

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
‘ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ’

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ
ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

**ΔΙΚΤΥΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΑΙ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑΣ
ΥΠΟΔΟΧΗΣ. ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ
ΔΙΚΤΥΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ
ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ
ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ**

ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ ΚΟΝΤΟΥ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ:
ΑΛΕΞΙΟΣ ΔΕΦΝΕΡ

ΒΟΛΟΣ 2020

Δηλώνω υπεύθυνα πως είμαι η συγγραφέας της παρούσας Μεταπτυχιακής Διπλωματικής Εργασίας με τίτλο «Δίκτυα Φεστιβάλ και Κοινότητας Υποδοχής. Εντοπισμός και Ανάλυση Δικτύων Συνεργασίας των Φεστιβάλ του Βόλου και των Τοπικών Ενδιαφερόμενων Μερών» που συντάχθηκε στα πλαίσια του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών «Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού» και παραδόθηκε τον Ιούλιο του 2020. Η αναφερόμενη εργασία αντιπροσωπεύει τις προσωπικές μου απόψεις και οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνησή της αναφέρονται πλήρως.

Ευαγγελία Κοντού

Ιούλιος 2020

Περίληψη: Τις τελευταίες δεκαετίες παρατηρείται αυξημένο ενδιαφέρον για τη διοργάνωση και τη φιλοξενία γεγονότων και φεστιβάλ παγκοσμίως. Σε ερευνητικό αλλά και σε πρακτικό επίπεδο τα φεστιβάλ έχουν εξελιχθεί καθώς αντιμετωπίζονται ως παράγοντες οικονομικής, κοινωνικής και πολιτιστικής ανάπτυξης, ενώ σήμερα χρησιμοποιούνται συχνά ως εργαλεία με στόχο το στρατηγικό μάρκετινγκ και branding του τόπου. Η δημιουργία δια-οργανωσιακών δικτύων για τα φεστιβάλ και τους συνεργάτες τους εμφανίζεται πλέον σε αρκετές πόλεις παγκοσμίως, με στόχο την ολιστική και βιώσιμη διαχείρισή τους, δημιουργώντας οφέλη και για την κοινότητα υποδοχής. Ο εντοπισμός και η διαχείριση των σχέσεων των φεστιβάλ με τα ενδιαφερόμενα μέρη τους μπορεί να αποτελέσει κομβικό σημείο για την αξιολόγηση της ικανότητας μίας κοινότητας να συγκροτήσει και να στηρίξει τέτοιου είδους συνεργατικά δίκτυα. Η παρούσα εργασία επικεντρώνεται στα φεστιβάλ που πραγματοποιήθηκαν στην ευρύτερη περιοχή της πόλης του Βόλου κατά το χρονικό διάστημα Σεπτέμβριος 2018- Σεπτέμβριος 2019. Με τη χρήση της μεθόδου Ανάλυσης Κοινωνικών Δικτύων εντοπίζονται και εξετάζονται οι συνεργατικές σχέσεις που συγκροτούνται ανάμεσα στους ενδιαφερόμενους φορείς και στα ίδια τα φεστιβάλ. Ταυτόχρονα, διευκρινίζεται ο τρόπος με τον οποίο οι σχέσεις αυτές επηρεάζουν τα φεστιβάλ αλλά και τις προοπτικές δημιουργίας και διαχείρισης δικτύων φεστιβάλ στη συγκεκριμένη πόλη.

Λέξεις-Κλειδιά: φεστιβάλ, ενδιαφερόμενα μέρη, δίκτυα συνεργασίας, Ανάλυση Κοινωνικών Δικτύων, χαρτοφυλάκιο γεγονότων, Βόλος

Abstract “Festivals and Host Communities’ Networks. Cooperative Networks Analysis of festivals hosted in the city of Volos (Greece) and their local stakeholders.”

Increasing interest towards festival planning and hosting has been observed during the last decades. Festivals have evolved into economic, social and cultural growth factors, as well as place marketing and branding tools by means of creating a positive image. Nowadays, the construction of inter-organizational networks among festivals and their collaborators is met in cities worldwide, most of them aiming at a holistic and sustainable management, while creating benefits for the host community. The identification and management of the relationships between festivals and local stakeholders constitutes a crucial point in evaluating the host community’s capacity to create and leverage such collaborative networks. The present study focuses on festivals located in the city of Volos and its surrounding area during a specific time period (September 2018-September 2019). The cooperative relationships between festivals’ stakeholders and the festivals themselves are identified and examined by the use of Social Network Analysis as a research method. Furthermore, this method assists in analyzing the way in which these relationships affect the organization of the festivals and the perspective of creating and managing festival networks in this city.

Keywords: festival, stakeholders, cooperative networks, Social Network Analysis, events portfolio, Volos

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ/ABSTRACT	2
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	6
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7
2. ΕΙΔΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΚΑΙ ΦΕΣΤΙΒΑΛ	11
2.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΙ.....	11
2.2 ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΕΙΔΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ.....	12
2.3 ΦΕΣΤΙΒΑΛ.....	15
2.4 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ ΚΑΙ ΦΕΣΤΙΒΑΛ	17
2.5 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΣΤΟΝ ΤΟΠΟ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ	19
2.6 ΤΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΠΟΛΕΙΣ	21
2.7 ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	23
3. Ο ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΝΟΣ ΦΕΣΤΙΒΑΛ.....	24
3.1 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ	24
3.1.1 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ ΚΑΙ ΦΕΣΤΙΒΑΛ	24
3.1.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ ΚΑΙ ΦΕΣΤΙΒΑΛ	25
3.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΤΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ	28
3.2.1 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ	28
3.2.2 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ.....	30
3.2.3 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΞΑΡΤΗΣΗ ΑΠΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ.....	31
3.3 ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	33
4. ΔΙΚΤΥΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ	34
4.1 ΘΕΩΡΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ	34
4.2 ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ ΣΤΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ	35
4.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ.....	38
4.4 ΔΙΚΤΥΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ.....	40
4.5 ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	45
5. ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΜΕΛΕΤΗΣ: ΒΟΛΟΣ.....	46
5.1 Η ΠΟΛΗ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ	46
5.2 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ	50
5.3 ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	52
6. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	53
6.1 ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ	53
6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ (SNA).....	56
6.2 ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	67

7. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ	68
7.1 ΔΙΚΤΥΟ ΟΜΑΔΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ.....	68
7.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΚΤΥΟΥ ΟΜΑΔΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ...	71
7.3 ΔΙΚΤΥΟ ΜΕΜΟΝΟΜΕΝΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ.....	77
7.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΚΤΥΟΥ ΜΕΜΟΝΟΜΕΝΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ	82
7.5 ΔΙΚΤΥΟ ΤΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ	89
7.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΚΤΥΟΥ ΤΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ	93
8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	97
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	103
ΠΑΡΑΘΕΜΑ	120

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1. Χώροι πολιτισμού Βόλου	51
Πίνακας 2. Μουσεία Βόλου	51
Πίνακας 3. Τα φεστιβάλ και τα χαρακτηριστικά τους.	54
Πίνακας 4. Γενικοί δείκτες δικτύου ομαδοποιημένων ενδιαφερόμενων μερών.....	68
Πίνακας 5. Δείκτες κεντρικότητας κόμβων δικτύου ομαδοποιημένων ενδιαφερόμενων μερών.	70
Πίνακας 6. Γενικοί δείκτες δικτύου μεμονωμένων ενδιαφερόμενων μερών	77
Πίνακας 7. Δείκτες κεντρικότητας κόμβων δικτύου μεμονωμένων ενδιαφερόμενων μερών.	81
Πίνακας 8. Γενικοί δείκτες δικτύου των φεστιβάλ.....	91
Πίνακας 9. Δείκτες κεντρικότητας κόμβων δικτύου των φεστιβάλ.	92

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1. Βήματα για το σχεδιασμό ενός φεστιβάλ	26
Γράφημα 2. Δίκτυο εκδηλώσεων για τη δημιουργία χαρτοφυλακίου και κοινοτικής ικανότητας.....	43
Γράφημα 3. Δίκτυο ομαδοποιημένων ενδιαφερόμενων μερών.....	69
Γράφημα 4. Δίκτυο μεμονωμένων ενδιαφερόμενων μερών.....	79
Γράφημα 5. Κεντρικό μέρος δικτύου μεμονωμένων ενδιαφερόμενων μερών	80
Γράφημα 6. Δίκτυο των φεστιβάλ του Βόλου	90

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΧΑΡΤΩΝ

Χάρτης 1. Η θέση του Βόλου στο χάρτη της Ελλάδος	46
Χάρτης 2. Δήμος Βόλου	47

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1. Κτήριο (Παπαστράτου) Πανεπιστημίου Θεσσαλίας στην παραλία του Βόλου	49
Εικόνα 2. Πλήρης λίστα ενδιαφερόμενων μερών σε αρχείο TEXT	62
Εικόνα 3. Συμπυκνωμένη λίστα ενδιαφερόμενων μερών σε αρχείο TEXT	64
Εικόνα 4. Εντοπισμός δικτύων ενδιαφερόμενων μερών σε λογισμικό NetworkX και Matplotlib	65
Εικόνα 5. Μορφοποίηση της απεικόνισης των δικτύων ενδιαφερόμενων μερών	65
Εικόνα 6. Εντοπισμός δικτύου των φεστιβάλ σε λογισμικό NetworkX και Matplotlib	66
Εικόνα 7. Υπολογισμός μεταβλητών κεντρικότητας των κόμβων των δικτύων	66
Εικόνα 8. Υπολογισμός μεταβλητής πυκνότητας και εντοπισμός βασικών χαρακτηριστικών των δικτύων	67

ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΑ

DMOs: Destination Management Organizations

SNA: Social Network Analysis

SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ.: Δημοτικό Περιφερειακό Θέατρο

Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π.: Δημοτικός Οργανισμός Εκπαίδευσης Παιδιού Αθλητισμού και Πολιτισμού

ΕΔΕΤ: Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία

ΕΣΠΑ: Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον κ. Αλέξιο Δέφνερ, Καθηγητή Πολεοδομίας και Ελεύθερου Χρόνου του Τμήματος Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, για την πολύτιμη καθοδήγηση που μου προσέφερε κατά την υλοποίηση της παρούσας διπλωματικής εργασίας και την εξαιρετική συνεργασία σε όλη τη διάρκεια της εκπόνησής της.

Επιπλέον, ευχαριστώ βαθύτατα για τη συνδρομή και τις χρήσιμες παρατηρήσεις τους τους καθηγητές του Τμήματος Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, κ. Εύα Ψαθά και κ. Νικόλαο Καραγάλη. Ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλω στην αδελφή μου Ελευθερία και τον σύζυγό της Χρυσάφη για την έμπρακτη στήριξη και τη συνδρομή τους στη διεκπεραίωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας.

Τέλος, ένα μεγάλο ευχαριστώ στο οικογενειακό και φιλικό μου περιβάλλον, του οποίου η στήριξη και η βοήθεια αποτέλεσε πολύτιμο εφόδιο για την ολοκλήρωση των σπουδών μου και την εκπλήρωση των στόχων μου.

Ευαγγελία Κοντού

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα φεστιβάλ θεωρούνται οργανισμοί των οποίων ο σχεδιασμός και η λειτουργία τους εξαρτώνται κατά μεγάλο βαθμό από το εξωτερικό περιβάλλον στο οποίο δρουν (Mackellar, 2006· Getz, Andersson & Larson, 2007). Ως εκ τούτου κανένα φεστιβάλ δεν υφίσταται χωρίς να αλληλοεπιδρά με εξωτερικούς παράγοντες, διότι η επαφή και η συνεργασία με τρίτους έχει ως αποτέλεσμα την εξασφάλιση των απαραίτητων πόρων και την επίτευξη των στόχων του γεγονότος. Ταυτόχρονα η συγκεκριμένη αλληλεπίδραση αποτελεί προϋπόθεση για τη συμβολή του φεστιβάλ στην τοπική οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη (Karlsen & Nordstrom, 2009). Για τα φεστιβάλ εξωτερικό περιβάλλον ορίζονται όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη τα οποία επηρεάζουν ή επηρεάζονται από τη λειτουργία τους (Getz, 2008). Οι σχέσεις συνεργασίας και η διαχείριση των ενδιαφερόμενων μερών παρουσιάζουν ιδιαιτερότητες λόγω της σύνθετης φύσης των φεστιβάλ. Είναι, όμως, ζωτικής σημασίας για την πορεία και την εξέλιξή τους. Για το λόγο αυτό αποτελούν αντικείμενο μελέτης για πολλούς ερευνητές τις τελευταίες δεκαετίες (Reid & Arcodia, 2002· Mossberg & Getz, 2006· Karlsen & Nordstrom, 2009· Ziakas & Costa, 2010· Presenza & Ioca, 2012· Van Niekerk & Getz, 2016· Adongo & Kim, 2018a· 2018b).

Η παρούσα έρευνα εξετάζει τις σχέσεις συνεργασίας που διαμορφώνονται μεταξύ των φεστιβάλ που πραγματοποιήθηκαν από το Σεπτέμβριο του 2018 έως το Σεπτέμβριο του 2019 στην πόλη του Βόλου με τους ιδιωτικούς και δημόσιους οργανισμούς της τοπικής κοινότητας, αλλά και μεταξύ των ίδιων των φεστιβάλ. Για τις ανάγκες της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της ανάλυσης κοινωνικών δικτύων, όπως αυτή προτείνεται (Chung & Crawford, 2016· Richards & Colombo, 2017· Adongo & Kim, 2018a) και χρησιμοποιείται από προηγούμενες έρευνες στον τομέα της διαχείρισης γεγονότων (Mackellar, 2006· Ziakas & Costa, 2010· Jarman κ. α., 2014· Ziakas, 2014· Gallelli, 2016· Mair & Duffy, 2020). Συγκεντρωτικά, η συγκεκριμένη έρευνα αποσκοπεί στη διερεύνηση των παρακάτω ερωτημάτων:

1. Ποια είναι τα πρότυπα δικτυακών σχέσεων που διαμορφώνονται μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών που συμμετέχουν στο σχεδιασμό και την οργάνωση των

- φεστιβάλ, στη συγκεκριμένη περίπτωση της πόλης του Βόλου, με βάση τη συνεργασία τους;
2. Ποιοι οργανισμοί προκύπτουν ως οι κεντρικότεροι και σημαντικότεροι παράγοντες, δηλαδή οι ισχυρότεροι συνεργάτες στα συνεργατικά δίκτυα των φεστιβάλ του Βόλου;
 3. Πώς επηρεάζουν την εξέλιξη των φεστιβάλ οι σχέσεις που συγκροτούνται μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών και των ίδιων των φεστιβάλ;
 4. Πώς αξιολογείται η ικανότητα της πόλης να αναπτύξει και να διαχειριστεί ένα χαρτοφυλάκιο γεγονότων, σύμφωνα με τη δυναμική των δικτύων συνεργασίας των ενδιαφερόμενων μερών και των φεστιβάλ;

Τα παραπάνω δεδομένα θα σκιαγραφήσουν το εξωτερικό περιβάλλον με το οποίο αλληλοεπιδρούν τα φεστιβάλ του Βόλου κατά το σχεδιασμό και τη λειτουργία τους, θα εντοπίσουν τους φορείς και τους οργανισμούς που συμβάλλουν περισσότερο στην υποστήριξη τους, τις δυνατότητες δημιουργίας νέων συνεργασιών για την επίτευξη της εξέλιξης τους, αλλά και την ικανότητα της πόλης να διαχειριστεί ένα οργανωμένο δίκτυο γεγονότων. Η ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται τα φεστιβάλ αποδίδει σημαντικές πληροφορίες όσον αφορά την επιλογή των κατάλληλων συνεργατών και υποστηρικτών καθώς και την αποφυγή συνεργασιών που θα μπορούσαν να βλάψουν ή να επηρεάσουν αρνητικά τη διοργάνωση.

Ως εκ τούτου, η ανάλυση των εξωτερικών συνεργατών και υποστηρικτών των φεστιβάλ καθώς και τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας μπορούν να αποτελέσουν χρήσιμα εργαλεία, ειδικότερα για τις διοργανωτικές ομάδες των φεστιβάλ. Γνωρίζοντας τους παράγοντες της πόλης που συμβάλλουν εντονότερα και συχνότερα στην υποστήριξη των φεστιβάλ, αλλά και εκείνους με τις περισσότερες διασυνδέσεις στο συγκεκριμένο τομέα μπορεί να βελτιωθεί και να επιταχυνθεί η διαδικασία εύρεσης υλικής και άυλης υποστήριξης τους. Ταυτόχρονα, με τη χρήση της ανάλυσης κοινωνικών δικτύων παρέχονται εναλλακτικές δίοδοι επικοινωνίας και συνεργασίας είτε μέσω των ενδιαφερόμενων μερών είτε μεταξύ των ίδιων των φεστιβάλ. Συνολικά, η επίγνωση των συνθηκών του εξωτερικού περιβάλλοντος υποστήριξης των φεστιβάλ παρέχει πλούτο πληροφοριών για τις διαδικασίες διαχείρισης και σχεδιασμού τους. Άλλωστε, η δημιουργία δικτύων επικοινωνίας και συνεργασίας αποτελεί

χαρακτηριστικό γνώρισμα σωστής διοργάνωσης για την εξασφάλιση της βιωσιμότητας των φεστιβάλ (Capriello & Rotherham, 2011).

Επιπρόσθετα, η παρούσα εργασία, βασιζόμενη σε έρευνες που εμφανίζονται κυρίως από το 2006 και έπειτα, επιχειρεί να παρουσιάσει τη χρησιμότητα της μεθόδου ανάλυσης κοινωνικών δικτύων στα πλαίσια της διοργάνωσης ενός φεστιβάλ, όπως αυτή προβάλλεται από τη διεθνή βιβλιογραφία τις δύο τελευταίες δεκαετίες (Mackellar, 2006· Ziakas & Costa, 2010· Gallelli, 2016· Mair & Duffy, 2020). Η πολυπλοκότητα των σχέσεων συνεργασίας που συγκροτούνται κατά τη διοργάνωση ενός φεστιβάλ δύσκολα μπορεί αναλυθεί έως και σήμερα. Οι διαρκώς μεταβαλλόμενες σχέσεις και η κατοχή πολλαπλών και διαφορετικών ρόλων των περισσότερων ενδιαφερόμενων μερών των φεστιβάλ καθιστά δύσκολη την ανάλυσή τους με μεθόδους ανάλυσης που χρησιμοποιούνται για οργανισμούς με σταθερή δομή, πολιτικές και πρακτικές διαχείρισης (Getz, Andersson & Larson, 2007). Με τη μέθοδο της ανάλυσης δικτύων συνεργασίας η έρευνα επικεντρώνεται στη δυναμική των σχέσεων μεταξύ των φεστιβάλ και των ενδιαφερόμενων μερών τους, παρά στην αξιολόγηση και ταξινόμηση των μερών αυτών. Με τον τρόπο αυτό κάθε ενδιαφερόμενο μέρος αντιμετωπίζεται ως μοναδική επαφή των φεστιβάλ που συμβάλει στη δημιουργία τους ανεξάρτητα από το ρόλο που διαδραματίζει και το βαθμό στον οποίο συνεισφέρει. Αντίθετα, η συνεισφορά και ο ρόλος του προκύπτει ως αποτέλεσμα των πολλών ή λιγοστών επαφών του, της δυνατότητάς του να λειτουργεί ως δίαυλος επικοινωνίας ανάμεσα σε άλλα μέρη και της κεντρικής ή μη θέσης των μερών με τα οποία συνάπτει σχέσεις. Η θέση, λοιπόν, καθενός από τα ενδιαφερόμενα μέρη στο δίκτυο συνεργατών των φεστιβάλ αντανακλά την αξία και τις δυνατότητες του ως πολύτιμος συνεργάτης.

Επιπρόσθετα, με τη συγκεκριμένη μέθοδο εξετάζεται η ύπαρξη συνδέσμων μεταξύ των ίδιων των φεστιβάλ, οι οποίοι θα μπορούσαν να εξελιχθούν σε ένα οργανωμένο δίκτυο διαχείρισής τους. Η δυναμική των δικτύων των ενδιαφερόμενων μερών και των φεστιβάλ συχνά σκιαγραφεί την ικανότητα μίας περιοχής να διαχειριστεί οργανωμένα δίκτυα γεγονότων, με στόχο την κοινωνικό-πολιτιστική, τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του τόπου υποδοχής. Ο καινοτόμος χαρακτήρας της παρούσας έρευνας έγκειται στη μη διαδεδομένη χρήση της συγκεκριμένης μεθόδου στον τομέα της διαχείρισης γεγονότων στα ελληνικά δεδομένα. Ως αποτέλεσμα, μπορεί να αποτελέσει

αντικείμενο ενδιαφέροντος ιδιαίτερα για ερευνητές που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της διαχείρισης γεγονότων, αλλά και γενικότερα του πολιτιστικού τομέα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας, παρατίθεται εν συντομία το θεωρητικό πλαίσιο των ειδικών γεγονότων και των φεστιβάλ, οι σχετικοί εννοιολογικοί προσδιορισμοί, κατηγορίες στις οποίες διαχωρίζονται και οι επιπτώσεις τους στην κοινότητα υποδοχής. Επιπρόσθετα, παρουσιάζεται η εξέλιξη και οι συνθήκες κατά τις οποίες διοργανώνονται τα φεστιβάλ στην Ελλάδα. Στο κεφάλαιο 3 αναπτύσσονται οι διαδικασίες σχεδιασμού και διαχείρισης ενός φεστιβάλ, ώστε να προσδιοριστεί η ιδιαίτερη φύση τους και η εξάρτησή τους από εξωτερικούς παράγοντες για την υλοποίησή τους. Στη συνέχεια, το τέταρτο κεφάλαιο εστιάζει στα δίκτυα συνεργασίας και τη σχέση τους με τα φεστιβάλ και τα ενδιαφερόμενα μέρη τους. Επιπλέον, γίνεται αναφορά σε παρόμοιες έρευνες της διεθνούς βιβλιογραφίας όπου χρησιμοποιείται η μέθοδος της ανάλυσης κοινωνικών δικτύων. Η πόλη του Βόλου ως περίπτωση μελέτης εξετάζεται στο πέμπτο κεφάλαιο, όπου και γίνεται μία σύντομη ιστορική αναδρομή και παρουσίαση της πόλης και του πολιτιστικού της υπόβαθρου στη σύγχρονη εποχή. Το δείγμα που εξετάστηκε και η περιγραφή της μεθόδου ανάλυσης κοινωνικών δικτύων που χρησιμοποιήθηκε αναφέρεται στο έκτο κεφάλαιο, ενώ στο έβδομο διατυπώνονται τα αποτελέσματα της έρευνας και η ανάλυσή τους. Το κεφάλαιο 8 περιλαμβάνει τα συμπεράσματα της παρούσας εργασίας, αναλύοντας τον τρόπο με τον οποίο αυτά επηρεάζουν την εξέλιξη των φεστιβάλ και την ικανότητα διαχείρισης γεγονότων από την κοινότητα υποδοχής.

2. ΕΙΔΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΚΑΙ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

2.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΙ

Από τη δεκαετία του 1970 και έπειτα παρατηρείται ολοένα και αυξανόμενη τάση ερευνητικής δραστηριότητας που σχετίζεται με το πεδίο των ειδικών γεγονότων. Ένα αξιόλογο μέρος της υπάρχουσας βιβλιογραφίας σχετίζεται με τη διοίκηση, την οργάνωση και τη διαχείριση των ειδικών γεγονότων, ενώ κυρίως μετά τη δεκαετία του 1990 διαπιστώνεται αυξανόμενο ερευνητικό ενδιαφέρον ως προς την ανάπτυξη των γεγονότων και τη μελέτη των επιπτώσεών τους σε τοπικό επίπεδο (Βασιλειάδης, 2014). Τις τελευταίες δεκαετίες παρατηρείται αύξηση της βιβλιογραφίας που συνδέει τα ειδικά γεγονότα με την τουριστική ανάπτυξη και το μάρκετινγκ και branding προορισμών (Quinn, 2009). Το 1989 ο Getz ορίζει τα ειδικά γεγονότα ως «γιορτές ή εκθέσεις με συγκεκριμένο θέμα, όπου το κοινό προσκαλείται για ορισμένο χρονικό διάστημα, ετησίως ή λιγότερο συχνά». Επιπλέον, τα ειδικά γεγονότα διαφοροποιούνται από τα υπόλοιπα καθώς δεν διαθέτουν μόνιμες κτηριακές εγκαταστάσεις, και περιλαμβάνουν στο πρόγραμμά τους παραπάνω από μία δραστηριότητα για το κοινό, οι οποίες διενεργούνται στον ίδιο χώρο με το γεγονός (Getz, 1989).

Ο ίδιος, μεταγενέστερα, προσθέτει στα ειδικά γεγονότα το χαρακτηριστικό της μοναδικής εμπειρίας για τον επισκέπτη, η οποία συνδέεται με τον πολιτισμό, την κοινωνικότητα και την αναψυχή, και διαφέρει από τις εμπειρίες της καθημερινής ζωής (Getz, 1991). Υποστηρίζει πως τα «προσχεδιασμένα» γεγονότα συχνά επαναλαμβάνονται μορφολογικά, ωστόσο εμπειρικά διαφέρουν μεταξύ τους, με αποτέλεσμα η δημιουργία ενός «μοναδικού» γεγονότος να αποτελεί στόχο για κάθε διοργανωτή (Getz, 2016). Τα «προσχεδιασμένα» γεγονότα παρουσιάζονται από τον ερευνητή ως:

«Γεγονότα που δημιουργούνται με στόχο να πετύχουν συγκεκριμένα αποτελέσματα τα οποία μπορεί να σχετίζονται με την οικονομία, τον πολιτισμό, την κοινωνία ή/και το περιβάλλον. Καθένα από τα γεγονότα είναι μοναδικό, εξαιτίας της αλληλεπίδρασης που πραγματοποιείται μεταξύ του χώρου, των ανθρώπων και την οργάνωσή του, συμπεριλαμβανομένου του σχεδιασμού και του προγράμματός του. Η ελκυστικότητά τους πηγάζει κυρίως από τη μοναδικότητά τους. Κάθε γεγονός διαφέρει και είναι απαραίτητη η φυσική παρουσία του επισκέπτη ώστε να απολαύσει την εμπειρία.» (Getz, 2016).

Οι Goldblatt και Nelson ορίζουν το ειδικό γεγονός ως μία «μοναδική στιγμή στο χρόνο», μία γιορτή που περιλαμβάνει «τελετές» και «τελετουργίες», με μοναδικό στόχο την «ικανοποίηση αναγκών» που προκύπτουν τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή (2001). Παρατηρείται λοιπόν, μία πιο γενική οπτική στο ζήτημα του τι αποτελεί ένα ειδικό γεγονός σε σχέση με τους προηγούμενους ορισμούς του Getz. Το 2008 ο Matthews, σε μία προσπάθεια να αποδώσει έναν ολοκληρωμένο ορισμό, ο οποίος να καλύπτει όσο το δυνατόν περισσότερες πτυχές του ερευνητικού πεδίου των ειδικών γεγονότων διατυπώνει τον παρακάτω ορισμό:

«Ένα ειδικό γεγονός αποτελεί τη συνάθροιση ανθρώπων, η οποία διαρκεί λίγες ώρες ή ημέρες, και έχει σχεδιαστεί με σκοπό τον εορτασμό, την απονομή τιμών, την πώληση, την εκπαίδευση, την ενθάρρυνση, την παρατήρηση ή την επιρροή της ανθρώπινης προσπάθειας» (Matthews, 2008).

Η σύνθετη φύση των γεγονότων και η συνεχής εξέλιξη που γνωρίζει το συγκεκριμένο πεδίο τις τελευταίες δεκαετίες καθιστά σχεδόν αδύνατη τη διατύπωση ενός καθολικού και ολοκληρωμένου ορισμού, καθώς υπάρχουν διάφορα είδη γεγονότων με διαφορετικά χαρακτηριστικά και ανάγκες για τη διεκπεραίωσή τους (Getz, 1989). Ωστόσο, με βάση τους διαθέσιμους ορισμούς, υπογραμμίζονται ως βασικά στοιχεία που διακρίνουν τα ειδικά γεγονότα τα εξής: ο χρόνος, ο χώρος, η ικανοποίηση των αναγκών, ο σχεδιασμός και η εμπειρία ως στόχος (Σκούλτσος, 2014).

2.2 ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΕΙΔΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ

Κάθε γεγονός αποτελεί ένα μοναδικό φαινόμενο, το οποίο εκπληρώνει πολλαπλές λειτουργίες και ενθαρρύνει την απόκτηση παρόμοιων εμπειριών (Getz, 2016). Ιστορικά, τα γεγονότα αποτελούν στοιχείο των περισσότερων πολιτισμών, ως «κοινωνικά κατασκευάσματα» με στόχο την κάλυψη των εκάστοτε αναγκών του κοινωνικού συνόλου που τα υλοποιεί. Κάθε «προσχεδιασμένο» γεγονός κατηγοριοποιείται συνήθως ανάλογα με τη μορφή και το περιεχόμενό του. Ο Getz διακρίνει τις παρακάτω κατηγορίες γεγονότων: πολιτιστικοί εορτασμοί, πολιτικά γεγονότα, γεγονότα τέχνης και αναψυχής, εμπορικά και επιχειρηματικά, εκπαιδευτικά και επιστημονικά, αθλητικά, ψυχαγωγικά και προσωπικά (2016). Ωστόσο, ο ερευνητής επισημαίνει πως στη διεθνή βιβλιογραφία συναντά κανείς πληθώρα ειδών γεγονότων και παραθέτει εκείνα που διακρίνονται, κυρίως με βάση το ρόλο που κατέχουν στην κοινωνία στην οποία

υλοποιούνται:

- **Hallmark Γεγονότα:** πρόκειται για επαναλαμβανόμενα γεγονότα που θεωρούνται αναπόσπαστο στοιχείο της κοινότητας υποδοχής τους, όπως επίσης και της ταυτότητας του τόπου ή προορισμού στον οποίο υλοποιούνται, προσφέροντάς του ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Getz, 2016). Σύμφωνα με τον Ritchie (1984) αναπτύσσονται πρωτίστως για τη βελτίωση της ευαισθητοποίησης και της κερδοφορίας ενός τουριστικού προορισμού, βραχυπρόθεσμα ή/και μακροπρόθεσμα, ενώ ο Hall (1989) συμφωνεί υποστηρίζοντας πως τα hallmark γεγονότα είναι μεγάλες εκθέσεις και πολιτιστικές, αθλητικές εκδηλώσεις, επαναλαμβανόμενες ή μη, που λειτουργούν με τρόπο ο οποίος εξασφαλίζει για την κοινότητα που τα φιλοξενεί, υψηλή προβολή στην τουριστική αγορά.
- **Διακεκριμένα Γεγονότα (Premier or Prestige Events):** με τον όρο αυτό χαρακτηρίζονται εκείνα τα οποία αποτελούν τα κυρίαρχα γεγονότα ανάμεσα σε άλλα του ίδιου είδους, είτε διοργανώνονται στο ίδιο είτε σε διαφορετικό μέρος κάθε φορά. Σύμφωνα, λοιπόν, με το παράδειγμα το οποίο παραθέτει ο Getz (2016), για την κοινότητα και τους οπαδούς του ποδοσφαίρου το Παγκόσμιο Πρωτάθλημα αποτελεί ένα Διακεκριμένο Γεγονός.
- **Μεγάλα Γεγονότα (Mega Events):** η συγκεκριμένη κατηγορία προσελκύει μεγάλο αριθμό χορηγών και επισκεπτών και επηρεάζει εκτεταμένα τον τόπο διοργάνωσης διότι επιφέρει ποικίλες και πολυάριθμες επιπτώσεις στην οικονομία, την κοινωνία, την τουριστική ανάπτυξη και το περιβάλλον του (Hall, 1992). Στην κατηγορία των Μεγάλων Γεγονότων συγκαταλέγονται οι Ολυμπιακοί Αγώνες, παγκόσμιες εκθέσεις καθώς και οι Πολιτιστικές Πρωτεύουσες της Ευρώπης.
- **Γεγονότα των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Media Events):** δημιουργούνται με αγορά-στόχο ακροατήρια εκπομπών, είτε μέσω της τηλεόρασης είτε μέσω του διαδικτύου. Συνήθως απευθύνονται σε διεθνές κοινό και είναι χαρακτηριστικό πως κάθε γεγονός με την ανάλογη δημοσιογραφική κάλυψη μπορεί να αποτελέσει γεγονός των μέσων μαζικής ενημέρωσης.
- **Γεγονότα Συγκεκριμένου Σκοπού (Cause-related Event):** πρόκειται για οργανωμένες εκδηλώσεις που σκοπεύουν στη συγκέντρωση χρηματικών πόρων ή την προώθηση ενός συγκεκριμένου σκοπού με κοινωνικό ή φιλανθρωπικό

χαρακτήρα. Η λειτουργία τους αυτή τα καθιστά μέρος σχεδιασμού κοινωνικού μάρκετινγκ και τους προσδίδει έναν ευέλικτο χαρακτήρα ως προς τη μορφή τους καθώς μπορεί να είναι συναυλίες, δείπνα, αθλητικοί διαγωνισμοί κ.α.

- **Εταιρικά Γεγονότα (Corporate Events):** στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται όλα τα γεγονότα που διοργανώνονται από ή για κάποια εταιρία ή επιχείρηση όπως εγκαίνια, συνεδριάσεις, προώθηση νέων προϊόντων.
- **Διαφημιστικά Κόλπα (Publicity Stunt):** γεγονότα που στοχεύουν στη προσέλκυση δημοσιότητας και χρησιμοποιούνται κυρίως από δημόσια πρόσωπα, πολιτικούς, καλλιτέχνες. Ο σχεδιασμός αυτών των γεγονότων έχει εξαιρετική σημασία διότι συχνά λανθασμένα κίνητρα μπορούν να οδηγήσουν σε αποτυχία.
- **Διαδραστικά Γεγονότα και Θεάματα (Spectator and Interactive Events):** γεγονότα στα οποία υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ του συμμετέχοντα και του τόπου διεξαγωγής ή των λοιπών συμμετεχόντων και γεγονότα στα οποία ο συμμετέχων παραμένει παθητικός.
- **Συμμετοχικά Γεγονότα (Participant Events):** στη συγκεκριμένη κατηγορία υπάγονται όσα γεγονότα δεν υφίστανται χωρίς τη συμμετοχή του κοινού. Θεωρούνται «κοινότυπες» εκδηλώσεις, ιδιότητα που τις καθιστά περιζήτητες από ανταγωνιστικούς τουριστικούς προορισμούς, καθώς συχνά αποτελούν εργαλεία προσέλκυσης τουριστικού ενδιαφέροντος (Getz, 2016).

Παράλληλα, στη διεθνή βιβλιογραφία παρατηρείται συχνά διαχωρισμός των γεγονότων σύμφωνα με το μέγεθός τους, με αποτέλεσμα τις παρακάτω κατηγορίες (Allen κ. α., 2002· Bowdin κ. α., 2011):

- Μεγάλα Γεγονότα (Mega Events)
- Hallmark Γεγονότα
- Γεγονότα Μεγάλου Μεγέθους (Major Events)
- Τοπικά Γεγονότα

Σύμφωνα με τους Allen κ. α. (2002), Μεγάλου Μεγέθους χαρακτηρίζονται τα γεγονότα που προσελκύουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών αλλά και το ενδιαφέρον των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, ωστόσο δεν προσδίδουν ούτε απαραίτητα πρεσβεύουν την ταυτότητα της περιοχής υποδοχής. Όσον αφορά τα Τοπικά Γεγονότα, εκείνα αποτελούν μικρής κλίμακας εκδηλώσεις που δεν επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την περιοχή

υποδοχής. Απευθύνονται κυρίως στους ντόπιους κατοίκους του τόπου στον οποίο διοργανώνονται και έχουν κατά βάση κοινωνικό χαρακτήρα, ενώ προάγουν την κοινωνική συνοχή και ενισχύουν την ταυτότητα του τόπου μέσα από την αλληλεπίδραση των συμμετεχόντων και τη δημιουργία κοινωνικών δεσμών (Bowdin κ. α., 2011).

2.3 ΦΕΣΤΙΒΑΛ

Σύμφωνα με τον Falassi (1987), τα φεστιβάλ αποτελούν ένα κοινωνικό φαινόμενο το οποίο διακρίνεται ως κοινωνικό στοιχείο στους περισσότερους ανθρώπινους πολιτισμούς ανά τους αιώνες. Χαρακτηρίζονται από επισημότητα καθ' όλη τη χρονική τους διάρκεια, και αποτελούνται από προσχεδιασμένες και προγραμματισμένες ευχάριστες δραστηριότητες ή εκδηλώσεις σε εορταστικό κλίμα με αφορμή κάποιο γεγονός ή αφηρημένη έννοια (Janiskee, 1980). Ο Falassi (1987) αναγνωρίζει τη χρήση του όρου φεστιβάλ με τις εξής πέντε ερμηνείες: α) ως μία περίοδο ιερού εορτασμού, που χαρακτηρίζεται από ειδικά τελετουργικά, β) ως ετήσιος εορτασμός προς τιμήν κάποιου σημαντικού προσώπου ή γεγονότος ή τη συγκομιδή ενός γεωργικού προϊόντος, γ) ως πολιτιστικό γεγονός αποτελούμενο από παραστάσεις και εκθέσεις έργων τέχνης, αφιερωμένο σε συγκεκριμένο καλλιτέχνη ή καλλιτεχνικό ύφος, δ) ως πανηγύρι, ε) ως μία μορφή συλλογικής ευθυμίας και ευεξίας.

Οι Saleh και Ryan (1993) προσδίδουν στα φεστιβάλ το γνώρισμα της τουριστικής δυναμικής υποστηρίζοντας πως περιλαμβάνουν μία σειρά δραστηριοτήτων με καθορισμένο θέμα που εξελίσσονται στη διάρκεια ορισμένου χρονικού πλαισίου, με αποτέλεσμα τη δημιουργία μίας «κρίσιμης μάζας εμπειριών», ελκυστικής προς τον τουριστικό πληθυσμό. Η σημασία των φεστιβάλ τονίζεται από την Quinn (2005) καθώς αναφέρει πως αποτελούν: «αρένες όπου παράγονται και αναπαράγονται οι τοπικές γνώσεις, όπου η ιστορία, η πολιτιστική κληρονομιά και οι κοινωνικές δομές, που διακρίνουν έναν τόπο από έναν άλλο, απορρίπτονται ή αναδημιουργούνται». Ιστορικά, η έρευνα που σχετίζεται με τα φεστιβάλ προσφέρει πληροφορίες για τον τρόπο με τον οποίο η αίσθηση της ταυτότητας των ανθρώπων συνδέεται με τους δεσμούς τους με τον τόπο στον οποίο ζουν.

Ο όρος φεστιβάλ προέρχεται ετυμολογικά από τη λατινική λέξη «festum», ο οποίος σημαίνει δημόσια χαρά, δημόσιο «γλέντι». Επιπλέον, στη λατινική γλώσσα χρησιμοποιούνταν η λέξη «feria» προσδιορίζοντας την ημέρα αργίας προς τιμή του εορτασμού ενός θεού. Αργότερα, η δύο λέξεις κατέληξαν να θεωρούνται συνώνυμες καθώς τα δύο είδη συνενώθηκαν. Η έννοια της «αποχής από την εργασία» ή της «άδειας από την εργασία» παρέμεινε και στη μεταγενέστερη χρήση της λέξης «festa» στην ιταλική γλώσσα, στους όρους «fête» και «festival» στη γαλλική, στη λέξη «fiesta» στην ισπανική και στη «festa» στην πορτογαλική γλώσσα. Παράλληλα, η λέξη «feria» συναντάται επίσης με διάφορες μορφές σε αρκετές λατινογενείς γλώσσες («feira» στην πορτογαλική, «feria» στην ισπανική, «feire» και «foire» στη γαλλική), μέχρι και τον σημερινό όρο «fair» στην αγγλική γλώσσα προσδιορίζοντας την αγορά και την έκθεση εμπορικών προϊόντων (Falassi, 1987).

Είναι χαρακτηριστικό, όπως αναφέρει η Quinn (2005), πως για πολλούς ιστορικούς το πρώτο φεστιβάλ διοργανώνεται το 534 π.Χ. στην Αθήνα προς τιμήν του Διόνυσου, θεού του κρασιού, της γιορτής και του χορού. Ο όρος, όμως, φεστιβάλ με τη σημερινή του έννοια χρησιμοποιείται για πρώτη φορά στην Αγγλία το 1655, κατά τη διοργάνωση του φεστιβάλ «Sons of Clergy» (Σκούλτσος, 2014), παρ' ότι γεγονότα και φεστιβάλ συναντώνται από πολύ νωρίτερα, καθώς αποτελούσαν σημαντικές πολιτιστικές πρακτικές και χρησίμευαν ως μορφές «δημόσιας προβολής» και «συλλογικού εορτασμού» (Quinn, 2009). Παρατηρείται πως συχνά οι πρακτικές αυτές σχετίζονταν με τους ρυθμούς της αγροτικής κοινωνίας και την ακολουθία των εποχών (Rolfe, 1992), ενώ την εποχή της Αναγέννησης οι δημόσιες εκδηλώσεις και οι τελετουργίες ήταν άκρως σημαντικές για την εύρυθμη λειτουργία των κοινωνιών (Muir, 1997). Επιπρόσθετα, η δυναμική των φεστιβάλ αποτέλεσε χρήσιμο εργαλείο προβολής και επιβολής της κυριαρχίας πόλεων-κρατών, με χαρακτηριστικότερο παράδειγμα τη Βενετία. Η συγκεκριμένη πόλη-κράτος στην προσπάθειά της να στηρίξει και να καθιερώσει την αποικιακή της κυριαρχία, χρησιμοποίησε ως μέσο τη γιορτή του Αγίου Μάρκου, προστάτη της πόλης, εξαναγκάζοντας όλες τις υποκείμενες πόλεις να γιορτάζουν μαζί της (Muir, 1997).

Τον 18^ο και 19^ο αιώνα, τα φεστιβάλ αλλάζουν χαρακτήρα. Οι πόλεις βρίσκονται υπό την επιρροή της εκβιομηχάνισης και εκδηλώσεις της αγροτικής ζωής και θρησκευτικές παραδόσεις παραγκωνίζονται. Τα φεστιβάλ πλέον έχουν ως κύρια θεματική διάφορες μορφές τέχνης και απευθύνονται σε πιο περιορισμένο κοινό, αποκτώντας έναν

«ελιτίστικο» χαρακτήρα (Bassett, 1993). Με την έλευση του 20^{ου} αιώνα, της παγκοσμιοποίησης και το πέρας του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, δημιουργείται η άμεση ανάγκη προώθησης της «υπερηφάνειας για τον τόπο» από τους κατοίκους, της προβολής δηλαδή της «ταυτότητας» της περιοχής, με στόχο τη διατήρηση της τοπικής ιστορίας και κουλτούρας και την αποφυγή της πολιτιστικής εξάρθρωσης (De Bres & Davis, 1991· Hall, 1992). Σήμερα, παρατηρείται νέα ανοδική πορεία των φεστιβάλ παγκοσμίως, καθώς πολλοί ερευνητές υποστηρίζουν πως αποτελούν μέσα τουριστικής προσέλκυσης και τα συνδέουν με τον τουρισμό ειδικών γεγονότων (O'Sullivan & Jackson, 2002· Prentice & Anderson, 2003· Quinn, 2005· 2009· Getz, 2007· Capriello, 2018).

2.4 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ ΚΑΙ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

Ο Getz (2008) υποστηρίζει πως τα γεγονότα αποτελούν κίνητρο για τον τουρισμό καθώς κατέχουν πλέον σημαντική θέση στον αναπτυξιακό σχεδιασμό και στο στρατηγικό μάρκετινγκ προορισμών. Τα γεγονότα δηλαδή, χρησιμοποιούνται από τους προορισμούς ως μοχλοί για τη δημιουργία ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων στην αγορά και στην επίτευξη των διαφόρων τους στόχων (Capriello, 2018). Η δημιουργία μίας θετικής εικόνας για την πόλη-προορισμό καθίσταται υψίστης σημασίας όταν πρόκειται για την οικονομική της ανασυγκρότηση (Hall, 1998). Άλλωστε, το στρατηγικό σχέδιο μάρκετινγκ του τόπου θεωρείται επιτυχημένο μόνο εφόσον ικανοποιεί τις ανάγκες και τις προσδοκίες των αγορών στόχων του (Kotler, 1999). Για το λόγο αυτό, όλο και περισσότερες πόλεις-προορισμοί επενδύουν στη διοργάνωση γεγονότων και εκδηλώσεων, ώστε να επιτύχουν την προβολή τους ως μοναδικοί τουριστικοί προορισμοί (Δέφνερ & Καραχάλης, 2010).

Ο όρος «τουρισμός γεγονότων» πρωτοεμφανίζεται το 1987 από το Τμήμα/Υπουργείο Τουρισμού και Δημοσιότητας Νέας Ζηλανδίας (Getz, 2008). Στη σημερινή εποχή, ο «τουρισμός γεγονότων» περικλείει όλα τα προσχεδιασμένα γεγονότα που περιλαμβάνονται σε ολοκληρωμένες προσεγγίσεις ανάπτυξης και μάρκετινγκ μίας περιοχής. Ως εκ τούτου, ο τουρισμός γεγονότων πρέπει να εξετάζεται από πλευράς ζήτησης και προσφοράς, όπως και κάθε είδος τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος. Για τον τουριστικό κλάδο αρμόδιοι για την ανάπτυξη και την προώθηση γεγονότων είναι

συχνά οι Οργανισμοί Διαχείρισης Προορισμών (Destination Management Organizations ή DMOs) καθώς και αναπτυξιακές εταιρίες. Ρόλος τους θεωρείται η δημιουργία και η προώθηση γεγονότων και εκδηλώσεων ως αξιοθέατα, καταλύτες, μέσα διαφήμισης και κατασκευής μίας θετικής και ελκυστικής εικόνας για τον εκάστοτε προορισμό. Η διοργάνωση και η φιλοξενία ειδικών γεγονότων συχνά χρησιμοποιείται με σκοπό να ενισχύσουν τουριστικά προορισμούς σε χρονικές περιόδους με χαμηλή τουριστική κινητικότητα (Ryan κ.α., 1998). Υπό το συγκεκριμένο πρίσμα, μεγάλα γεγονότα (mega events) και γεγονότα hallmark ενδιαφέρουν πολύ περισσότερο από μικρά, τοπικά γεγονότα, κυρίως λόγω της εμβέλειας των αποτελεσμάτων λειτουργίας τους. Ωστόσο, συχνά οι στρατηγικές που χρησιμοποιούνται αξιολογούν τα γεγονότα αποκλειστικά και μόνο σε επίπεδο οικονομικών απολαβών, στοχεύοντας στην εξασφάλιση κέρδους, παραμερίζοντας τις κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις τους και καθιστώντας τα μη βιώσιμα. Επιπλέον, τα ποικίλα ενδιαφέροντα και οι στόχοι των διάφορων ενδιαφερόμενων μερών που εμπλέκονται θέτουν εμπόδια στη δημιουργία και τη μακροπρόθεσμη επιτυχία των γεγονότων αυτών (Getz, 2008).

Ειδικότερα, όσον αφορά τα φεστιβάλ, κύριο χαρακτηριστικό της λειτουργίας τους θεωρείται η συγκρότηση μίας συγκεκριμένης εικόνας της πόλης/περιοχής, και μάλιστα σε τέτοιο βαθμό που θεωρούνται πλέον εργαλεία αναβάθμισης της εικόνας τους και δημιουργίας ενός ιδιαίτερου πολιτιστικού προφίλ (Quinn, 2009). Η πολιτιστική κληρονομιά, τα σύγχρονα πολιτιστικά στοιχεία ενός τόπου και οι δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου που προσφέρει αποτελούν το κύριο μέρος της στρατηγικής αναβάθμισης διότι αντικατοπτρίζουν την πραγματική εικόνα ενός τόπου (Evans, 2003). Άλλωστε, η δημιουργία ενός ισχυρού 'brand name' για μία περιοχή αποτελεί μέρος της γενικότερης αστικής πολιτιστικής πολιτικής της (Καραχάλης, 2007). Όμοια με άλλα τουριστικά πολιτιστικά προϊόντα, τα φεστιβάλ μπορούν να αποτελέσουν ευκαιρία προβολής της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς του προορισμού, των τοπικών του παραδόσεων, καθώς και των πολιτιστικών του τοπίων (McKercher, Mei & Tse, 2006). Με τον τρόπο αυτό προωθείται η ταυτότητα του συγκεκριμένου τόπου καθώς αναπτύσσεται το αίσθημα συλλογικότητας και ενότητας για τους ντόπιους κατοίκους (De Bres & Davis, 2001). Μάλιστα, οι πολιτιστικές δραστηριότητες, ο ελεύθερος χρόνος και η σχέση των δύο αυτών παραγόντων με τον τουρισμό μιας περιοχής, επηρεάζουν σημαντικά την ποιότητα ζωής του κοινωνικού της συνόλου (Psatha &

Deffner, 2012).

Τα παραπάνω, σύμφωνα με τον Getz (1989), αποτελούν κορυφαίο παράγοντα έλξης, λόγω της αίσθησης της μοναδικότητας που αποδίδουν σε ένα φεστιβάλ, και της προσφοράς της «αυθεντικής εμπειρίας» για τον τουριστικό πληθυσμό. Ωστόσο, το σημαντικότερο στοιχείο που καθιστά ένα φεστιβάλ τουριστικό είναι η δυνατότητα δημιουργίας ζήτησης, η αύξηση στον αριθμό διανυκτερεύσεων στην περιοχή ή η επέκταση της παραμονής των επισκεπτών (McKercher, Mei & Tse, 2006). Δυστυχώς, τα φεστιβάλ, με τον απαραίτητο και σωστό σχεδιασμό, μπορούν να χρησιμοποιηθούν με στόχο την επέκταση της τουριστικής περιόδου, με θετικές οικονομικές επιπτώσεις για την τοπική κοινωνία, δημιουργώντας εισοδήματα, προσφέροντας νέες θέσεις εργασίας, υποστηρίζοντας τις τοπικές επιχειρήσεις και τη δημιουργία νέας και καινοτόμας επιχειρηματικότητας (O'Sullivan & Jackson, 2002). Η δύσκολη σχέση που δημιουργείται ανάμεσα στα φεστιβάλ και τον τουρισμό διερευνάται από την Quinn το 2006, η οποία διευκρινίζει πως η βιωσιμότητα μεταξύ των δύο είναι αρκετά εύθραυστη. Τα φεστιβάλ, με λανθασμένη διαχείριση καταλήγουν να αποτελούν καταναλωτικά προϊόντα για την εύκολη και βραχυπρόθεσμη προσέλκυση τουριστικού πληθυσμού, χάνοντας τον αυθεντικό τους χαρακτήρα, ενώ αντίστοιχα ο αυξημένος τουρισμός και η επισκεψιμότητα αναγκάζει τα φεστιβάλ να αναπτύξουν νέους μηχανισμούς λειτουργίας, ώστε να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις των επισκεπτών. Ίσως, όμως, αυτή να είναι κι η «πρόκληση» που αποτελεί την κινητήρια δύναμη για την εξέλιξη των φεστιβάλ, η προσαρμογή τους δηλαδή στα νέα δεδομένα, και η συνεχής αλληλεπίδραση μεταξύ ενδογενών και εξωγενών δυνάμεων (Quinn, 2005; 2006).

2.5 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΣΤΟΝ ΤΟΠΟ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ

Τα φεστιβάλ και τα ειδικά γεγονότα γενικότερα είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με τον τόπο υποδοχής τους (Getz, 2018). Το συγκριτικό τους πλεονέκτημα σε σχέση με άλλες αναπτυξιακές πρακτικές είναι το χαμηλό κόστος σχεδιασμού και διοργάνωσής τους (Gursoy, Kim & Uysal, 2004). Στο βιβλίο του «Event Impacts Assessment», ο Getz (2018), διαχωρίζει τις επιπτώσεις των γεγονότων σε πέντε κατηγορίες, ανάλογα με τους τομείς επιρροής: α) κοινωνικές επιπτώσεις, β) πολιτιστικές επιπτώσεις, γ) επιπτώσεις στο δομημένο περιβάλλον, δ) επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον, ε) οικονομικές

επιπτώσεις. Με εκτεταμένο μέρος της υπάρχουσας βιβλιογραφίας να επικεντρώνεται στα αποτελέσματα των γεγονότων και των φεστιβάλ από οικονομικής πλευράς, ο ερευνητής σχολιάζει πως η επιστημονική έρευνα αναφορικά με το κοινωνικό, πολιτιστικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο είναι ελάχιστη. Σε έρευνα των Gibson κ. α. (2010) τονίζεται πως ανεξαρτήτως μεγέθους, τα περισσότερα φεστιβάλ επηρεάζουν θετικά την οικονομική ανάπτυξη της περιοχής υποδοχής, είτε σε μικρό αλλά είτε και σε πολύ μεγάλο βαθμό σε ορισμένες περιπτώσεις. Οι οικονομικές επιπτώσεις της διεξαγωγής ενός φεστιβάλ συχνά συνδυάζονται με τα τουριστικά οφέλη που προσφέρει. Σε πολλές περιπτώσεις, μάλιστα, τα φεστιβάλ έχουν το ρόλο του μοναδικού τουριστικού παράγοντα και αποτελούν το βασικότερο λόγο προσέλκυσης τουριστικών ρευμάτων. Συχνά, τα φεστιβάλ εντάσσονται στο γενικότερο στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης της περιοχής, καθώς έχουν τη δυνατότητα να συμβάλλουν στην επίλυση προβλημάτων, όπως η εποχικότητα και η χωρική συγκέντρωση (Αναγνώστου, 2018).

Ομοίως, ο Moscardo σε έρευνά του το 2007, εντοπίζει πως οι επιπτώσεις της διοργάνωσης φεστιβάλ διακρίνονται σε οικονομικές, τουριστικές, φυσικές/περιβαλλοντικές, κοινωνικό-πολιτιστικές, ψυχολογικές και ανάπτυξης της τοπικής κοινότητας. Στις οικονομικές επιπτώσεις ως θετικές παρουσιάζονται τα έσοδα από την τουριστική δαπάνη και η αύξηση των θέσεων εργασίας, ενώ ως αρνητικά η πιθανή ζημία, η αύξηση των τιμών για το ντόπιο πληθυσμό και τα ευκαιριακά κόστη. Στον τουριστικό τομέα θετικές εξελίξεις μπορούν να θεωρηθούν η βελτίωση της εικόνας του προορισμού καθώς και η επέκταση της τουριστικής περιόδου, ωστόσο η μη σωστή διαχείριση του γεγονότος μπορεί να οδηγήσει σε φθορά της φήμης της περιοχής. Επιπλέον, σε χωρικό επίπεδο η επιτυχημένη διοργάνωση ενός φεστιβάλ πιθανώς να οδηγήσει στη δημιουργία νέων εγκαταστάσεων και υποδομών, που με τη σειρά τους θα συμβάλλουν στην αναγέννηση υποβαθμισμένων περιοχών. Σε αντίθετη περίπτωση όμως, μπορούν να προκαλέσουν περιβαλλοντική ζημία και προβλήματα στον ιστό της πόλης, λόγω υπερπληθυσμού και συμφόρησης (Moscardo, 2007).

Η έρευνα επίσης, επισημαίνει πως τα φεστιβάλ αποτελούν κοινωνικές ευκαιρίες για τον τοπικό πληθυσμό, οι οποίες βελτιώνουν τα κοινωνικά δίκτυα και προωθούν την κοινωνική συνοχή και συλλογικότητα (Moscardo, 2007). Οι Quinn (2010) και Gursoy, Kim και Uysal (2004), μάλιστα, τονίζουν πως οι κοινωνικές επιπτώσεις των φεστιβάλ είναι συχνά σημαντικότερες από τις οικονομικές, λόγω των προσφερόμενων δυνατοτήτων κοινωνικής δικτύωσης και της επίτευξης της κοινωνικής συνοχής υπό μία

τοπική και πολιτιστική ταυτότητα. Η αίσθηση της ομαδικότητας και της ένταξης σε ένα κοινωνικό σύνολο με κοινές αρχές και αξίες προάγει την ευημερία της περιοχής. Μέσα από τα φεστιβάλ αντικατοπτρίζεται το συνολικό σύστημα αξιών, οι παραδόσεις, οι εμπειρίες και η συλλογική μνήμη της κοινότητας, οι οποίες κληροδοτούνται αλλά και αναπροσαρμόζονται από γενιά σε γενιά (Derret, 2003). Κίνδυνος όμως ελλοχεύει στην εκμετάλλευση του πολιτιστικού πλούτου με αποτέλεσμα την εμπορευματοποίησή του, όπως επίσης και στο ξέσπασμα αντικοινωνικών συμπεριφορών λόγω δυσαρέσκειας από την τοπική κοινότητα. Σε τοπικό/αναπτυξιακό επίπεδο η διεκπεραίωση φεστιβάλ μπορεί να αποτελέσει μοχλό ενίσχυσης δεξιοτήτων για τους εθελοντές και τους συμμετέχοντες, να προσφέρει υποστήριξη στην προώθηση τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών και να συμβάλλει στην ανάπτυξη συνεργασιών και εταιρικών συμμαχιών. Μοναδική ίσως συνέπεια πιθανώς να υπάρξει σε περίπτωση που το φεστιβάλ και τα συμφέροντά του συγκρούονται με άλλες περιφερειακές δραστηριότητες (Moscardo, 2007).

2.6 ΤΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΠΟΛΕΙΣ

Όσον αφορά τη σχέση που διέπει τον πολιτιστικό τομέα και τις σχετικές με αυτόν δραστηριότητες με μία συγκεκριμένη περιοχή και πιο συγκεκριμένα μία πόλη, είναι απαραίτητη η ανάλυση του όρου πολιτιστική πολιτική. Πρακτικά, ως πολιτιστική πολιτική χαρακτηρίζεται «το άθροισμα των δραστηριοτήτων μίας κυβέρνησης (ή ενός φορέα διοίκησης) σε σχέση με τις τέχνες, τις ανθρωπιστικές επιστήμες και την πολιτιστική κληρονομιά» (Schuster, 2003). Οι δραστηριότητες αυτές αποτελούν τη στρατηγική του εκάστοτε φορέα τοπικής ή εθνικής διοίκησης, η οποία σχετίζεται με την παραγωγή, την προβολή, το μάρκετινγκ και την κατανάλωση των τεχνών (Rentschler κ.α., 2002). Το 2006 η Κόνσολα παραθέτει τον παρακάτω συγκεντρωτικό ορισμό: «Πολιτιστική πολιτική είναι ένα σύστημα σκοπών, μέσων και φορέων που συνδυάζονται σε ένα πρόγραμμα για να επιτευχθεί η γνώση, η ενίσχυση και η διάδοση του πολιτιστικού φαινομένου μίας κοινότητας για μία δεδομένη χρονική περίοδο» (2006).

Η συσχέτιση, λοιπόν, του παραπάνω όρου με τα φεστιβάλ που πραγματοποιούνται στον ελλαδικό χώρο είναι σημαντικός, καθώς όπως έχει παρατηρηθεί στην Ελλάδα τα περισσότερα φεστιβάλ διοργανώνονται από φορείς της δημόσιας διοίκησης. Πιο συγκεκριμένα, από το 1980 και έπειτα δόθηκε προτεραιότητα στην τοπική πολιτιστική

ανάπτυξη με την ανάθεση της πολιτιστικής πολιτικής στους φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης. Έτσι ξεκίνησε μία περίοδος άνθισης των φεστιβάλ στην ελληνική περιφέρεια, ώστε να διεκπεραιώνονται τα πολιτιστικά προγράμματα της διοίκησης κάθε περιοχής (Κόνσολα και Καραχάλης, 2010). Κατά την περίοδο 1995-2010, παρατηρείται επιπλέον αύξηση του αριθμού των φεστιβάλ, πολλά από τα οποία αντλούν τη δυνατότητα υλοποίησής τους ή και τη θεματική τους ακόμη από τη ραγδαία εξέλιξη των νέων τεχνολογιών, ενώ επίσης αξιοποιούν καινοτόμους τρόπους χρηματοδότησης και συνεργασίας (Γεωργούλα, 2018).

Από το 2010 έως και σήμερα είναι δύσκολο να δοθεί μία ολοκληρωμένη περιγραφή της κατάστασης του συγκεκριμένου τομέα, καθώς παράγοντες όπως η δύσκολη οικονομική κατάσταση των περασμένων ετών, οι αναδιαρθρώσεις που πραγματοποιήθηκαν στις δομές της τοπικής αυτοδιοίκησης, η αστάθεια και η αβεβαιότητα, σίγουρα άσκησαν εκτεταμένη επιρροή. Επιπλέον, αποτρεπτικός παράγοντας ενδελεχούς ακαδημαϊκής έρευνας στον τομέα των πολιτιστικών γεγονότων και των φεστιβάλ στην Ελλάδα αποτελεί η απουσία σχετικών δεδομένων, όπως μία πλήρη καταγραφή των φεστιβάλ της χώρας. Παρά το γεγονός ότι έχει συσταθεί από το Υπουργείο Πολιτισμού αρμόδιος φορέας για την καταγραφή και την προβολή των φεστιβάλ ανά επικράτεια (Τμήμα Περιφερειακής Πολιτικής, Φεστιβάλ και Υποστήριξης Δράσεων), τα σχετικά δεδομένα δεν έχουν ακόμη δημοσιευθεί (Γεωργούλα, 2018). Ως εκ τούτου, είναι σχεδόν ακατόρθωτο να σχηματιστεί μία εμπειριστατωμένη άποψη για τα φεστιβάλ στην Ελλάδα σήμερα, γεγονός που δυσχεραίνει την εκτίμηση της τουριστικής αξίας των φεστιβάλ αλλά και την αξιολόγηση των οικονομικών, κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεών τους στο τόπο διοργάνωσής τους αλλά και συνολικά. Ο μοναδικός τρόπος να εκτιμηθούν όλες αυτές οι παράμετροι είναι εξετάζοντάς τα μεμονωμένα ή σε ομάδες, μέθοδος που προτιμάται από τις περισσότερες ερευνητικές εργασίες έως σήμερα.

2.7 ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο κυρίως θέμα αποτέλεσαν τα ειδικά γεγονότα και ιδιαιτέρως η κατηγορία των φεστιβάλ. Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, τα φεστιβάλ αποτελούν χαρακτηριστικό κάθε πολιτισμού από την αρχαιότητα έως και σήμερα. Τις τελευταίες δεκαετίες παρατηρείται αύξηση των διοργανώσεων φεστιβάλ σε παγκόσμιο επίπεδο, γεγονός που οι ερευνητές αποδίδουν στη σύνδεση των φεστιβάλ με τον σχεδιασμό και την ανάπτυξη του μάρκετινγκ του τόπου. Λειτουργώντας ως ελκυστικοί παράγοντες και τονίζοντας την ιδιαιτερότητα της ταυτότητας του εκάστοτε τόπου, τα φεστιβάλ χρησιμοποιούνται πλέον με στόχο την προσέλκυση τουριστικού πληθυσμού. Μελέτες, ωστόσο, αποδεικνύουν πως η διοργάνωση φεστιβάλ συμβάλλει σημαντικά όχι μόνο στον τουριστικό και κατ' επέκταση στον οικονομικό τομέα της κοινότητας υποδοχής, αλλά και στον κοινωνικό-πολιτιστικό με την προώθηση της κοινωνικής συνοχής και συλλογικότητας. Στην Ελλάδα τα περισσότερα φεστιβάλ διοργανώνονται από φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης, ενώ τις τελευταίες δεκαετίες παρατηρείται αύξηση του αριθμού τους. Στο επόμενο κεφάλαιο αναλύονται οι διαδικασίες σχεδιασμού και διαχείρισης των φεστιβάλ, καθώς επίσης και οι πρακτικές χρηματοδότησης και στήριξης της λειτουργίας τους.

3. Ο ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΝΟΣ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

3.1 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

3.1.1 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ ΚΑΙ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

Ο σχεδιασμός και η διαχείριση γεγονότων και εκδηλώσεων αποτελεί πρακτική που συνδυάζει πολλά επιστημονικά πεδία και ανήκει σε μία ταχέως αναπτυσσόμενη βιομηχανία. Ως επί το πλείστον, η απασχόληση στον συγκεκριμένο τομέα απαιτεί δημιουργικότητα και οργανωτικές δεξιότητες (Silvers κ.α., 2005). Μάλιστα, είναι σημαντικό πως το αυξημένο ενδιαφέρον για τον τομέα διαχείρισης γεγονότων σε επαγγελματικό επίπεδο έχει δημιουργήσει την ανάγκη για προσφορά περισσότερων σχετικών ακαδημαϊκών και εκπαιδευτικών προγραμμάτων παγκοσμίως, καθώς επίσης και μίας προσπάθειας συγκέντρωσης της υπάρχουσας γνώσης και βιβλιογραφίας για τη δημιουργία ενός καθολικού γνωστικού πυρήνα (Getz, 2002· Silvers κ.α., 2005). Σύμφωνα με τον Getz (2008), με τον όρο Διαχείριση Γεγονότων και Εκδηλώσεων ορίζεται:

Ο εφαρμοσμένος τομέας σπουδής και το αντικείμενο επαγγελματικής πρακτικής που περιλαμβάνει το σχεδιασμό, την παραγωγή και διαχείριση προσχεδιασμένων γεγονότων, όσον αφορά σε φεστιβάλ και άλλες εορταστικές εκδηλώσεις, γεγονότα ψυχαγωγίας και αναψυχής, γεγονότα και εκδηλώσεις με επίκεντρο πολιτικά και εθνικά θέματα, γεγονότα επιστημονικά, γεγονότα αθλητικά και εκπαιδευτικά, σε εταιρικό-επιχειρησιακό επίπεδο, όπως συνεδριάσεις, συμβάσεις, εκθέσεις και επιδείξεις καθώς και σε ιδιωτικό επίπεδο, όπως θρησκευτικές τελετές, γάμοι και κοινωνικά γεγονότα για φιλικά και συγγενικά πρόσωπα (2008).

Για τους Bowdin κ. α. (2011) η οργάνωση και η δημιουργία ενός γεγονότος και κατ' επέκταση ενός φεστιβάλ ξεκινά από τη σύλληψη της ιδέας του γεγονότος. Κρίσιμο στάδιο για την επιτυχία ενός γεγονότος αποτελεί η έρευνα αγοράς, η οποία προηγείται οποιασδήποτε άλλης ενέργειας, ώστε να καθοριστεί το ακριβές πλαίσιο στο οποίο θα εξελιχθεί το γεγονός. Με τον τρόπο αυτό, ο διαχειριστής της εκδήλωσης αναγνωρίζει όλους τους παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν τη λειτουργία της, όπως οι βασικές ομάδες ενδιαφερόμενων μερών, ο υπάρχων ανταγωνισμός, οι συνθήκες στην τοπική κοινότητα. Επιπρόσθετα, καθοριστικός παράγοντας για τον τρόπο διοργάνωσης μίας εκδήλωσης ή ενός φεστιβάλ θεωρείται η ταυτότητα του Φορέα Διοργάνωσης.

Συχνά φεστιβάλ και γεγονότα διοργανώνονται από φορείς Δημόσιας Διοίκησης, ή από τμήματα και υπηρεσίες που δημιουργήθηκαν γι' αυτό το σκοπό. Συνήθως τα γεγονότα αυτά απευθύνονται στο ευρύ κοινό, έχουν ελεύθερη είσοδο και αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της κοινωνικής ζωής του τόπου υποδοχής. Γεγονότα και φεστιβάλ διοργανώνονται, επίσης, από φορείς του ιδιωτικού τομέα, είτε σε συνεργασία με τις δημοτικές αρχές είτε και ως μέρος της ευρύτερης επιχειρηματικής τους πολιτικής. Σε αυτές περιλαμβάνονται και επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη διοργάνωση και πώληση γεγονότων και φεστιβάλ, όπως εταιρίες διαχείρισης εκδηλώσεων και ενώσεις που διοργανώνουν συνέδρια και εκθέσεις. Τέλος, αρκετά γεγονότα και φεστιβάλ διοργανώνονται από την ίδια την κοινότητα για την κάλυψη ποικίλων αναγκών της, με βασικό στοιχείο που τις ξεχωρίζει τον εθελοντισμό (Bowdin κ. α., 2011).

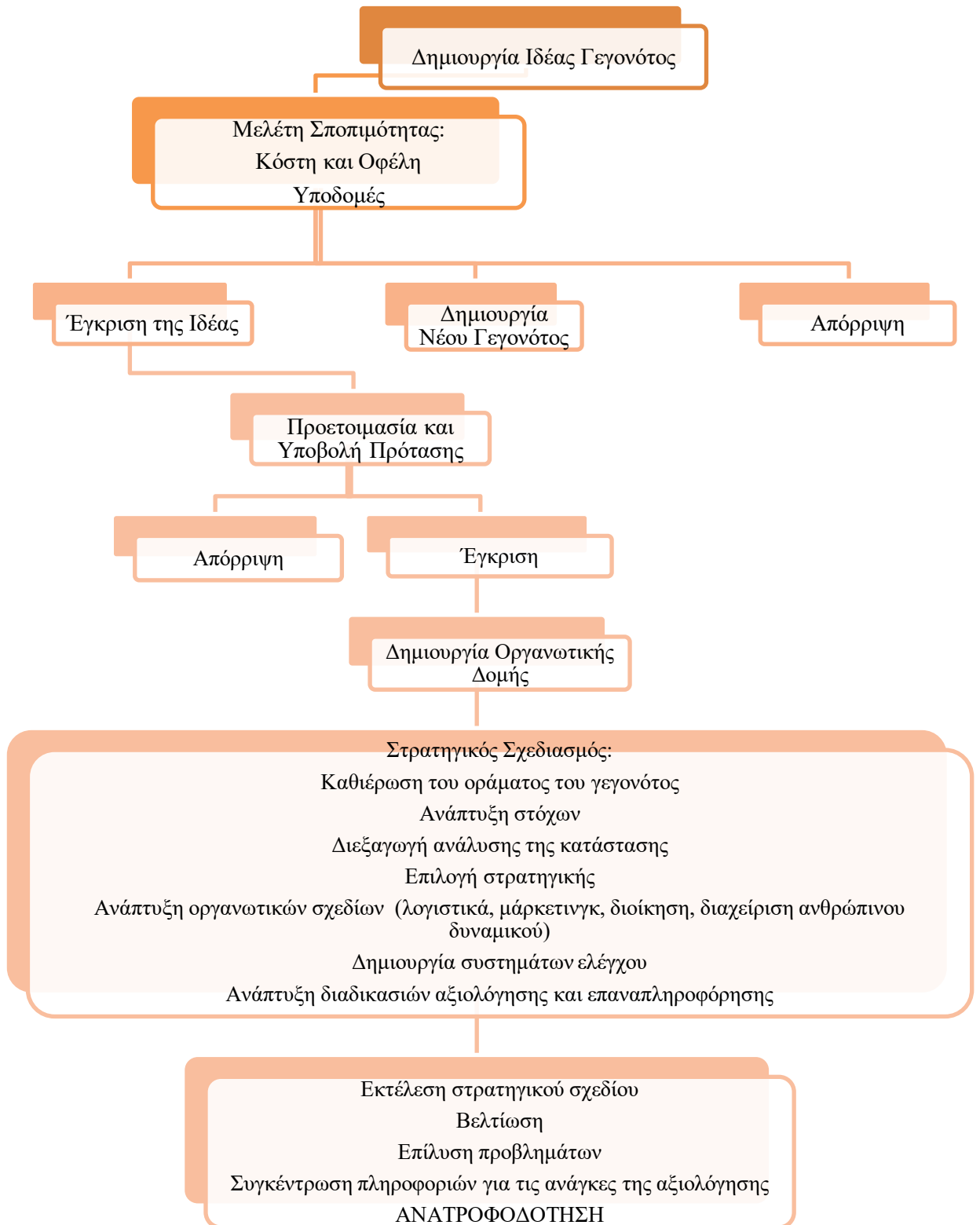
Οι σημαντικότερες παράμετροι οι οποίες πρέπει να καθοριστούν πριν το σχεδιασμό ενός γεγονότος, ενός φεστιβάλ προσδιορίζονται από τον Goldblatt (2005), ως τα 5W's:

1. (Why) Γιατί σχεδιάζεται το συγκεκριμένο γεγονός; Ποιους σκοπούς αναμένεται να εξυπηρετήσει;
2. (Who) Ποιες ομάδες θα αποτελούν τα ενδιαφερόμενα μέρη στο εσωτερικό και στο εξωτερικό περιβάλλον του γεγονότος;
3. (When) Πότε θα υλοποιηθεί το γεγονός ώστε να επιτύχει τους στόχους του;
4. (Where) Που θα λάβει χώρα;
5. (What) Ποιο είναι ο θέμα του γεγονότος αυτού;

3.1.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ ΚΑΙ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

Για το σχεδιασμό ενός νέου γεγονότος, στην προκειμένη περίπτωση φεστιβάλ, οι Bowdin κ. α. (2011) προτείνουν ως πρώτο και βασικό βήμα την εκπόνηση μελέτης που να προβλέπει το βαθμό κατά τον οποίο η δημιουργία του φεστιβάλ είναι εφικτή. Μόνο στην περίπτωση που η μελέτη αποδεικνύει πως το φεστιβάλ μπορεί να είναι κερδοφόρο, συνιστάται η συνέχεια του σχεδιασμού. Ο Getz (2005) υποστηρίζει πως η έρευνα είναι υποχρεωτική για νέα αλλά και για παλαιότερα φεστιβάλ που πρόκειται να επαναληφθούν. Στη συνέχεια συντάσσεται η επίσημη πρόταση για το σχεδιασμό του φεστιβάλ, η οποία, αν γίνει αποδεκτή από τα ενδιαφερόμενα μέρη, οδηγεί στο σχεδιασμό της οργανωτικής δομής (Γράφημα 1).

Γράφημα 1. Βήματα για το σχεδιασμό ενός Φεστιβάλ.



Πηγή: (Bowdin κ.α., 2011), Ιδία Επεξεργασία

Έπειτα από το σχεδιασμό της οργανωτικής δομής, ξεκινά ο στρατηγικός σχεδιασμός του φεστιβάλ, ώστε να διασφαλιστεί η κάλυψη των αναγκών λειτουργίας και η επίτευξη των στόχων των αγορών. Ως πρωταρχικό βήμα θεωρείται ο καθορισμός του οράματος του φεστιβάλ, της «αποστολής» που καλείται να εκπληρώσει, του λόγου για τον οποίο διοργανώνεται. Στο σημείο αυτό, οι υπεύθυνοι της διοργάνωσης καλούνται να αφομοιώσουν στο όραμα του φεστιβάλ, την κάλυψη των αναγκών των αγορών στόχων τους και να δηλώσουν ποιες είναι οι μακροπρόθεσμες επιδιώξεις τους (Thomson & Martin, 2005· Bowdin κ.α., 2011). Ο καθορισμός των στόχων του φεστιβάλ, από την άλλη, αποδίδει σαφείς κατευθύνσεις στα οργανωτικά μέλη, ενώ με τον όρο αντικειμενικός σκοπός (οικονομικός, ποιοτικός, συμμετοχής, ανθρώπινων πόρων, ευαισθητοποίησης και γνώσεων) προσδιορίζεται ποσοτικά η πρόοδος των μελών ως προς την επίτευξη των στόχων αυτών (Bowdin κ. α., 2011).

Επόμενο βήμα για έναν επιτυχημένο στρατηγικό σχεδιασμό αποτελεί η εκπόνηση μίας ενδελεχούς ανάλυσης κατάστασης με τη χρήση της μεθόδου ανάλυσης SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats). Εξετάζοντας τους παράγοντες που επηρεάζουν τη λειτουργία του φεστιβάλ στο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον του, καθίσταται ευκολότερη η λήψη αποφάσεων για το σχεδιασμό του. Το πολιτικό και νομοθετικό πλαίσιο, η οικονομική κατάσταση του τόπου υποδοχής, το κοινωνικό-πολιτιστικό περιβάλλον, οι τεχνολογικές εξελίξεις, τα δημογραφικά στοιχεία, περιβαλλοντικά ζητήματα και ο ανταγωνισμός αποτελούν εξωτερικούς παράγοντες επιρροής που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη για να καθοριστούν οι ενέργειες που θα προσελκύσουν τις αγορές-στόχους, αλλά και όλα τα στοιχεία που μπορούν να αποτελέσουν απειλές ως προς αυτές. Η ίδια διαδικασία αφορά επίσης το εσωτερικό περιβάλλον του φεστιβάλ, δηλαδή την ανάλυση των φυσικών, οικονομικών, πληροφοριακών και ανθρώπινων πόρων του (Bowdin κ. α., 2011).

Η στρατηγική που θα ακολουθηθεί μετέπειτα εξαρτάται από τους στόχους του φεστιβάλ. Ο Getz (2005) τονίζει τη σημασία της αξιολόγησης της στρατηγικής, όποιο είδος και να έχει επιλεγθεί, ώστε να επαληθευτεί η καταλληλότητα, η εφικτότητα, και η αποδοχή της. Με βάση την επιλεγμένη στρατηγική ξεκινά η φάση της ανάπτυξης του φεστιβάλ, που περιλαμβάνει τις διαδικασίες οργάνωσης διαφόρων τομέων λειτουργίας, όπως η διοίκηση, χρηματοδότηση, η έρευνα και η αξιολόγηση, το μάρκετινγκ, οι υποστηρικτικές υπηρεσίες, οι χορηγίες, η διαχείριση κινδύνων και η στελέχωση (Allen κ. α., 2002· Getz, 2005· Bowdin κ. α., 2011· Βασιλειάδης, 2014). Κάθε τομέας

λειτουργεί με το δικό του λειτουργικό σχέδιο και στοχεύει στην εκπλήρωση διαφορετικών σκοπών. Για τη διασφάλιση της εύρυθμης και επιτυχημένης λειτουργίας κάθε τομέα είναι απαραίτητη η ύπαρξη συστημάτων ελέγχου για την έγκαιρη πρόληψη κινδύνων κι επιπλοκών (Getz, 2005· Bowdin κ. α., 2011). Τελική φάση, μετά τη λήξη του φεστιβάλ, αλλά σύμφωνα με αρκετούς ερευνητές του τομέα, μία από τις πιο σημαντικές, είναι η αξιολόγηση του γεγονότος-φεστιβάλ, και η ανατροφοδότηση για τη βελτίωσή του όταν και αν επαναληφθεί (Allen κ. α., 2002· Getz, 2005· Bowdin κ. α., 2011· Βασιλειάδης, 2014).

3.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΤΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

3.2.1 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

Βασική προϋπόθεση για το σωστό σχεδιασμό και τη διαχείριση ενός φεστιβάλ, αλλά και οποιοδήποτε γεγονός, αποτελεί η αποτίμηση ενός συνολικού προϋπολογισμού. Η συγκεκριμένη διαδικασία χαρακτηρίζεται από τον υπολογισμό του κόστους και των εσόδων της διοργάνωσης του φεστιβάλ, καθώς και την κατανομή των οικονομικών πόρων. Ειδικότερα, στόχος της πρακτικής αυτής αποτελεί η σύγκριση του πραγματικού κόστους και των εσόδων λειτουργίας με τα προβλεπόμενα κόστη και έσοδα. Σύμφωνα με τους Bowdin κ. α. (2011), τα έσοδα ενός φεστιβάλ προέρχονται από ειδικές χρηματοδοτήσεις και επιχορηγήσεις, χορηγίες, δωρεές και πωλήσεις εισιτηρίων αν υπάρχουν, ενώ τα κόστη σχετίζονται με τις λειτουργίες της διοίκησης, τους μισθούς των εργαζομένων, τον εξοπλισμό, το μάρκετινγκ, την εξασφάλιση της ασφάλειας, την έκδοση αδειών, τυχόν μεταφορές και φιλοξενία ατόμων, και πολλές ακόμη διαδικασίες ανάλογα τη φύση του φεστιβάλ.

Παρατηρείται, λοιπόν, πως η συγκέντρωση του απαραίτητου χρηματικού κεφαλαίου για την υποστήριξη ενός φεστιβάλ επηρεάζεται αρκετά ή σε πολλές περιπτώσεις στηρίζεται εξ ολοκλήρου σε εξωτερικούς παράγοντες. Ως επί το πλείστον, η απαραίτητη χρηματοδότηση προέρχεται συνήθως από τους αρμόδιους φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης, τους οργανισμούς και τα σχετικά υπουργεία της κεντρικής/εθνικής διοίκησης, και από πρωτοβουλίες του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα. Για το λόγο αυτό συχνά η βοήθεια που παρέχεται είναι περιορισμένη καθώς το ίδιο ισχύει και για τον προϋπολογισμό που διατίθεται στους παραπάνω φορείς (Getz, 2002). Στο σημείο αυτό πρέπει να σημειωθεί πως σε πολλές περιπτώσεις στην Ελλάδα η

διοργάνωση ενός φεστιβάλ αναλαμβάνεται εξ ολοκλήρου από τις δημοτικές αρχές, γεγονός που διασφαλίζει την οικονομική κάλυψη των αναγκών διοργάνωσης. Ωστόσο, συχνά η συγκεκριμένη πρωτοβουλία βρίσκεται αντιμέτωπη με βραδυκίνητους γραφειοκρατικούς μηχανισμούς που δημιουργούν εμπόδια στην υλοποίησή της, ενώ πιθανόν να αντιμετωπίζεται από την κοινότητα με δισταγμό, λόγω του ενδεχομένου πολιτικής παρέμβασης (Κόνσολα & Καραχάλης, 2010).

Είναι σημαντικό πως σύμφωνα με έρευνα των Κόνσολα και Καραχάλη (2010), παρατηρείται πως στην Ελλάδα στην πλειονότητα των φεστιβάλ που υλοποιούνται σε περιφερειακές πόλεις ως διοργανωτές αλλά και κύριοι χρηματοδότες παρουσιάζονται οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Οι δημοτικές αρχές αποτελούν συχνά το βασικό ή και ορισμένες φορές το μοναδικό φορέα χρηματοδότησης των φεστιβάλ, ενώ λίγα είναι εκείνα που λαμβάνουν επιχορηγήσεις από το Υπουργείο Πολιτισμού. Αξιόλογο εύρημα αποτελεί και το γεγονός πως σπάνια τα χρηματικά ποσά που προέρχονται από χορηγίες του ιδιωτικού τομέα καλύπτουν συνολικά τα έξοδα της διοργάνωσης και λειτουργίας (Κόνσολα & Καραχάλης, 2010).

Ως πηγή χρηματοδότησης στον τομέα του πολιτισμού τα τελευταία χρόνια έχει επίσης παρουσιαστεί το ΕΣΠΑ (Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης), το οποίο λειτουργεί για το χρονικό διάστημα 2014-2020 και αποτελεί «το βασικό στρατηγικό σχέδιο για την ανάπτυξη της χώρας με τη συνδρομή σημαντικών πόρων που προέρχονται από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία (ΕΔΕΤ) της Ευρωπαϊκής Ένωσης (espa.gr, 2019). Στόχος του συγκεκριμένου προγράμματος είναι η ενίσχυση της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας σε διάφορους επαγγελματικούς τομείς στην Ελλάδα, ώστε να τεθούν οι απαραίτητες βάσεις για την επίτευξη αειφόρου ανάπτυξης (espa.gr, 2019). Τέλος, το πρόγραμμα Δημιουργική Ευρώπη (Creative Europe) που δημιουργήθηκε με απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής παρουσιάζεται ως ένας ακόμη φορέας που στοχεύει στην υποστήριξη του τομέα του πολιτισμού. Με κεφάλαιο μεγαλύτερο του ενός δισεκατομμυρίου αποτελεί βασικό πυλώνα και σημαντική βοήθεια για τις πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες ολόκληρης της Ευρώπης. Θεμελιώδεις αρχές του προγράμματος είναι η προσαρμογή του πολιτιστικού τομέα στη νέα ψηφιακή εποχή και η ενίσχυσή του με στόχο την επίτευξη της κοινωνικής συνοχής και της βιωσιμότητας (ec.europa.eu, 2019).

3.2.2 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ

Μία από τις πιο συνηθισμένες μορφές ιδιωτικής χρηματοδότησης πολιτιστικών δραστηριοτήτων όπως τα φεστιβάλ είναι ο θεσμός της χορηγίας. Σύμφωνα με τον Κουτούπη (2005), με τον όρο χορηγία ορίζεται η χρηματοδότηση ή η στήριξη με οποιονδήποτε τρόπο, από ιδιωτικούς φορείς, κοινωνικών δραστηριοτήτων ή οργανισμών μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, οι οποίοι με τη σειρά τους θα φροντίσουν για τη θετική προβολή των χορηγών στο κοινωνικό σύνολο. Η συγκεκριμένη πρακτική θεωρείται θεσμική δράση που στοχεύει στη προβολή και τη δημιουργία ενός θετικού εταιρικού προφίλ (Kim & Dongjun, 2016). Επιπρόσθετα, συχνά ο θεσμός χρησιμοποιείται για την κάλυψη δευτερευόντων στόχων, όπως η επίτευξη της επανεκτίμησης εταιρικών προϊόντων, της κοινωνικής αποδοχής, της αλλαγής της κοινής γνώμης και της αύξησης της κάλυψης των εταιρικών προϊόντων ή υπηρεσιών από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (Blundo κ. α., 2017). Πρωταρχικός στόχος των ιδιωτικών επιχειρήσεων για την παροχή χορηγίας στον πολιτιστικό τομέα αποτελεί η δημιουργία ενός κοινωνικού προφίλ, μίας εικόνας ευαισθητοποιημένου «πολίτη», γεγονός που θα προσελκύσει το κοινό στο οποίο επιλέγει να απευθυνθεί (Meenaghan & Flood, 1983· O' Hagan & Harvey, 2000· Kim & Dongjun, 2016· Blundo κ. α., 2017).

Ωστόσο, η χορηγία δεν αποτελεί ένα σύγχρονο φαινόμενο. Θεσμοθετήθηκε για πρώτη φορά κατά τα τέλη του 6^{ου} αιώνα π.Χ. στην Αρχαία Αθήνα από τον πολιτικό Κλεισθένη, ενώ η παρακμή της ξεκινά κατά τον 4^ο αιώνα π.Χ. (Κουτούπης, 2005). Η χορηγία υπήρξε μία εκ των «λειτουργιών», δηλαδή των δράσεων που η πολιτεία ανέθετε στους εύπορους κατοίκους της, ώστε να συμβάλουν στην οικονομική και πολιτιστική της ανάπτυξη και την επίτευξη της κοινωνικής συνοχής. Μέσα από διαδικασία κλήρωσης, πρόκυπτε ένας χορηγός από κάθε φυλή της Αθήνας, ο οποίος αναλάμβανε τα έξοδα της διοργάνωσης διάφορων θρησκευτικών εορτών. Από την άλλη, ο χορηγός αποκτούσε την τιμή ενός «ιερού» προσώπου και αντιμετωπιζόταν με εύνοια από την πολιτεία σε πολιτικά και νομικά ζητήματα (Κουτούπης, 2005· Σκαλτσά, 2007).

Σήμερα, σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία και πιο συγκεκριμένα το Άρθρο 1 του Νόμου 3525/2007:

Ως «Πολιτιστική χορηγία» νοείται η χρηματική ή άλλης μορφής οικονομική παροχή σε είδος, σε άυλα αγαθά ή υπηρεσίες από φυσικά ή νομικά πρόσωπα,

ημεδαπά ή αλλοδαπά, για την ενίσχυση συγκεκριμένων πολιτιστικών δραστηριοτήτων ή σκοπών του αποδέκτη της χορηγίας με αντιστάθμισμα την προβολή του κοινωνικού προσώπου και της ευποιίας του χορηγού (ΦΕΚ, 2007).

Στο ίδιο άρθρο προσδιορίζονται ακόμη οι όροι «χορηγός», «αποδέκτης χορηγίας» και «πολιτιστική δραστηριότητα». Στο δεύτερο άρθρο, διευκρινίζεται πως η πολιτιστική χορηγία διαφέρει από την έννοια της «δωρεάς», της «επιχορήγησης», της «διαφήμισης» και της «προώθησης πωλήσεων». Επιπρόσθετα, στο Άρθρο 3, ανακοινώνεται η σύσταση Γραφείου Χορηγιών, το οποίο θα υπάγεται στο Υπουργείο Πολιτισμού, με αρμοδιότητες τη σύνταξη καταλόγων πολιτιστικών δραστηριοτήτων που μπορούν να αποδεχτούν πολιτιστικές χορηγίες, την παροχή των κατάλληλων υπηρεσιών για την εύρυθμη και θεσμοθετημένη υλοποίηση πολιτιστικών χορηγιών καθώς επίσης και τη βράβευση διακεκριμένων περιπτώσεων χορηγιών. Η διαδικασία η οποία θα πρέπει να ακολουθηθεί από τους ενδιαφερόμενους ξεκινά με την κατάθεση του χορηγικού φακέλου, όπου ορίζονται οι όροι και οι προϋποθέσεις της διαδικασίας, αλλά και της αίτησης για προσφορά χορηγίας στο Γραφείο Χορηγιών. Έπειτα, το Γραφείο Χορηγιών εξετάζει την εγκυρότητα και την επάρκεια των δεδομένων και προχωρά στην υπογραφή χορηγικής σύμβασης από τα συμβαλλόμενα μέλη. Εάν για οποιονδήποτε λόγο δεν εφαρμοστούν τα συμφωνηθέντα τότε η χορηγία δεν ολοκληρώνεται (ΦΕΚ, 2007).

3.2.3 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΞΑΡΤΗΣΗ ΑΠΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Συχνότερη αιτία αποτυχίας ενός φεστιβάλ θεωρείται η ανεπαρκής οικονομική στήριξη ή η λανθασμένη οικονομική διαχείριση (Getz, 2002). Όπως διευκρινίστηκε στην παρούσα ενότητα, τα φεστιβάλ εξαρτώνται συχνά σχεδόν αποκλειστικά από τη στήριξη εξωτερικών παραγόντων. Η στήριξη, όμως, αυτή δεν είναι σταθερή και η διαχείρισή της απαιτεί σωστούς και στοχευμένους χειρισμούς ώστε να αποδώσει. Σύμφωνα με έρευνα του 2002, 39 διοργανωτές φεστιβάλ ανέδειξαν ως συχνότερα και σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν και μπορούν να βλάψουν τη διοργάνωση, την έλλειψη χορηγιών από ιδιωτικές επιχειρήσεις, την υπερβολική εξάρτηση από μία πηγή χρηματοδότησης, την ανεπάρκεια στρατηγικών για την εξασφάλιση οικονομικής ενίσχυσης και τη λανθασμένη διαχείριση κόστους (Getz, 2002).

Στόχος κάθε διοργανωτή φεστιβάλ είναι να δημιουργήσει ένα πλεόνασμα από κάθε συνεργασία που συνάπτει με ενδιαφερόμενα μέρη ώστε να εξασφαλίσει την ευνοϊκή αποτίμηση των πόρων που χρειάζεται, η οποία ταυτόχρονα θα πρέπει να είναι αποδεκτή από τον ενδιαφερόμενο που τους προσφέρει. Η παραπάνω διαπραγματεύση είναι καθοριστική για την πορεία του φεστιβάλ (Anderson & Getz, 2007). Η δυναμική των σχέσεων που αναπτύσσονται μεταξύ των διοργανωτών και του εξωτερικού περιβάλλοντος θεωρείται ασύμμετρη όταν ένα ενδιαφερόμενο μέρος εξαρτάται από το άλλο χωρίς η εξάρτηση αυτή να είναι αμοιβαία. Ο Sandoff (2002) εντοπίζει τις ακόλουθες συνθήκες ως κυριότερους παράγοντες που επηρεάζουν την εξάρτηση για την εξασφάλιση των πόρων: α) η συγκέντρωση αγοράς (η ύπαρξη ή μη εναλλακτικών προμηθευτών), β) η δυνατότητα υποκατάστασης του πόρου και γ) η ισχύ της πηγής για την επίτευξη του τελικού αποτελέσματος. Επιπλέον, είναι σημαντικό πως οι απαραίτητοι πόροι που χρειάζονται για την υλοποίηση ενός φεστιβάλ δεν περιορίζονται μόνο σε χρηματικά κεφάλαια. Χρήσιμοι πόροι για τα φεστιβάλ αλλά και για κάθε οργανισμό ορίζονται και τα άυλα αγαθά, όπως οι γνώσεις, η φήμη και η εμπιστοσύνη (Hellgren & Stjernberg, 1995).

Σύμφωνα με την οργανωσιακή θεωρία που σχετίζεται με την εξάρτηση για την εξασφάλιση πόρων, οι οργανισμοί που αντιμετωπίζουν ασταθείς συνθήκες ιδρύουν ενώσεις και συνεργατικά δίκτυα με στόχο την ενίσχυσή τους και την καλύτερη κατανομή του κινδύνου (Pfeffer & Nowak, 1976). Με την πάροδο του χρόνου τα φεστιβάλ «ωριμάζουν» και ο μοναδικός τρόπος για να εξασφαλίσουν τη βιωσιμότητά τους είναι να λειτουργούν ως θεσμοί (institutions), που συνεργάζονται μεταξύ τους για έναν κοινό σκοπό, οδηγώντας στην καθιέρωσή τους ως μόνιμα και πολύτιμα στοιχεία του κοινωνικού συνόλου. Με τον τρόπο αυτό, ταυτόχρονα, επιτυγχάνεται η διαρκής υποστήριξη από το εξωτερικό περιβάλλον (Getz, Andersson & Larson, 2007). Οι Andersson, Getz και Mykletun (2013) συνδέουν τη συνεργασία των φεστιβάλ ως θεσμοί με την έννοια του «χαρτοφυλακίου» γεγονότων (event portfolio), κατά την οποία η διαχείριση όλων των συμμετεχόντων αποτελεί το κλειδί για την επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης όχι μόνο των φεστιβάλ αλλά και της κοινότητας υποδοχής. Η συγκεκριμένη πρακτική χρησιμοποιείται μάλιστα σε αρκετές πόλεις όπως το Γκείνσβιλ στη Φλόριντα (Gibson, Kaplanidou, & Kang, 2012), το Πορτιμάο στην Πορτογαλία (Pereira, Mascarenhas, Flores, & Pires, 2015) και τη Βαρκελώνη στην Ισπανία (Richards, 2015). Έτσι οι ερευνητές καταλήγουν να αναφέρονται σε οργανωσιακά

«οικοσυστήματα» (organizational ecosystems) μέσα στα οποία τα φεστιβάλ εξελίσσονται μέσω της αλληλεπίδρασης και της επικοινωνίας.

3.3 ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Η διαχείριση ενός γεγονότος είναι μία απαιτητική διαδικασία όπου η έρευνα αγοράς αποτελεί το σημαντικότερο βήμα. Κατά τον στρατηγικό σχεδιασμό κάθε απόφαση δράσης θα πρέπει να στηρίζεται στο όραμα και στους στόχους που έχουν τεθεί από τους διοργανωτές, λαμβάνοντας ταυτόχρονα υπόψη την κάλυψη των αναγκών των αγορών στόχων. Παρατηρείται, επίσης, πως η οικονομική στήριξη των φεστιβάλ παρέχεται στην πλειονότητα των περιπτώσεων από εξωτερικούς παράγοντες μέσω χρηματοδοτήσεων ή χορηγιών. Το γεγονός αυτό καθιστά τα φεστιβάλ ευάλωτα και εξαρτώμενα από το εξωτερικό περιβάλλον τους. Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, η σωστή διαχείριση των ενδιαφερόμενων μερών και η δημιουργία συνεργατικών δικτύων συμβάλλουν στην αύξηση της βιωσιμότητας των φεστιβάλ. Στο επόμενο κεφάλαιο, αναλύονται θεωρίες που σχετίζονται με τα ενδιαφερόμενα μέρη και τα δίκτυα συνεργασίας.

4. ΔΙΚΤΥΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

4.1 ΘΕΩΡΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ

Όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, οι ομάδες ατόμων που εμπλέκονται στη διαχείριση, το σχεδιασμό και τη διοργάνωση ενός φεστιβάλ είναι πολυάριθμες αλλά όλες εξίσου ζωτικές για την εύρυθμη λειτουργία του. Σύμφωνα με τον Carroll (1993), «τα άτομα αυτά ή οι ομάδες ατόμων με τις οποίες αλληλοεπιδρά ή δημιουργεί σχέσεις αλληλεξάρτησης ένας οργανισμός, καθώς επίσης και οι ομάδες οι οποίες επηρεάζουν ή επηρεάζονται από τις ενέργειες, τις πολιτικές, τις πρακτικές, τις αποφάσεις και τους στόχους ενός οργανισμού αποτελούν τα ενδιαφερόμενα μέρη του». Επομένως, ο ρόλος των συγκεκριμένων ομάδων και οι σχέσεις που δημιουργούνται μεταξύ τους τους καθιστά ισχυρούς παράγοντες για την επίτευξη των στόχων του οργανισμού. Οι ομάδες οι οποίες έχουν διαμορφώσει μία επίσημη σχέση-συνεργασία με τον οργανισμό, μέσω συμβολαίου ή οποιουδήποτε άλλου δεσμού, αποτελούν τα πρωτογενή ενδιαφερόμενα μέρη, ενώ οι υπόλοιποι χαρακτηρίζονται ως δευτερογενείς (Carroll, 1993· Gibson, 2000).

Η Θεωρία των Ενδιαφερόμενων Μερών, αντίστοιχα, αποτελεί ένα ζήτημα που αφορά κατά κανόνα τον τομέα της οργανωσιακής διαχείρισης και ηθικής (Philips, Freeman & Wicks, 2003). Ως αντικείμενό της παρουσιάζεται η σωστή διαχείριση όλων των ατόμων που επηρεάζουν και επηρεάζονται από τον οργανισμό, ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι και των δύο μερών. Η χρησιμότητα της συγκεκριμένης θεωρίας, σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, έγκειται στη συμβολή της στη στρατηγική ανάλυση, κατηγοριοποίηση και το στρατηγικό σχεδιασμό (Payne, Ballantyne & Christopher, 2005). Η εφαρμογή της υποδεικνύει τον τρόπο με τον οποίο οργανισμοί και μέρη μπορούν να καταφέρουν επιτυχημένες και αποδοτικές συνεργασίες, αποφεύγοντας το μεταξύ τους ανταγωνισμό (Krammer, 2000). Οι υπάρχουσες στρατηγικές που μπορεί να ακολουθήσει ένας οργανισμός όσον αφορά τη σχέση του με τους ενδιαφερόμενους φορείς είναι η αύξηση, η ανάπτυξη, η συντήρηση ή η εγκατάλειψη, η υπεράσπιση, ο έλεγχος, η συνεργασία και η συμμετοχή (Batt & Purchase, 2004· Savage κ. α., 1991).

Για τους Mitchell, Agle και Wood (1997) η ταυτοποίηση των ρόλων των ενδιαφερόμενων μερών σε έναν οργανισμό αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι για το σχεδιασμό μίας στρατηγικής διαχείρισής τους. Βασικά χαρακτηριστικά που

διαφοροποιούν τα μέρη αυτά μεταξύ τους είναι η δύναμη (power) της σχέσης, η γνησιότητα-νομιμότητά της (legitimacy) και η αμεσότητά (urgency) της. Στα πλαίσια της οργανωσιακής διοίκησης για τους συγκεκριμένους ερευνητές η δύναμη αποτελεί γνώρισμα εκείνων που έχουν πρόσβαση στα απαραίτητα μέσα ώστε να επιβάλουν την άποψή τους σε μία σχέση. Ωστόσο, τονίζεται πως η πρόσβασή αυτή είναι μεταβλητή και όχι μία μόνιμη κατάσταση, καθιστώντας έτσι τη δύναμη χαρακτηριστικό που κερδίζεται αλλά και χάνεται εύκολα. Ο χαρακτηρισμός μίας σχέσης μεταξύ ενδιαφερόμενων μερών ως γνήσια-νόμιμη βασίζεται στη γενικευμένη αντίληψη πως οι ενέργειες που πραγματοποιούνται μεταξύ τους είναι κατάλληλες και επιθυμητές μέσα σε ένα κοινωνικά κατασκευασμένο σύστημα κανόνων και αξιών (Suchman, 1995). Τέλος, με τον όρο άμεση, ή αλλιώς επείγουσα ή επιτακτική χαρακτηρίζεται μία σχέση όταν εκείνη επιτάσσει χρονικά όρια και/ή όταν είναι κρίσιμη για τα ενδιαφερόμενα μέρη. Τα τρία αυτά χαρακτηριστικά αποτελούν κριτήρια για τον εντοπισμό «εξεχόντων» ενδιαφερόμενων μερών, και βοηθούν στην κατηγοριοποίησή τους σε: αδρανείς, διαθέσιμους, απαιτητικούς, κυρίαρχους, επικίνδυνους, εξαρτώμενους, καθοριστικούς και μη ενδιαφερόμενους (Michell, Agle & Wood, 1997).

Η κριτική που συχνά δέχεται η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών σχετίζεται κυρίως με αντικρουόμενα ηθικά ζητήματα και συμφέροντα που πιθανά θα μπορούσαν να παρουσιάσουν τα ενδιαφερόμενα μέρη, και αν και σε τι βαθμό εκείνα επηρεάζουν τη λειτουργία του οργανισμού, καθιστώντας τη ένα είδος «διαχειριστικού ομορτισμού» (Jensen, 2002· Sternberg, 2000).

4.2 ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ ΣΤΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

Τα φεστιβάλ αποτελούν οργανισμούς οι οποίοι παράγονται μέσα και μέσα από ένα δίκτυο ενδιαφερόμενων μερών (Karlsen & Nordstrom, 2009). Κανένα φεστιβάλ δεν μπορεί να λειτουργήσει μοναχικά και ανεξάρτητα διότι αποτελεί μέρος ενός ευρύτερου περιβάλλοντος και οι πόροι που χρειάζεται για την υλοποίησή του όπως και οι στόχοι του αποτελούν «αντικείμενο διαπραγμάτευσης» πολλών και διαφορετικών μονάδων. Είναι, λοιπόν, σημαντική η επίτευξη της δικτύωσης των διοργανωτών με τους απαραίτητους ενδιαφερόμενους φορείς, ώστε να διασφαλιστεί η κάλυψη των αναγκών του φεστιβάλ και η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά του (Getz, Andersson & Larson, 2007). Η διαδικασία της οργάνωσης και του σχεδιασμού ενός φεστιβάλ απαιτεί τη

συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων φορέων, δημοσίων, ιδιωτικών και εθελοντικών οργανισμών, όπως ο αρμόδιος οργανισμός διοργάνωσης, οι χορηγοί, οι προμηθευτές, οι καλλιτέχνες, οι δημόσιες αρχές και οι τουριστικοί οργανισμοί (Presenza & Ioca, 2012). Μάλιστα, η δημιουργία σταθερών και μακροχρόνιων συνεργασιών με τα ενδιαφερόμενα μέρη αποτελεί ένδειξη της εξέλιξης του φεστιβάλ σε μόνιμο και αναγνωρισμένο γεγονός στο κοινωνικό σύνολο (Getz, Andersson & Larson, 2007).

Όπως αναφέρθηκε και στην υποενότητα 3.2.3 η διαχείριση των ενδιαφερόμενων μερών ενός φεστιβάλ συνδέεται με τη θεωρία της εξάρτησης για την εξασφάλιση πόρων (resource dependency), διακρίνοντας πως ο ανταγωνισμός των φεστιβάλ για τη διεκδίκηση πόρων καθορίζεται από τις επιτυχημένες ή όχι πρακτικές διαχείρισης των σχέσεων με τις ενδιαφερόμενες ομάδες (Getz, 2002). Για την αποφυγή δημιουργίας εξαρτήσεων των φεστιβάλ από εξωτερικούς παράγοντες (ενδιαφερόμενα μέρη εκτός της διοργάνωσης), προτείνονται οι παρακάτω πρακτικές:

1. Αντληση πόρων από πολλαπλές πηγές.
2. Αποθήκευση πόρων για περιπτώσεις ανάγκης.
3. Στροφή προς νέες πηγές.
4. Μείωση της ανάγκης για εξωτερικούς πόρους.
5. Προσπάθεια άμεσης επιρροής των πηγών.
6. Συνεργασία ή ανταγωνισμός με άλλους οργανισμούς για τη διεκδίκηση πόρων (Getz, Anderson & Larson, 2007· Emery & Trist, 1965).

Η εδραίωση σταθερών συνεργασιών με τα ενδιαφερόμενα μέρη, μειώνει τους κινδύνους εξάρτησης αλλά και ζημίας του φεστιβάλ. Επιπλέον, η σταθεροποίηση της πορείας του το καθιστά θεσμό για την τοπική κοινότητα, υπερτονίζοντας έτσι την σημασία της αναγνώρισης των ενδιαφερόμενων μερών και της αποδοτικής δικτύωσης (Getz, Andersson & Larson, 2007).

Κατά τη διαδικασία σχεδιασμού ενός φεστιβάλ, η αναγνώριση των ενδιαφερόμενων μερών είναι απαραίτητη ώστε να αναλυθεί το περιβάλλον στο οποίο θα υλοποιηθεί το γεγονός. Η αναγνώριση των μερών αυτών θα διευκολύνει το έργο των διοργανωτών, καθώς στόχος τους δεν αποτελεί μόνο η επιτυχία του φεστιβάλ σε καλλιτεχνικό επίπεδο, αλλά και η κάλυψη των αναγκών όλων των ενδιαφερόμενων (Presenza & Iocca, 2012· Bowdin κ. α., 2006). Για τη διοίκηση ενός φεστιβάλ τα ενδιαφερόμενα

μέρη δεν είναι όλα ίσα μεταξύ τους. Υπάρχουν ομάδες οι οποίες απαιτούν προσοχή, γεγονός που καθιστά τη σχέση τους με τη διοίκηση προτεραιότητα. Οι Reid και Arcodia (2002) διαχωρίζουν τις ομάδες ενδιαφερόμενων μερών σε πρωτεύουσες και δευτερεύουσες. Ως πρωτεύουσες ομάδες αναγνωρίζονται όσοι είναι καθοριστικοί για την επιβίωση του οργανισμού και έχουν συνάψει επίσημη σύμβαση συνεργασίας μαζί του και ως δευτερεύουσες τις ομάδες που επηρεάζονται από τον οργανισμό αλλά δεν κατέχουν βασικό ρόλο στη λειτουργία του (Reid & Arcodia, 2002). Οι Shone και Parry το 2001 εξετάζουν τα ενδιαφερόμενα μέρη των φεστιβάλ κατηγοριοποιώντας τα με βάση κοινωνικά κριτήρια σε δημόσιους φορείς, ιδιωτικούς και σε εθελοντικά μέλη. Οι Spiropoulos, Gargalianos και Sotiriadou (2006) διαχωρίζουν τις ενδιαφερόμενες ομάδες με βάση τον λειτουργικό τους ρόλο σε διοικητικές, παραγωγικές και ομάδες που σχετίζονται με το μάρκετινγκ του φεστιβάλ. Επιπρόσθετα, στη βιβλιογραφία αναγνωρίζονται ως ομάδες ενδιαφερόμενων μερών στα γεγονότα γενικότερα οι εξής: α) ο οργανισμός που διοργανώνει το γεγονός, β) η κοινότητα υποδοχής του γεγονότος, γ) οι χορηγοί, δ) τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, ε) οι συνεργάτες, στ) οι συμμετέχοντες και οι θεατές (Bowdin κ. α., 2006· McDonnell κ. α., 1999).

Τα ενδιαφερόμενα μέρη λαμβάνουν συχνά πολλαπλούς ρόλους, γεγονός που συντελεί στην πιθανή εμφάνιση συγκρούσεων μεταξύ των συμφερόντων τους, αλλά και στη δυσκολία οριστικής κατηγοριοποίησής τους. Στην έρευνά τους σε φεστιβάλ που διοργανώνονται στον Καναδά και τη Σουηδία, οι Getz, Andersson & Larson (2007) προτείνουν τον εξής διαχωρισμό των ενδιαφερόμενων μερών:

1. Ο Οργανισμός που αναλαμβάνει τη διοργάνωση του φεστιβάλ: ιδιωτικός οργανισμός ή δημόσιος φορέας
2. Συμπαράγωγοι: ομάδες ή άτομα που εμπλέκονται εθελοντικά και άμεσα στη διοργάνωση του φεστιβάλ χωρίς όμως να λαμβάνουν ρόλο χορηγού ή προμηθευτή (πολιτιστικές ομάδες, σχετικοί σύλλογοι κ.α.)
3. Υποστηρικτές: ομάδες που προσφέρουν πόρους (χρηματοδότηση, χορηγία, είδη ανάγκης) όπως κυβερνητικά όργανα ή φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης αλλά και ιδιώτες.
4. Σύμμαχοι και Συνεργάτες: ομάδες και άτομα που προωθούν το φεστιβάλ μέσω διαπροσωπικών σχέσεων και επιχειρησιακής δικτύωσης.
5. Ρυθμιστικά σωματεία: η έγκριση των οποίων είναι σε ορισμένες περιπτώσεις απαραίτητη για τη διοργάνωση του φεστιβάλ (τοπική αυτοδιοίκηση, αστυνομικό

σώμα, πυροσβεστικό σώμα κ.α.)

6. Προμηθευτές και Πάροχοι Χώρων: συχνά συμμετέχουν ως χορηγοί στο φεστιβάλ με τη διαφορά ότι εμπλέκονται άμεσα στα τεχνικά θέματα διοργάνωσής του
7. Κοινό και άλλες Επηρεαζόμενες Ομάδες: η σημασία του κοινού ως ενδιαφερόμενο μέρος εξαρτάται κατά κύριο λόγο από το αν υπάρχει τιμή εισόδου στο φεστιβάλ, ενώ οι υπόλοιπες επηρεαζόμενες ομάδες σχετίζονται με την ευρύτερη κοινότητα υποδοχής (Getz, Andersson & Larson, 2007).

Το 2016, σε σχετική έρευνα των van Nierkek και Getz που αφορούσε φεστιβάλ των Ηνωμένων Πολιτειών, οι ερευνητές καταλήγουν σε έναν νέο διαχωρισμό των ενδιαφερόμενων μερών των φεστιβάλ, προτείνοντας τις κατηγορίες των εσωτερικών και των εξωτερικών ενδιαφερόμενων μερών. Στην κατηγορία των εσωτερικών ενδιαφερόμενων μερών περιλαμβάνουν τους εργαζόμενους, τους ιδιοκτήτες και τα μέλη της διοίκησης του οργανισμού διοργάνωσης του φεστιβάλ, ενώ στην κατηγορία των εξωτερικών ενδιαφερόμενων μερών συγκαταλέγουν τους φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης, τους προμηθευτές, το κοινό, τις ομάδες ειδικών συμφερόντων και τους ανταγωνιστές (van Nierkek & Getz, 2016).

4.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ

Η θεωρία των δικτύων και η ανάλυσή τους ξεκινά εκεί πού σταματούν οι θεωρίες των ενδιαφερόμενων μερών, σύμφωνα με τον Rowley (1997). Όταν η ανάλυση ενδιαφερόμενων μερών περιορίζεται στην εξέταση δυαδικών σχέσεων η ανάλυση δικτύων επικεντρώνεται σε συστήματα σχέσεων εντοπίζοντας την επίδραση πολλαπλών και αλληλεξαρτώμενων σχέσεων στη λειτουργία οργανισμών (Rowley, 1997). Τα δίκτυα δημιουργούνται ως αποτέλεσμα των αλληλεπιδράσεων που συμβαίνουν μεταξύ δρώντων μονάδων. Ο τουρισμός θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως κατεξοχήν τομέας που βασίζεται στη λειτουργία τέτοιων δικτύων, ειδικότερα όσον αφορά τη διαχείριση προορισμών (Cooper, Scott & Baggio, 2009). Για τους Scott, Cooper και Baggio (2007) ο τουρισμός είναι μία δικτυακή βιομηχανία, καθώς για την εξέλιξή του είναι απαραίτητη η διαρκής συνεργασία και ο ανταγωνισμός που δημιουργείται ανάμεσα σε

συμπλέγματα οργανισμών σε έναν προορισμό. Τα δίκτυα αυτά αποτελούνται από ανεξάρτητους οργανισμούς ενδιαφερόμενων μερών που συνδέονται μεταξύ τους για να παράγουν ένα τελικό, συνολικό προϊόν και την εμπειρία του επισκέπτη (Nguyen, Chau & Vo, 2018· Timur & Getz, 2008), ενώ η συνεργασία τους επηρεάζεται από εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες του περιβάλλοντος. Οι προορισμοί αποτελούν έτσι, πρότυπα συνεργατικών και ανταγωνιστικών δεσμών (Hall, 1999· Gibson, Lynch & Morrison, 2005· Scott, Cooper & Baggio, 2007).

Τα αποτελέσματα των δεσμών αυτών αποδεικνύονται ευεργετικά για τον προορισμό καθώς επιτυγχάνουν την ευαισθητοποίηση των ενδιαφερόμενων μερών για σχετικά θέματα, την ενίσχυση του εμπορικού ισοζυγίου μεταξύ ενδιαφερόμενων και ανταγωνιστικών συμφερόντων, καθώς και την ευκολότερη προώθηση αποφάσεων (Warner, 1997). Παράλληλα, σχετικές έρευνες αποδεικνύουν πως η δημιουργία δικτύων συνεργασίας μεταξύ οργανισμών σε έναν τόπο-προορισμό, συμβάλλει στην ενίσχυση της ευαισθητοποίησης της ίδιας της κοινότητας ως προς την ενίσχυση της εικόνας του τόπου, ενώ προάγει την επικοινωνία και τη ροή των πληροφοριών και γνώσεων (Beritelli, 2011· Nguyen, Chau & Vo, 2018). Σημαντική είναι, επίσης, η συμβολή της δικτύωσης σχετικά με την κατανόηση των δομών και τη διαχείριση των σχέσεων που διαμορφώνονται μεταξύ ιδιωτικών και δημόσιων οργανισμών (Pforr, 2002).

Παρατηρώντας την ερευνητική δραστηριότητα που σχετίζεται με τα δίκτυα ενδιαφερόμενων μερών στον τουρισμό, είναι εύλογη η εξέλιξη του συγκεκριμένου ερευνητικού πεδίου και στον τομέα των ειδικών γεγονότων και των φεστιβάλ. Λαμβάνοντας υπόψιν τον καίριο ρόλο των ενδιαφερόμενων μερών ενός φεστιβάλ για το σχεδιασμό και τη διεκπεραίωσή του, τα ποικίλα και αντικρουόμενα συμφέροντά τους και τις ασύμμετρες θέσεις εξουσίας τους που μεταβάλλονται διαρκώς, είναι αναμενόμενο η διαχείρισή τους να αποτελεί βασικό ζήτημα για τους ερευνητές του κλάδου. Ως εκ τούτου, η θεωρία των δικτύων συμβάλλει στην κατανόηση των πολυάριθμων σχέσεων που σχηματίζονται μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών ενός φεστιβάλ (Getz, Anderson & Larson, 2007).

Η συνεργασία του φεστιβάλ και των ενδιαφερόμενων μερών του μπορεί να εξεταστεί είτε από την πλευρά ενός φορέα σε σχέση με άλλους φορείς, είτε ως ένα σύστημα διαφόρων παραγόντων που αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους (Yaghmour & Scott, 2009). Η πολυπλοκότητα της διοργάνωσης ενός φεστιβάλ μπορεί να θεωρηθεί ως ένα

δίκτυο έργου (project network) το οποίο αποτελείται από έναν ιστό σχέσεων μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών του. Το δίκτυο αυτό δεν έχει συγκεκριμένα όρια, είναι προσωρινό και διαρκώς μεταβαλλόμενο (Larson, 2009). Τα φεστιβάλ εξ ορισμού συγκροτούνται από σύνθετες διαδικασίες και απασχολούν πληθώρα ενδιαφερόμενων μερών που ευθύνονται για την παροχή υπηρεσιών, υλικών αγαθών, χρηματοδότησης, γνώσεων και πληροφοριών, τα οποία είναι απαραίτητα για την υλοποίησή τους. Παράγοντες όπως η εξάρτηση από τρίτους φορείς για την εξασφάλιση πόρων, η ανάγκη εξειδικευμένων γνώσεων, ακόμη και τα αλτρουιστικά κίνητρα, επηρεάζουν τη συνεργασία των ενδιαφερόμενων μερών (Anderson & Getz, 2009· Adongo & Kim, 2018). Σε έρευνά τους, οι Getz, Anderson και Larson το 2007, διαπιστώνουν πως ο εντοπισμός και η καταγραφή των ενδιαφερόμενων μερών ενός φεστιβάλ αποδεικνύεται μία δύσκολη διαδικασία καθώς πολλά ενδιαφερόμενα μέρη αναλαμβάνουν πολλαπλούς ρόλους που διαρκώς μεταβάλλονται, ενώ οι σχέσεις που συνάπτουν με τα φεστιβάλ είναι συχνά βραχύχρονη, δημιουργώντας μία κατάσταση μόνιμου κινδύνου για τους διοργανωτές του φεστιβάλ (Getz, Anderson & Larson, 2007). Είναι, λοιπόν, κατανοητό πως η ανάλυση ενός φεστιβάλ πρέπει να επικεντρώνεται στη διάρθρωση του δικτύου και στις δυναμικές σχέσεις των φορέων που συμβάλλουν στην οργάνωσή του (Larson, Getz & Pastras, 2015).

4.4 ΔΙΚΤΥΑ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

Η μέθοδος ανάλυσης κοινωνικών δικτύων παρέχει ένα μέσο για την εννοιοποίηση, την οπτικοποίηση και την ανάλυση αυτών των σύνθετων συνόλων σχέσεων (Ziakas & Costa, 2010). Σύμφωνα με τον Richards (2015), κάθε φεστιβάλ θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως κόμβος ενός δικτύου εκδηλώσεων, ώστε να διευκολυνθεί η συνεισφορά του στο κοινωνικό σύνολο.

Το 2006 οι Getz, Andersson και Larson αναγνωρίζουν την ανάγκη αντιμετώπισης των φεστιβάλ ως δίκτυα που δημιουργούνται μέσω της αλληλεπίδρασής τους με τα ενδιαφερόμενα μέρη τους. Χρησιμοποιώντας τη θεωρία των δικτύων, υπογραμμίζουν τη σημασία όχι μόνο των σχέσεων μεταξύ της διοργάνωσης και των ενδιαφερόμενων ομάδων αλλά και των ομάδων αυτών μεταξύ τους (2006). Οι σχέσεις αυτές βασίζονται είτε στην ανταλλαγή πόρων είτε σε αντιπαραθέσεις και διαμάχες (Benson, 1975). Στην έρευνά τους, οι Getz, Andersson και Larson, ωστόσο επικεντρώνονται στη διεκρίνιση των ρόλων των ενδιαφερόμενων μερών σε διαφορετικά φεστιβάλ της Σουηδίας και του

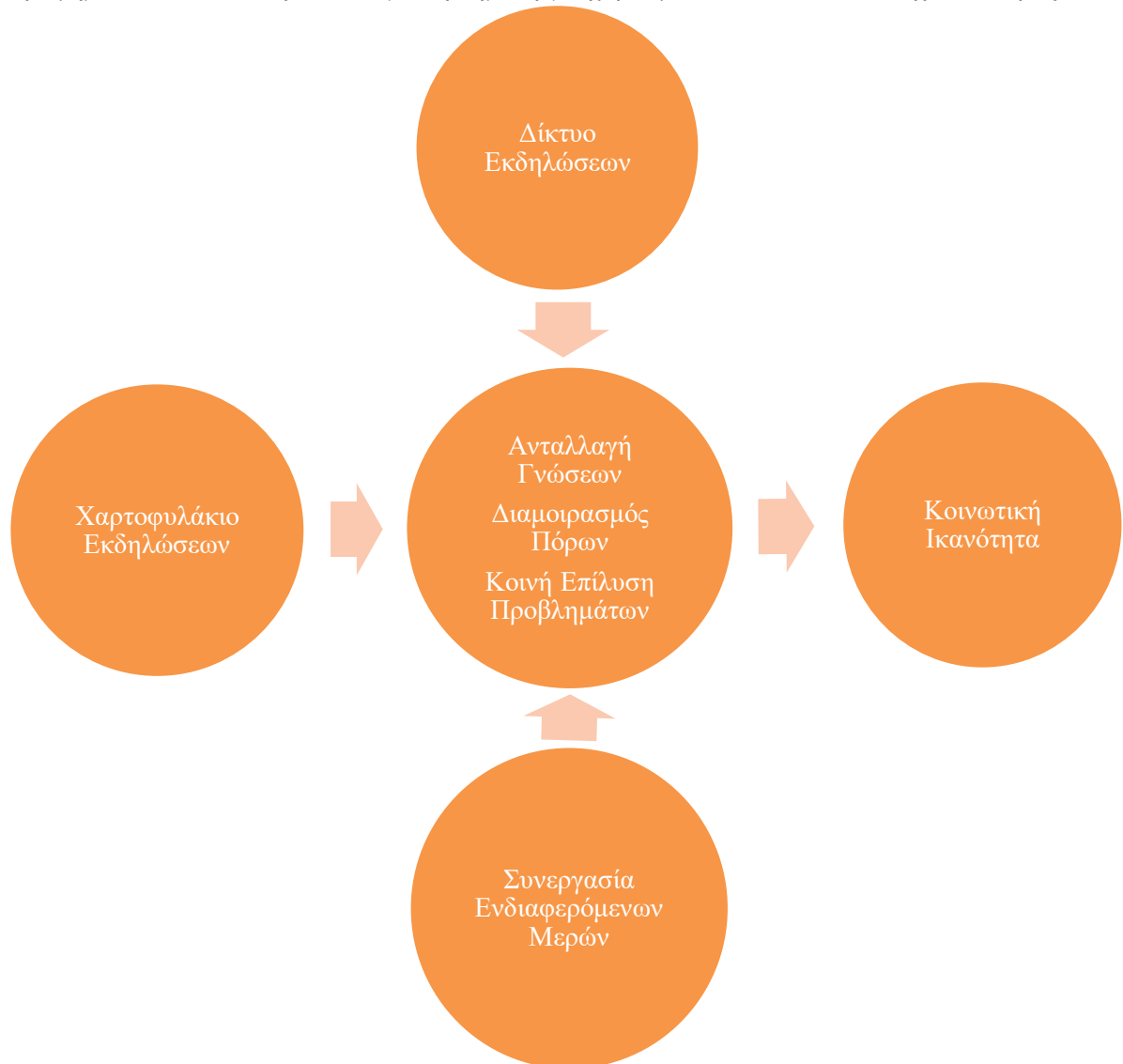
Καναδά, διαπιστώνοντας όμως πως η συνεχής δικτύωση και η επιτυχής διαχείριση των σχέσεων είναι ο παράγοντας που εξασφαλίζει την επιτυχία και τη βιωσιμότητα των φεστιβάλ (Getz, Andersson & Larson, 2006). Επίσης το 2006, η Mackellar εξετάζει τις σχέσεις που διαμορφώνονται μεταξύ ενός συνεδρίου, ενός φεστιβάλ και των τουριστικών οργανισμών σε μία πόλη της Αυστραλίας. Χρησιμοποιώντας τη μέθοδο της ανάλυσης κοινωνικών δικτύων με δεδομένα που προέρχονται και από τοπικά μέσα ενημέρωσης και το διαδίκτυο, αναλύει τις σχέσεις που εντοπίζει ενώ επίσης εξετάζει τις επιπτώσεις των σχέσεων αυτών, όσον αφορά την καινοτομία, τη συνεργασία αλλά και την περιφερειακή ανάπτυξη. Τονίζει πως η κατανόηση των σχέσεων που αναπτύσσονται μεταξύ των συνεργαζόμενων οργανισμών είναι ο κυριότερος παράγοντας για την επιλογή των σωστών πρακτικών διαχείρισης που οδηγεί στην εξέλιξη των ίδιων αλλά και της κοινότητας στην οποία δραστηριοποιούνται (Mackellar, 2006).

Το 2017 οι Parent, Rouillard και Naraine χρησιμοποιούν τη μέθοδο της ανάλυσης κοινωνικών δικτύων για να διερευνήσουν τις σχέσεις που διαμορφώθηκαν μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών που συνεργάστηκαν για την υλοποίηση των Χειμερινών Ολυμπιακών Αγώνων στο Βανκούβερ το 2010. Μέσω του υπολογισμού των μεταβλητών κεντρικότητας, οι ερευνητές εντόπισαν τους σημαντικότερους παράγοντες στο συνεργατικό δίκτυο, με εντονότερη την παρουσία της εθνικής κυβέρνησης στο συντονισμό των πολυτομεακών δικτύων αθλητικών εκδηλώσεων. Η έρευνα καταλήγει στην πρόταση δημιουργίας ενός διοικητικού οργανισμού δικτύων γεγονότων για τους συνεργάτες που συμμετείχαν, ώστε να διευκολυνθεί η επικοινωνία και η επίτευξη των διαφόρων στρατηγικών τους στόχων (Parent, Rouillard & Naraine, 2017). Η ίδια μέθοδος χρησιμοποιήθηκε και σε έρευνα στην επαρχιακή πόλη Dungog της Αυστραλίας. Με επίκεντρο ένα νέο καλλιτεχνικό φεστιβάλ της πόλης οι ερευνήτριες Mair και Duffy (2020) αναλύουν το δίκτυο συνεργασίας που διαμορφώνεται στην πόλη για τη διεκπεραίωση του φεστιβάλ, ενώ οι μεταβλητές της κεντρικότητας υποδεικνύουν τα σημαντικότερα ενδιαφερόμενα μέρη. Η έρευνα καταλήγει στο γεγονός ότι το δίκτυο που υποστηρίζει τη λειτουργία του συγκεκριμένου φεστιβάλ προβάλλει αδύναμες συνδέσεις και προτείνει τη χρήση των αποτελεσμάτων αυτών από τους επαγγελματίες και τους ενδιαφερόμενους του χώρου, ώστε να εντοπίσουν τις αδυναμίες του δικτύου και να βελτιώσουν τις σχέσεις τους με τους συγκεκριμένους φορείς (Mair & Duffy, 2020).

Το 2010 οι Ziakas και Costa σε έρευνά τους, εξετάζουν τις σχέσεις που διαμορφώνονται μεταξύ των φεστιβάλ και των τοπικών φορέων σε μία επαρχιακή κοινότητα του Τέξας. Με τη χρήση της μεθόδου ανάλυσης κοινωνικών δικτύων εντοπίζουν και καταγράφουν τους οργανισμούς διοργάνωσης των φεστιβάλ καθώς και όλους τους συνεργαζόμενους φορείς που συνεισφέρουν στη διεκπεραίωσή τους. Με τον τρόπο αυτό, αναλύουν το είδος των σχέσεων που διαμορφώνονται μεταξύ των οργανισμών διοργάνωσης καθώς και των φορέων (κόμβοι του δικτύου) που κατέχουν κεντρικές θέσεις μέσα στο δίκτυο με την ανάλυση της μεταβλητής της κεντρικότητας τους. Απώτερος σκοπός και τελικά αποδεδειγμένο εύρημα της παραπάνω έρευνας αποτελεί η διερεύνηση των δια-οργανωτικών μοτίβων ενός δικτύου εκδηλώσεων τα οποία διαμορφώνουν την ικανότητα μίας κοινότητας υποδοχής να αξιοποιήσει ένα «χαρτοφυλάκιο εκδηλώσεων».

Το 2014 ο Ziakas ορίζει ως χαρτοφυλάκιο εκδηλώσεων (event portfolio) τη στρατηγική διασύνδεση διαφορετικών αλλά αλληλένδετων γεγονότων που διοργανώνονται κατά τη διάρκεια ενός έτους σε μία κοινότητα υποδοχής με στόχο την επίτευξη πολλαπλών και συνολικών αποτελεσμάτων με την εφαρμογή κοινών στρατηγικών διαχείρισης εκδηλώσεων (2014). Το χαρτοφυλάκιο εκδηλώσεων μίας περιοχής συνεπάγεται τη συνεργασία ενός περίπλοκου συστήματος οργανισμών που ήδη παρουσιάζουν σχέσεις μεταξύ τους σε κάποιο βαθμό. Τα δίκτυα ενδιαφερόμενων μερών φεστιβάλ και η ανάλυσή τους μπορούν να χαρακτηριστούν εργαλεία που συμβάλλουν στην ανάπτυξη των ικανοτήτων των κοινοτήτων υποδοχής τους, όσον αφορά την οργάνωση εκδηλώσεων μέσω της ανάπτυξης τοπικών δικτύων και συνεργασιών. Η δημιουργία δικτύων μεταξύ των φεστιβάλ και των φεστιβάλ αυτών με τα ενδιαφερόμενα μέρη τους, με βάση την ανταλλαγή γνώσεων, πόρων και την κοινή επίλυση προβλημάτων είναι, σύμφωνα με τους ερευνητές, οι απαραίτητες προϋποθέσεις για τη δημιουργία ενός χαρτοφυλακίου εκδηλώσεων (Todd, Leask & Ensor, 2017· Ziakas, 2019) (Γράφημα 2).

Γράφημα 2. Δίκτυο Εκδηλώσεων για τη δημιουργία χαρτοφυλακίου και κοινοτικής ικανότητας.



Πηγή: Ziakas & Costa, 2010, *Ιδία Επεξεργασία*, 2020.

Η ανάλυση των συγκεκριμένων δικτύων, πέρα από την οπτικοποίηση της αόρατης δομής που συνδέει τους συνεργαζόμενους φορείς, συνδράμει στην προσπάθεια δημιουργίας νέων σχέσεων που στοχεύουν να ωφελήσουν τα φεστιβάλ αλλά και την κοινότητα συνολικά με την ανάπτυξη του τομέα της περιφερειακής ανάπτυξης γεγονότων και εκδηλώσεων (Ziakas & Costa, 2010). Άλλωστε, η δικτύωση και η επίτευξη συνεργασιών μεταξύ ανταγωνιστικών οργανισμών αποτελεί χαρακτηριστικό γνώρισμα της καινοτομίας (Roberts & Hall, 2001).

Χαρακτηριστικό παράδειγμα πόλης με συγκεκριμένο χαρτοφυλάκιο εκδηλώσεων αποτελεί το Εδιμβούργο, γνωστό και ως η «Πόλη των Φεστιβάλ». Το Εδιμβούργο,

όμοια με άλλες πόλεις όπως το Ντουμπάι, το Μάντσεστερ, Άντελαιν, Γιορκ, Κάρντιφ, Μόντρεαλ, Νέα Ορλεάνη κ.α. (Richards & Palmer, 2010), λόγω του αυξανόμενου εγχώριου και διεθνούς ανταγωνισμού, στράφηκε στη χρήση των φεστιβάλ ως εργαλεία μάρκετινγκ, και τα ενσωμάτωσε στον καθορισμό του μείγματος μάρκετινγκ (marketing mix) του ως τουριστικός προορισμός. Από το 2000 και έπειτα, το Σχέδιο Δράσης για τον Τουρισμό του Εδιμβούργου θέτει ως στόχο την καθιέρωσή του ως τον ισχυρότερο ευρωπαϊκό αστικό προορισμό με γνώμονα την πολιτιστική κληρονομιά και την παροχή ποιότητας για την καλύτερη εμπειρία του επισκέπτη (Yeoman κ.α., 2012). Τα φεστιβάλ του Εδιμβούργου θεωρούνται σημαντικοί παράγοντες ενίσχυσης της διατήρησης και της ανάπτυξης των τεχνών και των γεγονότων στη Σκωτία. Συχνά αντιμετωπίζονται ως κόμβοι, δίκτυα, σημεία συνεργασίας σε επίσημο αλλά και ανεπίσημο επίπεδο, αποτελώντας ένα σημαντικό φόρουμ ανταλλαγής γνώσεων και εμπειριών για τη διοργάνωση γεγονότων. Εν συντομία, τα φεστιβάλ προσφέρουν δυνατότητες δικτύωσης τόσο στους επαγγελματίες όσο και στο κοινό. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός πως οι εργαζόμενοι στη διοργάνωση των φεστιβάλ μετακινούνται διαρκώς και αναλαμβάνουν διάφορες θέσεις, με στόχο την απόκτηση εμπειριών και τη διασπορά των γνώσεων (Jarman κ.α., 2014). Παράλληλα, η όλο και μεγαλύτερη εξειδίκευση στην διοργάνωση γεγονότων μέσα από την ανταλλαγή πληροφοριών ευνοεί την υποστήριξη της τομεακής ανάπτυξης των φεστιβάλ.

Αξιοσημείωτο γεγονός που καθόρισε την πορεία των φεστιβάλ της πόλης είναι η δημιουργία της στρατηγικής ένωσης Festivals Edinburgh το 2007 με στόχο την εφαρμογή ενός ενιαίου πλαισίου λειτουργίας τους και με βασική αρμοδιότητα την κάλυψη των αναγκών σε τομείς αμοιβαίου ενδιαφέροντος τους. Η λειτουργία του δικτύου των φεστιβάλ δραστηριοποιείται στη διαχείριση όλων των παραγόντων που συμβάλλουν στην ενίσχυση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των φεστιβάλ, στη μελέτη των επιπτώσεών τους και στην εξασφάλιση επιτυχημένων συνεργασιών με στόχο τη βιώσιμη εξέλιξή τους (edinburghfestivalcity.com). Μάλιστα, το 2018 η ένωση Festivals Edinburgh προχωρά στην έκδοση μίας μελέτης με τίτλο «The Network Effect» η οποία εξετάζει την επιρροή των φεστιβάλ ως μέλη ενός μεγαλύτερου πολιτιστικού και κοινωνικού «οικοσυστήματος» της πόλης και της Σκωτίας (BOP Consulting, 2018).

4.5 ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών του τομέα της οργανωσιακής διαχείρισης αποτελεί σημαντικό εργαλείο για τη διαχείριση των φεστιβάλ, κυρίως λόγω της ιδιαίτερης λειτουργικής τους φύσης και της εξάρτησης που παρουσιάζουν από εξωτερικούς παράγοντες. Για τα φεστιβάλ, ως ενδιαφερόμενα μέρη αναγνωρίζονται όλες οι ομάδες που συμμετέχουν προσφέροντας στήριξη στη διοργάνωση. Γνωρίζοντας τις ομάδες που αποτελούν τα ενδιαφερόμενα μέρη, η προσοχή των ερευνητών στρέφεται στις σχέσεις που διαμορφώνονται μεταξύ τους αλλά και με τα φεστιβάλ. Η θεωρία των δικτύων και η ανάλυση των κοινωνικών δικτύων παρουσιάζεται ως μία ιδανική μέθοδος εξέτασης των συγκεκριμένων σχέσεων, όπως εντοπίζεται στη διεθνή βιβλιογραφία. Στο επόμενο κεφάλαιο παρουσιάζεται η περίπτωση μελέτης της παρούσας εργασίας, η πόλη του Βόλου.

5. ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΜΕΛΕΤΗΣ: ΒΟΛΟΣ

5.1 Η ΠΟΛΗ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ

Η γεωγραφική θέση του Βόλου βρίσκεται στο μέσον της Ελλάδας, 320 χιλιόμετρα βόρεια της Αθήνας και 219 χιλιόμετρα νότια της Θεσσαλονίκης, είναι η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της Περιφέρειας Θεσσαλίας και πρωτεύουσα του Νομού Μαγνησίας (Χάρτης 1). Εκτείνεται κατά μήκος της χερσονήσου της Μαγνησίας προς τις ανατολικές της ακτές και απέχει μόλις 3 χιλιόμετρα από τους πρόποδες του βουνού Πηλίου. Η παραθαλάσσια θέση της στον Παγασητικό κόλπο την ανήγαγε σε ένα από τα μεγαλύτερα και σημαντικότερα λιμάνια της χώρας (Χάρτης 2). Αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες επαρχιακές πόλεις της Ελλάδας με πληθυσμό 125.248 κατοίκους στο πολεοδομικό της συγκρότημα, ενώ ο Δήμος Βόλου, όπως διαμορφώνεται από τον «Καλλικρατικό» νόμο αριθμεί 144.449 κατοίκους, σύμφωνα με την απογραφή του 2011 (ΕΛΣΤΑΤ, 2020).

Χάρτης 1. Η Θέση του Βόλου στο Χάρτη της Ελλάδος.



Πηγή: thetimes.co.uk, 2018-2020

Χάρτης 2. Δήμος Βόλου



Πηγή: visitgreece.gr, 2020, Ιδία Επεξεργασία, 2020.

Ο Βόλος αποτελεί μία πόλη με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τα οποία οφείλονται μερικώς στη γεωγραφική της θέση που της επιτρέπει να συνδυάζει το θαλάσσιο τοπίο με τη φυσική ομορφιά του Πηλίου, αλλά και στην πολύπλευρη ταυτότητά της μέσα στο πέρασμα των χρόνων. Φέρει γνωρίσματα τα οποία απορρέουν από την ύπαρξη αξιοσημείωτης βιομηχανικής δραστηριότητας των προηγούμενων χρόνων, της πολιτιστικής της κληρονομιάς με βασικό παράγοντα την εξωστρέφεια που της προσέφερε το λιμάνι της, αλλά και της μικρασιατικής κουλτούρας που με τα χρόνια αφομοιώθηκε στις παραδόσεις και τον τρόπο ζωής στην περιοχή (Μαλούτας, 1995). Ιστορικά, τα πρώτα δείγματα οικιστικής δραστηριότητας εντός των σημερινών ορίων της πόλης εντοπίζονται στο λόφο της περιοχής Παλαιά, με την ύπαρξη ενός κάστρου που χρονολογείται από την πρώιμη βυζαντινή εποχή, τμήματα του οποίου σώζονται μέχρι σήμερα. Η νέα πόλη του Βόλου ξεκινά να συγκροτείται από το 1840 και έπειτα, ανατολικά του κάστρου, με πρώτους κατοίκους επιχειρηματίες του Πηλίου που στόχευαν στη διεύρυνση των επαγγελματικών τους δραστηριοτήτων στην περιοχή (Εταιρία Θεσσαλικών Ερευνών, 2004).

Με την απελευθέρωση της πόλης από την τουρκική κατοχή και την ένταξή της στο Ελληνικό Κράτος το 1881, ξεκίνησε η ανάπτυξή της ως το βορειότερο λιμάνι της χώρας, γεγονός που προσέλκυσε αρκετούς νέους κατοίκους. Την ίδια περίοδο παρατηρείται η υλοποίηση έργων υποδομών όπως ο σιδηρόδρομος και οι λιμενικές εγκαταστάσεις αλλά και η άνθηση της νεοελληνικής αρχιτεκτονικής σε δημόσια και ιδιωτικά κτήρια του Βόλου. Στις αρχές του προηγούμενου αιώνα ξεκινά η περίοδος εκβιομηχάνισης της πόλης, προσδίδοντάς της ένα νέο χαρακτήρα, με σημαντικότερες κατασκευές τα μηχανουργία Σταματοπούλου (1883), Γκλαβάνη και Καζάκη (1896), τα υφαντουργεία Παπαγεωργίου (1905) και το εργοστάσιο χαλβαδοποιίας Παπαγιανοπούλου (1909) (Εταιρία Θεσσαλικών Ερευνών, 2004).

Γεγονός που αποτέλεσε σημείο αναφοράς στην ιστορική διαδρομή του Βόλου θεωρείται η μαζική εγκατάσταση 12.000 προσφύγων μετά τη Μικρασιατική Καταστροφή, την περίοδο 1922-1925. Η εγκατάστασή τους χωροθετήθηκε στην περιοχή «Ξηρόκαμπος», δυτικά του χειμάρρου Κραυσίνδωνα, συγκροτώντας τον οικισμό της Νέας Ιωνίας. Δεύτερο γεγονός που συντάραξε την πόλη και ανέστειλε την εξελικτική της πορεία αποτέλεσε η ισοπέδωση μεγάλου μέρους της στους σεισμούς της δεκαετίας του 1950. Ωστόσο, η πόλη ανοικοδομήθηκε και ανανέωσε την εικόνα της μέχρι το 1980. Τις δεκαετίες που ακολούθησαν ο Βόλος εξελίχθηκε με την ίδρυση του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας (1984) και τη διασπορά των τμημάτων του σε ολόκληρη την πόλη (Εικόνα 1), τη δημιουργία νέων υποδομών, πολιτιστικών και αθλητικών χώρων και την επανάχρηση βιομηχανικών κτηρίων, προσδίδοντάς του ένα σύγχρονο χαρακτήρα (Χαστάογλου, 2002).

Εικόνα 1. Κτήριο (Παπαστράτου) Πανεπιστημίου Θεσσαλίας στην παραλία του Βόλου.



Πηγή: lifo.gr, 2020.

Το 2004, ο Βόλος και η Νέα Ιωνία ονομάστηκαν Ολυμπιακές Πόλεις καθώς φιλοξένησαν ποδοσφαιρικούς αγώνες στα πλαίσια των Ολυμπιακών Αγώνων που διοργανώθηκαν στην Ελλάδα. Για τις ανάγκες των αγώνων αλλά και με αφορμή αυτούς ολοκληρώθηκαν έργα όπως το Πανθεσσαλικό Στάδιο, το δημοτικό κολυμβητήριο Νέας Ιωνίας καθώς και ξενώνες φιλοξενίας των αθλητών (Εταιρία Θεσσαλικών Ερευνών, 2004).

Για ορισμένους ερευνητές ο Βόλος αποτελεί μία πόλη με δυναμική, ανοιχτή σε αλλαγές αντανακλώντας ένα γνήσιο μοντερνισμό. Ωστόσο, ο χαρακτήρας της παραμένει ασαφής, ως μία πόλη που δεν τολμά να διεκδικήσει μία κεντρική θέση, παρ' ότι κατέχει όλα τα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες να το επιτύχει. Έχει καταφέρει όμως κάτι που δύσκολα συναντάται σε άλλες μετρίου μεγέθους πόλεις της Ελλάδος, να διαφυλάξει δηλαδή σε μεγάλο βαθμό την πολιτιστική της και κυρίως την αρχιτεκτονική της κληρονομιά ενσωματώνοντάς τη στην αστική καθημερινότητα. (Χαστάογλου, 2002).

5.2 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ

Η πορεία της πόλης στην ιστορία και ο ρόλος της ως ένα από τα μεγαλύτερα λιμάνια της Ελλάδας συνθέτουν ένα πολιτιστικό προφίλ που την καθιστά μοναδική. Οι νεολιθικοί οικισμοί του Σέσκλου και του Διμηνίου βρίσκονται σε κοντινή απόσταση από το κέντρο του Βόλου, και αποτελούν ευρήματα σπουδαίας αρχαιολογικής σημασίας, τα οποία σήμερα είναι επισκέψιμα για το κοινό. Ωστόσο, ίσως το δημοφιλέστερο στοιχείο που χαρακτηρίζει την περιοχή του Βόλου είναι έως και σήμερα ο μύθος της Αργοναυτικής Εκστρατείας. Κατά τη μυκηναϊκή περίοδο και σύμφωνα με το μύθο, η πόλη Ιωλκός υπήρξε η αφετηρία για το ταξίδι του Ιάσωνα προς την Κολχίδα ώστε να αποκτήσει και να φέρει στην πατρίδα του το χρυσόμαλλο δέρας (Εταιρία Θεσσαλικών Ερευνών, 2004). Ο μύθος αυτός αποτελεί σημαντικό στοιχείο της πόλης σήμερα καθώς η Αργώ, το μυθικό πλοίο με το οποίο ταξίδεψε ο Ιάσωνας, χρησιμοποιείται συχνά ως λογότυπο της πόλης, ενώ αντίγραφό της εκτίθεται ως αξιοθέατο στο λιμάνι της.

Η ίδρυση της νέας πόλης του Βόλου υπήρξε αφετηρία για την εποικοδομητική αναζήτηση τρόπων βελτίωσης της κοινωνικής ζωής και της ποιότητάς της. Με το πέρασμα των χρόνων ο πολιτιστικός τομέας άνθισε και καρποφόρησε στην περιοχή, πάντα σε αλληλεπίδραση με εξωτερικούς παράγοντες. Η πόλη επιδεικνύει από την ίδρυσή της πλήθος πολιτιστικών και καλλιτεχνικών συλλόγων και ενώσεων, των οποίων μέλη αποτελέσαν πολυάριθμοι σπουδαίοι άνθρωποι του πνεύματος και καλλιτέχνες. Επιπλέον, η πόλη χαρακτηρίζεται από μία βαθιά παράδοση κυρίως στη μουσική με τα πρώτα ωδεία να συστήνονται από το 1901 και έπειτα, προσφέροντας μουσική παιδεία υψηλού επιπέδου. Το θέατρο, η λογοτεχνία και η ζωγραφική βρήκαν επίσης πρόσφορο έδαφος στην πόλη. Αργότερα, η άφιξη των Ελλήνων της Μικράς Ασίας κατάφερε να προσθέσει νέες πτυχές στο πολιτιστικό υπόβαθρο της περιοχής (Εταιρία Θεσσαλικών Ερευνών, 2004).

Σήμερα οι πολίτες και ο δήμος Βόλου διαφυλάσσει την πολιτιστική του κληρονομία με την ίδρυση πολυάριθμων πολιτιστικών συλλόγων αλλά και χώρων πολιτισμού με σημαντική δράση (dimosvolos.gr, 2020· doerap.gr, 2020) (Πίνακας 1).

Πίνακας 1. Χώροι Πολιτισμού Βόλου

Πολυχώρος Τσαλαπάτα
Κέντρο Τέχνης Τζιότζιο Ντε Κίρικο
Πολιτιστικό Κέντρο Νέας Ιωνίας
Μεταξουργείο Νέας Ιωνίας
Κεντρική Βιβλιοθήκη Πανεπιστημίου Θεσσαλίας
Δημοτικό Ωδείο Βόλου
Δημοτικό Θέατρο Βόλου
Δημοτικό Κέντρο Ιστορίας και Τεκμηρίωσης Βόλου
Θέατρο Παλαιάς Ηλεκτρικής
ΕΝαλλάξ
Δίαυλος

Πηγή: dimosvolos.gr, 2020· doepar.gr, 2020· Ιδία Επεξεργασία

Παράλληλα, ο Βόλος προσφέρει στους πολίτες και στους επισκέπτες του μία αξιόλογη εμπειρία σχετικά με την ιστορία και τον πολιτισμό του τόπου μέσα από την περιήγηση στα μουσεία της πόλης (dimosvolos.gr, 2020· visitgreece.gr, 2020):

Πίνακας 2. Μουσεία Βόλου

Μουσείο της Πόλης του Βόλου
Αθανασάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο
Σιδηροδρομικό Μουσείο Θεσσαλίας
Μουσείο Αλέκου Κ. Δάμσα στο Κέντρο Τέχνης Τζιότζιο Ντε Κίρικο
Λαογραφικό Κέντρο Κίτσου Μακρή
Μουσείο-Πινακοθήκη Χρυσούλας Ζώγια
Μουσείο Εθνικής Αντίστασης
Μουσείο Μεταξουργείου Εφών Εκμετζόγλου
Μουσείο Πλινθοκεραμοποιίας Ν. και Σ. Τσαλαπάτα
Τυπογραφικό Μουσείο Εφημερίδας «ΘΕΣΣΑΛΙΑ»
Εντομολογικό Μουσείο Αθανασίου Κουτρόμπα
Μουσείο Φυσικής Ιστορίας

Πηγή: dimosvolos.gr, 2020· visitgreece.gr, 2020· Ιδία Επεξεργασία

Παρατηρείται επίσης, πως σήμερα ο Βόλος επενδύει σημαντικά στον τομέα της διοργάνωσης γεγονότων και πολιτιστικών εκδηλώσεων. Τις τελευταίες δεκαετίες ο Δήμος Βόλου έχει αναλάβει πρωτοβουλίες για την προώθηση της πολιτιστικής ανάπτυξης της περιοχής με την αρωγή του οργανισμού εσωτερικής υπηρεσίας Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π (Δημοτικός Οργανισμός Εκπαίδευσης Παιδιού Αθλητισμού και Πολιτισμού) και ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. (Δημοτικό Περιφερειακό Θέατρο) του Δήμου Βόλου, το οποίο δρα για την εξασφάλιση της πρόσβασης των πολιτών στα αγαθά του πολιτισμού, της εκπαίδευσης και του αθλητισμού. Ο παραπάνω οργανισμός αποτελείται από τη

Διεύθυνση Διοικητικών και Οικονομικών Υπηρεσιών, τη Διεύθυνση Εκπαίδευσης, τη Διεύθυνση Αθλητισμού, τη Διεύθυνση Πολιτισμού και τη Διεύθυνση Αρχαίων, Μουσείων, Βιβλιοθηκών (doepar.gr, 2020). Σύμφωνα με τα στοιχεία που δημοσιεύονται ετησίως οι δαπάνες του Δήμου Βόλου για τον πολιτιστικό τομέα αυξάνονται ραγδαία, καθώς το 2017 δαπάνησε 263.000 ευρώ για τη διοργάνωση πολιτιστικών δραστηριοτήτων (Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π.-ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ, 2017) το 2018 δαπάνησε 357.000 ευρώ (Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π.-ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ., 2018) και το 2019 δαπάνησε 406.000 ευρώ (Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π.-ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ, 2019).

Όπως παρατηρήθηκε και στην παρούσα έρευνα, ο Δήμος Βόλου μέσω του Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π και ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ αναλαμβάνει ρόλο διοργανωτή ή συνεργάτη και συμπαραγωγού στην πλειονότητα των εκδηλώσεων και φεστιβάλ που υλοποιούνται στην πόλη. Το γεγονός αυτό μπορεί να αποτελέσει παράγοντα ενίσχυσης της ιδιωτικής πρωτοβουλίας σχετικά με τη διοργάνωση εκδηλώσεων και φεστιβάλ στην πόλη του Βόλου, η οποία για το έτος 2018-2019 φιλοξένησε περισσότερα από 20 φεστιβάλ. Ωστόσο, όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενες ενότητες, η πολυπλοκότητα του σχεδιασμού και της λειτουργίας των φεστιβάλ έγκειται στην ανάγκη συνεργασίας και αλληλεπίδρασης πολλών παραγόντων για τη διεκπεραίωσή τους. Οι σχέσεις συνεργασίας των φεστιβάλ του Βόλου με τους τοπικούς οργανισμούς και φορείς, δημόσιους ή ιδιωτικούς, θα εξεταστούν στην παρούσα ερευνητική εργασία.

5.3 ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάστηκε μία συνοπτική περιγραφή της πόλης του Βόλου, της ιστορίας της και του πολιτισμού της. Αξιοσημείωτη είναι η δράση του Δήμου Βόλου και των οργανισμών του σχετικά με τη στήριξη και την ανάπτυξη πολιτιστικών εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων. Τα φεστιβάλ που διοργανώνονται στη συγκεκριμένη πόλη και οι σχέσεις συνεργασίας που συγκροτούν με τοπικούς φορείς και επιχειρήσεις που αποτελούν ενδιαφερόμενα μέρη τους θα αναλυθούν με τη μέθοδο ανάλυσης κοινωνικών δικτύων στα επόμενα κεφάλαια.

6. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

Για τις ανάγκες της παρούσας εργασίας εξετάζονται 24 φεστιβάλ τα οποία διοργανώθηκαν στην πόλη του Βόλου κατά το χρονικό διάστημα Σεπτέμβριος 2018 – Σεπτέμβριος 2019. Βασικά κριτήρια επιλογής των φεστιβάλ, εκτός του χρονικού περιορισμού, αποτελούν η διεκπεραίωσή τους στην ευρύτερη περιοχή του Βόλου ή/και η συνεργασία τους με δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς και επιχειρήσεις του Βόλου. Στην παρούσα μελέτη το είδος ή η διάρκεια ζωής των φεστιβάλ δεν αποτέλεσε κριτήριο επιλογής διότι εξετάζεται γεωγραφικά ορισμένη περιοχή. Παραδείγματος χάρη, στο δείγμα περιλαμβάνονται φεστιβάλ τα οποία διοργανώνονται σε κοντινές περιοχές του Βόλου, εκτός των ορίων του συγκροτήματός του. Ωστόσο, η συνεργασία των διοργανωτών τους με τοπικούς φορείς και επιχειρήσεις του Βόλου είναι ζωτικής σημασίας για την εκτέλεση της διοργάνωσής τους, σε λειτουργικούς και συνεργατικούς ρόλους αλλά και στα πλαίσια χορηγιών και χρηματοδότησης. Για το λόγο αυτό συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα. Επιπλέον κριτήριο επιλογής αποτελεί η επαρκής διαθεσιμότητα των απαραίτητων δεδομένων και πληροφοριών, τα οποία θα πρέπει να είναι δημόσια προσβάσιμα για την ολοκλήρωση της συγκεκριμένης έρευνας. Ως εκ τούτου, στο επιλεγμένο δείγμα περιλαμβάνονται φεστιβάλ με ποικίλες θεματικές, αλλά και με διαφορές στα έτη διοργάνωσής τους (Πίνακας 3).

Πίνακας 3. Τα φεστιβάλ και τα χαρακτηριστικά τους.

Όνομασία Φεστιβάλ	Θεματολογία	Χρόνια διοργάνωσης
35 ^ο Παγκόσμιο Φεστιβάλ Κιθάρας Βόλου	Μουσική	35
22 ^ο Χορωδιακό Φεστιβάλ Θρησκευτικής Μουσικής	Μουσική	22
4 ^ο CineDoc	Κινηματογράφος	4
12 ^η Ευρωπαϊκή Γιορτή Μουσικής	Μουσική	12
10 ^ο Φεστιβάλ Βυζαντινής Μουσικής	Μουσική	10
8 ^ο Argo Film Festival	Κινηματογράφος	8
3 ^ο Φεστιβάλ Παιδικού Βιβλίου	Παιδική Έκφραση	3
10 ^ο Greek Salsa Bootcamp	Χορός	10
6 ^ο Διεθνές Φεστιβάλ Παραδοσιακών Χορών	Χορός	6
13 ^ο Μουσικό Χωριό	Μουσική	13
3 ^ο Φεστιβάλ Παιδικής Έκφρασης/Δημιουργίας	Παιδική Έκφραση	3
20 ^ο Παιδικό Φεστιβάλ Παραδοσιακών Χορών	Παιδική Έκφραση	20
5 ^η Ναυτική Εβδομάδα	Πολιτισμός	5
3 ^ο Φεστιβάλ Ισπανόφωνου Κινηματογράφου	Κινηματογράφος	3
6 ^ο Πανελλήνιο Φεστιβάλ Μαθητικού Ραδιοφώνου	Παιδική Έκφραση	6
4 ^ο Φεστιβάλ Βόλου	Θέατρο	4
20 ^ο Διεθνές Φεστιβάλ Πηλίου	Μουσική	20
2 ^ο Volos Jazz Festival	Μουσική	2
2 ^ο Ολιστικό Φεστιβάλ	Lifestyle	2
1 ^ο Street Food Festival	Γαστρονομία	1
1 ^ο Διεθνές Φεστιβάλ Μουσικής Δωματίου	Μουσική	1
1 ^ο Volos Summer Beer Festival	Γαστρονομία	1
1 ^ο Pelion Summer Festival	Lifestyle	1
1 ^ο Pelion Gastronomy Festival	Γαστρονομία	1

Πηγή: Ίδια Επεξεργασία, 2020.

Παρατηρείται πως η πλειονότητα των φεστιβάλ που διενεργούνται στην εξεταζόμενη πόλη έχουν μουσική θεματολογία, ενώ υπάρχει μεγάλη διακύμανση στη διάρκεια ζωής τους, με 8 από αυτά να ξεπερνούν τα 10 έτη, ενώ άλλα βρίσκονται στον πρώτο ή στο δεύτερο χρόνο λειτουργίας τους. Από το παραπάνω δείγμα 7 φεστιβάλ διοργανώνονται εκτός των ορίων του Δήμου Βόλου (10^ο Greek Salsa Bootcamp, 6^ο Διεθνές Φεστιβάλ Παραδοσιακών Χορών Νέας Αγχιάλου, 13^ο Μουσικό Χωριό Άγιος Λαυρέντιος, 20^ο Διεθνές Φεστιβάλ Πηλίου, 1^ο Pelion Summer Festival, 1^ο Pelion Gastronomy Festival, 20^ο Παιδικό Φεστιβάλ Παραδοσιακών Χορών), ωστόσο στηρίζουν τη λειτουργία τους στους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς της πόλης. Τέσσερα φεστιβάλ απευθύνονται στο διεθνές κοινό, ένα φεστιβάλ αποτελεί μέλος ενός ευρωπαϊκού πλέγματος γεγονότων, ενώ τα υπόλοιπα έχουν εθνική και τοπική εμβέλεια. Στο Παράθεμα διατίθεται πίνακας με τις ιστοσελίδες των φεστιβάλ, οι οποίες υπήρξαν πηγή πληροφόρησης για τη συγκεκριμένη εργασία, καθώς επίσης και έντυπο προωθητικό υλικό των φεστιβάλ.

6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ (SNA)

Η Θεωρία Δικτύωσης και η χρήση της μεθόδου ανάλυσης κοινωνικών δικτύων (social network analysis ή SNA) αποτελεί τομέα αυξανόμενου ενδιαφέροντος σε πολυάριθμους επιστημονικούς κλάδους τις τελευταίες δεκαετίες. Συναντάται σε ερευνητικά έργα των κοινωνικών επιστημών αλλά συχνά ακόμη στις επιστήμες υγείας, φυσικής και βιολογίας, καθώς επίσης και σε μεγάλο βαθμό στον κλάδο της διοίκησης και της οργανωσιακής συμπεριφοράς. Η Θεωρία των Δικτύων σχετίζεται με «τους μηχανισμούς και τις διαδικασίες που αλληλεπιδρούν με τις δομές δικτύου για να αποδώσουν ορισμένα αποτελέσματα για άτομα και ομάδες» (Borgatti & Halgin, 2011). Πιο συγκεκριμένα, η θεωρία των δικτύων εξετάζει τις συνέπειες των μεταβλητών ενός δικτύου, όπως η ύπαρξη πολλών δεσμών ή η κεντρική θέση μέσα σε αυτό (Brass, 2002). Ωστόσο, η μέθοδος αυτή δεν αποτελεί έναν τρόπο απλής αναπαράστασης των δεσμών που σχηματίζονται μεταξύ δύο στοιχείων. Αντίθετα, εφαρμόζει ποσοτικές διαδικασίες για τον υπολογισμό διαφόρων δεικτών (Presenza & Cipollina, 2010) και αποσκοπεί στο να αποδείξει την ίδια τη δομή των σχεσιακών δεδομένων, καθώς και τα πρότυπα των δεσμών που παρατηρούνται μεταξύ των στοιχείων αυτών. Ως εκ τούτου, το αντικείμενο μελέτης της συγκεκριμένης μεθόδου είναι οι δεσμοί μεταξύ των στοιχείων που εξετάζονται και όχι μόνο οι ιδιότητες των στοιχείων αυτών (Casanueva, Gallego & Garcia-Sanchez, 2016).

Η κατανόηση της λειτουργίας των δικτύων απαιτεί τη διερεύνηση των εννοιών «node» και «link». Με τον όρο «nodes» η διεθνής βιβλιογραφία αναφέρεται στους «κόμβους», τις οντότητες, τα πρόσωπα, τις ομάδες, τις οργανώσεις ή ακόμη και τα γεγονότα τα οποία εξετάζονται, ενώ με τον όρο «links» παρατίθενται οι δεσμοί, οι σχέσεις οποιουδήποτε είδους μεταξύ τους (Mitchell, 1969· Scott, 2000· Chung and Hossain, 2010· Timur & Getz, 2008· Borgatti & Halgin, 2011). Το σημαντικό στοιχείο στη συγκεκριμένη μέθοδο είναι πως οι δεσμοί έχουν περιεχόμενο, και μάλιστα συχνά αποτελεί το κύριο σημείο ανάλυσης της έρευνας (Tichy, Tushman & Fombrun, 1979· Cob, 1988). Το πρότυπο των δεσμών σε ένα δίκτυο αποδίδει σε αυτό μία συγκεκριμένη δομή και οι κόμβοι καταλαμβάνουν θέσεις μέσα σε αυτή τη δομή (Borgatti & Halgin, 2011). Επομένως, η δομή των δεσμών μεταξύ των κόμβων και η θέση των κόμβων στο δίκτυο αποδεικνύουν μοτίβα συμπεριφοράς και αντιλήψεων, τόσο για τις μονάδες όσο και για το σύνολο του συστήματος (Knoke & Kulinski, 1992· Chung & Crawford,

2016).

Ο πληροφοριακός πλούτος που μπορεί να αντληθεί από την ανάλυση ενός δικτύου έγκειται κυρίως στην περιγραφή της δομής του δικτύου και των θέσεων των κόμβων, καθώς και στη σύνδεσή τους με τα αποτελέσματα των συστημάτων αυτών (Borgatti & Halgin, 2011). Η μέθοδος της ανάλυσης κοινωνικών δικτύων παρέχει ένα μέσο αξιολόγησης των δικτύων με τη χρήση χαρτογράφησης των σχέσεων μεταξύ των κόμβων, οι οποίες απεικονίζονται με μία συλλογή γραφημάτων (Shih, 2006· Presenza & Cipollina, 2010). Τα γραφήματα που προκύπτουν από την ανάλυση κοινωνικών δικτύων έχουν τη γενική μορφή κοινωνιογράμματος $G = (V, L)$, και αποτελούνται από ένα σύνολο σημείων τομής (κόμβοι) $V = \{1, \dots, n\}$ και ένα σύνολο γραμμών (συνδέσεων) $L = \{1, \dots, m\}$ μεταξύ ζευγών των σημείων τομής. Κάθε γραμμή συμβολίζει το θετικό βάρος (W) της σχέσης μεταξύ των κόμβων. Όλες αυτές οι πληροφορίες εμπεριέχονται σε μία συνάρτηση τιμής και κόμβων P , με αποτέλεσμα την παρακάτω συνάρτηση (Presenza and Cipollina, 2010):

$$N = (V, L, W, P)$$

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, υπάρχουν ιδιότητες οι οποίες συμβάλλουν στη διαφοροποίηση των δικτύων μεταξύ τους. Οι ιδιότητες αυτές είναι κατά βάση δομικές, και χαρακτηρίζουν το «σκελετό» που διαμορφώνεται στους δεσμούς μεταξύ των κόμβων. Σημαντικό χαρακτηριστικό, αρχικά, αποτελεί το μέγεθος του δικτύου, το οποίο αντανακλά τον αριθμό των στοιχείων από τα οποία αποτελείται. Η πυκνότητα (density) αποδίδει τον αριθμό των υφιστάμενων δεσμών στο δίκτυο σε αντίθεση με τον αριθμό που είναι θεωρητικά δυνατό να υπάρξουν με βάση το μέγεθός του (Casanueva, Gallego & Garcia-Sanchez, 2016). Δίκτυα που παρουσιάζουν υψηλή πυκνότητα συνήθως χαρακτηρίζονται από αποτελεσματική επικοινωνία και ενισχυμένη ικανότητα διάδοσης ιδεών και κανόνων μεταξύ των μελών τους (Meyer & Rowan, 1977).

Επιπρόσθετα, η θέση ενός κόμβου στο δίκτυο αποτελεί παράγοντα ισχύος και επιρροής σε σχέση με τους υπόλοιπους (Wasserman & Faust, 1994). Ο υπολογισμός της μεταβλητής της κεντρικότητας (centrality) στο δίκτυο στοχεύει στην αναγνώριση αυτών των κόμβων. Ορισμένα δίκτυα παρουσιάζουν έναν κεντρικό κόμβο με πολλές συνδέσεις να κατευθύνονται προς αυτόν και ως εκ τούτου αποτελούν δίκτυα με υψηλό δείκτη centrality, ενώ άλλα αποτελούνται από ομάδες χωρίς κάποιο κεντρικό στοιχείο,

γι' αυτό και χαρακτηρίζονται ως δίκτυα με χαμηλό δείκτη centrality (Timur & Getz, 2008· Casanueva, Borgatti, κ.α., 2009· Gallego & Garcia-Sanchez, 2016). Ο Freeman (1978) υποστηρίζει πως ο συγκεκριμένος δείκτης αναλαμβάνει τρεις μορφές: α) κεντρικότητα βαθμού (degree centrality), β) κεντρικότητα εγγύτητας (closeness centrality) και γ) ενδιάμεση κεντρικότητα (betweenness centrality). Με τον όρο κεντρικότητα βαθμού γίνεται αναφορά στον αριθμό των διασυνδέσεων που κατέχει ένας κόμβος, ιδιότητα που τον καθιστά είτε ισχυρό παράγοντα στο δίκτυο αν ο συγκεκριμένος δείκτης είναι υψηλός ή μη ισχυρό σε αντίθετη περίπτωση. Μια ισχυρή θέση στο δίκτυο δίνει τη δυνατότητα στον κόμβο να επιλέξει εκείνος τις διόδους επικοινωνίας που θα προτιμήσει, γεγονός που του παρέχει εναλλακτικές επιλογές στην παροχή πόρων ή πληροφοριών και μειώνει τα επίπεδα εξάρτησης μέσα στο δίκτυο (Pfeffer & Salancik, 1978). Σε ένα δίκτυο οι κόμβοι μπορούν να ομαδοποιηθούν ανάλογα με το δείκτη διασύνδεσής τους και η κατανομή του δείκτη διασύνδεσης ενός δικτύου είναι η κατανομή συχνότητας εμφάνισης κόμβων με δείκτη διασύνδεσης $d=0,1,\dots,n-1$. Γενικότερα, ο δείκτης κεντρικότητας βαθμού (C_d) ενός κόμβου είναι ο δείκτης διασύνδεσης διαιρούμενος με το μέγιστο πιθανό δείκτη (Shih, 2006):

$$C_d = d / (n - 1)$$

Παράλληλα, ο δείκτης κεντρικότητας εγγύτητας (C_c) αναλύει την απόσταση που διαχωρίζει έναν κόμβο από τους υπόλοιπους (Wasserman & Faust, 1994) και αντιπροσωπεύει το αντίστροφο άθροισμα των μικρότερων αποστάσεων μεταξύ των κόμβων και όλων των υπολοίπων κόμβων, όπου $dist(n_i, n_j)$ είναι η απόσταση μεταξύ ενός κόμβου και των υπολοίπων (Presenza & Cipollina, 2010):

$$C_c = 1 / (\sum_j dist(n_i, n_j))$$

Ο δείκτης ενδιάμεσης κεντρικότητας (C_b) εξετάζει τα επίπεδα διαμεσολάβησης ενός κόμβου, δηλαδή το βαθμό που ένας κόμβος συνδέει διαφορετικά σημεία του δικτύου μεταξύ τους (Scott, 2000). Αναλυτικότερα, αναδεικνύει τη συχνότητα κατά την οποία η θέση ενός κόμβου βρίσκεται ανάμεσα στις συντομότερες διαδρομές που συνδέουν τους υπόλοιπους κόμβους του δικτύου (Vogiatzis κ.α., 2015). Στη συνάρτηση:

$$C_b = \sum_{j \neq k} \frac{g_{jk}^i}{g_{jk}}$$

g_{jk} είναι ο συνολικός αριθμός των συντομότερων διαδρομών που ενώνουν δύο σημεία τομής V_k και V_j , ενώ g_{jk}^i είναι ο αριθμός των διαδρομών που συνδέουν τους κόμβους V_k και V_j αλλά περνούν και μέσα από τον κόμβο V_i (Shih, 2006· Presenza & Cipollina, 2010).

Ο δείκτης κεντρικότητας ιδιοδιανύσματος (eigenvector centrality), επιπρόσθετα, αποτελεί μία ακόμη διαδεδομένη μέθοδο μέτρησης της ισχύος ενός κόμβου στο δίκτυο. Χρησιμοποιώντας το συγκεκριμένο δείκτη ανατίθενται σχετικές βαθμολογίες σε όλους τους κόμβους του δικτύου με κριτήριο την αρχή πως οι συνδέσεις με κόμβους που έχουν υψηλή βαθμολογία συμβάλλουν περισσότερο στη βαθμολογία του εν λόγω κόμβου (Cooper, Scott & Baggio, 2009). Στη συνάρτηση:

$$\lambda c(v_i) = \sum_{j=1}^n a_{ij} c(v_j)$$

ο δείκτης κεντρικότητας $c(v_i)$ ενός κόμβου v_i αποτελεί το θετικό πολλαπλάσιο του αθροίσματος των δεικτών κεντρικότητας των κόμβων με τους οποίους συνδέεται (Bonacich, 1972· Ruhnau, 2000).

Συνδέοντας τη θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών και την ανάλυση των δικτύων, διαπιστώνεται πως η θέση που κατέχει ένα ενδιαφερόμενο μέρος σε ένα δίκτυο υποδηλώνει τη δυναμική του μέσα σε αυτό (Adongo and Kim, 2018). Πιο πρόσφατα υπάρχει μία τάση προς την αναζήτηση κεντρικών ομάδων σε ένα δίκτυο, είτε δίχως συγκεκριμένη δομή (Everett & Borgatti, 1999) είτε που ακολουθεί κάποια κριτήρια συνοχής (Vogiatzis κ.α., 2015· Rysz κ.α., 2018· Vogiatzis & Camur, 2019). Στη συνέχεια της εργασίας δίνεται έμφαση στην κεντρικότητα κόμβων αντί για την κεντρικότητα ομάδων.

Στην παρούσα εργασία χρησιμοποιείται η μέθοδος Ανάλυσης Κοινωνικών Δικτύων (SNA) με στόχο τη διερεύνηση των σχέσεων που διαμορφώνονται μεταξύ των ενδιαφερόμενων φορέων κατά τη διοργάνωση των φεστιβάλ στην πόλη του Βόλου. Η συγκεκριμένη μέθοδος έχει χρησιμοποιηθεί από πολλούς ερευνητές στον τομέα του τουρισμού (Mackellar, 2006· Scott, Cooper & Baggio, 2007· Timur & Getz, 2008· Presenza & Cipollina, 2010· Casanueva, Gallego & Sanchez, 2016· Nguyen, Chau & Vo, 2018) και στη διαχείριση γεγονότων (Larson, 2002· Ziakas & Costa, 2010· Chung & Crawford, 2016· Adongo & Kim, 2018· Fisker, Kwiatkowski & Hjalager, 2019).

Η χρήση της συγκεκριμένης ανάλυσης στοχεύει να καταστήσει ορατό το σύνολο των σχέσεων των ενδιαφερόμενων μερών και να αναδείξει τη μέθοδο της ανάλυσης κοινωνικών δικτύων ως ένα χρήσιμο εργαλείο που μπορεί να ανταποκριθεί στη συγκεκριμένη θεωρητική ανάγκη. Σύμφωνα με τους Jarman κ.α. (2014), τα κοινωνιογράμματα συμβάλλουν στην παρουσίαση τέτοιων πληροφοριών, αποκαλύπτοντας τις πτυχές της περίπλοκης αυτής εικόνας των δικτύων των φεστιβάλ. Με τον τρόπο αυτό διακρίνονται οι αλληλεπιδράσεις που υφίστανται μεταξύ των συμμετεχόντων στη δημιουργία του φεστιβάλ, αλλά ταυτόχρονα γίνονται ορατές και οι σχέσεις που διαρθρώνουν τον τομέα της διοργάνωσης φεστιβάλ στη συγκεκριμένη πόλη (Gallelli, 2016). Τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται στην ανάλυση κοινωνικών δικτύων αναμφισβήτητα σχετίζονται με την κατανόηση των σχέσεων εντός και μεταξύ των φεστιβάλ (Richards & Palmer, 2010). Η έρευνα βασίζεται στο γεγονός ότι η αποτελεσματική συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών επηρεάζει τη βιωσιμότητα των φεστιβάλ και των τοπικών κοινοτήτων (Adongo & Kim, 2018).

Η καλύτερη κατανόηση των δικτύων εντός και μεταξύ των φεστιβάλ μπορεί να ωφελήσει μελλοντικά ακαδημαϊκούς ερευνητές του αντικείμενου, διοργανωτές των φεστιβάλ, αλλά και εκείνους που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν επαγγελματικά στο συγκεκριμένο χώρο. Η παρούσα έρευνα, βασιζόμενη στο έργο προηγούμενων ερευνητών (Richards & Palmer, 2010· Ziakas & Costa, 2010· Jarman κ.α., 2014· Parent, Rouillard & Naraine, 2017· Mair & Duffy, 2020), θέτει ως στόχους:

1. Τη διερεύνηση των σχέσεων που δημιουργούνται μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών που συμμετέχουν στο σχεδιασμό και την οργάνωση των φεστιβάλ στη συγκεκριμένη περίπτωση της πόλης του Βόλου με βάση τη συνεργασία τους.
2. Τον προσδιορισμό των κεντρικότερων και σημαντικότερων παραγόντων στα δίκτυα που θα προκύψουν, άρα τους σημαντικότερους και ισχυρότερους συνεργάτες των φεστιβάλ στον Βόλο.
3. Την ανάλυση των σχέσεων που συγκροτούνται μεταξύ των ίδιων των φεστιβάλ μέσω των συνεργασιών που δημιουργούν με τους ενδιαφερόμενους φορείς, με στόχο τη διερεύνηση της ικανότητας της περιοχής να αναπτύξει ένα «χαρτοφυλάκιο» γεγονότων.

Επίκεντρο της ανάλυσης των δικτύων αυτών αποτέλεσαν οι επίσημες οργανωτικές δομές που παρουσιάζουν τα φεστιβάλ, τουτέστιν οι σχέσεις των διοργανωτικών ομάδων με πρωτογενείς, σύμφωνα με τον Carrol (1993), ενδιαφερόμενες ομάδες όπως φορείς, οργανώσεις και επιχειρήσεις με τις οποίες συνάπτουν επισήμως συνεργασία, ή εμπλέκονται στη λειτουργία των φεστιβάλ με οποιονδήποτε επίσημο και κατοχυρωμένο τρόπο και έτσι η συνεργασία τους θεωρείται απαραίτητη για την επιβίωση του γεγονότος. Οι ομάδες αυτές, όπως αναφέρεται και σε προηγούμενα κεφάλαια (3 και 4), συμβάλλουν σημαντικά στις διαδικασίες σχεδιασμού, λειτουργίας και διεκπεραίωσης των φεστιβάλ, με αποτέλεσμα, ως ανταποδοτικό όφελος από τη μεριά των διοργανωτών, τη δημόσια αναφορά τους. Η παρούσα μελέτη στηρίζεται, λοιπόν, αποκλειστικά σε ανοιχτά και προσβάσιμα δεδομένα που διατίθενται δημόσια στις επίσημες ιστοσελίδες των διοργανωτικών ομάδων και φορέων, ενώ επίσης αναφέρονται στο προωθητικό υλικό των φεστιβάλ και σε σχετικά με τα φεστιβάλ δημοσιεύματα σε τοπικά μέσα μαζικής ενημέρωσης (taxydromos.gr, 2019· e-thessalia.gr, 2019· volos.ert.gr, 2019· allaboutfestivals.gr, 2019). Ως εκ τούτου, για τη συλλογή των δεδομένων διενεργήθηκε διαδικτυακή έρευνα, ενώ σε δύο περιπτώσεις υπήρξε επικοινωνία με άτομα που ανήκουν στις διοργανωτικές ομάδες των φεστιβάλ. Η έρευνα ανοιχτών δεδομένων (open data) αποτελεί μέθοδο που αναπτύχθηκε τις τελευταίες δεκαετίες αξιοποιώντας τα αναρίθμητα δεδομένα που παρέχονται μέσω διαδικτύου σε ερευνητές όλων των ειδικοτήτων, στοχεύοντας σε νέους ορίζοντες γνώσης και στην εξέλιξη της ερευνητικής διαδικασίας (Uhlir & Schroder, 2007).

Η Ανάλυση Κοινωνικών Δικτύων επιτρέπει στους ερευνητές τη μελέτη της δυναμικής των σχέσεων μεταξύ οργανισμών, η οποία συχνά οδηγεί σε αποτελέσματα όπως η καινοτομία και η περιφερειακή ανάπτυξη. Η προαναφερθείσα προσέγγιση θεωρείται ιδιαίτερος χρήσιμη σε περιπτώσεις όπου συναντάται εμπλοκή πολλών παραγόντων για τη συγκρότηση ενός γεγονότος (Mackellar, 2006). Προς αυτή την κατεύθυνση, πρώτο βήμα αποτέλεσε η αναγνώριση των παραγόντων εκείνων που συγκροτούν τις ομάδες ενδιαφέροντος σύμφωνα με τις επίσημες αναφορές των φεστιβάλ του Βόλου. Οι ομάδες αυτές αποτελούνται από τα διοργανωτικά σώματα των φεστιβάλ, υποστηρικτές των φεστιβάλ (χρηματοδότες, χορηγοί), προμηθευτές και πάροχοι χώρων, συνεργάτες και συμπαραγωγοί, και μέσα επικοινωνίας. Αρχικά, συγκροτήθηκε μια λίστα στην οποία καταγράφηκαν όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη που εντοπίστηκαν από τις δημοσιευμένες πηγές και ιστοσελίδες του διαδικτύου ανά

φεστιβάλ (_F1 έως _F24) σε μορφή αρχείου TEXT (Εικόνα 2). Μία πλήρης λίστα των ενδιαφερόμενων μερών που εντοπίστηκαν για τα 24 φεστιβάλ που εξετάζονται βρίσκεται στο Παράθεμα.

Εικόνα 2. Πλήρης λίστα ενδιαφερόμενων μερών σε αρχείο TEXT.

```

_F9
ΕΝΩΣΗ_ΕΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ_ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ_ΥΓ.ΕΝ._ΝΕΑΣ_ΑΓΧΙΑΛΟΥ._Ο_ΣΥΛΛΟΓΟΣ_ΕΝ_ΘΕΣΣΑΛΙΑ_ΟΞΥΩΤΩΝ_ΝΕΑΣ_ΑΓΧΙΑΛΟΥ_«Η_ΟΞΥΑ»
ΦΙΛΟΠΡΟΔΟΣ_ΣΥΛΛΟΓΟΣ_Νέας_Αγχιάλου
Ιερά_Μητρόπολη_Δημητριάδος_και_Αλμυρού
Περιφέρεια_Θεσσαλίας-ΠΕ_Μαγνησίας_Σποράδων
ΔΟΕΠΑΠ_ΔΗΠΕΘΕ_Δήμου_Βόλου
Επιμελητήριο_Μαγνησίας
VOLOS_INFO_-_ΚΕΝΤΡΟ_ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ_ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ_ΔΗΜΟΥ_ΒΟΛΟΥ
ΕΝΩΣΗ_ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ_ΝΟΜΟΥ_ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ
ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ_ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΣ_ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ_ΝΕΑΣ_ΑΓΧΙΑΛΟΥ_«Η_ΔΗΜΗΤΡΑ»

_F10
MKO_ArTree
ΔΟΕΠΑΠ_ΔΗΠΕΘΕ_Δήμου_Βόλου
Ιερά_Μητρόπολη_Δημητριάδος_και_Αλμυρού
Τοπική_Κοινότητα_Αγίου_Λαυρεντίου
Υπουργείο_Πολιτισμού_Αθλητισμού
Αγρόε
EPT_Βόλος
Radio_Art
Red_Creative
ΜΕΤΑΙΧΜΙΟ
Το_Αβγό
Λουβάνα_Δίσκοι
Δρόμος_με_Δέντρα
Filiprou

_F11
ΚΔΑΠ_Δήμου_Βόλου
ΚΕΚΠΑ_ΔΙΕΚ_Δήμου_Βόλου
Στέκι_Παιδιού
Β_ΚΔΑΠ_Διεύθυνσης_Εκπαίδευσης
ΔΟΕΠΑΠ_ΔΗΠΕΘΕ_Δήμου_Βόλου

_F12
Αθλητικός_και_Εκπολιτιστικός_Σύλλογος_Πορταριάς_‘Το_Θρμίνιο’
Περιφέρεια_Θεσσαλίας-ΠΕ_Μαγνησίας_Σποράδων
ΔΟΕΠΑΠ_ΔΗΠΕΘΕ_Δήμου_Βόλου
Ιερά_Μητρόπολη_Δημητριάδος_και_Αλμυρού
EWA
Γυναικείος_Αγροτουριστικός_Συνεταιρισμός_Πορταριάς
Τσίπουρο_Τοκαλή
Villa_Virginaki
Pelion_Wedding_and_Events_Planners
Kritsa_Gastronomy_Hotel
La_Crepierie
Το_Κεντρικόν
Myrro_Herbs_and_Cosmetics
Ο_Κύρος
Αερικό_Smells_and_Flavors
Κουκουσέλης_Α

```

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, 2020.

Εξαιτίας του μεγάλου όγκου των δεδομένων που συλλέχθηκαν, τα οποία καταμετρούνται σε 469 ενδιαφερόμενα μέρη για τα 24 φεστιβάλ του Βόλου, θεωρήθηκε σε πρώτο στάδιο αναγκαία η ομαδοποίησή τους, ώστε να εξεταστεί αρχικά η συνολική τους αξία στο δίκτυο, πρακτική που παρατηρείται σε παρόμοιες έρευνες στη διεθνή βιβλιογραφία (Macckellar, 2006· Timur & Getz, 2008· Presenza & Cipollina, 2010· Ying, 2010· Adongo & Kim, 2018· Nguyen, Chau & Vo, 2018). Για τις ανάγκες της συγκεκριμένης εργασίας τα ενδιαφερόμενα μέρη ομαδοποιήθηκαν με βάση τις λειτουργικές τους ιδιότητες ως εξής:

1. Διοργανωτικές Ομάδες Φεστιβάλ
2. Φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (δημοτικές και περιφερειακές αρχές)
3. Κυβερνητικοί Φορείς (υπουργεία, κυβερνητικοί οργανισμοί)
4. Πολιτιστικοί Σύλλογοι/Ενώσεις
5. Χώροι Πολιτισμού/Μουσεία
6. Τουριστικές Υπηρεσίες (κέντρα τουριστικής πληροφόρησης, ταξιδιωτικές υπηρεσίες)
7. Εκκλησιαστικοί Φορείς
8. Υπηρεσίες Φιλοξενίας (ξενοδοχεία)
9. Υπηρεσίες Αναψυχής (κινηματογράφοι, extreme sports κ.α.)
10. Επιχειρήσεις Εστίασης
11. Ακαδημαϊκά/Εκπαιδευτικά Ιδρύματα
12. Ευρωπαϊκές/Διεθνείς Πολιτιστικές Οργανώσεις
13. Μέσα Μαζικής Μεταφοράς
14. Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
15. Σύλλογοι Επαγγελματιών
16. Διάφορες Τοπικές Επιχειρήσεις
17. Διάφορες Ξένες Επιχειρήσεις (με έδρα εκτός της περιοχής του Βόλου)
18. Ιδιώτες Χορηγοί (άτομα χορηγοί)
19. Διοικητικοί Φορείς Εκπαίδευσης

Με τον τρόπο αυτό διαμορφώθηκε μία νέα λίστα η οποία αποτελείται από τις ομάδες των ενδιαφερόμενων μερών ανά φεστιβάλ (_F1 έως _F24) ,όπως παρουσιάζονται στην Εικόνα 3.

Εικόνα 3. Συμπυκνωμένη λίστα ενδιαφερόμενων μερών σε αρχείο TEXT.

```

_F1
Διοργανωτικά_σώματα
Φορείς_τοπικής_αυτοδιοίκησης
Ιδιώτες_χορηγοί
Υπηρεσίες_διαμονής
Διάφορες_ξένες_επιχειρήσεις
Πολιτιστικοί_σύλλογοι_οργανισμοί
Ακαδημαϊκά_ιδρύματα
Χώροι_πολιτισμού_μουσεία_αξιοθέατα
Μέσα_μαζικής_ενημέρωσης
Επιχειρήσεις_εστίασης_προμηθευτές
Διάφορες_τοπικές_επιχειρήσεις

_F2
Πολιτιστικοί_σύλλογοι_οργανισμοί
Φορείς_τοπικής_αυτοδιοίκησης
Εκκλησιαστικοί_φορείς

_F3
Διοργανωτικά_σώματα
Κυβερνητικοί_φορείς
Ακαδημαϊκά_ιδρύματα
Πολιτιστικοί_σύλλογοι_οργανισμοί
Αναψυχή
Ευρωπαϊκές_διεθνείς_πολιτιστικές_οργανώσεις
Φορείς_τοπικής_αυτοδιοίκησης
Μέσα_μαζικής_ενημέρωσης
Διάφορες_τοπικές_επιχειρήσεις
Επιχειρήσεις_εστίασης_προμηθευτές
Διάφορες_ξένες_επιχειρήσεις
Υπηρεσίες_διαμονής

_F4
Φορείς_τοπικής_αυτοδιοίκησης
Κυβερνητικοί_φορείς
Αναψυχή
Διάφορες_τοπικές_επιχειρήσεις
Υπηρεσίες_διαμονής
Επιχειρήσεις_εστίασης_προμηθευτές
Μέσα_μαζικής_ενημέρωσης
Ευρωπαϊκές_διεθνείς_πολιτιστικές_οργανώσεις

```

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, 2020.

Στη συνέχεια, οι παραπάνω λίστες επεξεργάστηκαν με τη χρήση της γλώσσας προγραμματισμού Python στα λογισμικά πακέτα NetworkX και Matplotlib. Η επιλογή αυτή βασίστηκε στην ικανότητα σύνδεσης της συγκεκριμένης γλώσσας προγραμματισμού με τα λογισμικά πακέτα με τρόπο που διευκολύνει την ενσωμάτωση πολλών χρησίμων εργαλείων (Hagberg, Swart & Schult, 2008). Στη συγκεκριμένη περίπτωση, κάθε ενδιαφερόμενο μέρος των φεστιβάλ θεωρείται μοναδικό, αναπαρίσταται με έναν κόμβο στο παραγόμενο κοινωνιόγραμμα, ανεξάρτητα από τις φορές που εμφανίζεται στη λίστα και έχει βάρος 1 το οποίο ορίστηκε αυτόματα, διότι δε συλλέχθηκαν πληροφορίες για την ισχύ των συνδέσεών του. Αντίθετα, οι συνδέσεις του με τα υπόλοιπα ενδιαφερόμενα μέρη προστίθενται αν αυτό εμφανίζεται σε παραπάνω από ένα φεστιβάλ. Για το φεστιβάλ _F1 (35^ο Παγκόσμιο Φεστιβάλ Κιθάρας Βόλου) παραδείγματος χάρη, τα ενδιαφερόμενα μέρη του συνδέονται μεταξύ τους καθώς συνεργάζονται για τη διοργάνωσή του. Συνδέονται, όμως ταυτόχρονα και με όλα τα υπόλοιπα ενδιαφερόμενα μέρη των υπόλοιπων φεστιβάλ στα οποία εμφανίζονται ως συνεργάτες. Στον κώδικα σε γλώσσα προγραμματισμού Python η παραπάνω περίπτωση εξετάζεται με την εντολή επαναλαμβανόμενου ελέγχου εύρεσης ζευγών για κάθε ενδιαφερόμενο μέρος ξεχωριστά σε κάθε φεστιβάλ από _F1 έως _F24 (Εικόνα 4).

Εικόνα 4. Εντοπισμός δικτύων ενδιαφερόμενων μερών σε λογισμικό NetworkX και Matplotlib.

```

for i in stakeholders:
    for (k,l) in combinations(stakeholders[i],2):
        if l in stakeholderpairs[k]:
            stakeholderpairs[k][l]+=1
        else:
            stakeholderpairs[k][l]=1
for i in stakeholders:
    for (k,l) in combinations(stakeholders[i],2):
        if stakeholderpairs[k][l]>=1:
            G.add_edge(stakeholdernames[k],stakeholdernames[l], weight=stakeholderpairs[k][l])

print(stakeholdernames)

Gcc = sorted(nx.connected_component_subgraphs(G), key=len, reverse=True)

current_cc=nx.Graph()
current_cc=Gcc[0]

pos=nx.spring_layout(current_cc)

```

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, 2020.

Για την καλύτερη απεικόνιση των δικτύων χρησιμοποιήθηκαν διαφορετικά χρώματα αλλά και διαφορετικό πάχος γραμμής όσον αφορά τις συνδέσεις μεταξύ των κόμβων – ενδιαφερόμενων μερών, ανάλογα με τον αριθμό των συνδέσεων που μοιράζονται (Εικόνα 5).

Εικόνα 5. Μορφοποίηση της απεικόνισης των δικτύων ενδιαφερόμενων μερών.

```

labels=nx.draw_networkx_labels(G,pos,font_size=10)

eone = [(u, v) for (u, v, d) in G.edges(data=True) if d['weight'] == 1]
efew = [(u, v) for (u, v, d) in G.edges(data=True) if d['weight'] >= 2]
ealot = [(u, v) for (u, v, d) in G.edges(data=True) if d['weight'] >= 3]

nx.draw_networkx_nodes(G, pos, nodelist=G.nodes(), node_color='g', node_size=500)

nx.draw_networkx_edges(G, pos, edgelist=eone,
                        width=1)
nx.draw_networkx_edges(G, pos, edgelist=efew,
                        width=2, edge_color='b')
nx.draw_networkx_edges(G, pos, edgelist=ealot,
                        width=4, edge_color='r')

```

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, 2020.

Η συγκεκριμένη διαδικασία ακολουθήθηκε για την ανάλυση των κοινωνιογραμμάτων των ομαδοποιημένων ενδιαφερομένων μερών και των μεμονωμένων ενδιαφερόμενων μερών, όπως παρουσιάζονται στις ενότητες 7.1 και 7.3. Για τη δημιουργία του δικτύου των φεστιβάλ του Βόλου το οποίο παρουσιάζεται στην ενότητα 7.5, τα φεστιβάλ εξετάζονται συγκριτικά μεταξύ τους, με στόχο τον εντοπισμό κοινών ενδιαφερόμενων μερών. Φεστιβάλ που παρουσιάζουν κοινά ενδιαφερόμενα μέρη συνδέονται μεταξύ τους, ενώ το χρώμα και το πάχος της σύνδεσης εξαρτάται από τον αριθμό των συνδέσεων που εντοπίζονται (Εικόνα 6).

Εικόνα 6. Εντοπισμός δικτύου των φεστιβάλ σε λογισμικό NetworkX και Matplotlib.

```

for (i,j) in combinations(stakeholders,2):
    for stakeholder1 in stakeholders[i]:
        for stakeholder2 in stakeholders[j]:
            if stakeholder1==stakeholder2:
                if G.has_edge(i,j) or G.has_edge(j,i):
                    G[i][j]['weight']+=1
                    #print(i,j,G[i][j]['weight'], stakeholder1,stakeholder2)
                else:
                    G.add_edge(i,j,weight=1)
                    #print(i,j,G[i][j]['weight'], stakeholder1,stakeholder2)
pos=nx.spring_layout(G)
labels=nx.draw_networkx_labels(G,pos,font_size=10)
eone = [(u, v) for (u, v, d) in G.edges(data=True) if d['weight'] == 1]
efew = [(u, v) for (u, v, d) in G.edges(data=True) if d['weight'] >= 2]
ealot = [(u, v) for (u, v, d) in G.edges(data=True) if d['weight'] >= 3]
nx.draw_networkx_nodes(G, pos, nodelist=G.nodes(), node_color='g', node_size=500)
nx.draw_networkx_edges(G, pos, edgelist=eone,
                        width=1)
nx.draw_networkx_edges(G, pos, edgelist=efew,
                        width=2, edge_color='b')
nx.draw_networkx_edges(G, pos, edgelist=ealot,
                        width=4, edge_color='r')

```

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, 2020.

Στη συνέχεια, για όλα τα παραπάνω δίκτυα διενεργήθηκε υπολογισμός των μεταβλητών κεντρικότητας (βαθμού, εγγύτητας, ενδιαμεσότητας και ιδιοδιανύσματος). Ο υπολογισμός των συναρτήσεων των μεταβλητών γίνεται, επίσης, μέσω υπολογιστικού συστήματος με τη χρήση της γλώσσας προγραμματισμού Python για κάθε κόμβο ξεχωριστά (Εικόνα 7).

Εικόνα 7. Υπολογισμός μεταβλητών κεντρικότητας των κόμβων των δικτύων.

```

deg=nx.degree_centrality(current_cc)
bet=nx.betweenness_centrality(current_cc)
close=nx.closeness_centrality(current_cc)
eigen=nx.eigenvector_centrality(current_cc)
sorted_deg=sorted(deg, key=deg.get, reverse=True)
print("+++++++ DEGREE ++++++")
for i in sorted_deg:
    for j in stakeholdernames:
        if stakeholdernames[j]==i:
            current_name=j
            print(current_name,round(deg[i]*(current_cc.number_of_nodes()-1),0))
sorted_bet=sorted(bet, key=bet.get, reverse=True)
print("+++++++ BETWEENNESS ++++++")
for i in sorted_bet:
    for j in stakeholdernames:
        if stakeholdernames[j]==i:
            current_name=j
            print(current_name,bet[i])
sorted_close=sorted(close, key=close.get, reverse=True)
print("+++++++ CLOSENESS ++++++")
for i in sorted_close:
    for j in stakeholdernames:
        if stakeholdernames[j]==i:
            current_name=j
            print(current_name,close[i])
sorted_eigen=sorted(eigen, key=eigen.get, reverse=True)
print("+++++++ EIGENVECTOR ++++++")
for i in sorted_eigen:
    for j in stakeholdernames:
        if stakeholdernames[j]==i:
            current_name=j
            print(current_name,eigen[i])

```

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, 2020.

Τέλος, για όλα τα γραφήματα τα οποία εξετάστηκαν χρησιμοποιήθηκε ο υπολογισμός της μεταβλητής της πυκνότητας (density), καθώς και ο εντοπισμός των βασικών τους χαρακτηριστικών, όπως ο αριθμός των κόμβων και των συνδέσεων που απεικονίζουν και η μέση τιμή (average degree) των συνδέσεων που αντιστοιχεί σε κάθε κόμβο των δικτύων (Εικόνα 8).

Εικόνα 8. Υπολογισμός μεταβλητής πυκνότητας και εντοπισμός βασικών χαρακτηριστικών των δικτύων.

```
print(nx.info(G))  
  
density = nx.density(G)  
print("Network density:" , density)
```

Πηγή: Ίδια Επεξεργασία, 2020.

Τα γραφήματα τα οποία προκύπτουν από την παραπάνω επεξεργασία των δεδομένων όπως επίσης και τα αποτελέσματα των υπολογισμών των μεταβλητών που εξετάστηκαν παρατίθενται και αναλύονται στο κεφάλαιο 7.

6.3 ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάστηκαν αναλυτικά τα φεστιβάλ τα οποία περιλήφθηκαν στη συγκεκριμένη εργασία καθώς και οι λόγοι για τους οποίους επιλέχθηκαν. Σε μία λεπτομερή περιγραφή αναλύθηκε η μέθοδος της ανάλυσης κοινωνικών δικτύων η οποία χρησιμοποιήθηκε, όπως επίσης και οι δείκτες των μεταβλητών κεντρικότητας. Στο κεφάλαιο 7 παρουσιάζονται και αναλύονται τα αποτελέσματα της παραπάνω μεθόδου στοχεύοντας στη διερεύνηση των σχέσεων που διαμορφώνονται μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών των φεστιβάλ, τον εντοπισμό των κεντρικότερων φορέων στα παραγόμενα δίκτυα και στην ανάλυση των σχέσεων των φεστιβάλ μεταξύ τους..

7. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ

7.1 ΔΟΜΗ ΔΙΚΤΥΟΥ ΟΜΑΔΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ

Με την επεξεργασία της λίστας των ομαδοποιημένων ενδιαφερόμενων μερών των φεστιβάλ με τη χρήση της ανάλυσης κοινωνικών δικτύων, διαμορφώθηκε ένα δίκτυο αποτελούμενο από 19 ομάδες ενδιαφερόμενων μερών, οι οποίες εμπεριέχουν ομαδοποιημένα τα 167 μοναδικά στοιχεία (φορές που εμφανίζεται η κάθε ομάδα στη λίστα). Οι ομάδες αυτές συνδέονται μεταξύ τους με 157 συνδέσεις. Η μέση τιμή (average degree) των συνδέσεων για κάθε στοιχείο είναι 1,88, ενώ η πυκνότητα (density) του δικτύου υπολογίζεται σε 0,011, δηλαδή 1% (Πίνακας 4). Το ποσοστό αυτό υποδηλώνει πως μόνο 1% των πιθανών συνδέσεων υπάρχουν στο συγκεκριμένο δίκτυο, γεγονός που το καθιστά αρκετά αδύναμο σύμφωνα με τους Hanneman και Riddle (2005).

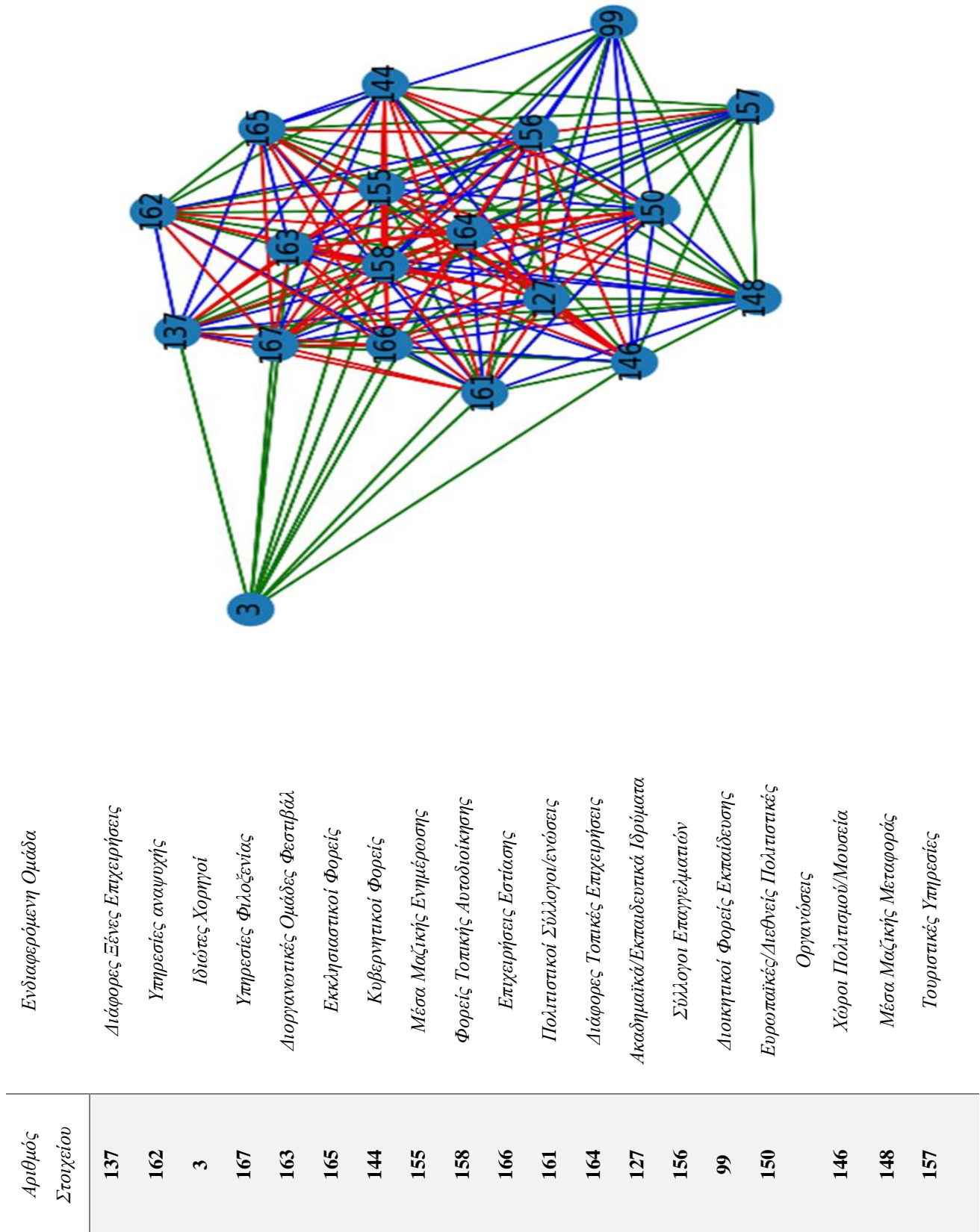
Πίνακας 4. Γενικοί Δείκτες Δικτύου Ομαδοποιημένων Ενδιαφερόμενων Μερών.

Αριθμός Μοναδικών Στοιχείων	167
Αριθμός Συνδέσεων	157
Μέση Τιμή Συνδέσεων	1.8802
Πυκνότητα Δικτύου	0.0113

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, 2020.

Στο δίκτυο, τα στοιχεία τα οποία μοιράζονται μέχρι μία σύνδεση ενώνονται με πράσινη γραμμή, τα στοιχεία τα οποία μοιράζονται έως δύο συνδέσεις ενώνονται με μπλε γραμμή, ενώ τα στοιχεία που μοιράζονται περισσότερες από δύο συνδέσεις ενώνονται με κόκκινη γραμμή. Οι συνδέσεις αυτές προκύπτουν από τη συνεργασία ομάδων ενδιαφερόμενων μερών με τις υπόλοιπες ομάδες κατά τη διαδικασία της διοργάνωσης των τοπικών φεστιβάλ του Βόλου (Γράφημα 3). Στη συνέχεια, ακολούθησε η επεξεργασία των παραπάνω δεδομένων για τον υπολογισμό των δεικτών κεντρικότητας: βαθμού, εγγύτητας, ενδιαμεσότητας και ιδιοδιανύσματος, όπως αυτοί αναλύθηκαν και σε προηγούμενο κεφάλαιο (6). Η συγκεκριμένη μέθοδος στοχεύει σε μία αναλυτικότερη μελέτη των αποτελεσμάτων του δικτύου, παρέχοντας ακριβή εικόνα για τη θέση κάθε ομάδας ενδιαφερόμενων μερών στο δίκτυο αλλά και τη σημασία της θέσης αυτής για τη λειτουργία του. Στον Πίνακα 5 καταγράφονται οι τιμές των δεικτών ανά ομάδα ενδιαφερόμενων μερών.

Γράφημα 3. Δίκτυο Ομαδοποιημένων Ενδιαφερόμενων Μερών.
 Πηγή: Ίδια Επεξεργασία, 2020.



Πίνακας 5. Δείκτες κεντρικότητας κόμβων δικτύου ομαδοποιημένων ενδιαφερόμενων μερών.

Ομάδες Ενδιαφερόμενων Μερών	Degree	Betweenness	Closeness	Eigenvector
Φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης	18.0	0.0084	1.0	0.2442
Πολιτιστικοί Σύλλογοι/Ενώσεις και Οργανισμοί	18.0	0.0084	1.0	0.2442
Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης	18.0	0.0084	1.0	0.2442
Διάφορες Τοπικές Επιχειρήσεις	18.0	0.0084	1.0	0.2442
Επιχειρήσεις Εστίασης	18.0	0.0084	1.0	0.2442
Διάφορες Ξένες Επιχειρήσεις	18.0	0.0084	1.0	0.2442
Υπηρεσίες Φιλοξενίας	18.0	0.0084	1.0	0.2442
Χώροι Πολιτισμού/Μουσεία/Αξιοθέατα	17.0	0.0067	0.9473	0.2322
Μέσα Μαζικής Μεταφοράς	17.0	0.0029	0.9473	0.2361
Ευρωπαϊκές/Διεθνείς Πολιτιστικές Οργανώσεις	17.0	0.0029	0.9473	0.2361
Σύλλογοι Επαγγελματιών	17.0	0.0029	0.9473	0.2361
Διοργανωτικές Ομάδες Φεστιβάλ	17.0	0.0055	0.9473	0.2337
Εκκλησιαστικοί Φορείς	17.0	0.0029	0.9473	0.2361
Ακαδημαϊκά/Εκπαιδευτικά Ιδρύματα	17.0	0.0067	0.9473	0.2322
Κυβερνητικοί Φορείς	16.0	0.0008	0.9	0.2256
Τουριστικές Υπηρεσίες	15.0	0.0004	0.8571	0.2125
Υπηρεσίες Αναμυχής	15.0	0.0004	0.8571	0.2125
Διοικητικοί Φορείς Εκπαίδευσης	13.0	0.0	0.7826	0.1863
Ιδιώτες Χορηγοί	10.0	0.0	0.6923	0.1438

Πηγή: Ίδια Επεξεργασία, 2020.

7.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΚΤΥΟΥ ΟΜΑΔΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ

Στο Γράφημα 3 διακρίνεται η συγκρότηση ενός συμπλέγματος ομάδων ενδιαφερόμενων μερών με τους Φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης, τις Διοργανωτικές Ομάδες των φεστιβάλ, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, τις Διάφορες Τοπικές Επιχειρήσεις και τις Επιχειρήσεις Εστίασης να βρίσκονται σε κεντρική θέση στο δίκτυο. Περιφερειακά αλλά εντός του πλαισίου του κεντρικού συμπλέγματος βρίσκονται και οι Υπηρεσίες Φιλοξενίας, οι Πολιτιστικοί Σύλλογοι/Ενώσεις, τα Ακαδημαϊκά/Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, οι Υπηρεσίες Αναψυχής, οι Εκκλησιαστικοί Φορείς, οι Σύλλογοι Επαγγελματιών, οι Κυβερνητικοί Φορείς, οι Ευρωπαϊκές/Διεθνείς Πολιτιστικές Οργανώσεις, οι Διάφορες Ξένες Επιχειρήσεις, οι Χώροι Πολιτισμού/Μουσεία/Πολιτιστικά Αξιοθέατα, τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς και οι Τουριστικές Υπηρεσίες. Σε πιο απομακρυσμένη από το κεντρικό μέρος του δικτύου θέση εντοπίζονται οι Διοικητικοί Φορείς Εκπαίδευσης, ενώ ξεκάθαρα απομακρυσμένοι και με λιγιστές συνδέσεις στο δίκτυο διακρίνονται οι Ιδιώτες Χορηγοί.

Η πυκνότητα του δικτύου (1%) αλλά και οι χαμηλοί δείκτες κεντρικότητας αποδεικνύουν πως πρόκειται για ένα δίκτυο αδύναμα συνδεδεμένο. Σύμφωνα με τους Hanneman και Riddle (2005), δίκτυα με χαμηλό δείκτη πυκνότητας και χαμηλή συνοχή πιθανά παρουσιάζουν δυσκολία στη διάχυση πληροφοριών και οποιονδήποτε άλλων σχετικών και χρήσιμων παραγόντων μεταξύ των μελών τους. Αδύναμα συνδεδεμένα δίκτυα επηρεάζουν ακόμη τη βιωσιμότητα των φεστιβάλ, διότι αν κάποια από τις ομάδες ενδιαφερόμενων μερών παύσει να συμμετέχει ίσως να προκαλέσει την αποσύνδεση και άλλων ομάδων από το δίκτυο (Mair & Duffy, 2020).

Επιπρόσθετα, η κατανομή των στοιχείων αποδεικνύει πως στο συγκεκριμένο δίκτυο δεν υπάρχει ένα κεντρικό στοιχείο, μία ομάδα ενδιαφερόμενων μερών που να κατέχει την κεντρικότερη θέση σε σχέση με τις υπόλοιπες. Αντίθετα, στο κεντρικό τμήμα του δικτύου εντοπίζονται διάφορες ομάδες ενδιαφερόμενων δημιουργώντας ένα σύμπλεγμα συνεργατών. Η έλλειψη ενός κεντρικού στοιχείου στη συγκεκριμένη περίπτωση αποτελεί μία θετική συγκυρία για τα φεστιβάλ του Βόλου. Η εξάρτηση από μία ομάδα ενδιαφερόμενων μερών, για την εξασφάλιση πόρων απαραίτητων για τη λειτουργία του θα έθετε σε κίνδυνο οποιοδήποτε φεστιβάλ (Getz, 2002). Αντίθετα στη συγκεκριμένη περίπτωση παρατηρείται πιθανή ελευθερία επιλογών ανάμεσα στις ενδιαφερόμενες ομάδες του κεντρικού μέρους του δικτύου από τα διοργανωτικά μέλη των φεστιβάλ.

Ωστόσο, το γεγονός αυτό προϋποθέτει την κάλυψη των αναγκών των διαφόρων ενδιαφερόμενων ομάδων και την επίλυση πιθανών αλληλοσυγκρουόμενων συμφερόντων τους με αποτελεσματικές μεθόδους διαχείρισης (Freeman, 1984· Reid & Arcodia, 2002· Presenza & Ioca, 2012).

Πιο συγκεκριμένα, οι δείκτες της μεταβλητής της κεντρικότητας εντοπίζουν τις ενδιαφερόμενες ομάδες οι οποίες κατέχουν σημαντική θέση στο δίκτυο. Παρατηρείται ότι επτά από το σύνολο των ενδιαφερόμενων ομάδων μοιράζονται τις πιο κεντρικές θέσεις στο δίκτυο με δείκτη κεντρικότητας βαθμού 18.0, ενδιάμεσης κεντρικότητας 0.0084, κεντρικότητας εγγύτητας 1.0 και κεντρικότητας ιδιοδιανύσματος 0.2442. Οι ομάδες αυτές είναι οι εξής: Φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης, Πολιτιστικοί Σύλλογοι/Ενώσεις, Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, Διάφορες Τοπικές Επιχειρήσεις, Επιχειρήσεις Εστίασης, Διάφορες Ξένες Επιχειρήσεις και Υπηρεσίες Φιλοξενίας. Η ισχυρή θέση των παραπάνω ομάδων επηρεάζει την αυτονομία και την ανεξαρτησία τους στο δίκτυο, καθώς απεικονίζει τη δυνατότητά τους να μπορούν να επιλέξουν διάυλους επικοινωνίας, αποφεύγοντας τη δημιουργία σχέσεων εξάρτησης (Casanueva, Gallego & Sanchez, 2016). Πιο συγκεκριμένα, καθώς οι συνδέσεις ενός κοινωνικού δικτύου υποδηλώνουν άμεσες επαφές, κάθε στοιχείο που παρουσιάζει τις περισσότερες άμεσες επαφές μπορεί να δρα ως σημαντικός διάυλος επικοινωνίας πληροφοριών ή να συμμετέχει στις κύριες ροές πληροφοριών στο δίκτυο (Vogiatzis κ.α., 2015).

Πολλές από τις παραπάνω ομάδες αποτελούν ενδιαφερόμενα μέρη που σχετίζονται με τον τουριστικό τομέα της περιοχής όπως οι Υπηρεσίες Φιλοξενίας, οι Επιχειρήσεις Εστίασης, οι Διάφορες Τοπικές Επιχειρήσεις αλλά και σε μεγάλο βαθμό οι Φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Το γεγονός αυτό δεν είναι τυχαίο καθώς ο τουρισμός αποτελεί βασικό κίνητρο για τη συνεργασία ενδιαφερόμενων ομάδων με στόχο τη διοργάνωση φεστιβάλ (Yaghmour & Scott, 2009). Ο τουρισμός επίσης αναγνωρίζεται ως μία δικτυακή βιομηχανία από τους Scott, Cooper και Baggio (2007). Ο βαθμός στον οποίο οι συμμετέχοντες με ισχυρή θέση σε ένα φεστιβάλ αντιλαμβάνονται τις επιπτώσεις του στον τουριστικό τομέα καθορίζουν και την επιτυχία του φεστιβάλ όσον αφορά τη συμμετοχικότητα, την ανάπτυξη της κοινότητας, τη βιωσιμότητα και τη τουριστική προσέλκυση (Adongo & Kim, 2018). Παρατηρείται λοιπόν, πως στην πόλη του Βόλου οι συγκεκριμένοι φορείς που σχετίζονται με τον τουρισμό προβάλλουν ενδιαφέρον για τη στήριξη των φεστιβάλ που διοργανώνονται στην περιοχή, αλλά και αντίστροφα τα φεστιβάλ προτιμούν τη στήριξη που προέρχεται από αυτούς τους φορείς.

Από πλευράς των Διοργανωτικών Ομάδων των φεστιβάλ, το συγκεκριμένο εύρημα της έρευνας έχει υψηλή χρησιμότητα καθώς υποδηλώνει πως για τον επιτυχημένο σχεδιασμό ενός φεστιβάλ η συνεργασία τους με τις επτά αυτές ομάδες είναι ύψιστης σημασίας, διότι αποδεδειγμένα υπερτερούν όσον αφορά την προτίμηση άλλων διοργανώσεων για τη προσφορά των απαραίτητων υλικών και άυλων πόρων. Παραδείγματος χάρη, για την υλοποίηση ενός νέου φεστιβάλ για πρώτη φορά στην εξεταζόμενη πόλη, η επιλογή σύναψης συνεργασιών μόνο με τις προαναφερθείσες επτά ενδιαφερόμενες ομάδες από τον υπεύθυνο διοργάνωσης θα μπορούσε να εξασφαλίσει ικανοποιητική στήριξη για τη διοργάνωση. Ταυτόχρονα, δίνει τη δυνατότητα διεύρυνσης του δικτύου συνεργασίας καθώς, όπως αποδεικνύουν οι δείκτες ενδιάμεσης κεντρικότητας και κεντρικότητας ιδιοδιανύσματος, οι ομάδες αυτές έχουν τις περισσότερες διασυνδέσεις με τις υπόλοιπες ισχυρές ομάδες του δικτύου, καθιστώντας ευκολότερη τη σύναψη νέων συνεργασιών.

Η ισχυρή θέση των Φορέων Τοπικής Αυτοδιοίκησης αποδίδεται στην ενεργή δραστηριοποίηση του Δήμου και της Περιφέρειας όσον αφορά τη διοργάνωση εκδηλώσεων και φεστιβάλ, καθώς συναντώνται ως φορείς διοργάνωσης, συνεργάτες ή υποστηρικτές σε 20 από τα 24 φεστιβάλ. Ο ρόλος των Φορέων Τοπικής Αυτοδιοίκησης, όχι μόνο ως ισχυρού παράγοντα στον τομέα της δημιουργίας και στήριξης εκδηλώσεων αλλά και ως διάυλος μεταξύ των ομάδων που σχετίζονται με τον τομέα αυτόν είναι πολύ σημαντικός. Πιο συγκεκριμένα, οι τοπικές αρχές πλεονεκτούν καθώς έχουν τη δυνατότητα να γνωρίζουν την πλειονότητα των ενδιαφερόμενων ομάδων είτε μέσω της διοργάνωσης φεστιβάλ, είτε μέσω διαφορετικής τοπικής τους δραστηριότητας. Ως εκ τούτου, η παραπάνω ομάδα δύναται να δράσει είτε θετικά για την εξέλιξη των ειδικών γεγονότων στην πόλη με τη δημιουργία ενός μόνιμου και ισχυρού δικτύου συνεργατών προάγοντας τη βιωσιμότητά τους, είτε αρνητικά ασκώντας πιέσεις ανάλογες των συμφερόντων της στις υπόλοιπες ομάδες. Το συγκεκριμένο εύρημα συνάδει με έρευνες σχετικές με τα φεστιβάλ στην Ελλάδα, κατά τις οποίες σε πόλεις μικρού ή μεσαίου μεγέθους παρατηρείται πως ο ρόλος των τοπικών αρχών για τη διοργάνωση φεστιβάλ είναι βασικός, διότι οι εκδηλώσεις μπορούν να αποτελέσουν παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης για την περιοχή χωρίς να προϋποθέτουν μεγάλο κόστος από πλευράς των αρχών. Ωστόσο συχνά ελλοχεύει ο κίνδυνος εκμετάλλευσης των εκδηλώσεων αυτών ως μέσων προβολής πολιτικών συμφερόντων (Κόνσολα και Καραχάλης, 2010).

Επιπλέον, διακρίνεται η ενεργή συμμετοχή των Πολιτιστικών Συλλόγων/Ενώσεων, γεγονός που οφείλεται κατά πολύ στο μεγάλο τους αριθμό καθώς σε κάποια φεστιβάλ συμμετέχουν πολυάριθμοι σύλλογοι προερχόμενοι εντός και εκτός του Δήμου Βόλου. Σύμφωνα με την Booth (2016), οι Πολιτιστικοί Σύλλογοι δρουν διαχρονικά ως παραγωγοί φεστιβάλ και άλλων εορταστικών εκδηλώσεων, ανταποκρινόμενοι στις ανάγκες των κοινοτήτων όσον αφορά τις πολιτιστικές τους παραδόσεις. Τέλος, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης τοπικής και εθνικής εμβέλειας αποτελούν τον κύριο παράγοντα επικοινωνίας στην πλειονότητα των φεστιβάλ, ενώ μεγάλες Ξένες Επιχειρήσεις της χώρας συναντώνται συχνά ως χορηγοί ανεξαρτήτως της θεματολογίας τους, δηλώνοντας την πιθανή ανάγκη για ισχυρότερη οικονομική στήριξη, είτε λόγω υψηλότερου κόστους της διοργάνωσης, είτε απευθυνόμενοι σε ευρύτερο και όχι μόνο τοπικό κοινό.

Οι χαμηλότεροι δείκτες των Διοργανωτικών Ομάδων των φεστιβάλ οφείλονται στις λιγότερες συνδέσεις τους σε σύγκριση με τις προαναφερθείσες ομάδες, κυρίως λόγω της έλλειψής τους σε αρκετά φεστιβάλ. Μόλις 11 από τα 24 φεστιβάλ διοργανώνονται από Διοργανωτικές Ομάδες ιδιωτικής πρωτοβουλίας, ενώ τα υπόλοιπα αποτελούν συνεργατικές εκδηλώσεις των δημοτικών αρχών, εκκλησιαστικών φορέων ή συλλόγων επαγγελματιών και πολιτιστικών συλλόγων. Χώροι Πολιτισμού/Μουσεία, Μέσα Μαζικής Μεταφοράς και Ακαδημαϊκά/Εκπαιδευτικά Ιδρύματα παρουσιάζουν δείκτη κεντρικότητας βαθμού 17.0, καθώς σύμφωνα με παρόμοιες έρευνες αποτελούν σημαντικούς παράγοντες για τη διοργάνωση και την υποστήριξη φεστιβάλ σε τοπικό επίπεδο, είτε μέσω της ανταλλαγής γνώσεων και πληροφοριών, είτε μέσω της προσφοράς συνεργασίας με στόχο την τουριστική ανάπτυξη (Nguyen, Chao & Vo, 2018). Ωστόσο, ο χαμηλός δείκτης ιδιοδιανύσματος που παρουσιάζουν οι Χώροι Πολιτισμού και τα Ακαδημαϊκά/Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (0.2322) δηλώνει πως είναι σχετικά αποκομμένοι από τις ισχυρότερες ομάδες του δικτύου. Παρά το γεγονός ότι και οι δύο ομάδες θα μπορούσαν να αποτελέσουν πηγή γνώσεων και μοχλό κίνησης κυρίως των πολιτιστικών γεγονότων στην πόλη, δεν έχουν αναλάβει ακόμη τον ρόλο τους συνολικά ως βασικοί πυλώνες που έχουν τη δυνατότητα να επηρεάσουν την αειφόρο ανάπτυξη του τομέα των γεγονότων και φεστιβάλ στο Βόλο.

Αξιοσημείωτη δράση διακρίνεται από μεριάς των Εκκλησιαστικών Φορέων της περιοχής στη στήριξη των τοπικών φεστιβάλ. Με υψηλό βαθμό συνδέσεων (17.0) οι Εκκλησιαστικοί Φορείς παρουσιάζονται ως χρηματοδότες, αρωγοί και συμπαραγωγοί

σε διάφορα φεστιβάλ του Βόλου, ειδικότερα μέσω ενός ειδικού οργανισμού τους, ο οποίος έχει δημιουργηθεί με στόχο την προώθηση της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς. Στα πλαίσια της δράσης του, φαίνεται να προτιμά ή να προτιμάται κατ'επανάληψη από συγκεκριμένες ενδιαφερόμενες ομάδες σε κάθε φεστιβάλ, γεγονός που αποδεικνύεται από τον αρκετά χαμηλό δείκτη ενδιάμεσης κεντρικότητας (0.0029), παρ'ότι παρουσιάζεται ως προσβάσιμη ομάδα σύμφωνα με το δείκτη εγγύτητας (0.9473). Ενεργή δράση στον πολιτιστικό τομέα της περιοχής με τα ίδια χαρακτηριστικά με τους Εκκλησιαστικούς Φορείς παρουσιάζεται και από πλευράς των Συλλόγων Επαγγελματιών, οι οποίοι αναλαμβάνουν ρόλο διοργανωτή και συνεργάτη ειδικότερα σε πολιτιστικά και γαστρονομικά φεστιβάλ. Το ίδιο ισχύει και για τις Ευρωπαϊκές και Διεθνείς Πολιτιστικές Οργανώσεις, οι οποίες έχουν συχνή συνεργασία κυρίως με μουσικά και κινηματογραφικά φεστιβάλ.

Επιπρόσθετα, οι Κυβερνητικοί Φορείς δεν παρουσιάζουν ισχυρή θέση στο δίκτυο, αφού παρά τις σχετικά αξιοσημείωτες συνδέσεις τους (κεντρικότητα βαθμού: 16.0), βρίσκονται σε απόσταση από τα κεντρικά στοιχεία του δικτύου (κεντρικότητα εγγύτητας: 0.9), δεν αποτελούν δίαυλο σύνδεσης διαφορετικών ομάδων μεταξύ τους (ενδιάμεση κεντρικότητα: 0.0008), και παρουσιάζουν λιγιστές συνδέσεις με ισχυρότερες ομάδες (κεντρικότητα ιδιοδιανύσματος: 0.2256).

Πολύ χαμηλούς δείκτες της μεταβλητής παρουσιάζουν και οι Τουριστικές Υπηρεσίες και οι Υπηρεσίες Αναψυχής (κεντρικότητα βαθμού: 15.0, ενδιάμεση κεντρικότητα: 0.0004, κεντρικότητα εγγύτητας: 0.8571 και κεντρικότητα ιδιοδιανύσματος: 0.2125). Σε αντίθεση με αποτελέσματα παρόμοιων ερευνών σχετικών με τη συνεργασία ενδιαφερόμενων ομάδων για τη διοργάνωση φεστιβάλ ή για την προώθηση τουριστικών προορισμών όπου οι Τουριστικές Υπηρεσίες και οι Υπηρεσίες Αναψυχής κατέχουν κεντρικές θέσεις (Scott, Cooper & Baggio, 2008· Ziakas & Costa, 2010· Nguyen, Chau & Vo, 2018), στην παρούσα εργασία τα αποτελέσματα είναι διαφορετικά. Διακρίνεται πως στο Βόλο λίγες υπηρεσίες τουρισμού και αναψυχής συμμετέχουν στη διοργάνωση των φεστιβάλ, με αποτέλεσμα να διαμορφώνουν λιγιστές συνδέσεις. Η μη συμμετοχή τους πιθανά δυσχεραίνει το έργο των διοργανωτών καθώς η συγκεκριμένες ομάδες θα μπορούσαν να έχουν βασικό ρόλο ως παράγοντες υποστήριξης τους αλλά και ως μοχλοί τουριστικής κινητικότητας στην περιοχή με στόχο το φεστιβαλικό τουρισμό/τουρισμό γεγονότων. Όπως αναφέρεται και στη βιβλιογραφία, τα φεστιβάλ μπορούν να αποτελέσουν ζωτικό μέρος του

στρατηγικού σχεδίου μάρκετινγκ μίας περιοχής, δημιουργώντας ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, συμβάλλοντας στη δημιουργία μιας θετικής και ελκυστικής εικόνας για τον τόπο φιλοξενίας (Hall, 1998· Getz, 2008· Carriello, 2018). Η συνεργασία των υπηρεσιών αυτών είτε με τα φεστιβάλ της πόλης είτε με ενδιαφερόμενες ομάδες με υψηλό δείκτη κεντρικότητας θα μπορούσε συμβάλλει στην προσέλκυση νέων μορφών τουρισμού και στην αύξηση της δικής τους προβολής.

Τέλος, οι δύο ομάδες με τις λιγότερο κεντρικές θέσεις στο δίκτυο, οι Διοικητικοί Φορείς Εκπαίδευσης και οι Ιδιώτες Χορηγοί, είναι ομάδες οι οποίες δε συναντώνται συχνά στη διεθνή βιβλιογραφία. Ωστόσο, στη συγκεκριμένη περίπτωση εντοπίστηκαν ως συνεργάτες αλλά και συν-διοργανωτές σε περισσότερα από ένα φεστιβάλ η καθεμία και για το λόγο αυτό θεωρήθηκε απαραίτητη η συμμετοχή τους στο δίκτυο. Οι Διοικητικοί Φορείς Εκπαίδευσης εμφανίζουν μηδενικό δείκτη ενδιάμεσης κεντρικότητας παρά το γεγονός ότι παρουσιάζουν κάποιες κοντινές συνδέσεις με το υπόλοιπο δίκτυο. Η συμμετοχή τους σχεδόν αποκλειστικά στα φεστιβάλ παιδικής έκφρασης/δημιουργίας και πολιτισμού δικαιολογεί τις περιορισμένες επαφές και την απόστασή τους από τις υπόλοιπες ενδιαφερόμενες ομάδες. Οι Ιδιώτες Χορηγοί αντίθετα, εντοπίζονται σε διάφορα φεστιβάλ ανεξαρτήτως της θεματολογίας τους, αλλά η παρουσία τους είναι σπάνια με αποτέλεσμα τους εξαιρετικά χαμηλούς δείκτες κεντρικότητας.

7.3 ΔΙΚΤΥΟ ΜΕΜΩΝΟΜΕΝΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ

Η ομαδοποίηση των ενδιαφερόμενων μερών θεωρήθηκε απαραίτητη για τη μελέτη της συνεργασίας τους για την οργάνωση και την ενίσχυση των φεστιβάλ του Βόλου με βάση τον τομέα στον οποίο ανήκουν. Μολονότι η συγκεκριμένη μέθοδος είναι αποκαλυπτική ως προς την κινητικότητα και τη διάθεση συνεργασίας κάθε τομέα ξεχωριστά, διαπιστώνεται πως κατά τη χρήση της χάνονται αρκετές και σημαντικές πληροφορίες σχετικές με το δίκτυο. Για το λόγο αυτό, παρατίθεται και το αρχικό δίκτυο με τα δεδομένα τα οποία συλλέχθηκαν, χωρίς να υποστούν ομαδοποίηση, έτσι ώστε να επιτευχθεί μία λεπτομερέστερη μελέτη. Προφανώς ο όγκος των δεδομένων σε αυτή την περίπτωση είναι πολύ μεγαλύτερος και ως εκ τούτου η μελέτη θα επικεντρωθεί στα στοιχεία με τις κεντρικότερες θέσεις αλλά και σε ορισμένες αντιθέσεις που παρατηρήθηκαν σε σχέση με το δίκτυο των ομαδοποιημένων ενδιαφερόμενων μερών. Στο Παράθεμα υπάρχει ένας συγκεντρωτικός πίνακας με όλα τα στοιχεία τα οποία εξετάστηκαν.

Κατά τη διαδικασία επεξεργασίας των δεδομένων που συλλέχθηκαν δημιουργήθηκαν 469 διαφορετικοί κόμβοι και 6.827 συνδέσεις μεταξύ τους, στο τελικό δίκτυο (Πίνακας 6). Η μέση τιμή (average degree) των συνδέσεων ενός κόμβου υπολογίζεται στις 29,113 ενώ η πυκνότητα (density) του δικτύου υπολογίζεται σε 0,062. Ως εκ τούτου η πιθανότητα ύπαρξης σύνδεσης μεταξύ δύο τυχαίων κόμβων στο δίκτυο είναι 6%, γεγονός που συνεπάγεται ένα «αδύναμα» συνδεδεμένο δίκτυο (weak network), σύμφωνα με τους ερευνητές Hanneman και Riddle (2005).

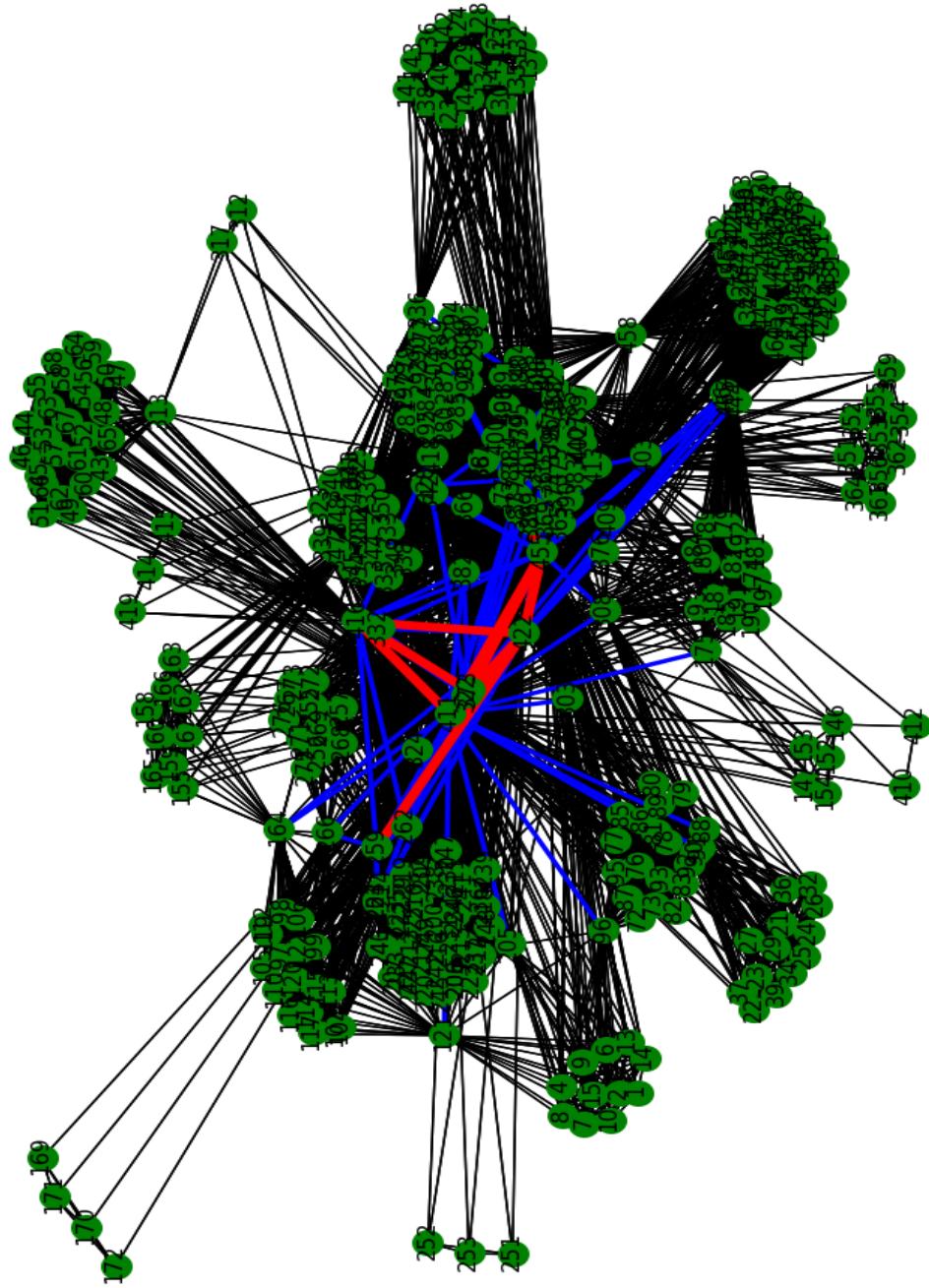
Πίνακας 6. Γενικοί Δείκτες Δικτύου Μεμονωμένων Ενδιαφερόμενων Μερών.

Αριθμός Μοναδικών Στοιχείων	469
Αριθμός Συνδέσεων	6827
Μέση Τιμή Συνδέσεων	29.113
Πυκνότητα Δικτύου	0.0622

Πηγή: Ίδια Επεξεργασία, 2020.

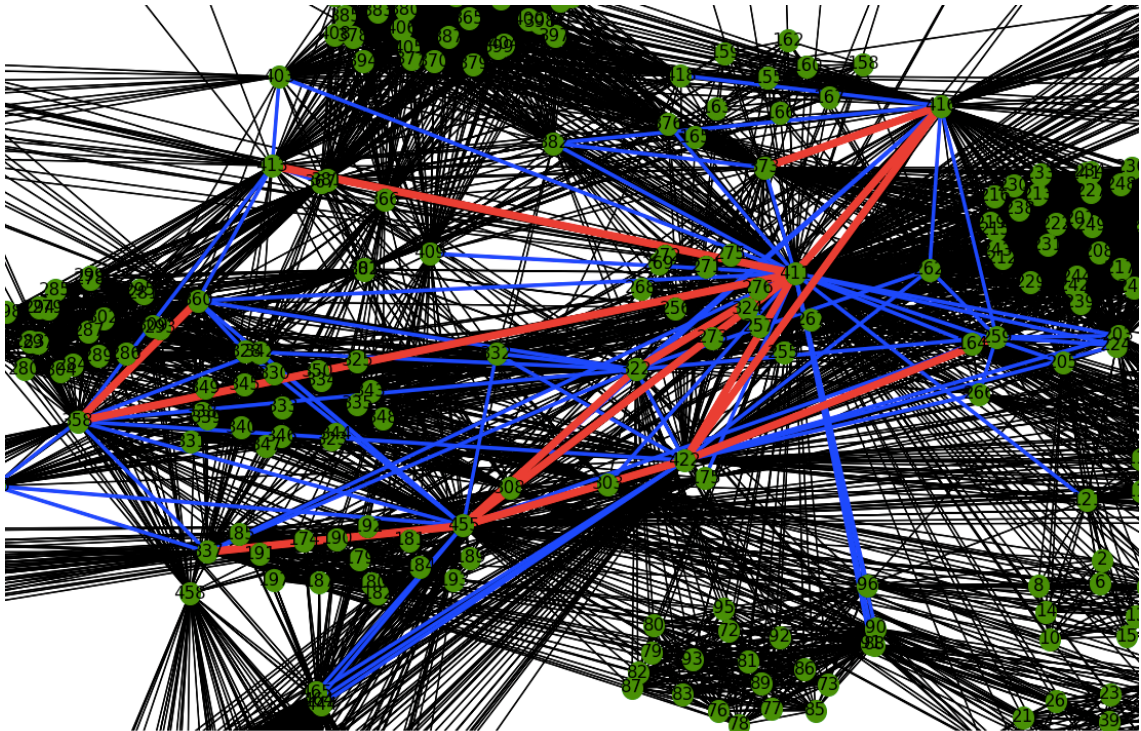
Στο Γράφημα 4 απεικονίζονται συνολικά όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη των 24 φεστιβάλ του Βόλου τα οποία εξετάστηκαν, σε μορφή κόμβων, ενώ οι συνδέσεις υποδηλώνουν τις σχέσεις συνεργασίας μεταξύ τους. Κόμβοι οι οποίοι μοιράζονται μία σύνδεση ενώνονται με μαύρες γραμμές, οι δύο συνδέσεις απεικονίζονται με γραμμές χρώματος μπλε, ενώ για παραπάνω από δύο συνδέσεις χρησιμοποιήθηκε κόκκινο χρώμα. Παρατηρείται πως το δίκτυο που διαμορφώθηκε από την επεξεργασία των δεδομένων θα μπορούσε να διαχωριστεί σε τέσσερα επιμέρους στελέχη. Αρχικά, διακρίνεται ένα σύνολο ομάδων ενδιαφερόμενων μερών περιφερειακά στο δίκτυο, ενώ οι συνδέσεις των μερών του με τους υπόλοιπους κόμβους του δικτύου δεν ξεπερνούν τη μία το καθένα. Σε κοντινότερη απόσταση στο κέντρο του δικτύου βρίσκονται ενδιαφερόμενα μέρη τα οποία ομοίως δεν παρουσιάζουν περισσότερες από μία σύνδεση με άλλα στοιχεία, ωστόσο συγκροτούν περισσότερες συνδέσεις σε αριθμό. Στο κέντρο του δικτύου (Γράφημα 5) εντοπίζονται τα ενδιαφερόμενα μέρη με τις περισσότερες συνδέσεις στο δίκτυο, αλλά και συνδέσεις που υφίστανται παραπάνω από μία ή δύο φορές μεταξύ των στοιχείων. Τέλος, διακρίνονται και μεμονωμένα στοιχεία διάσπαρτα στο κεντρικό μέρος του δικτύου, τα οποία παρουσιάζουν μεγάλο αριθμό συνδέσεων και δρουν ως διάυλοι διότι συνδέουν διάφορα μέρη του δικτύου μεταξύ τους.

Γράφημα 4. Δίκτυο Μεμονωμένων Ενδιαφερόμενων Μερών.



Πηγή: Ίδια Επεξεργασία, 2020.

Γράφημα 5. Κεντρικό μέρος δικτύου μεμονωμένων ενδιαφερόμενων μερών.



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, 2020.

Στον Πίνακα 7 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα του υπολογισμού των μεταβλητών κεντρικότητας των κεντρικότερων στοιχείων καθεμίας ομάδας ενδιαφερόμενων μερών. Τα ονόματα δεν παρέχονται για την προστασία της ανωνυμίας των συμμετεχόντων στην έρευνα.

Πίνακας 7. Δείκτες κεντρικότητας κόμβων δικτύου μεμονωμένων ενδιαφερόμενων μερών.

No Κόμβου	Ενδιαφερόμενο Μέρος	Degree	Betweenness	Closeness	Eigenvector
411	Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ.	276.0	0.8026	0.7858	0.2060
455	Τοπική Επιχείρηση	216.0	0.1889	0.7093	0.1426
422	Εκκλησιαστικός Φορέας	199.0	0.1339	0.6866	0.1943
322	Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας	141.0	0.0436	0.6192	0.1534
358	MME	107.0	0.0336	0.5856	0.0653
259	Διοικητικός Φορέας Εκπαίδευσης	85.0	0.0051	0.5654	0.1211
458	Επιχείρηση Εστίασης	82.0	0.0151	0.5382	0.0712
324	MMM	78.0	0.0064	0.5594	0.1213
366	Κυβερνητικός Φορέας	73.0	0.0097	0.5543	0.0735
444	Υπηρεσία Φιλοξενίας	68.0	0.0088	0.5512	0.0607
318	Χώρος Πολιτισμού/Μουσείο	67.0	0.0072	0.5502	0.1125
239	Πολιτιστικός Σύλλογος	52.0	0.0002	0.5236	0.1015
210	Σύλλογος Επαγγελματιών	51.0	0.0	0.5227	0.1010
229	Διεθνής Πολιτιστική Οργάνωση	51.0	0.0	0.5227	0.1010
237	Υπηρεσία Αναγνώσης	51.0	0.0	0.5227	0.1010
365	Διοργανωτική Ομάδα	44.0	0.0	0.4867	0.0462
406	Τουριστική Υπηρεσία	44.0	0.0	0.4867	0.0462
164	Ξένη Επιχείρηση	36.0	0.0	0.5250	0.0270
189	Ιδιώτης	23.0	0.0	0.5154	0.0219

Πηγή: Ίδια Επεξεργασία, 2020.

7.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΚΤΥΟΥ ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ

Εξαιτίας του μεγάλου αριθμού των στοιχείων και της πολυπλοκότητας των συνδέσεων του δικτύου υπάρχει δυσκολία στην κατανόηση των χαρακτηριστικών του οπτικά. Για το λόγο αυτό, πραγματοποιήθηκαν οι υπολογισμοί όλων των απαραίτητων μεταβλητών ώστε να αναλυθεί η δομή του δικτύου. Αρχικά, η μέση τιμή των συνδέσεων του δικτύου είναι φανερά υψηλότερη από τη μέση τιμή του δικτύου των ομαδοποιημένων ενδιαφερόμενων μερών εξαιτίας του πολύ μεγαλύτερου όγκου του. Με τιμή 29.113 και πυκνότητα δικτύου 0.0622, δηλαδή 6% των πιθανών συνδέσεων να υπάρχουν στο δίκτυο, παρατηρείται πως η δομή του δείχνει υψηλότερη συνοχή. Δρώντας λοιπόν «ατομικά» κάθε ενδιαφερόμενο μέρος παρουσιάζει περισσότερες συνδέσεις με τα υπόλοιπα μέρη σε σχέση με τις ομάδες του προηγούμενου δικτύου. Η δράση τους δηλαδή, αποδυναμώνεται όταν εξετάζεται στα πλαίσια του συνόλου. Ωστόσο, το ποσοστό της πυκνότητας και σε αυτό το δίκτυο παραμένει χαμηλό, γεγονός που φανερώνει την ύπαρξη δυσκολίας μεταφοράς πληροφορίας μεταξύ των μερών.

Κατά τον υπολογισμό των μεταβλητών κεντρικότητας βαθμού, ενδιάμεσης κεντρικότητας, κεντρικότητας εγγύτητας και κεντρικότητας ιδιοδιανύσματος, ορίστηκε με σαφήνεια η θέση καθενός από τα 469 στοιχεία του δικτύου. Είναι σημαντικό να σημειωθεί πως και σε αυτό το δίκτυο εντοπίζονται συγκεκριμένα ενδιαφερόμενα μέρη τα οποία έχουν σταθερά τις υψηλότερες θέσεις, σύμφωνα με τα αποτελέσματα και των τεσσάρων μεταβλητών. Ειδικότερα, υπάρχει ένα στοιχείο το οποίο ανήκει στην ομάδα των Φορέων Τοπικής Αυτοδιοίκησης και το οποίο κατέχει την υψηλότερη θέση κατά τον υπολογισμό όλων των μεταβλητών (κεντρικότητα βαθμού: 276.0, ενδιάμεση κεντρικότητα: 0.8026, κεντρικότητα εγγύτητας: 0.7858, κεντρικότητα ιδιοδιανύσματος: 0.2060). Πρόκειται για τον οργανισμό εσωτερικής υπηρεσίας Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. και ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. του Δήμου Βόλου, ο οποίος συμμετέχει ενεργά σε 16 από τα 24 φεστιβάλ τα οποία εξετάζονται. Ειδικότερα μεγάλη διαφορά διακρίνεται στην τιμή ενδιάμεσης κεντρικότητας του κόμβου σε σχέση με τους υπόλοιπους κόμβους του δικτύου. Η θέση αυτή αποδίδεται στη δυνατότητα του στοιχείου να βρίσκεται στις διαδρομές επικοινωνίας που συνδέουν μεγάλο αριθμό ενδιαφερόμενων μερών μεταξύ τους, γεγονός που του δίνει τη δυνατότητα επιρροής και ελέγχου της επικοινωνίας τους (Vogiatzis κ.α., 2015).

Σε έρευνα για τη συνεργασία των ενδιαφερόμενων μερών σε έξι φεστιβάλ που διοργανώνονται σε πόλη της Αφρικής, οι Φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης φαίνεται να έχουν επίσης σημαντικό ρόλο στην εύρυθμη λειτουργία των φεστιβάλ, ωστόσο όχι σημαντικότερο από αυτό των διοργανωτών (Adongo & Kim, 2018), όπως προκύπτει στην παρούσα έρευνα. Το γεγονός αυτό όμως, δικαιολογείται καθώς στην εξεταζόμενη πόλη λιγοστά φεστιβάλ διοργανώνονται από ιδιωτικούς διοργανωτικούς οργανισμούς, ενώ τα περισσότερα αποτελούν προϊόντα συνεργασίας δημόσιων φορέων με πολιτιστικούς συλλόγους, συλλόγους επαγγελματιών και εκκλησιαστικών φορέων. Οι ερευνήτριες Presenza και Ioca το 2012, μελετώντας διάφορα μουσικά φεστιβάλ της Ιταλίας, διαπίστωσαν πως το 20,31% των χρηματικών πόρων των φεστιβάλ προέρχονταν από τη χρηματοδότηση που παρείχαν οι δημοτικές αρχές, ενώ το 19,85% από τους φορείς της περιφέρειας, εύρημα που σε πολλές περιπτώσεις δικαιολογεί την κεντρικότητα των συγκεκριμένων μερών (Presenza & Ioca, 2012).

Σε αρκετά κεντρικότερη θέση σε σχέση με το δίκτυο των ομαδοποιημένων ενδιαφερόμενων μερών εντοπίζεται ο κεντρικός τοπικός Εκκλησιαστικός Φορέας της περιοχής (κεντρικότητα βαθμού: 199.0, ενδιάμεση κεντρικότητα: 0.1339, κεντρικότητα εγγύτητας: 0.6866 και κεντρικότητα ιδιοδιανύσματος: 0.1943). Σε αντίθεση με τη θέση του συνόλου των Εκκλησιαστικών Φορέων, ο συγκεκριμένος αποτελεί ένα από τους κεντρικότερους κόμβους του δικτύου των μεμονωμένων ενδιαφερόμενων μερών. Πέρα από το μεγάλο αριθμό συνδέσεων και τη θέση του κοντά σε πολλά σημεία του δικτύου, ο δείκτης ενδιάμεσης κεντρικότητας αποδεικνύει πως διαθέτει ρόλο διαύλου στο δίκτυο, χαρακτηριστικό που δεν ίσχυε για την ομάδα του. Διαπιστώνεται, λοιπόν, πως στο Βόλο ο κεντρικός Εκκλησιαστικός Φορέας της πόλης, μέσω, μάλιστα, ενός ειδικού οργανισμού που έχει δημιουργήσει για την προστασία και την προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες στήριξης των φεστιβάλ. Δυστυχώς, δεν υπάρχουν σχετικές έρευνες για τη δράση τέτοιου είδους φορέων σε άλλες ελληνικές πόλεις, ώστε να γίνει κατανοητό εάν η δράση αυτή αποτελεί συνηθισμένο γεγονός στην ελληνική επαρχία. Από την πλευρά των διοργανωτών, η επίτευξη συνεργασίας με το συγκεκριμένο φορέα αλλά και τον οργανισμό Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π και ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. Δήμου Βόλου, θα μπορούσε να εξασφαλίσει μία σταθερή βάση υποστήριξης, με δεδομένο ότι οι σχέσεις των συγκεκριμένων μερών με τους υπόλοιπους φορείς μπορεί να αποτελέσει πλεονέκτημα για τους ίδιους.

Παρόμοια περίπτωση αποτελεί και το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, το οποίο εδρεύει στην πόλη του Βόλου, και το οποίο σε αντίθεση με την ομάδα Ακαδημαϊκά/Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, κατέχει κεντρική θέση στο δίκτυο των μεμονωμένων ενδιαφερόμενων μερών (κεντρικότητα βαθμού: 141.0, ενδιάμεση κεντρικότητα: 0.0436, κεντρικότητα εγγύτητας: 0.6192, κεντρικότητα ιδιοδιανύσματος: 0.1534). Η ενεργή θέση του Πανεπιστημίου στην πόλη μπορεί να οδηγήσει σε θετικά αποτελέσματα στον τομέα της διοργάνωσης γεγονότων, καθώς η συνεργασία του είναι απαραίτητη, κυρίως για την προσφορά γνώσεων και εξειδικευμένων δεξιοτήτων στο σχεδιασμό και στην ανάπτυξη των γεγονότων στην περιοχή. Επιπρόσθετα, η συγκεκριμένη συνεργασία θα μπορούσε να θεωρηθεί εποικοδομητική για τα εκπαιδευτικά και ερευνητικά προγράμματα του Πανεπιστημίου, προσφέροντας νέες ευκαιρίες από τις οποίες θα επωφεληθούν και τα δύο μέλη της συνεργασίας.

Ως αντίθετη περίπτωση εμφανίζεται η ομάδα των Πολιτιστικών Συλλόγων/Ενώσεων, η οποία στο ομαδοποιημένο δίκτυο ανήκει στις ομάδες με την κεντρικότερη θέση, ενώ στο δίκτυο των μεμονωμένων ενδιαφερόμενων μερών το πρώτο στοιχείο της δεν βρίσκεται ανάμεσα στα κεντρικότερα. Πιο συγκεκριμένα, ο κεντρικότερος Πολιτιστικός Σύλλογος/Ενωση παρουσιάζει δείκτη κεντρικότητας βαθμού 52.0, ενώ είναι ο μοναδικός με δείκτη ενδιάμεσης κεντρικότητας μεγαλύτερο του μηδενός (0.0002). Δεν θεωρείται ενδιαφερόμενο μέρος απομακρυσμένο από τον πυρήνα του δικτύου αλλά ούτε και κεντρικό. Ωστόσο, στη συγκεκριμένη περίπτωση το μέγεθος της ομάδας, το γεγονός δηλαδή ότι η ομάδα των Πολιτιστικών Συλλόγων/Ενώσεων αποτελείται από 31 στοιχεία, διαθέτει μεγαλύτερη ισχύ από τη δράση καθενός μεμονωμένου μέλους. Έτσι, ενώ η συνεργασία πολλών Πολιτιστικών Συλλόγων/Ενώσεων μπορεί να θεωρηθεί σημαντική για τη στήριξη των φεστιβάλ της πόλης, κάθε Σύλλογος/Ενωση ξεχωριστά δεν αποτελεί εξαιρετικά σημαντικό συνεργάτη για τη διοργάνωσή τους. Το γεγονός, μάλιστα, πως η δυναμική τους ως διάυλοι μεταξύ των μερών είναι σχεδόν μηδενική αποδεικνύει πως ο αριθμός των φεστιβάλ με τα οποία συνεργάζονται είναι αρκετά περιορισμένος με αποτέλεσμα να μη δημιουργούν σχέσεις συνεργασίας με μέρη άλλων ομάδων με ευκολία. Εντοπίζεται, όμως πως η πλειονότητα των Πολιτιστικών Συλλόγων/Ενώσεων έχουν αρκετά υψηλό δείκτη ιδιοδιανύσματος, δηλώνοντας στενή συνεργασία με τις τοπικές και περιφερειακές αρχές. Η παρούσα έρευνα δεν εξετάζει τις συνθήκες κατά τις οποίες δημιουργούνται οι σχέσεις συνεργασίας μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών, γι' αυτό

και το αν το εύρημα αυτό είναι αποτέλεσμα έλλειψης συνεργασίας από την πλευρά των Συλλόγων/Ενώσεων ή των φεστιβάλ είναι άγνωστο. Ωστόσο, σε έρευνα των Van Niekerk και Getz (2016) σε διοργανωτές φεστιβάλ των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής, διαπιστώθηκε πως το 92% των διοργανωτών αναγνωρίζουν τους Πολιτιστικούς Συλλόγους/Ενώσεις ως αξιόλογα ενδιαφερόμενα μέρη των φεστιβάλ τους.

Την κεντρικότερη θέση κόμβου της ομάδας Διάφορων Τοπικών Επιχειρήσεων κατέχει ένα ενδιαφερόμενο μέρος το οποίο αποτελεί τοπική ιδιωτική επιχείρηση (κεντρικότητα βαθμού: 216.0, ενδιάμεση κεντρικότητα: 0.1889, κεντρικότητα εγγύτητας: 0.7093 και κεντρικότητα ιδιοδιανύσματος: 0.1426). Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το αμέσως επόμενο στοιχείο που ανήκει στην ομάδα των Διάφορων Τοπικών Επιχειρήσεων παρουσιάζει μεγάλη διαφορά στους δείκτες του (κεντρικότητα βαθμού: 68.0, ενδιάμεση κεντρικότητα: 0.0088, κεντρικότητα εγγύτητας: 0.5512, κεντρικότητα ιδιοδιανύσματος: 0.0607). Η τοπική ιδιωτική επιχείρηση με την κεντρικότερη θέση στο δίκτυο ανήκει στα στοιχεία τα οποία συνδέουν και ενώνουν τα περισσότερα ενδιαφερόμενα μέρη μεταξύ τους. Δρα ως χορηγός/προμηθευτής σε 10 φεστιβάλ της πόλης ενώ σύμφωνα με την ιστοσελίδα της επιχείρησης συμμετέχει ενεργά σε αθλητικές, καλλιτεχνικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις ως μέρος των ενεργειών εταιρικής κοινωνικής της ευθύνης (ersa.gr, 2020). Η ύπαρξη ενός κεντρικού ενδιαφερόμενου μέρους οδηγεί στο συμπέρασμα πως για τη διοργάνωση ενός φεστιβάλ στην πόλη του Βόλου η συνεργασία αυτής και μόνο της επιχείρησης αρκεί για την εξασφάλιση της απαραίτητης υποστήριξης που προέρχεται από την ομάδα Διάφορων Τοπικών Επιχειρήσεων. Με τον τρόπο αυτό ένας διοργανωτής θα μπορούσε να αποφύγει τη δυσκολία διαχείρισης μεγάλου αριθμού ενδιαφερόμενων μερών. Ωστόσο, μία τέτοια πρακτική σύντομα θα οδηγούσε το φεστιβάλ σε εξάρτηση για την εξασφάλιση των πόρων του από τη συγκεκριμένη επιχείρηση (Getz, 2002), ενώ επίσης το φεστιβάλ δεν θα προσέφερε ανταποδοτικά οφέλη στην τοπική κοινότητα.

Αρκετά μέλη της ομάδας των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης εντοπίζονται στο κεντρικό μέρος του δικτύου. Όπως διαπιστώνεται και από τη διεθνή βιβλιογραφία τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης θεωρούνται σημαντικά ενδιαφερόμενα μέρη για τα φεστιβάλ (Mossberg & Getz, 2006· Getz, Anderson & Larson, 2007). Η κάλυψη των φεστιβάλ από τα ΜΜΕ αυξάνει την προβολή τους αλλά και την προβολή της πόλης που τα φιλοξενεί. Λειτουργώντας, συνεπώς, ως εργαλεία branding τα φεστιβάλ

χρησιμοποιούνται στρατηγικά για να εξασφαλίσουν τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά τους. Τα ΜΜΕ σε αυτή την περίπτωση λειτουργούν ως σύμμαχοι, όχι μόνο για τη διαφήμισή τους αλλά και για τη δημιουργία μίας θετικής τους εικόνας. Έτσι, είναι απαραίτητη η ανάπτυξη στρατηγικών μέσω αυτής της συνεργασίας και σε συνεννόηση με τις τοπικές αρχές για τη διαχείριση της εικόνας-του brand της πόλης. Επιπλέον, τα ΜΜΕ μέσω της σύναψης χορηγικών συνεργασιών με τα φεστιβάλ, καταφέρνουν την προβολή του δικού τους brand, δημιουργώντας ένα κοινωνικό προφίλ (Mossberg & Getz, 2006).

Όπως και στο δίκτυο των ομαδοποιημένων ενδιαφερόμενων μερών έτσι και σε αυτό, τα μέλη των Επιχειρήσεων Εστίασης και των Υπηρεσιών Φιλοξενίας βρίσκονται σε κοντινές θέσεις μεταξύ τους. Εντύπωση προκαλεί ο αρκετά χαμηλότερος σε σχέση με το προηγούμενο δίκτυο δείκτης ενδιάμεσης κεντρικότητας, καθώς ενώ ο αριθμός των εξεταζόμενων επιχειρήσεων και υπηρεσιών είναι μεγάλος, δεν δρουν ως σύνδεσμοι επικοινωνίας μεταξύ των μερών στον ίδιο βαθμό όσο δρουν ως ομάδες. Ταυτόχρονα, παρά το γεγονός ότι στην ομάδα Χώροι Πολιτισμού και Μουσεία συμμετέχουν μόλις εννέα στοιχεία, φαίνεται πως έχουν αναπτύξει δεσμούς συνεργασίας, ώστε η θέση τους να μην είναι απομακρυσμένη από το κέντρο του δικτύου. Ιδιαίτερα σημαντικές συνεργασίες παρουσιάζει το πρώτο ενδιαφερόμενο μέρος της ομάδας με ικανοποιητικό αριθμό διασυνδέσεων αλλά αρκετά χαμηλό δείκτη ενδιάμεσης κεντρικότητας (0.0072).

Ωστόσο, ο εντοπισμός μόνον εννέα Χώρων Πολιτισμού και Μουσείων, από τα οποία κάποια δεν βρίσκονται εντός της πόλης, ως ενδιαφερόμενα μέρη στα φεστιβάλ του Βόλου είναι άξιος σχολιασμού. Παρά την αξιόλογη παρουσία οργανισμών και ιδρυμάτων πολιτιστικού χαρακτήρα στην πόλη, η οποία αναλύθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο (5), ελάχιστοι συνεργάζονται με τα φεστιβάλ που διοργανώνονται για την ενίσχυσή τους ως τουριστικό μοχλό. Συνολικά, η παρουσία τους στο εξεταζόμενο δίκτυο είναι αξιόλογη, καθώς είναι μία ενδιαφερόμενη ομάδα πολύ σημαντική ιδιαίτερα για τον τομέα του τουρισμού της πόλης, όπως παραθέτουν και οι Nguyen, Chau και Vo, σε σχετική τους έρευνα (2018). Παρά ταύτα, η συμμετοχή περισσότερων Χώρων Πολιτισμού και Μουσείων στο δίκτυο θα μπορούσε να ενισχύσει την παρουσία τους, την προσφορά τους αλλά και την προβολή τους στην τοπική κοινότητα και στους επισκέπτες της πόλης.

Για τα μέλη των ομάδων Μέσων Μαζικής Μεταφοράς και Συλλόγων Επαγγελματιών είναι σημαντικό να αναφερθεί πως κατέχουν θέσεις αντίστοιχες των ομάδων τους στο προηγούμενο δίκτυο, κρατώντας σταθερά την αρχική τους κατάταξη. Επιπρόσθετα, η θέση των μελών της ομάδας Διοικητικών Φορέων Εκπαίδευσης ξεπερνά κατά πολύ τη θέση της ομάδας στο προηγούμενο δίκτυο. Το αποτέλεσμα αυτό μπορεί να αποδοθεί στο γεγονός ότι η συγκεκριμένη ομάδα αποτελείται από μόλις 2 μέλη, όμως η παρουσία τους είναι σημαντική καθώς εντοπίζονται ως συνδιοργανωτές και/ή χορηγοί στα 4 φεστιβάλ που απευθύνονται κυρίως σε παιδιά και εφήβους, καθιστώντας τους απαραίτητους συνεργάτες για την εύρυθμη λειτουργία των συγκεκριμένων φεστιβάλ.

Το πρώτο μέρος των Διοργανωτικών Ομάδων έχει περιορισμένες συνδέσεις, όπως και όλα τα μέρη τους. Όπως αναφέρθηκε και στην ανάλυση του προηγούμενου δικτύου το αποτέλεσμα αυτό είναι αναμενόμενο καθώς οι ιδιωτικές Διοργανωτικές Ομάδες είναι λιγοστές. Εντούτοις, οι χαμηλοί δείκτες ενδιάμεσης κεντρικότητας και κεντρικότητας ιδιοδιανύσματος προσδίδουν νέες πληροφορίες, καθώς οι λιγοστές έως και μηδαμινές σχέσεις με μέλη άλλων ομάδων ή κεντρικότερων μερών αποδεικνύουν τις λιγοστές επαφές των ομάδων αυτών στο δίκτυο, είτε από επιλογή, είτε ως αποτέλεσμα επιτυχημένης λειτουργίας των φεστιβάλ τους ως έχουν. Από την άλλη, οι λιγοστές Διοργανωτικές Ομάδες επισημαίνουν το σχεδιασμό και τη διαχείριση μεγάλου αριθμού των φεστιβάλ από ομάδες συχνά εθελοντικές σε συνεργασία με τις δημοτικές αρχές και άλλους ιδιωτικούς οργανισμούς. Το γεγονός αυτό ωστόσο, αυξάνει τον κίνδυνο αποτυχίας τους λόγω έλλειψης εξειδικευμένων γνώσεων και δεξιοτήτων (Getz, 2002).

Τέλος, άξια αναφοράς είναι η αντίθεση μεταξύ της θέσης της ομάδας Διάφορων Ξένων Επιχειρήσεων με τη θέση του πιο κεντρικού τους μέλους. Ενώ στο δίκτυο των ομαδοποιημένων ενδιαφερόμενων μερών η συγκεκριμένη ομάδα ανήκε σε εκείνες με την κεντρικότερη θέση, στο δίκτυο των μεμονωμένων ενδιαφερόμενων μερών το ισχυρότερο μέλος της βρίσκεται αρκετά απομακρυσμένο από το κέντρο. Παρατηρείται, επίσης πως οι Ξένες Επιχειρήσεις προτιμώνται ως χορηγοί σε 7 από τα 24 φεστιβάλ της πόλης, και ενώ ο πληθυσμός τους είναι περιορισμένος στο δίκτυο, ως ομάδα αποκτά αξιόλογη ισχύ. Αντίθετα, μεμονωμένα οι επιχειρήσεις αυτές δεν παρουσιάζουν στοιχεία συνεργασίας με τους υπόλοιπους τοπικούς φορείς, καθώς δεν σχετίζονται με την πόλη του Βόλου διαφορετικά. Ενδιαφέρον θα μπορούσε να εγείρει ως μελλοντική έρευνα ο λόγος για τον οποίο τοπικά φεστιβάλ συνεργάζονται με επιχειρήσεις εκτός της

περιφέρειάς τους, όταν οι Τοπικές Επιχειρήσεις παρουσιάζουν μεγαλύτερο βαθμό συνεργασίας και σχέσεων που θα μπορούσαν να ωφελήσουν περισσότερο τη βιωσιμότητα της διοργάνωσης.

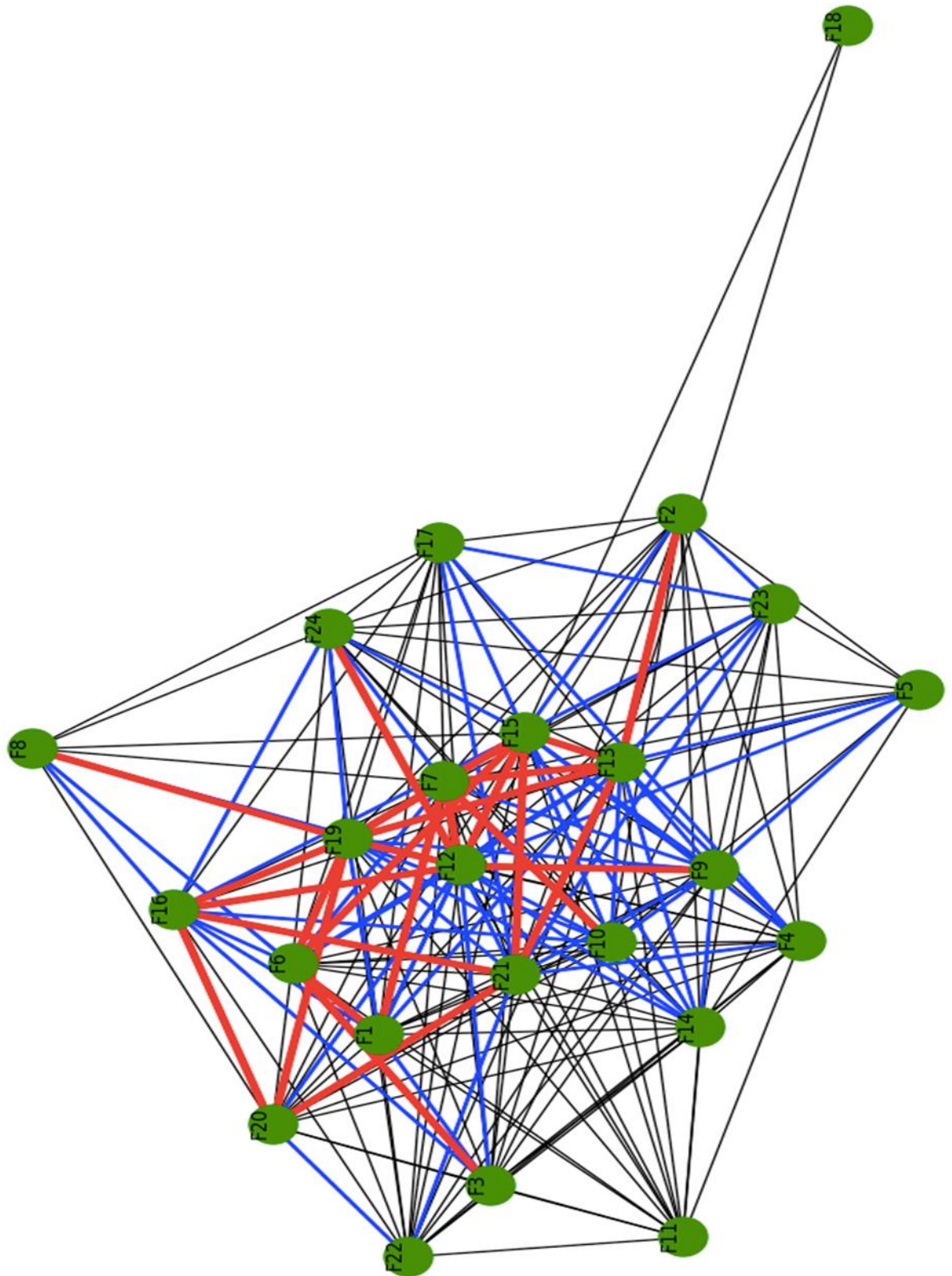
Είναι σημαντικό να αναφερθεί πως σε ένα κοινωνικό δίκτυο τα λιγότερο κεντρικά στοιχεία δεν θεωρούνται αυτομάτως αδύναμα ή μη χρήσιμα. Αντίθετα, συχνά το μεγαλύτερο μέρος ενός δικτύου μπορεί να αποτελείται από στοιχεία με λιγότερες συνδέσεις, όπως και το εξεταζόμενο δίκτυο. Στη βιβλιογραφία η αξία των στοιχείων αυτών συναντάται ως «η δύναμη των αδύναμων δεσμών» (“the strength of weak ties”) (Granovetter, 1973). Τα φεστιβάλ συγκροτούν οικονομίες στις οποίες τέτοιου είδους συνδέσεις εντοπίζονται διαρκώς, διότι αποτελούν αγορές με χαρακτηριστική ρευστότητα που διαρκώς αλλάζουν και μεταβάλλονται σε αναλογία με τις ανάγκες τους (Jarman κ.α., 2014). Στην περίπτωση που ένα κοινωνικό δίκτυο βασίζεται αποκλειστικά και μόνο σε ισχυρούς δεσμούς τότε το μέγεθός τους θα περιοριστεί σημαντικά και δύσκολα θα καταφέρει να διατηρηθεί (Clark, 2007). Σε μακροοικονομική κλίμακα, οι αδύναμες αυτές συνδέσεις απαιτούν λιγιστές επενδύσεις ενώ ταυτόχρονα διευκολύνουν την εξάπλωση πληροφοριών και πόρων (Wellman, 2002· Jarman κ.α., 2014).

7.5 ΔΙΚΤΥΟ ΤΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ

Αναλύοντας τα δίκτυα των ενδιαφερόμενων μερών των φεστιβάλ, προκύπτει το ερώτημα πως οι σχέσεις συνεργασίας που εντοπίστηκαν επηρεάζουν ή θα μπορούσαν να επηρεάσουν μελλοντικά τα ίδια τα φεστιβάλ. Κάθε φεστιβάλ συνεργάζεται με ενδιαφερόμενα μέρη τα οποία προσφέρουν τα απαραίτητα εφόδια για την εξασφάλιση της επιτυχημένης λειτουργίας τους αποκομίζοντας ανταποδοτικά οφέλη. Τα δεδομένα αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να εντοπιστούν όχι μόνο τα πρότυπα συνεργασίας των ενδιαφερόμενων μερών που παρατηρούνται μέσω της διοργάνωσης των φεστιβάλ, αλλά και αντιστρόφως, για να εντοπιστούν και να αναλυθούν οι σύνδεσμοι που διαμορφώνονται μεταξύ των φεστιβάλ ανάλογα με τα ενδιαφερόμενα μέρη με τα οποία συνεργάζονται. Όπως παρατηρήθηκε ορισμένα ενδιαφερόμενα μέρη συναντώνται ως συνεργάτες σε περισσότερα από ένα φεστιβάλ, ενώ κάποια εντοπίζονται σπάνια. Ως εκ τούτου, πιθανόν να υπάρχουν φεστιβάλ που μοιράζονται τα ίδια ενδιαφερόμενα μέρη ή φεστιβάλ που παρουσιάζουν ομοιότητες ή διαφορές στους συνεργάτες τους λόγω της θεματολογίας τους. Επίσης, θα εξεταστεί η πιθανότητα ύπαρξης μίας «κλειστής» ομάδας φεστιβάλ που να παρουσιάζει περισσότερες και ισχυρότερες συνδέσεις μεταξύ των μελών της λόγω των συνεργασιών τους. Όλα τα παραπάνω μπορούν να αναλυθούν με τη μέθοδο της ανάλυσης κοινωνικών δικτύων, αυτή τη φορά αντίστροφα, εξετάζοντας δηλαδή τις συνδέσεις που παρουσιάζουν τα φεστιβάλ μεταξύ τους ανάλογα με τους συνεργάτες που επιλέγουν.

Στο Γράφημα 5 απεικονίζεται το δίκτυο των 24 φεστιβάλ του Βόλου. Αποτελείται από 24 κόμβους (nodes) και 202 συνδέσεις (links). Και σε αυτό το δίκτυο με μαύρο χρώμα απεικονίζονται οι συνδέσεις που συμβαίνουν για μία φορά στο δίκτυο, με μπλε χρώμα οι συνδέσεις που παρατηρούνται δύο φορές και το κόκκινο χρώμα χρησιμοποιήθηκε για συνδέσεις που υπάρχουν για περισσότερες από δύο φορές στο δίκτυο.

Γράφημα 6. Δίκτυο των Φεστιβάλ Βόλου
Πηγή: Ιδία επεξεργασία, 2020.



Η μέση τιμή συνδέσεων είναι 16.833, ενώ η πυκνότητα του δικτύου παρουσιάζει δείκτη 0.7318 (Πίνακας 6). Στον Πίνακα 7 παρατίθενται τα αποτελέσματα του υπολογισμού των μεταβλητών κεντρικότητας βαθμού, ενδιάμεσης κεντρικότητας, κεντρικότητας εγγύτητας και ιδιοδιανυσμάτων για κάθε φεστιβάλ ξεχωριστά.

Πίνακας 8. Γενικοί Δείκτες Δικτύου των Φεστιβάλ.

Αριθμός Στοιχείων	24
Αριθμός Συνδέσεων	202
Μέση Τιμή Συνδέσεων	16.833
Πυκνότητα	0.7318

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, 2020.

Πίνακας 9. Δείκτες κεντρικότητας κόμβων δικτύου των φεστιβάλ.

Νο Κόμβου	Φεστιβάλ	Degree	Betweenness	Closeness	Eigenvector
F13	Πανελλήνιο Φεστιβάλ Μαθητικού Ραδιοφώνου	1.0	0.0658	1.0	0.25
F15	Ναυτική Εβδομάδα Βόλου	0.9565	0.0554	0.9583	0.2437
F7	Φεστιβάλ Παιδικού Βιβλίου	0.9565	0.022	0.9583	0.2486
F12	Παιδικό Φεστιβάλ Παραδοσιακών Χορών	0.9565	0.0223	0.9583	0.2486
F19	Ολιστικό Φεστιβάλ	0.9565	0.223	0.9583	0.2486
F10	Μουσικό Χωριό	0.8996	0.0128	0.8846	0.2336
F9	Διεθνές Φεστιβάλ Παραδοσιακών Χορών	0.8261	0.0102	0.8519	0.2242
F14	Φεστιβάλ Ισπανόφωνου Κινηματογράφου	0.8261	0.0102	0.8519	0.2242
F1	Παγκόσμιο Φεστιβάλ Κιθάρας	0.8261	0.0101	0.8519	0.2238
F6	Argo Film Festival	0.8261	0.0101	0.8519	0.2238
F21	Φεστιβάλ Μουσικής Δωματίου	0.8261	0.0092	0.8519	0.2254
F4	Ευρωπαϊκή Γιορτή Μουσικής	0.7826	0.007	0.8214	0.216
F20	Street Food Festival	0.7391	0.0056	0.7931	0.2055
F3	CineDoc	0.6957	0.0012	0.7667	0.1992
F22	Volos Summer Beer Festival	0.6957	0.0012	0.7667	0.1992
F24	Pelion Gastronomy Festival	0.6957	0.0096	0.7667	0.1836
F16	Φεστιβάλ Βόλου	0.6522	0.005	0.7419	0.1789
F11	Φεστιβάλ Παιδικής Έκφρασης	0.6522	0.0	0.7419	0.1898
F2	Χορωδιακό Φεστιβάλ Θρησκευτικής Μουσικής	0.6087	0.0028	0.7188	0.1675
F17	Διεθνές Φεστιβάλ Πηλίου	0.6087	0.0057	0.7188	0.1638
F23	Pelion Summer Festival	0.6087	0.0028	0.7188	0.1675
F5	Φεστιβάλ Βυζαντινής Μουσικής	0.4783	0.0	0.7188	0.1675
F8	Greek Salsa Bootcamp	0.4348	0.0007	0.6389	0.1209
F18	Volos Jazz Festival	0.087	0.0	0.5227	0.0274

Πηγή: Ίδια Επεξεργασία, 2020.

7.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΚΤΥΟΥ ΤΩΝ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

Όπως και στα προηγούμενα δίκτυα έτσι και στο Γράφημα 5 εντοπίζεται ένας κεντρικός πυρήνας, ο οποίος αποτελείται από τα στοιχεία με τις περισσότερες συνδέσεις στο δίκτυο. Τα στοιχεία αυτά αντιπροσωπεύουν φεστιβάλ τα οποία μοιράζονται μεταξύ τους τους περισσότερους κοινούς συνεργάτες. Ευδιάκριτα στο Γράφημα 5 είναι επίσης στοιχεία με λιγότερες συνδέσεις τα οποία κατέχουν θέσεις περιφερειακά του κεντρικού πυρήνα, ενώ εντοπίζεται και ένα στοιχείο αρκετά απομακρυσμένο με μόλις δύο συνδέσεις με το υπόλοιπο δίκτυο.

Σε αντίθεση, όμως, με τα προηγούμενα γραφήματα, διαπιστώνεται πως στη συγκεκριμένη περίπτωση προκύπτει ένα δίκτυο φεστιβάλ με υψηλό δείκτη πυκνότητας (0,7318 ή 73%) και μέση τιμή συνδέσεων ανά κόμβο 16,8333. Πρόκειται για ένα δίκτυο που εμφανίζει υψηλή συνοχή, γεγονός που ενθαρρύνει την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των φεστιβάλ και μπορεί να αποτελέσει μοχλό προώθησης περισσότερων συνεργασιών. Οι συνεργασίες αυτές προσφέρουν ευκαιρίες αλληλεπίδρασης μεταξύ των οργανισμών που συμμετέχουν, ενίσχυσης των δεσμών τους και χρήσης κοινών πόρων για έναν κοινό σκοπό (Mackellar, 2006). Η Mackellar (2006) επισημαίνει πως τα υψηλά επίπεδα πυκνότητας σε ένα δίκτυο δηλώνουν ισχυρή ικανότητα προαγωγής των δυνατοτήτων καινοτομίας των εμπλεκόμενων και του τελικού τους προϊόντος. Η συγκεκριμένη ερευνήτρια, μάλιστα, μελετώντας ένα τοπικό φεστιβάλ της Αυστραλίας το 2006, απέδειξε πως η διοργάνωση του φεστιβάλ ενίσχυσε τις δυνατότητες καινοτομίας των επιχειρήσεων που συμμετείχαν ως ενδιαφερόμενα μέρη αλλά και της ίδιας της διοργάνωσης (Mackellar, 2006).

Στο συγκεκριμένο δίκτυο στόχος δεν είναι η μελέτη κάθε φεστιβάλ ξεχωριστά. Ενδιαφέροντα συμπεράσματα για τον τρόπο με τον οποίο επιλέγουν να συνεργάζονται με τρίτους οργανισμούς μπορούν να αντληθούν αναλύοντας τη συνολική τους εικόνα στο δίκτυο. Οι θέσεις των φεστιβάλ στο δίκτυο και τα αποτελέσματα των μεταβλητών κεντρικότητας καθιστούν ευδιάκριτο ένα βασικό κεντρικό μέρος του δικτύου το οποίο μοιράζεται πολλές και σχετικά άμεσες συνδέσεις. Το 6^ο Πανελλήνιο Φεστιβάλ Μαθητικού Ραδιοφώνου κατέχει την κεντρικότερη θέση στο δίκτυο με τους υψηλότερους δείκτες κεντρικότητας. Ταυτόχρονα, η 5^η Ναυτική Εβδομάδα Βόλου, το 3^ο Φεστιβάλ Παιδικού Βιβλίου, το 20^ο Παιδικό Φεστιβάλ Παραδοσιακών Χορών και το 2^ο Ολιστικό Φεστιβάλ έχουν επίσης πολύ κεντρικές θέσεις. Διαπιστώνεται πως 3/5

φεστιβάλ με την κεντρικότερη θέση απευθύνονται σε παιδιά και εφήβους, γεγονός που δικαιολογείται καθώς είναι τα μοναδικά φεστιβάλ που εκτός από τους βασικούς Φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης και τις Τοπικές Επιχειρήσεις, συνεργάζονται στενά και με αρκετά Ακαδημαϊκά/Εκπαιδευτικά Ιδρύματα και Διοικητικούς Φορείς Εκπαίδευσης.

Παρά το γεγονός ότι υπάρχουν φεστιβάλ με μεγάλο αριθμό συνδέσεων και φεστιβάλ με λιγότερες συνδέσεις, το δίκτυο παρουσιάζει συνοχή και πυκνότητα στο μεγαλύτερο μέρος του με μόλις ένα φεστιβάλ να βρίσκεται φανερά απομακρυσμένο. Επιπλέον, εκτός του φαινομένου των παιδικών φεστιβάλ, δεν εντοπίζονται διακρίσεις στο δίκτυο σχετικές με τη θεματολογία τους αλλά ούτε και με τα χρόνια διοργάνωσής τους. Πιο συγκεκριμένα, φεστιβάλ με περισσότερα από 10 χρόνια λειτουργίας κατέχουν κεντρικές και μη κεντρικές θέσεις εξίσου, υποδηλώνοντας πως δεν ακολουθούν μία συγκεκριμένη πρακτική όσον αφορά τη συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη και αυτό δεν επηρεάζει τη λειτουργία τους. Δεν υπάρχει λοιπόν, μία ορισμένη τακτική επιλογής συνεργασιών που να αποδίδει και να εξασφαλίζει τη μακροβιότητα των φεστιβάλ, αλλά η πορεία τους στο χρόνο εξαρτάται από τη διαχείριση των συνεργασιών που επιλέγουν. Το ίδιο ισχύει και για πρωτοεμφανιζόμενα φεστιβάλ. Τα αποτελέσματα των μεταβλητών δεν αποδεικνύουν κάποια προτίμηση των πρωτοεμφανιζόμενων φεστιβάλ στον αριθμό συνεργατών που επιλέγουν αλλά ούτε και των θέσεων των συνεργατών αυτών στο δίκτυο. Λόγω της φύσης της συγκεκριμένης έρευνας δεν καθίσταται σαφές αν το γεγονός αυτό είναι αποτέλεσμα κάποιας συγκεκριμένης πολιτικής που ακολουθείται από τα φεστιβάλ ή τυχαίας επιλογής των διοργανωτών.

Η δημιουργία συνεργασιών είναι ζωτικής σημασίας για το σχεδιασμό και την ανάπτυξη των φεστιβάλ. Η διοργάνωση ενός φεστιβάλ δεν μπορεί να επιβιώσει από μόνη της αλλά ούτε και η εκδήλωση να πραγματοποιηθεί χωρίς εξωτερική βοήθεια (Getz, Andersson & Larson, 2007). Στην εξεταζόμενη περίπτωση φαίνεται πως τα φεστιβάλ του Βόλου συνδέονται στενά μέσω των συνεργατών τους, δημιουργώντας ένα δίκτυο με υψηλή συνοχή. Ένα καλά συνδεδεμένο δίκτυο εκδηλώσεων μπορεί να προσφέρει προοπτικές βελτίωσης σε διάφορους τομείς στην τοπική κοινότητα βασιζόμενη στην αποτελεσματική χρήση των γνώσεων και των διαθέσιμων πόρων της. Η αλληλεπίδραση μεταξύ των οργανισμών και των επιχειρήσεων της περιοχής όπως και η διαφορετικότητα και η ετερογένεια των συμμετεχόντων στο δίκτυο επηρεάζουν ευνοϊκά την ανάπτυξη καινοτομιών (De Proprijs, 2002· Larson, 2009· De Van, Vedres & Stark, 2014). Οι απαραίτητες συνθήκες συνεργασίας στο περιβάλλον των φεστιβάλ

υποδεικνύουν ένα δίκτυο μεταξύ οργανισμών που προσφέρει μοναδικές ευκαιρίες για επιχειρηματική δραστηριότητα, δοκιμή νέων ιδεών και αλληλεπίδραση με νέους πελάτες και συνεργάτες (Mackellar, 2006). Μάλιστα, η συχνή εναλλαγή συνεργατών ή η δημιουργία νέων, φαινόμενο συχνό κατά τη διοργάνωση ενός φεστιβάλ, δημιουργεί τις ιδανικές συνθήκες ανανέωσης των προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων (Larson, 2009). Παράλληλα, τα φεστιβάλ προσφέρουν ευκαιρίες για τη δημιουργία νέων δικτύων ή την ανανέωση παλαιών μέσω της ενίσχυσης του κοινωνικού κεφαλαίου, των σχέσεων δηλαδή που διαμορφώνονται σε ένα κοινωνικό σύνολο (Mair & Duffy, 2018· 2020).

Η συγκρότηση ενός επίσημου δικτύου των φεστιβάλ του Βόλου θα μπορούσε να αποτελέσει μηχανισμό ενίσχυσης του τοπικού κοινωνικού κεφαλαίου ενθαρρύνοντας τη συνεργασία και τη συμμετοχή της τοπικής κοινότητας (Ziakas & Costa, 2010). Η δημιουργία τέτοιων επίσημων δικτύων-ενώσεων ανάμεσα στα φεστιβάλ εντοπίζεται σε πόλεις που έχουν εξελίξει τα φεστιβάλ τους σε εργαλεία ενίσχυσης της τοπικής οικονομίας και τουριστικής προβολής, όπως η πόλη του Εδιμβούργου. Οι ενώσεις αυτές προωθούν τη συνεργασία μεταξύ των φεστιβάλ και ενισχύουν τη βιωσιμότητά τους μέσω της διευκόλυνσης της επικοινωνίας, της ανταλλαγής γνώσεων, της δημιουργίας στρατηγικών συνεργασιών με ενδιαφερόμενα μέρη και της έρευνας με στόχο τη συνεχή βελτίωση (Jarman κ.α., 2014). Επιπρόσθετα, η ύπαρξη ενός δικτύου φεστιβάλ με χαρακτηριστική συνοχή στην πόλη του Βόλου, αποτελεί πολύτιμη πληροφορία για την αξιολόγηση της ικανότητας της κοινότητας να δημιουργήσει και να αξιοποιήσει ένα χαρτοφυλάκιο γεγονότων (event portfolio). Παρ' ότι οι συνεργασίες που διαμορφώνονται κατά τη διοργάνωση φεστιβάλ είναι προσωρινές και ευμετάβλητες, η συγκρότηση σχέσεων εμπιστοσύνης και αμοιβαίων προθέσεων μπορούν να ευνοήσουν την ανάπτυξη μακροχρόνιων συνεργασιών και τη σταθερότητα του δικτύου, με αποτέλεσμα τη δημιουργία κοινωνικού κεφαλαίου (Ziakas & Costa, 2010).

Για τους υπεύθυνους διοργάνωσης των φεστιβάλ η αναγνώριση των ισχυρών ενδιαφερόμενων μερών και των ομοιοτήτων που παρουσιάζουν με τα υπόλοιπα φεστιβάλ σχετικά με τους συνεργάτες τους είναι σημαντική. Με τη χρήση της ανάλυσης κοινωνικών δικτύων εντοπίζονται οι ισχυροί και οι αδύναμοι δεσμοί με στόχο τη διατήρηση και την ενίσχυση τους αντίστοιχα. Επιπλέον, με τη χρήση της συγκεκριμένης μεθόδου σε βάθος χρόνου και αξιοποιώντας τα δεδομένα που

εξετάζονται συγκριτικά, οι υπεύθυνοι της διοργάνωσης των φεστιβάλ θα βρίσκονται σε θέση να αξιολογήσουν την πρόοδο της συμβολής τους στη δημιουργία κοινοτικής δυναμικότητας μέσω της ανάπτυξης ισχυρών δεσμών, και τα οφέλη και τα μειονεκτήματα που προκύπτουν από κάθε συνεργασία (Ziakas & Costa, 2010).

8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παρούσα έρευνα χρησιμοποιεί τη θεωρία και τη μέθοδο της ανάλυσης κοινωνικών δικτύων ως χρήσιμα εργαλεία για τη διερεύνηση των σχέσεων που διαμορφώνονται κατά τη διεξαγωγή των φεστιβάλ. Στην περίπτωση μελέτης που επιλέχθηκε, στην πόλη του Βόλου, κατά το χρονικό διάστημα Σεπτέμβριος 2018 - Σεπτέμβριος 2019 διοργανώθηκαν 24 φεστιβάλ τα οποία συγκρότησαν για τις ανάγκες λειτουργίας τους σχέσεις συνεργασίας με ποικίλους οργανισμούς. Οι σχέσεις αυτές αρχικά αναλύθηκαν ομαδοποιημένες ανάλογα με την ιδιότητα των οργανισμών (Macckellar, 2006· Timur & Getz, 2008· Presenza & Cipollina, 2010· Ying, 2010· Adongo & Kim, 2018· Nguyen, Chau & Vo, 2018), και αργότερα μεμονωμένα. Τα δύο δίκτυα ενδιαφερόμενων μερών που προέκυψαν από τη συγκεκριμένη ανάλυση απαντούν στα δύο πρώτα ερωτήματα της παρούσας εργασίας:

1. Ποια είναι τα πρότυπα δικτυακών σχέσεων που διαμορφώνονται μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών που συμμετέχουν στο σχεδιασμό και την οργάνωση των φεστιβάλ, στη συγκεκριμένη περίπτωση της πόλης του Βόλου με βάση τη συνεργασία τους;
2. Ποιοι οργανισμοί προκύπτουν ως οι κεντρικότεροι και σημαντικότεροι παράγοντες, δηλαδή οι ισχυρότεροι συνεργάτες στα συνεργατικά δίκτυα των φεστιβάλ του Βόλου;

Πιο συγκεκριμένα, από την επεξεργασία των δεδομένων των ομαδοποιημένων ενδιαφερόμενων μερών προέκυψε ένα δίκτυο με χαμηλή πυκνότητα, το οποίο ανέδειξε την ισχυρή θέση των Φορέων Τοπικής Αυτοδιοίκησης, Τοπικών Επιχειρήσεων, Πολιτιστικών Συλλόγων και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης ως κεντρικούς συνεργάτες στη διοργάνωση των τοπικών φεστιβάλ και διάυλους επικοινωνίας για τις υπόλοιπες ενδιαφερόμενες ομάδες.

Στοχεύοντας σε μία λεπτομερέστερη ανάλυση των ενδιαφερόμενων μερών και αξιοποιώντας τον όγκο των δεδομένων που συλλέχθηκαν, τα ενδιαφερόμενα μέρη εξετάστηκαν και μεμονωμένα με τη χρήση της μεθόδου ανάλυσης κοινωνικών δικτύων. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης παρουσίασαν ορισμένες διαφορές από εκείνα του προηγούμενου δικτύου διότι κάθε μέρος ξεχωριστά εμφανίζει διαφορετική δυναμική

από εκείνη της ομάδας του. Εξετάζοντας τη θέση των ενδιαφερόμενων μερών μεμονωμένα ξεχώρισαν με σαφήνεια οι οργανισμοί που προσφέρουν τη στήριξή τους στα περισσότερα φεστιβάλ, σκιαγραφώντας τους παράγοντες που είναι απαραίτητοι για τη διοργάνωσή τους. Τα ευρήματα αυτά μπορούν να αξιοποιηθούν από υπεύθυνους προγραμματιστές διοργάνωσης με στόχο να εξασφαλίσουν την επιτυχημένη λειτουργία του γεγονότος και από άλλα ενδιαφερόμενα μέρη και τις τοπικές αρχές για να αναγνωρίσουν τους σημαντικότερους δίαυλους επικοινωνίας στον τομέα της διοργάνωσης εκδηλώσεων. Επιπλέον, εντοπίζονται τα αδύναμα στοιχεία του δικτύου στα οποία και θα πρέπει να δοθεί περισσότερη προσοχή από τους αρμόδιους.

Αναλυτικότερα, ο χαμηλός δείκτης κεντρικότητας των Πολιτιστικών Συλλόγων/Ενώσεων σε αντίθεση με τον πληθυσμό τους, η συμμετοχή τους σε περιορισμένο αριθμό φεστιβάλ καθώς και η συμμετοχή λιγοστών Χώρων Πολιτισμού/Μουσείων αποδεικνύει πως η δραστηριότητα φορέων του πολιτισμού σχετικά με τη διοργάνωση εκδηλώσεων είναι μη αναμενόμενα λιγοστή. Η συμμετοχή των συγκεκριμένων φορέων είναι σημαντικός παράγοντας για την ενίσχυση του δικτύου, καθώς με την προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και κουλτούρας της περιοχής μέσω των φεστιβάλ θα μπορούσε να επιτευχθεί η ενίσχυση της ταυτότητάς της. Με τον τρόπο αυτό, η δημιουργία και η προώθηση ενός ισχυρού brand της πόλης του Βόλου διευκολύνεται (Δέφνερ & Καραχάλης, 2012), στοχεύοντας όχι μόνο στην αύξηση του τουρισμού αλλά και στην εξέλιξη του κοινωνικού-πολιτιστικού και καλλιτεχνικού τομέα της πόλης.

Ενθάρρυνση για μεγαλύτερη και δυναμικότερη συμμετοχή στη στήριξη των φεστιβάλ θα πρέπει, επίσης, να δοθεί στις Τοπικές Επιχειρήσεις, στις Επιχειρήσεις Εστίασης και στις Υπηρεσίες Φιλοξενίας. Με πρωτοβουλία των φεστιβάλ αλλά και τη στήριξη της τοπικής αυτοδιοίκησης και με τη χρήση εκστρατειών ενημέρωσης και προωθητικών συναντήσεων θα πρέπει να δοθεί έμφαση στην προσέλκυση των συγκεκριμένων ενδιαφερόμενων ομάδων, τονίζοντας τα ανταποδοτικά οφέλη που θα τους αποδοθούν με τη στήριξή τους. Οι συγκεκριμένες ενέργειες σε συνδυασμό με την κάλυψη των προσπαθειών αυτών από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, η οποία είναι ήδη έντονη, όπως παρατηρήθηκε, μπορούν να συμβάλλουν σημαντικά στην εξασφάλιση της βιωσιμότητας του πολιτιστικού και του τουριστικού τομέα του Βόλου. Παράλληλα, ο εντοπισμός λιγοστών Διοργανωτικών Ομάδων υποδηλώνει πως μεγάλος αριθμός των φεστιβάλ της πόλης προέρχεται από κοινοτικές πρωτοβουλίες, γεγονός

που συνεπάγεται αυξημένη εθελοντική δραστηριότητα (Bowdin κ.α., 2011). Το στοιχείο αυτό προβάλλει την ανάγκη και τη θετική στάση της κοινότητας σχετικά με τη διοργάνωση φεστιβάλ, ωστόσο δηλώνει και την έλλειψη εξειδικευμένων γνώσεων διαχείρισης, η οποία ελλοχεύει κινδύνους για το μέλλον τους.

Όσον αφορά το δίκτυο των μεμονωμένων ενδιαφερόμενων μερών συνολικά, η ύπαρξη πολυάριθμων αδύναμων σχέσεων λόγω της μεταβαλλόμενης φύσης των συνεργασιών των φεστιβάλ, ενδυναμώνουν το δίκτυο διότι προσφέρουν εναλλακτικές διόδους επικοινωνίας και συνεργασίας μεταξύ των μερών του (Jarman κ.α., 2014). Με τον τρόπο αυτό αποφεύγεται η εξάρτηση των φεστιβάλ από λιγοστά ενδιαφερόμενα μέρη για την εξασφάλιση των πόρων που χρειάζονται, παράγοντας που σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία αποτελεί τον κυριότερο λόγο αποτυχίας των φεστιβάλ (Getz, 2002· Andersson & Getz, 2007).

Επιπρόσθετα, ήταν σημαντικό να εξεταστεί ο τρόπος με τον οποίο οι σχέσεις αυτές επηρεάζουν τα ίδια τα φεστιβάλ ώστε να επιτευχθεί η απάντηση του τρίτου ερωτήματος της παρούσας εργασίας:

3. Πώς επηρεάζουν την εξέλιξη των φεστιβάλ οι σχέσεις που συγκροτούνται μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών και των ίδιων των φεστιβάλ;

Αντιστρέφοντας, λοιπόν, την ανάλυση δημιουργήθηκε ένα δίκτυο αποτελούμενο από τα 24 φεστιβάλ και τις συνδέσεις που δημιουργούνται μεταξύ τους με βάση τα ενδιαφερόμενα μέρη με τα οποία συνεργάζονται. Το δίκτυο που προέκυψε χαρακτηρίζεται από υψηλό δείκτη πυκνότητας (73%), με τα περισσότερα φεστιβάλ να μοιράζονται μεγάλο αριθμό συνδέσεων και μόνο ένα να βρίσκεται σε απομακρυσμένη θέση. Παρατηρείται, λοιπόν πως τα περισσότερα φεστιβάλ, ανεξάρτητα από τη θεματολογία τους και τα χρόνια λειτουργίας τους επιλέγουν να συνεργάζονται σε μεγάλο βαθμό με τα ίδια ενδιαφερόμενα μέρη. Ταυτόχρονα στην ανάλυση των ενδιαφερόμενων μερών δεν εντοπίστηκαν μέρη με εξαιρετικά ισχυρότερη θέση από τα υπόλοιπα. Αντίθετα, οι κεντρικές θέσεις μοιράζονται σε διάφορους οργανισμούς. Επιπλέον, παρατηρείται πως τα ενδιαφερόμενα μέρη προέρχονται από διάφορους τομείς συγκροτώντας ένα ετερογενές σύνολο (Ziakas & Costa, 2010). Ως εκ τούτου, διαπιστώνεται πως το περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργούν τα φεστιβάλ παρουσιάζει συνοχή, χωρίς ιεραρχικές τάσεις που θα τα έθετε σε κίνδυνο εξάρτησης

από μεμονωμένους ενδιαφερόμενους φορείς (Andersson & Getz, 2007· Getz, Andersson & Larson, 2007). Έτσι, τα φεστιβάλ δρουν συνεργατικά συνειδητά ή μη, ενώ είναι αξιοσημείωτο πως οι συνθήκες αυτές θα μπορούσαν να ευνοήσουν τη δημιουργία μίας επίσημης ένωσης των φεστιβάλ, η οποία θα εξασφάλιζε τη βιωσιμότητά τους (Jarman κ.α., 2014).

Με βάση τα παραπάνω δεδομένα προτείνεται η δημιουργία ενός σταθερού και επίσημου δικτύου ανάμεσα στα φεστιβάλ για την προώθηση και ανταλλαγή γνώσεων και δεξιοτήτων, καθώς επίσης και η δημιουργία ενός σταθερού δικτύου συνεργατικών ενδιαφερόμενων μερών το οποίο θα προσφέρει την εξασφάλιση των απαραίτητων πόρων για τη λειτουργία τους (Andersson, Getz & Mykletun, 2013· Jarman, 2014). Ένα καλά συνδεδεμένο δίκτυο εκδηλώσεων μπορεί να βελτιώσει την ικανότητα της κοινότητας υποδοχής, μέσω πιο αποδοτικής και αποτελεσματικής χρήσης γνώσεων και πόρων (Ziakas & Costa, 2010). Η ανάπτυξη δικτύων φεστιβάλ και εκδηλώσεων επιτρέπει τη διαχείριση των ενδιαφερόμενων μερών ενώ ταυτόχρονα συμερίζεται τα συμφέροντα τοπικών ομάδων και ατόμων, μία διαδικασία που διευκολύνει την εμπλοκή τους στη χάραξη στρατηγικών ανάπτυξης γεγονότων από την κοινότητα (Parent, Rouillard, & Leopkey, 2011· Werner, Dickson, & Hyde, 2015· Ziakas, 2017). Η συγκεκριμένη λογική συμπίπτει με την έννοια των «Eventful Cities» των Richards και Palmer (2010), όπου οι πόλεις πρέπει να σχεδιάζουν, να διαχειρίζονται και να αντιμετωπίζουν ολιστικά τις εκδηλώσεις που φιλοξενούν ώστε να ελέγχουν και να βελτιστοποιούν τα αποτελέσματά τους.

Τέλος, διερευνήθηκε το τέταρτο ερώτημα της παρούσας εργασίας:

4. Πώς αξιολογείται η ικανότητα της πόλης να αναπτύξει και να διαχειριστεί ένα χαρτοφυλάκιο γεγονότων σύμφωνα με τη δυναμική των δικτύων συνεργασίας των ενδιαφερόμενων μερών και των φεστιβάλ;

Σύμφωνα με τους Ziakas και Costa (2010), ένα δίκτυο εκδηλώσεων μπορεί να μελετηθεί ως μετρήσιμος μηχανισμός αξιολόγησης της ικανότητας μίας κοινότητας να διαχειριστεί ένα «χαρτοφυλάκιο» εκδηλώσεων, και επεξήγησης των προτύπων συνεργασίας που διευκολύνουν τη χρήση των πόρων συνολικά. Στην περίπτωση των φεστιβάλ του Βόλου διαπιστώθηκε πως τα δίκτυα των ενδιαφερόμενων μερών, με πολλές ομάδες να συνεισφέρουν σημαντικά και συστηματικά, και το δίκτυο των

φεστιβάλ, το οποίο παρουσιάζει μεγάλο βαθμό πυκνότητας, αντικατοπτρίζουν μία θετική εικόνα για την ικανότητα της περιοχής να δημιουργήσει και να διαχειριστεί ένα χαρτοφυλάκιο γεγονότων. Οι υπαρκτοί συνεργατικοί δεσμοί ανάμεσα στα φεστιβάλ και τα ενδιαφερόμενα μέρη αποτελούν μία σταθερή βάση πάνω στην οποία αρμόδιοι φορείς μπορούν να συγκροτήσουν επίσημες ενώσεις με στόχο την ανάπτυξη του τομέα των γεγονότων στο Βόλο. Προϋπόθεση για την επίτευξη μίας τέτοιας στρατηγικής είναι η εξασφάλιση της ανταλλαγής πληροφοριών, του διαμοιρασμού των πόρων, της συγκρότησης κοινών πρωτοβουλιών και της από κοινού επίλυσης των προβλημάτων με τη συμμετοχή όλων των μελών των δικτύων που εξετάστηκαν (Ziakas & Costa, 2010· Jarman κ.α., 2014· Ziakas, 2014).

Επιπλέον, τα φεστιβάλ του Βόλου διαφέρουν μεταξύ τους όσον αφορά τη θεματολογία τους άρα και τις αγορές στόχους τους, την τοποθεσία και τις ημερομηνίες κατά τις οποίες διοργανώνονται και τους στόχους τους οποίους επιδιώκουν. Έτσι, πληρούν τις προϋποθέσεις που θέτει ο Getz (2013) ώστε να συγκροτήσουν ένα πλήρες «χαρτοφυλάκιο» γεγονότων. Προς αυτή την κατεύθυνση και για το συγκεκριμένο σκοπό, οι υπεύθυνοι προγραμματιστές των γεγονότων και φεστιβάλ της πόλης πρέπει να δημιουργήσουν συνεργατικές σχέσεις μεταξύ των φεστιβάλ και των ενδιαφερόμενων μερών τους ώστε να ορίσουν και να συνεργαστούν προς κοινούς οικονομικούς, τουριστικούς και κοινωνικό-πολιτιστικούς στόχους.

Οι πληροφορίες που αντλούνται από την ανάλυση και των τριών δικτύων μπορούν να αξιοποιηθούν με τη χρήση στρατηγικού σχεδιασμού και ανάπτυξης από την πλευρά των διοργανωτών αλλά και από την πλευρά των δημοτικών αρχών. Οι υφιστάμενες σχέσεις συνεργασίας που εντοπίστηκαν διευκολύνουν την εφαρμογή τέτοιων στρατηγικών. Με αποτελεσματική διαχείριση τα φεστιβάλ βρίσκονται σε θέση να εξασφαλίσουν τη βιωσιμότητά τους μακροπρόθεσμα, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην ανάπτυξη της οικονομίας και της καινοτομίας της τοπικής κοινότητας μέσω της συνεργασίας τους με τοπικούς οργανισμούς (Mackellar, 2016). Επιπρόσθετα, η συχνή μελέτη των δικτύων αυτών σε βάθος χρόνου, μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο αξιολόγησης της προόδου της δικτύωσης των φεστιβάλ (Ziakas & Costa, 2010). Σε κάθε περίπτωση η διατήρηση και περαιτέρω ανάπτυξη των δικτύων συνεργατών των φεστιβάλ είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την εξασφάλιση της επιτυχίας και της εξέλιξής τους.

Η παρούσα εργασία εξετάζει φεστιβάλ τα οποία πραγματοποιήθηκαν σε ορισμένο χρονικό διάστημα στην ευρύτερη περιοχή της πόλης του Βόλου με δεδομένα τα οποία γνωστοποιούν οι υπεύθυνοι διοργάνωσης ή εντοπίζονται σε δημοσιεύματα τοπικών μέσων μαζικής ενημέρωσης. Ως εκ τούτου φεστιβάλ τα οποία δεν παρείχαν προσβάσιμα δεδομένα αναφορικά με τις συνεργασίες τους αναγκαστικά δεν περιλήφθηκαν στην έρευνα. Επιπλέον, τυχόν συνεργασίες των εξεταζόμενων φεστιβάλ που δεν περιλαμβάνονταν στα δημοσιευμένα δεδομένα επίσης δεν λήφθηκαν υπόψιν στην παρούσα έρευνα. Οι παραπάνω περιορισμοί θα μπορούσαν να ξεπεραστούν σε μελλοντικές μελέτες με τη χρήση ποιοτικών μεθόδων έρευνας ώστε να περιοριστεί η πιθανότητα έλλειψης δεδομένων. Με τον τρόπο αυτό, η ανάλυση των κοινωνικών δικτύων των φεστιβάλ θα μπορούσε να επικεντρωθεί σε ατομικό επίπεδο, εξετάζοντας τους λόγους και τα κίνητρα συνεργασίας ή μη μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών των φεστιβάλ. Γνωρίζοντας τις στρατηγικές τις οποίες εφαρμόζουν τα φεστιβάλ, όπως και λεπτομέρειες για τη δομή και τα οργανωσιακά χαρακτηριστικά τους θα μπορούσε να υλοποιηθεί μία πλήρης «χαρτογράφηση» των φεστιβάλ της περιοχής και των ευκαιριών και των κινδύνων που διατρέχουν κατά την ανάπτυξη του συνεργατικού τους δικτύου. Ακόμη, προσδιορίζοντας το εύρος, την αποτελεσματικότητα και την αξία των παραπάνω δικτύων θα μπορούσαν να εντοπιστούν οι παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία των φεστιβάλ ως αναπτυξιακά εργαλεία για την τοπική κοινότητα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

Αναγνώστου, Κ. (2018) *Η Επίδραση των Πολιτιστικών Εκδηλώσεων στην Εικόνα μίας Πόλης*, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διαθέσιμο στο: <https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/22013/5/AnagnostouKonstantinaMsc2018.pdf>

Βασιλειάδης, Χ. Α. (2014) *Διαχείριση Μάρκετινγκ Γεγονότων & Εκδηλώσεων*, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

Γεωργούλα, Β. (2018) *Οι πολιτιστικές και τουριστικές επιπτώσεις των διεθνών καλλιτεχνικών φεστιβάλ στην πόλη: μια συγκριτική προσέγγιση*, Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Μυτιλήνη, Διαθέσιμο στο: http://hellanicus.lib.aegean.gr/bitstream/handle/11610/19389/Georgoula_PhD_2018.pdf?sequence=1

Δέφνερ, Α. και Καραχάλης, Ν. (επ.) (2012) *Marketing και Branding Τόπου: Η Διεθνής Εμπειρία και η Ελληνική Πραγματικότητα*, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.

Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π-ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ (2017) *Κατάσταση Εκτέλεσης Προϋπολογισμού Δαπανών έως 31/12/2017*, Βόλος, Διαθέσιμο στο: <https://doepar.gr/wp-content/uploads/2016/10/2017-12-esoda-exoda.pdf>

Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π-ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ (2018) *Κατάσταση Εκτέλεσης Προϋπολογισμού Δαπανών έως 31/12/2018*, Βόλος, Διαθέσιμο στο: <https://doepar.gr/wp-content/uploads/2016/10/2018-12-esoda-exoda.pdf>

Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π-ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ (2019) *Κατάσταση Εκτέλεσης Προϋπολογισμού Δαπανών έως 31/12/2019*, Βόλος, Διαθέσιμο στο: <https://doepar.gr/wp-content/uploads/2020/01/2019-12-esoda-exoda.pdf>

ΕΛΣΤΑΤ (2020) Απογραφή Πληθυσμού 2011. Μόνιμος Πληθυσμός κατά Τόπο Γέννησης (Δήμος, χώρα εξωτερικού) (Διαδίκτυο), statistics.gr, Διαθέσιμο στο: <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SAM03/->

Εταιρία Θεσσαλικών Ερευνών (2004) *Ο Βόλος και η περιοχή του στην ιστορική τους αναδρομή/Volos and its district through history*, Βόλος: Εταιρία Θεσσαλικών Ερευνών.

Καραχάλης, Ν. (2007) *Πολιτισμός και Τοπική Ανάπτυξη: Ο ρόλος των πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών στη σύγχρονη πόλη*, Διδακτορική Διατριβή, Πάντειο

Πανεπιστήμιο, Αθήνα, Διαθέσιμο στο:
<http://pandemos.panteion.gr/index.php?op=record&lang=el&pid=iid:6168>

Κόνσολα, Ν., (2006) *Πολιτιστική ανάπτυξη και πολιτική*, Αθήνα: Παπαζήσης.

Κόνσολα, Ν. Και Καραχάλης, Ν. (2010) 'Πολιτιστική Δράση και Τοπική Ανάπτυξη: Τα Φεστιβάλ στις Ελληνικές Πόλεις της Περιφέρειας', *Η Περιφερειακή Διάσταση της Νέας Στρατηγικής Ευρώπη 2020*, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο 2010, Διαθέσιμο στο: <https://uth.academia.edu/NicholasKarachalis>

Κουτούπης, Θ. (2005) *Πρακτικός Οδηγός Χορηγίας : Για Χορηγούς και Αποδέκτες Χορηγίων*, Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα.

Μαλούτας, Θ. (1995) *Βόλος: Αναζήτηση της κοινωνικής ταυτότητας*, Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής.

Σκαλτσά, Μ. (2007) *Για τη Μουσειολογία και τον Πολιτισμό*, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Εντευκταρίου.

Σκούλτσος, Σ. (2014) *Ta event / εκδηλώσεις ως τουρισμός ειδικού ενδιαφέροντος και ως δραστηριότητα ελεύθερου χρόνου: χαρακτηριστικά της αγοράς και σχεδιασμός*, Διδακτορική Διατριβή, Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Διαθέσιμο στο: <http://thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/34754#page/1/mode/2up>

ΦΕΚ Α' 16 (2007) Πολιτιστική Χορηγία, *Εφημερίδα της Κυβερνήσεως*, [διαδίκτυο], Διαθέσιμο στο: https://www.culture.gr/DocLib/politistiki_xorigia.pdf

Χαστάογλου, Β. (2002) *Βόλος Πορτραίτο της Πόλης τον 19^ο και 20^ο Αιώνα*, Βόλος: Εκδόσεις Βόλος Δημοτικό Κέντρο Ιστορίας και Τεκμηρίωσης Βόλου.

Ξενόγλωσση

Adongo, R. and Kim, S. (2018a) The ties that bind: stakeholder collaboration and networking in local festivals, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30 (6), pp. 2458-2480, DOI: 10.1108/IJCHM-02-2017-0112

Adongo, R. and Kim, S. (2018b) Whose festival is it anyway? Analysis of festival stakeholder power, legitimacy, urgency, and the sustainability of local festivals, *Journal of Sustainable Tourism*, 26 (11), pp. 1863-1889, DOI: 10.1080/09669582.2018.1514042

Andersson, T. and Getz, D. (2009) Tourism as a mixed industry: differences between private, public and not-for-profit festivals, *Tourism Management*, 30 (6), pp. 847-856, DOI: 10.1016/j.tourman.2008.12.008

Albertson, N. (1988) Postmodernism, post-fordism, and critical social theory, *Environment and Planning D: Society and Space*, 6, pp. 339-65, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1068/d060339>

Allen, J., McDonnell, I., O'Toole, W. and Harris, R. (2002) *Festival and Special Event Management*, New Jersey: Wiley

Bassett, K. (1993) Urban cultural strategies and urban regeneration: a case study and critique, *Environment and Planning A*, 25, pp. 1773-1788 στο Quinn, B. (2005) Arts, Festivals and the City, *Urban Studies*, 42 (5), pp. 927-943, DOI: 10.21427/D7Q76D

Batt, P. and Purchase, S. (2004) Managing collaboration within networks and relationships, *Industrial Marketing Management*, 33, pp. 169-174, DOI: 10.1016/j.indmarman.2003.11.004

Benson, J. (1975) The interorganizational network as a political economy, *Administrative Science Quarterly*, 2 (2), pp. 229-249, DOI: 10.2307/2391696

Beritelli, P. (2011) Cooperation among prominent actors in a tourist destination, *Annals of Tourism Research*, 38 (2), pp.607-629, DOI: 10.1016/j.annals.2010.11.015

Blundo, D. S., Muiña, F. E. G., del Hoyo, A. P. F., Riccardi, M. P., Politi, A. L. M., (2017) Sponsorship and patronage and beyond: PPP as an innovative practice in the management of cultural heritage, *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 7 (2), pp.147-163, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-08-2016-0045>

Bonacich, P. (1972) Factoring and weighting approaches to status scores and clique

identification, *Journal of Mathematical Sociology*, 2 (1), pp. 113-120, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1080/0022250X.1972.9989806>

Booth, A. (2016) Negotiating diasporic culture: festival collaborations and production networks, *International Journal of Event and Festival Management*, 7 (2), pp. 100-116, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1108/IJEFM-02-2016-0016>

BOP Consulting (2018) *Edinburgh Festivals the Network Effect: The Role of Edinburgh festivals in the National Culture and Event Sectors* [online], Edinburgh: BOP Consulting, Διαθέσιμο στο: https://www.edinburghfestivalcity.com/assets/000/003/791/The_Network_Effect__July_2018__original.pdf?153130120

Borgatti, S. P. and Halgin, D. S. (2011) On Network Theory, *Organization Science*, 22 (5), pp. 1168–1181, Διαθέσιμο στο: <http://dx.doi.org/10.1287/orsc.1100.0641>

Borgatti, S. P., Mehra, A., Brass, D. J. and Labianca, G. (2009) Network Analysis in the Social Sciences, *Science*, 323, pp. 892-895, DOI: 10.1126/science.1165821

Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W. Harris, R. and McDonnell, I. (2011) *Events Management*, 2nd ed., London: Routledge

Brass, D. J. (2002) *Social networks in organizations: Antecedents and consequences*, Unpublished manuscript, University of Kentucky: Lexington.

Capriello, A. (2018) The Strategic Management of Events for Destination Marketing, *Tourism Planning and Destination Marketing*, pp. 221-237, DOI: 10.1108/978-1-78756-291-220181011

Capriello, A. & Rotherham, I. D. (2011) Building a Preliminary Model of Event Management for Rural Communities, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20 (3-4), pp. 246-264, DOI: 10.1080/19368623.2011.562411

Carroll, A. (1993) *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, Cincinnati: South-Western Publishing.

Casanueva, C., Gallego, A. and García-Sánchez, M. R. (2016) Social network analysis in tourism, *Current Issues in Tourism*, 19 (12), pp. 1190-1209, DOI:10.1080/13683500.2014.990422

Chung, K. S. K. and Crawford, L. (2016) The role of social networks theory and methodology for project stakeholder management, *Procedia - Social and Behavioral*

Sciences, 226, pp. 372-380, DOI: 10.1016/j.sbspro.2016.06.201

Chung, K. S. K., & Hossain, L. (2010). Towards a Social Network Model for Understanding Information and Communication Technology use for General Practitioners in Rural Australia. *Computers in Human Behavior*, 26 (4), pp. 562-571, Διαθέσιμο στο: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2009.12.008>

Clark, A. (2007) *Understanding Community: A Review of Networks, Ties and Contacts*, Manchester: University of Manchester.

Coleman, J.S. (1990) *Foundations of Social Theory*, Belknap Press: Cambridge, MA.

Cooper, C., Scott, N. and Baggio, R. (2009) Network Position and Perceptions of Destination Stakeholder Importance, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20 (1), pp. 33-45, DOI: 10.1080/13032917.2009.10518893

De Bres, K. and Davis, J. (2001) Celebrating group and place identity: a case study of a new regional festival, *Tourism Geographies*, 3 (3), pp. 326-337, DOI: 10.1080/14616680110055439

De Propriis, L. (2002) Types of innovation and inter-firm co-operation, *Entrepreneurship and Regional Development*, 14 (4), pp. 337-353, DOI: 10.1080/08985620210144974

De Van, M., Vedres, B. and Stark, D. (2014) Game Changer: The Topology of Creativity, *American Journal of Sociology*, 120 (4), pp. 1144-1194, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1086/681213>

Emery, F. and Trist, E. (1965) The causal texture of organizational environments, *Human Relations*, 18 (1), pp. 18-32, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1177/001872676501800103>

Evans, G. (2003) Hard-Branding the Cultural Cities: From Prado to Prada, *International Journal of Urban and Regional Research*, 27 (2), pp. 417-440, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1111/1468-2427.00455>

Everett, M. G. and Borgatti, S. P. (1999) The centrality of groups and classes, *The Journal of Mathematical Sociology*, 23 (3), pp. 181-201, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1080/0022250X.1999.9990219>

Falassi, A. (1987) Festival: Definition and Morphology [online], *Time out of Time: Essays on the Festival*, University of New Mexico Press, Διαθέσιμο στο: https://www.brown.edu/Departments/Joukowsky_Institute/courses/cityandfestival09/fil

es/9722047.PDF

Fisker, J. K., Kwiatkowski, G. and Hjalager, A. M. (2019) The translocal fluidity of rural grassroots festivals in the network society, *Social & Cultural Geography*, DOI: 10.1080/14649365.2019.1573437

Freeman, L. C. (1978) Centrality in social networks conceptual clarification, *Social Networks*, 1 (3), pp. 215 - 239, Διαθέσιμο στο: [https://doi.org/10.1016/0378-8733\(78\)90021-7](https://doi.org/10.1016/0378-8733(78)90021-7)

Freeman, R. E. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston: Pitman Publishing.

Gallelli, A. (2016) Social Structure and Cultural Production: An Empirical Analysis of Festivals' Networks, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 46 (1), pp. 34-46, DOI: 10.1080/10632921.2015.1131217

Getz, D. (1989) Special Events: Defining the Product, *Tourism Management*, 10 (2), pp. 125-137, Διαθέσιμο στο: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(89\)90053-8](https://doi.org/10.1016/0261-5177(89)90053-8)

Getz, D. (1991) *Festivals, Special Events, and Tourism*, New York: Van Nostrand Reinhold.

Getz, D. (2002) Event Studies and Event Management: On Becoming an Academic Discipline, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9 (1), pp. 12-23, Διαθέσιμο στο: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=CRNL14749706&site=ehost-live>

Getz, D. (2008) Event tourism: Definition, evolution, and research, *Tourism Management*, 29 (3), pp. 403-428, DOI: 10.1016/j.tourman.2007.07.017

Getz, D. (2018) *Event Impact Assessment*, Oxford: Goodfellow Publishers, Διαθέσιμο στο: <http://dx.doi.org/10.23912/978-1-911635-03-1-3897>

Getz, D, Andersson, T. and Larson, M. (2007) Festival Stakeholder Roles: Concepts and Case Studies, *Event Management*, 10 (2), pp. 103-122, DOI: 10.3727/152599507780676689

Getz, D. and Page, S. J. (2016) *Event Studies: Theory, research and policy for planned events*, 3rd ed., London: Routledge

Gibson, H. J., Kaplanidou, K., & Kang, S. J. (2012) Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism, *Sport Management Review*, 15(2), pp. 160–170, DOI: 10.1016/j.smr.2011.08.013

Gibson, K. (2000) The Moral Basis of Stakeholder Theory, *Journal of Business Ethics*, 26 (3), pp. 245-257, Διαθέσιμο στο: <https://www.jstor.org/stable/25074344>

Gibson, L., Lynch, P. A. and Morrison, A. (2005) The Local Destination Tourism Network: Development Issues, *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 2 (2), pp.87–99, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1080/14790530500171708>

Goldblatt, J. and Nelson, K. S. (2001) *The International Dictionary of Event Management*, 2nd ed., New Jersey: Wiley

Granovetter, M. (1973) The strength of weak ties, *American Journal of Sociology*, 78 (6), pp. 1360-1380, Διαθέσιμο στο: https://sociology.stanford.edu/sites/default/files/publications/the_strength_of_weak_ties_and_exch_w-gans.pdf

Grefe, X. (2016) From culture to creativity and the creative economy: A new agenda for cultural economics, *City, Culture and Society*, 7 (2), pp. 71-74, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2015.12.008>

Hagberg, A., Swart, P. and Schult, D. (2008) ‘Exploring network structure, dynamics, and function using NetworkX’, *Python in Science Conference*, Pasadena, CA USA, Aug 2008.

Hall, C.M. (1989) The definition and analysis of hallmark tourist events, *GeoJournal*, 19 (3), pp. 263-268, Διαθέσιμο στο: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2FBF00454570.pdf>

Hall, C. M. (1992) *Hallmark tourist events: impacts, management and planning*, London: Belhaven Press.

Hall, C. M. (1999) Rethinking Collaboration and Partnership: A Public Policy Perspective, *Journal of Sustainable Tourism*, 7 (3-4), pp. 274–289, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1080/09669589908667340>

Hanneman, R.A. and Riddle, M. (2005) *Introduction to Social Network Methods*, University of California Riverside.

Hellgren, B., & Stjernberg, T. (1995) Design and implementation in major

investments—a project network approach, *Scandinavian Journal of Management*, 11(4), pp. 377–394, Διαθέσιμο στο: [https://doi.org/10.1016/0956-5221\(95\)00020-V](https://doi.org/10.1016/0956-5221(95)00020-V)

Holden, J. (2015) *The Ecology of Culture: A Report commissioned by the Arts and Humanities Research Council's Cultural Value Project*, Swindon, Wiltshire, Διαθέσιμο στο: <https://ahrc.ukri.org/documents/project-reports-and-reviews/the-ecology-of-culture/>

Janiskee, R. (1980) 'South Carolina's harvest festivals: rural delights for day tripping urbanites,' *Journal of Cultural Geography*, 1, pp. 96-104, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1080/08873638009478655>

Jarman, D., Theodoraki, E., Hall, H. and Ali-Knight, J. (2014) Social network analysis and festival cities: an exploration of concepts, literature and methods, *International Journal of Event and Festival Management*, 5 (3), pp. 311-322, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1108/IJEFM-11-2013-0034>

Jensen, M. C. (2002) Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function, *Business Ethics Quarterly*, 12 (2), pp. 235-256, Διαθέσιμο στο: <http://dx.doi.org/10.2307/3857812>

Karlsen, S. and Nordstrom, C. S. (2009) Festivals in the Barents Region: Exploring Festival-stakeholder Cooperation, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9 (2–3), pp. 130–145, DOI: 10.1080/15022250903157447

Kim, J.W. and Dongjun, R. (2016), The effect of sponsorship-fit on firm reputation: focus on the role of customer attitude as a mediator, *2016 SMA Proceedings*, p. 324, Διαθέσιμο στο: <https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/marketing-facpres/7>

Knoke, S. and Kulinski, J. H. (1992) *Network Analysis*, Newbury Park, CA: Sage.

Kotler, P., Asplund, C. Rein, I. & Haider, D. (1999) *Marketing Places Europe: How to Attract Investments, Industries, Residents and Visitors to Cities, Communities, Regions, and Nations in Europe*. Financial Times.

Kramer, R. (2000) A third sector in the new millennium?, *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 11 (1), pp. 1–23, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1023/A:1008914531485>

Larson, M. (2002) A political approach to relationship marketing: Case study of the Storsjorran Festival, *International Journal of Tourism Research*, 4 (2), pp. 119-143, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1002/jtr.366>

Larson, M. (2009) Festival Innovation: Complex and Dynamic Network Interaction, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9 (2-3), pp. 288-307, DOI: 10.1080/15022250903175506

Larson, M., Getz, D., and Pastras, P. (2015) The Legitimacy of Festivals and Their Stakeholders: Concepts and Propositions, *Event Management*, 19(2), pp. 159-174, DOI: 10.3727/152599515X14297053839539

Lash, S. and J. Urry (1994) *Economies of signs and space*, Sage, London.

Mackellar, J. (2006) An integrated view of innovation emerging from a regional festival, *International Journal of Event Management Research*, 2 (1), pp. 37-48, Διαθέσιμο στο: <https://core.ac.uk/download/pdf/143890873.pdf>

Mair, J., and Duffy, M. (2018). The role of festivals in strengthening social capital in rural communities, *Event Management*, 22 (6), pp. 875-889, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.3727/152599518X15346132863229>

Mair, J. and Duffy, M. (2020) ‘The Role of Festival Networks in Regional Community Building’, In: Campbell A., Duffy M., Edmondson B. (eds) *Located Research*, Palgrave Macmillan: Singapore, Διαθέσιμο στο: https://doi.org/10.1007/978-981-32-9694-7_7

Matthews, D. (2008) *Special Event Production: The Process*, Elsevier: Oxford.

McDonnell, I., Allen, J., and O’Toole, W. (1999) *Festivals and Events Management*, Wiley & Sons Australia: Sydney.

McKercher, B., Mei, W. S. and Tse, T. S. M. (2006) Are Short Duration Cultural Festivals Tourist Attractions?, *Journal of Sustainable Tourism*, 14(1), pp. 55-66, DOI: 10.1080/09669580608668591

Meenaghan, J. and Flood, P. (1983) *Commercial Sponsorship: The Misunderstood Corporate Art*. Corporate Image: Dublin

Meyer, J.W. and Rowan, B. (1977) Institutional organizations: formal structures as myth and ceremony, *American Journal of Sociology*, 80, pp. 340-63, Διαθέσιμο στο: <https://www.jstor.org/stable/2778293>

Mitchell, J. (1969) “The Concept and Use of Social Networks”, in *Social Networks in Urban Situations*, Mitchell, J. (ed.), pp. 1-50, Manchester: University of Manchester Press.

Mitchell, R. K., Agle, B. R. and Wood, D.J. (1997) Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts, *The Academy of Management Review*, 22 (4), pp. 853-886, Διαθέσιμο στο: <https://www.jstor.org/stable/259247>

Moscardo, G (2007) Analyzing the Role of Festivals and Events in Regional Development, *Event Management*, 11 (1-2), pp. 23-32, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.3727/152599508783943255>

Mossberg, L. and Getz, D. (2006) Stakeholder Influences on the Ownership and Management of Festival Brands, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 6 (4), pp. 308-326, DOI: 10.1080/15022250601003273

Muir, E. (1997) *Ritual in Early Modern Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.

Mulcahy, K. V. (2006) Cultural Policy: Definitions and Theoretical Approaches, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 35 (4), pp. 319-330, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.3200/JAML.35.4.319-330>

Nguyen, T. B. T., Chao, N. T. and Vo, L. X. S. (2018) ‘Applying network analysis in assessing stakeholders’ collaboration for sustainable tourism development: a case study at Danang, Vietnam’, *International Journal of Tourism Policy*, 8 (3), pp.244–270, DOI: 10.1504/IJTP.2018.10015693

O’Hagan, J. and Harvey, D. (2000), Why do companies sponsor art events? Some evidence and a proposed classification, *Journal of Cultural Economics*, 24, pp. 205-224, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1023/A:1007653328733>

O’Sullivan, D. and Jackson, M. J. (2002) Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic Development?, *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (4), pp. 325-342, DOI:10.1080/09669580208667171

Parent, M. M., Rouillard, C., & Leopkey, B. (2011) Issues and strategies pertaining to the Canadian governments’ coordination efforts in relation to the 2010 Olympic games, *European Sport Management Quarterly*, 11(4), pp. 337–369, DOI: 10.1080/16184742.2011.599202

Parent, M. M., Rouillard, C. & Naraine, M. L. (2017) Network governance of a multi-level, multi-sectoral sport event: Differences in coordinating ties and actors, *Sport Management Review*, 20 (5), pp. 497-509, Διαθέσιμο στο:

<https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.02.001>

Payne, A., Ballantyne, D. and Christopher, M. (2005) A stakeholder approach to relationship marketing strategy, *European Journal of Marketing*, 39 (7/8), pp. 855–871, DOI: 10.1108/03090560510601806

Pereira, E. C. S., Mascarenhas, M. V. M., Flores, A. J. G., & Pires, G. M. V. S. (2015) Nautical smallscale sports events portfolio: A strategic leveraging approach, *European Sport Management Quarterly*, 15(1), pp. 27–47, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1080/16184742.2015.1007883>

Pfeffer, J. & Salancik, G. R., (1978) The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective, *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*, Διαθέσιμο στο: <https://ssrn.com/abstract=1496213>

Pfarr, C. (2002) The makers and the shakers of tourism policy in the northern territory of Australia: a policy network analysis of actors and their relational constellations, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9 (2), pp. 134–151, Διαθέσιμο στο: <https://search.informit.com.au/documentSummary;dn=245926196870734;res=IELBUS>

Philips, R., Freeman, R. E. and Wicks, A. C. (2003) What Stakeholder Theory is Not, *Business Ethics Quarterly*, 13 (4), pp. 479-502, DOI: <https://doi.org/10.5840/beq200313434>

Prentice, R. and Andersen, V. (2003) Festival as Creative Destination, *Annals of Tourism Research*, 30 (1), pp. 7-30, DOI: 10.1016/S0160-7383(02)00034-8

Presenza, A. and Cipollina, M. (2010) Analysing tourism stakeholders networks, *Tourism Review*, 65 (4), pp. 17-30, DOI: 10.1108/16605371011093845

Presenza, A. and Iocca, S. (2012) The weight of stakeholders on festival management. The case of music festivals in Italy, *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10 (2), pp. 25-35, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.024>

Psatha, E. & Deffner, A. (2012) The complex relationship between leisure, culture and tourism from the perspective of the quality of urban life, 52nd Congress of the European Regional Science Association: ‘Regions in Motion – Breaking the Path’, 21-25 August 2012, Bratislava, Slovakia, European Regional Science Association (ERSA), Louvain-la-Neuve, Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/10419/120728>

Quinn, B. (2005) Arts Festivals and the City, *Urban Studies*, 42 (5-6), pp. 927-943, DOI: 10.21427/D7Q76D

Quinn, B. (2009) Festivals, Events and Tourism in Jamal, T. and Robinson, M (eds.) *The SAGE Handbook of Tourism Studies*, London: Sage, pp. 483-503, Διαθέσιμο στο: <https://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=tfshhmtbook>

Reid, S. and Arcodia, C. (2002) Understanding the role of the stakeholder in event management, In Jago, L., Deery, R., Allen, J., Hede, A. (Eds.), *Events and Place Making*, Australian Centre for Event Management, UTS: Sydney

Richards, G. (2015) Events in the network society: The role of pulsar and iterative events, *Event Management*, 19 (4), pp. 553-566, DOI: 10.3727/152599515X14465748512849

Richards, G. and Colombo, A. (2017) 'Creating network value: Sónar Festival Barcelona as a global events hub', Armbrecht, J., Lundberg, E., Andersson, T. and Getz, D. (eds) *The Value of Events*, London: Routledge, pp. 73-86, Διαθέσιμο στο: https://www.academia.edu/32909455/Sonar_Festival_Chapter.docx

Richards, G. and Palmer, R. (2010) *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*, Butterworth-Heinemann: Oxford.

Ritchie, J. B. R. (1984) Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues, *Journal of Travel Research*, 23(1), pp. 2-11, DOI : 10.1177/004728758402300101

Rentschler, R., Radbourne, J., Carr, R. & Rickard, J. (2006) Relationship marketing, audience retention and performing arts organisation viability, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 7 (2), pp. 118-130, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1002/nvsm.173>

Roberts, L. and Hall, D. (2001) *Rural tourism and recreation: principles to practice*, New York: CABI Pub.

Rowley, T. J. (1997) Moving beyond dyadic ties: a network theory of stakeholder influences, *Academy of Management Review*, 22 (4), pp. 887-910, DOI: 10.2307/259248

Ruhnau, B. (2000) Eigenvector-centrality – a node centrality?, *Social Networks*, 22 (4), pp. 357-365, Διαθέσιμο στο: [https://doi.org/10.1016/S0378-8733\(00\)00031-9](https://doi.org/10.1016/S0378-8733(00)00031-9)

- Ryan, C., Smees, A., Murphy, S. and Getz, D. (1998), New Zealand events: a temporal and regional analysis, *Festival Management and Event Tourism*, 5 (1/2), pp. 71-83, DOI: <https://doi.org/10.3727/106527098792186748>
- Rysz, M., Foad, M. P. and Pasillio, E. L. (2018) Finding clique clusters with the highest betweenness centrality, *European Journal of Operational Research*, 271 (1), pp. 155-164, DOI: 10.1016/j.ejor.2018.05.006
- Saleh, F. and Ryan, C. (1993) Jazz and knitwear: Factors that attract tourists to festivals. *Tourism Management*, 14 (4), pp. 289-97, DOI: 10.1016/0261-5177(93)90063-Q
- Sandoff, A. (2002) *Resursbaserad Konkurrenskraft*, BAS: Göteborg.
- Savage, G., Nix, T., Whitehead, C., and Blair, J. (1991) Strategies for assessing and managing organizational stakeholders, *Academy of Management Executive*, 5 (2), pp. 51-75, DOI: 10.2307/4165008
- Schuster, J. M. (2003) *Mapping state cultural policy: The state of Washington*. Chicago: University of Chicago, Cultural Policy Center.
- Scott, A. J. (1997) The Cultural Economy of Cities, *International Journal of Urban and Regional Research*, 21 (2), pp. 323-339, DOI: 10.1111/1468-2427.00075
- Scott, J. (2000) *Social Network Analysis: A Handbook*. London: SAGE Publications
- Scott, N., Cooper, C. and Baggio, R. (2007) Destination Networks: Four Australian Cases, *Annals of Tourism Research*, 35 (1), pp. 169-188, DOI:10.1016/j.annals.2007.07.004
- Shih, H. (2006) Network characteristics of drive tourism destinations: an application of network analysis in tourism, *Tourism Management*, 27 (5), pp. 1029-39, DOI: 10.1016/j.tourman.2005.08.002
- Shone, A. & Parry, B. (2001) *Successful event management. A practical handbook*. London: Continuum Books.

Silvers, J. R.; Bowdin, G.; O' Toole, W. J.; Nelson, K. B. (2005) Towards an International Event Management Body of Knowledge (EMBOK), *Event Management*, 9 (4), pp. 185-198(14), Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.3727/152599506776771571>

Spiropoulos, S, Gargalianos, D. and Sotiriadou, K. (2006) The 20th Greek Festival of Sydney: A Stakeholder Analysis, *Event Management*, 9 (4), pp. 169-183(15), Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.3727/152599506776771535>

Sternberg, E. (2000) *Just Business*, Oxford University Press: London.

Suchman, M. C. (1995) Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches, *The Academy of Management Review*, 20 (3), pp. 571-610, DOI: 10.2307/258788

Thompson, J. L. and Martin, F. (2005) *Strategic Management: Awareness and Change*. 5th ed., London, Thomson Learning.

Tichy, N., Tushman, M. and Fombrun, C. (1979) Social network analysis for organizations, *Academy of Management Review*, 4 (4), pp. 507-519, Διαθέσιμο στο: <http://www.jstor.org/stable/257851>

Timur, S. and Getz, D. (2006) A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20 (4), pp. 445-461, DOI: 10.1108/09596110810873543

Todd, L., Leask, A., & Ensor, J. (2017) Understanding primary stakeholders' multiple roles in hallmark event tourism management, *Tourism Management*, 59, pp. 494–509, DOI: 10.1016/j.tourman.2016.09.010

Uhler, P. F. and Schroder, P. (2007) Open Data for Global Science, *Data Science Journal*, 6 (Open data issue), pp. 36-53, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.2481/dsj.6.OD36>

Van Niekerk, M & Getz, D. (2015) The identification and differentiation of festival stakeholders: A new perspective, *Event Management*, 20 (3), pp. 419-431, Διαθέσιμο στο: <http://dx.doi.org/10.3727/152599516X14682560744910>

Vogiatzis, C. and Camur, M. C. (2019) Identification of Essential Proteins Using Induced Stars in Protein–Protein Interaction Networks, *INFORMS Journal of Computing*, 31 (4), pp. 633-845, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1287/ijoc.2018.0872>

Vogiatzis, C., Veremyev, A., Pasiliao, E. L. and Pardalos, P. M. (2015) An integer programming approach for finding the most and the least central cliques, *Optimization Letters*, 9, pp. 615-633, DOI 10.1007/s11590-014-0782-2

Warner, M. (1997) Consensus' participation: an example of protected areas planning, *Public Administration and Development*, 17 (4), pp.413–432, Διαθέσιμο στο: [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-162X\(199710\)17:4<413::AID-PAD952>3.0.CO;2-P](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-162X(199710)17:4<413::AID-PAD952>3.0.CO;2-P)

Wasserman, S. and Faust, K. (1994) *Structural analysis in the social sciences. Social network analysis: Methods and applications*, Cambridge University Press, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815478>

Wellman, B. (2002) “Little boxes, glocalization, and networked individualism”, in Tanabe, M., van der Besselaar, P. and Ishida, T. (Eds), *Digital Cities II: Computational and Sociological Approaches*, Springer: Berlin, pp. 10-25.

Werner, K., Dickson, G., & Hyde, K. F. (2015) Learning and knowledge transfer processes in a megaevents context: The case of the 2011 Rugby World Cup, *Tourism Management*, 48, pp. 174–187, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.11.003>

Yaghmour, S. and Scott, N. (2009), Inter-organizational collaboration characteristics and outcomes: a case study of the Jeddah festival, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure, and Events*, 1 (2), pp. 115-130, DOI: 10.1080/19407960902992175

Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J, Drummond, S. & McMahon-Beattie, U. (eds) (2012) *Festival and Events Management*, London: Routledge.

Ying, T. (2010) Social Networks in the tourism industry: an investigation of Charleston, South Carolina, PhD Dissertation, Clemson University, Διαθέσιμο στο: https://tigerprints.clemson.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1606&context=all_dissertations

Ziakas, V. (2014) Planning and Leveraging Event Portfolios: Towards a Holistic Theory, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23 (3), pp. 327-356, DOI: 10.1080/19368623.2013.796868

Ziakas, V. (2019) Issues, patterns and strategies in the development of event portfolios: configuring models, design and policy, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 11 (1), pp. 121-158, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1080/19407963.2018.1471481>

Ziakas, V. and Costa, C. A. (2010) Explicating inter-organizational linkages of a host community's events network, *International Journal of Event and Festival Management*, 1 (2), pp. 132-147, DOI 10.1108/17852951011056919

Ιστότοποι

ΕΣΠΑ 2014-2020 2019, *ΕΣΠΑ 2014-2020*, viewed 10 December 2019, <<https://www.espa.gr/el/pages/staticESPA2014-2020.aspx>>.

allaboutfestivals.gr 2019, viewed 13 January 2020, < <https://www.allaboutfestivals.gr>>

dimosvolos.gr 2020, *ΜΟΥΣΕΙΑ*, viewed 10 February 2020, < <https://dimosvolos.gr/el/mouseia>>.

edinburghfestivalcity.com (2019) *History of the Festival*, <<https://www.edinburghfestivalcity.com/the-city/history-of-the-festivals>>.

Epsa.gr 2020, *Κοινωνική Ευθύνη*, viewed 29 March 2020, <<https://epsa.gr/el/company/sponsors>>.

e-thessalia.gr 2019, *Πολιτισμός*, viewed 30 October 2019, <<https://e-thessalia.gr/politismos/>>.

European Commission 2019, *Creative Europe: Supporting Europe's Cultural and Creative Sectors*, viewed 10 December 2019, <https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about_en>.

taxydromos.gr 2019, *Εκδηλώσεις*, viewed 18 October 2019, <<https://www.taxydromos.gr/events.php>>.

visitgreece.gr 2020, *Ο Βόλος μέσα από τα μουσεία του*, viewed 10 February 2020, <http://www.visitgreece.gr/el/culture/museums/volos_through_its_museums>.

volos.ert.gr 2019, *Πολιτισμός*, viewed 15 October 2019, <<https://volos.ert.gr/news/eidiseis/politismos>>.

ΠΑΡΑΘΕΜΑ

Πίνακας αναφερόμενων ενδιαφερόμενων μερών ανά φεστιβάλ

F1 35^ο Παγκόσμιο Φεστιβάλ Κιθάρας Βόλου	
1	Κοτσιώλης Κώστας
2	EGTA HELLAS
3	Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. Δήμου Βόλου
4	Κοκκινάκης Μιχάλης
5	Park Hotel Volos
6	Panasmusic
7	Andromidas Guitar Gallery
8	Daddario
9	Hellenic American Union
10	Ωδείο Αθηνών
11	Μουσικό Σχολείο Βόλου
12	NovaFM
13	TAR
14	Ουζερί Παραγάδι
15	Μπαχάρικο
16	Κρέατος Τέχνη
17	ΕΨΑ
F2 22^ο Χορωδιακό Φεστιβάλ Θρησκευτικής Μουσικής	
1	Βολιώτικη Χορωδία
2	Περιφέρεια Θεσσαλίας ΠΕ Μαγνησίας & Σποράδων
3	Ιερά Μητρόπολη Δημητριάδος και Αλμυρού
F3 4^ο CineDoc	
1	CineDoc
2	Ambassade de France en Grece
3	Institut Francais
4	Moving Docs
5	Κινηματογράφος Δαναός
6	Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης
7	Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. Δήμου Βόλου
8	ABCinema
9	TPT
10	Εφημερίδα ΘΕΣΣΑΛΙΑ
11	ΠΕΖΟΔΡΟΜΙΟ
12	NovaFM
13	Έντεκα Ψηφιακές Εκτυπώσεις
14	XENIA Volos
15	Τσιπουράδικο Φλόκος
16	Μποτίλια
17	Καρακάνας
18	Eurochartiki
F4 12^η Ευρωπαϊκή Γιορτή Μουσικής	
1	Περιφέρεια Θεσσαλίας ΠΕ Μαγνησίας & Σποράδων
2	Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. Δήμου Βόλου
3	Υπουργείο Πολιτισμού & Αθλητισμού
4	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
5	Doitforme.eu
6	Kannabio
7	Cannabis House Cafe

8	Seven Spots Volos
9	Artium Hotel
10	Bruno
11	Σβόλος
12	Athens Voice
13	Athens Voice Radio
14	deBop
15	Avropolis
16	best 92,6
17	Platform
18	Opus
19	PenguinCity.gr
20	touriX
21	ΘΕΣΚΡΗ
22	EYEA
23	ΜΕΣΟ
24	ISA
25	European Live Music Association
26	CLEP
27	JUMP
28	European Music Day
29	Eurica
F5 10^ο Φεστιβάλ Βυζαντινής Μουσικής	
1	Σύνδεσμος Ιεροσαλτών Ιεράς Μητρόπολης Δημητριάδος «Όσιος Ιωάννης ο Κουκουζέλης»
2	Ιερά Μητρόπολη Δημητριάδος και Αλμυρού
3	Περιφέρεια Θεσσαλίας ΠΕ Μαγνησίας & Σποράδων
F6 8^ο Argo Film Festival	
1	1821 Pictures
2	Los Angeles Greek Film Festival
3	Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. Δήμου Βόλου
4	Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
5	Hyperion Media Group
6	Afflect/Middleton Media Group
7	Cartier
8	Baume & Mercier
9	Tommy Hilfiger
10	Hageen Dazs
11	Intimissimi
12	Cyta Hellas
13	ΕΨΑ
14	FOTO Karmi
15	Azzouro
16	Πετράδι
17	Καρακάνας
18	Feelgood
19	XENIA Volos
20	TPT
21	Volos Palace Hotel
22	MIMIKOS
23	Yachting Club Volos
24	Nikos Themis Hair
25	Κρέατος Τέχνη
F7 3^ο Φεστιβάλ Παιδικού Βιβλίου	
1	Ένωση Συλλόγων Γονέων & Κηδεμόνων Πρωτοβάθμιας & Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης
2	Εργαστήριο Λόγου & Πολιτισμού Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

3	Γυναικεία Λογοτεχνική Συντροφιά
4	Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ. ΠΕ. ΘΕ. Δήμου Βόλου
5	Διεύθυνση Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης Μαγνησίας
6	Διεύθυνση Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης Μαγνησίας
7	Ιερά Μητρόπολη Δημητριάδος και Αλμυρού
8	Κέντρο Βιβλίου Μαγνησιωτών Συγγραφέων ΚΕ.ΒΙ.ΜΑ.ΣΥ
9	Κέντρο Πολιτισμού και Κοινωνικής Παρέμβασης «Ιωλκός»
10	Πανελλήνιος Όμιλος Φίλων Αφήγησης Π.Ο.Φ.Α.
11	Σύνδεσμος Φιλολόγων Ν. Μαγνησίας
12	METAIXMIO
13	Παπαδοπούλου
14	ZAGOPI
15	ΕΨΑ
16	Κτήμα Αποστολάκη
17	Κάραλης
18	Μελωτρόπιο
19	Ιππόκαμπος
20	Όμιλος Φουσκωτών Σκαφών Μαγνησίας «Αργοναύτες»
21	ΚΕΚΠΙΑ ΔΙΕΚ Δήμου Βόλου
22	Λέσχη Ειδικών Δυνάμεων Ν. Μαγνησίας
23	Bookia
24	Public
25	Park Hotel Volos
26	ΕΠΑΣ Μαθητείας ΟΑΕΔ

F8 10^ο Greek Salsa Bootcamp

1	SyS Dance Prod
2	Roussas Artisan Cheese Makers
3	TAXYΔΡΟΜΟΣ
4	ΕΨΑ
5	SOL
6	Roussas Wine
7	Volos Diet
8	Γιάννης Μπούκης
9	Κορφιάτης
10	Black River
11	La Nave
12	Πλαγίως
13	Fashion Designer Linda Cruz
14	Chica Latina
15	MEZEN
16	Τοπούζογλου Αρτοποιείον
17	Yachting Club Volos
18	Event DJs
19	Genious Net
20	Dissymetry
21	IndepenDance Studio
22	Photoshoot.gr
23	Step Up Dance Studio

F9 6^ο Διεθνές Φεστιβάλ Παραδοσιακών Χορών Ν. Αγχιάλου

1	Ένωση Επαγγελματιών Επιχειρήσεων Υγ. Εν. Νέας Αγχιάλου
2	Σύλλογος Εν Θεσσαλία Οξυωτών Νέας Αγχιάλου «Η ΟΞΥΑ»
3	Φιλοπρόοδος Σύλλογος Νέας Αγχιάλου
4	Ιερά Μητρόπολη Δημητριάδος και Αλμυρού
5	Περιφέρεια Θεσσαλίας ΠΕ Μαγνησίας & Σποράδων
6	Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. Δήμου Βόλου

- 7 | Επιμελητήριο Μαγνησίας
- 8 | Κέντρο Τουριστικής Πληροφόρησης Δ. Βόλου INFO VOLOS
- 9 | Ένωση Ξενοδόχων Ν. Μαγνησίας
- 10 | Αγροτικός Παραγωγικός Συνεταιρισμός Νέας Αγχιάλου «Η Δήμητρα»

F10 13^ο Μουσικό Χωριό Άγιος Λαυρέντιος

- 1 | ΜΚΟ ArTree
- 2 | Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. Δήμου Βόλου
- 3 | Ιερά Μητρόπολη Δημητριάδος και Αλμυρού
- 4 | Τοπική Κοινότητα Αγίου Λαυρεντίου
- 5 | Υπουργείο Πολιτισμού & Αθλητισμού
- 6 | Αγρόξ
- 7 | ΕΡΤ Βόλος
- 8 | Radio Art
- 9 | Red Creative
- 10 | ΜΕΤΑΙΧΜΙΟ
- 11 | Το Αβγό
- 12 | Λουβάνα Δίσκοι
- 13 | Δρόμος με Δέντρα
- 14 | Filippou

F11 3^ο Φεστιβάλ Παιδικής Έκφρασης και Δημιουργίας

- 1 | ΚΔΑΠ Δήμου Βόλου
- 2 | ΚΕΚΠΑ ΔΙΕΚ Δήμου Βόλου
- 3 | Στέκι Παιδιού
- 4 | Β ΚΔΑΠ Διεύθυνσης Εκπαίδευσης
- 5 | Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. Δήμου Βόλου

F12 20^ο Παιδικό Φεστιβάλ Παραδοσιακών Χορών

- 1 | Αθλητικός & Εκπολιτιστικός Σύλλογος Πορταριάς «Το Ορμίνιο»
- 2 | Περιφέρεια Θεσσαλίας ΠΕ Μαγνησίας & Σποράδων
- 3 | Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. Δήμου Βόλου
- 4 | Ιερά Μητρόπολη Δημητριάδος και Αλμυρού
- 5 | ΕΨΑ
- 6 | Γυναικείος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Πορταριάς
- 7 | Τσίπουρο Τοκαλή
- 8 | Villa Virginaki
- 9 | Pelion Wedding and Events Planners
- 10 | Kritsa Gastronomy Hotel
- 11 | La creperie
- 12 | Το Κεντρικόν
- 13 | Myrro Herbs and Cosmetics
- 14 | Ο Κύρος
- 15 | Αερικό Smells and Flavors
- 16 | Κουκουσέλης Α.
- 17 | Κλείτσα
- 18 | Αφοί Κοντορίζου
- 19 | Σωματείο Γονέων Φύλων Αποφοίτων Προμηθεά
- 20 | Χρυσό Μήλο
- 21 | Εφημερίδα ΘΕΣΣΑΛΙΑ
- 22 | ΤΑΧΥΔΡΟΜΟΣ
- 23 | Εφημερίδα Μαγνησία
- 24 | Astra TV

F13 5^η Ναυτική Εβδομάδα στον Βόλο

- 1 | Οργανισμός Λιμένος Βόλου
- 2 | Περιφέρεια Θεσσαλίας ΠΕ Μαγνησίας & Σποράδων
- 3 | Κεντρικό Λιμεναρχείο Βόλου
- 4 | Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. Δήμου Βόλου

5	Εφορεία Αρχαιοτήτων Μαγνησίας
6	Διεύθυνση Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης Μαγνησίας
7	Διεύθυνση Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευση Μαγνησίας
8	Μουσικό Σχολείο Βόλου
9	Ελληνογαλλικός σύνδεσμος Βόλου
10	Σύλλογος Αποφοίτων Ελληνογαλλικής Σχολής «Άγιος Ιωσήφ»
11	Ελληνογαλλική Σχολή «Άγιος Ιωσήφ»
12	Hellenic Seaways
13	Σύλλογος Μουσειοπαιδαγωγών Ελλάδος
14	Θεσσαλικό ΙΕΚ
15	Χώρος Τέχνης «δ»
16	Ομάδα Φωτογραφίας Αργύρη Ζαφειρίδη
17	Ωδείο Φουντούλη
18	Κιθαριστική Ορχήστρα Βόλου
19	Agape Hellas
20	Πολιτιστικός Σύλλογος «Η Σκιάθος»
21	Σώμα Ελλήνων Προσκόπων Περιφερειακή εφορεία Μαγνησίας
22	NOBA
23	Όμιλος Φύλων Αθλημάτων Μαγνησίας
24	Ιερά Μητρόπολη Δημητριάδος και Αλμυρού
25	Ένωση Επαγγελματιών Υγ. Εν. Νέας Αγχιάλου
26	Σύλλογος Ερασιτεχνών Αλιέων «Η Ανάβρα»
27	Λέσχη Ειδικών Δυνάμεων Ν. Μαγνησίας
28	Φιλαρμονική Δήμου Βόλου
29	Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
30	Βολιώτικη Χορωδία
31	Πολιτιστικό Ίδρυμα Πειραιώς Μουσείο Πλινθοκεραμοποιίας Ν. & Σ. Τσαλαπάτα
32	Διεθνής Ένωση Κριτικών Τέχνης AICA HELLAS
33	Λύκειο Ελληνίδων Βόλου
34	Κρητική Αδελφότητα Βόλου «Το Αρκάδι»
35	Πολιτιστική Εστία Μικρασιατών Νέας Ιωνίας «Ιωνες»
36	Πολιτιστικός Σύλλογος Αγριάς Δράκειας «Άγιος Γεώργιος»
37	Πολιτιστικός Σύλλογος Συκής Γεώργιος Ρηματίσιδης
38	Εξωραϊστικός Σύλλογος Μηλεών Γεώργιος Κωνσταντάς
39	Χορευτικό Σύνολο ΙΜΔ «Η Δημητριάς»
40	Ιστιοπλοϊκός Όμιλος Βόλου Ανοιχτής Θαλάσσης
41	ΑΣ Δημητριάς
42	Σύνδεσμος Ιεροσαλτών Ιεράς Μητρόπολης Δημητριάδος & Αλμυρού «Όσιος Ιωάννης ο Κουκουζέλης»
43	Σύλλογος Συμπαραστάσεως Κρατουμένων Βόλου «Ο Εσταυρωμένος»
44	Σύλλογος Βιβλιοπωλών Χαρτοπωλών Εκδοτών Ν. Μαγνησίας
45	Σύλλογος Οικολογικής Γεωργίας Χειροτεχνίας Μαγνησίας
46	Volos Lens AMKE Φωτογραφική Εταιρία Βόλου
47	Γυναικεῖος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Ζαγοράς
48	Γυναικεῖος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Πτελεού «Φτελιά»
49	Γυναικεῖος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Ιωλκού «Το Ρόδι»
50	Γυναικεῖος Αγροτικός Συνεταιρισμός Σκοπέλου «Η Γλωσσιώτισσα»
51	Γυναικεῖος Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Τρικεριού
52	Γυναικεῖος Συνεταιρισμός Βυζίτσας «Οι Εσπερίδες»
F14 3^ο Φεστιβάλ Ισπανόφωνου Κινηματογράφου	
1	Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. Δήμου Βόλου
2	Instituto Cervantes
3	Ισπανική Πρεσβεία
4	Πρεσβεία Αργεντινής
5	Ιερά Μητρόπολη Δημητριάδος και Αλμυρού

F15 6^ο Πανελλήνιο Φεστιβάλ Μαθητικού Ραδιοφώνου

1	7 ^ο Γυμνάσιο Βόλου
2	1 ^ο Εργαστηριακό Κέντρο Βόλου
3	European School Radio
4	Περιφέρεια Θεσσαλίας ΠΕ Μαγνησίας & Σποράδων
5	Διεύθυνση Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης Μαγνησίας
6	Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
7	Ιερά Μητρόπολη Δημητριάδος και Αλμυρού
8	Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς Μουσείο Πληνθοκεραμοποιίας Ν. & Σ. Τσαλαπάτα
9	Εφορεία Αρχαιοτήτων Μαγνησίας
10	ΕΨΑ
11	Σέλι
12	Παπαδοπούλου
13	Ένωση Ξενοδόχων Ν. Μαγνησίας
14	Σύλλογος Καταστηματαρχών Ζαχαροπλαστών Βόλου
15	Philomela
16	Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ.Π.Ε.ΘΕ. Δήμου Βόλου
17	Σωματείο Αρτοποιών Μαγνησίας
18	EPT1
19	EPT2
20	EPT3
21	EPTworld
22	EPT Βόλου

F16 4^ο Φεστιβάλ Βόλου

1	ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΒΟΛΟΥ Α.Μ.Κ.Ε.
2	Θέατρο της Εμπειρίας
3	TRAINOSE
4	Aglaida Apartments
5	VIVECHROM
6	Filippou
7	4 Εποχές
8	Ακροβάτες
9	Καλειδισκόπειο
10	ΛΕΩΝ
11	Αθηναϊκή Ζυθοποιία
12	MEZEN
13	NIREUS
14	Άξιον Εστί
15	Ζαγορίν
16	ΕΨΑ
17	Αγγλικά Λάνη
18	Ενναλακτική Σκηνή
19	Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος
20	Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
21	Αντηχείο
22	Εξωραϊστική
23	Παλμός
24	EPT
25	EPT3
26	EPT Βόλος
27	NovaFM
30	AAF
31	Greece All Time Classic
32	TPT
33	TAXYΔΡΟΜΟΣ

34	Εφημερίδα ΘΕΣΣΑΛΙΑ
35	Artvist
36	Power 100,2
37	KISS 98,0
<i>F17 20^ο Διεθνές Φεστιβάλ Πηλίου</i>	
1	ΜΚΟ Πολυρρυθμία
2	Υπουργείο Πολιτισμού & Αθλητισμού
3	Δήμος Ζαγοράς Μουρесьίου
4	Περιφέρεια Θεσσαλίας ΠΕ Μαγνησίας & Σποράδων
5	ΕΨΑ
6	ΙΣΝ
<i>F18 2^ο Volos Jazz Festival</i>	
1	Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς Μουσείο Πληνθοκεραμοποιίας Ν. & Σ. Τσαλαπάτα
2	Πολυχώρος Τσαλαπάτα
<i>F19 2^ο Ολιστικό Φεστιβάλ</i>	
1	Ιερά Μητρόπολη Δημητριάδος και Αλμυρού
2	Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ.Π.Ε.ΘΕ. Δήμου Βόλου
3	Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
4	ΕΑΣ ΣΕΓΑΣ Θεσσαλίας
5	Οργανισμός Λιμένος βόλου
6	Λιμενικό Σώμα
7	Υπουργείο Τουρισμού
8	TAXYΔΡΟΜΟΣ
9	Ζαγορίν
10	ΕΨΑ
11	e-utopia
12	Cougar Sports
13	Σέλι
14	Σύλλογος Ιδιοκτητών Καφετεριών Bar Εστίασης Ν. Μαγνησίας
15	Lemon Bar
16	Himera Sailing School
17	La Nave
18	Yachting Club Volos
19	Shakayak
20	Coconut.bike
21	GYM WAY
22	KISS 98,0
23	Power 100,2
24	Love Yourself
25	Think.gr
26	Body Mind Soul
27	10 ΒΑΘ
28	ΓΣ Βόλου 1896
29	Πρόσκοποι Μαγνησίας
30	Φυσιολατρικός Όμιλος Βόλου
31	Όμορφη Ζωή
<i>F20 1^ο Street Food Festival</i>	
1	Soul Food Thessaloniki
2	Ζενίθ
3	Άλφα
4	Pepsi
5	Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ.Π.Ε.ΘΕ. Δήμου Βόλου
6	ΓΑΙΑ
7	TPT
8	TAXYΔΡΟΜΟΣ

9	Λάμψη 88,8
10	KISS 98,0
11	MyVolosNet
12	e-volos
13	IENA
14	Πάμε Βόλο για Τσίπουρο
F21 1^ο Διεθνές Φεστιβάλ Μουσικής Δωματίου Θεσσαλίας	
1	MKO Chamber of Music Hellas
2	Υπουργείο Τουρισμού
3	Greece All Time Classic
4	Περιφέρεια Θεσσαλίας ΠΕ Μαγνησίας & Σποράδων
5	Δήμος Λαρισαίων
6	Δήμος Τρικάλων
7	Δήμος Ζαγοράς Μουρесьίου
8	Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ.Π.Ε.ΘΕ Δήμου Βόλου
9	Εφορεία Αρχαιοτήτων Μαγνησίας
10	Diachronic Museum of Larissa
11	American Hellenic Chamber of Commerce
12	Επιμελητήριο Μαγνησίας
13	Επιμελητήριο Τρικάλων
14	ΣΤΑΣΥ
15	Αθηναϊκό Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων
16	Πρακτορείο 104,9
17	EPT
18	EPT3
19	Πρώτο Πρόγραμμα
20	Δεύτερο Πρόγραμμα
21	Τρίτο
22	Η Φωνή της Ελλάδος
23	Ραδιοτηλεόραση
24	Η Καθημερινή
25	TPT
26	NOEMA
27	Tornos News
28	European Institute Communication
29	Greek TV
30	Newsmag
31	Aftodioikisinews.gr
32	Magnesianews.gr
33	Dotmov
34	e-thessalia.gr
35	International Relations of Culture
36	Ellopia
37	CosmosFm
38	Ξένιος Θεσσαλός
39	IENA
40	Διάλογος
41	Κεχαΐδης
42	Τουριστικός Αναπτυξιακός Σύλλογος Τσαγκαράδας
43	Έτερματ
44	Ένωση Ξενοδόχων Νομού Μαγνησίας
45	Εφημερίδα Μαγνησία
F22 1^ο Volos Summer Beer Festival	
1	Athens Beer Festival
2	Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. ΔΗ.Π.Ε.ΘΕ. Δήμου Βόλου

3	Ράδιο Βέρα
4	TPT
F23	1^o Pelion Summer Festival
1	Ξένιος Ζευς Σύλλογος Επαγγελματιών Ζαγοράς
2	CHS
3	Περιφέρεια Θεσσαλίας ΠΕ Μαγνησίας & Σποράδων
4	Ιερά Μητρόπολη Δημητριάδος και Αλμυρού
5	Δήμος Ζαγοράς Μουρεσίου
6	Γιάννης Κορδάτος Πολιτιστικός Σύλλογος Ζαγοράς
F24	1^o Pelion Gastronomy Festival
1	Pelion Gastronomy
2	Αγρόκτημα Καραϊσκού
3	Ιερά Μητρόπολη Δημητριάδος και Αλμυρού
4	Αγρόκτημα Αφοί ΤΑΧΑ Τυροκομείο
5	Γραβάνης Τυροκομικά Προϊόντα
6	Παπαγιαννόπουλος Χαλβαδοποιία
7	Καρακάνας
8	Φασουλίδης Παραδοσιακό Κρεοπωλείο
9	Πλάστιγγα Ζυθοποιία
10	Ελαιόλαδο Πηλίου Οικογένειας Βολιώτη
11	Στράκας Πηλιορείτικα Λουκάνικα
12	Ζαγορίν
13	HELLAS Αλίπαστα Αφοί Καραγκούνη
14	Γαϊτανίδης Αντπροσωπείες Κατεψυγμένων Προϊόντων
15	Δρόσος Κρεοπωλείο
16	Roussas Artisan Cheese Makers
17	Roussas Winery
18	Καρακατσάνης ΑΕ Εμπόριο Τροφίμων
19	Αθανασάκης Ν. και ΣΙΑ ΕΕ Εξαγωγές Ελιών
20	Αρτολιχουδιές Τσαρδακά Παραδοσιακό Αρτοποιίο
21	Χρυσό μήλο
22	Αφού Κοντορίζου Αρτοποιίο
23	Τυροκομικό Εργαστήρι Ευθυμίου
24	PATISTIS Vineyards and Winery
25	Kritsa Gastronomy Hotel
26	Με Μόστρα Τσιπουράδικο
27	ΜΠΟΤΙΛΙΑ
28	Dougos Winery
29	Domain Migas
30	Vriniotis Winery
31	Milea Winery
32	Domain Messenicolas
33	Κτήμα Τιμπλαλέξη Οινοποιείο
34	Arlechinos Chora Winery
35	Οινοποιία Πουλτσίδα
36	ΕΨΑ
37	Αρτοποιείο Σαρακατσιάνου
38	Paprika
39	MEZEN
40	Οίνος και άλλα Κάβα
41	Μαύρο Ρόδο Τσίπουρο Ποτοποιία Στουπάκη
42	Θεσσαλικό ΙΕΚ Γιάτσος
43	Καισαρλής Απόστολος
44	Ρόδι King
45	Myrro Herbs and Cosmetics

46	Αερικό Smells and Flavors
47	Passion Fruit
48	Ποτοεμπορική Βόλου ΑΕ
49	Γραμμένος & Γιώργος Καραζαφείρης
50	Pelion Weddings and Event Planners

Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία, 2020*

Οι σχετικές ιστοσελίδες των φεστιβάλ του Βόλου που περιλαμβάνονται στην έρευνα

35° Παγκόσμιο Φεστιβάλ Κιθάρας Βόλου	www.volosinternationalguitarfestival.com
22° Χορωδιακό Φεστιβάλ Θρησκευτικής Μουσικής	-
4° CineDoc	www.cinedoc.gr
12η Ευρωπαϊκή Γιορτή Μουσικής	www.europeanmusicday.gr/volos
10° Φεστιβάλ Βυζαντινής Μουσικής	imd.gr/2018
8° Argo Film Festival	www.argofilmfestival.gr
3° Φεστιβάλ Παιδικού Βιβλίου	enosigoneonvolou.blogspot.com
10° Greek Salsa Bootcamp	www.salsabootcamp.gr
6° Διεθνές Φεστιβάλ Παραδοσιακών Χορών Νέας Αγχιάλου	-
13° Μουσικό Χωριό Άγιος Λαυρέντιος	www.music-village.gr
3° Φεστιβάλ Παιδικής Έκφρασης και Δημιουργίας	kekpa.gr
20° Παιδικό Φεστιβάλ Παραδοσιακών Χορών	www.orminioportaria.gr
5 ^η Ναυτική Εβδομάδα στον Βόλο	-
3° Φεστιβάλ Ισπανόφωνου Κινηματογράφου	-
6° Πανελλήνιο Φεστιβάλ Μαθητικού Ραδιοφώνου	europeanschoolradio.eu
4° Φεστιβάλ Βόλου	www.volosfestival.gr
20° Διεθνές Φεστιβάλ Πηλίου	www.pelionfestival.com
2° Volos Jazz Festival	www.piop.gr
2° Ολιστικό Φεστιβάλ	www.holisticfestival.gr
1° Street Food Festival	-
1° Διεθνές Φεστιβάλ Μουσικής Δωματίου Θεσσαλίας	chambermusichellas.org
1° Volos Summer Beer Festival	athensbeerfestival.gr
1° Pelion Summer Festival	pelion-summer-festival.gr
1° Pelion Gastronomy Festival	www.peliongastronomy.gr

Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία, 2020*

Έντυπο Προωθητικό Υλικό των Φεστιβάλ



Σάββατα με Ντοκιμαντέρ στο «Αχίλλειον»

Ωρα Προβολής: 19.30

www.cinedoc.gr

 Like us @ CineDoc Volos
 @cinedocvolos



CINE
DOC
ΒΟΛΟΣ

Συνδιοργάνωση:
 Δ.Ο.Ε.Π.Α.Π. - ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ.
 ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ
 Περσέας Πολιτισμός
 ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ



<p>28 / 09 / 2019 <i>Ματαρόα. Το ταξίδι συνεχίζεται...</i></p> <p>19 / 10 / 2019 <i>Push</i></p> <p>30 / 11 / 2019 <i>Βασίλισσα χωρίς Βασίλειο</i></p> <p>18 / 01 / 2020 <i>Normal</i></p>	<p>08 / 02 / 2020 <i>Ουρανός</i></p> <p>07 / 03 / 2020 <i>Λουίζ Λεκαβαλιέ - εν κινήσει</i></p> <p>04 / 04 / 2020 <i>Μέσα στο Μοντεσσόρι</i></p>
--	---

Προώληση Εισιτηρίων:  Nakos Center (Ισόγειο), 2421 10 88 73

Τιμή Εισιτηρίου: 5,00€ Φοιτητικό: 4,00€

Χορηγοί:








Χορηγοί Επικοινωνίας:










Πηγή: Facebook.com, 2020



Πηγή: enosigoneonvolou.blogspot.com, 2020.

5^ο
ΔΙΕΘΝΕΣ ΦΕΣΤΙΒΑΛ
ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΧΟΡΩΝ
ΝΕΑΣ ΑΓΧΙΑΛΟΥ
2018

6 - 7 - 8 ΙΟΥΛΙΟΥ 2018
(χώρος Γιορτής Κρασιού Ν. Αγκιάλου)
ΜΕΞΙΚΟ - ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ - ΦΙΛΙΠΠΙΝΕΣ - ΚΟΛΟΜΒΙΑ
ΜΟΛΔΑΒΙΑ - ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ - ΚΥΠΡΟΣ - ΤΣΕΧΙΑ - ΕΛΛΑΔΑ
Διαφορετικές παραστάσεις καθημερινά
Συμβολική Είσοδος 2 Ευρώ

ΣΥΝΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ
ΝΟΣΗ
ΜΗΤΣΙΝΗΛΩΝ ΚΙΒΩΡΟΣ
ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ
ΕΟΚ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ

Πηγή: almyros.gr, 2020.

