι οι δημιουργικές βιομηχανίες περιλαμβάνουν επίσης τις βιομηχανίες της τεχνολογίας των πληροφοριών, οι οποίες δεν περιλαμβάνονται γενικά στις πολιτιστικές βιομηχανίες (Garnham, 2005). Ακόμη, σύμφωνα με το Υπουργείο Πολιτισμού, Μέσων Ενημέρωσης και Αθλητισμού του Ηνωμένου Βασιλείου, «δημιουργικές βιομηχανίες» είναι «*οι δραστηριότητες που προέρχονται από τη δημιουργικότητα, την ικανότητα και το ταλέντο του ατόμου και οι οποίες έχουν τη δυνατότητα να δημιουργούν πλούτο και θέσεις εργασίας μέσω της γένεσης και της αξιοποίησης της πνευματικής ιδιοκτησίας*» (DCMS, 2001).

Οι δημιουργικές βιομηχανίες είναι πολύ δυναμικοί τομείς της οικονομίας και η ραγδαία ανάπτυξή τους υποβοηθήθηκε από την εισαγωγή πληροφορίας και τεχνολογίας τηλεπικοινωνιών τη δεκαετία του '90 (Cooke & Lazzeretti, 2008). Οι βιομηχανίες αυτού του είδους διαθέτουν άτομα στο δυναμικό τους, που προέρχονται από διαφορετικές εθνικότητες και διαφορετικά πολιτιστικά υπόβαθρα (Mercer, 2010). Συχνά εμφανίζεται πρόβλημα συγκύσεων και αλληλοεπικαλύψεων ανάμεσα στην έννοια των δημιουργικών βιομηχανιών με τις πολιτιστικές βιομηχανίες. Στην πραγματικότητα οι πολιτιστικές βιομηχανίες φαίνεται να έχουν κεντρικό ρόλο στις δημιουργικές. Οι πρώτες, όντας πιο «κλασικές», περιλαμβάνουν το σχεδιασμό, τον κινηματογράφο, την αρχιτεκτονική, τα νέα τεχνολογικά μέσα, το θέατρο, τα μουσεία, τη λογοτεχνία και τη μουσική. Αντιθέτως, στις δημιουργικές βιομηχανίες έρχονται να προστεθούν το λογισμικό, οι υπηρεσίες προγραμματισμού, το σχέδιο και η επιστημονική έρευνα (Liefoghe, 2010). Το σύνολο αυτών των δραστηριοτήτων λαμβάνει, κυρίως, δημόσια χρηματοδότηση ενώ η ευρύτητά του οφείλεται πιθανά στην

αύξηση του ελεύθερου χρόνου, την αύξηση του εισοδήματος και του επιπέδου μόρφωσης (Μπούνια, 2004). Ακόμα και η ύπαρξη πανεπιστημιακών μονάδων επηρεάζει τη συγκέντρωση δημιουργικών ατόμων με κοινές πολιτιστικές προτιμήσεις, καθώς θεωρούνται ως κινητήριες δυνάμεις της καινοτομίας, αντλώντας νέες ιδέες που αποσκοπούν στην εμπορική εκμετάλλευση και τη μεταφορά τους στον ιδιωτικό τομέα (Νικολακοπούλου, 2011). Η ταχεία ανάπτυξη εντός των δημιουργικών βιομηχανιών αποκτά ιδιαίτερη σημασία, καθώς αποδεικνύει τη δημιουργικότητα, βασική παράμετρο για τη δημιουργία πολύτιμων ευκαιριών απασχόλησης για τους κατοίκους των πόλεων, με ταυτόχρονη ενθάρρυνση της κοινωνικής συνοχής (Creativity: London's Core Business, 2002). Οι δημιουργικές βιομηχανίες επεκτείνουν την κοινωνική βάση του επιχειρηματικού πνεύματος, απαιτώντας ένα νέο συνδυασμό δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, με την ταυτόχρονη συμμετοχή πανεπιστημίων και κυβερνητικών αρχών (Hartley, 2005). Παράλληλα, προωθούν την κοινωνική συνοχή μέσω της δημιουργίας χώρων συνάντησης για τους ανθρώπους χάρη στις τέχνες και τον πολιτισμό σε μια άνιση, διαφοροποιημένη και κατακερματισμένη κοινωνία (Leadbeater & Oakley, 2005) και παρέχουν ένα περιβάλλον όπου δημιουργικές συγκεντρώσεις (clusters) μπορούν να ευδοκιμήσουν (HartJey, 2005), αυξάνοντας τις προοπτικές για θέσεις εργασίας (Montgomery, 2007).

Οι δραστηριότητες αυτές μπορούν να εντοπίζονται σε «χωρικούς θύλακες» με στόχο τη δημιουργία ενός συμβολικού τοπίου στον αστικό ιστό. Στο εσωτερικό τους, ανάμεσα στις εταιρίες που χωροθετούνται, ο ανταγωνισμός είναι έντονος και δημιουργεί σε αυτές την ανάγκη συνεχούς ανανέωσης και υιοθέτησης καινοτομίας. Δημιουργώντας λοιπόν, αυτές τις «δημιουργικές νησίδες» της νέας οικονομίας εμφανίζονται οι οικονομίες κλίμακας, χάρη στο ειδικευμένο προσωπικό και την τεχνολογία που μοιράζονται και τα δίκτυα συναλλαγών που αναπτύσσονται μεταξύ των εταιριών (Γοσποδίνη, 2006). Οι τομείς που αποτελούν τις «δημιουργικές βιομηχανίες» είναι διαφήμιση, η αρχιτεκτονική, η τέχνη και οι αντίκες της αγοράς, ο σχεδιασμός, η μόδα, τα φιλμ και τα βίντεο. Επιπροσθέτως, τα διαδραστικά λογισμικά ελεύθερου χρόνου (βιντεοπαιχνίδια), η μουσική, οι εικαστικές και παραστατικές τέχνες, οι εκδόσεις, τα λογισμικά και οι υπηρεσίες υπολογιστών, η τηλεόραση και το ράδιο (DCMS, 2001). Παρακάτω παρουσιάζονται αναλυτικά οι τομείς δημιουργικότητας καθώς και οι υποτομείς.



**Πίνακας 1:** Προτεινόμενη ταξινόμηση δημιουργικών βιομηχανιών

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ	ΤΟΜΕΙΣ	ΥΠΟΤΟΜΕΙΣ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ	Εικαστικές Τέχνες	Χειροτεχνία, Ζωγραφική, Γλυπτική, Φωτογραφία
	Τέχνες Θεάματος	Θέατρο, Χορός, Τσίρκο, Φεστιβάλ
	Κληρονομιά	Μουσεία, Βιβλιοθήκες, Αρχαιολογικοί Χώροι
	Φίλμ και Βίντεο	
	Τηλεόραση και Ραδιόφωνο	
	Βίντεο - Παιχνίδια	
	Μουσική	Αγοραπωλησία ηχογραφημένης μουσικής, Μουσικές παραστάσεις, Μουσικά φεστιβάλ
	Βιβλία και Τύπος	Έκδοση βιβλίων – Περιοδικών - Τύπου
	Σχέδιο	Σχέδιο μόδας, Γραφιστικό σχέδιο, Σχέδιο εσωτερικού χώρου, Σχεδιασμός προϊόντος
	Αρχιτεκτονική	
	Διαφήμιση	
	Κατασκευαστές Η/Υ, Κατασκευαστές MP3, Βιομηχανία κινητής τηλεφωνίας, τεχνολογίες πληροφορική και επικοινωνιών, κ.α.	
	Γαστρονομία	

**Πηγή:** Ιδία Επεξεργασία, Γκατζής, 2017

#### 1.4.4 Το μοντέλο ανάπτυξης των δημιουργικών πόλεων

Μετά τη θεωρία του Φλόριντα (2002, 2003) για τη «δημιουργική τάξη», η έννοια της δημιουργικότητας αποτέλεσε τη νέα αφετηρία για τη δημιουργία αστικών και πολιτιστικών πολιτικών και ο χαρακτηρισμός περί δημιουργικής πόλης επικράτησε της πολιτιστικής. Η έννοια της "δημιουργικής πόλης" που εμφανίστηκε τις τελευταίες δεκαετίες, αποτελεί ουσιαστικά μέθοδο αστικού σχεδιασμού που χρησιμοποιεί τις δημιουργικές δραστηριότητες καθώς και τις δημιουργικές βιομηχανίες ως βασικά εργαλεία, για να προσελκύσει αφενός τη δημιουργική τάξη αλλά και νέες επενδύσεις, προκειμένου να δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας και να ενισχυθεί η τοπική ταυτότητα, η βιωσιμότητα και η αστική ανάπτυξη (Costa, 2006). Οι τόποι και οι πόλεις επιδιώκουν πλέον όχι μόνο την προσέλκυση επισκεπτών αλλά και την προσέλκυση της δημιουργικής τάξης προκειμένου να εξελιχθούν στη νέα δημιουργική και πολιτιστική οικονομία (Λαμπρινίδου, 2005).

Σύμφωνα με τη θεωρία του Φλόριντα (2002, 2003) οι εκπρόσωποι της δημιουργικής τάξης, της νέας αυτής ηγετικής κοινωνικής τάξης, απαρτίζονται από νέους καλλιτέχνες, επιστήμονες, εργαζόμενους στον τομέα της πληροφορικής ή επιχειρηματίες, οι οποίοι ανήκουν στην ίδια γνωστική ομάδα και παράγουν εξειδικευμένες υπηρεσίες και γνώσεις. Οι προτιμήσεις τους απομακρύνονται από τις τεράστιες, θεαματικές και ψυχαγωγικές πολιτιστικές εγκαταστάσεις και κυμαίνονται σε πιο μικρά και αυθεντικά μέρη όπως, μικρά καφέ και μπαρ, εναλλακτικές μουσικές σκηνές, μικρά τοπικά πάρκα. Αυτή η δημιουργική τάξη, επειδή ακριβώς έχει τη δυνατότητα της μετεγκατάστασης, οδηγείται στη διαρκή αναζήτηση της καλύτερης πόλης παγκοσμίως, επιλογή η οποία βασίζεται στο υψηλό επίπεδο ποιότητας ζωής και σε συγκεκριμένες ανέσεις. Βασικοί παράγοντες τόσο της εγκατάστασης της τάξης αυτής σε συγκεκριμένες πόλεις, όσο και της οικονομικής ανάπτυξης των πόλεων αυτών, είναι τα "3T" της θεωρίας του Florida (2005), δηλαδή η Τεχνολογία (Technology), ο δείκτης της καινοτομίας και της υψηλής τεχνολογίας, το Ταλέντο (Talent), δηλαδή το μορφωτικό επίπεδο των κατοίκων, και η Ανοχή (Tolerance) η ανεκτικότητα δηλαδή της τοπικής κοινωνίας στην ποικιλομορφία, όπως παρουσιάστηκαν αναφέρθηκαν και σε προηγούμενο κεφάλαιο. Αυτές οι προϋποθέσεις προσφέρουν τις ιδανικές συνθήκες για προβληματισμό, σχεδίαση και δράση χωρίς στερεότυπα, προάγοντας την κοινωνική, οικολογική, πολιτιστική και πολιτική δημιουργικότητα.

Κατά τον Λάντρι (2000) «το περιβάλλον δημιουργικότητας είναι ένας τόπος, μια πόλη στο σύνολό της ή ένα μέρος της πόλης, ή μια περιοχή, μια περιφέρεια, που εμπεριέχει όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις και την υποδομή (*hard & soft*) για να αναπτυχθούν νέες ιδέες και καινοτομίες. Ένα τέτοιο περιβάλλον είναι ένας φυσικός τόπος όπου μια κρίσιμη μάζα επιχειρηματιών, επιστημόνων, καλλιτεχνών, κοινωνικών ακτιβιστών, τοπικών αρχών, φοιτητών κ.ά., μπορούν να δημιουργήσουν ένα ανοικτό, κοσμοπολίτικο πλαίσιο και όπου μέσω συνεργασιών και δικτύωσης μπορούν να δημιουργηθούν νέες ιδέες, νέα προϊόντα και υπηρεσίες» (Ταράνη, 2007).

Στα πλαίσια της δημιουργικής πόλης, ο πολιτισμός και η δημιουργικότητα αποτέλεσαν τα βασικά εργαλεία για την ενεργοποίηση των πόλεων και τον εκδημοκρατισμό τους (Byrne, 2012). Ένα σημαντικό στοιχείο στην επιτυχία μιας «δημιουργικής πόλης» είναι η διατήρηση και βιωσιμότητα της δημιουργικότητας της, μέσω μίας διαρκούς και κυκλικής διαδικασίας, αυτό που ο Λάντρι ονομάζει «κύκλο της αστικής δημιουργικότητας». Για την αποτίμηση της αστικής δημιουργικότητας ο Λάντρι ανέπτυξε δύο ομάδες δεικτών μέτρησης: αφενός τον βαθμό ενσωμάτωσης της καινοτομίας και της δημιουργικότητας στον «γενετικό κώδικα» της πόλης, τα σημεία δηλαδή εκείνα που παρουσιάζονται ως θεμελιώδη στη δημιουργική πόλη, και αφετέρου τη μέτρηση του δυναμισμού και της βιωσιμότητας των πόλεων, τους παράγοντες δηλαδή εκείνους που συμβάλουν στη δημιουργία μιας δυναμικής και βιώσιμης πόλης (Μπουντούρη, 2017). Αναλυτικότερα, στα θεμελιώδη στοιχεία της «δημιουργικής πόλης» συμπεριλαμβάνονται τα εξής:

- Δημιουργικότητα και ικανότητες των ατόμων
- Πολιτική βούληση και ηγεσίες
- Ανθρώπινες διαφορετικότητες και αξιοποίηση των ταλέντων
- Δημιουργικότητα των οργανισμών
- Ενίσχυση της τοπικής ταυτότητας
- Αστικοί χώροι και λειτουργικότητα
- Ποιότητες του δημόσιου αστικού χώρου: ενίσχυση των δημόσιων χώρων ως χώρων δημοκρατίας σε αντιδιαστολή με την ιδιωτικοποίηση του δημόσιου χώρου
- Ενίσχυση των κέντρων των πόλεων και του πολυφυλετικού τους χαρακτήρα
- Φυσικός και ψηφιακός χώρος

- Αστικές λειτουργικότητες: πρόσβαση στη γνώση, κινητικότητα, πολιτιστικές υποδομές, δημόσιοι δημιουργικοί χώροι
- Δικτύωση και συνεργασίες

Παράλληλα, οι εννέα παράγοντες που συμβάλουν στη δημιουργία μιας δυναμικής και βιώσιμης πόλης είναι οι εξής:

- Κρίσιμη μάζα
- Ποικιλότητα
- Προσβασιμότητα
- Ασφάλεια και προστασία των πολιτών
- Ταυτότητα και μοναδικότητα
- Καινοτομία
- Δικτύωση και συνεργασία
- Ανταγωνιστικότητα
- Ικανότητα των οργανισμών

Ιδιαίτερα σημαντικός είναι ο ρόλος των τοπικών ηγεσιών, οι οποίες καλούνται μέσα από καινοτόμες και συλλογικές διαδικασίες να συντονίσουν τους διαθέσιμους πόρους ώστε να δημιουργήσουν τις κατάλληλες συνθήκες για την προσέλκυση της δημιουργικότητας. Αυτό καθίσταται δυνατό με την οργάνωση των διαθέσιμων πόρων, την ανάπτυξη ισχυρών δικτύων συνεργασίας, την ευελιξία στην προσέγγιση και τον επαναπροσδιορισμό των στόχων (Duxbury, 2004).

### 1.5 Δημιουργικές και ευφυείς πόλεις

Σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται η προσπάθεια αποσαφήνισης των εννοιών της δημιουργικής και της έξυπνης πόλης. Είναι πολύ συχνό το φαινόμενο όταν αναφέρεται κανείς στον όρο έξυπνη πόλη, να θεωρεί πως για να είναι μία πόλη έξυπνη είναι αναγκαία, η απαραίτητη γνώση αλλά και η δημιουργικότητα. Υπό αυτό το πρίσμα η δημιουργικότητα εντάσσεται στην ευφυία. Στα προηγούμενα κεφάλαια εξετάστηκε λεπτομερώς η έννοια της δημιουργικής πόλης και για αυτόν ακριβώς τον λόγο είναι αναγκαίο να αποσαφηνιστεί και η έννοια της ευφυούς πόλης.

Η πιο επικρατούσα εκδοχή του όρου των ευφυών πόλεων αναφέρει, ότι δεν περιγράφει με ολιστικό τρόπο μία πόλη με ορισμένα χαρακτηριστικά, αλλά χρησιμοποιείται για

διάφορες πτυχές που κυμαίνονται από την «ευφυή πόλη» ως μια περιοχή με κύριο χαρακτηριστικό δραστηριότητες τεχνολογίας και πληροφορικής, ως την «έξυπνη» πόλη η οποία συγκεντρώνει υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης και ευφυΐας των κατοίκων της (Giffinger, 2007). Πιο συγκεκριμένα, σε αυτές τις πόλεις εφαρμόζονται πολύπλοκα συστήματα πληροφοριών στις αστικές υποδομές και υπηρεσίες, όπως τα κτίρια, τις μεταφορές, τον ηλεκτρισμό, την κατανομή νερού και τη δημόσια ασφάλεια. Συνεπώς, η χρήση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών στην καθημερινή ζωή των πολιτών είναι αναγκαίες για να χαρακτηριστεί μία πόλη ευφυής, ενώ σημαντική είναι και η ταυτόχρονη επιμόρφωση σε θέματα τεχνολογίας και όχι μόνο όλων των κοινωνικών ομάδων της πόλης (Κομνηνός, 2006).

Η χρήση των έξυπνων εφαρμογών και των νέων τεχνολογιών αποτελεί βασική συνιστώσα για τη σύγχρονη δημιουργική πόλη, ενώ είναι αναγκαίο το ταλέντο και η φαντασία του ανθρώπου. Καθώς, με την πάροδο των χρόνων οι ανάγκες που της σύγχρονης κοινωνίας και η ταυτόχρονη ανάπτυξη της τεχνολογίας, αλλάζουν την ταυτότητα των πόλεων, καθώς όπως είναι γνωστό δεν μπορούμε να λύσουμε τα προβλήματα του 21<sup>ου</sup> αιώνα με την σκέψη και τα εννοιολογικά εργαλεία του 19<sup>ου</sup> αιώνα (Παυλέας, 2017).

Στα μέσα της δεκαετίας του '90, η «δημιουργική πόλη», ξεπρόβαλε από στοχαστές όπως ο Λάντρι, καθώς αποτελούσε ένα κορυφαίο στόχο για τον νέο ρόλο που θα διαδραμάτιζε η δημιουργικότητα στις πόλεις, ως λύση στα μεγάλα προβλήματα που τις συνέθεταν, σε συνδυασμό πάντα με τον πολιτισμό, που θα αποτελούσε βασικό πόρο για την πόλη του 21ου αιώνα. Θεωρούνταν ότι ο πολιτισμός θα μπορούσε να ενεργοποιήσει εκ νέου τις κατεστραμμένες βιομηχανικές ζώνες της κεντρικής πόλης, αναζωογονώντας τη νέα ζωή στις νεκρές υποδομές εργοστασίων και σταθμών παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας, ναυπηγεία και αποθήκες τραμ, σχολεία, στρατώνες και τράπεζες. Ο πολιτισμός, επίσης, θα μπορούσε να ανανεώσει τις ασπρόμαυρες αστικές ταυτότητες, να καταλύσει νέες φιλοδοξίες και να σφραγίσει μια διαφορετική παγκόσμια οικονομία (<http://theconversation.com>).

Όπως και έγινε, καθώς οι δημιουργικές βιομηχανίες διαδραμάτισαν ένα σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη και στην προβολή πολλών πόλεων τις τελευταίες δεκαετίες. Η δημιουργικότητα μετέτρεψε το παλιό γραφειοκρατικό μοντέλο σχεδιασμού των βιομηχανικών πόλεων προσεγγίζοντας το μέλλον ολιστικά αναβαθμίζοντας το βιοτικό

επίπεδο. Έτσι οι δημιουργικές βιομηχανίες σε συνδυασμό με τον πολιτισμό υπήρξαν βασικά εργαλεία σχεδιασμού των πόλεων.

Το 2007, ένας από τους εμπνευστές των δημιουργικών πόλεων, ο Ρίτσαρντ Φλόριντα, επισκέφθηκε την πόλη Νούσα (Noosa) της Αυστραλίας, προσκεκλημένος των τοπικών φορέων, με σκοπό να τους βοηθήσει στην ανάπτυξη της δημιουργικότητας στην πόλη, καθώς είναι από τους πλέον κατάλληλους ερμηνευτές αυτό του εργαλείου. Εκείνη την περίοδο, η δημιουργικότητα είχε γίνει μία από τις πιο γνωστές στοχεύσεις, καθώς πολλές πόλεις στον κόσμο ήθελαν να την εντάξουν στη ζωή των κατοίκων τους (<http://theconversation.com>). Ωστόσο δέκα χρόνια αργότερα, φαίνεται πως εισάγετε ολοένα και περισσότερο η έννοια της έξυπνης πόλης. Αυτό οφείλεται στην ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας η οποία έχει αλλάξει την καθημερινότητα και τις ανάγκες των ανθρώπων.

Ο Κούντμαν (2018) ανέφερε πως ίσως πλησιάζουμε στο τέλος της εξ' ολοκλήρου δημιουργικής πόλης και στην άνθιση της ευφυής πόλης. Η ευφυΐα και η δημιουργικότητα αποτελούν εργαλεία αστικού σχεδιασμού ωστόσο φαίνεται πως το μοντέλο της ευφυούς πόλης επικρατεί τον τελευταίο καιρό, λόγω των ραγδαίων εξελίξεων στην οικονομία, στην κοινωνία και στον χώρο εν γένει. Το σίγουρο ωστόσο είναι πως για να είναι μία πόλη δημιουργική χρειάζεται να περιλαμβάνει αρκετά από τα στοιχεία της δημιουργικής πόλης, όπως το ταλέντο και η ανεκτικότητα, ωστόσο πλέον το σημαντικό κομμάτι αυτών των πόλεων απαρτίζεται από τις έξυπνες εφαρμογές οι οποίες διευκολύνουν την καθημερινότητα των πολιτών. Πλέον, με την ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας οι πόλεις που επενδύουν στην ευφυΐα αποσκοπούν να γίνουν πιο ανταγωνιστικές, ωστόσο εκτός από την ανάπτυξη ψηφιακών δικτύων και υπηρεσιών οι πολίτες διαδραματίζουν και αυτοί κεντρικό ρόλο στο νέο αυτό αστικό οικοσύστημα (Παυλέας, 2017). Έτσι μπορεί να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι η δημιουργικότητα σε συνδυασμό με την ευφυΐα μπορούν να αποτελέσουν κλειδί για τις σύγχρονες πόλεις, καθώς οι έξυπνες δημιουργικές πόλεις αποτελούν ένα από τα πιο γνωστά σύγχρονα εργαλεία πολεοδομικού σχεδιασμού.

## 2. Διεθνή παραδείγματα δημιουργικών πόλεων

### 2.1 Δίκτυο Δημιουργικών πόλεων της Ουνέσκο

Οι σύγχρονες πόλεις φιλοξενούν το ήμισυ του συνολικού παγκόσμιου πληθυσμού και απαρτίζονται από ένα μωσαϊκό διαφορετικών πολιτισμών, εθνοτήτων και γλωσσών. Στο πλαίσιο αυτό και αναγνωρίζοντας την αξία της συνεργασίας των πόλεων και των τοπικών αρχών με κοινό στόχο την προώθηση της δημιουργικότητας, ο Διεθνής Οργανισμός της Ουνέσκο έχει συστήσει από το 2004 Δίκτυο Δημιουργικών Πόλεων σε περιφερειακό και διεθνές επίπεδο, στο οποίο η Ελληνική Εθνική Επιτροπή για την Ουνέσκο έχει καλέσει με επιστολές της τους δήμους της ελληνικής επικράτειας να ενταχθούν. Το Δίκτυο Δημιουργικών Πόλεων προσβλέπει στην προαγωγή της Πολιτιστικής Πολυμορφίας και της Αειφόρου Αστικής Ανάπτυξης. Μέσω πιλοτικών προγραμμάτων, ερευνών και συναντήσεων, η Ουνέσκο πιστεύει ότι είναι εφικτή τόσο η ανάπτυξη τοπικών δημιουργικών βιομηχανιών, όσο η συνεργασία και ο συντονισμός μεταξύ τους σε παγκόσμιο επίπεδο με σκοπό την ολοκληρωμένη και αειφόρο ανάπτυξη του αστικού χώρου. Η σημασία του Δικτύου Πόλεων έγκειται στο ότι διευκολύνει τις Πόλεις - Μέλη του στην ανταλλαγή εμπειριών, τεχνογνωσίας και πόρων έτσι ώστε να αναπτυχθούν τοπικές δημιουργικές βιομηχανίες και να δημιουργηθούν βιώσιμες πόλεις. Η Ελλάδα μέχρι και σήμερα δεν έχει εγγράψει κάποια πόλη της στο εν λόγω Δίκτυο (<https://unesco-hellas.org>). Σήμερα το δίκτυο των δημιουργικών πόλεων αποτελείται από 180 μέλη, 72 χωρών που δραστηριοποιούνται σε κάποιον από τους 7 τομείς δημιουργικότητας:

- Χειροτεχνίες και Λαϊκή Τέχνη
- Γαστρονομία
- Λογοτεχνία
- Κινηματογράφος
- Μουσική και Τέχνες με χρήση τεχνολογικών μέσων
- Σχέδιο



**Εικόνα 1:** Δίκτυο Δημιουργικών Πόλεων της Ουνέσκο

Πηγή: <https://en.unesco.org>

## 2.2 Βερολίνο

Η Γερμανία είναι μία χώρα της οποίας η οικονομία στηρίζεται κατά ένα μέρος στη δημιουργικότητα, καθώς περιλαμβάνει ένα σημαντικό αριθμό δημιουργικών πόλεων. Γνωστά παραδείγματα αποτελούν το Βερολίνο, το Αμβούργο, το Κάσελ και το Έσσεν που βρίσκεται στο κέντρο της κοιλάδας του Ρουρ (Kunzmann, 2018). Το Βερολίνο αποτελεί μια ιδιότυπη περίπτωση πόλης όσον αφορά στην εξέλιξή της τον 20ο αιώνα σε σχέση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες. Στη διάρκεια αυτή διακρίνονται συγκεκριμένες χρονικο-πολιτικές περιόδους κατά τις οποίες η πόλη έπαιξε κυρίαρχο ρόλο με διαφορετικό κάθε φορά τρόπο. Σε κάθε περίοδο η τρέχουσα πολιτική αποτυπωνόταν στην εξωτερική εικόνα της πόλης που προωθούνταν μέσω της δημιουργίας οπτικών αναπαραστάσεων.

### 2.2.1 Ιστορική αναδρομή

Την περίοδο της Γερμανικής Αυτοκρατορίας (1871-1918) η πόλη προωθήθηκε ως μείζον βιομηχανικό κέντρο με γνώμονα την έντονη βιομηχανοποίηση και αστικοποίηση του Βερολίνου. Κατά τη Δημοκρατία της Βαϊμάρης (1919-1933) παρουσιάστηκε ως η αναδυόμενη Ευρωπαϊκή μητρόπολη, σύμβολο βιομηχανικού-πολιτιστικού νεωτερισμού και τεχνολογικής προόδου μέσω επικοινωνιακών τεχνικών, πολιτιστικών γεγονότων, εγκαταστάσεων σχεδιασμού και πρωτοποριακής συμμετοχής



των κατοίκων στην προώθηση της πόλης τους. Στη διάρκεια της κυριαρχίας του Ναζιστικού Καθεστώτος (1933-1945) η κοσμοπολίτικη εικόνα του Βερολίνου αποκηρύχθηκε και αντικαταστάθηκε από την εσωστρέφεια και την τοπική κληρονομιά-κουλτούρα. Στο αστικό τοπίο η τάση αυτή εκφράστηκε με καταλήψεις δημόσιων χώρων, διεξαγωγή μαζικών γεγονότων και παραγωγή μνημειακής αρχιτεκτονικής στοχεύοντας στον εντυπωσιασμό και την επιβολή. Χαρακτηριστική είναι η προσπάθεια ανασχεδιασμού του Βερολίνου σε μια πόλη έντονης μνημειακότητας στα πρότυπα του Ναζιστικού καθεστώτος (Λάλου, 2012).

Η τελευταία έντονα πολιτικοποιημένη περίοδος του Βερολίνου με άμεσες επιπτώσεις στη διοίκηση, την οικονομία και την εικόνα της πόλης ήταν αυτή του Ψυχρού Πολέμου (1945-1989). Το Βερολίνο βρισκόταν διαιρεμένο μέσα σε μια διαιρεμένη χώρα. Οτιδήποτε συνέβαινε είχε να κάνει με τον πολιτικό και οικονομικό ανταγωνισμό ανάμεσα στα δυο συστήματα του Ψυχρού Πολέμου. Τα δυο τμήματα της πόλης έγιναν ο «καθρέφτης» των αντίστοιχων καθεστώτων με πραγματικούς και συμβολικούς όρους. Με την πτώση του τείχους, το 1989, το Βερολίνο και το γερμανικό κράτος επανενώθηκε μετά από 41 χρόνια. Η πόλη επιχείρησε να μετουσιωθεί σε μητρόπολη/παγκοσμίουπολη με δραστηριότητες μάρκετινγκ και εικονοπλαστικές στρατηγικές. Η αστική αλλαγή στην πόλη επετεύχθη μέσα από διάφορες εξελίξεις τη μετάβαση σε ενοποιημένη πόλη, τη μετατροπή σε πρωτεύουσα, τη μετάβαση από το σοσιαλιστικό στο καπιταλιστικό σύστημα και από τη βιομηχανική πόλη στη μεταφορντική. Η αναδημιουργία του δομημένου περιβάλλοντος ήταν ζωτικής σημασίας σε αυτήν την προσπάθεια και η ένταση της διαδικασίας της αστικής αναδόμησης ήταν μοναδική για σχεδόν μια δεκαετία μετά το 1989 (Λάλου, 2012).

Το 1999 το Βερολίνο γίνεται και πάλι πρωτεύουσα της Γερμανίας αντικαθιστώντας τη Βόννη. Αυτό αποτέλεσε μια μεγάλη ώθηση για την οικονομία της πόλης οι οποία εκείνη την περίοδο ήταν ασταθής και σηματοδότησε την εποχή της αναγέννησης της πόλης. Επιπροσθέτως, κατασκευάζονται νέα κτίρια και υποδομές, ενώ δημιουργούνται χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας για τους δημόσιους υπαλλήλους που εργάζονται στο κοινοβούλιο, στα υπουργεία, στις δημόσιες υπηρεσίες κλπ. Τα επόμενα χρόνια οι ξένες πρεσβείες και οι μεγάλες επιχειρήσεις, τα κεντρικά γραφεία επανεγκαθίστανται σταδιακά στην πόλη, προωθώντας την δημιουργική εργασία στον ιδιωτικό τομέα και την αγορά ακινήτων (Κουκουφίκης, 2013).

### 2.2.2 Η σημασία και ο ρόλος του στρατηγικού σχεδιασμού για την ανάπτυξη της πόλης

Σε αυτό το σημείο, θα εξεταστούν και θα αναλυθούν οι στρατηγικές και οι πολιτικές του Βερολίνου για την ανάπτυξη των δημιουργικών βιομηχανιών. Η ανάλυση αυτή θα αποδείξει τη στάση του Βερολίνου απέναντι στη δημιουργική οικονομία, καθώς και τους στόχους της πόλης για το μέλλον. Επιπλέον, θα αναλυθεί αν το εγχείρημα της δημιουργικής πόλης ήταν αποτελεσματικό εξαιτίας του μεγέθους της πόλης ή αν έπαιξαν σημαντικό ρόλο οι παρεμβάσεις του κράτους για την επιτυχία αυτού του σκοπού.

Αρχικά, είναι αναγκαίο να εξεταστεί ο στρατηγικός σχεδιασμός που ακολουθήθηκε προκειμένου να καθοριστούν οι αρμοδιότητες για την παραγωγή των πολιτικών δημιουργικής βιομηχανίας. Το 2007 το τμήμα οικονομικών της Γερουσίας συγκρότησε μια διεθνή επιτροπή, η οποία ενεργεί ως διατμηματικός και διατομεακός φορέας, υπεύθυνος για την πολιτική και την ανάπτυξη της δημιουργικής βιομηχανίας. Αυτή η διεθνή επιτροπή διοικείται από τον υπουργό οικονομικών και συγκροτείται από εκπροσώπους των τεσσάρων τμημάτων της Γερουσίας (οικονομικών, πολιτιστικών, αστικών, ερευνητικών και εκπαιδευτικών), των δώδεκα δήμων και των έντεκα κλάδων της δημιουργικής βιομηχανίας (Koukoufikis, 2013). Το 2011 εισήχθη η "κοινή στρατηγική καινοτομίας του Βερολίνου και του Βρανδεμβούργου". Πρόκειται για μια συμφωνία συνεργασίας μεταξύ του Βερολίνου και του Βρανδεμβούργου που περιβάλλει γεωγραφικά το Βερολίνο, το οποίο δημιουργήθηκε για να προωθήσει την καινοτομία και τη συνεργασία μεταξύ των κρατών και ταυτόχρονα να παρακολουθήσει, να προωθήσει και να διαχειριστεί τις συστάδες της πρωτεύουσας περιοχής. Πρόκειται για μια προσπάθεια στρατηγικής και οργανωτικής ολοκλήρωσης, με στόχο ένα νέο πλαίσιο στήριξης για clusters με εξωτερική εστίαση. Αυτό το είδος εστίασης της πόλης αποδεικνύεται σαφώς από τις διεθνείς σχέσεις που επιδιώκει η τελευταία και από την ενεργό συμμετοχή της σε διάφορα δίκτυα και έργα (Δίκτυο Ευρωπαϊκών Πολιτιστικών Πόλεων, Δημιουργικές Μητροπόλεις, Eurocities, Δίκτυο Δημιουργικών Πόλεων της UNESCO, BaltMet, Capitals, REDICT, Circus καινοτομίας κλπ.) (Creative Metropoles, 2008).

Οι φορείς της πόλης αντιλήφθηκαν ότι η δημιουργική βιομηχανία αποτελεί μια ευκαιρία και μια μέθοδο διαφυγής από τα οικονομικά προβλήματα του παρελθόντος. Η στρατηγική οικονομικής ανάπτυξης του Βερολίνου επικεντρώνεται στις δημιουργικές βιομηχανίες όπως παρουσιάζεται στην πρώτη έκθεση των δημιουργικών βιομηχανιών του Βερολίνου του 2004. Οι δημιουργικές βιομηχανίες έγιναν μέρος της πολιτικής ατζέντας και, όπως ορίζεται σαφώς στη δεύτερη έκθεση του 2008, είναι στρατηγικός στόχος της πόλης να δημιουργηθεί το δημιουργικό κεφάλαιο με σκοπό να εδραιώσει την πόλη ως διεθνή πόλο έλξης δημιουργικών ανθρώπων (Koukoufikis, 2013). Στο πλαίσιο αυτό, οι δημόσιοι/ιδιωτικοί φορείς και οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί εργάστηκαν για τη δημιουργία και την προώθηση πολιτικών για την ανάπτυξη της δημιουργικής βιομηχανίας. Οι μηχανισμοί που χρησιμοποίησαν ήταν ποικίλοι, όπως ανανέωση αστικών χώρων και κτιρίων, ανάπτυξη αστικού περιβάλλοντος και υποδομών, πολιτικές καινοτομίας, καθώς και εξεύρεση πηγών χρηματοδότησης (Creative Metropoles, 2008).

Η σημαντικότερη στρατηγική που ακολουθήθηκε είναι η δημιουργία του Project Future "Projekt Zukunft". Ο μηχανισμός δημιουργήθηκε το 1997 από το υπουργείο οικονομικών, με σκοπό την εφαρμογή μιας συνεκτικής στρατηγικής καινοτομίας για το Βερολίνο. Πλέον, είναι υπεύθυνος για την εφαρμογή των πολιτικών που σχετίζονται με τη δημιουργική βιομηχανία. Επιπλέον, λειτουργεί ως δίκτυο επικοινωνίας και υποστήριξης των δημιουργικών βιομηχανιών (έκθεση C.I., 2008). Επιπλέον, το Project Future και ο μη κερδοσκοπικός οργανισμός Kulturprojekte Berlin Ltd δημιούργησαν την πύλη [www.creative-city-berlin.de](http://www.creative-city-berlin.de). Αυτός ο ιστότοπος είναι μια πλατφόρμα δικτύωσης και παρέχει σημαντικές πληροφορίες για τον δημιουργικό τομέα καθώς λειτουργεί ως μία διαδικτυακή πύλη πληροφοριών και επικοινωνίας (Koukoufikis, 2013).

### 2.2.2 Το Βερολίνο σήμερα ως δημιουργική πόλη

Το Βερολίνο βρίσκεται στο βορειοανατολικό τμήμα της Γερμανίας, κοντά στα σύνορα με την Πολωνία, σε μια έκταση 892 κατοίκων τετραγωνικών χιλιομέτρων με πληθυσμό 3.443.000 κατοίκων. Το Βερολίνο έχει χαμηλή πληθυσμιακή πυκνότητα 3.8 χιλιάδων κατοίκων ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο, σε σύγκριση με άλλα παρόμοια ευρωπαϊκά μεγέθη πόλεις. Για παράδειγμα, η Αθήνα και η Βαρκελώνη έχουν ένα πυκνότητα 5.4 και 4.8 χιλιάδες κατοίκους ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο αντίστοιχα. Αυτό που πρέπει

να σημειωθεί και αντικατοπτρίζει το κοινωνικοπολιτική κατάσταση που αντιμετώπιζε η πόλη κατά το τελευταίο αιώνα, είναι ότι ο σημερινός πληθυσμός του Βερολίνου είναι πολύ μακριά από το ιστορικό της υψηλότερο (4.338.756 άτομα στην απογραφή πληθυσμού της 17ης Μαΐου 1939) (Κουκουφίκης, 2013).

Η δημιουργική οικονομία δίνει ιδιαίτερη προσοχή στη σχέση μεταξύ του αστικού χώρου και της δημιουργικής τάξης. Πόλεις οι οποίες προσφέρουν ανέσεις κάθε μορφής στους κατοίκους, οι οποίες έχουν ανοιχτόμυαλες κοινωνίες, και αποτελούνται από μικτές κοινωνικές ομάδες είναι εκείνες που προσελκύουν μέλη της δημιουργικής τάξης (Heebels ,2010). Η κοινωνία του Βερολίνου παρέχει τις συνθήκες και έχει τις κατάλληλες υποδομές για να πετύχει αυτό το σκοπό. Με 494.000 αλλοδαπούς από 185 διαφορετικές χώρες, το Βερολίνο είναι μία από τα τις μεγαλύτερες πολυεθνικές και πολυπολιτισμικές πόλεις στον κόσμο. Όσον αφορά την ανεκτικότητα για τις μειονότητες και το σεβασμό στη διαφορετικότητα, ο Κλάους Βοβεράιτ, πρώην Δήμαρχος του Βερολίνου από το 2001, είναι ένας ομοφυλόφιλος πολιτικός που επανεκλέχθηκε τρεις φορές συνεχόμενα, καταδεικνύοντας ότι δεν υφίσταντο θέματα κοινωνικής διάκρισης στην πόλη αυτή, ωστόσο το 2014 τη θέση του πήρε ο Μίχαελ Μίλερ (Κουκουφίκης, 2013).

Η ανεκτική συμπεριφορά της πόλης προωθήθηκε επίσης από το γεγονός ότι εκατοντάδες κενά διαμερίσματα και κτίρια καταλήφθηκαν από νέους ανθρώπους. Οι πρωτοβουλίες ήταν τόσο προσωπικές όσο και πολιτικές. Από τη μία πλευρά, εκτός από τα τεράστια αποθέματα κενών διαμερισμάτων, υπήρχε και έλλειψη οικονομικά προσιτής στέγης. Επίσης, υπήρχε ισχυρή βούληση από τους νέους να εγκαταλείψουν την οικογενειακή κατοικία και τον γονικό έλεγχο και να ζήσουν αυτόνομα. Η πρωτοβουλία ξεκίνησε τη δεκαετία του '80 στο δυτικό Βερολίνο και αμέσως μετά την πτώση του τείχους στο ανατολικό τμήμα. Αυτό το αίσθημα ελευθερίας προσέλκυσε νέους από τη Γερμανία και άλλες ευρωπαϊκές χώρες, που μετακόμισε στο Βερολίνο για να ζήσει σε ομάδες. Μερικοί από τους χώρους αυτούς εξακολουθούν να λειτουργούν αν και το πλαίσιο στο οποίο είχαν δοθεί έχει μεταβληθεί και υπάρχουν συμφωνίες μεταξύ καταληψιών και ιδιοκτητών. Οι πολιτιστικές δραστηριότητες που οργανώνονται από τις καταλήψεις τις έκανε να θεωρηθούν ως το "Σπίτι της ανεξάρτητης τέχνης" στο Βερολίνο (Holm and Kuhn, 2011).

Η πολιτιστική υποδομή του Βερολίνου περιλαμβάνει 56 θέατρα που φιλοξένησαν 9.645 θεατρικές παραστάσεις το 2009/10, 157 μουσεία, 266 κινηματογραφικές αίθουσες και 440 γκαλερί. Η γκαλερί Ίστ Σάιντ θεωρείται ως η μεγαλύτερη ανοικτή γκαλερί στον κόσμο και περιλαμβάνει ένα μεγάλο μέρος του τείχους του Βερολίνου (1.316 χλμ.). Επιπλέον, το Βερολίνο είναι μία πόλη η οποία διατηρεί και προβάλλει το ιστορικό παρελθόν της διατηρώντας της διαφορετικές τύπου υποδομές που υπήρχαν πριν από την ένωση της πόλης (Κουκουφίκης, 2013). Οι νομισματικές πολιτικές, η άνιση κατανομή του πλούτου και η αποβιομηχανοποίηση που συνέβη μετά την πτώση του τείχους οδήγησε στο χαμηλό κόστος ζωής σε σύγκριση με άλλες γερμανικές και ευρωπαϊκές πόλεις. Οι χαμηλές τιμές ενοικίασης στις κατοικίες και ιδιαίτερα στους επαγγελματικούς χώρους λόγω του μεγάλου αριθμού των κενών γραφείων στο Βερολίνο, καθώς και των δισεπίλυτων καταστάσεων ιδιοκτησίας στο πρώην ανατολικό Βερολίνο, είχαν ως αποτέλεσμα την προσέλκυση δημιουργικών ανθρώπων (Heebels, 2010). Οι ακαδημαϊκές και ερευνητικές εγκαταστάσεις του Βερολίνου περιλαμβάνουν μερικά από τα πιο διάσημα πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα στον κόσμο (Max Planck Society, Freie Universität Berlin, Humboldt-Universität zu Berlin κ.α.). Πιο συγκεκριμένα, η δυναμική της γνώσης της πόλης υποστηρίζεται από έναν μεγάλο αριθμό συνεδριακών χώρων, από 39 πανεπιστήμια και κολέγια με 160.100 φοιτητές και 22.215 ακαδημαϊκούς, από 57 ερευνητικά ινστιτούτα και 87 δημόσιες βιβλιοθήκες. Αυτές οι ανέσεις αποτελούν σημαντικούς ελκυστικούς πόλους για επενδυτικά κεφάλαια για την πόλη. Το 2011, το Βερολίνο προσέλυσε 173 εκατομμύρια ευρώ χρηματοδότηση επιχειρηματικών κεφαλαίων και 48.716 νέες επιχειρήσεις (State Statistical Institute Berlin- Brandenburg, 2012).

Το Βερολίνο φαίνεται να είναι ακριβώς ο τόπος που αναζητούν οι άνθρωποι που εργάζονται στις δημιουργικές βιομηχανίες, καθώς παρέχει όπως προαναφέρθηκε ενεργή πολιτιστική ζωή, ανεκτική κοινωνία, εκπαιδευτικές και ερευνητικές εγκαταστάσεις, ποικιλία σε μέσα ψυχαγωγίας και χαμηλό κόστος διαβίωσης (Louekari, 2006). Αυτή είναι μια πραγματικότητα που επιβεβαιώνεται από το πλήθος των δημιουργικών βιομηχανιών που είναι εγκατεστημένες και λειτουργούν στην πόλη. Ο διαχωρισμός των βιομηχανιών της δημιουργικής οικονομίας διαφέρει από χώρα σε χώρα. Υπάρχουν διάφορα μοντέλα ταξινόμησης λόγω διαφορετικών προσεγγίσεων και ερμηνείας της δημιουργικής παραγωγικής διαδικασίας (Brewka, 2008). Στη Γερμανία υπάρχει σαφής διαχωρισμός των πολιτιστικών βιομηχανιών και του δημιουργικού

κλάδου. Η γερμανική ομοσπονδιακή στατιστική υπηρεσία αναφέρεται σε 11 υποτομείς, στο πλαίσιο των «δημιουργικών βιομηχανιών», μέσω των οποίων αποκτούν τα οικονομικά και στατιστικά στοιχεία που είναι αναγκαία. Έτσι, στο Βερολίνο ο όρος «δημιουργική βιομηχανία» κυριαρχεί και χρησιμοποιείται για την περιγραφή τόσο των πολιτιστικών και δημιουργικών δρώμενων (Koukoufikis, 2013).

A. Οι βασικοί τομείς των δημιουργικών βιομηχανιών στο Βερολίνο περιλαμβάνουν (Fesel και Söndermann, 2007):

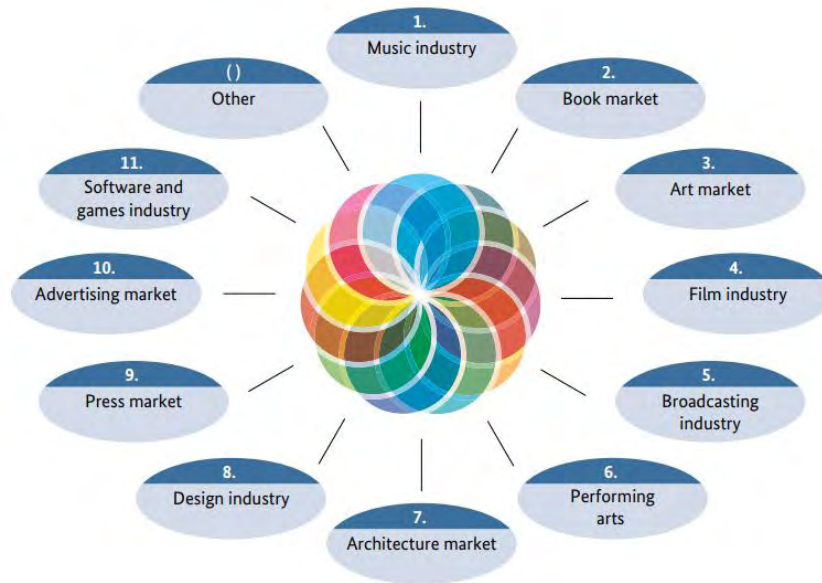
- Εκδοτικές βιομηχανίες (εκδοτικοί οίκοι βιβλίων, εκδότες εφημερίδων, εκδότες φωνογραφικών αρχείων και μουσικής)
- Κινηματογραφικές βιομηχανίες (ταινίες, τηλεόραση, παραγωγή βίντεο, κινηματογράφοι)
- Βιομηχανίες ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών (ιδιωτικό ραδιόφωνο/τηλεόραση)
- Μουσικές, οπτικές και θεατρικές τέχνες (ανεξάρτητοι καλλιτέχνες, ιδιωτικά θέατρα, καμπαρέ και ποικίλα θέατρα, εταιρείες θεατρικών παραστάσεων και συναυλιών, τεχνικές επιχειρήσεις)
- Δημοσιογράφοι/πρακτορεία ειδήσεων
- Μουσεία, εκθέσεις τέχνης (εμπορικές μουσειακές εκδηλώσεις και εκθέσεις τέχνης)
- Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών (καταστήματα μουσικής, βιβλιοπωλεία, γκαλερί, εμπόριο τέχνης).
- Αρχιτεκτονικά γραφεία (αρχιτέκτονες εσωτερικού/εξωτερικού χώρου/κτιρίων)
- Βιομηχανίες σχεδίου (βιομηχανικού, προϊόντων, μόδας, κλωστοϋφαντουργίας και παρόμοιου αντικειμένου)

B. Οι νέοι τομείς που έχουν προστεθεί τον τελευταίο καιρό:

- Διαφήμιση (διαφημιστικές εταιρείες κ.α.)
- Κατασκευή λογισμικού / παιχνιδιών (ανάπτυξη λογισμικού, δημιουργία ηλεκτρονικών παιχνιδιών).



Εικόνα 2: Οι τομείς των δημιουργικών βιομηχανιών στη Γερμανία



Πηγή: <https://www.bmwi.de>

Πίνακας 2: Δεδομένα δημιουργικών βιομηχανιών (2006)

Δημιουργικές Βιομηχανίες (2006)	Εταιρείες	Έσοδα (€)	Απασχολούμενοι
Μέσα εκτυπώσεων και δημοσιεύσεων	5.252	4.563.389	30.102
Ταινίες, Τηλεόραση & Ράδιο	2.104	2.372.951	36.300
Τέχνες	1.844	421.920	6.624
Λογισμικό/Παιχνίδια	2.894	6.746.687	28.578
Μουσική Βιομηχανία	1.632	970.235	13.741
Διαφήμιση	2.552	1.125.476	18.814
Αρχιτεκτονική	2.992	539.501	7.905
Σχέδιο	2.441	380.547	1.827
Τέχνες Θεάματος	1.222	423.445	16.624
Σύνολο	22.933	17.544.151	160.515

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, Koukoufikis, 2013



Το 2005, το Βερολίνο εντάχθηκε στο δίκτυο δημιουργικών πόλεων της Ουνέσκο και έκτοτε αποτελεί μέλος του. Παραπάνω παρουσιάζονται τα στοιχεία που δόθηκαν μέσω της έκθεση για τις δημιουργικές βιομηχανίες του Βερολίνου. Πλέον το 10% των εσόδων της οικονομίας του Βερολίνου παράγεται από την δημιουργική βιομηχανία, ενώ τα έσοδα της βιομηχανίας αυτής, έχουν αυξηθεί κατά 56% (περίπου 7,3 εκατομμύρια ευρώ) από το 2009. Επιπροσθέτως, το εισόδημα στους τομείς του σχεδίου, της διαφήμισης και του λογισμικού έχουν αυξηθεί σε μεγάλο βαθμό. Ο αριθμός των ατόμων που εργάζονται στην δημιουργική βιομηχανία ξεπερνάει τους 200.000, ενώ έχουν δημιουργηθεί περίπου 67.000 νέες θέσεις εργασίας, με αποτέλεσμα οι επιπτώσεις στην οικονομία της πόλης, αλλά και ολόκληρης της χώρας να είναι ορατές (<https://projektzukunft.berlin.de>).

Το Βερολίνο θεωρείται η παγκόσμια «πρωτεύουσα» του 20ού αιώνα, λόγω της τεράστιας σημασίας των ιστορικών γεγονότων που έλαβαν χώρα στην πόλη κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου. Παραπάνω παρουσιάστηκαν τα σημαντικότερα περιστατικά της ιστορίας της πόλης που είχαν παγκόσμια επίδραση και άφησαν το σημάδι τους στην καθημερινή ζωή της πόλης (Κουκουφίκης, 2013). Αξίζει να σημειωθεί ότι μετά την πτώση του τείχους, είχε προβλεφθεί ότι ως πύλη προς την κεντρική Ευρώπη, το Βερολίνο θα επανακτήσει τον προπολεμικό ρόλο του ως βιομηχανικό κέντρο. Αντιθέτως, χάθηκε σχεδόν το 70% των θέσεων εργασίας στη βιομηχανική παραγωγή, καθώς οι γενναιόδωρες επιδοτήσεις που καταβλήθηκαν τόσο στο ανατολικό όσο και στο δυτικό μισό του Βερολίνου αποσύρθηκαν σε μεγάλο βαθμό μετά την ενοποίησή το 1990. Η κληρονομιά του παρελθόντος ως διαιρεμένη πόλη είναι εμφανής ακόμη και σήμερα καθώς το Βερολίνο εξακολουθεί να έχει τρεις όπερες και τρία πανεπιστήμια. Ωστόσο, η αφοσίωση του στην καλλιέργεια της δημιουργικότητας έχει ενισχύσει το κύρος της πόλης η οποία αποτελεί τη ραχοκοκαλιά της οικονομικής βάσης της χώρας. Σύμφωνα με το υπουργείο Οικονομικών του Βερολίνου, η μουσική βιομηχανία είναι πλέον η τρίτη μεγαλύτερη οικονομική δραστηριότητα του Βερολίνου, απασχολώντας σχεδόν 14.000 ανθρώπους (<https://projektzukunft.berlin.de>).

Το Βερολίνο είναι μια πόλη που αποτελεί πόλο έλξης χιλιάδων παγκόσμιων δημιουργών και καλλιτεχνών οι οποίοι ασχολούνται με την τέχνη, τη μουσική, τη μόδα και άλλες δημιουργικές βιομηχανίες.. Πάνω από δύο δεκαετίες μετά την πτώση του τείχους του Βερολίνου, η πολιτιστική ζωή της πόλης έχει εκτιναχθεί και το Βερολίνο

εξακολουθεί να είναι μια πόλη στην οποία οι καλλιτέχνες μπορούν να εγκατασταθούν και να δημιουργήσουν. Σε αντίθεση με την εξασθένηση, δημιουργικών πόλεων όπως η Νέα Υόρκη και το Λονδίνο, στις οποίες ο κλάδος της δημιουργικότητας εξασθενεί και σε συνδυασμό με τις αυξημένες τιμές ενοικίου αναγκάζει ένα μεγάλο μέρος της δημιουργικής τάξης να μεταναστεύσει (<https://www.notjustalabel.com>).

### 2.3 Τούρκου

Η πόλη του Τούρκου, αποτελεί ένα ζωντανό παράδειγμα για το πώς μία μικρομεσαία πόλη της Ευρώπης μπορεί να αποτελέσει παράδειγμα επιτυχημένης δημιουργικής πόλης. Αξίζει να σημειωθεί πως το μέγεθος της πόλης είναι παρόμοιο με της πόλης του Βόλου, ενώ ταυτοχρόνως του Τούρκου είναι παραθαλάσσια περιοχή όπως και ο Βόλος και για αυτό το λόγο επιλέχθηκε η περαιτέρω ανάλυση της συγκεκριμένης πόλης. Το Τούρκου (φινλανδικά: Turku, σουηδικά: Åbo), βρίσκεται στο νοτιοδυτικό σημείο της Φινλανδίας, ιδρύθηκε τον 13ο αιώνα, αποτελεί την παλαιότερη πόλη, την παλιά πρωτεύουσα και την πέμπτη σε πληθυσμό πόλη της χώρας, με 185,908 κατοίκους. (τον Δεκέμβριο του 2015) Επίσης, στο Τούρκου κατοικεί ένας από τους μεγαλύτερους πληθυσμούς σουηδόφωνων Φιλανδών στη χώρα (Μπουντούρη, 2017). Αξίζει να σημειωθεί πως το μέγεθος της πόλης είναι παρόμοιο με της πόλης του Βόλου, ενώ ταυτοχρόνως του Τούρκου είναι παραθαλάσσια περιοχή όπως και ο Βόλος και για αυτό το λόγο επιλέχθηκε η περαιτέρω ανάλυση της συγκεκριμένης πόλης.

Το λιμάνι του Τούρκου είναι ένας από τους πιο πολυσύχναστους θαλάσσιους λιμένες στη Φινλανδία, ενώ το αεροδρόμιο της πόλης είναι το πέμπτο μεγαλύτερο της χώρας και το δεύτερο μεγαλύτερο εμπορικό αεροδρόμιο. Ο ποταμός Όουρα (Åura), ο οποίος διασχίζει το κέντρο της πόλης είναι απ' τους μεγαλύτερους της νοτιοδυτικής Φινλανδίας και έχει παίξει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής. Η Βασιλική Ακαδημία «Åbo Kungliga Akademi», η οποία βρίσκεται στην πόλη, αποτελεί το πρώτο πανεπιστήμιο της χώρας. Το 1809, μετονομάστηκε σε Αυτοκρατορική Ακαδημία του Τούρκου, ωστόσο το 1828 μεταφέρθηκε στο Ελσίνκι. Η ευρύτερη περιοχή τα τελευταία χρόνια καινοτομεί έντονα στη ναυτιλιακή βιομηχανία, στην έρευνα και ανάπτυξη μεταξύ πανεπιστημίων και επιχειρήσεων καθώς και στον εφοδιαστικό κλάδο (logistics) (<https://view.joomag.com>). Παράλληλα η πόλη του Τούρκου ενισχύει τη θέση της ως ελκυστικό μέρος για τους επενδυτές σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας. Πρόσφατο παράδειγμα αποτελεί η απόφαση της εταιρίας Ρολς

Ρόις να τοποθετήσει το νέο της κέντρο έρευνας και ανάπτυξης, το οποίο εστιάζει σε τηλε-ελεγχόμενα και αυτόνομα πλοία, στο Τούρκου (<https://www.turku.fi>).

Σημαντικό στοιχείο για την πόλη του Τούρκου, όσον αφορά την αειφορία, αποτελεί το γεγονός ότι στόχος του δήμου είναι η μηδενική εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα έως το 2040. Ο Δήμος, αντιλήφθηκε πως εκτός από τις περιβαλλοντικές συνέπειες της εκπομπής του διοξειδίου, η αειφόρος ανάπτυξη μπορεί επίσης να φέρει νέες επενδύσεις, θέσεις εργασίας και ευημερία. Αξίζει να σημειωθεί ότι, σε μια διεθνή αξιολόγηση που συνέκρινε τους κλιματικούς στόχους διαφορετικών πόλεων, το Τούρκου κατέλαβε την έκτη θέση (<https://www.turku.fi>).

### **2.3.1 Το Τούρκου Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2011**

Το γεγονός που συνέβαλε στην αλλαγή σελίδας για την πόλη του Τούρκου, είναι το γεγονός ότι, το 2011 μαζί με το Ταλίν, την πρωτεύουσα της Εσθονίας, αποτέλεσαν την Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα. Την διοργάνωση ανέλαβε το ίδρυμα Turku 2011 Foundation. Το πρόγραμμα του έτους 2011 περιλάμβανε 167 πολιτιστικά προγράμματα με περισσότερες από 8000 παραστάσεις και εκδηλώσεις, από τις οποίες το 60% είχαν ελεύθερη είσοδο και στις οποίες συμμετείχαν 23.000 εργαζόμενοι, καλλιτέχνες και εθελοντές από 62 διαφορετικές χώρες. Επίσης, περίπου 700 δημοσιογράφοι, 500 εκ των οποίων από το εξωτερικό, επισκέφθηκαν την Πολιτιστική Πρωτεύουσα δίνοντας στο Τούρκου μια πρωτόγνωρη παγκόσμια δημοσιότητα (Μπουντούρη, 2017). Στόχος της επικοινωνιακής στρατηγικής της διοργάνωσης αποτέλεσε η ενδυνάμωση της εικόνας της περιοχής του Τούρκου, με σκοπό να αποτελέσει ένα δημιουργικό κέντρο καινοτομίας, ενώ παράλληλα προβλήθηκε η εικόνα της πόλης ως ένα μέρος με αρκετά καλό βιοτικό επίπεδο στην οποία κάποιος αξίζει να ζει (<https://www.turku.fi>). Κατά τις δραστηριότητες για την τουριστική προβολή της πόλης, οι οποίες ξεκίνησαν αρκετά χρόνια πριν την διοργάνωση της Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας (European Capital of Culture), δόθηκε μεγάλη προσπάθεια στην προώθηση του Τούρκου διεθνώς, ιδίως σε γειτονικές χώρες όπως στη Γερμανία, Ρωσία και Σουηδία, αλλά και με την παρουσία σε παγκόσμιες τουριστικές εκθέσεις και με αναφορές σε σημαντικά μέσα του εξωτερικού (Rampton, 2012).

Ο ποταμός Όουρα, που τα νερά του διασχίζουν ολόκληρη την πόλη, έπαιξε ένα σημαντικό ρόλο κατά τη διάρκεια του ευρωπαϊκού έτους καθώς αποτελεί σημείο

κατατεθέν για την πόλη. Μουσικές συναυλίες, τσίρκο, θεατρικές παραστάσεις και εκθέσεις με έργα τέχνης ήταν μερικά από τα δρώμενα που έλαβαν μέρος στη συγκεκριμένη περιοχή (Μπουντούρη, 2017).

Ένα ενδιαφέρον έκθεμα της περιοχής ήταν οι σάουνες-έργα τέχνης η οποίες τοποθετήθηκαν σε διάφορα σημεία κοντά στις όχθες του ποταμού ήταν ανοιχτές προς χρήση για το κοινό (<http://www.anderssonart.com>).

**Εικόνα 3:** Ο ποταμός Aura



**Πηγή:** <https://visitturku.fi>

**Εικόνα 4:** Σάουνες-έργα τέχνης



**Πηγή:** <http://www.anderssonart.com>

Ένα ακόμη σημείο κατατεθέν της πόλης του Τούρκου αποτελεί το πολιτιστικό κέντρο Λόγκομο (Logomo). Στην προσπάθειά της πόλης να βρει έναν χώρο για να τοποθετήσει



συμβολικά το πολιτιστικό κέντρο της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας το οποίο ταυτόχρονα να χρησιμοποιείται ως τόπος συναντήσεων, η διοργάνωση εκμεταλλεύτηκε ένα παλιό βιομηχανικό κτίριο που λειτουργούσε στο παρελθόν ως σιδηροδρομικό εργαστήριο. Τοποθετημένο δίπλα στο κέντρο της πόλης, κοντά στο σιδηροδρομικό σταθμό της πόλης, το Λόγκομο αποτέλεσε τη στέγη για καλλιτέχνες και για πολλές δημιουργικές βιομηχανίες, έναν πολυχώρο για διάφορες εκδηλώσεις και συνέδρια, με χώρους στέγασης της δημιουργικής βιομηχανίας και επιχειρήσεων, με εκθεσιακούς χώρους και χώρους εστίασης, ενισχύοντας τη θέση του Τούρκου στον πολιτιστικό τουρισμό. Ακόμα και μετά το 2011, συνεχίζει τη λειτουργία του ως κεντρικός άξονας της δημιουργικής οικονομίας του Τούρκου. Στον χώρο του Λόγκομο από τον οποίο πέρασαν κατά τη διάρκεια του 2011 περισσότεροι από 248.000 επισκέπτες, φιλοξενήθηκαν διάφορες εκδηλώσεις, ενώ πραγματοποιήθηκαν πολλές παραστάσεις όπερας (<http://www.turku2011.fi>).

**Εικόνα 5:** Το πολιτιστικό κέντρο Logomo



Πηγή: <http://navi.finnisharchitecture.fi>

### **2.3.2 Η επίδραση του προγράμματος «Τούρκου Ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα Πολιτισμού 2011» στην πόλη**

Σύμφωνα με τον πίνακα αξιολόγησης στον οποίο αναφέρονται τα δυνατά και αδύναμα σημεία των πόλεων που φιλοξένησαν τον θεσμό της Ευρωπαϊκής Πρωτεύουσας Πολιτισμού από το 2005 και εξής, προκύπτουν τα παρακάτω στοιχεία για την διοργάνωση του Τούρκου 2011 (Garcia & Cox, 2013).

## Θετικά:

- Υψηλό επίπεδο συμμετοχής του κοινού.
- Ισχυρές συνεργασίες με άλλες πόλεις της περιοχής.
- Πρόγραμμα Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας, ενσωματωμένο στο μακροπρόθεσμο σχέδιο πολιτιστικής ανάπτυξης της πόλης.

## Αρνητικά και προτάσεις:

- Δεν είναι σαφές ποια ήταν τα αναμενόμενα μακροπρόθεσμα αποτελέσματα, για παράδειγμα στις δημιουργικές βιομηχανίες.
- Απαιτείται αλλαγή για να εξασφαλιστεί ότι η προκλητική και τολμηρή τέχνη είναι κεντρική στο πρόγραμμα και δεν χάνεται μεταξύ των λεπτομερειών.

Η θεμελιώδης βασική προσέγγισή του προγράμματος Τούρκου 2011 ήταν να προσεγγίσει το παγκόσμιο ενδιαφέρον, αλλάζοντας τη συνολική εικόνα του Τούρκου. Κατά τη διάρκεια του έτους ο πολιτισμός αποτέλεσε τη βάση της αστικής ανάπτυξης. Καλλιτέχνες κλήθηκαν να δημιουργήσουν εικαστικές παρεμβάσεις και έργα τέχνης που τοποθετήθηκαν σε διάφορα σημεία της πόλης, πολλά από τα οποία παρέμειναν ως μόνιμα έργα αστικής τέχνης και μετά το 2011 (Μπουντούρη, 2017).

Σε τέτοια εγχειρήματα η συμμετοχή των κατοίκων αποτελεί βασικό στοιχείο για την επιτυχία. Για αυτό ακριβώς τον λόγο το μοντέλο Τούρκου 2011 επικεντρώθηκε σε μία πόλη με δυναμική και με ενεργούς κατοίκους, των οποίων η ποιότητα ζωής βελτιώνεται με τη συμμετοχή και την ανοιχτή πολιτιστική αλληλεπίδραση κάτι πρωτόγνωρο για τα φινλανδικά δεδομένα (Ruoppila, 2015). Ο δήμαρχος του Τούρκου το 2011, Aleksi Randell, ανέφερε χαρακτηριστικά: *«Η διοργάνωση ήταν μια τεράστια πρόκληση για τα δεδομένα της χώρας την οποία αντιμετωπίσαμε επιτυχώς και είχε ένα ευρύ αντίκτυπο στην ιδέα μας για την πόλη του Τούρκου, ως ένα μέρος να ζει κανείς, να δουλεύει και να επισκέπτεται. Σίγουρα η πολιτιστική χρονιά τοποθέτησε την πόλη του Τούρκου στον χάρτη των πιθανών τουριστικών προορισμών για τα επόμενα χρόνια. Και αυτός είναι ο βασικός λόγος που πρέπει να συνεχίσουμε να δίνουμε έμφαση στον πολιτισμό και στο μέλλον».*

Η έννοια της προώθησης ενός τόπου, η ικανότητα δηλαδή να παράγει ορατά και αόρατα σύμβολα που συνδέονται με την πολιτισμική δραστηριότητα της περιοχής, αποτέλεσε ουσιαστικό στοιχείο της αστικής πολιτικής που εφάρμοσε η πόλη του Τούρκου ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης. Έτσι, καθίσταται αναγκαία η συμβολή του πολιτισμού στην δημιουργία της εικόνας μιας πόλης, στην ανάπτυξη των τουριστικών της εγκαταστάσεων και της τουριστικής βιομηχανίας, στην προσέλκυση επενδύσεων από το εξωτερικό και στην ενίσχυση της ανταγωνιστικής θέσης της σε σχέση με άλλες πόλεις (Andersson, 2012).

**Πίνακας 3:** Αριθμός επισκεπτών σε Μουσεία και χώρους εκθεμάτων

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Δημοτικά μουσεία</b>							
Κάστρο του Τούρκου	119.823	113.207	108.054	<b>121.024</b>	110.727	121.369	11.326
Μουσείο Χειροτεχνών Λουοσταρινμάκι	36.067	35.596	39.875	<b>44.184</b>	32.357	31.080	30.641
Μουσείο Βάινο Αάλτονεν	11.652	18.443	19.024	<b>25.769</b>	25.484	29.185	30.523
Χωριό Ζωντανής Ιστορίας Κυλαμάκι	15.452	16.760	14.910	<b>17.005</b>	16.534	12.792	13.564
Φαρμακευτικό Μουσείο / Σπίτι του Κουένσελ	14.048	12.408	7.301	<b>7.480</b>	5.443	5.889	7.697
Μουσείο Βιολογίας	10.547	10.024	10.067	<b>9.769</b>	12.174	10.323	13.726
Θαλάσσιο Κέντρο "Φόρουμ Μαρίνουμ"	78.591	119.511	117.651	<b>118.862</b>	122.634	122.656	141.198
<b>Λοιπά μουσεία και Χώροι εκθεμάτων</b>							
Καθεδρικός Ναός του Τούρκου	188.632	159.451	142.313	<b>173.028</b>	158.663	175.835	140.000
Μουσείο Καθεδρικού Ναού	9.571	8.946	7.541	<b>7.029</b>	6.280	8.881	6.000
Μουσεία "Άμποα Βέτους" και "Αρς Νόβα"	169.158	167.751	170.000	<b>170.000</b>	190.000	181.000	199.956
Βοτανικός Κήπος του Πανεπιστημίου του Τούρκου	19.013	15.650	35.977	<b>35.518</b>	36.964	40.195	41.069
Μουσείο Τέχνης	22.870	30.311	25.913	<b>80.848</b>	39.784	-	32.892
Μουσείο Σιμπέλιους	9.599	8.512	8.429	<b>10.524</b>	9.962	11.256	11.257
Λόγκομο <sup>1</sup>	-	-	-	-	-	260.00	315.000

**Πηγή:** Ιδία Επεξεργασία, Μπουντούρη, 2017

1) Το Κέντρο Πολιτισμού, Τέχνης και Δημιουργικής οικονομίας Λόγκομο ξεκίνησε τη δράση του το 2011. Το 2013 ήταν η πρώτη πλήρης χρονιά δραστηριοποίησης των χώρων εκδηλώσεών του.



Συνοψίζοντας, ο τίτλος της Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής το 2011 πρωτεύουσας αποτέλεσε ορόσημο και για την επισκεψιμότητα στους περισσότερους πολιτιστικούς χώρους του Τούρκου, κάτι που αποτυπώνεται και στον παραπάνω πίνακα. Αυτό σημαίνει η οικονομία της πόλης, επηρεάστηκε από τα γεγονότα που συνέβησαν στην πόλη το 2011. Ωστόσο, την αμέσως επόμενη χρονιά της διοργάνωσης (2012), όπως ήταν και αναμενόμενο, η επισκεψιμότητα σημείωσε πτωτική τάση, η οποία βέβαια δεν φάνηκε να επηρεάζει πολιτιστικούς χώρους ορόσημα της πόλης (πχ. Forum Marimum, Aboa Vetus & Ars Nova). Σε γενικές γραμμές όμως, στα στοιχεία αυτά ως επί το πλείστον διακρίνονται οι αυξητικές τάσεις στον πολιτιστικό τουρισμό της πόλης μετά το 2011, αποτυπώνοντας μια δυναμική στην πολιτιστική συμμετοχή και κατανάλωση των ετών μετά τη διοργάνωση.

Ο οικονομικός αντίκτυπος της διοργάνωσης Τουρκου 2011 αναλύθηκε από το Turku School of Economics, το οποίο συμπέρανε ότι η απασχόληση στη νοτιοδυτική Φινλανδία αυξήθηκε κατά 3.300 εργαζόμενους το 2011 και η συνολική εισροή των εσόδων ήταν 260 εκατ. ευρώ, 60 εκατ. ευρώ υψηλότερα από τα αναμενόμενα κατά το 2009. Παράλληλα, η αύξηση του τουρισμού διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο, συμβάλλοντας στην αύξηση της παραγωγής κατά 200 εκατ. ευρώ από το σύνολο των 260 εκατ. ευρώ. Παρομοίως, η απασχόληση στον τουριστικό τομέα του Τούρκου αυξήθηκε κατά 2.500 εργαζόμενους από τη συνολική αύξηση των 3.300 εργαζομένων (Oikarinen, 2012). Μάλιστα, και ο συνεδριακός τουρισμός ωφελήθηκε, καθώς για το έτος 2011, το 16% του συνόλου των διεθνών συνεδρίων που πραγματοποιήθηκε στην Φινλανδία, πραγματοποιήθηκε στο Τούρκου – σε σχέση με το 9% για το 2010 (Μπουντούρη, 2017).

### 2.3.3 Το Τούρκου ως μία σύγχρονη δημιουργική πόλη

Η ουσία της καινοτομίας του μοντέλου του Τούρκου 2011, όσον αφορά το κοινό, συνίσταται στο γεγονός ότι έχοντας ως βάση τις θεωρίες του Φλόριντα για τη δημιουργική οικονομία, προχώρησε ένα βήμα παραπέρα από τη μονομέρεια μιας μόνο ομάδας (της δημιουργικής τάξης), προς την παραγωγή Πολιτισμού και αύξηση των βασικών δομών δημιουργικότητας που απευθύνονταν στους απλούς πολίτες, στο ευρύ κοινό (Rehn, 2013). Δημιουργήθηκε με αυτόν τον τρόπο ένα νέο πολιτιστικό κοινό που αναζητά πλέον πολιτιστικές παραγωγές εμπειρίας. Όσον αφορά τις δομές δημιουργικότητας, αναφέρθηκε προηγουμένως εκτενώς ο ρόλος που έπαιξε ο νέος

πολυχώρος Λόγκομο καθώς και η πολιτιστική μεταστροφή κεντρικών αστικών χώρων, όπως η περιοχή γύρω από τις όχθες του ποταμού Όουρα. Μια από τις θετικές επιπτώσεις που άφησε η διοργάνωση ήταν η αθρόα συμμετοχή 23.000 ατόμων στις πολιτιστικές παραγωγές. Σύμφωνα με το Turku 2011 Foundation (2012), οι περισσότερες παραγωγές διεύρυναν τις δράσεις τους σε νέα επιχειρησιακά μοντέλα και δραστηριότητες και ανέπτυξαν συνεργασίες με δίκτυα πολιτιστικά και μη. Αυτές οι συνεργασίες μπορούν δυνητικά να αποτελέσουν κομμάτια μιας μακροπρόθεσμης πολιτιστικής κληρονομιάς.

Η βιωσιμότητα της πολιτιστικής παρακαταθήκης που αφήνει ένα πολιτιστικό έτος απαιτεί καινοτομία στη μεταβίβαση ιδεών και στην οργάνωση των μεθόδων, έχοντας ως δεδομένο ότι ο υψηλός προϋπολογισμός εκείνου του έτους για τον πολιτιστικό τομέα παύει να υπάρχει (Ruoppila, 2015). Πάντως, η διοργάνωση δεν αποτέλεσε το εφαλτήριο για τη δημιουργία ή συγκέντρωση νέων επιχειρήσεων του δημιουργικού τομέα, αποδεικνύοντας μεν την ασυμβατότητα των επιχειρηματικών στόχων αλλά και τις δυσκολίες που ενέχει η δημιουργία πολιτισμού υψηλής ποιότητας (Oikarinen, 2013).

Όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο, με σκοπό την αποτίμηση της αστικής δημιουργικότητας, ο Λάντρι ανέπτυξε μια σειρά θεμελιωδών παραγόντων για μια δημιουργική πόλη, μέσω των οποίων αναδεικνύεται η πολιτιστική και δημιουργική ταυτότητα της κάθε περιοχής. Συγκεκριμένα για την πόλη του Τούρκου αξίζει να σημειωθεί ότι πολλές παραδοσιακές βιομηχανίες εξελίχθηκαν με αποτέλεσμα σήμερα να παρατηρείται ένας συνδυασμός υψηλού επιπέδου βιομηχανικής πόλης με νέες μοντέρνες βιομηχανίες (πχ. ναυπηγική, μεταλλουργία, ιατρική, βιοϊατρική, βιοτεχνολογία, ιατρική έρευνα), ενώ ζωτικής σημασίας είναι η συνεργασία των πανεπιστημίων με το Δήμο του Τούρκου και την αγορά εργασίας της πόλης (Μπουντούρη, 2017). Η ιδέα της πολιτιστικής ευημερίας εντάχθηκε στη γενικότερη αστική πολιτική (Ruoppila 2015), ενώ δημιουργήθηκε και νέο τμήμα Ελεύθερου Χρόνου του Δήμου.

Το Τούρκου διακατέχεται από ένα πνεύμα διεθνούς πολυπολιτισμικής πόλης, όπου η συμμετοχή των πολιτών είναι ιδιαίτερα ενεργή. Παράλληλα, γίνονται προσπάθειες από το Δήμο για την ένταξη μειονεκτικών κοινωνικών ομάδων, μέσω διάφορων δράσεων

και προγραμμάτων. Επιπροσθέτως, το Τούρκου είναι μια ιστορική μεσαιωνική πόλη, η παλαιότερη πρωτεύουσα της Φινλανδίας, στην οποία δημιουργήθηκε το πρώτο Πανεπιστήμιο της χώρας. Διαθέτει μια αρκετά ισχυρή πολιτιστική κληρονομιά στην οποία ήρθε να προστεθεί η παρακαταθήκη που άφησε η διοργάνωση της Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας. Σήμερα συστήνεται ως μια ενεργή πολιτιστική πόλη που συνδυάζει επιτυχημένα την υψηλή κουλτούρα με την υποκουλτούρα. (Μπουντούρη,2017).

Αξίζει να σημειωθεί ότι το Τούρκου αποτελεί μια παραποτάμια πόλη, που διαθέτει αστική αρχιτεκτονική, κεντρικό λιμάνι και αεροδρόμιο, διαθέτει κέντρο πληροφοριών στο κέντρο της πόλης και πλήρως ενημερωμένη ιστοσελίδα για τις τουριστικές υπηρεσίες, χαρακτηρίζεται από πληθώρα πολιτιστικών οργανισμών και εκδηλώσεων, ενώ η δημιουργία του πολιτιστικού πολυχώρου Λόγκομο αποτέλεσε το κτίριο σήμα κατατεθέν τόσο κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης της Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας όσο και στη μετέπειτα εποχή.

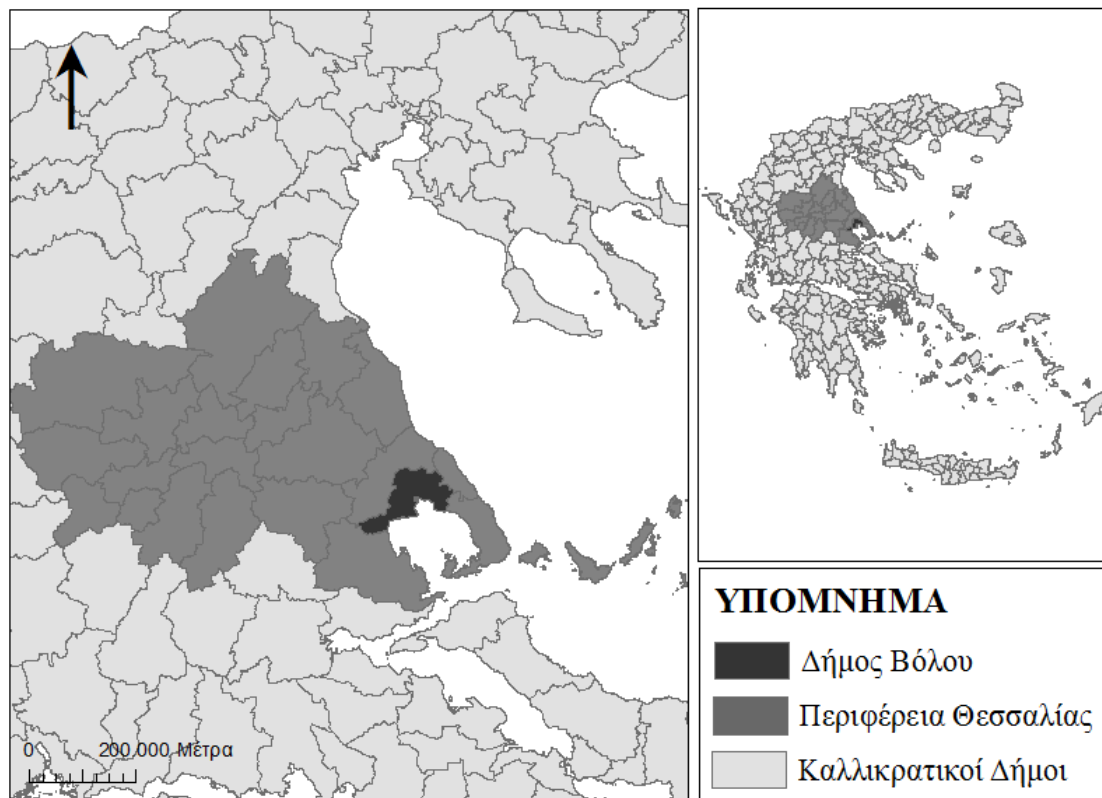
Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι οι πολιτιστικές εκδηλώσεις ενίσχυσαν τα υφιστάμενα κεντρικά σημεία της κοινωνικής ζωής της πόλης, δίνοντας έναν διαφορετικό τρόπο πρόσληψη αυτών από τους κατοίκους τα επόμενα χρόνια, ενώ νέες συνεργασίες προέκυψαν μεταξύ δημιουργικών - παραγωγικών ομάδων που συμμετείχαν στις εκδηλώσεις, οι οποίες διατηρήθηκαν και μεταγενέστερα (Μπουντούρη,2017). Για όλους τους παραπάνω λόγους η πόλη του Τούρκου πλέον διαθέτει όλα τα κατάλληλα στοιχεία τα οποία την καθορίζουν ως μία σύγχρονη μικρομεσαία δημιουργική πόλη, της οποίας το παράδειγμα μπορούν να ακολουθήσουν πολλές πόλεις παγκοσμίως.

### 3. Μελέτη Περίπτωσης – Η πόλη του Βόλου

#### 3.1 Γεωγραφική Θέση

Η πόλη του Βόλου βρίσκεται στην ΠΕ Μαγνησίας, εντοπίζεται στο ανατολικό τμήμα της κεντρικής χερσαίας Ελλάδας και πιο συγκεκριμένα στο μυχό του Παγασητικού Κόλπου. Εκτείνεται σε μία πεδινή περιοχή η οποία οριοθετείται βορειοανατολικά από τον ορεινό όγκο του Πηλίου, νότια και νοτιοανατολικά από τον Παγασητικό Κόλπο, νοτιοδυτικά από τους πρόποδες του όρους Όρθρυς, ενώ στα δυτικά του εμφανίζονται οι εκβολές του Θεσσαλικού κάμπου. Η σχέση της πόλης με το βουνό και τη θάλασσα έχει επιδράσει διαχρονικά δραστικά στην οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ζωή των κατοίκων και έχει διαμορφώσει καθοριστικά την εξέλιξη του επιπέδου ανάπτυξης του Βόλου (Χαστάογλου, 2007).

**Εικόνα 6:** Χάρτης γεωγραφικής θέσης Δήμου Βόλου



**Πηγή:** Ιδία Επεξεργασία

Η θέση της Περιφέρειας είναι κεντροβαρική σε εθνικό επίπεδο, καθώς βρίσκεται στο κέντρο της χώρας και διασχίζεται από τους άξονες ανάπτυξης Αθήνας - Θεσσαλονίκης καθώς επίσης και από μεγάλα οδικά τμήματα (ΠΑΘΕ, Ε75 κ.α.).



Αξίζει να σημειωθεί ότι βασική κατεύθυνση του Περιφερειακού Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης (ΠΠΧΣΑΑ) για την ανάπτυξη της Περιφέρειας Θεσσαλίας αποτέλεσε η ιδέα του διπόλου ανάμεσα στις πόλεις του Βόλου και της Λάρισας. Ωστόσο, η συγκεκριμένη ιδέα έχει δεχθεί κριτική κατά τα χρόνια, διότι δεν εφαρμόστηκε ποτέ ουσιαστικά, ενώ η αλληλοσυμπλήρωση που ήταν πάντα από τους μεγαλύτερους στόχους, γνώρισε μεγάλη αποτυχία. Το δίπολο έρχεται να αντικατασταθεί από ανταγωνισμό σε τομείς διοίκησης, συγκοινωνίας, υπηρεσιών, πολιτισμού και εκπαίδευσης.

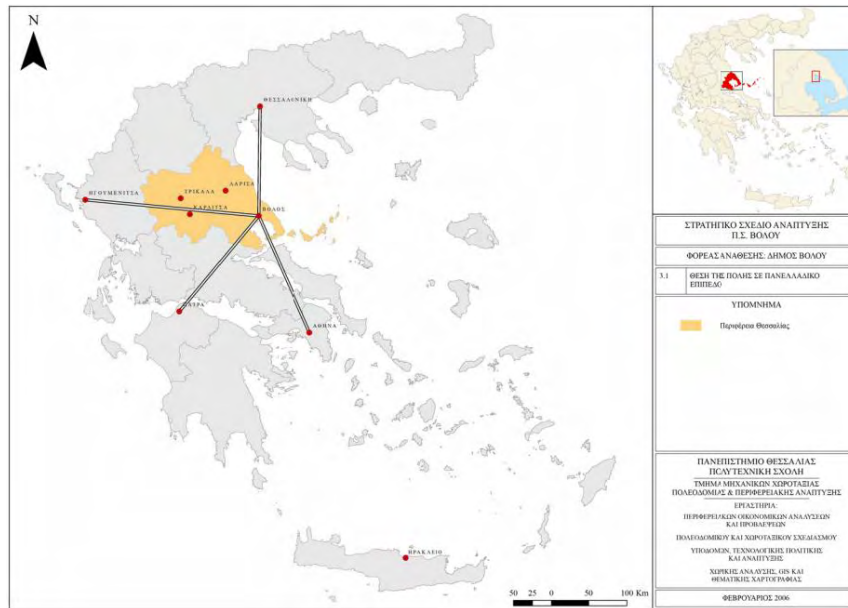
#### **Λειτουργίες της Λάρισας (ΠΠΧΣΑΑ 2003)**

- Μεγάλο αστικό κέντρο
- Διοικητικό κέντρο Περιφερειακό/Νομαρχιακό
- Κόμβος επικοινωνιών
- Κέντρο υπηρεσιών προς την αγροτική παραγωγή
- Κέντρο εμπορίου και μεταποίησης με εξειδίκευση στα γεωργικά προϊόντα και τρόφιμα
- Κέντρο παροχής υπηρεσιών υγείας (Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο)
- Πολιτιστικό Κέντρο

### **3.3 Χωροταξικά Χαρακτηριστικά της περιοχής μελέτης**

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η κεντροβαρική θέση της Περιφέρειας Θεσσαλίας αποτελεί κομβικό σημείο για την χώρα. Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένες πολιτικές και προοπτικές για την βελτίωση των χαρακτηριστικών της Περιφέρειας. Η ενίσχυση του ενδοπεριφερειακού οδικού δικτύου και η ενδυνάμωση του λιμανιού, το οποίο αποτελεί το κεντρικότερο λιμάνι της χώρας, αποτελούν καίριες αλλαγές για την Περιφέρεια και για τον Δήμο. Στον παρακάτω χάρτη παρουσιάζεται η θέση της Περιφέρειας Θεσσαλίας, καταδεικνύοντας τον κεντρικό ρόλο της στον εθνικό χώρο, καθώς και τις σημαντικές αναπτυξιακές προοπτικές που μπορεί να προσφέρει.



**Εικόνα 8:** Θέση και ρόλος της Περιφέρειας στον εθνικό χώρο

Πηγή: Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης Βόλου 2007 – 2013

### 3.4 Πληθυσμιακά Χαρακτηριστικά

Για την περαιτέρω ανάλυση των χαρακτηριστικών της πόλης του Βόλου είναι αναγκαία η ανάλυση και κατανόηση των πληθυσμιακών χαρακτηριστικών. Ο Δήμος Βόλου αποτελεί το δεύτερο μεγαλύτερο δήμο της περιφέρειας της Θεσσαλίας μετά τον Δήμο της Λαρίσης.

**Πίνακας 4:** Πληθυσμιακά Στοιχεία

	Μόνιμος Πληθυσμός		
	1991	2001	2011
Περιφερειακή Ενότητα Μαγνησίας	184.690	192.086	190.010
<b>Δήμος Βόλου</b>	<b>132.917</b>	<b>142.923</b>	<b>144.449</b>
Δήμος Αλμυρού	20.348	20.139	18.614
Δήμος Ζαγοράς - Μουρεσίου	6.625	6.449	5.809
Δήμος Νοτίου Πηλίου	11.860	10.745	10.216
Δήμος Ρήγα Φερραίου	12.940	11.830	10.922
<b>Δήμος Λάρισας</b>	<b>118.425</b>	<b>132.779</b>	<b>162.591</b>

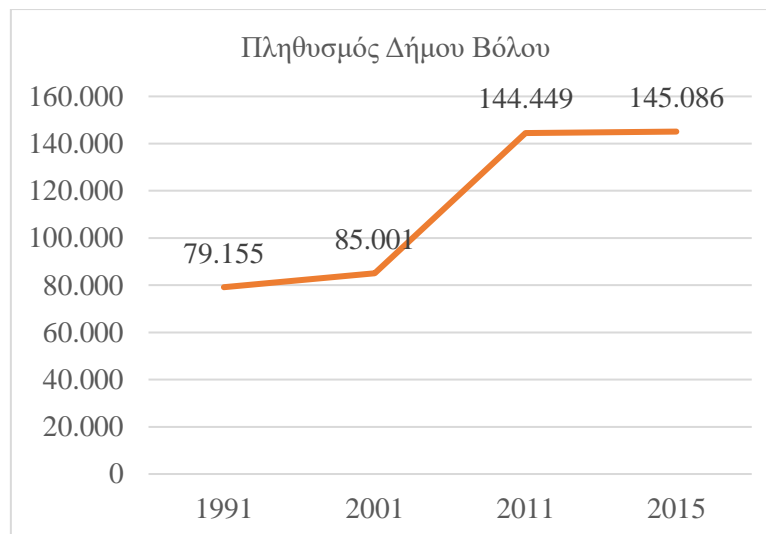
Πηγή: E - Demography, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, ΤΜΧΠΠΑ, Ιδία Επεξεργασία

Στο πίνακα 4 εμπεριέχονται οι συνολικοί πληθυσμοί της ΠΕ Μαγνησίας ανά Δήμο και αυτός του Δήμου Λάρισας για το 1991, το 2001 και το 2011, σύμφωνα με τις εκάστοτε



απογραφές. Αναφορικά με το Δήμο Βόλου παρατηρείται μια μικρή αύξηση του πληθυσμού (0,8%) από το 1991 έως το 2011. Αντίθετα όσον αφορά τον Δήμο Λάρισας, η αύξηση του πληθυσμού είναι σαφώς μεγαλύτερη (16% περίπου). Η παραπάνω διαφορά στην μεταβολή του πληθυσμού των δύο Δήμων οφείλεται σε μία σειρά από αιτίες, οι οποίες σχετίζονται με την κεντροβαρική θέση της Λάρισας, την έδρα της Διοίκησης της Περιφέρειας καθώς επίσης και την μεγάλη (για τα ελληνικά δεδομένα) πεδινή έκταση που βρίσκεται πλησίον του Δήμου. Επιπλέον, σημαντικό ρόλο παίζουν, η έντονη πανεπιστημιακή δραστηριότητα (Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο) και οι λειτουργίες που συγκεντρώνει (Μονάδες επεξεργασίας ιατρικών λυμάτων, Μονάδες κατασκευής ιατρικών μηχανημάτων). Εκτός των παραγωγικών δραστηριοτήτων, σημασία στην ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας κάθε Δήμου έχει η δημιουργία και διατήρηση της τεχνογνωσίας πάνω σε ορισμένους κλάδους. Οι κλάδοι αυτοί μπορεί να αφορούν όλους τους παραγωγικούς τομείς. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται σε γράφημα η μεταβολή του πληθυσμού από το 1991 μέχρι το 2015.

**Γράφημα 1:** Πληθυσμιακή εξέλιξη του Δήμου Βόλου

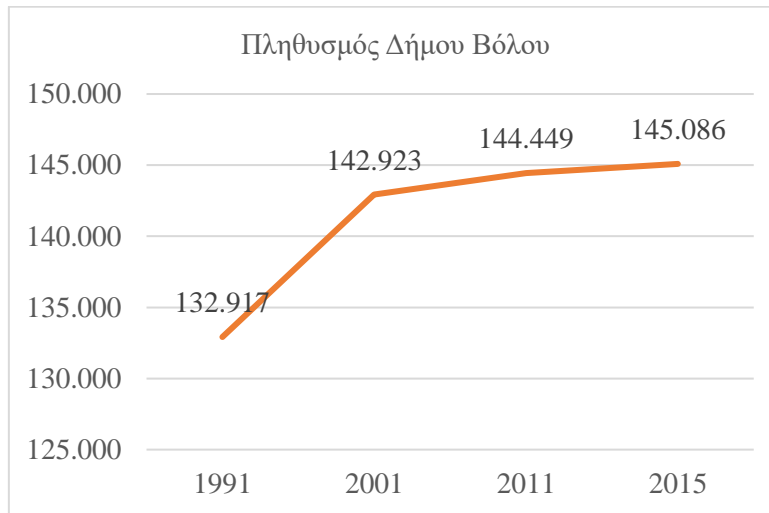


**Πηγή:** E - Demography, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, ΤΜΧΠΠΑ, Ιδία επεξεργασία

**Πίνακας 5:** Πληθυσμιακά στοιχεία του Δήμου Βόλου

	1991	2001	2011	2015
<b>Δήμος Βόλου</b>	132.917	142.923	144.449	145.086

**Πηγή:** E - Demography, Ιδία επεξεργασία

**Γράφημα 2:** Πληθυσμιακή εξέλιξη του Δήμου σύμφωνα με τον Καλλικράτη

**Πηγή:** Ε - Demography, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, ΤΜΧΠΠΑ, Ιδία επεξεργασία

Παραπάνω παρατίθενται δύο διαφορετικά γραφήματα. Στο γράφημα 1 παρουσιάζεται η πληθυσμιακή εξέλιξη του Δήμου Βόλου με βάση του γεγονότος ότι ο Δήμος το 1991 και το 2001 ήταν Καποδιστριακός, για αυτόν ακριβώς το λόγο παρατηρείται η μεγάλη αύξηση του πληθυσμού από το 2001 στο 2011. Στο γράφημα 2, ωστόσο υπολογίστηκαν τα πληθυσμιακά στοιχεία των Δημοτικών Ενοτήτων (ΔΕ) που προστέθηκαν κατά τον Καλλικράτη, για να μπορέσει να γίνει πιο αποτελεσματική η σύγκριση του πληθυσμού.

**Πίνακας 6:** Πληθυσμός Δήμου Βόλου κατά την απογραφή του 2011

Μόνιμος Πληθυσμός 2011(κατ.)	
<b>Δήμος Βόλου</b>	<b>144.449</b>
Δ.Ε. Βόλου	86.046
Δ.Ε. Αγριάς	5.632
Δ.Ε. Αισωνίας	3.249
Δ.Ε. Αρτέμιδας	4.145
Δ.Ε. Ιωλκού	2.138
Δ.Ε. Μακρινίτσης	694
Δ.Ε. Νέας Αγχιάλου	6.819
Δ.Ε. Νέας Ιωνίας	33.815
Δ.Ε. Πορταριάς	1.911

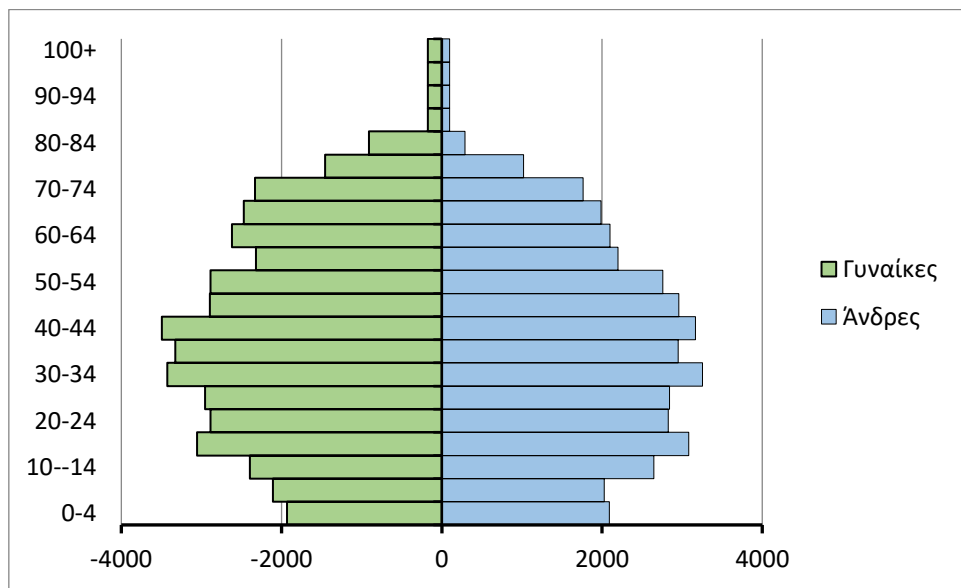
**Πηγή:** ΕΛΣΤΑΤ, Ιδία επεξεργασία

Αξίζει να σημειωθεί, πως προβάλλοντας την εξέλιξη του πληθυσμού του Δήμου Βόλου στο 2015, παρατηρείται μία αύξηση της τάξης του 0,8%. Ωστόσο, αυτή η μικρή αύξηση ισοδυναμεί με στασιμότητα διότι σε σύγκριση με τον όμορο Δήμο Λάρισας και άλλους

Δήμους παρόμοιου πληθυσμιακού μεγέθους, θεωρείται αμελητέα (αύξηση τριβής). Επίσης, παρουσιάζεται μια μικρή αύξηση στον πληθυσμό του Δήμου (1500 περίπου κατοίκους) κατά την δεκαετία 2001 - 2011, η οποία ωστόσο ισούται με στασιμότητα για τα ελληνικά δεδομένα.

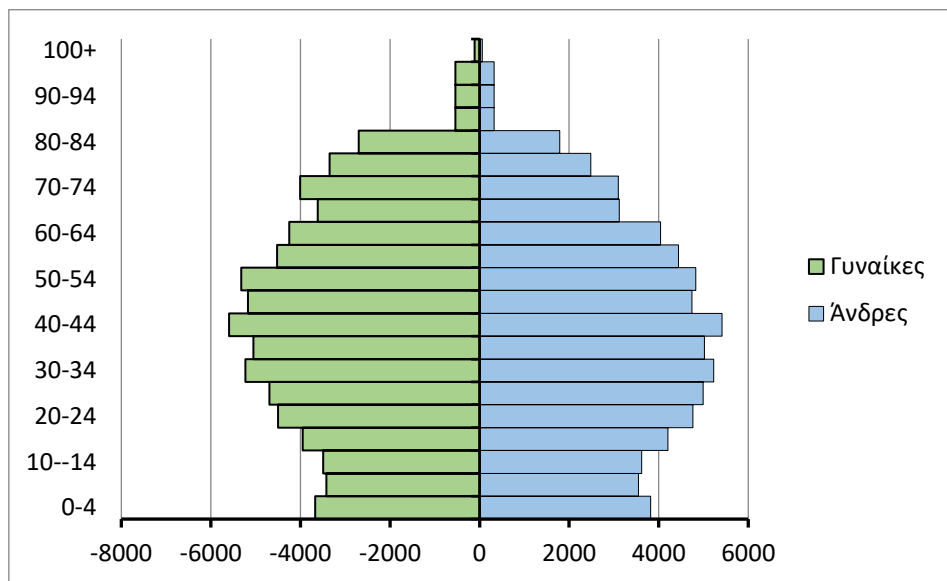
Τέλος, παρουσιάζονται οι πληθυσμιακές πυραμίδες του Δήμου Βόλου για τους άνδρες και τις γυναίκες, που αφορά τις απογραφές του 2001 και 2011. Το 2001 ο Δήμος Βόλου συγκέντρωνε πληθυσμό 85.001 κατοίκων. Η πληθυσμιακή πυραμίδα του 2001 απεικονίζει ώριμο πληθυσμό. Οι μεγαλύτερες μερίδες πληθυσμού εντοπίζονται στις ηλικίες 15 - 44, οι οποίες αποτελούν κυρίως εργατικό δυναμικό. Η πυραμίδα χαρακτηρίζεται από ομαλότητα, χωρίς έντονες αλλαγές και εσοχές. Το 2011 παρατηρείται έντονη αύξηση στον πληθυσμό του Δήμου ο οποίος συγκεντρώνει πληθυσμό 144.449 κατοίκων. Ωστόσο, η πυραμίδα απεικονίζει γεροντικό πληθυσμό, δίνοντας έμφαση στις ηλικίες 30 - 69.

**Γράφημα 3:** Πληθυσμιακή Πυραμίδα Δήμου Βόλου (2001)



**Πηγή:** E - Demography, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, ΤΜΧΠΠΑ, Ιδία Επεξεργασία

Γράφημα 4: Πληθυσμιακή Πυραμίδα Δήμου Βόλου (2011)



Πηγή: E - Demography, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, ΤΜΧΠΠΑ, Ιδία Επεξεργασία

### 3.5 Απασχόληση

Πίνακας 7: Απασχόληση ανά τομέα παραγωγής σε επίπεδο Δήμων (2011)

	Τομείς Παραγωγής (2011)			
	Πρωτογ.	Δευτερ.	Μεταπ.	Τριτογ.
ΠΕ Μαγνησίας	12%	20%	12%	68%
<b>Δήμος Βόλου</b>	<b>5%</b>	<b>21%</b>	<b>12%</b>	<b>74%</b>
Δήμος Αλμυρού	30%	20%	10%	50%
Δήμος Ζαγοράς – Μουρεσίου	51%	13%	4%	35%
Δήμος Νοτίου Πηλίου	38%	18%	5%	45%
Δήμος Ρήγα Φεραίου	34%	20%	12%	46%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Ιδία Επεξεργασία

Στον παραπάνω πίνακα απεικονίζεται η απασχόληση ανά τομέα παραγωγής για τους Δήμους Βόλου, Αλμυρού, Ζαγοράς - Μουρεσίου, Νότιου Πηλίου και Ρήγα Φεραίου. Φαίνεται ξεκάθαρα η μεγάλη εξάρτηση της Περιφερειακής Ενότητας Μαγνησίας από τον τριτογενή τομέα παραγωγής, γεγονός που φανερώνει την μεγάλη ενασχόληση με τον τουρισμό, τις διοικητικές υπηρεσίες και τις εμπορικές υπηρεσίες κυρίως του λιμανιού. Ωστόσο, παρατηρούνται πολύ μικρά ποσοστά στον κλάδο της μεταποίησης και στον πρωτογενή τομέα. Ειδικότερα, διαφαίνεται η χαμηλή δυναμικότητα της ΠΕ στην παραγωγή αγροτικών προϊόντων και τροφίμων και στην μεταποιητική δραστηριότητα. Τα παραπάνω έχουν αρνητικές επιπτώσεις στην εξαγωγική δύναμη του λιμανιού.

Εκτός από την απασχόληση, είναι αναγκαίο να εξετάσουμε και τα ποσοστά ανεργίας στην περιοχή, καθώς είναι ένα φαινόμενο το οποίο μαστίζει τη σύγχρονη κοινωνία. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ., κατά το γ' τρίμηνο του 2000 για τη Θεσσαλία ο δείκτης ανερχόταν στο 12,4% του πληθυσμού της και σε 11,6% για το αντίστοιχο τρίμηνο του 2001, ενώ η ανεργία για το σύνολο της χώρας ανερχόταν στο 11,1% και σε 10,2% αντίστοιχα. Για το γ' τρίμηνο του 2010, το ποσοστό ανεργίας για την Περιφέρεια Θεσσαλίας ανερχόταν στο 12,4%, πολύ υψηλότερο από το αντίστοιχο της χώρας το οποίο ήταν 9,8%. Σύμφωνα με τα τελευταία δεδομένα της ΕΛ.ΣΤΑΤ., για το γ' τρίμηνο του 2011, το ποσοστό ανεργίας κυμαίνεται στο 18,3% για την Θεσσαλία και στο 14,6% για το σύνολο της χώρας. Παρατηρούμε ότι από το 2001 και μετά, το ποσοστό της ανεργίας αυξάνει συνεχώς, με κορύφωση αυτή του 2011 τόσο για την Περιφέρεια όσο και για την πόλη του Βόλου. Αυτό οφείλεται πιθανότατα στη μεγάλη οικονομική ύφεση την οποία πλήττει τη χώρα τα τελευταία χρόνια. Τέλος, σύμφωνα με την τοπική εφημερίδα οι καταγεγραμμένοι άνεργοι, στην ΠΕ Μαγνησίας, τον Φεβρουάριο του 2016 ήταν 20.841 άτομα, ενώ στο Δήμο Βόλου οι εγγεγραμμένοι άνεργοι στα μητρώα του ΟΑΕΔ ήταν συνολικά 16.696, από τους οποίους οι 15.586 αναζητούν εργασία. Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, μόνο τον Μάρτιο του 2017, για την ευρύτερη περιφέρεια Θεσσαλίας το ποσοστό ανεργίας έφτασε το 23%, κατατάσσοντάς την τρίτη στον πανελλαδικό χάρτη (<http://www.thessaliatv.gr>).

### **3.7 Δημιουργικές και Πολιτιστικές υποδομές της ευρύτερης περιοχής του Βόλου**

#### **3.7.1 Ιστορικοί - Αρχαιολογικοί χώροι**

Η περιοχή του Βόλου αποτελεί μία από τις αρχαιότερα κατοικημένες περιοχές της Ελλάδος, την αρχαία Μαγνησία. Όσον αφορά στην μυθολογία, η περιοχή συνδέεται με την Αργώ και την Αργοναυτική Εκστρατεία, με τους Κενταύρους του Πηλίου και με το μήλο της Έριδος. Η ευρύτερη περιοχή της Μαγνησίας περιλαμβάνει οικισμούς οι οποίοι χρονολογούνται στην Αρχαία περίοδο, στην Προβυζαντική, στη Βυζαντινή και στη Μεταβυζαντινή. Για τον παραπάνω λόγο είναι πολύ λογικό η ευρύτερη περιοχή του Βόλου να περιλαμβάνει πληθώρα πολιτιστικών χώρων και υποδομών. Στους σημαντικότερους αρχαιολογικούς χώρους της ευρύτερης περιοχής του Βόλου συμπεριλαμβάνονται (Μπουντούρη, 2017):

- Η περιοχή της Δημητριάδας, με τον σημαντικό προϊστορικό οικισμό στα Πευκάκια, που χρονολογείται στο τέλος της νεολιθικής εποχής ως τα μυκηναϊκά χρόνια.
- Ο νεολιθικός οικισμός στην περιοχή του Σέσκλου, που χρονολογείται μεταξύ του 5300-4300 π.Χ.
- Ο νεολιθικός οικισμός στο Διμήνι, που ιδρύθηκε στα μέσα της 5ης χιλιετίας π.Χ..
- Οι Φθιώτιδες Θήβες, βόρεια του χωριού Μικροθήβες, ήκμασαν κατά την ελληνιστική περίοδο, με το αρχαίο θέατρο των Φθιωτίδων Θηβών, να ξεχωρίζει και να ανήκει στις δράσεις «υιοθέτησης» αρχαίων θεάτρων του Διαζώματος.

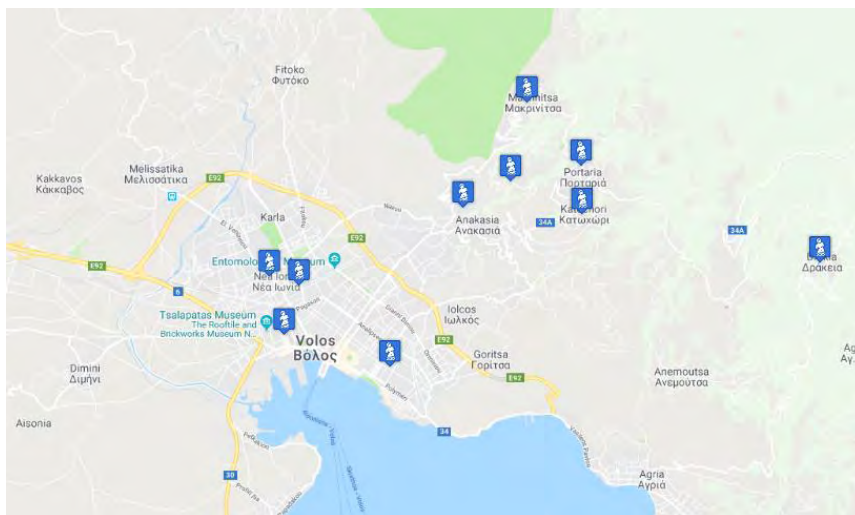
### 3.7.2 Μουσεία

Το Δίκτυο Μουσείων Δήμου Βόλου δημιουργήθηκε το 2012, λόγω των ευρύτερων ανακατανομών που επέφερε το πρόγραμμα Καλλικράτης, με σκοπό την ενιαία οργάνωση και λειτουργία των μουσειακών δομών και την εφαρμογή κοινού πλαισίου για τη διαχείριση και προβολή τους. Το δίκτυο αυτό, συνεργάζεται με την εκπαιδευτική κοινότητα όλων των βαθμίδων, τις τοπικές κοινότητες, τους φορείς και τους κατοίκους της περιοχής, συμμετέχει ενεργά σε αντίστοιχα ελληνικά και διεθνή δίκτυα μουσείων και υλοποιεί εκπαιδευτικές δράσεις και προγράμματα οργανωμένων περιηγήσεων. Επιπροσθέτως, διοργανώνει δραστηριότητες για την προβολή και τον εμπλουτισμό των συλλογών του, λειτουργεί μόνιμες εκθέσεις και παράλληλα πραγματοποιεί ή φιλοξενεί γεγονότα σχετικής αλλά και ευρύτερης θεματικής. Το Δίκτυο Μουσείων Δήμου Βόλου περιλαμβάνει τις εξής δομές (<http://www.diki.gr>):

- Μουσείο Πόλης
- Μουσείο – Πινακοθήκη Χρυσούλας Ζώγια
- Μουσείο Εθνικής Αντίστασης
- Μουσείο Μεταξουργείου Αφών Ετμεκτζόγλου
- Αρχοντικό Ζαφειρίου
- Κοινοτικό Κέντρο Παράδοσης και πολιτισμού Σταγιατών
- Ιστορικό και Λαογραφικό Μουσείο Πορταριάς
- Παραδοσιακό Ελαιοτριβείο «Χατζηγιάννη» - Εκθετήριο Αγροτικής Οικονομίας

- Χώρος Μνήμης «ΔΡΑΚΕΙΑ 18.12.1943»
- Μουσείο Λαϊκής Τέχνης και Ιστορίας του Πηλίου

**Εικόνα 9:** Χωροθέτηση Δικτύου Μουσείων Δήμου Βόλου



Πηγή: <http://doepar.gr>

Το πιο γνωστό, ωστόσο αρχαιολογικό μουσείο της πόλης, είναι το Αθανασάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο του Βόλου, το οποίο αποτελεί ένα από τα παλαιότερα μουσεία της χώρας (1909) και λειτουργεί σε ένα νεοκλασικό κτίριο, στην περιοχή του Αναύρου. Αποτελεί το κεντρικό αρχαιολογικό μουσείο της Θεσσαλίας, μαζί με τα δύο μικρότερα μουσεία, της Λάρισας και του Αλμυρού (ιδρύθηκε το 1930) (Μπουντούρη, 2017).

**Εικόνα 10:** Το Αθανασάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο



Πηγή: <https://www.archaiologia.gr>

Ένα από τα πιο σημαντικά μουσεία της πόλης του Βόλου αποτελεί το Μουσείο Πλινθοκεραμοποιίας Ν. & Σ. Τσαλαπάτα, το οποίο συμπεριλαμβάνεται στο δίκτυο των



τεχνολογικών μουσείων του Πολιτιστικού Ιδρύματος Ομίλου Πειραιώς (ΠΙΟΠ). Το παλιό Εργοστάσιο Πλινθοκεραμοποιίας χτίστηκε το 1925 από τους αδερφούς Τσαλαπάτα και λειτούργησε για πενήντα χρόνια. Το 1995 αγοράστηκε από το Δήμο Βόλου και μετά την ένταξή του στο ευρωπαϊκό πρόγραμμα URBAN, άρχισαν οι εργασίες αποκατάστασης και η μετατροπή του στη σημερινή μορφή μουσείου και Πολυχώρου. Πλέον, ο χώρος των εγκαταστάσεων του πρώην πλινθοκεραμοποιού Τσαλαπάτα, έχει μετατραπεί σε Πολυχώρο Πολιτιστικής Κληρονομιάς και Σύγχρονης Δημιουργίας και αποτελεί στολίδι για την ευρύτερη περιοχή του Βόλου (<http://volospalaia.gr/tsalapata>).

**Εικόνα 11:** Το Μουσείο Τσαλαπάτα



**Πηγή:** <http://volospalaia.gr>

Η οικία Κοντού – Μουσείο Θεοφίλου που ανήκει στο Υπουργείο Πολιτισμού, βρίσκεται στην Ανακασιά και αποτελεί το μόνο αρχοντικό του Πηλίου στο οποίο διασώζεται ολόκληρο το εικαστικό πρόγραμμα του γνωστού ζωγράφου Θεόφилου Χατζημιχαήλ.

Στο Κέντρο Τέχνης Τζιόρτζιο Ντε Κίρικο, που εγκαινιάστηκε το 1990, στεγάζεται το «Μουσείο Αλέκου Κ. Δάμτσα», δηλαδή η προσωπική συλλογή του δωρητή (Δραντάκη, 2002) καθώς και η Δημοτική Συλλογή με έργα που περιήλθαν στην κατοχή του Δήμου από αγορές ή δωρεές.

Το Λαογραφικό Κέντρο Κίτσου Μακρή, που αποτελεί την κατοικία του ομώνυμου λαογράφου, περιλαμβάνει τη συλλογή και το προσωπικό αρχείο λαϊκής τέχνης του Κίτσου Μακρή, καθώς και έργα του Θεόφилου Χατζημιχαήλ και ανήκει στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, μετά από δωρεά του ιδιοκτήτη (Χαγιαλά, 2003).

Εκτός από τους παραπάνω μουσειακούς χώρους, στην περιοχή του Βόλου καταγράφονται ορισμένα Ιδιωτικά Μουσεία και Συλλογές από ιδιώτες, τα οποία είναι τα εξής (<http://dimosvolos.gr>):

- Το Τυπογραφικό Μουσείο της εφημερίδας «ΘΕΣΣΑΛΙΑ»
- Το Εντομολογικό Μουσείο Βόλου του Αθανάσιου Κουτρούμπα
- Το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Βόλου
- Το Τυπογραφικό Μουσείο της εφημερίδας «ΘΕΣΣΑΛΙΑ»
- Το Μουσείο της ΕΨΑ
- Το Μουσείο Λαϊκής Ζωγραφικής Χριστόπουλου – Παραδοσιακός Ταρσανάς

### 3.7.3 Βιβλιοθήκες

Στην περιοχή του Δήμου Βόλου στεγάζονται οι εξής βιβλιοθήκες:

- Βιβλιοθήκη Δημοτικού Κέντρου Ιστορίας και Τεκμηρίωσης (ΔΗΚΙ): Η Βιβλιοθήκη στεγάζεται στο κτήριο Σπίρερ και αποτελεί την κεντρική βιβλιοθήκη του Δήμου Βόλου με συλλογή 40.000 περίπου τόμων βιβλίων (Μπουντούρη, 2017).
- Βιβλιοθήκη Νέας Ιωνίας: Η βιβλιοθήκη της Νέας Ιωνίας που στεγάζεται στο χώρο του Μεταξουργείου και περιλαμβάνει 5.000 περίπου τίτλους βιβλίων.
- Βιβλιοθήκη Κώστας Βάρναλης: Η βιβλιοθήκη «Κώστας Βάρναλης» στη Νέα Αγχίαλο με συλλογή 3.500 τόμων.
- Κεντρική Βιβλιοθήκη του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας: Η Κεντρική Βιβλιοθήκη του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας διαθέτει συγκεντρωμένο το υλικό από τις βιβλιοθήκες των Τμημάτων του Βόλου και λειτουργεί στο κέντρο της πόλης στο κτίριο της πρώην Τράπεζας Αθηνών.

Αξίζουν να σημειωθούν επιπλέον, η βιβλιοθήκη των Τριών Ιεραρχών, η οποία αποτελεί την παλαιότερη βιβλιοθήκη στην πόλη του Βόλου (1910), η Λαϊκή Βιβλιοθήκη, η οποία λειτουργεί από το 1981 ως κληροδότημα του Δ. Κυριαζή, η βιβλιοθήκη του Κέντρου Πληροφόρησης Νέων Βόλου "Δίαυλος" και η βιβλιοθήκη του Καλλιτεχνικού Οργανισμού, «Στέκι Παιδιού» (<http://www.diki.gr>).

### 3.7.4 Θέατρα και Κινηματογράφοι

Στην περιοχή του Δήμου Βόλου στεγάζονται θεατρικοί χώροι και κινηματογράφοι, οι οποίοι φιλοξενούν εκδηλώσεις κάθε χρόνο, αποτελώντας αναπόσπαστο κομμάτι της πολιτιστικής ζωής της πόλης και είναι οι εξής:

- Το Θερινό Δημοτικό Θέατρο Βόλου «Μελίνα Μερκούρη»
- Το Δημοτικό Θέατρο Νέας Ιωνίας
- Το Θερινό Δημοτικό Θέατρο Νέας Ιωνίας
- Το Θέατρο της Παλαιάς Ηλεκτρικής Εταιρείας
- Το Κινηματοθέατρο Αχίλλειον
- Ο θερινός κινηματογράφος «Εξωραϊστική»
- Το συγκρότημα πολυκινηματογράφων Village Cinemas

Το Θερινό Δημοτικό Θέατρο Βόλου αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές πολιτιστικές υποδομές της πόλης, καθώς προσελκύει πολλές καλλιτεχνικές παραστάσεις ετησίως. Επιπλέον, το Θέατρο της Παλαιάς Ηλεκτρικής Εταιρείας αποτελεί την κεντρική θεατρική σκηνή στην οποία παρουσιάζονται οι παραγωγές του Δημοτικού Περιφερειακού Θεάτρου, φιλοξενώντας θεατρικές παραστάσεις, εκδηλώσεις χορού και μουσικής, παρουσιάσεις βιβλίων κ.α. (<http://doepar.gr>). Όλες οι παραπάνω πολιτιστικές υποδομές, αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της καλλιτεχνικής ζωής της περιοχής και για αυτόν ακριβώς το λόγο η συντήρησή τους και η αξιοποίησή τους αποτελεί μείζονος σημασίας πρωτοβουλία.

### 3.7.5 Λοιπές Πολιτιστικές Εγκαταστάσεις

- Δημοτική σχολή χορού: Βασικές δραστηριότητες είναι τα μαθήματα και οι εκδηλώσεις χορού καθώς επίσης και μαθήματα επαγγελματικού προσανατολισμού.
- Εργαστήρια Εικαστικών και Εφαρμοσμένων τεχνών: Βασικές δραστηριότητες είναι τα μαθήματα δημιουργικής απασχόλησης, ελεύθερου χρόνου σε εικαστικές και εφαρμοσμένες τέχνες καθώς επίσης και εικαστικές εκθέσεις.
- Δημοτικό Ωδείο Βόλου: Το Δημοτικό Ωδείο Βόλου είναι αναγνωρισμένο από τον Υπουργείο Πολιτισμού. Διδάσκονται πρακτικά και θεωρητικά μαθήματα μουσικής και τραγουδιού. Επίσης, υπάρχουν εγκαταστάσεις για συναυλίες και μουσική βιβλιοθήκη.

- Κέντρο Τέχνης "Τζόρτζιο Ντε Κίρικο": Αποτελεί εκθεσιακό κέντρο. Επίσης, διαθέτει τριώροφο μουσείο με 350 έργα.
- Διάυλος: Αποτελεί το κέντρο επικοινωνίας, διαχείρισης, φιλοξενίας και πληροφόρησης εκδηλώσεων. Επιπλέον, περιέχει προγράμματα δημιουργικής απασχόλησης.
- Εργαστήρια Εικαστικών και Εφαρμοσμένων Τεχνών: Περιλαμβάνει μαθήματα δημιουργικής απασχόλησης και εικαστικών τεχνών.
- Πολιτιστικό Κέντρο Ν. Ιωνίας

### 3.8 Εκδηλώσεις και Φεστιβάλ

Οι ετήσιες εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ που λαμβάνουν χώρα στην πόλη του Βόλου δεν έχουν μεγάλη δυναμική, καθώς μερικοί κάτοικοι της περιοχής δεν γνωρίζουν καν την ύπαρξη τους. Η πλειονότητα αυτών των φεστιβάλ προέκυψαν μετά από πρωτοβουλίες κάποιων ομάδων που ασχολούνται με πολιτιστικές δραστηριότητες ή θέλουν να αναδείξουν τη δουλειά τους. Ωστόσο, *«Δημιουργείται σταδιακά μια δυναμική που βοηθάει στα πολιτιστικά δρώμενα μιας πόλης και στη δημιουργία εκδηλώσεων, που αυξάνει το επίπεδο καλλιέργειας των πολιτών και δημιουργεί και άλλες απαιτήσεις από την τοπική πολιτιστική βιομηχανία, οπότε την βοηθά να αναπτυχθεί»* (Μπουντούρη, 2017). Παρακάτω παρουσιάζονται οι πιο γνωστές εκδηλώσεις λαμβάνουν χώρα κάθε χρόνο.

Η Ευρωπαϊκή Γιορτή της Μουσικής, στο Βόλο διοργανώνεται τα τελευταία δέκα χρόνια και αποτελεί μία από τις πιο γνωστές εκδηλώσεις της πόλης. Με αυξανόμενη δυναμική και πρωτότυπες προτάσεις κάθε χρόνο έχει καταφέρει και έχει μπει ως βασικό πολιτιστικό δρώμενο στη ζωή της πόλης. Με δεκάδες γεγονότα που υψάζονται σε ενιαίο πλαίσιο και συνεργασίες με πολλές ομάδες, καλλιτέχνες και φορείς, καλύπτει όλα τα μουσικά είδη με συναυλίες, παράλληλες δράσεις, εκθέσεις και εργαστήρια και αποτελεί ουσιαστικά κάτι περισσότερο από ένα απλό φεστιβάλ. Μέσα σε μια δεκαετία, η διοργάνωση της πόλης του Βόλου έχει συμπεριλάβει εμφανίσεις από εκατοντάδες μουσικούς και οπτικούς/ παραστατικούς καλλιτέχνες από διάφορα μέρη του κόσμου (<http://www.europeanmusicday.gr>).

Το Argo Film Festival - Vollywoodff επί επτά έτη έχει αναδειχθεί ένας κινηματογραφικός θεσμός για την πόλη του Βόλου, εμπνευστής του οποίου είναι ο

Έλληνας παραγωγός Τέρι Ντούγκας της «1821 Pictures». Κάθε χρόνο στο φεστιβάλ συμμετέχουν ταινίες μικρού και μεγάλου μήκους από την Ελλάδα, διάφορες χώρες της Ευρώπης αλλά και από την Αμερική, ενώ στην πρεμιέρα φιλοξενούνται πολλοί γνωστοί Έλληνες αλλά και διεθνώς καταξιωμένοι καλλιτέχνες (<http://argofilmfestival.com>).

Μία από τις πιο γνωστές εκδηλώσεις της ευρύτερης περιοχής του Βόλου, η οποία είναι γνωστή διεθνώς, είναι το Μουσικό Χωριό. Το φεστιβάλ πραγματοποιούνταν από το 2006 μέχρι και πέρυσι κάθε Αύγουστο στον Άγιο Λαυρέντιο Πηλίου φιλοξενώντας όλα αυτά τα χρόνια περισσότερους από 500 καλλιτέχνες, εκπαιδευτικούς, ακαδημαϊκούς και δημιουργούς και πάνω από 50.000 επισκέπτες. Το μουσικό χωριό, κατά τον συνδιοργανωτή του, Μακρυγιαννάκη, περισσότερο από μια απλή διοργάνωση αποτελεί «μία διεθνής καλλιτεχνική κοινότητα, η οποία με άξονα τη μουσική και με βάση τη συμβίωση καλλιτεχνών έχει δημιουργήσει το δικό της δίκτυο και προσπαθεί να εισχωρήσει σε κοινωνικές δομές με άξονα την τέχνη» (Μπουντούρη, 2017).

Μία αρκετά αξιοθαύμαστη πρωτοβουλία η οποία δεν ενισχύεται από το Δήμο Βόλου, καθώς δεν υπάγεται σε αυτόν, αλλά αξίζει να σημειωθεί, αποτελεί το Los Almiros Festival. Το φεστιβάλ αυτό πραγματοποιείται τα τελευταία έξι χρόνια στην πόλη του Αλμυρού και αποτέλεσε πρωτοβουλία μία ομάδας νέων παιδιών της περιοχής. Τον πρώτο καιρό της λειτουργίας του συμμετείχαν τοπικά συγκροτήματα και δεν ήταν καθόλου γνωστό στο κοινό του Βόλου. Τα τελευταία δύο χρόνια, ωστόσο, το Φεστιβάλ έχει γίνει αρκετά γνωστό στο κοινό και πλέον συμμετέχουν συγκροτήματα εγχώριας αλλά και διεθνούς φήμης (<http://losalmirosfestival.com>).

### 3.9 ΔΟΕΠΑΠ – ΔΗΠΕΘΕ Βόλου

Ο Δημοτικός Οργανισμός Εκπαίδευσης Παιδιού, Αθλητισμού, Πολιτισμού – ΔΗΠΕΘΕ του Δήμου Βόλου αποτελεί τον μοναδικό φορέα ο οποίος είναι υπεύθυνος για τα πολιτιστικά δρώμενα της περιοχής. Στον οργανισμό αυτό συμπεριλαμβάνονται οι τομείς του αθλητισμού, της εκπαίδευσης, του πολιτισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Συγκεκριμένα στο πλαίσιο του πολιτιστικού τομέα, ο ΔΟΕΠΑΠ διαχειρίζεται τη διεύθυνση Αρχαίων, Μουσείων και Βιβλιοθηκών και κατ' επέκταση τη λειτουργία του Δημοτικού Κέντρου Ιστορίας και Τεκμηρίωσης (ΔΗ.Κ.Ι.), τις δομές του Δικτύου Μουσείων του Δήμου, τις βιβλιοθήκες, τις αρχειακές συλλογές, τις διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα οικονομικά αυτών (Μπουντούρη, 2017).

Στόχος της Διεύθυνσης Πολιτισμού του ΔΟΕΠΑΠ, αποτελεί η ανάδειξη και αξιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματος της περιοχής, ακολουθώντας μια πολιτική υποστήριξης όλων των τεχνών τόσο στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού – καλλιτεχνικού προγράμματος, όσο και στο πλαίσιο των ποικίλων καλλιτεχνικών εκδηλώσεων που διοργάνωσε. Ακόμη, δίνεται η δυνατότητα σε πολίτες και επισκέπτες της περιοχής να συμμετάσχουν σε δράσεις και να παρακολουθήσουν ποιοτικές εκδηλώσεις σε διάφορους χώρους της πόλης. Βασικοί στόχοι της δραστηριότητας αυτής είναι η ευαισθητοποίηση του κοινού σε όλες τις εκφάνσεις του πολιτισμού, η καλλιτεχνική παιδεία των νέων, η καλλιτεχνική και δημιουργική απασχόληση των ενηλίκων, όπως επίσης η ενίσχυση, στήριξη και προβολή της καλλιτεχνικής δημιουργίας. Ενδεικτικό της έμφασης στους παραπάνω στόχους είναι το γεγονός πως στις δομές που φιλοξενούνται οι δραστηριότητες της Διεύθυνσης Πολιτισμού τόσο στην περιοχή του Βόλου όσο και της Νέας Ιωνίας παρουσιάστηκαν συνολικά 558 εκδηλώσεις που παρακολούθησαν περισσότεροι από 155.000 θεατές (<http://doepar.gr>).

### **3.10 Άυλη πολιτιστική κληρονομιά**

Η έννοια της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς, περιλαμβάνει τις ζωντανές εκφράσεις και παραδόσεις αμέτρητων ομάδων και κοινοτήτων, τις οποίες έχουν κληρονομήσει από τους προγόνους τους και τις μεταδίδουν στους απογόνους τους, στις περισσότερες περιπτώσεις από στόμα σε στόμα. Η ζωντανή κληρονομιά, διασφαλίζει στον φορέα των εκδηλώσεων της την αίσθηση της ταυτότητας και τη συνέχεια, στο μέτρο που αυτός ή αυτή την κατέχει και την αναδημιουργεί αενάως (Μπουντούρη, 2017).

#### **3.10.1 Γαστρονομική παράδοση**

Ο Βόλος δεν αποτελεί μία από τις πόλεις η οποία μπορεί να θεωρηθεί ότι παράγει ένα μεγάλο πλήθος σημαντικών γαστρονομικών προϊόντων, ωστόσο διαθέτει σημαντικά στοιχεία γαστρονομίας τα οποία κατέχουν σημαντική θέση στην τουριστική δυναμική της πόλης. Αρχικά, τα τσιπουράδικα αποτελούν ένα σημαντικό στοιχείο της παράδοσης της περιοχής. Η αρχή τους χρονολογείται από την άφιξη των προσφύγων από τη Μικρά Ασία οι οποίοι εγκαταστάθηκαν στη Νέα Ιωνία , ενώ σήμερα, το τσίπουρο έχει καθιερωθεί ως το παραδοσιακό ποτό της περιοχής, που συνοδεύεται με τοπικά προϊόντα. Επιπλέον, η πηλιορείτικη κουζίνα αποτελεί σημαντικό στοιχείο της



παράδοσης με τα προϊόντα που την απαρτίζουν να αποτελούν σήμα κατατεθέν της ευρύτερης περιοχής.

### 3.11 Βόλος 2021 – Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα για το 2021

Στις 18 Οκτωβρίου 2015 ο Βόλος κατέθεσε φάκελο ώστε να ανακηρυχθεί Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα για το 2021. Στο φάκελο κατετέθηκαν ορισμένα από τα χαρακτηριστικά που διαθέτει η περιοχή αλλά και ένα σχέδιο δράσης. Σύμφωνα με αυτά τα στοιχεία ο Βόλος διαθέτει ορισμένα πολιτιστικά χαρακτηριστικά τα οποία σχετίζονται κυρίως με την μουσική. Επίσης, είναι μέλος του Δικτύου Πόλεων με τον Θεσμό του Μουσικού Θεάτρου, καθώς αποτελεί τόπο γέννησης του Τζόρτζιο Ντε Κίρικο, έχοντας πραγματοποιήσει πληθώρα φεστιβάλ και εκθέσεων κατά την τελευταία δεκαετία. Επιπλέον, ο Βόλος χαρακτηρίζεται ως πόλη της μουσικής, καθώς στην περιοχή του λαμβάνουν δράση πολλές μουσικοθεατρικές παραστάσεις και συναυλίες, με συμμετέχοντες τις ορχήστρες και τα μουσικά σχήματα της πόλης. Τα δυνατά στοιχεία της πόλης ως υποψήφια ΠΠΕ 2021 είναι:

- Χαρακτηρισμός της πόλης του Βόλου ως Πόλη της Μουσικής, δίνοντας έμφαση στα μουσικά δρώμενα.
- Αξιόλογη αρχιτεκτονική κληρονομιά Πηλίου και γαστρονομία

Η πόλη, ωστόσο δεν κατάφερε να αποσπάσει τον τίτλο της Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα, καθώς τον τίτλο αυτό τον κέρδισε η Ελευσίνα.

**Εικόνα 12:** Λογότυπο Δήμου Βόλου από την συμμετοχή στον διαγωνισμό για Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2021



Πηγή: <https://polsyltr.files.wordpress.com>



## **4. Έρευνα πεδίου για την πόλη του Βόλου**

### **4.1 Μεθοδολογία Ερωτηματολογίου**

Στα πλαίσια της παρούσας διπλωματικής, προκειμένου να μελετηθούν οι προοπτικές και προϋποθέσεις μετεξέλιξης της πόλης του Βόλου σε δημιουργική πόλη, διενεργήθηκε έρευνα μέσω ερωτηματολογίων. Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν σε υπαλλήλους των τοπικών φορέων του Δήμου Βόλου που ασχολούνται με τα πολιτιστικά δρώμενα της πόλης, όπως το ΔΟΕΠΑΠ – ΔΗΠΕΘΕ, σε εργαζόμενους σε τοπικούς αναπτυξιακούς φορείς, όπως η Αναπτυξιακή Εταιρία Βόλου, σε φοιτητές των μεταπτυχιακών προγραμμάτων του ΤΜΧΠΠΑ, μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, σε κατοίκους της πόλης του Βόλου, αλλά και μέσω κατ' ιδίαν επίσκεψης σε καταστηματάρχες της πόλης. Συνολικά συμπληρώθηκαν 138 ερωτηματολόγια στα οποία οι ερωτηθέντες έδειξαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον στο αντικείμενο της δημιουργικής πόλης και της προοπτικής της πόλης του Βόλου να μετεξελιχθεί σε μία τέτοια πόλη. Τα αποτελέσματα της μελέτης θα εξετασθούν στο κεφάλαιο 4.3.

### **4.2 Δομή Ερωτηματολογίου**

Τα ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει 16 ερωτήσεις κλειστού και ανοιχτού τύπου, οι οποίες είχαν σκοπό την κάλυψη των όσο το δυνατόν περισσότερων πτυχών του θέματος της εργασίας. Οι πρώτες τρεις ερωτήσεις αφορούν το προφίλ του εκάστοτε ερωτώμενου περιλαμβάνοντας ερωτήσεις ηλικίας, επιπέδου εκπαίδευσης και επαγγέλματος. Στις ερωτήσεις 4 έως 8 εξετάζεται η γνώση του ερωτώμενου στα θέματα των δημιουργικών πόλεων και διερευνάται με αυτόν τον τρόπο, η γνώση της έννοιας της δημιουργικής πόλης, των οφελών της δημιουργικής πόλης κ.λπ. Οι υπόλοιπες ερωτήσεις, από 9 έως 16, αφορούν την πόλη του Βόλου και κατά πόσο ο ίδιος ο δήμος υποστηρίζει δράσεις που σχετίζονται με την έννοια της δημιουργικής πόλης, ενώ ζητείται η άποψη και η προτίμηση των ερωτηθέντων σε δράσεις οι οποίες σκοπεύουν στην ενίσχυση της δημιουργικότητας στην πόλη που κατοικούν.

### 4.3 Παρουσίαση Αποτελεσμάτων

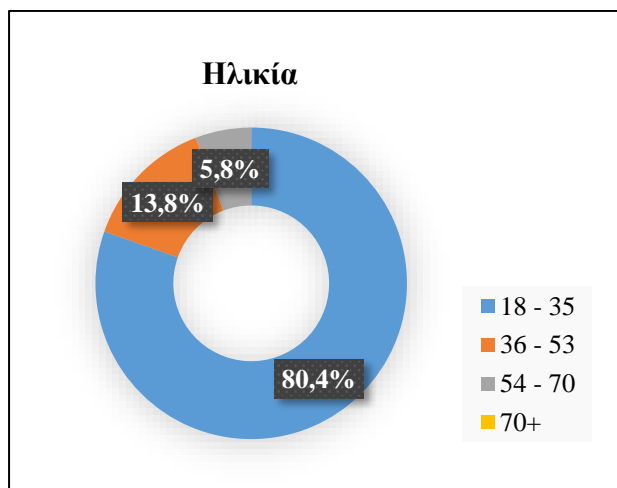
Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο οι τρεις πρώτες ερωτήσεις αφορούν στο δείγμα των ερωτώμενων και τα προσωπικά τους στοιχεία. Αναλυτικά, οι πληροφορίες για το σύνολο των ατόμων απάντησαν στα ερωτηματολόγια παρουσιάζονται στους παρακάτω πίνακες και γραφήματα.

**Πίνακας 8:** Ηλικία Ερωτηθέντων

Ηλικία	Σύνολο	Ποσοστό
18 – 35	111	80,4%
36 – 53	19	13,8%
54 – 70	8	5,8%
70+	0	0%

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

**Γράφημα 5:** Ηλικία Ερωτηθέντων



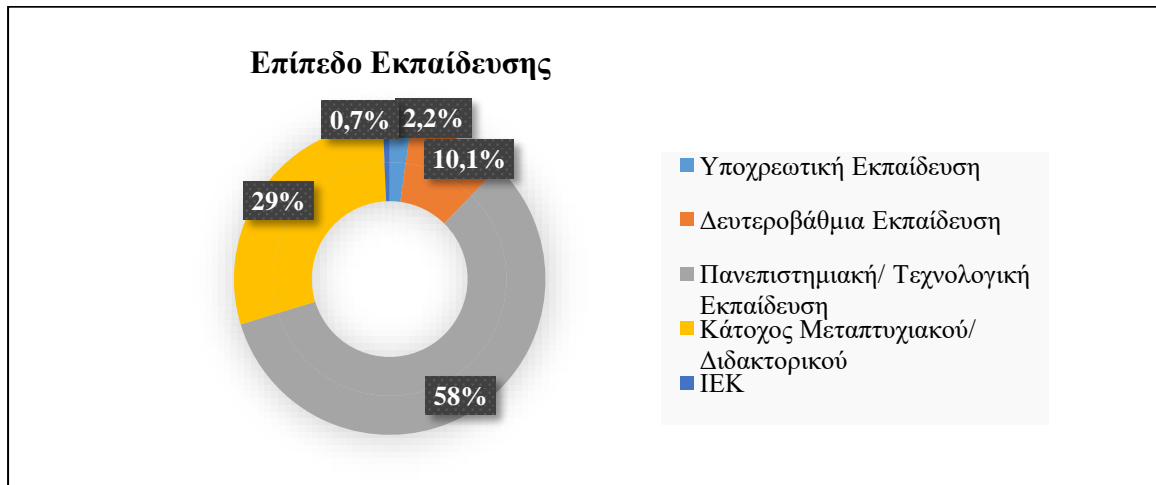
Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

**Πίνακας 9:** Επίπεδο Εκπαίδευσης Ερωτηθέντων

Επίπεδο Εκπαίδευσης	Σύνολο	Ποσοστό
Υποχρεωτική Εκπαίδευση	3	2,2%
Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση	14	10,1%
Πανεπιστημιακή/ Τεχνολογική Εκπαίδευση	80	58%
Κάτοχος Μεταπτυχιακού/ Διδακτορικού	40	29%
ΙΕΚ	1	0,7%

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

**Γράφημα 6:** Επίπεδο Εκπαίδευσης Ερωτηθέντων



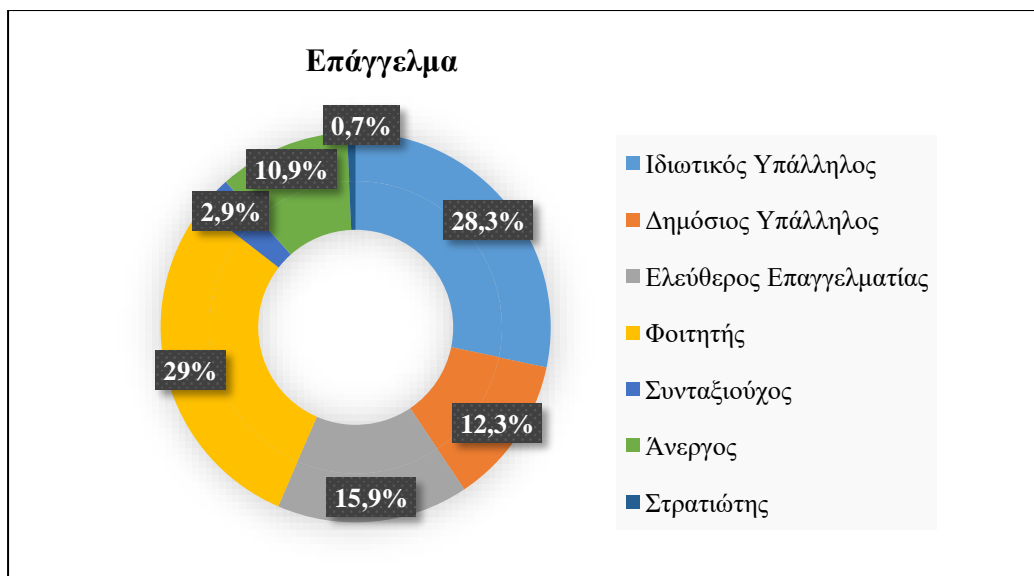
Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

**Πίνακας 10:** Επάγγελμα Ερωτηθέντων

Επάγγελμα	Σύνολο	Ποσοστό
Ιδιωτικός Υπάλληλος	39	28,3%
Δημόσιος Υπάλληλος	17	12,3%
Ελεύθερος Επαγγελματίας	22	15,9%
Φοιτητής	40	29%
Συνταξιούχος	4	2,9%
Άνεργος	15	10,9%
Στρατιώτης	1	0,7%

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

**Γράφημα 7:** Επάγγελμα Ερωτηθέντων



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Σύμφωνα με τους παραπάνω πίνακες και γραφήματα, το δείγμα των ερωτηθέντων περιλαμβάνει το δυναμικό κομμάτι του πληθυσμού, καθώς οι ηλικίες 18 – 35 ετών αποτελούν το 80,4% των ερωτηθέντων. Επιπροσθέτως, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων, σύμφωνα με το Γράφημα 6 είναι απόφοιτοι της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και αποτελούν το 58% του συνόλου, ενώ το 29% είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού. Λαμβάνοντας υπόψη τις συνθήκες της σύγχρονης αγοράς εργασίας και των κοινωνικών δεδομένων που ισχύουν στη χώρα τις τελευταίες δεκαετίες, δηλαδή την αύξηση του αριθμού των ατόμων που επιθυμούν την είσοδο στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, παρατηρείται ότι η γραφική απεικόνιση της δεύτερης ερώτησης είναι αρκετά αντιπροσωπευτική των σύγχρονων οικονομικών και κοινωνικών συνθηκών. Επιπλέον, η γραφική απεικόνιση της τρίτης ερώτησης είναι αναμενόμενη καθώς δικαιολογείται από τον τρόπο διανομής των ερωτηματολογίων όπως αναφέρθηκε στο κεφάλαιο 4.1. Πιο συγκεκριμένα οι φοιτητές στους οποίους στάλθηκαν τα ερωτηματολόγια μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου αποτελούν το 29% του συνολικού ποσοστού των ερωτηθέντων, ενώ οι δημόσιοι υπάλληλοι που εργάζονται στους διάφορους φορείς του Δήμου που ασχολούνται με τα πολιτιστικά αφορούν το 15,9% των ερωτηθέντων.

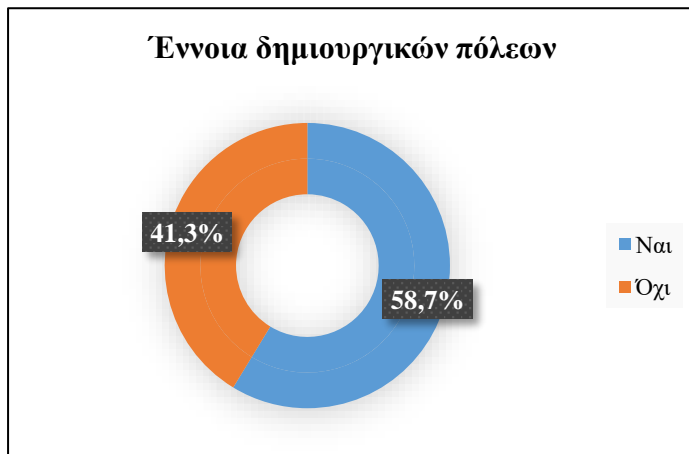
#### Ερώτηση 4: Γνωρίζετε την έννοια της δημιουργικής πόλης;

**Πίνακας 11:** Επίγνωση της έννοιας της δημιουργικής πόλης

	Σύνολο	Ποσοστό
<b>Ναι</b>	81	58,7%
<b>Όχι</b>	57	41,3%

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

**Γράφημα 8:** Επίγνωση της έννοιας της δημιουργικής πόλης



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Στην ερώτηση 4, η οποία αναφέρεται στην έννοια της δημιουργικής πόλης, παρατηρείται μία ισοκατανομή των απαντήσεων, με την απάντηση ωστόσο που αφορά την αναγνώριση της παραπάνω έννοιας να καλύπτει το 58,7% του συνολικού ποσοστού. Αυτή η τιμή είναι φυσιολογική, αν λάβουμε υπόψη το διαφορετικό επιστημονικό υπόβαθρο των ερωτηθέντων, ενώ το γεγονός ότι επικρατεί το ποσοστό που γνωρίζει την έννοια είναι φυσιολογικό, καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό των αποφοίτων της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και των κατόχων μεταπτυχιακού/διδακτορικού που ρωτήθηκαν για την έννοια αυτή ήταν ή είναι σπουδαστές του ΤΜΧΠΠΑ.

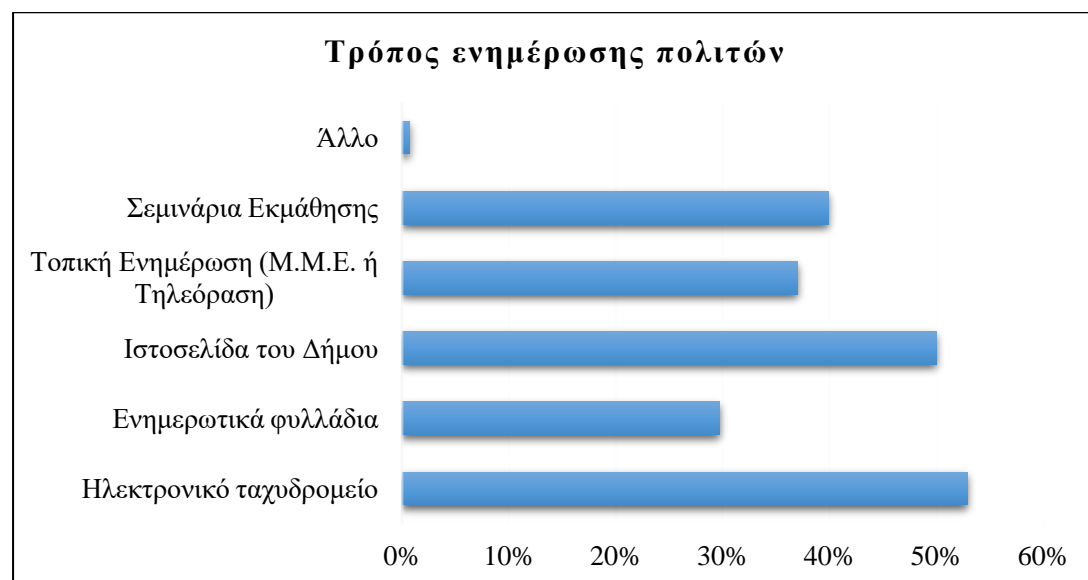
Ερώτηση 5: Με ποιον τρόπο θα θέλατε να ενημερωθείτε για τα οφέλη μίας δημιουργικής πόλης;

**Πίνακας 12:** Τρόπος ενημέρωσης πολιτών

	Σύνολο	Ποσοστό
Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο	73	52,9%
Ενημερωτικά φυλλάδια	41	29,7%
Ιστοσελίδα του Δήμου	69	50%
Τοπική Ενημέρωση (Μ.Μ.Ε. ή Τηλεόραση)	51	37%
Σεμινάρια Εκμάθησης	55	39,9%
Άλλο	1	0,7%

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

**Γράφημα 9:** Τρόπος ενημέρωσης πολιτών



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Η ερώτηση 5 αφορά τον τρόπο ενημέρωσης των πολιτών για τα πλεονεκτήματα των δημιουργικών πόλεων. Όπως παρατηρείται από το σχετικό γράφημα τα μεγαλύτερα

ποσοστά καταλαμβάνουν η ιστοσελίδα το Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (52,9 %) και η ιστοσελίδα του Δήμου (50%). Με αυτόν τον τρόπο παρατηρείται το μέγεθος κατά το οποίο το διαδίκτυο έχει επηρεάσει την καθημερινή ζωή των πολιτών. Με την πάροδο των χρόνων και την ταχεία ανάπτυξη της τεχνολογίας, το διαδίκτυο έχει εισέλθει ποικιλοτρόπως στην ζωή των πολιτών. Η εξέλιξη του διαδικτύου, δημιουργεί μία νέα κοινωνία πολιτών με υψηλές προσδοκίες και απαιτήσεις. Πλέον, οι ιστοσελίδες ενημέρωσης των πολιτών έχουν κατακλύσει το διαδίκτυο και αποτελούν το πλέον επιθυμητό εργαλείο για την ενημέρωσή τους. Επίσης, μεγάλο ποσοστό συγκεντρώνει η επιλογή της ιστοσελίδας του δήμου. Οι ιστοσελίδες του εκάστοτε Δήμου, θα πρέπει να αποτελούν πηγή ενημέρωσης των πολιτών για τα θέματα που αφορούν το Δήμο όπως και για θέματα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης, η οποία αποτελεί θεμέλιο λίθο για έξυπνες και δημιουργικές πόλεις, καθώς είναι θέματα που παρουσιάζουν εξελικτική πορεία στη νέα εποχή της πληροφορικής τεχνολογίας και του διαδικτύου.

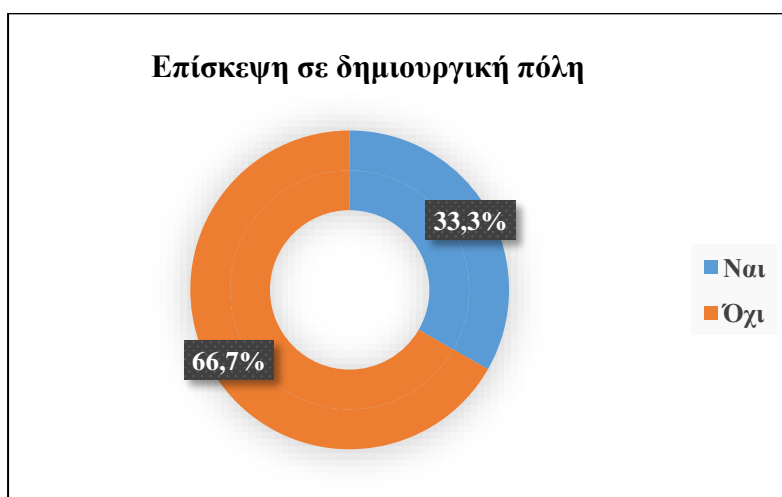
Ερώτηση 6: Έχετε επισκεφθεί κάποια πόλη που να θεωρείται δημιουργική, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό; Αν ναι, ποιες;

**Πίνακας 13:** Επίσκεψη σε δημιουργική πόλη

	Σύνολο	Ποσοστό
<b>Ναι</b>	46	33,3%
<b>Όχι</b>	92	66,7%

**Πηγή:** Ιδία επεξεργασία

**Γράφημα 10:** Επίσκεψη σε δημιουργική πόλη



**Πηγή:** Ιδία επεξεργασία

Στο γράφημα 10, παρουσιάζεται το σύνολο των ερωτηθέντων που έχουν επισκεφθεί έστω και μία φορά κάποια δημιουργική πόλη, στην Ελλάδα ή στην Ευρώπη, και

παρατηρείται ότι το 33,3% έχει επισκεφθεί κάποια δημιουργική πόλη. Ωστόσο, σε αυτή την ερώτηση υπεισέρχεται ο υποκειμενικός παράγοντας, καθώς απαντήθηκε με βάση την κρίση του εκάστοτε ατόμου που απαντά το ερωτηματολόγιο, με αυτόν τον τρόπο τα κριτήρια ορισμού της δημιουργικής πόλης από τον εκάστοτε ερωτώμενο δεν είναι αυστηρά ορισμένα. Έτσι στον πίνακα 14 παρουσιάζονται οι πόλεις επίσκεψης, καθώς και η αιτιολογία κρίσεως της κάθε πόλης ως δημιουργική.

**Πίνακας 14:** Πόλεις επίσκεψης

Πόλεις	Αιτιολογία
Αθήνα (5)	Προσπάθεια οργάνωσης δράσεων για την αναζωογόνηση του εμπορικού τριγώνου, δράση "untag", "innovateathens" κλπ - πολλαπλές δραστηριότητες - Αγκαλιάζει τη δημιουργική τάξη και ουσιαστικά συν-δημιουργεί μαζί τους - Δίνονται ευκαιρίες και είναι ανοιχτή σε νέες προτάσεις προσπαθώντας να παρακάμψει τη γραφειοκρατία.
Θεσσαλονίκη (5)	Διοργάνωση φεστιβάλ - Συμμετοχικές δράσεις όπως η γειτονιά της Σβώλου.
Καλαμάτα	
Τρίκαλα (4)	Μέσω διαφόρων πολιτικών δρώμενων, που απευθύνονται σε όλες τις ηλικίες, ενημέρωση για την πρόοδο και ανάπτυξη της πόλης (καθαρή πόλη, κέντρα αναψυχής). Δημιουργία δωρεάν διαδικτύου με γρήγορες ταχύτητες, κυκλοφορία ρομποτικών λεωφορείων, δημιουργία μουσείων με τοπικές θεματικές. Συναυλίες, θεατρικά έργα μεγάλων δημιουργών κ.α.- Συνεχής προσπάθεια ενσωμάτωσης καινοτόμων στοιχείων στην καθημερινότητα της πόλης
Βαρσοβία	
Βαρκελώνη (5)	Πολιτισμός – Τέχνες – Γαστρονομία - Τουρισμός
Βερολίνο (2)	
Βιέννη (2)	Υψηλό βιοτικό επίπεδο
Βουδαπέστη (2)	
Βρυξέλλες	
Γιορκ	Συνεχής ενασχόληση των ανθρώπων με τα φεστιβάλ και τις γιορτές, ειδικότερα στα ,media arts με ενίσχυση του τοπικού στοιχείου και παράγοντα
Γρανάδα	
Εδιμβούργο (2)	
Σεβίλλη (2)	
Παρίσι	Έντονη η παρουσία πολιτιστικών δρώμενων στην πόλη. Η αρχιτεκτονική σε συνδυασμό με την παρουσία καλλιτεχνών στον αστικό ιστό δημιουργούν ένα ενεργό πεδίο δημιουργικότητας

**Πηγή:** Ίδια Επεξεργασία



Τα αποτελέσματα που διαφαίνονται στον πίνακα 14, αποτυπώνουν τα κριτήρια του εκάστοτε ατόμου για την έννοια της δημιουργική πόλης. Μέσα σε παρένθεση αναφέρονται οι φορές που επιλέχθηκε η κάθε πόλη από τους ερωτηθέντες. Έτσι, παρατηρείται ότι η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη και η Βαρκελώνη αναφέρθηκαν από πέντε φορές η καθεμία. Ωστόσο, ενώ η Βαρκελώνη μπορεί να θεωρηθεί μία από τις πιο γνωστές δημιουργικές και ευφυείς πόλεις παγκοσμίως, καθώς διαθέτει όλες εκείνες τις προδιαγραφές που την κάνουν να ξεχωρίζει στο διεθνές προσκήνιο (<https://www.linkedin.com>), οι ελληνικές πόλεις δεν μπορούν να κατέχουν τον ίδιο τίτλο. Η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη αλλά και τα Τρίκαλα και η Καλαμάτα, που αναφέρθηκαν από άλλους ερωτηθέντες, δεν μπορούν να θεωρηθούν δημιουργικές πόλεις, καθώς ενώ έχουν αναπτύξει κάποιους ευφυούς μηχανισμούς και έχουν εντάξει ορισμένες δημιουργικές πρωτοβουλίες στο δυναμικό τους (Γοσποδίνη, 2017), δεν έχουν ως βασικό εργαλείο σχεδιασμού την δημιουργικότητα και δεν παρουσιάζουν ένα ολοκληρωμένο σχέδιο ανάπτυξης δημιουργικών βιομηχανιών.

Ερώτηση 7: Θα σας φαινόταν σωστή αναπτυξιακή στρατηγική μία πόλη σαν το Βόλο να επενδύσει στη γνώση, στην καινοτομία και στον πολιτισμό;

**Πίνακας 15:** Ορθότητα επένδυσης στη γνώση, στην καινοτομία και στον πολιτισμό

	Σύνολο	Ποσοστό
<b>Ναι</b>	138	100%
<b>Όχι</b>	0	0

**Πηγή:** Ιδία επεξεργασία

**Γράφημα 11:** Ορθότητα επένδυσης στη γνώση, στην καινοτομία και στον πολιτισμό



**Πηγή:** Ιδία επεξεργασία

Οι απαντήσεις της ερώτησης 7 παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς το σύνολο των ερωτηθέντων απάντησε ότι θεωρεί σωστή αναπτυξιακή στρατηγική μία πόλη σαν το Βόλο να επενδύσει στη γνώση, στην καινοτομία και στον πολιτισμό. Έτσι, μπορεί να θεωρηθεί ότι, σύμφωνα με τις απαντήσεις, ο Βόλος διαθέτει όλα εκείνα τα στοιχεία και τις προδιαγραφές, ώστε μία επένδυση στους παραπάνω τομείς, οι οποίοι αποτελούν και βασικά στοιχεία μία δημιουργικής πόλης, να είναι επιτυχημένη.

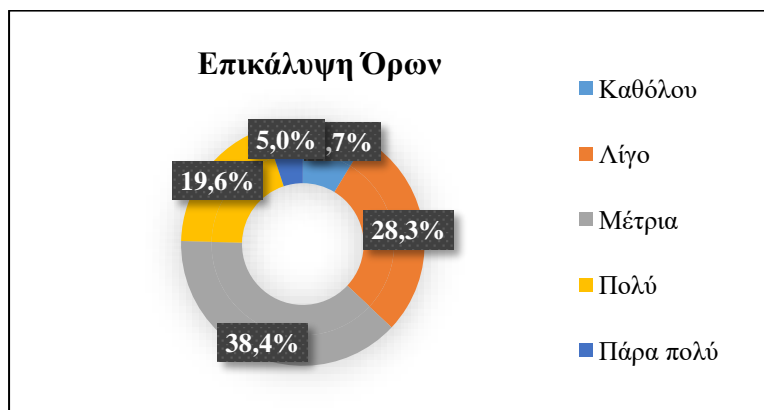
Ερώτηση 8: Κατά πόσο πιστεύετε ότι οι όροι δημιουργική και έξυπνη πόλη επικαλύπτονται:

**Πίνακας 16:** Επικάλυψη όρων δημιουργικής και ευφυούς πόλης

	Σύνολο	Ποσοστό
<b>Καθόλου</b>	12	8,7%
<b>Λίγο</b>	39	28,3%
<b>Μέτρια</b>	53	38,4%
<b>Πολύ</b>	27	19,6%
<b>Πάρα πολύ</b>	7	5,0%

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

**Γράφημα 12:** Επικάλυψη όρων δημιουργικής και ευφυούς πόλης



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Αρκετό ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι απαντήσεις στην ερώτηση της επικάλυψης των όρων της δημιουργικής και της ευφυούς πόλης. Όπως παρατηρείται στο γράφημα 12, το μεγαλύτερο ποσοστό θεωρεί ότι οι δύο έννοιες επικαλύπτονται σε μικρό ή μέτριο βαθμό. Όπως αναφέρθηκε και στο κεφάλαιο 1.5, οι δύο αυτές έννοιες παρουσιάζουν ορισμένα χαρακτηριστικά τα οποία είναι παρόμοια, ωστόσο, οι δύο όροι αναφέρονται σε δύο διαφορετικές κατηγορίες πόλεων. Με αυτόν τον τρόπο γίνεται αντιληπτό, όπως και σε προηγούμενες ερωτήσεις που αφορούν την έννοια των δημιουργικών πόλεων,

πως οι χαρακτηρισμοί που μπορούν να δοθούν σε μία πόλη (έξυπνη, δημιουργική, πράσινη κ.α.) να υπόκεινται στην αντίληψη του καθενός ξεχωριστά.

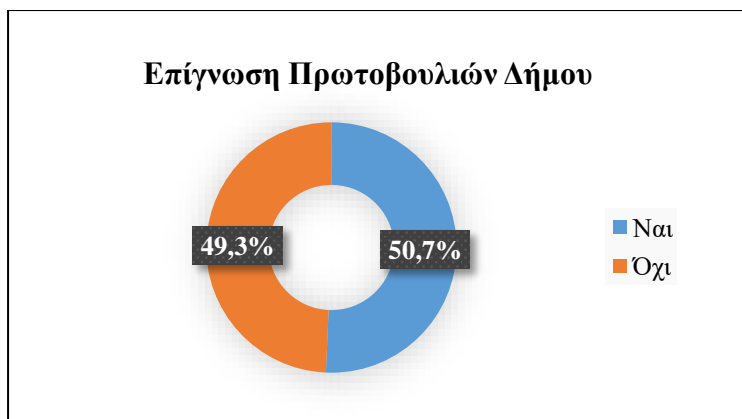
Ερώτηση 9: Γνωρίζετε πρωτοβουλίες του Δήμου που αποσκοπούν στην ανάδειξη των χαρακτηριστικών που διαθέτει μία δημιουργική πόλη (πολιτισμό, τέχνες, νέες τεχνολογίες); Αν ναι ποιες;

**Πίνακας 17:** Επίγνωση Πρωτοβουλιών Δήμου

	Σύνολο	Ποσοστό
<b>Ναι</b>	70	50,7%
<b>Όχι</b>	68	49,3%

**Πηγή:** Ιδία Επεξεργασία

**Γράφημα 13:** Επίγνωση Πρωτοβουλιών Δήμου



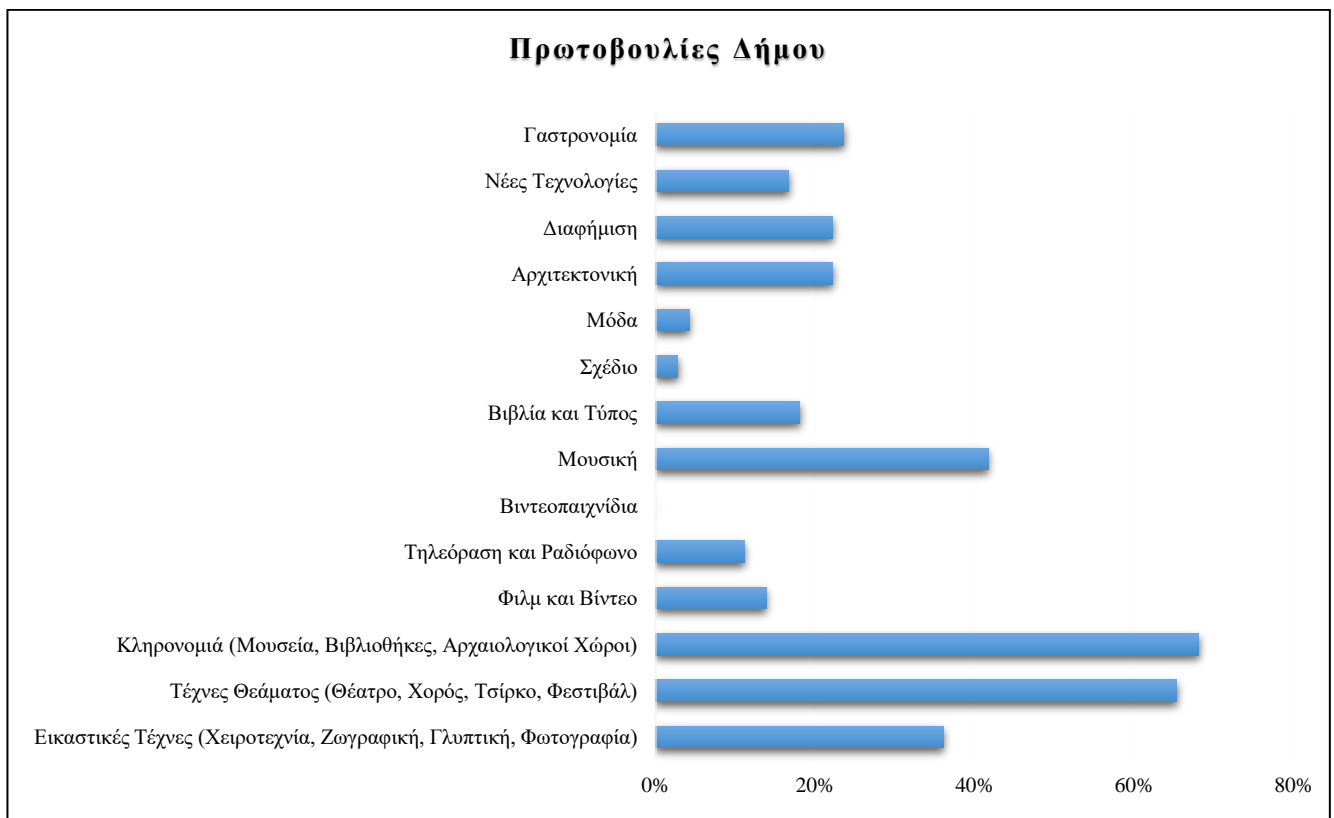
**Πηγή:** Ιδία Επεξεργασία

Βάσει των απαντήσεων παρατηρείται ισοκατανομή των απαντήσεων, καθώς το μισό, περίπου, των ερωτηθέντων γνωρίζουν πρωτοβουλίες του Δήμου που αποσκοπούν στην ανάδειξη των χαρακτηριστικών που διαθέτει μία δημιουργική πόλη. Η συγκεκριμένη ερώτηση εναπόκειται στον βαθμό ενημέρωσης των πολιτών, στα θέματα που αφορούν τις παραπάνω πρωτοβουλίες. Κατά συνέπεια παρατηρείται, πως ένα μεγάλο ποσοστό δεν γνωρίζει καθόλου αν ο Δήμος υποστηρίζει δράσεις που αφορούν τον πολιτισμό, τις τέχνες ή τις νέες τεχνολογίες, με αποτέλεσμα να καθίσταται δυνατό το συμπέρασμα, ότι υπάρχει ελλιπής ενημέρωση των πολιτών. Επιπλέον, βάσει των στοιχείων που συγκεντρώθηκαν από τα ερωτηματολόγια που συμπλήρωσαν οι υπάλληλοι του Δήμου Βόλου, παρατηρείται ότι οι ίδιοι γνωρίζουν πρωτοβουλίες για ανάδειξη των παραπάνω χαρακτηριστικών. Έτσι, το συμπέρασμα ότι πολλοί ερωτώμενοι δεν γνωρίζουν για αυτές τις δράσεις, λόγω ελλιπής ενημέρωσης ισχυροποιείται.

**Πίνακας 18:** Πρωτοβουλίες Δήμου

	Σύνολο	Ποσοστό
Εικαστικές Τέχνες (Χειροτεχνία, Ζωγραφική, Γλυπτική, Φωτογραφία)	26	36,1%
Τέχνες Θεάματος (Θέατρο, Χορός, Τσίρκο, Φεστιβάλ)	47	65,3%
Κληρονομιά (Μουσεία, Βιβλιοθήκες, Αρχαιολογικοί Χώροι)	49	68,1%
Φίλμ και Βίντεο	10	13,9%
Τηλεόραση και Ραδιόφωνο	8	11,1%
Βιντεοπαιχνίδια	0	0,0%
Μουσική	30	41,7%
Βιβλία και Τύπος	13	18,1%
Σχέδιο	2	2,8%
Μόδα	3	4,2%
Αρχιτεκτονική	16	22,2%
Διαφήμιση	16	22,2%
Νέες Τεχνολογίες	12	16,7%
Γαστρονομία	17	23,6%

**Πηγή:** Ιδία Επεξεργασία

**Γράφημα 14:** Πρωτοβουλίες Δήμου

**Πηγή:** Ιδία Επεξεργασία

Οι πρωτοβουλίες του Δήμου που καταλαμβάνουν τα μεγαλύτερα ποσοστά αφορούν την κληρονομιά και τις τέχνες. Από τα ερωτηματολόγια που συμπληρώθηκαν από τους εργαζόμενους στο ΔΟΕΠΑΠ-ΔΗΠΕΘΕ Βόλου, οργανισμό που ασχολείται με τις πολιτιστικές δράσεις του Δήμου, παρατηρήθηκε ότι και οι δύο τομείς δημιουργικότητας, μαζί με αυτούς την μουσικής και των εικαστικών τεχνών, αποτελούν επιλογές των εργαζόμενων σε αυτόν το φορέα, γεγονός που ενισχύει την άποψη ότι ο Δήμος έχει αναπτύξει πρωτοβουλίες για την ανάδειξη των παραπάνω τομέων. Ωστόσο, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι αυτές οι πρωτοβουλίες αποτελούν μέρος ενός ολοκληρωμένου στρατηγικού πλαισίου.

Ερώτηση 10: Σας φαίνεται ικανοποιητικός ο αριθμός πολιτιστικών δρώμενων που διαδραματίζονται στην πόλη του Βόλου τα τελευταία χρόνια;

**Πίνακας 19:** Ικανοποίηση από τον αριθμό των δρώμενων της πόλης

	Σύνολο	Ποσοστό
<b>Ναι</b>	41	29,7%
<b>Όχι</b>	97	70,3%

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

**Γράφημα 15:** Ικανοποίηση από τον αριθμό των δρώμενων της πόλης



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Το ποσοστό των ατόμων που δεν είναι ικανοποιημένα από τον αριθμό των πολιτιστικών δρώμενων που λαμβάνουν χώρα στην πόλη του Βόλου, υπερಿಸχύει σημαντικά από τον αριθμό των ατόμων που είναι ικανοποιημένοι και κατά ποσοστό μεγαλύτερο των σαράντα μονάδων. Αυτό το γεγονός, καθιστά επαρκές το συμπέρασμα ότι ο Δήμος του Βόλου θα μπορούσε να ενισχύσει περαιτέρω τις πολιτιστικές

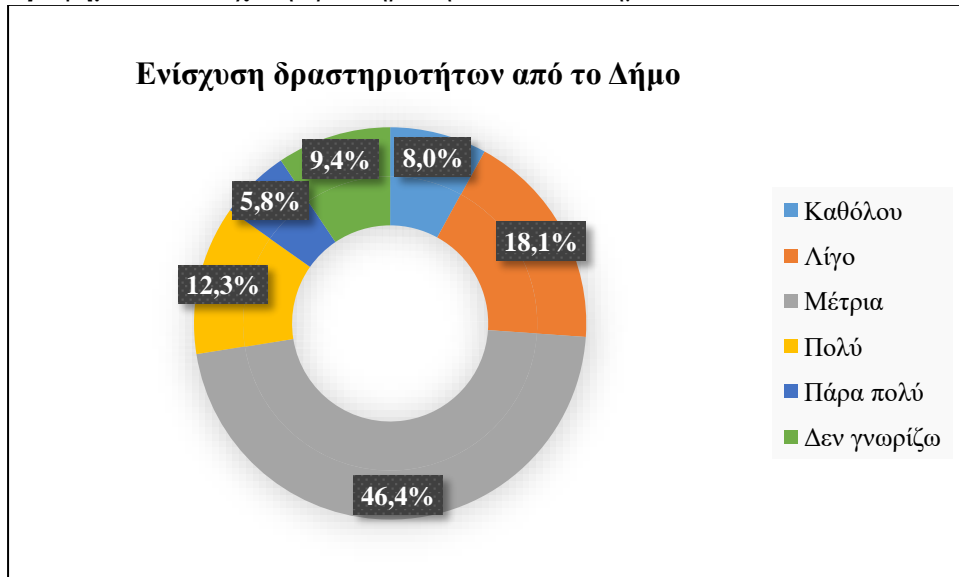
εκδηλώσεις προς ικανοποίηση των κατοίκων. Στην ερώτηση 9, παρατηρήθηκε η έλλειψη ενημέρωσης πολλών πολιτών για τα πολιτιστικά δρώμενα που διαδραματίζονται στην πόλη του Βόλου. Ενδεχομένως, λοιπόν το φαινόμενο αυτό να μπορεί να υποδεικνύει ότι ένα μέρος των ατόμων που δεν είναι ικανοποιημένοι από τα πολιτιστικά δρώμενα, να μην γνωρίζουν και ορισμένα από αυτά που πραγματοποιούνται και για αυτό τον λόγο να μην είναι ικανοποιημένοι. Η δομή του ερωτηματολογίου, καταδεικνύει και τον τρόπο με τον οποίο συντάχθηκε, καθώς όπως γίνεται αντιληπτό μερικές απαντήσεις εξαρτώνται η μία από την άλλη. Πιο συγκεκριμένα, η συγκεκριμένη ερώτηση για την ικανοποίηση των πολιτών εξαρτάται και από τον βαθμό ενημέρωσης τους. Επομένως, είναι πολύ σημαντικό να λαμβάνεται υπόψιν σε κάθε ερώτηση και ο βαθμός αλληλεξάρτησης της με τις προηγούμενες ή τις επόμενες, στοιχεία που είναι απαραίτητα για κάθε έρευνα πεδίου που χρησιμοποιείται σε όλες τις επιστήμες.

Ερώτηση 11: Οι πολιτιστικές δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα τα τελευταία χρόνια στην πόλη του Βόλου, ενισχύονται με τη δράση του Δήμου;

**Πίνακας 20:** Ενίσχυση δραστηριοτήτων από το Δήμο

	Σύνολο	Ποσοστό
<b>Καθόλου</b>	11	8,0%
<b>Λίγο</b>	25	18,1%
<b>Μέτρια</b>	64	46,4%
<b>Πολύ</b>	17	12,3%
<b>Πάρα πολύ</b>	8	5,8%
<b>Δεν γνωρίζω</b>	13	9,4%

**Πηγή:** Ίδια Επεξεργασία

**Γράφημα 16:** Ενίσχυση δραστηριοτήτων από το Δήμο

**Πηγή:** Ιδία Επεξεργασία

Πολύ σημαντικό στοιχείο μίας δημιουργικής πόλης αποτελεί η υποστήριξη των βιομηχανιών της από τον εκάστοτε δήμο. Τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας, καταδεικνύουν ότι η ενίσχυση των πολιτιστικών δρώμενων της πόλης γίνονται σε μέτριο βαθμός. Συμπέρασμα των παραπάνω, αποτελεί το γεγονός ότι πολλές από τις δραστηριότητες είναι πολύ πιθανό να αποτελούν ιδιωτικές πρωτοβουλίες, δράσεις τοπικών φορέων ή ακόμη και των τοπικών πολιτιστικών συλλόγων. Το συμπέρασμα, ωστόσο, των παραπάνω απαντήσεων είναι ότι οι πολιτιστικές δραστηριότητες που πραγματοποιούνται δεν αποτελούν κατά κύριο λόγο πρωτοβουλίες του δήμου.



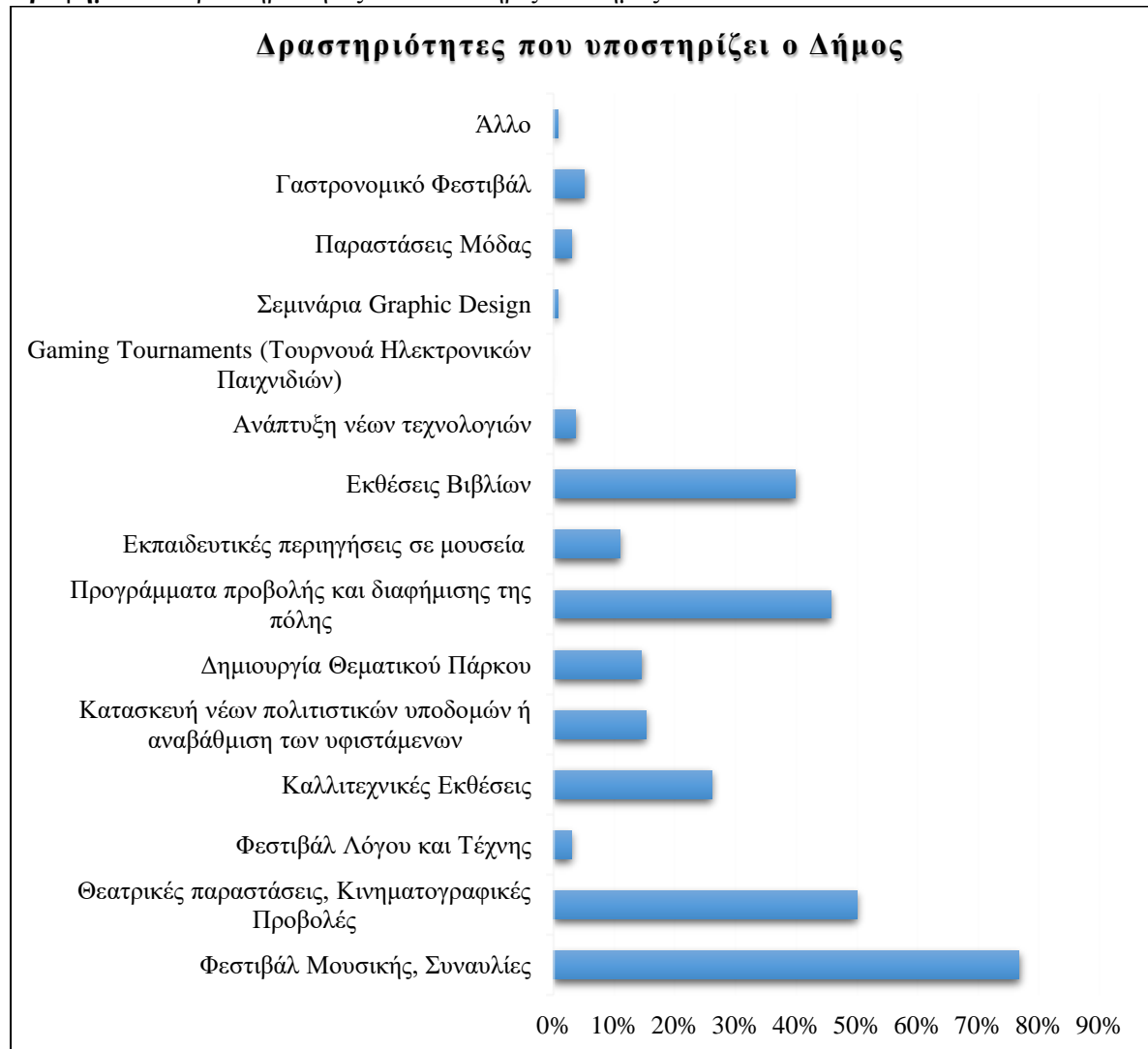
Ερώτηση 12: Τι δημιουργικές δραστηριότητες γνωρίζετε ότι υποστηρίζει κυρίως ο Δήμος Βόλου;

**Πίνακας 21:** Δραστηριότητες που υποστηρίζει ο Δήμος

	Σύνολο	Ποσοστό
Φεστιβάλ Μουσικής, Συναυλίες	106	76,8%
Θεατρικές παραστάσεις, Κινηματογραφικές Προβολές	69	50,0%
Φεστιβάλ Λόγου και Τέχνης	4	2,9%
Καλλιτεχνικές Εκθέσεις	36	26,1%
Κατασκευή νέων πολιτιστικών υποδομών ή αναβάθμιση των υφιστάμενων	21	15,2%
Δημιουργία Θεματικού Πάρκου	20	14,5%
Προγράμματα προβολής και διαφήμισης της πόλης	63	45,7%
Εκπαιδευτικές περιηγήσεις σε μουσεία	15	10,9%
Εκθέσεις Βιβλίων	55	39,9%
Ανάπτυξη νέων τεχνολογιών	5	3,6%
Gaming Tournaments (Τουρνουά Ηλεκτρονικών Παιχνιδιών)	0	0,0%
Σεμινάρια Graphic Design	1	0,7%
Παραστάσεις Μόδας	4	2,9%
Γαστρονομικό Φεστιβάλ	7	5,1%
Άλλο	1	0,7%

**Πηγή:** Ιδία Επεξεργασία

Γράφημα 17: Δραστηριότητες που υποστηρίζει ο Δήμος



**Πηγή:** Ιδία Επεξεργασία

Το συμπέρασμα που εξάγεται από το παραπάνω γράφημα είναι ότι ο Δήμος Βόλου υποστηρίζει κυρίως Φεστιβάλ μουσικής, Συναυλίες – Θεατρικές παραστάσεις, Κινηματογραφικές Προβολές και Προγράμματα προβολής και διαφήμισης της πόλης. Βάσει των απαντήσεων των ερωτηματολογίων που συμπληρώθηκαν από τους υπαλλήλους του ΔΟΕΠΑΠ – ΔΗΠΕΘΕ Βόλου, οργανισμού που συνεργάζεται με τον Δήμο για πολλές από τις παραπάνω δραστηριότητες παρατηρήθηκε ότι οι δραστηριότητες που υποστηρίζονται κυρίως είναι τα μουσικά δρώμενα αλλά και οι θεατρικές παραστάσεις και κινηματογραφικές προβολές. Δραστηριότητες που επιλέχθηκαν από ένα μεγάλο μέρος των ερωτηθέντων.

Ερώτηση 13: Τι είδους δραστηριότητα θα σας ενδιέφερε να παρακολουθείτε πιο συχνά στην πόλη του Βόλου;

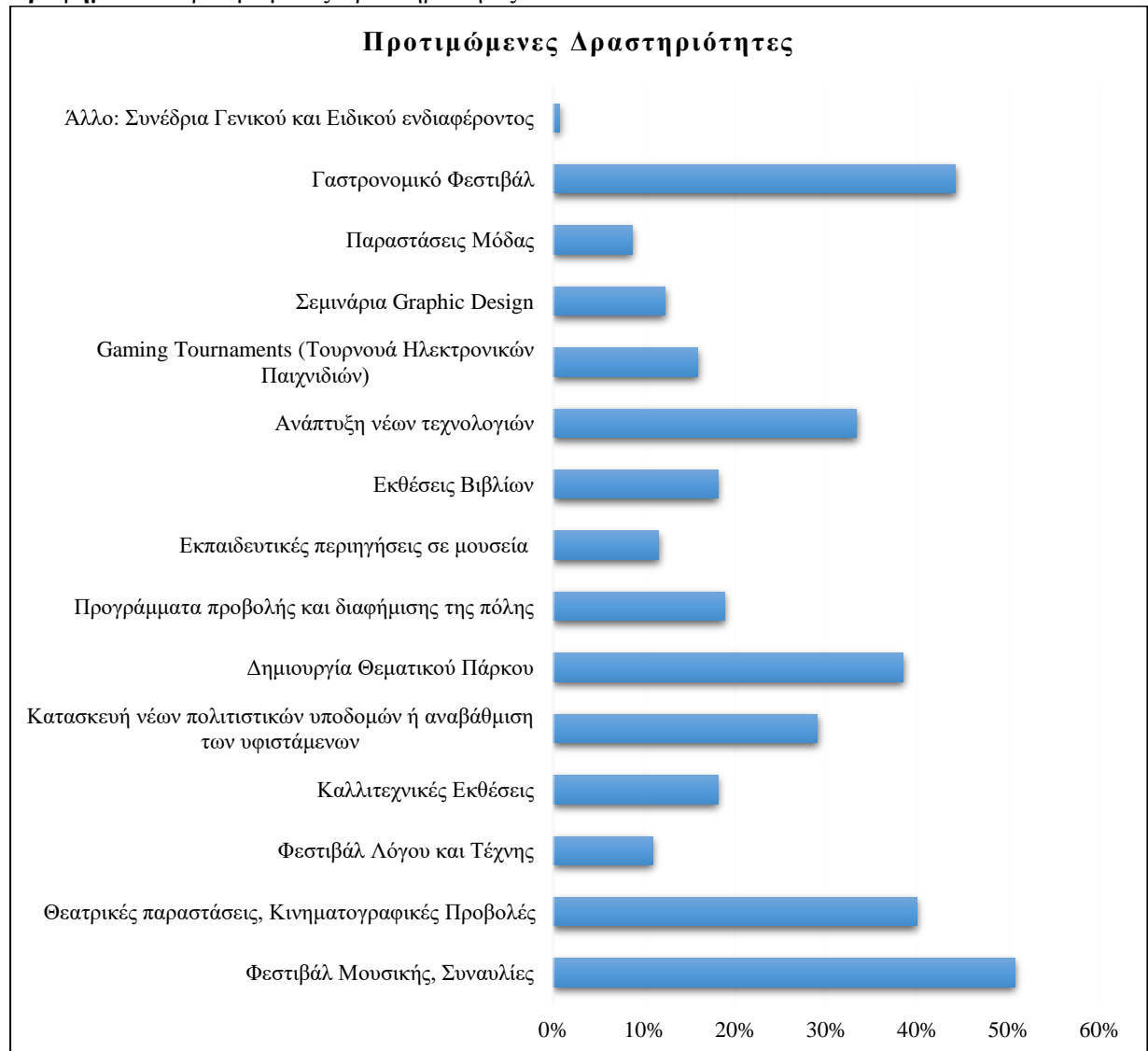
**Πίνακας 22:** Προτιμώμενες Δραστηριότητες

	Σύνολο	Ποσοστό
Φεστιβάλ Μουσικής, Συναυλίες	70	50,7%
Θεατρικές παραστάσεις, Κινηματογραφικές Προβολές	55	39,9%
Φεστιβάλ Λόγου και Τέχνης	15	10,9%
Καλλιτεχνικές Εκθέσεις	25	18,1%
Κατασκευή νέων πολιτιστικών υποδομών ή αναβάθμιση των υφιστάμενων	40	29,0%
Δημιουργία Θεματικού Πάρκου	53	38,4%
Προγράμματα προβολής και διαφήμισης της πόλης	26	18,8%
Εκπαιδευτικές περιηγήσεις σε μουσεία	16	11,6%
Εκθέσεις Βιβλίων	25	18,1%
Ανάπτυξη νέων τεχνολογιών	46	33,3%
Gaming Tournaments (Τουρνουά Ηλεκτρονικών Παιχνιδιών)	22	15,9%
Σεμινάρια Graphic Design	17	12,3%
Παραστάσεις Μόδας	12	8,7%
Γαστρονομικό Φεστιβάλ	61	44,2%
Άλλο: Συνέδρια Γενικού και Ειδικού ενδιαφέροντος	1	0,7%

**Πηγή:** Ίδια Επεξεργασία

Οι αριθμοί του πίνακα 22 καταδεικνύουν ότι υπήρξε ένα μεγάλο εύρος προτιμώμενων δραστηριοτήτων. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι δραστηριότητες που δόθηκαν ως επιλογές στους ερωτηθέντες στη συγκεκριμένη ερώτηση είναι ίδιες με τις δραστηριότητες που δόθηκαν και στην ερώτηση 12. Με αυτό τον τρόπο παρατηρείται το γεγονός ότι οι δραστηριότητες, όπως τα φεστιβάλ μουσικής και οι συναυλίες, οι οποίες βάσει των απαντήσεων στο γράφημα 17 θεωρείται ότι υποστηρίζονται από τον Δήμο, χρειάζεται να πραγματοποιούνται πιο συχνά καθώς το 50,7% των ερωτηθέντων θεωρεί ανεπαρκή τον αριθμό τους.

Γράφημα 18: Προτιμώμενες Δραστηριότητες



**Πηγή:** Ιδία Επεξεργασία

Το στοιχείο που παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον στο παραπάνω γράφημα είναι ότι ένα ποσοστό που αγγίζει το 50%, θα ήθελε να πραγματοποιείται στην πόλη του Βόλου γαστρονομικό φεστιβάλ. Μία εξήγηση η οποία θα μπορούσε να δοθεί για το μεγάλο αυτό ποσοστό αποτελεί η γνωστή γαστρονομική παράδοση της περιοχής, καθώς και των τοπικών γεύσεων της. Αξίζει να σημειωθεί ότι, ενώ σε ολόκληρη την ελληνική επικράτεια αρκετές περιοχές είναι γνωστές για τη γαστρονομική τους παράδοση, καμία από αυτές τις πόλεις δεν την έχει εκμεταλλευτεί, ώστε να διεκδικήσει τον τίτλο της δημιουργικής πόλης και να ενταχθεί στο δίκτυο δημιουργικών πόλεων της Ουνέσκο, το οποίο στους βασικούς τομείς δημιουργικότητας εντάσσει και τη γαστρονομία.

Ερώτηση 14: Σε ποιους δημιουργικούς τομείς πιστεύετε ότι θα μπορούσε να επενδύσει μία πόλη σαν τον Βόλο;

**Πίνακας 23:** Τομείς δημιουργικότητας που μπορεί να επενδύσει ο Βόλος

	Σύνολο	Ποσοστό
Εικαστικές Τέχνες (Χειροτεχνία, Ζωγραφική, Γλυπτική, Φωτογραφία)	40	29,0%
Τέχνες Θεάματος (Θέατρο, Χορός, Τσίρκο, Φεστιβάλ)	54	39,1%
Κληρονομιά (Μουσεία, Βιβλιοθήκες, Αρχαιολογικοί Χώροι)	84	60,9%
Φίλμ και Βίντεο	22	15,9%
Τηλεόραση και ραδιόφωνο	6	4,3%
Βιντεοπαιχνίδια	3	2,2%
Μουσική	43	31,2%
Βιβλία και Τύπος (Εκδοση Βιβλίων, περιοδικών, τύπου	19	13,8%
Σχέδιο (Σχέδιο Μόδας, Γραφιστικό, Εσωτερικού Χώρου)	9	6,5%
Μόδα	7	5,1%
Αρχιτεκτονική	45	32,6%
Διαφήμιση	13	9,4%
Νέες Τεχνολογίες (Κατασκευαστές Η/Υ, Κατασκευαστές mp3, Βιομηχανία κινητής τηλεφωνίας, Τεχνολογίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών κ.α.)	35	25,4%
Γαστρονομία	60	43,5%
Άλλο	3	2,1%

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

**Γράφημα 19:** Τομείς δημιουργικότητας που μπορεί να επενδύσει ο Βόλος



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

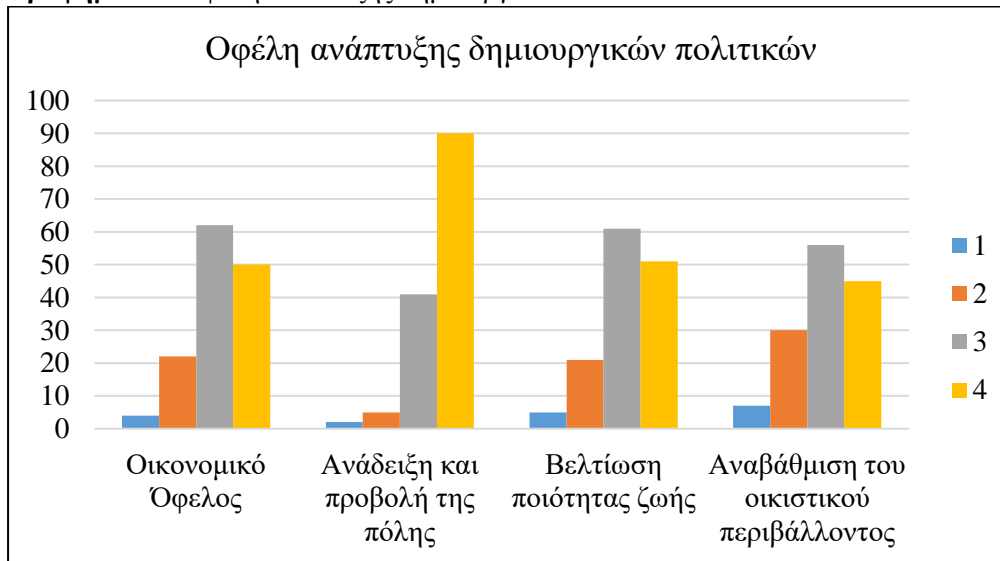
Στο γράφημα 19 παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων πιστεύει ότι ο τομέας της κληρονομιάς αποτελεί είναι εκείνος στον οποίο θα μπορούσε να επενδύσει μία πόλη σαν τον Βόλο. Αυτό το στοιχείο καταδεικνύει πως η περιοχή του Βόλου διαθέτει εκείνα τα δυναμικά στοιχεία τα οποία με σωστή διαχείριση από τους αρμόδιους φορείς, μπορούν βοηθήσουν την πόλη σε πολλά επίπεδα. Ο στόχος της ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής έχει τεθεί αρκετές φορές από τους δημόσιους φορείς. Παράδειγμα αποτελεί η κατασκευή του Μουσείου της Πόλης του Βόλου το οποίο κατασκευάστηκε το 2014 και αποτελεί το πρώτο σύγχρονο μουσείο της πόλης. Επιπροσθέτως, στόχος του δήμου είχε αποτελέσει και η ανάπτυξη και η λειτουργία θεματικού πάρκου «Αργούς», ωστόσο η περίπτωση του πάρκου δεν ευδοκίμησε (<http://dimosvolos.gr>). Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι, ο τομέας της γαστρονομίας παρουσιάζει αρκετά μεγάλο ποσοστό προτιμήσεως, περίπου 45%, στοιχείο που ενισχύει την άποψη της γαστρονομικής παράδοσης που διαθέτει η περιοχή, αλλά και την προτίμηση των ερωτώμενων σε αυτήν την κατεύθυνση.

Ερώτηση 15: Ποιο πιστεύετε ότι μπορεί να είναι το όφελος της ανάπτυξης των Δημιουργικών πολιτικών και δράσεων σε μία πόλη; (Συμπληρώστε με τους αριθμούς 1 έως 4, με ελάχιστο το 1 και μεγαλύτερο το 4)

**Πίνακας 24:** Οφέλη ανάπτυξης δημιουργικών πολιτικών

	1	2	3	4
<b>Οικονομικό Όφελος</b>	4	22	62	50
<b>Ανάδειξη και προβολή της πόλης</b>	2	5	41	90
<b>Βελτίωση ποιότητας ζωής</b>	5	21	61	51
<b>Αναβάθμιση του οικιστικού περιβάλλοντος</b>	7	30	56	45

**Πηγή:** Ίδια Επεξεργασία

**Γράφημα 20:** Οφέλη ανάπτυξης δημιουργικών πολιτικών

**Πηγή:** Ιδία Επεξεργασία

Στο γράφημα 20, παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων θεωρεί ότι τα οφέλη της ανάπτυξης δημιουργικών πολιτικών και δράσεων σε μία πόλη θα είναι τα μέγιστα, καθώς όλες οι επιλογές έχουν επιλεγεί με τον αριθμό (3) και (4) σε αρκετά μεγάλο βαθμό. Συγκεκριμένα, τα μεγαλύτερα οφέλη που επιλέχθηκαν, αφορούν την ανάδειξη και προβολή της πόλης αλλά και την οικονομική ανάπτυξη. Σήμερα, σε μία εποχή που χαρακτηρίζεται από την παγκοσμιοποίηση και την οικονομική κρίση, οι πόλεις είναι αναγκαίο να αναζητούν νέους τρόπους προκειμένου να γίνουν ανταγωνιστικές προβάλλοντας τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα. Συμπερασματικά, η στρατηγική πολλών πόλεων αφορά την διατήρηση, ανάδειξη και προβολή των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους, η οποία τα τελευταία χρόνια πραγματοποιείται στο πλαίσιο οργανωμένων στρατηγικών σχεδίων, καθιστώντας δημοφιλές το marketing/branding με βασικό στόχο τη βελτίωση της εικόνας της πόλης αλλά και της παράλληλης οικονομικής ανάπτυξης της περιοχής (Κωτούλα, 2017).



Ερώτηση 16: Ποιες πιστεύετε ότι είναι οι δυσκολίες για την εξέλιξη της πόλης του Βόλου σε δημιουργική πόλη;

**Πίνακας 25:** Δυσκολίες μετεξέλιξης του Βόλου σε δημιουργική πόλη

	Σύνολο	Ποσοστό
Έλλειψη κατάλληλων υποδομών	59	42,8%
Έλλειψη οράματος και στρατηγικού σχεδιασμού	93	67,4%
Έλλειψη γνώσης των φορέων πάνω στο θέμα των δημιουργικών πόλεων	90	65,2%
Έλλειψη ενημέρωσης στους πολίτες για την έννοια της δημιουργικής πόλης	69	50,0%
Αδιαφορία για το συγκεκριμένο θέμα	73	52,9%
Έλλειψη πηγών Χρηματοδότησης	75	54,3%
Άλλο	1	0,7%

**Πηγή:** Ιδία Επεξεργασία

**Γράφημα 21:** Δυσκολίες μετεξέλιξης του Βόλου σε δημιουργική πόλη



**Πηγή:** Ιδία Επεξεργασία

Μία πόλη σαν τον Βόλο είναι δυνατόν να παρουσιάσει αρκετές δυσκολίες ώστε να μετεξελιχθεί σε δημιουργική πόλη. Βασικές επιλογές των ερωτηθέντων αποτέλεσαν η έλλειψη γνώσης των φορέων στο θέμα των δημιουργικών πόλεων αλλά και η έλλειψη οράματος και στρατηγικού σχεδιασμού. Ο στρατηγικός σχεδιασμός και η γνώση σε θέματα που αφορούν τους δημιουργικούς τομείς αποτελούν βασικά συστατικά μίας επιτυχημένης δημιουργικής πόλης. Κάθε πόλη που έχει εντάξει τη δημιουργικότητα στην καθημερινή ζωή των πολιτών, έχει ως βασικό πυλώνα ανάπτυξης τον στρατηγικό σχεδιασμό.

Οι απαντήσεις που δόθηκαν στις παραπάνω ερωτήσεις βοήθησαν στην διεκπεραίωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας. Αξίζει να σημειωθεί ότι, η επιτόπια έρευνα και η κατ' ιδίαν επαφή με ένα μέρος των ερωτηθέντων, έγινε σε αρκετά θετικό κλίμα και αποτέλεσε την βασική προϋπόθεση ώστε να αντιληφθεί ο καθένας ξεχωριστά όσο το δυνατόν περισσότερο τις ερωτήσεις που επιλέχθηκαν για το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο. Τα συμπεράσματα της κάθε απάντησης ξεχωριστά, βοήθησαν στην εκπόνηση της έρευνας, καθώς μαζί με τις συνεντεύξεις, αποτελούν τον θεμέλιο λίθο των συμπερασμάτων που καταγράφηκαν.

## 5. Ζητήματα Πολιτικής – Συμπεράσματα

Τα συμπεράσματα της παρούσας εργασίας, εκτιμήθηκαν βάσει του θεωρητικού υπόβαθρου, την έρευνα πεδίου, τις προσωπικές συνεντεύξεις αλλά και την προσωπική άποψη του γράφοντος. Η νεωτεριστική έννοια της δημιουργικότητας κάνει την εμφάνισή της και τονίζει τη σημασία και την ανάγκη για το 'καινούργιο', είτε αυτό δημιουργείται εξ' αρχής είτε βασίζεται στη διαχείριση του 'παλιού'. Η δημιουργικότητα δεν αφορά πλέον, μόνο καλλιτέχνες, αλλά σχετίζεται με την τεχνολογία, την οικονομία, την πολιτική και την κοινωνία. Στις περιπτώσεις που συνδυάζεται, ειδικότερα, με το σχεδιασμό, προωθεί το εργαλείο της Δημιουργικής Πόλης (Νικολακοπούλου, 2011). Συμπερασματικά, μία πόλη σαν το Βόλο είναι εφικτό να εφαρμόσει δημιουργικές πολιτικές, καθώς να αποτελέσει εξ' ολοκλήρου δημιουργική πόλη είναι δύσκολο εγχείρημα, ωστόσο δεν χρειάζεται να διαθέτει όλα τα στοιχεία που αναφέρονται από τον Landry και τον Florida (Καραχάλης, 2018). Ωστόσο, σημαντική προϋπόθεση αποτελεί η γνώση των κριτηρίων και των χαρακτηριστικών που διαθέτει μία δημιουργική πόλη.

Η πόλη του Βόλου και εν γένει οι ελληνικές πόλεις διαθέτουν εκείνα τα στοιχεία που χρειάζονται για να αποτελέσουν δημιουργικές πόλεις, όπως πολλές ευρωπαϊκές πόλεις. Ωστόσο, οι ελληνικές πόλεις δεν μπορούν να ανταποκριθούν εύκολα στην ανταγωνιστικότητα της αγοράς. Είναι απαραίτητο λοιπόν, να αξιοποιήσουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, όπως για παράδειγμα το ιστορικό και πολιτιστικό υπόβαθρο, τη γνώση και να αναβαθμίσουν τόσο τους μηχανισμούς διακυβέρνησης όσο και τις σχεδιαστικές προσεγγίσεις έτσι ώστε να ανταπεξέλθουν στις νέες συνθήκες που τους έχουν επιβληθεί στον τομέα της οικονομίας. Χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή, καθώς μη διαθέτοντας προηγούμενη εμπειρία, η ενίσχυση της δημιουργικότητας στις πόλεις μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την υπερεκτίμηση του πολιτισμού. Είναι απαραίτητο η κάθε πόλη να εξεταστεί ξεχωριστά, διότι δεν είναι όλες ομοιογενείς, αλλά θα πρέπει, να υπάρξει, παράλληλα, στρατηγικός σχεδιασμός για την εξέταση των αποτελεσμάτων στο σύνολο της περιοχής.

Αποτιμώντας την έννοια της αστικής δημιουργικότητας με βάση τον Λάντρι, συμπεραίνεται ότι ο Βόλος διαθέτει πολλά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα ενός αναπτυσσόμενου περιφερειακού κέντρου. Η σημαντική γεωγραφική του θέση, η πλούσια φυσική κληρονομιά, η πληθώρα των πολιτιστικών και αρχαιολογικών χώρων,

οι βιομηχανικές εγκαταστάσεις και διατηρητέες οικίες και ο σιδηροδρομικός πλούτος αποτελούν σημαντικά στοιχεία που δίνουν τις δυνατότητες για την ανάπτυξη του τριτογενούς τομέα και την ανάδειξη του πολιτιστικού κλάδου σε τουριστικό προϊόν (Μπουντούρη, 2017).

Ακόμη, η πόλη του Βόλου παρουσιάζει σημαντική δυναμική του τριτογενούς (τουριστικές υπηρεσίες) και του πρωτογενούς τομέα (δυνατότητα παραγωγής υψηλής ποιότητας αγροτικών προϊόντων), όπως παρουσιάστηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο, καθώς και μεμονωμένων καλλιτεχνικών και επιχειρηματικών ομάδων. Ακόμη διαθέτει ένα σημαντικό ποσοστό πολιτιστικών συλλόγων και καλλιτεχνικών ομάδων, οι οποίες συνεργάζονται με το ΔΟΕΠΑΠ – ΔΗΠΕΘΕ Βόλου, φορέα του δήμου, αλλά και άλλους τοπικούς φορείς, στη διεξαγωγή πολιτιστικών εκδηλώσεων. Επίσης, διαθέτει ένα σημαντικό αριθμό πολιτιστικών υποδομών, οι οποίες μπορούν να αξιοποιηθούν σε ακόμη μεγαλύτερο βαθμό. (Καραμανλάκης, 2018) Ωστόσο, είναι εμφανής η ελλιπής αξιοποίηση των αρχαιολογικών και μουσειακών χώρων πολιτιστικού ενδιαφέροντος, η ανυπαρξία συμπληρωματικών ειδικών υποδομών τουρισμού πχ πολιτιστικά θεματικά πάρκα, ειδικά συνεδριακά κέντρα και το θέμα της οργάνωσης, των πολιτιστικών δομών, που θα μπορούσαν να περισσότερο δικτυωμένοι μεταξύ τους πχ θεματικές πολιτιστικές διαδρομές, ενιαίο εισιτήριο κ.α. (Μπουντούρη, 2017).

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά, για να αξιοποιηθούν, χρειάζονται ένα ενιαίο πλαίσιο δράσεως και ένα προσανατολισμένο μακροπρόθεσμο πλάνο ώστε να μπορέσουν να βοηθήσουν στην μετεξέλιξη μίας πόλης σε δημιουργική οντότητα. Για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος, αρχικά, χρειάζονται άνθρωποι με όραμα και βούληση οι οποίοι να είναι, ωστόσο, γνώστες του αντικειμένου ή να είναι διατεθειμένοι να συνεργαστούν με γνώστες του συγκεκριμένου θέματος. Το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας και πιο συγκεκριμένα το Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης διαθέτει το προσωπικό και την τεχνογνωσία σε θέματα αστικού σχεδιασμού και δημιουργικότητας. Η άμεση συνεργασία εκείνων που λαμβάνουν αποφάσεις, με το προσωπικό που διαθέτει τη γνώση αλλά και τα πανεπιστήμια της εκάστοτε περιοχής, αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση ώστε τα εργαλεία σχεδιασμού να μπορούν να είναι επιτυχημένα. Στο ΤΜΧΠΠΑ έχουν εκπονηθεί έρευνες και διπλωματικές εργασίες που ασχολούνται με την έννοια της δημιουργικότητας, έτσι γίνεται αντιληπτό ότι η πόλη του Βόλου διαθέτει την κατάλληλη τεχνογνωσία.

Ένα ακόμη στοιχείο, που ευνοεί την μετεξέλιξη της πόλης σε δημιουργική, εκτός από τα άτομα που έχουν την γνώση και αναλαμβάνουν τη συγκεκριμένη πρωτοβουλία, αποτελεί η σύσταση ενός γραφείου συντονισμού στο οποίο θα εργάζονται οι ειδικοί στα συγκεκριμένα θέματα. Το γραφείο αυτό, μπορεί να είναι υπεύθυνο για τη σύσταση ενός μακροπρόθεσμου πλάνου, που να στοχεύει στην πραγματοποίηση ενός σχεδίου με δράσεις που αποσκοπούν, αρχικά στην ενημέρωση των πολιτών για τα στοιχεία που διαθέτουν οι πρωτοβουλίες ενίσχυσης της δημιουργικότητας και στην αξιοποίηση των σημαντικών στοιχείων που διαθέτει μία πόλη. Δεν είναι αναγκαία η ύπαρξη σημαντικού κεφαλαίου ή η ύπαρξη σημαντικών υποδομών, καθώς το πιο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η αξιοποίηση των ήδη υπαρχόντων αλλά και των ελεύθερων χώρων (Καραχάλης, 2018).

Όπως παρατηρήθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο για την πόλη του Τούρκου, η διεκδίκηση σημαντικών και έγκριτων διακρίσεων και βραβείων από ευρωπαϊκούς και διεθνείς θεσμούς, εκτός από το οικονομικό έπαθλο, προσδίδουν κύρος και αυξάνουν την αναγνωρισιμότητα των προορισμών και των πόλεων με αποτέλεσμα την προσέλκυση επισκεπτών αλλά και επενδύσεων. Η διεκδίκηση τέτοιων διακρίσεων θα έπρεπε να παίζει πρωταρχικό ρόλο στην πολιτική ατζέντα των εκάστοτε αυτοδιοικήσεων, ειδικά όσων προάγουν το απόθεμα της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς μιας περιοχής. Παράδειγμα τέτοιων βραβείων και διακρίσεων αποτελεί ο θεσμός της Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας (European Capital of Culture), το οποίο είχε διεκδικήσει η πόλη του Βόλου για το 2021. Επίσης, η δημιουργία ενός διεθνούς φεστιβάλ ή οποιουδήποτε άλλου είδους παρόμοια εκδήλωση μπορεί να βοηθήσει σημαντικά στην προβολή της πόλης αλλά και στην προσέλκυση καλλιτεχνών και επισκεπτών, που μπορεί να προσφέρει έμμεσο οικονομικό όφελος για την περιοχή.

Όλα τα παραπάνω στοιχεία αποτελούν απαραίτητες προϋποθέσεις που μπορεί να ακολουθήσει μία πόλη σαν το Βόλο. Ωστόσο, όπως παρατηρήθηκε δεν υπάρχει ενδιαφέρον και ούτε κάποιο συγκεκριμένο σχέδιο προβολής των χαρακτηριστικών της πόλης που συνάδουν με τα στοιχεία μίας δημιουργικής πόλης. Επιπλέον, δεν υφίσταται καμία σαφής στρατηγική αλλά το μόνο που παρατηρείται είναι, αποσπασματικές κινήσεις που αποσκοπούν στην ύπαρξη άμεσων αποτελεσμάτων και άμεσου οικονομικού κεφαλαίου για την πόλη. Σημαντικό παράδειγμα αποτελεί η επένδυση στις χριστουγεννιάτικες εκδηλώσεις οι οποίες καταλαμβάνουν τα 8/10 του συνολικού

προϋπολογισμού σύμφωνα με την διεύθυνση πολιτισμού του ΔΟΕΠΑΠ –ΔΗΠΕΘΕ (Καραμανλάκης, 2018)

Η έντονη ανυπαρξία ενός μακροπρόθεσμου στρατηγικού σχεδίου σε συνεργασία με όλους του εμπλεκόμενους φορείς η οποία να αποσκοπεί στη δημιουργία, την προώθηση και προβολή μιας ισχυρής εικόνας και ταυτότητας της περιοχής, και να ενισχύει την ορθολογική χρήση και διαχείριση του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος και της βιώσιμη τουριστικής ανάπτυξης είναι εμφανής για την πόλη του Βόλου. Η ύπαρξη ορισμένων αποσπασματικών προσπαθειών, χωρίς την ύπαρξη συλλογικής προσπάθειας δεν μπορεί να προσφέρει, παρά μόνο ορισμένα πρόσκαιρα αποτελέσματα. Η έρευνα του ερωτηματολογίου κατέδειξε ότι το σύνολο των ερωτηθέντων είναι σύμφωνο με την αναπτυξιακή στρατηγική που στοχεύει στην γνώση, στην καινοτομία και στον πολιτισμό. Είναι βέβαιο, πως τέτοιες πολιτικές όταν γίνονται προς τη σωστή κατεύθυνση θα βρίσκουν ανταπόκριση από τους πολίτες, ωστόσο, οι αποφάσεις εναπόκεινται στη φιλοσοφία και στη στρατηγική του εκάστοτε φορέα ο οποίος είναι υπεύθυνος στην λήψη των αποφάσεων.

## Πηγές Τεκμηρίωσης

### Ελληνόγλωσσα Βιβλιογραφία

Γκατζής, Θ. (2017). *Η συμβολή της δημιουργικής οικονομίας στην αστική αναγέννηση και βιώσιμη ανάπτυξη των πόλεων: Οι περιπτώσεις του Μπουένος Άιρες και της Σαγκάης*. Διπλωματική Εργασία Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

Γκόλτσιου, Ε. & Κτενά, Κ. (2010). *Η Έννοια της Δημιουργικής Πόλης: η Περίπτωση της Βαρκελώνης*. Διπλωματική Εργασία Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

Γοσποδίνη, Α. (2006). *Ο Ανταγωνισμός των Ευρωπαϊκών Πόλεων και οι Νέες Χρήσεις του Αστικού Σχεδιασμού: μια Πρόκληση για τις Ελληνικές Πόλεις*. στο Γοσποδίνη, Α. (επ.) Σημειώσεις Αστικής Σύνθεσης, σελ. 195-219, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας

Γοσποδίνη, Α. (2009). *Αστικός Σχεδιασμός: Προκλήσεις και Νέοι Ορίζοντες*. στο 25 Κείμενα για το σχεδιασμό και την ανάπτυξη του χώρου. Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις σελ 215-240

Γοσποδίνη, Α. (2017) *Διάλεξη: “SmartCities” Παραδείγματα από τις Ελληνικές πόλεις*. στο Μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών Αστική Ανάπτυξη και Ανάπλαση του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

Ζουμπουλάκης, Μ. (2015). *Δημιουργικές προκλήσεις στην οικονομία, Days of Art*. τεύχος 2, σελ. 54-57.

Καλπακίδης, Δ. (2007). *Η Νέα Βιώσιμη, Ανοιχτή και Πολύχρωμη Πόλη*. Διαθέσιμο στο <http://elhelontes.pasok.gr/?p=285>. Τελευταία πρόσβαση 20-3-2018

Καραχάλης, Ν. (2007). *Νέες Πολιτιστικές Χρήσεις σε Πρόην βιομηχανικούς Χώρους και Περιοχές: ο Ρόλος των Ο.Τ.Α. και του Εθελοντικού Τομέα*. Βόλος: 5η Πανελλήνια Επιστημονική Συνάντηση του TICC/Η Διαθέσιμο στο:



[http://www.ticcih.gr/nealeisighseis\\_volou/Karachalis.pdf](http://www.ticcih.gr/nealeisighseis_volou/Karachalis.pdf). Τελευταία πρόσβαση 25-4-2018

Καρυγιάννη, Ε. (2007). *Richard Florida: Δύο Βιβλία για Δημιουργικές Πόλεις» The Rise of, the Creative Class, 2002 Cities and the Creative Class, 2005*. Σεμινάριο: "Ευφυείς πόλεις: Συστήματα και περιβάλλον καινοτομίας" Διαθέσιμο στο <http://www.slideshare.net/patsar/richard-florida>. Τελευταία πρόσβαση 10-5-2018

Κομνηνός, Ν. (2006). *Εξυπνες πόλεις: Συστήματα καινοτομίας και τεχνολογίες πληροφορίας στην ανάπτυξη των πόλεων*. Περιοδικό Αρχιτέκτονες, τεύχος 60, σελ. 72-75

Κουρτέσης, Α. (2008). *Δημιουργικές Πόλεις και Θεσσαλονίκη: Μια Αρχική Θεώρηση*. στο Γρ. Καυκαλάς, Λ. Λαμπριανίδης και Ν. Παπαμίχος (επ.) Η Θεσσαλονίκη στο μεταίχμιο: η πόλη ως διαδικασία αλλαγών, σελ. 265-294, Αθήνα: Κριτική

Κωτούλα, Μ. (2017). *ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ και ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΚΑΙ ΑΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ: «Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΛΑΡΙΣΑΣ»* Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

Λαζαρέτου, Σ. (2014). *Η έξυπνη οικονομία: πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα. Μπορούν να αποτελέσουν προοπτική διεξόδου από την κρίση;*, Αθήνα : Τράπεζα της Ελλάδος, Διεύθυνση Οικονομικών Μελετών – Τμήμα Ειδικών Μελετών. Διαθέσιμο στο <http://www.bankofgreece.gr/BogEkdoseis/Paper2014175.pdf> Τελευταία πρόσβαση 27-3-2018

Λάλου, Γ. (2012). *Η Συμβολή του Κτισμένου Περιβάλλοντος στο Μάρκετινγκ και το Branding των Πόλεων: το παράδειγμα του Βερολίνου*. Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

Λαμπρινίδου, Μ. (2015). *Μάρκετινγκ και Branding Τόπων: το Πολιτιστικό Branding ως βασική συνιστώσα για το rebranding του νησιού της Λέσβου*. Διπλωματική Εργασία στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο στην Πάτρα. Διαθέσιμο στο <https://apothesis.eap.gr/handle/repo/29512> Τελευταία πρόσβαση 18-3-2017

Λοΐζου, Δ., Καζαζάκης Α. & Παπανδρικόπουλος, Ν. (2016). *Δημιουργικές οικονομίες και δημιουργικές πόλεις. Προοπτική για την δημιουργία της Πάτρας σε δημιουργική πόλη*, Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία στο ΤΕΙ Διοίκησης Επιχειρήσεων στην Πάτρα

Λουκαίτου-Σιδέρη, Α. (2006). *Πολιτιστικά Τοπία και Πολιτιστικές Στρατηγικές. Η Αμερικανική Εμπειρία*. στο Ά. Γοσποδίνη και Η. Μπεριάτος (επ.) Τα νέα αστικά τοπία και η ελληνική πόλη σελ. 52-68

Μπούνια, Α. (2004). *Τα Μουσεία ως Πολιτιστικές Βιομηχανίες: θέματα και Προβληματισμοί-Μια Προκαταρκτική Συζήτηση*. στο Ν. Βερνίκος, Σ. Δασκαλοπούλου. Φ. Μπαντιμαρούδης, Ν. Μπουμπάρης και Παπαγεωργίου, Δ. (επ.) (2004) Πολιτιστικές Βιομηχανίες: διαδικασίες, υπηρεσίες, αγαθά, σελ. 39 - 58, Αθήνα: Κριτική (Creativity: Londons Core Business, 2002)

Μπουντούρη, Μ. (2017). *Βιώσιμος πολιτιστικός τουρισμός και city branding. Συγκριτική μελέτη Βόλου (Ελλάδα) - Τούρκου (Φινλανδία)*. Διπλωματική Εργασία στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο στο Βόλος

Νικολακοπούλου, Χ. (2011). *“Δημιουργική Πόλη” Διεθνής Εμπειρία & Ελληνική Πραγματικότητα*. Διπλωματική Εργασία Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

Ντούσκας, Π. (2008). *Η Δημιουργικότητα και πώς να την κατακτήσετε*. Διαθέσιμο στο: <http://panagiotismouskas.wordpress.com/category/creativity/>. Τελευταία πρόσβαση 22-3-2018

Παυλέας, Σ. (2017). *Διάλεξη: Έξυπνες πόλεις: Διακυβέρνηση και η συμμετοχικότητα των πολιτών στον σχεδιασμό*. στο Μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών Αστική Ανάπτυξη και Ανάπλαση του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

Πασχαλίδης, Γ. & Χαμπούρη-Ιωαννίδου, Α. (2002). *Οι διαστάσεις των πολιτιστικών φαινομένων*. τομ. Α', Εισαγωγή στον Πολιτισμό, Πάτρα: ΕΑΠ

Σκάγιαννης, Π. (1999). *Πόλεις και Τηλεπικοινωνίες* στο Δ. Οικονόμου και Γ. Πετράκος (επ.) Η Ανάπτυξη των Ελληνικών Πόλεων: Διεπιστημονικές προσεγγίσεις Αστικής Ανάλυσης και Πολιτικής, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας σελ. 231-245

Σπανουδάκη, Ε. Μ. (2013). *Πολιτιστική Δημιουργική Βιομηχανία και Περιφερειακή Ανάπτυξη*. Διπλωματική Εργασία Πολυτεχνείο Κρήτης στα Χανιά. Διαθέσιμο στο : [https://www.academia.edu/6948658/ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ\\_ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ\\_ΚΑΙ\\_ΤΟΠΙΚΗ\\_ΑΝΑΠΤΥΞΗ](https://www.academia.edu/6948658/ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ_ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ_ΚΑΙ_ΤΟΠΙΚΗ_ΑΝΑΠΤΥΞΗ). Τελευταία πρόσβαση 26-4-2018

Ταράνη, Π. (2007). *Μεταπτυχιακό Σεμινάριο Ευφυείς πόλεις: συστήματα και περιβάλλον καινοτομίας*. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Διαθέσιμο στο [http://www.urenio.org/el/wpcontent/uploads/2007/12/creative\\_city\\_by\\_clandry.pdf](http://www.urenio.org/el/wpcontent/uploads/2007/12/creative_city_by_clandry.pdf) Τελευταία πρόσβαση 26-4-2018

Φράγκος, Δ. (2006). *Η Δημιουργική Σκέψη ως Κοινωνιοποιητικός παράγοντας στην ανάπτυξη του ατόμου. Ο ρόλος του σχολείου και της οικογένειας*. Διαθέσιμο στο: [http://www.eΠίπεk.gr/documents/30\\_SYnedrio\\_eisigiseis/fragkos.pdf](http://www.eΠίπεk.gr/documents/30_SYnedrio_eisigiseis/fragkos.pdf). Τελευταία πρόσβαση 20-3-2018

Χαστάογλου, Β. (2007). *Βόλος - Το πορτραίτο της πόλης, από το 19ο αιώνα έως σήμερα*, Βόλος: ΔΗ.Κ.Ι.

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

### **Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία**

Andersson, H. et.al. (2012). ARVIO2011. *The Turku2011 Evaluation Programme Final Report*. Turku 2011 Foundation: Newprint Oy, Raisio

Beekmans, J. (2009). *The City Is An Organism*, <http://popupcity.net/2009/05/the-city-is-an-organism>. Τελευταία πρόσβαση 20-3-2018

Byrne, T. (2012). *Creative City and Cultral Policy: Opportunity of Challenge*. Διαθέσιμο στο [https://culturalpolicyjournal.files.wordpress.com/2012/10/issue6\\_byrne\\_creative\\_city\\_1.pdf](https://culturalpolicyjournal.files.wordpress.com/2012/10/issue6_byrne_creative_city_1.pdf). Τελευταία πρόσβαση 15-2-2018

Brewka, B. (2008). *United Nations Conference on Trade and Development, Creative economy report 2008*. United Nations, New York.

Cai, O., Mednick, S., Harrison, E., Kanady, J. και Mednick, S. (2009) REM, not Incubation, Improves Creativity by Priming Associative Networks Διαθέσιμο στο <http://www.pnas.org/content/early/2009/06/10/10900271106.full.pdf+html>. Τελευταία πρόσβαση 20-3-2018

C.I. report. (2008). *Creative Industries in Berlin 2008, Development and potential*. Senate Department for Economics, Technology and Women's Issues, Berlin

Cooke, Ph. & Lazzeretti, L. (2008). *Creative Cities. Cultural Clusters and Local Economic Development*, Cornwall: Edward Elgar Publishing. Διαθέσιμο στο <http://www.google.com/books?hl=en&lr=&id=iGHYkkVY49MC&oi=fod&pg=PR7&dq=creative+city+&ots=g51k8XFpMh&sig=G06BDzgkvZnPuMNLAUNozMonwhw#v=onepage&q=creative%20city&f=false>. Τελευταία πρόσβαση 25-4-2018

Costa, P. Magalhaes, M. Vasconcelos, B. & Sugahara, G. (2006). *Creative Cities governance models: a comparative approach*. Dinamia working paper, no. 2006/54, Lisbon: Dinamia/ISCTE.

Creative Metropolises. (2010). *Situation analysis of 1cities, final report*. Διαθέσιμο στο [http://www.berlin.de/projektzukunft/fileadmin/user\\_upload/pdf/studien/CM\\_Mapping\\_Report\\_20100209.pdf](http://www.berlin.de/projektzukunft/fileadmin/user_upload/pdf/studien/CM_Mapping_Report_20100209.pdf). Τελευταία πρόσβαση 25-4-2018

De Noronha Vaz, M. & Cesarío, M. (2008). *Driving Forces for Innovation: are they Measurable?*. International Journal Foresight and Innovation Policy, vol. 4 Διαθέσιμο στο <http://inderscience.metapress.com/media/hludmjxgXgOwn226ua5y/contributions/3/31216/33263r244m36w687.pdf>. Τελευταία πρόσβαση 20-3-2018

Department for Culture, Media and Sport (2001). *Creative Industries Mapping Documents 2001*. Διαθέσιμο στο [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf). Τελευταία πρόσβαση 18-3-2018

Drake, G. (2003). *This place gives me space: Place and creativity in the creative industries*. Geoforum, 34 (4): 511-524.

- Duxbury, N. (2004). *Creative Cities: Principles and Practices*. Ottawa: Canadian Policy Research Networks
- Fesel, B., Söndermann, M., (2007). *Culture and creative industries in Germany*. German Commission for UNESCO. Διαθέσιμο στο <http://navi.finnisharchitecture.fi/en/logomo/>. Τελευταία πρόσβαση 25-3-2018
- Flew, T. & Cunningham, S. (2010). *Creative Industries after the first decade of debate*. The Information Society. 26 (2): 113-123.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*. New York: Basic Books
- Florida, R. (2003). *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge.
- Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. New York, London: Routledge
- Garnham, N. (2005). *From cultural to creative industries: An analysis of the implications of "Creative Industries" approach to arts and media policy making in the United Kingdom*. International Journal of Cultural Policy, 11 (1): 15-29.
- Giffinger, R., Fertner, C., Kramar, H., Meijers E. & Pichler-Milanovic, N. (2007). *Smart cities: ranking European medium-sized cities*. Διαθέσιμο στο [http://www.smart-cities.eu/DOWNLOAD/SMART\\_CITIES\\_FINAL\\_REPORT.pdf](http://www.smart-cities.eu/DOWNLOAD/SMART_CITIES_FINAL_REPORT.pdf). Τελευταία πρόσβαση 20-3-2018
- Hall, P. (2000). *Creative cities and economic development*. Urban Studies. 37 (4): 639-649
- Hall, P. & Landry, C. (1997). *Innovative and Sustainable Cities*. Dublin: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions
- Heebels, B., van Aalst, I. (2010). *Creative Clusters in Berlin: Entrepreneurship and the Quality of Place in Prenzlauer Berg and Kreuzberg*. Geogr. Ann. Ser. B Hum. Geogr. 92, 347–363.

- Holm, A., Kuhn, A. (2011). *Squatting and Urban Renewal: The Interaction of Squatter Movements and Strategies of Urban Restructuring in Berlin*. *Int. J. Urban Reg. Res.* 35, 644–658.
- Howkins, J. (2001/2007). *The Creative Economy*. London: Penguin books.
- Koukoufikis, G. (2013). *An introduction to Berlin's creative economy*. Tours: University of Tours, Polytechnic School, France
- Kunzmann, K. (2018). *Creative City: An Obituary* Διάλεξη στο Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας
- Landry, C. (2000). *Urban Vitality: A New Source of Urban Competitiveness*. Prince Claus Fund Journal
- Landry, C. (2008). *The Creative City: a Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan Publications
- Leadbeater, C. & Oakley, K. (2005). *Why Cultural Entrepreneurs Matter*. at Hartley, J. Creative industries, Cornwall: Blackwell Publishing
- Liefooghe, C. (2009). *La Creativite: une Ressource pour le Developpement Economique d'une Region de Tradition Industrielle?* Clermont-Ferrand: XLVIe Colloque de l'Association de Science Regionale de Langue Francaise 'Entre projets locaux de developpement et globalisation de l'economie: quels equilibres pour les espaces regionaux' Διαθέσιμο στο: [http://www.asrdlf2009.com/propositions/final/upload\\_final/Liefooghe%20asrdlf%20juillet09%20avec%20figure.pdf](http://www.asrdlf2009.com/propositions/final/upload_final/Liefooghe%20asrdlf%20juillet09%20avec%20figure.pdf). Τελευταία πρόσβαση 20-3-2018
- Mercer, C. (2010). *The Creative Economy, the Creative Industries and the Ecology of Culture*, Διαθέσιμο στο <http://www.slideshare.net/Annie05/the-creative-economy-the-creative-industries-andthe-ecology-of-culture-presentation>. Τελευταία πρόσβαση 20-3-2018
- Montgomery, J. (2007). *The New Wealth of Cities: City dynamics and the fifth wave*. Burlington: Ashgate Publishing

Oikarinen, E. (2012). *Ex Post Evaluation of the Financial Impact of Turku Capital of Culture Project Main Results*, Report prepared by Turku School of Economics.

Pratt, A. C. (2005). *Cultural industries and public policy: An oxymoron?*, International Journal of Cultural Policy

Rampton, J. Mozuraityte, N. Andersson, H. & Reincke, E. (2012). *Ex-post Evaluation of 2011 European Capitals of Culture. Final Report for the European Commisiion DG Education and Culture*. Διαθέσιμο στο [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/files/ecoc-2011-evaluation\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/files/ecoc-2011-evaluation_en.pdf). Τελευταία πρόσβαση 20-3-2018

Ruoppila, S. (2015). “Policy, population and spatial effects of Turku 2011 European Capital of Culture”. *Urbanistica*, vol. 155, σ. 83-89, Διαθέσιμο στο [http://www.academia.edu/31574288/Policy\\_population\\_and\\_spatial\\_effects\\_of\\_Turku\\_2011\\_European\\_Capital\\_of\\_Culture](http://www.academia.edu/31574288/Policy_population_and_spatial_effects_of_Turku_2011_European_Capital_of_Culture). Τελευταία πρόσβαση 20-3-2018

Shaw, D. (2001). *The post-industrial city*. R. Paddison (Eds.) *Handbook of Urban Studies*, London: Sage, pp. 284-296.

State Statistical Institute Berlin- Brandenburg, 2012. *Statistical report 2012*. Διαθέσιμο στο [https://www.statistik-berlinbrandenburg.de/produkte/kleinestatistik/AP\\_KleineStatistik\\_EN\\_2012\\_BB.pdf](https://www.statistik-berlinbrandenburg.de/produkte/kleinestatistik/AP_KleineStatistik_EN_2012_BB.pdf). Τελευταία πρόσβαση 20-3-2018

Tay, J. (2005). *Creative Cities*. Hartley, J. *Creative industries*, Cornwall: Blackwell Publishing

Turku 2011 Foundation (2012). *Final Report of the Turku 2011 Foundation about the realization of the Capital of Culture year*. Turku: Turku 2011 Foundation

Turku (2011). *Foundation & Focus-Video Oy*. (n.d.). *Play and Rewind*. Dvd-video of Turku’s year as the European Capital of Culture 2011. Finland.

Vivant, E. (2009). *Qu' est-ce que la Ville Creative?*. Paris: Presses Universitaires de France

Zukin, Sh. (1995). *The Cultures of Cities*. Cornwall: Blackwell Publishers



## Διαδικτυακοί Τόποι

Άνεργοι στην Μαγνησία: Διαθέσιμο στο <http://www.thessaliatv.gr/news/40681/stoixeia--sok-18000-anergoi-sth-magnhsia-ton-martio/>. Τελευταία πρόσβαση 20-5-2018

Βιβλιοθήκες Βόλου: Διαθέσιμο στο <http://www.diki.gr/m6b.htm>. Τελευταία πρόσβαση 21-5-2018

Δίκτυο Μουσείων Βόλου: Διαθέσιμο στο [http://www.diki.gr/mus\\_net.html](http://www.diki.gr/mus_net.html). Τελευταία πρόσβαση 20-5-2018

ΔΟΕΠΑΠ – ΔΗΠΕΘΕ Βόλου: Διαθέσιμο στο <http://doepar.gr/domi-organismou/organogramma/#3002>. Τελευταία πρόσβαση 21-5-2018

Ευρωπαϊκή Γιορτή Μουσικής: Διαθέσιμο στο <http://www.europeanmusicday.gr/musicday2018>. Τελευταία πρόσβαση 21-5-2018

Θέατρο Παλιάς Ηλεκτρικής: Διαθέσιμο στο <http://doepar.gr/egkatastasi/theatropalias-ilektrikis-eterias>. Τελευταία πρόσβαση 20-5-2018

Θεματικό Πάρκο Αργούς: Διαθέσιμο στο <http://dimosvolos.gr/wp-content/uploads/2013/08/THEME-PARK-ARGUS-PHASE-A.pdf>. Τελευταία πρόσβαση 23-5-2018

Ιδιωτικά Μουσεία: Διαθέσιμο στο <http://dimosvolos.gr/?cat=298>. Τελευταία πρόσβαση 20-5-2018

Μουσείο του Βόλου: Διαθέσιμο στο <http://dimosvolos.gr/?cat=298>. Τελευταία πρόσβαση 23-5-2018

Μουσείο Τσαλαπάτα: Διαθέσιμο στο <http://volospalaia.gr/tsalapata>. Τελευταία πρόσβαση 15-5-2018

Τα θεμέλια της δημιουργικής πόλης: Διαθέσιμο στο [https://www.citybranding.gr/2011/03/blog-post\\_22.html](https://www.citybranding.gr/2011/03/blog-post_22.html). Τελευταία πρόσβαση 15-5-2018

Argo Film Festival: Διαθέσιμο στο <http://argofilmfestival.com>. Τελευταία πρόσβαση 21-5-2018

Barcelona: Διαθέσιμο στο <https://www.linkedin.com/pulse/how-smart-city-barcelona-brought-internet-things-iot-life-ernest-ho> Τελευταία πρόσβαση 25-5-2018

Berlin: Διαθέσιμο στο <https://www.notjustalabel.com/editorial/why-is-berlin-the-creative-capital-of-the-world>. Τελευταία πρόσβαση 20-3-2018

Berlin – The Capital of the Digital and Creative Scenes: Διαθέσιμο στο <https://projektzukunft.berlin.de/en/news/news-detail/digital-kreativstadt-berlin>. Τελευταία πρόσβαση 20-3-2018

Creative city, smart city ... whose city is it?: Διαθέσιμο στο <http://theconversation.com/creative-city-smart-city-whose-city-is-it-78258>. Τελευταία πρόσβαση 25-4-2018

Los Almiros Music Festival: Διαθέσιμο στο <http://losalmirosfestival.com>. Τελευταία πρόσβαση 21-5-2018

The Sounding Dome Sauna: Διαθέσιμο στο <http://www.anderssonart.com/?portfolio=the-sounding-dome-sauna>. Τελευταία πρόσβαση 27-4-2018

Turku 2011: Διαθέσιμο στο [http://www.turku2011.fi/en/news/eerik-xiv-had-world-premiere\\_en](http://www.turku2011.fi/en/news/eerik-xiv-had-world-premiere_en). Τελευταία πρόσβαση 27-4-2018

Turku: Διαθέσιμο στο <https://view.joomag.com/nordicum-real-estate-annual-finland-2017/0395392001484728815/p44>. Τελευταία πρόσβαση 04-5-2018

Turku: Διαθέσιμο στο [https://www.turku.fi/en/news/2017-03-08\\_turku-become-top-city-sustainable-development](https://www.turku.fi/en/news/2017-03-08_turku-become-top-city-sustainable-development). Τελευταία πρόσβαση 28-4-2018

Turku research centre: Διαθέσιμο στο [https://www.turku.fi/en/news/2017-03-13\\_rolls-royce-will-set-its-new-research-centre-turku](https://www.turku.fi/en/news/2017-03-13_rolls-royce-will-set-its-new-research-centre-turku). Τελευταία πρόσβαση 4-5-2018

Unesco: Διαθέσιμο στο [www.unesco.org](http://www.unesco.org). Τελευταία πρόσβαση 4-5-2018

Unesco: <http://en.unesco.org/themes/culture-sustainable-development>. Τελευταία πρόσβαση 20-3-2018

Unesco-Hellas: Διαθέσιμο στο <https://unesco-hellas.org/draseis/diktya/%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%CF%85%CE%B1>

[-%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B5%CF%89%CE%BD-unesco/](#) Τελευταία πρόσβαση 20-4-2018

### Πηγές Εικόνων

Αθανασάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο: Διαθέσιμο στο <https://www.archaiologia.gr>. Τελευταία πρόσβαση 24-4-2018

Δίκτυο Δημιουργικών Πόλεων της Ουνέσκο: Διαθέσιμο στο <https://en.unesco.org>. Τελευταία πρόσβαση 23-2-2018

Δίκτυο Μουσείων Δήμου Βόλου: Διαθέσιμο στο <http://doepar.gr/egkatastaseis/?cid=politismos>. Τελευταία πρόσβαση 24-4-2018

Λογότυπο Δήμου Βόλου από την συμμετοχή στον διαγωνισμό για Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα 2021: Διαθέσιμο στο <https://polsyltr.files.wordpress.com/2015/11/home-parallax-volos2021.jpg>. Τελευταία πρόσβαση 25-5-2018

Μουσείο Τσαλαπάτα: Διαθέσιμο στο <http://volospalaia.gr/tsalapata>. Τελευταία πρόσβαση 24-4-2018

Πολιτιστικό κέντρο Logomo: Διαθέσιμο στο <http://navi.finnisharchitecture.fi/en/logomo/>. Τελευταία πρόσβαση 25-4-2018

Ποταμός Aura: Διαθέσιμο στο [https://visitturku.fi/en/news/2017-01-11\\_follow-river-aura](https://visitturku.fi/en/news/2017-01-11_follow-river-aura). Τελευταία πρόσβαση 25-4-2018

Σάουνες-έργα τέχνης: Διαθέσιμο στο <http://www.anderssonart.com/?portfolio=the-sounding-dome-sauna>. Τελευταία πρόσβαση 23-4-2018

Τομείς των δημιουργικών βιομηχανιών στη Γερμανία: Διαθέσιμο στο <https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Infografiken/the-cultural-and-creative-industries-and-their-segments.html>. Τελευταία πρόσβαση 10-4-2018

### Συνεντεύξεις

Καραμανλάκης Ελευθέριος. Υπάλληλος της Διεύθυνσης Πολιτισμού του ΔΟΕΠΑΠ – ΔΗΠΕΘΕ Βόλου. Βόλος, Μάιος 2018

Καραχάλης Νικόλαος. Εντεταλμένος Διδασκαλίας στο ΤΜΧΠΠΑ, Δρ. Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης. Βόλος, Ιανουάριος 2018