



Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης

Ο Δημόσιος Χώρος στις Πόλεις και στον Κυβερνοχώρο

Συγκριτική ανάλυση. Νέοι τύποι και κατευθύνσεις στο σχεδιασμό

Συγγραφή / Επιμέλεια: Ζάχος Δημήτριος

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Γοσποδίνη Άσπα

Βόλος, 2012



στους γονείς μου,

Στοιχεία Επικοινωνίας

zahos.dimitrios@gmx.com

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια

Γοσποδινή Άσπα, Αρχιτέκτονας Μηχανικός του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, Μάστερ στη Συντακτική Ανάλυση του Χώρου στο Bartlett School of Architecture and Planning, University College London, Διδακτορικό στον Αστικό Σχεδιασμό, Πολεοδομία και Χωρική Ανάλυση στο Bartlett School of Architecture and Planning, University College London

Εξεταστική Επιτροπή

Σαπουνάκης Άριστείδης, Αρχιτέκτονας Μηχανικός του Εθνικού Μετσόβειου Πολυτεχνείου Αθήνας, Μεταπτυχιακό δίπλωμα στον Αστικό Σχεδιασμό στο Heriot-Watt, Εδιμβούργο, Διδακτορικό δίπλωμα στο Heriot-Watt, Εδιμβούργο

Μπουρδάκης Βασίλης, Αρχιτέκτονας Μηχανικός του Εθνικού Μετσόβειου Πολυτεχνείου Αθήνας, Διδακτορικό στο Πανεπιστήμιο Bath, Ηνωμένο Βασίλειο

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τους Καθηγητές μου κα. Γοσποδινή Άσπα, κα. Μαρί Νοέλ Ντυκέν και κ. Κοτζαμάνη Βύρωνα για τη βοήθεια, τις χρήσιμες κατευθύνσεις και γνώσεις που μου μετέδωσαν. Επίσης, ένα μεγάλο ευχαριστώ σε όσους ασχολήθηκαν με τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων χωρίς τα οποία η εκπόνηση της διπλωματικής μου δε θα ήταν εφικτή, στον αδερφό μου για τη βοήθεια του στη διανομή των ερωτηματολογίων και στον κ. Σουλικιά Αντώνη για την εφαρμογή ηλεκτρονικής δημιουργίας και συμπλήρωσης ερωτηματολογίων του Κέντρου Επικοινωνιών και Πληροφοριακών Συστημάτων (ΚΕΠΣ) που δημιούργησε.

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία στοχεύει στην διερεύνηση της έννοιας του δημόσιου χώρου στη σύγχρονη μεταβιομηχανική κοινωνία της πληροφορίας και της υπερ-κινητικότητας. Εξετάζει τη σχέση ανάμεσα στο δημόσιο χώρο και στον κυβερνοχώρο, επιχειρώντας τον εντοπισμό των τομέων και το βαθμό στον οποίο το διαδίκτυο δρα συμπληρωματικά ή υποκαθιστά το δημόσιο χώρο. Τα αποτελέσματα της έρευνας υποδεικνύουν την ύπαρξη ενός δημόσιου χώρου που εξακολουθεί να είναι σε θέση να προσφέρει έναν πολύ ικανοποιητικό βαθμό κάλυψης των αναγκών των χρηστών και ενός μέτρια ικανοποιητικού βαθμού από το διαδίκτυο. Παράλληλα, έντονη είναι η σχέση αντικατάστασης του δημόσιου χώρου από το διαδίκτυο στη διαδικασία κάλυψης της ανάγκης για ενημέρωση και πληροφόρηση, ενώ όσον αφορά την κάλυψη των αναγκών για αναψυχή και επικοινωνία, το διαδίκτυο δρα συμπληρωματικά ως προς τις λειτουργίες του δημόσιου χώρου. Ακόμη, εξετάστηκε η σημαντικότητα των όμοιων χαρακτηριστικών δημόσιου χώρου και κυβερνοχώρου με την προσβασιμότητα και την ποικιλία χρήσεων και δραστηριοτήτων να θεωρούνται ιδιαίτερα σημαντικά και για τους δύο χώρους.

Λέξεις κλειδιά: δημόσιος χώρος, δημόσια σφαίρα, κυβερνοχώρος, διαδίκτυο, απαξίωση, μετατόπιση, ανάγκες, επικοινωνία, αναψυχή, ενημέρωση, κατανάλωση, κοινωνική διάδραση, τυπολογία, Βόλος

Abstract

This thesis aims to explore the concept of public space in contemporary post-industrial information society and hyper-mobility. It examines the relationship between public space and cyberspace, attempting to identify the sectors and the extent to which the Internet is complementary or functions as a substitute to public space. The results suggest the existence of a public space that is still able to offer a very satisfactory meet of needs of its users and a cyberspace that offers a moderately satisfactory degree. Moreover, an intense relation of replacement was located with cyberspace prevailing public space in the process of covering the need for information, whereas concerning the needs for recreation and communication, the internet works complementary to the functions of public space. Furthermore, we examined the significance of the similar characteristics of public space and cyberspace, and results indicate that accessibility and variety of uses and activities are considered to be particularly important for both areas.

Key words: public space, public sphere, cyberspace, internet, typology, decline, shifting, needs, communication, social interaction, entertainment, informing, consuming, Volos

Περιεχόμενα

<i>Περιεχόμενα Εικόνων</i>	<i>vi</i>
<i>Περιεχόμενα Διαγραμμάτων και Γραφημάτων</i>	<i>vii</i>
<i>Περιεχόμενα Πινάκων</i>	<i>viii</i>
Εισαγωγή	1
1. Δημόσιος Χώρος – Δημόσια Σφαίρα: ο ρόλος στην πορεία του χρόνου	2
1.1 Παρελθόν	2
1.2 Σύγχρονες πόλεις και κοινωνίες.....	5
1.3 Μέλλον.....	8
2. Θεωρίες περί Δημοσίου Χώρου	10
3. Μετατοπίσεις της Δημόσιας Σφαίρας	12
4. Κατηγοριοποίηση – Τυπολογία του Χώρου	15
4.1 Κατηγοριοποίηση Δημοσίου Χώρου	15
4.1.1 Εμπειρικός διαχωρισμός	15
4.1.2 Λειτουργικός διαχωρισμός.....	21
4.2 Κατηγοριοποίηση Κυβερνοχώρου	24
4.2.1 Χώροι Επικοινωνίας.....	24
4.2.2 Χώροι Αναψυχής.....	32
4.2.3 Χώροι Πληροφόρησης / Ενημέρωσης.....	35
4.2.4 Χώροι Κατανάλωσης	36
5. Ζητήματα κλειδιά για την παραγωγή του Δημοσίου Χώρου - Διαδικτύου	38
6. Μεθοδολογία έρευνας	42
6.1 Επιλογή Δείγματος και Διαδικασία.....	42
6.2 Επιλογή Μεταβλητών	43
6.3 Ανάλυση Δεδομένων.....	46
7. Αποτελέσματα	47
7.1 Σύσταση Δείγματος.....	47
7.2 Περιγραφική Στατιστική επεξεργασία δεδομένων	48
7.2.1 Αξιολόγηση δημόσιου χώρου	48
7.2.2 Βαθμός αντικατάστασης του δημόσιου χώρου από τον κυβερνοχώρο	51
7.2.3 Τομείς αντικατάστασης του δημόσιου χώρου από τον κυβερνοχώρο	56
7.3.4 Σημαντικότητα των όμοιων χαρακτηριστικών διαδικτύου – δημόσιου χώρου.....	60
8. Συμπεράσματα	63
9. Σχεδιαστικές Κατευθύνσεις	65
Πηγές Τεκμηρίωσης	70
Παράρτημα	

Περιεχόμενα Εικόνων

Εικόνα 2.1: Θεωρία των σπασμένων παραθύρων-Κατάληψη Ματσάγγου (Βόλος).....	10
Εικόνα 3.1: Δημόσιος χώρος και ηλεκτρονικό περιβάλλον.....	12
Εικόνα 3.2: Σύγχυση ορίων της δημόσιας σφαίρας.....	13
Εικόνα 4.1: Παραμελημένος χώρος – Πάρκο στο Βόλο.....	15
Εικόνα 4.2: Αναξιοποίητη μάντρα τρένων στο Βόλο.....	16
Εικόνα 4.3: 24-ωρος χώρος Λονδίνο-Σόχο.....	16
Εικόνα 4.4: Υποβαθμισμένος χώρος Αττική-Ομόνοια.....	16
Εικόνα 4.5: Διαχωρισμένος χώρος Λονδίνο-Downing street.....	17
Εικόνα 4.6: Χώρος δημόσιας διεκδίκησης– Περιοχή Αγίου Νικολάου Βόλου.....	17
Εικόνα 4.7: Χώρος Κατάληψης Ματσάγγου (Βόλος).....	18
Εικόνα 4.8: Εξαρτημένος χώρος – Αυτοκινητόδρομος στο Πεκίνο.....	18
Εικόνα 4.9: Χώρος προϊόν ιδιωτικής διαχείρισης και παραγωγής - Canary Wharf (Λονδίνο)...	19
Εικόνα 4.10: Χώρος κατανάλωσης – Εμπορικό κέντρο στο Παρίσι – La Défense.....	20
Εικόνα 4.11: Χώρος αντίγραφο στο Λονδίνο – Chinatown	20
Εικόνα 4.12: Τρομακτικός χώρος – Περιοχή Λονδίνου	21
Εικόνα 4.13: Τρομακτικός χώρος – Πάρκο στο Παρίσι	21
Εικόνα 4.14: Ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης Fotolog	25
Εικόνα 4.15: Ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης Cafemom	26
Εικόνα 4.16: Φόρουμ – τόπος συγκέντρωσης θαυμαστών της ρεμπέτικης μουσικής.....	27
Εικόνα 4.17: Παράδειγμα δημοφιλούς Ιστοσελίδας πλατφόρμας αυτοδημοσίευσης	28
Εικόνα 4.18: Δωμάτια συζητήσεων με δυνατότητα χρήσης εικόνας, ήχου και κειμένου.....	30
Εικόνα 4.19: Παράδειγμα περιβάλλοντος χρήστη ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	31
Εικόνα 4.20: Διαμόρφωση ομάδας μέσα από διαδικτυακό παιχνίδι	33
Εικόνα 4.21: Ραδιόφωνο μέσω διαδικτύου	34
Εικόνα 4.22: Ζωντανή παρακολούθηση συναυλίας	34
Εικόνα 4.23: Δημοφιλές μηχανή αναζήτησης	35
Εικόνα 4.24: Διαδικτυακό Πολυκατάστημα	36

Περιεχόμενα Διαγραμμμάτων και Γραφημάτων

Διάγραμμα 1.1: Σημαντικοί σταθμοί στην πορεία διαμόρφωσης του δημόσιου χώρου.....	9
Διάγραμμα 4.1: Εμπειρικός και Λειτουργικός διαχωρισμός του δημόσιου χώρου.....	23
Διάγραμμα 4.2: Εμπειρικός διαχωρισμός του διαδικτύου.....	37
Διάγραμμα 8.4: Βαθμός κάλυψης αναγκών στο δημόσιο χώρο των πόλεων και του κυβερνοχώρου.....	64
Διάγραμμα 9.1: Οι σημαντικότερες απαιτήσεις από το δημόσιο χώρο.....	65
Γράφημα 7.1: Σύσταση του δείγματος κατά φύλο, ηλικία, απασχόληση.....	47
Γράφημα 7.2: Φθίνουσα κατάταξη – αξιολόγηση των σημαντικότερων δημόσιων χώρων της πόλης του Βόλου.....	49
Γράφημα 7.3: Συγκεντρωτικά ποσοστά παρεχόμενου βαθμού ικανοποίησης δημόσιου χώρου του Βόλου.....	50
Γράφημα 7.4: Ώρες αφιέρωσης του μέσου χρήστη στο δημόσιο χώρο και στο διαδίκτυο.....	51
Γράφημα 7.5: Συγκριτική αναπαράσταση αφιέρωσης ωρών στο δημόσιο χώρο και στο διαδίκτυο ανά ομάδα ωρών.....	51
Γράφημα 7.6: Τοποθεσία σύνδεσης στο διαδίκτυο.....	52
Γράφημα 7.7: Συγκριτική αναπαράσταση βαθμού κάλυψης αναγκών σε δημόσιο χώρο και διαδίκτυο.....	52
Γράφημα 7.8: Συμβολή διαδικτύου στην ανάπτυξη της κοινωνικότητας.....	53
Γράφημα 7.9: Πεδίο κυρίως ανάπτυξης κοινωνικών σχέσεων.....	53
Γράφημα 7.10: Συγκριτική αναπαράσταση συνολικού βαθμού κάλυψης αναγκών στο δημόσιο χώρο και στο διαδίκτυο.....	55
Γράφημα 7.11: Φθίνουσα κατάταξη των προτιμήσεων του μέσου χρήστη στο διαδίκτυο.....	57
Γράφημα 7.12: Φθίνουσα κατάταξη των προτιμήσεων του μέσου χρήστη στο δημόσιο χώρο.....	59
Γράφημα 7.13: Συγκριτική αναπαράσταση του βαθμού σημαντικότητας των όμοιων χαρακτηριστικών δημόσιου χώρου και διαδικτύου.....	61

Περιεχόμενα Πινάκων

Πίνακας 6.1: Εξαγμένες από τα ερωτηματολόγια μεταβλητές, αιτιολόγηση επιλογής και μονάδα μέτρησης αυτών.....	44
Πίνακας 7.1: Κατηγοριοποίηση των σημαντικότερων δημόσιων χώρων της πόλης του Βόλου...	48
Πίνακας 7.2: Δημόσιος χώρος του Βόλου – Αναλυτικά ποσοστά απαντήσεων, μέσες τιμές και μέτρα μεταβλητότητας.....	50
Πίνακας 7.3: Κάλυψη αναγκών στο διαδίκτυο και στο δημόσιο χώρο – Αναλυτικά ποσοστά απαντήσεων, μέσες τιμές και μέτρα μεταβλητότητας.....	55
Πίνακας 7.4: Ιεράρχηση των προτιμήσεων των χρηστών ως προς τις επιλογές κάλυψης αναγκών στον κυβερνοχώρο.....	56
Πίνακας 7.5: Στοιχεία του διαδικτύου και προτιμήσεις αυτών - Αναλυτικά ποσοστά απαντήσεων, μέσες τιμές και μέτρα μεταβλητότητας.....	58
Πίνακας 7.6: Στοιχεία του δημόσιου χώρου και προτιμήσεις αυτών – Αναλυτικά ποσοστά απαντήσεων, μέσες τιμές και μέτρα μεταβλητότητας.....	60
Πίνακας 7.7: Ιεράρχηση των όμοιων χαρακτηριστικών διαδικτύου και δημόσιου χώρου.....	61
Πίνακας 7.8: Χαρακτηριστικά του διαδικτύου και του δημόσιου χώρου – Αναλυτικά ποσοστά απαντήσεων, μέσες τιμές και μέτρα μεταβλητότητας.....	62

Εισαγωγή

Ο σχεδιασμός του δημόσιου χώρου είναι ένας καταλυτικός παράγοντας που βρίσκεται σε θέση να επηρεάσει τις ανθρώπινες επιλογές. Έχει τη δύναμη να ορίσει την ανθρώπινη συμπεριφορά, θέτοντας όρια στο βαθμό προσβασιμότητας και ελκυστικότητας κάθε σημείου της πόλης, ενώ παράλληλα καθορίζει ως ένα σημαντικό βαθμό, το διαθέσιμο εύρος χρήσεων στον χώρο, αν οι ευκαιρίες και οι δραστηριότητες που ο δημόσιος χώρος παρέχει γίνονται εύκολα αντιληπτές από τους χρήστες, ορίζει τη δυναμικότητα, την προσαρμοστικότητα και τη διαδραστικότητα του χώρου, καθώς και το βαθμό στον οποίο δύναται ο χρήστης να αφήσει τη σφραγίδα του. Ο ρόλος που ο δημόσιος χώρος και συνεπώς ο αποτελεσματικός και αποδοτικός σχεδιασμός διαδραματίζει στην καθημερινότητα των σχεδιαστικών υποκειμένων, δηλαδή των πολιτών, είναι ίσως σημαντικότερος από κάθε άλλη πτυχή της λειτουργίας και μορφής της πόλης, που η πολεοδομία και ο αστικός σχεδιασμός επιχειρούν να ρυθμίσουν.

Ο δημόσιος χώρος λοιπόν είναι ένα στοιχείο του αστικού περιβάλλοντος που χρήζει ιδιαίτερης προσοχής και σημασίας. Βέβαια, ο ρόλος που προσδίδεται στο δημόσιο χώρο, είναι διαρκώς, και με την πάροδο του χρόνου, μεταβαλλόμενος, εξυπηρετώντας κάθε φορά διαφορετικές λειτουργίες, ανάγκες, ομάδες ανθρώπων, που οι τεχνολογικές εξελίξεις συνήθως δημιουργούν. Ο σύγχρονος δημόσιος χώρος ωστόσο διατρέχει μία περίοδο παρακμής και απαξίωσης, στη διάρκεια της οποίας έχει υποστεί διαδικασίες ομογενοποίησης και κατακερματισμού, με τον κύριο ρόλο που διαδραμάτιζε στο παρελθόν, αυτόν του πυρήνα της κοινωνικής διάδρασης, να έχει μεταβληθεί σημαντικά. Δημιουργούνται λοιπόν τα εξής ερωτήματα που απασχολούν την επιστημονική κοινότητα:

- Ποιες οι αιτίες απαξίωσης του δημόσιου χώρου της πόλης και ποιοι οι κίνδυνοι περαιτέρω παρακμής του δημόσιου χώρου που καλούνται οι ειδήμονες στο σχεδιασμό του χώρου (αρχιτέκτονες, πολεοδόμοι) να αντιμετωπίσουν;
- Με ποιους τρόπους μπορεί να επιτευχθεί η αναζωογόνηση του δημόσιου χώρου;
- Ποια είναι η επίδραση των νέων τεχνολογιών και πιο συγκεκριμένα της ψηφιακής τεχνολογίας και του κυβερνοχώρου και των ηλεκτρονικών κοινωνικών δικτύων, στην απαξίωση του δημόσιου χώρου της πόλης, και ποια μπορεί να είναι η συμβολή τους στην προσπάθεια αναζωογόνησης του δημόσιου χώρου της πόλης;

Στα ερωτήματα αυτά επιχειρεί να δώσει απάντηση η παρούσα διπλωματική εργασία. Οι προσπάθειες για αναζωογόνηση του δημόσιου χώρου της πόλης έχουν ενταθεί τα τελευταία χρόνια, και η εύρεση απάντησης στα ερωτήματα αυτά είναι ιδιαίτερα σημαντική, προκειμένου να εξασφαλιστεί η επιτυχία τους.

1. Δημόσιος Χώρος – Δημόσια Σφαίρα: ο ρόλος στην πορεία του χρόνου

Ο δημόσιος χώρος, ως αναπόσπαστο κομμάτι του αστικού περιβάλλοντος, βρίσκεται ενταγμένος σε ένα φαύλο κύκλο όπου διαμορφώνεται από, αλλά και ταυτόχρονα διαμορφώνει, την κοινωνία (Carmona 2010b). Είναι ο χώρος που εξάγεται ως αποτέλεσμα κοινωνικών πρακτικών, οι οποίες του προσδίδουν διαφορετικό κάθε φορά νόημα και περιεχόμενο, ενώ προσδιορίζουν τα φυσικά και συμβολικά όρια του, και παρέχουν στο χρήστη την αίσθηση πως ανήκει στο μέρος αυτό (Leite et al. 2007). Θα μπορούσε να ειπωθεί πως ο γενικός ρόλος που ο δημόσιος χώρος καλείται να επιτελέσει, είναι αυτός ενός περιβάλλοντος που δίδει νόημα και σχήμα στη συλλογική ζωή, προσφέροντας παράλληλα το πεδίο για την έκφραση της (Goffman 1963, Sennett 1974, Leite et al. 2007). Συντελεί δηλαδή το χώρο συγκέντρωσης και παραμονής ατόμων, που έχουν ως σκοπό τη συνάντηση γνώριμων και άγνωστων ομοίων τους, και τη χρήση του ως πλατφόρμα άσκησης κοινωνικών αλληλεπιδράσεων (Vorontkova et al. 2010). Αυτή είναι και η κατεύθυνση των εκφάνσεων του δημόσιου χώρου που έχει επιλεγθεί στα πλαίσια της παρούσας έρευνας, έναντι αυτών που θεωρούν το δημόσιο χώρο ως ένα πεδίο έκφρασης πολιτικών ανησυχιών, συζητήσεων και διαπληκτισμών (Arendt 1958, Habermas 1989). Τα κύρια βασικά χαρακτηριστικά του δημόσιου χώρου σύμφωνα με την Zukin (1995), συνοψίζονται στην κοινή και όχι ιδιωτική διαχείριση του χώρου, στην ελεύθερη και ανεμπόδιστη προσβασιμότητα και στη χρήση του χώρου από πλήθος ανθρώπων κάτω από έναν κοινό σκοπό. Τα κριτήρια βέβαια αυτά αμφισβητούνται ως προς την επάρκεια τους να χαρακτηρίσουν έναν χώρο των σύγχρονων ανεπτυγμένων πόλεων ως δημόσιο.

1.1 Παρελθόν

Αναγκαία θεωρείται μία σύντομη αναφορά στο παρελθόν, σε μια απόπειρα κατανόησης της διαμόρφωσης του Δημοσίου χώρου στις ευρωπαϊκές χώρες. Όπως είναι σαφές οι πόλεις του παρελθόντος δεν έδιναν ποτέ ιδιαίτερη βαρύτητα στο σχεδιασμό του δημόσιου χώρου, γεγονός λογικό αφού η δημιουργία και εξέλιξη τους σπάνια βασιζόταν σε κάποιο ευρύτερο σχεδιασμό. Στις περισσότερες λοιπόν ιστορικές περιόδους, η δημιουργία δημόσιου χώρου (δρόμων και ανοιγμάτων «πλατειών» κάθε είδους) υπήρξε αποτέλεσμα του ακανόνιστου οργανικού ή του κανονικού υποδάμειου μοτίβου που τα οικοδομικά τετράγωνα ακολουθούσαν.

Θέτοντας ως σημείο αφετηρίας την *αρχαία ελληνική «πόλις»* (479π.Χ. – 86π.Χ.), η εισαγωγή στο σχεδιασμό του δημόσιου χώρου του στοιχείου της «Αγοράς», αποτέλεσε την καινοτομία της ιστορικής αυτής περιόδου και το πρώτο βήμα προς την κατεύθυνση της δημιουργίας ενός

δημόσιου χώρου ικανό να προωθήσει και να αποτελέσει τόπο στέγασης της δημόσιας σφαίρας. Ο ειδικά διαμορφωμένος αυτός υπαίθριος δημόσιος χώρος, χωροθετούνταν σε κεντρικό σημείο της πόλης, όντας ο πυρήνας του αστικού ιστού, και συγκροτούσε το χώρο φιλοξενίας ενεργειών πολιτικού, θρησκευτικού και εμπορικού χαρακτήρα. Επιχειρώντας να δώσουμε μία συνοπτική εικόνα, η «Αγορά» συνιστούσε έναν χώρο άθροισης, όπου οι πολίτες της πόλης καλούνταν να καλύψουν πολλαπλές και πολυδιάστατες ανάγκες. (Γοσποδίνη 1994)

Την μετεξέλιξη της «Αγοράς» αποτέλεσε το **ρωμαϊκό** «Forum» (86π.Χ. – 476μ.Χ.), στο οποίο προστίθεται στις λειτουργίες της πρώτης, ο διοικητικός χαρακτήρας. Το «Forum» λειτούργησε επίσης ως ο κύριος τόπος διεξαγωγής δημόσιων συγκεντρώσεων, ενώ κατά το σχεδιασμό του λαμβάνονταν υπόψη οι ανάγκες της τοπικής κοινωνίας, αφού το μέγεθος του έπρεπε να είναι ανάλογο του πληθυσμού των χρηστών του δημόσιου χώρου. Ταυτόχρονα, σύμφωνα με το μέγεθος της πόλης μπορεί να υπήρχαν περισσότερα του ενός «Forum» με μικτές ή διαχωρισμένες χρήσεις και χαρακτήρα. (Γοσποδίνη 1994)

Κατά το **Μεσαίωνα** (476μ.Χ. - 1420) που ακολουθεί την ρωμαϊκή περίοδο, τα τείχη αντιπροσώπευαν ένα νέο κομμάτι του δημόσιου χώρου, αφού ο περίπατος πάνω σε αυτά διατέλεσε έναν αρκετά δημοφιλή τρόπο ψυχαγωγίας, κυρίως εξαιτίας του θέλγητρου που η πανοραμική θέα εντός και εκτός των τειχών προσέφερε. Ταυτόχρονα, ο δρόμος απέκτησε νέο χαρακτήρα, καθότι πέρα από το ρόλο του ως κανάλι επικοινωνίας και κυκλοφορίας των πεζών, άρχισε να φιλοξενεί εμπορικές δραστηριότητες. Η εκδοχή της «Αγοράς» και του «Forum» την περίοδο αυτή είναι η «Πλατεία της Αγοράς» και το κτίριο της κεντρικής αγοράς, με όμοια κεντρική, εντός της πόλης χωροθέτηση και ελαφρώς πιο διανθισμένη στέγαση δραστηριοτήτων. Παράλληλα, στον ίδιο ή σε πλησίον χώρο εντοπιζόταν η «πλατεία της εκκλησίας», συνήθως τόπος συγκέντρωσης των εκκλησιαζόμενων, που φιλοξενούσε δραστηριότητες μικρότερης έντασης. Κατά την παραμονή στο χώρο αυτό ήταν έντονα ανεπτυγμένο στο χρήστη το αίσθημα της ασφάλειας (Γοσποδίνη 1994). Συναντάμε επομένως πόλεις, κάποιες από τις οποίες ή τμήματα αυτών έχουν διατηρηθεί έως σήμερα, αποτελώντας μία ζωντανή μαρτυρία του παρελθόντος, στις οποίες παρατηρείται ένα συνεκτικό σύστημα δρόμων, πλατειών, δημόσιων χώρων που το δομημένο περιβάλλον χάραξε, εξυπηρετώντας τις αναγκαίες συνδέσεις και ροές μέσα στην πόλη (Loukaitou 1996). Η ύπαρξη του τείχους που κύκλωνε τις πόλεις αυτές και ο περιορισμός που αυτό δημιουργούσε στην επέκταση της πόλης, οδήγησε σε ένα μοντέλο συμπαγών και με υψηλή πυκνότητα πόλεων και αστικών δομών, ένα μοντέλο που διατηρείται ακόμα έντονο στις ευρωπαϊκές πόλεις.

Ακολουθώντας την περίοδο του Μεσαίωνα, η **πρώτη Αναγεννησιακή περίοδος** (1420 – 1600) ήρθε για να προσδώσει την έντονη κανονικότητα και γεωμετρικότητα στο σχεδιασμό

του δημόσιου χώρου (δρόμοι, πλατείες), με τον τελευταίο να συγκροτείται από γεωμετρικά κανονικά σχήματα, διαστάσεις που ανταποκρίνονται στην ανθρώπινη κλίμακα και αρμονικές αναλογίες στις διαστάσεις. Κατά τη *δεύτερη*, ωστόσο, *περίοδο της Αναγέννησης (Baroque περίοδος)* (1600 – 1750) προτιμήθηκαν η υπερβολή στη χρήση του άξονα, η απεριόριστη προβολή και οι γιγαντιαίες κλίμακες, απαξιώνοντας τις αρχές της πρώτης περιόδου. (Γοσποδίνη 1994)

Σημαντική περίοδος όπου επήλθε η ρήξη με τον πρότερο σχεδιασμό του δημοσίου χώρου των προηγούμενων ιστορικών περιόδων, υπήρξε αυτή των χρονολογιών 1920 – 1970, κατά τη διάρκεια των οποίων άνθισαν τα κινήματα του *Μοντερνισμού*, του *Φονξιοναλισμού* και του *Κονστρουκτιβισμού* (Γοσποδίνη 1995). Η κριτική των πολεοδομικών και αρχιτεκτονικών αυτών τάσεων επικεντρώθηκε σε τρία θεμελιώδη για την πόλη στοιχεία, το δρόμο, το αστικό οικοδομικό τετράγωνο και την πλατεία (Le Corbusier 1987). Το υπάρχον οδικό σύστημα κρίνεται ανεπαρκές, αφού οι δρόμοι που έχουν σχεδιαστεί για την εξασφάλιση της κίνησης πεζών και αμαξών, δεν είναι κατάλληλοι για την κίνηση του πρόσφατου, για την εποχή εκείνη, τεχνολογικού επιτεύγματος, του αυτοκινήτου (Le Corbusier 1987). Συγχρόνως, η δομή και μορφή του οικοδομικού τετραγώνου όπως αυτή προέκυπτε μέσα από τη χάραξη στενών δρόμων και σχετικά ψηλών, για τη διατομή αυτή, όψεων κτιρίων, συνέθετε ένα αστικό περιβάλλον ανεπαρκή σε ηλιασμό και αερισμό (Le Corbusier 1987). Τέλος, όσον αφορά τις πλατείες, κρίθηκε πως δεν ικανοποιούσαν, το σημαντικό για την κάλυψη των αναγκών του χρήστη, κριτήριο της επάρκειας, τόσο σε έκταση όσο και σε αριθμό, καθώς και της αστικής δικαιοσύνης, αφού η κατανομή αυτών στον αστικό ιστό υπήρξε άνιση (Le Corbusier 1987). Η ομογενοποίηση ωστόσο του χώρου και των προϊόντων του, που πραγματοποιήθηκε τις δεκαετίες που τα κινήματα αυτά βρίσκονταν στην ακμή τους, είχε ως αποτέλεσμα οι χρήστες να αναγκάζονται να προσαρμόζονται στις απαιτήσεις του σχεδιαστή και όχι ο σχεδιαστής στις απαιτήσεις του χρήστη (Loukaitou 1996). Έχουμε λοιπόν την παραγωγή πάρκων, παιδικών χαρών, σχολείων, εμπορικών κέντρων, βασισμένη πάνω στην παραγωγή και στην ιδιαίτερα εύκολη αναπαραγωγή γενικών προτύπων, διαμορφωμένων σύμφωνα με τις ανάγκες του «μέσου χρήστη», αποκομμένα τόσο από τα κοινωνικό-οικονομικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά του τοπικού πληθυσμού, όσο και από τις ιδιαιτερότητες των εκάστοτε τοποθεσιών χωροθέτησης τους (Loukaitou 1996). Μπορούμε αναμφίβολα να δηλώσουμε με βεβαιότητα πως ο «μέσος χρήστης» δεν υφίσταται. Ο κάθε χρήστης αντιλαμβάνεται αλλιώς το δημόσιο χώρο ανάλογα με την εθνότητα, το φύλο, και τις έμφυλες σχέσεις που η εκάστοτε κοινωνία δημιουργεί, καθώς και την οικονομική κατάσταση, το επάγγελμα, την οικολογική συνείδηση, την ηλικία, την ύπαρξη ή όχι σωματικής αναπηρίας

και το κοινωνικο-πολιτισμικό υπόβαθρο του. Ο συνυπολογισμός όλων αυτών των στοιχείων οδηγεί στην ατομική διαφοροποίηση αξιών και αναγκών και συνεπώς στη διαφοροποίηση των απαιτήσεων αναφορικά με τη δομή, μορφή και λειτουργία του δημόσιου χώρου.

Η δεκαετία που ακολούθησε χαρακτηρίστηκε από το κίνημα του *Υστερομοντερνισμού* (1960 – 1970). Κεντρικός στόχος του κινήματος αυτού υπήρξε η προσπάθεια για διεύρυνση της σχέσης που αναπτύσσεται ανάμεσα στη φυσική μορφή της πόλης και των κοινωνικο-ψυχολογικών αναγκών των χρηστών του δημόσιου χώρου. Παρατηρείται λοιπόν μία επιθυμία για ανάδειξη της ταυτότητας του χρήστη μέσα στο αστικό περιβάλλον και επιστροφή στα παραδοσιακά χωρικά στοιχεία της πόλης (δρόμος, πλατεία, γειτονιά), όχι όμως ως μορφές αλλά ως δομές. Η αστική μορφολογία που προέκυψε ήταν καινοτόμος με πολλές μορφολογικές παραλλαγές δρόμων που δικαιολογούν τον όρο «generic street» (Frampton 1978) καθώς και με υπερτοπικοποιημένη και εν σειρά παράθεση μικρών υπαιθρίων χώρων-πλατειών που σε αναλογία με τον όρο «generic street» χρησιμοποιείται ο όρος «generic square» (Γοσποδίνη 1988, 1994).

Η διαμόρφωση του αστικού χώρου κατά την περίοδο έκφρασης του *Μεταμοντερνισμού* και της *Αποδόμησης* (1970 - 1980), υπήρξε άμεσο αποτέλεσμα της οικονομίας της ελεύθερης αγοράς (Γοσποδίνη 1995). Κάθε νέο έργο αυτών των κινήματων επιχειρεί να ξεπεράσει το άμεσα ανταγωνιστικό αυτού σε κλίμακα, οπτική και θεματολογία, όντας αποκομμένο από το υποκείμενο και το περιεχόμενο (Loukaitou 1996). Οι σχεδιαστές ενδιαφέρονται για την παραγωγή ενός χώρου που θα έχει τη δυνατότητα να αναδημιουργείται σύμφωνα με διαφορετικά περιεχόμενα, ενώ ταυτόχρονα αρέσει σε κάθε γούστο, ανταποκρινόμενο επίσης στις ανάγκες του «μέσου χρήστη» (Loukaitou 1996). Στόχος ωστόσο δεν πρέπει να είναι η παραγωγή υπερχώρων ικανών να καλύψουν κάθε ανάγκη, αλλά η παραγωγή χώρων που ανταπεξέρχονται στις ανάγκες και αξίες συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων, χωρίς όμως να αποκλείουν, διαχωρίζουν ή αποσυνδέουν άλλες ομάδες από τη χρήση τους.

1.2 Σύγχρονες πόλεις και κοινωνίες

Συχνό φαινόμενο των σύγχρονων κοινωνιών αποτελεί η απαξίωση του δημόσιου χώρου και της δημόσιας ζωής, και συνεπακόλουθα της δημόσιας σφαίρας, όντας στοιχεία αλληλένδετα (Carmona et al. 2003). Οι πόλεις δεν είναι συνήθως σε θέση να επενδύσουν δημόσιο χρήμα έχοντας ως στόχο τη δημιουργία νέων δημόσιων χώρων ή την ανάπλαση των υφιστάμενων προκειμένου να ικανοποιήσουν την ανάγκη των πολιτών για κοινωνική διάδραση, καθώς επίσης και να οδηγήσουν στην δημιουργία ενδιαφέροντος από πλευράς των πολιτών για κοινωνική επαφή και συμμετοχή. Παράλληλα, σημαντικές διαδικασίες όπως η συγκρότηση

της κοινότητας και η διαμόρφωση της κοινής γνώμης φαντάζει να αποτελεί πλέον αρμοδιότητα ειδικών (πολιτικών ή ΜΜΕ), ενώ τα ίδια τα μέλη της κοινότητας έχουν στρέψει το ενδιαφέρον τους, και θέτουν τη μεγαλύτερη βαρύτητα κατά τη διάρκεια της καθημερινότητας τους, στην κατανάλωση αγαθών, ακολουθώντας τα εκάστοτε καταναλωτικά πρότυπα (Κεφαλογιάννης 2003). Σύμφωνα με τον Carmona (2010b) διατρέχουμε μία περίοδο όπου η παραγωγή νέων μορφών δημόσιου χώρου έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που εναρμονίζονται με τον στόχο προσέλκυσης και εξυπηρέτησης ατόμων και κοινωνικών ομάδων που βρίσκονται σε οικονομική θέση να καταναλώσουν. Παρατηρείται επομένως μία δομική μεταστροφή του ρόλου που ο δημόσιος χώρος διαδραμάτιζε στο παρελθόν: θεωρώντας ως πιο σημαντική την οικονομική δραστηριότητα μιας πόλης, ο νέος δημόσιος χώρος αντί να στηρίζει, την κοινωνική διάδραση, την παραμερίζει και την αντικαθιστά με την κατανάλωση (Κεφαλογιάννης 2003). Στις σύγχρονες οικονομικά ώριμες πόλεις του αναπτυγμένου κόσμου, έχουν αναδυθεί αστικά περιβάλλοντα υβριδικού χαρακτήρα όπου η διάκριση ανάμεσα στο ιδιωτικό και στο δημόσιο δεν είναι πλέον σαφής, ενώ διακατέχουν σημαντικό ρόλο στην καθημερινότητα του πολίτη (Nissen 2008). Έτσι λοιπόν ο δημόσιος χώρος και η μορφή του έχουν υποστεί ριζική μεταβολή, αποκτώντας είτε χαρακτήρα «αγαθού προς κατανάλωση», όπως σύγχρονα εμπορικά κέντρα και θεματικά-ψυχαγωγικά πάρκα, είτε χαρακτήρα ομοιόμορφων χώρων ασύνδετων με την ταυτότητα του τόπου, την αρχιτεκτονική κληρονομιά και την ιστορία, όπως αεροδρόμια και άλλοι συγκοινωνιακοί κόμβοι και σταθμοί, οι οποίοι δεν είναι σε θέση να ενθαρρύνουν τη συγκρότηση ισχυρών κοινωνικών σχέσεων (Κεφαλογιάννης 2003). Ταυτόχρονα, η απεριόριστη ελευθερία και ευχρηστία σημαντικών για τη καθημερινότητα, τμημάτων του δημόσιου χώρου επηρεάζεται και προϋποθέσεις εισόδου και χρήσης ενός χώρου τίθενται στους δυνητικούς χρήστες (Nissen 2008). Η δημόσια σφαίρα σύμφωνα με τον Carey (1995) έχει πλέον αντικατασταθεί από μία «μαζική εμπορική κουλτούρα», που προέκυψε ως αποτέλεσμα των δυνάμεων ιδιωτικοποίησης και του καπιταλισμού. Αυτό που μπορεί να ειπωθεί με βεβαιότητα είναι πως ο δημόσιος χώρος δε δύναται πλέον να προσδιοριστεί απλά και μόνο μέσα από το κριτήριο του ιδιοκτησιακού καθεστώτος (ιδιωτικού ή δημόσιου), αλλά από το βαθμό στον οποίο ο χώρος χρησιμοποιείται από τους χρήστες με τρόπο τέτοιο ώστε να λαμβάνει το χαρακτήρα και τα χαρακτηριστικά του δημόσιου χώρου (Marcuse 2003). Οι σύγχρονες τάσεις που εντοπίζονται στο σχεδιασμό και τη διαχείριση του δημόσιου χώρου οδηγούν σε ένα συνεχώς αυξανόμενο και πολύπλοκο νέο εύρος δημόσιων χώρων (Carmona 2010b). Η παραδοσιακή αντίληψη ως προς το τι συγκροτεί το δημόσιο χώρο μεταβάλλεται, αναζωπυρώνοντας έτσι την επιθυμία για αναγνώριση και κατηγοριοποίηση των νέων αυτών δημόσιων χώρων που προστίθενται στο προηγούμενο σύνολο χώρων.

Συγχρόνως, τα άτομα που σχετίζονται με το σχεδιασμό, την ανάπτυξη και τη διαχείριση τόσο του δημόσιου, όσο και του ιδιωτικού χώρου, λειτουργούν απαλλαγμένα από τις ανάγκες, την ιστορία, την παράδοση και τις ιδιαιτερότητες της τοπικής κοινωνίας, καταλήγοντας στην επαναλαμβανόμενη χρήση των ίδιων, διεθνώς καθιερωμένων, σύγχρονων τάσεων οι οποίες κρίνονται ελλειμματικές σε περιεχόμενο και νόημα για τις τοπικές κοινωνίες (Carmona 2010b). Το άμεσο συνεπακόλουθο αποτέλεσμα είναι η ομογενοποίηση του δημόσιου χώρου σε διεθνή κλίμακα.

Εξέχον συστατικό που συντέλεσε επίσης, στην αναδιαμόρφωση της έννοιας του δημόσιου χώρου και συνεπαγόμενα της δημόσιας σφαίρας, είναι οι νέες τεχνολογίες, αφού με όλες τις σημαντικές μεταβολές που έχουν επιφέρει στην καθημερινότητα, στην οικονομία, στον τρόπο που αντιλαμβανόμαστε την έννοια του ελεύθερου χρόνου, καθώς και στον τρόπο που επιλέγουμε να επικοινωνήσουμε και να κοινωνικοποιηθούμε, έχουν μετασηματίσει τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε τον περιβάλλοντα σε εμάς χώρο και τις λειτουργίες αυτού (Gospodini 2001, Gospodini 2008, Gehl 2011, Carmona et al. 2003, Κεφαλογιάννης 2003). Ο Meyrowitz ήδη από το 1985 άρχισε να αναφέρεται σε «κινητές κοινωνίες»¹, κοινωνίες δηλαδή οι κάτοικοι των οποίων έχουν χάσει ή αδιαφορούν για την αίσθηση του τόπου, ως αποτέλεσμα των σύγχρονων τεχνολογικών εξελίξεων. Ακόμα, η ανισορροπία ανάμεσα στο ανθρωπογενές και στο φυσικό περιβάλλον εντός των ορίων της πόλης είναι δεδομένη και αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα στο σχεδιασμό, ενώ η αρνητική εικόνα και αντίληψη που διαρκώς εντείνεται στο μυαλό μας όταν αναφέρεται ο δημόσιος χώρος συμβάλλει σημαντικά στην αποθάρρυνση της καθημερινής χρήσης και οικειοποίησης αυτού από τους χρήστες (Μάινα 2007). Οι χωρικές επιπτώσεις των τεχνολογικών εξελίξεων που δίνουν στο χρήστη τη δυνατότητα να κάνει χρήση στον ίδιο βαθμό, όλων των δυνατοτήτων που το διαδίκτυο και τα σύγχρονα μέσα τηλεπικοινωνίας έχουν να προσφέρουν τόσο στην άνεση της οικίας, όσο και στη δουλειά, στις καθημερινές μετακινήσεις και στα ταξίδια, είναι έντονες αφού ο χωρικός σχεδιασμός δεν έχει παραμείνει ανεπηρέαστος (Γοσποδίνη 2009). Ταυτόχρονα, γεγονός είναι η ύπαρξη πλήθους δραστηριοτήτων που παύουν να είναι αυστηρά χωρικά και χρονικά καθορισμένες, αφού η μετάβαση από τη μία στην άλλη δύναται να πραγματοποιηθεί με γρήγορους ρυθμούς μέσα από τον άτοπο τόπο που ο κυβερνοχώρος προσφέρει (Γοσποδίνη 2009).

¹ Mobile societies

Συμπερασματικά, η αποκοπή από το χώρο, που συνεπάγεται την απουσία ή το χάσιμο του νοήματος αυτού, η παγκοσμιοποίηση και η δημιουργία ενός παγκόσμιου χώρου μέσα από τις νέες ανεπτυγμένες μορφές φυσικής ή ηλεκτρονικής επικοινωνίας, η διαμόρφωση μίας μαζικής κουλτούρας, η αποκοπή από τις παραδόσεις της τοπικής κοινωνίας που οδήγησαν στη δημιουργία χώρων που χαρακτηρίζονται από έλλειψη αυθεντικότητας, είναι ίσως τα σημαντικότερα στοιχεία που έχουν διαμορφώσει το δημόσιο χώρο πολλών σύγχρονων πόλεων (Carmona et al. 2003).

Τέλος, ωστόσο πρέπει να αναφερθεί το γεγονός πως οι τάσεις για ολική εμπορευματοποίηση του δημόσιου χώρου βρίσκουν αντίσταση. Οι κύριοι επαναστάτες κατά των σύγχρονων αυτών τάσεων είναι οι νέοι και οι διάφορες μορφές υποκουλτούρας που αυτοί εκφράζουν. Έχουν παρατηρηθεί περιπτώσεις κατάληψης δημόσιων χώρων και χρήσης αυτών σύμφωνα με τις αρχές επικοινωνίας και αναψυχής που διέπουν την εκάστοτε ομάδα. Παράλληλα, υφίστανται ακόμα δημόσιοι χώροι που προσφέρουν τη δυνατότητα ενός απλού περιπάτου, απαλλαγμένου από καταναλωτικά στοιχεία. Ακόμα, δημόσιοι χώροι συνεχίζουν να υποστηρίζουν πολιτικές δράσεις, υπό την έννοια πως συχνά χρησιμοποιούνται ως πεδίο κοινωνικής διαμαρτυρίας απέναντι σε πολιτικές επιλογές και ενέργειες. (Voronkova et al. 2010)










Η συνολική εικόνα ωστόσο του δημόσιου χώρου των σύγχρονων ανεπτυγμένων πόλεων φανερώνει έντονα σημάδια απαξίωσης και υποβάθμισης του ρόλου που αυτός διαδραματίζει στη ζωή των πολιτών.

1.3 Μέλλον

Δε μπορεί να δοθεί μία συγκεκριμένη απάντηση που να προδιαγράφει με τρόπο συγκεκριμένο το μέλλον του δημόσιου χώρου. Αυτό όμως που μπορεί να ειπωθεί είναι πως οι νέες τεχνολογίες και η ψηφιακή κοινωνία, θα διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στο ύφος, τη μορφή, τη λειτουργία και τη συνολική αντιμετώπιση, τόσο από πλευράς χρηστών, όσο και υπεύθυνων φορέων διαχείρισης, του δημόσιου χώρου. Η δημιουργία λοιπόν νέων υβριδικών χώρων όπου η ψηφιακή τεχνολογία θα κατέχει δεσπόζουσα θέση και η χρήση αυτής θα είναι ιδιαίτερα συχνή, είναι ένα αρκετά πιθανό σενάριο. Προκειμένου να ανταπεξέλθουμε στη νέας μορφής μελλοντική παραγωγή χώρου πρέπει να αναγνωρίσουμε τα είδη χώρου που τα ηλεκτρονικά μέσα και δίκτυα δημιουργούν, καθώς και τις νέες σχέσεις που αυτά εγκαθιδρύουν, επηρεάζοντας την έννοια του χώρου.

Ακολουθεί συγκεντρωτικό διάγραμμα με τη χρονική πορεία του δημόσιου χώρου.

Διάγραμμα 1.1: Σημαντικοί σταθμοί στην πορεία διαμόρφωσης του δημόσιου χώρου

Χρονολογία	479 π.Χ. - 86 π.Χ.		Κλασική Περίοδος - αρχαία ελληνική «πόλις», «Αγορά» -Αθήνα
	86 π.Χ. - 476 μ.Χ.		Ρωμαϊκή Περίοδος - «Forum»
	476 - 1420 μ.Χ.		Μεσαιώνας - «Πλατεία της Αγοράς», Κτίριο της κεντρικής αγοράς, «πλατεία της εκκλησίας», τείχη: ψυχαγωγία, δρόμοι: νέος εμπορικός χαρακτήρας
	1420 – 1600 μ.Χ.		Πρώτη Αναγεννησιακή Περίοδος - Έντονη κανονικότητα & γεωμετρικότητα, ανθρώπινη κλίμακα, αρμονικές αναλογίες διαστάσεων
	1600 – 1750 μ.Χ.		Δεύτερη Αναγεννησιακή Περίοδος, Baroque Περίοδος - Υπερβολή στη χρήση του άξονα, απεριόριστη προβολή, γιγαντιαίες κλίμακες
	1920 – 1970μ.Χ.		Μοντερνισμός, Φονξιοναλισμός, Κονστρουκτιβισμός - Ομογενοποίηση χώρου & προϊόντων αυτού, αναπαραγωγή γενικών προτύπων, παραγωγή δημόσιου χώρου σύμφωνα με τις ανάγκες του «μέσου χρήστη», αποκοπή σχεδιασμού & τοπικής κοινωνίας
	1960 – 1970 μ.Χ.		Υστερομοντερνισμός - Ανάδειξη ταυτότητας χρήστη, επιστροφή στα παραδοσιακά χωρικά στοιχεία πόλης (δρόμος, πλατεία, γειτονιά)
	1970 - 1980 μ.Χ.		Μεταμοντερνισμός, Αποδόμηση - Οικονομία ελεύθερης αγοράς, αποκοπή από υποκείμενο & περιεχόμενο, ανταγωνισμός σε κλίμακα, οπτική, θεματολογία, «μέσος χρήστης»,
	1980 - 2012 μ.Χ.		Αντικατάσταση κοινωνικής διάδρασης με κατανάλωση - Αστικά περιβάλλοντα υβριδικού χαρακτήρα - προϋποθέσεις εισόδου & χρήσης - ομογενοποίηση του χώρου - έλλειψη αυθεντικότητας - εμπορευματοποίηση δημόσιου χώρου - τεχνολογία
	2012 μ.Χ.+		Τεχνολογίες και η ψηφιακή κοινωνία - δημιουργία νέων υβριδικών χώρων

Πηγή: *ιδία επεξεργασία*

2. Θεωρίες περί Δημοσίου Χώρου

Στο κεφάλαιο αυτό επιχειρείται η παρουσίαση κάποιων από τις θεωρίες που αναφέρονται είτε στις αιτίες που οδηγούν στην απαξίωση του δημοσίου χώρου, είτε στις μορφές που οι απαξιωμένοι αυτοί χώροι λαμβάνουν.

Μία από τις πιο διαδεδομένες θεωρίες είναι αυτή των Wilson και Kelling (1982), οι οποίοι μέσα από τη θεωρία των «Σπασμένων Παραθύρων» (Broken Windows Theory) στηρίζουν πως η αποτυχία γρήγορης επιδιόρθωσης ενός σπασμένου παραθύρου, είναι σε θέση να διαμορφώσει την εντύπωση πως «κανείς δε νοιάζεται», και γρήγορα να οδηγήσει στο σπάσιμο όλων των υπολοίπων παραθύρων του κτηρίου (Εικόνα 2.1). Το παράδειγμα αυτό

Εικόνα 2.1: Θεωρία των σπασμένων παραθύρων- Κατάληψη Μασάγγου (Βόλος)



Πηγή: Προσωπικό αρχείο

γενικεύεται για την περίπτωση του δημόσιου χώρου, στην αποτυχία άμεσης αντιμετώπισης σημαδιών απαξίωσης όπως γκράφιτι και έλλειψη καθαριότητας, που οδηγούν στα ίδια αθροιστικά αποτελέσματα, τόσο στις «καλές», όσο και στις «κακόφημες» περιοχές μιας πόλης. Σε συνδυασμό με τη θεωρία αυτή, αξίζει να αναφερθεί η δουλειά του Alice Coleman (1985), ο οποίος κατέληξε στο συμπέρασμα πως ο σχεδιασμός του δομημένου περιβάλλοντος είναι σε θέση να υποστηρίξει ή ακόμα και να προωθήσει «παρακμιακές» δραστηριότητες όπως η ρίψη απορριμμάτων, ο βανδαλισμός, τα γκράφιτι, καθώς και άλλες μορφές αντικοινωνικής συμπεριφοράς. Το γεγονός αυτό αποδεικνύει τη σύνδεση ανάμεσα στο σχεδιασμό και στον ρόλο που διαδραματίζει στην υποβάθμιση ή αναβάθμιση του περιβάλλοντος της κοινότητας. Παράλληλα, υφίσταται ένα μεγάλο εύρος κειμένων, πιο αναγνωρισμένα από τα οποία είναι αυτά των Jacobs (1961) και Newman (1973), που στηρίζουν την άποψη πως παρατηρείται η τάση σχεδιασμού περιβαλλόντων ικανών να ενθαρρύνουν απολίτιστες συμπεριφορές και αυξημένο φόβο εγκλημάτων. Ανάμεσα σε πλήθος ερευνητών, ο Jan Gehl (2011) άλλωστε, υποστηρίζει την ευρέως διαδεδομένη άποψη πως ο αστικός σχεδιασμός έχει τη δύναμη είτε να εμποδίσει, είτε να διευκολύνει, αν όχι ωθήσει, την κοινωνική διάδραση ανάμεσα στους χρήστες ενός χώρου. Μπορεί να υψώσει ή να ισοπεδώσει τοίχους, να αυξήσει ή να μειώσει τις αποστάσεις, τις ταχύτητες και τους ρυθμούς της πόλης και των πολιτών της, να διαχωρίσει ή να ενώσει, να διασκορπίσει ή να συγκεντρώσει, να απωθήσει ή να καλέσει, να προωθήσει την εξωστρέφεια ή την εσωστρέφεια.

Παράλληλα, η θεωρία των «ρωγμών στην πόλη» (Cracks in the city) (Loukaitou – Sideris 1996), υποστηρίζει την ύπαρξη κενών στον αστικό ιστό στα σημεία όπου η συνέχεια αυτού διακόπτεται, αναφέρεται ωστόσο περισσότερο στο πρότυπο των αμερικανικών πόλεων. Ως ‘ρωγμές’ θεωρούνται οι περιοχές κατοικίας στις οποίες έχει επέλθει η παρακμή, τα φυσικά και μη στοιχεία που διαχωρίζουν διάφορες κοινωνικές ομάδες, τα μέρη που έχει προσπεράσει προ πολλού η ανάπτυξη και αυτά που εξαιτίας των νέων μορφών ανάπτυξης έχουν υποστεί κατακερματισμό και διατάραξη. Τέλος, ο Trancik (1986) ορίζει ως «Χαμένο Χώρο» (Lost Space) τον δημόσιο χώρο που χρήζει επανασχεδιασμού. «Αντι-χώρους» δηλαδή, που δεν παρέχουν καμία θετική συνεισφορά στις περιβάλλουσες αυτών περιοχές, και στους χρήστες τους. Ως κύριες αιτίες δημιουργίας ανάλογων χώρων θεωρεί τη διαρκώς αυξανόμενη εξάρτηση από τη χρήση μηχανοκίνητων οχημάτων, τη στάση των σχεδιαστών του Μοντέρνου Κινήματος απέναντι στη διαμόρφωση ανοιχτών χώρων, τη ζωνοποίηση και τις πολιτικές χρήσεων γης που ακολουθήθηκαν κατά την περίοδο της αστικής αναγέννησης και είχαν ως αποτέλεσμα το διαχωρισμό των πόλεων, τη γενική απροθυμία δημόσιων και ιδιωτικών ιδρυμάτων ως προς ανάληψη διαχειριστικής ευθύνης του δημόσιου χώρου και τέλος, την εγκατάλειψη βιομηχανικών, στρατιωτικών και μεταφορικών εγκαταστάσεων (εργοστάσια, βιομηχανίες, αποθήκες εμπορευμάτων, στρατόπεδα, σταθμοί τρένων, σταθμοί λεωφορείων, εμπορικά και επιβατικά λιμάνια) εντός των ορίων της πόλης.

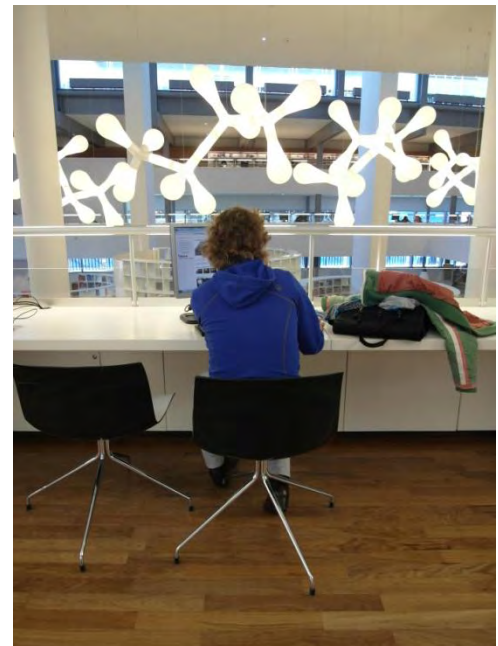
Οι παραπάνω προαναφερθείσες θεωρίες φαίνεται να περιστρέφονται γύρω από έναν κοινό άξονα προκειμένου να εξηγήσουν το φαινόμενο της απαξίωσης του δημόσιου χώρου, αυτόν της διαχείρισης και του σχεδιασμού. Οι εκάστοτε φορείς εμφανίζεται να προβαίνουν σε ελλιπή ή υπερβολική διαχείριση του δημόσιου χώρου της αρμοδιότητάς τους, καθώς και σε σημαντικά σχεδιαστικά σφάλματα, ικανά να προκαλέσουν την παρακμή αυτού. Οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις που ακολούθησαν τη δεκαετία του '80 όπου οι περισσότερες από τις θεωρίες περί δημόσιου χώρου ειπώθηκαν, ήρθαν να δώσουν λύση στο πρόβλημα της απαξίωσης, προσφέροντας στον χρήστη τη δίοδο του κυβερνοχώρου προκειμένου να εκφραστεί με τον τρόπο που ο ίδιος θα επιλέξει, εντείνοντας ωστόσο σταδιακά το πρόβλημα της απαξίωσης, με τον κυβερνοχώρο να κερδίζει συνεχώς έδαφος έναντι του πραγματικού δημόσιου χώρου.

3. Μετατοπίσεις της Δημόσιας Σφαίρας

Τα νέα δεδομένα που διέπουν τη σύγχρονη ζωή των χρηστών του χώρου έχουν οδηγήσει στη δημιουργία μίας νέας τάξης πραγμάτων, με τις μεγάλες τεχνολογικές εξελίξεις του τελευταίου αιώνα: τηλεόραση, ραδιόφωνο, κινητή και ακίνητη τηλεφωνεία, ηλεκτρονικός υπολογιστής, διαδίκτυο, ιδιωτικά μηχανοκίνητα οχήματα, να έχουν μεταβάλλει ριζικά τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε το χώρο, ενώ προσφέρουν διαρκώς νέες μορφές κοινωνικής διάδρασης, δημιουργώντας ένα νέο πλαίσιο όσον αφορά τις κοινωνικές σχέσεις και τους χώρους μέσα στους οποίους αυτές πραγματοποιούνται. Η φυσική παρουσία του ατόμου, η έννοια της ενεργούς συμμετοχής, καθώς και η αμεσότητα στο χρόνο που η κοινωνική διάδραση πραγματοποιείται, υποβαθμίζεται. Ο χρήστης διαθέτει πλέον την ευχέρεια επιλογής ανάμεσα στην άμεση, μέσα από φυσική υπόσταση, πρόσωπο-με-πρόσωπο επαφή που ο δημόσιος χώρος προσφέρει και στην έμμεση επαφή με χρήση σύγχρονων ηλεκτρονικών μέσων, στην ενεργή συμμετοχή και στην παθητική ηλεκτρονική παρατήρηση των εμπειριών κάποιου άλλου, στις αυθόρμητες συναντήσεις που συμβαίνουν κατά τη διάρκεια της πεζής μετάβασης και στις «επιτηδευμένες – αποκλειστικές» συναντήσεις με χρήση ιδιωτικού οχήματος (Gehl 2011). Προκύπτει λοιπόν το ερώτημα που ο Mitchell (1995) εκφράζει και οι Aurigi et al. (1997) επισημαίνουν και επιχειρούν να αναλύσουν, αναφορικά με το αν ο αποκλειστικός ρόλος που έχει λάβει ο δημόσιος χώρος σήμερα είναι αυτός ενός εμπορευματοποιημένου χώρου προορισμένου για αναψυχή και θέαμα, με την κοινωνική διάδραση, την επικοινωνία και την πολιτική να έχουν μεταβεί στην ιδιωτική σφαίρα και τις σύγχρονες πόλεις να έχουν παραδώσει το ρόλο τους ως υπομόχλιο της επικοινωνίας και τόποι πιθανοτήτων και ευκαιριών.

Σύμφωνα με τους Papacharissi (2002) και Wellman (2002) ο κυβερνοχώρος και οι συσχετιζόμενες με αυτόν τεχνολογίες αποτελούν το μέσο που, αν αποτελέσει τη βάση ορθολογικής εκμετάλλευσης, είναι σε θέση να οδηγήσει στην αναβίωση της δημόσιας σφαίρας που εξαιτίας της πτώσης του δημόσιου χώρου διανύει επίσης μία περίοδο κρίσης. Η αιτιολόγηση της άποψης αυτής προέρχεται από το γεγονός πως όχι μόνο ο κυβερνοχώρος

Εικόνα 3.1: Δημόσιος χώρος και ηλεκτρονικό περιβάλλον



Πηγή: Προσωπικό αρχείο

παρέχει ένα νέο «έδαφος» όπου η δημόσια σφαίρα δύναται να επεκταθεί και να αναπτυχθεί (Han 2007), αλλά και να ενισχύσει τη δημόσια ζωή που λαμβάνει χώρα στο δημόσιο χώρο δρώντας υποστηρικτικά και προωθητικά σε αυτή, ως η σχεσιακή βάση για αυξημένη φυσική επαφή, παρέχοντας παράλληλα, τη δυνατότητα της κοινωνικής διάδρασης σε άτομα η περιοχή των οποίων υποφέρει από έλλειψη κοινωνικού κεφαλαίου (Wellman 2002).

Η άποψη πως ο κυβερνοχώρος συντελεί την επέκταση της δημόσιας σφαίρας ενισχύεται από το γεγονός πως πληρεί τα κριτήρια που ο Calhoun (1992) έθεσε, αναφορικά με το τι συνιστά μία αυθεντική δημόσια σφαίρα. Συνοπτικά, θα πρέπει, το επίκεντρο των συζητήσεων που λαμβάνει χώρα εντός της δημόσιας σφαίρας, να αφορά σε θέματα κοινού ενδιαφέροντος για τους χρήστες, να είναι ένας χώρος που λειτουργεί χωρίς αποκλεισμούς και η προσβασιμότητα σε αυτόν να είναι δυνατή σε οποιοδήποτε ενδιαφερόμενο μέλος της κοινωνίας, η διαδικασία αυτής της επικοινωνιακής δράσης να εδράζεται σε ορθολογική και κρίσιμη διαβούλευση και τέλος, η ίδια η διαβούλευση πρέπει να υπόκειται στο σύνηθες κανονιστικό πρότυπο αξιολόγησης και να κρίνεται αποκλειστικά και μόνο για την εγκυρότητα και τη λογική της επικοινωνίας, αντί για την ταυτότητα του ομιλητή ή της απόφασης από κάποιον κριτή.

Ο κυβερνοχώρος για την Stevenson (2007) συγκροτεί ένα χώρο που χαρακτηρίζεται από ελευθερία και αποπικότητα, ο οποίος χρήζει ευρείας απήχησης στο δυτικό πολιτισμό, ενώ ταυτόχρονα αποτελεί «την πιο γρήγορα αναπτυσσόμενη «επικράτεια» στο σύνολο της παγκόσμιας ιστορίας» (Stevenson 2007, Werheim 1997). Παράλληλα, διαμορφώνει το πεδίο όπου ανθρώπινες ανάγκες όπως η εργασία, η αναψυχή, η κοινωνική διάδραση, ενημέρωση, η κατανάλωση, δύναται να ικανοποιηθούν, μέσα σε νέας μορφής κοινότητες και επαναπροσδιορισμένη κοινωνική ευθύνη, απαλλαγμένες από τους περιορισμούς του φυσικού χώρου (Greinacher 1997). Η

Εικόνα 3.2: Σύγχυση ορίων της δημόσιας σφαίρας

δυνατότητα που δίδεται στο χρήστη να επαναπροσδιορίσει την προσωπική και δημόσια ζωή του, προσδίδει στο διαδίκτυο ιδιαίτερη ελκυστικότητα, καθιστώντας ταυτόχρονα τον κυβερνοχώρο ένα πεδίο τόσο δημόσιας όσο και ιδιωτικής έκφρασης, χαρακτηριστικό που πριν την εμφάνιση του σχετικά νέου αυτού μέσου στην ιστορία της ανθρωπότητας, αποτελούσε



Πηγή: Προσωπικό αρχείο

αποκλειστικότητα του δημόσιου χώρου (Paracharissi 2002). Αναφερόμαστε λοιπόν στο μετασχηματισμό της «δημόσιας σφαίρας» σε αυτό που καλούμε «εικονική σφαίρα», η οποία σύμφωνα με την Paracharissi (2002) «αποτελείται από αρκετές πολιτισμικά κατακερματισμένες κυβερνοσφαίρες που συγκροτούν έναν κοινό εικονικό δημόσιο χώρο». Τα όρια ανάμεσα στο φυσικό και στον εικονικό χώρο συγχέονται και χαρακτηρίζονται πλέον από αλληλοεπικάλυψη και διαφάνεια, με τις ποιοτικές και βιωματικές διαφορές τους να καθίστανται συνεχώς και πιο δυσδιάκριτες (Εικόνα 3.2) (Gumpert et al. 2003). Η σύγκλιση των δύο αυτών χώρων φαίνεται να εντοπίζεται κυρίως στους τομείς των κοινωνικών δικτύων, της υπαγωγής σε μία κοινότητα, και της προσδοκίας του δημοσίου (Gumpert et al. 2003). Η θεώρηση τέλος, του κυβερνοχώρου ως μία γενική δημόσια σφαίρα που αποτελεί το στέγαστρο για τη δημιουργία και δράση πολλών μικρότερων δημόσιων σφαιρών που επιτρέπουν τη συμμετοχή ειδικών ομάδων των μελών της πραγματικής κοινωνίας, δίνει την εντύπωση ενός χώρου πλατφόρμων που παρέχουν τη δυνατότητα συμμετοχής σε κοινά ζητήματα (Fraser 1990). Το ερώτημα ωστόσο παραμένει: ποια η φύση της σχέσης ανάμεσα στο δημόσιο χώρο και στο κυβερνοχώρο; Αναφερόμαστε σε μια σχέση που χαρακτηρίζεται από αντικατάσταση ή από αλληλο-συμπληρωματικότητα;

4. Κατηγοριοποίηση – Τυπολογία του Χώρου

Όταν αναφερόμαστε στην έννοια του χώρου υποδηλώνουμε είτε τον πραγματικό, είτε τον ψηφιακό χώρο ή αλλιώς κυβερνοχώρο. Είτε αναφερόμαστε στην πρώτη, είτε στη δεύτερη κατηγορία, δύναται να διακρίνουμε τρεις κύριες γενικές κατηγορίες διαχωρισμού του χώρου: δημόσιος, ιδιωτικός και η υβριδική κατηγορία που αποτελεί το μεταίχμιο των δύο, ο ημι-δημόσιος ή ημι-ιδιωτικός χώρος.

4.1 Κατηγοριοποίηση Δημόσιου Χώρου

4.1.1 Εμπειρικός διαχωρισμός

Αρκετοί επιστήμονες που έχουν ως πεδίο ενασχόλησης τον τομέα του δημόσιου χώρου έχουν προβεί στη εξαγωγή τυπολογιών ως προς την κατηγοριοποίηση του δημόσιου χώρου. Ακολουθώντας και τροποποιώντας, λαμβάνοντας υπόψη τα έως τώρα συλλεχθέντα δεδομένα που αναλύθηκαν στην ανάπτυξη της προβληματικής μας, την εμπειρική κατηγοριοποίηση σύμφωνα με την οποία ο Carmona (2011a) προσεγγίζει τον σύγχρονο δημόσιο χώρο, καταλήξαμε στην εύρεση δώδεκα μορφών που αυτός δύναται να πάρει (Διάγραμμα 4.1). Έχουμε λοιπόν, αρχικά, δημόσιους χώρους που η μορφή και οι λειτουργίες τους οφείλονται στα αποτελέσματα που η υπο-διαχείριση αυτών έχει επιφέρει, και αναφέρονται ως: παραμελημένοι χώροι, αναξιοποίητοι, 24-ωροι, υποβαθμισμένοι / επικίνδυνοι, διαχωρισμένοι / ελεγχόμενοι, δημόσιας διεκδίκησης, χώροι με ιδιαίτερα πολιτιστικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά και εξαρτημένοι². Πιο συγκεκριμένα:

Ως **παραμελημένοι** αναφέρονται οι δημόσιοι χώροι οι οποίοι εμφανίζουν σημάδια απαξίωσης όπως ρύπανση, μόλυνση, γκράφιτι, ελλιπής συντήρηση φυτών είτε πλακοστρώσεων, οδοστρώσεων ή επίπλωσης, ενώ παράλληλα, η κυκλοφοριακή συμφόρηση, οι άστεγοι και οι επαίτες είναι πιθανό να κάνουν έντονα αισθητή την ύπαρξη τους (Εικόνα 4.1). Η ύπαρξη παραμελημένων χώρων στις ελληνικές πόλεις και πολύ περισσότερο στις ελληνικές μεγαλουπόλεις είναι ιδιαίτερα συχνή και οφείλεται σε μεγάλο

Εικόνα 4.1: Παραμελημένος χώρος – Πάρκο στο Βόλο



Πηγή: Προσωπικό αρχείο

² Neglected Space, Lost Space, 24-hour Space, Exclusionary Space, Segregated Space, Domestic-Third Space, Parochial Space, Invaded Space (Carmona 2011)

βαθμό, ενώ είναι ταυτόχρονα υπαίτια, στην αρνητική εικόνα που δημιουργείται στο μυαλό μας όταν οι λέξεις «δημόσιος χώρος» αναφέρονται. (Carmona 2010a)

Αναξιοποίητους έχουμε ονομάσει δημόσιους χώρους που εξαιτίας είτε της υπάρχουσας χρήσης τους είτε της έλλειψης μέριμνας και διαχείρισης, δεν έχουν αξιοποιηθεί στο μέγιστο δυνατό βαθμό. Τέτοιοι χώροι αποτελούν οι εγκαταλειμμένες προκυμαίες, οι μάντρες τρένων, τα εγκαταλειμμένα βιομηχανικά σύνολα και στρατόπεδα, οι χώροι στάθμευσης αυτοκινήτων, οι υπόγειες διαβάσεις, οι περιοχές εκατέρωθεν των μεγάλων λεωφόρων καθώς και ο δημόσιος χώρος αρκετών περιθωριοποιημένων περιοχών εργατικών κατοικιών (Εικόνα 4.2). (Carmona 2010a)

Εικόνα 4.2: Αναξιοποίητη μάντρα τρένων στο Βόλο



Πηγή: Προσωπικό αρχείο

Εικόνα 4.3: 24-ωρος χώρος Λονδίνο-Σόχο



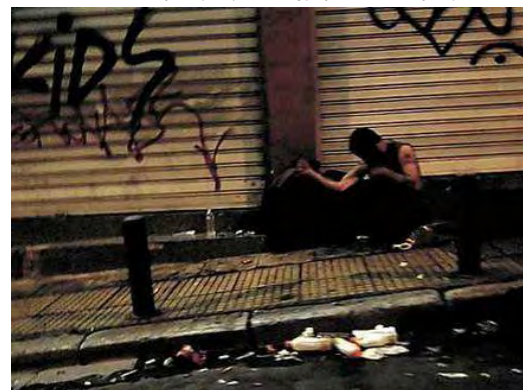
Πηγή: <http://deladream.com/soho-kicked-my-ass/soho-london/>

Οι **24-ωροι** δημόσιοι χώροι αποτελούν το πεδίο δραστηριοποίησης της λεγόμενης «βραδινής οικονομίας», συγκροτώντας έτσι ένα αστικό περιβάλλον όπου οι ανάγκες του τοπικού πληθυσμού συχνά συγκρούονται με αυτές των τοπικών επιχειρηματιών και των θαμώνων των κέντρων νυχτερινής διασκέδασης (Εικόνα 4.3). Οι περιοχές αυτές

συνήθως εγκαταλείπονται στις δυνάμεις της αγοράς και διαγωνίζονται μία μορφή αποκλεισμού ενθαρρύνοντας τη χρήση αυτών από συγκεκριμένες κοινωνικές και ηλικιακές ομάδες και αποθαρρύνοντας κάποιες άλλες. (Carmona 2010a)

Η ανεπαρκής διαχείριση έχει επίσης οδηγήσει στη δημιουργία των **υποβαθμισμένων / επικίνδυνων** δημόσιων χώρων (Εικόνα 4.4). Η ορολογία αυτή εκφράζει περιοχές, όπως η Ομόνοια το άλλοτε κέντρο δραστηριοτήτων της Αθήνας, που όμως έχουν επέλθει είτε σε υλική απαξίωση, είτε σε απαξίωση των ευκαιριών ή δραστηριοτήτων, κοινωνικών, πολιτιστικών, πολιτικών και

Εικόνα 4.4: Υποβαθμισμένος χώρος Αττική-Ομόνοια



Πηγή: <http://www.protagon.gr/?i=protagon.el.article&id=8860>

οικονομικών, που η περιοχή θα ήταν υπό άλλες συνθήκες δυνατό να προσφέρει. Παρατηρείται λοιπόν, η δημιουργία ενός φαύλου κύκλου, όπου ο εν δυνάμει χρήστης του χώρου αδιαφορεί πλέον για τη δημιουργία νέων αποδοτικών χώρων και τη βελτίωση της διαχείρισης των υπαρχόντων, γεγονός που οδηγεί στην παραγωγή νέων χρηστών και χώρων που τόσο οι πρώτοι, όσο και οι τελευταίοι, αντιμετωπίζονται και χαρακτηρίζονται από αδιαφορία. (Carmona 2010a)

Κεντρική αιτία για τη δημιουργία των χώρων που έχουμε ονομάσει ως **διαχωρισμένοι / ελεγχόμενοι**, είναι η ακραία αντίδραση και συμπεριφορά μίας μερίδας των ίδιων των χρηστών, απέναντι στο έγκλημα και στον «φόβο του εγκλήματος», που τους ωθεί στην επιλογή της υποχώρησης πίσω από ελεγχόμενες, οχυρωμένες ή

προαστιακές κοινότητες. Οι ενέργειες αυτές φανερώνουν την επιθυμία του χρήστη να διαχωριστεί από την υπόλοιπη κοινωνία, εξασφαλίζοντας το αίσθημα της ασφάλειας που οι υπεύθυνες διαχειριστικές αρχές του δημόσιου χώρου, δεν είναι σε θέση να του παρέχουν. Αξίζει ωστόσο να επισημάνουμε πως οι συγκεκριμένες κοινότητες αποτελούν κυρίως παράδειγμα πόλεων του εξωτερικού, αφού στις ελληνικές πόλεις η ύπαρξη ανάλογων κοινοτήτων είναι ιδιαίτερα σπάνια. (Carmona 2010a, Nissen 2008)

Οι χώροι που προσφωνούμε ως **δημόσιες διεκδίκησης** είναι ιδιαίτερα διαδεδομένοι στις ελληνικές πόλεις, αποτελώντας ίσως αν όχι το σημαντικότερο, ένα από τα σημαντικότερα σημεία όπου η κοινωνική διάδραση των πολιτών πραγματοποιείται. Η πρόσβαση του χρήστη

Εικόνα 4.6: Χώρος δημόσιας διεκδίκησης– Περιοχή Αγίου Νικολάου Βόλου



Πηγή: http://voliotispolititis.blogspot.gr/2012/01/blog-post_30.html

Εικόνα 4.5: Διαχωρισμένος χώρος Λονδίνο-Downing street



Πηγή: Προσωπικό αρχείο

στους χώρους αυτούς πραγματοποιείται υπό όρους και προϋποθέσεις που ο ίδιος θα πρέπει να είναι διατεθειμένος να τηρήσει. Πρόκειται για χώρους οι οποίοι είναι σε θέση να προωθήσουν και να στηρίξουν τις διαδικασίες που η κοινωνική διάδραση απαιτεί, ανεξαρτήτως από το ιδιοκτησιακό τους καθεστώς. Έτσι σε αυτή τη κατηγορία του χώρου δύναται να ενταχθεί πλήθος ιδιωτικών και ημι – δημόσιων χώρων, όπως

εταιρικά θεματικά πάρκα, καφετέριες, βιβλιοπωλεία, κομμωτήρια, εστιατόρια, κέντρα νυχτερινής διασκέδασης, εμπορικά κέντρα. Οι χώροι αυτοί είναι σε μεγάλο βαθμό το αποτέλεσμα της νέας μορφής που οι σύγχρονες οικογένειες έχουν λάβει, καθώς και των νέων τεχνολογιών, κυρίως αυτών του διαδικτύου και των εξελίξεων στον τομέα της προσωπικής μετακίνησης, δηλαδή το αυτοκίνητο. (Carmona 2010a)

Εικόνα 4.7: Χώρος Κατάληψης Ματσάγγου (Βόλος)



Πηγή: <http://logiflesh.wordpress.com/>

Ο φόβος, η ένταση και οι διαπληκτισμοί ανάμεσα στις διαφορετικές κοινωνικές ομάδες που δραστηριοποιούνται σε μία πόλη, ως αποτέλεσμα του κατακερματισμού του δημόσιου χώρου και κατ' επέκταση της δημόσιας σφαίρας, δε θα μπορούσε παρά να υποκινήσει τη διαμόρφωση **χώρων με ιδιαίτερα πολιτιστικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά**. Στους χώρους αυτούς είναι έντονος ο διαχωρισμός των απαντώμενων δραστηριοτήτων, οι οποίες ενδέχεται να ορίζονται

σύμφωνα με την κοινωνική τάξη, την εθνικότητα, τη φυλή, την ηλικία, την εργασία, τη θρησκεία. Το αντίκτυπο στο δημόσιο χώρο είναι έντονο, αφού ο επισκέπτης αισθάνεται είτε φιλόξενος, είτε ξένος, και συνεπώς αποτρέπεται από μία πιθανή μελλοντική επίσκεψη, ανάλογα με το υπόβαθρο που τον συνοδεύει. (Carmona 2010a)

Οι **εξαρτημένοι** χώροι αποτελούν απόρροια της απόλυτης εξάρτησης, πολλών πολιτών των σύγχρονων πόλεων, από τη χρήση ιδιωτικού οχήματος και των συνεπειών που η κυκλοφοριακή συμφόρηση και η διαρκώς αυξανόμενη ανάγκη για στάθμευση επέφεραν. Ο πολλαπλασιασμός των δρόμων ταχείας κυκλοφορίας, η κυριαρχία της κυκλοφοριακής συμφόρησης στον εναπομείναντα δημόσιο χώρο, οι μη ελκυστικές περιοχές που απλά προσπερνιόνται, η αποκλειστική σχεδόν μετακίνηση με αυτοκίνητο με τους πολίτες να μετατρέπονται σε πεζούς μόνο όταν αυτό είναι απαραίτητο, που οδήγησε στη δημιουργία αστικών περιβαλλόντων εξαρτημένα από το ιδιωτικό όχημα και μη προορισμένα για πεζούς, είχαν ως αποτέλεσμα τον σταδιακό σφετερισμό του χώρου που ο πεζός δικαιωματικά θα έπρεπε να κατέχει (Εικόνα 4.8).

Εικόνα 4.8: Εξαρτημένος χώρος – Αυτοκινητόδρομος στο Πεκίνο

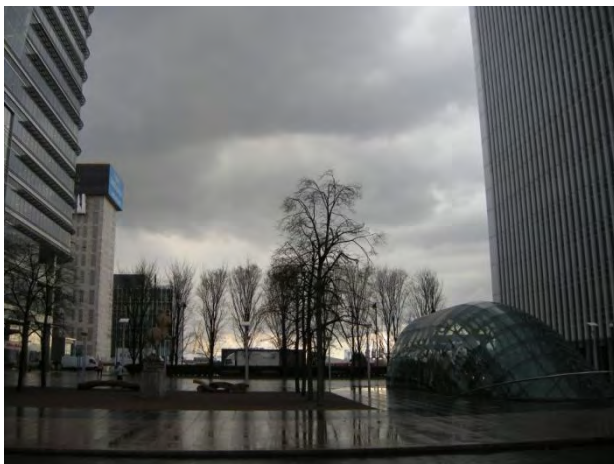


Πηγή: <http://www.inquisitr.com/82834/china-traffic-jam-enters-9th-day/>

Παράλληλα, ο φυσικός χώρος μειώνεται, ενώ το αστικό τοπίο αλλοιώνεται οπτικά και ρυπαίνεται με σκόνη και θόρυβο. (Carmona 2010a)

Στην αντίπερα όχθη έχουμε χώρους που αποτελούν παραδείγματα υπερ-διαχείρισης, επηρεάζοντας με διαφορετικό τρόπο τον χώρο και την εξέλιξη αυτού, και αναφέρονται ως ιδιωτικοποιημένοι, χώροι κατανάλωσης και προς κατανάλωση, αντίγραφα και «τρομακτικοί»³. Πιο συγκεκριμένα:

Εικόνα 4.9: Χώρος προϊόν ιδιωτικής διαχείρισης και παραγωγής - Canary Wharf (Λονδίνο)



Πηγή: Προσωπικό αρχείο

Οι **ιδιωτικοποιημένοι χώροι** προέκυψαν ως παρεπόμενο τόσο της εγκατάλειψης του δημόσιου χώρου, όσο και της διαρκώς αυξανόμενης επιθυμίας για έλεγχο αυτού (Ellin, 1999). Η ευθύνη της διαχείρισης στοιχείων του δημόσιου χώρου όπως δρόμοι και πλατείες που παραδοσιακά άνηκε στο κράτος, μεταβαίνει σε ιδιώτες, στους οποίους δίδεται παράλληλα, η δυνατότητα ελέγχου δραστηριοτήτων και πρόσβασης στις περιοχές αυτές.

Αποτελέσματα της τάσης για ιδιωτικοποίηση, που είναι ιδιαίτερα έντονη στις ΗΠΑ και σε δυτικοευρωπαϊκές χώρες όπως το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γαλλία, είναι η αποκοπή της τοπικής κοινωνίας και των αναγκών της από το σχεδιασμό και την ανάπτυξη, με τις κατασκευαστικές και διαχειριστικές εταιρίες να στρέφουν το ενδιαφέρον τους κατά κύριο λόγο στην εξασφάλιση των ιδίων συμφερόντων. Παράλληλα, ένας αποκομμένος, διαχωρισμένος και εσώκλειστος δημόσιος χώρος αποτελεί το προϊόν που η υποταγή στις δυνάμεις της αγοράς και το πρόσχημα της αποτελεσματικότερης διασφάλισης ελέγχου και προστασίας έχουν επιβάλει (Loukaitou – Sideris, Banerjee 1998). Γνωστά παραδείγματα ιδιωτικοποιημένων χώρων είναι στην Αγγλία το κέντρο της πόλης του Λίβερπουλ, οι περιοχές Κάναρι Γουάρφ και Μπροανγκέιτ του Λονδίνου, ενώ στις ΗΠΑ οι «περιοχές επαγγελματικής βελτίωσης».⁴ (Carmona 2010a, Nissen 2008)

³ Privatized Space, Consumption Space, Invented Space, Scary Space (Carmona¹ 2011)

⁴ Canary Wharf, Broadgate, Business Improvement Districts (BIDS)

Οι **χώροι κατανάλωσης και προς κατανάλωση** είναι ίσως οι πιο έντονοι εκφραστές των τάσεων και δομών των σύγχρονων κοινωνιών. Ο δημόσιος χώρος εμπορευματοποιείται αποτελώντας ένα αγαθό προς κατανάλωση, σκοπός του οποίου είναι να αποφέρει το ύψιστο δυνατό κέρδος στο διαχειριστή αυτού, μέσα στο πλαίσιο μιας εποχής που κυριαρχείται από πολυεθνικές επιχειρήσεις και σχεδιασμό που βασίζεται

Εικόνα 4.10: Χώρος κατανάλωσης – Εμπορικό κέντρο στο Παρίσι – La Défense



Πηγή: Προσωπικό αρχείο

στην ομοιογένεια. Το πιο επικεντρωμένο παράδειγμα αυτών των τάσεων αποτελούν τα εμπορικά πολυκαταστήματα στα οποία οι έντονοι ρυθμοί ζωής ακολουθούμενοι από τον ελάχιστο χρόνο που έχει ο χρήστης προκειμένου να καλύψει πρωτεύων και δευτερεύων ανάγκες, έχουν στρέψει το σύγχρονο πολίτη των πόλεων (Εικόνα 4.10). Ο σχεδιασμός των χώρων αυτών, που εντάσσονται συνήθως στην υβριδική κατηγορία των ημι-δημόσιων χώρων, είναι τέτοιος που προωθεί την κατανάλωση, μέσα από την αφαίρεση στοιχείων που δύναται να προκαλέσουν κοινωνικό και πολιτικό αντιπερισπασμό, ενώ παράλληλα εκφράζει μία μορφή οικονομικού και κοινωνικού αποκλεισμού, αποκλείοντας εμμέσως ορισμένες ομάδες που δεν ανταποκρίνονται στα πρότυπα που έχουν τεθεί, από την χρήση τους. (Carmona 2010a)

Εικόνα 4.11: Χώρος αντίγραφο στο Λονδίνο - Chinatown



Πηγή: <http://www.funntouristattractions.com/a/chinatown-london-england/1254>

Οι χώροι που αποκαλούμε ως **χώροι αντίγραφα** βασίζονται στην πιστή σχεδόν αναπαραγωγή χώρων (θεματικών πάρκων, πάρκων αναψυχής, αρχιτεκτονικών και πολεοδομικών προτύπων), που έχουν αποτελέσει ιδιαίτερα επιτυχημένα παραδείγματα διαχείρισης και σχεδιασμού του δημόσιου χώρου (Εικόνα 4.11).

Αναφερόμαστε επομένως σε μία κατηγορία υπεύθυνη, σε μεγαλύτερο ίσως βαθμό από όλες τις προαναφερθέντες, για την ομογενοποίηση του χώρου, βασιζόμενη σε επιφανειακά κριτήρια παραγωγής του χώρου, σε έλλειψη αυθεντικότητας και έχοντας ως αντικειμενικό σκοπό, πέρα από τη διευκόλυνση του σχεδιαστή, την προσέλκυση της μέγιστης δυνατής προσοχής, επισκεπτών και χρηματικού οφέλους. (Carmona 2010a)

Εικόνα 4.12: Τρομακτικός χώρος – Περιοχή Λονδίνου



Πηγή: Προσωπικό αρχείο

ακραίες διαδικασίες ελέγχου και παρακολούθησης του δημόσιου χώρου και των χρηστών αυτού (Εικόνες 4.12 και 4.13).

Παρατηρείται λοιπόν η δημιουργία χώρων που χαρακτηρίζονται από την παρουσία ιδιωτικής ασφάλειας, την ύπαρξη κλειστών κυκλωμάτων παρακολούθησης (CCTV), τη θέσπιση κανονισμών, συμβολικών περιορισμών, πολιτικής μηδενικής ανοχής, απαγόρευσης κυκλοφορίας, ζωνών-περιοχών αποκλεισμού (απαγόρευση καπνίσματος, πόσης αλκοόλ, χρήσης κινητού τηλεφώνου, επαπειτίας κ.ο.κ.) και την αφαίρεση εύρους μη επιθυμητών δραστηριοτήτων. (Carmona 2010a)

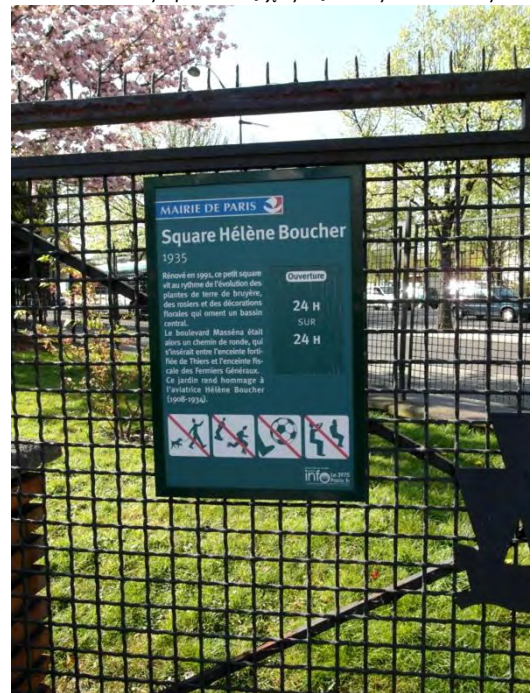
4.1.2 Λειτουργικός διαχωρισμός

Παράλληλα με τον εμπειρικό διαχωρισμό του δημόσιου χώρου, ο οποίος επικεντρώνεται στην αναγνώριση των χαρακτηριστικών που λαμβάνει ο χώρος μέσα από βιωματικές διαδικασίες, προβαίνουμε στην εξαγωγή τυπολογίας σύμφωνα με τα λειτουργικά χαρακτηριστικά που ο δημόσιος χώρος φέρει. Αναφερόμαστε δηλαδή στην κατηγοριοποίηση του δημόσιου χώρου ως κλειστού, υπαίθριου και ημι-υπαίθριου (Διάγραμμα 4.1). Πιο αναλυτικά:

Όταν αναφερόμαστε σε **κλειστούς δημόσιους χώρους** επικεντρώνουμε στους χώρους αυτούς που η κτιριακή μορφή τους βασίζεται σε έλλειψη υπαίθριων ή ημι-υπαίθριων στοιχείων, με κυριαρχία του κλειστού, επί του ανοιχτού. Οι χώροι αυτοί μπορεί να στεγάζουν χρήσεις σχετικές με την εκπαίδευση, την αναψυχή, την κάλυψη υπηρεσιών, το εμπόριο, την

Οι ρίζες της εμφάνισης των «**τρομακτικών**» χώρων, όπως και των προαναφερθέντων ως διαχωρισμένων / ελεγχόμενων χώρων, εντοπίζονται στην αυξημένη εγκληματικότητα ή στο «φόβο της εγκληματικότητας». Προκειμένου να εξασφαλιστεί το αίσθημα ασφάλειας που απαιτούν οι χρήστες του χώρου ή συνηθέστερα οι κυβερνήσεις αυτών, ακολουθούνται λιγότερο και περισσότερο

Εικόνα 4.13: Τρομακτικός χώρος – Πάρκο στο Παρίσι



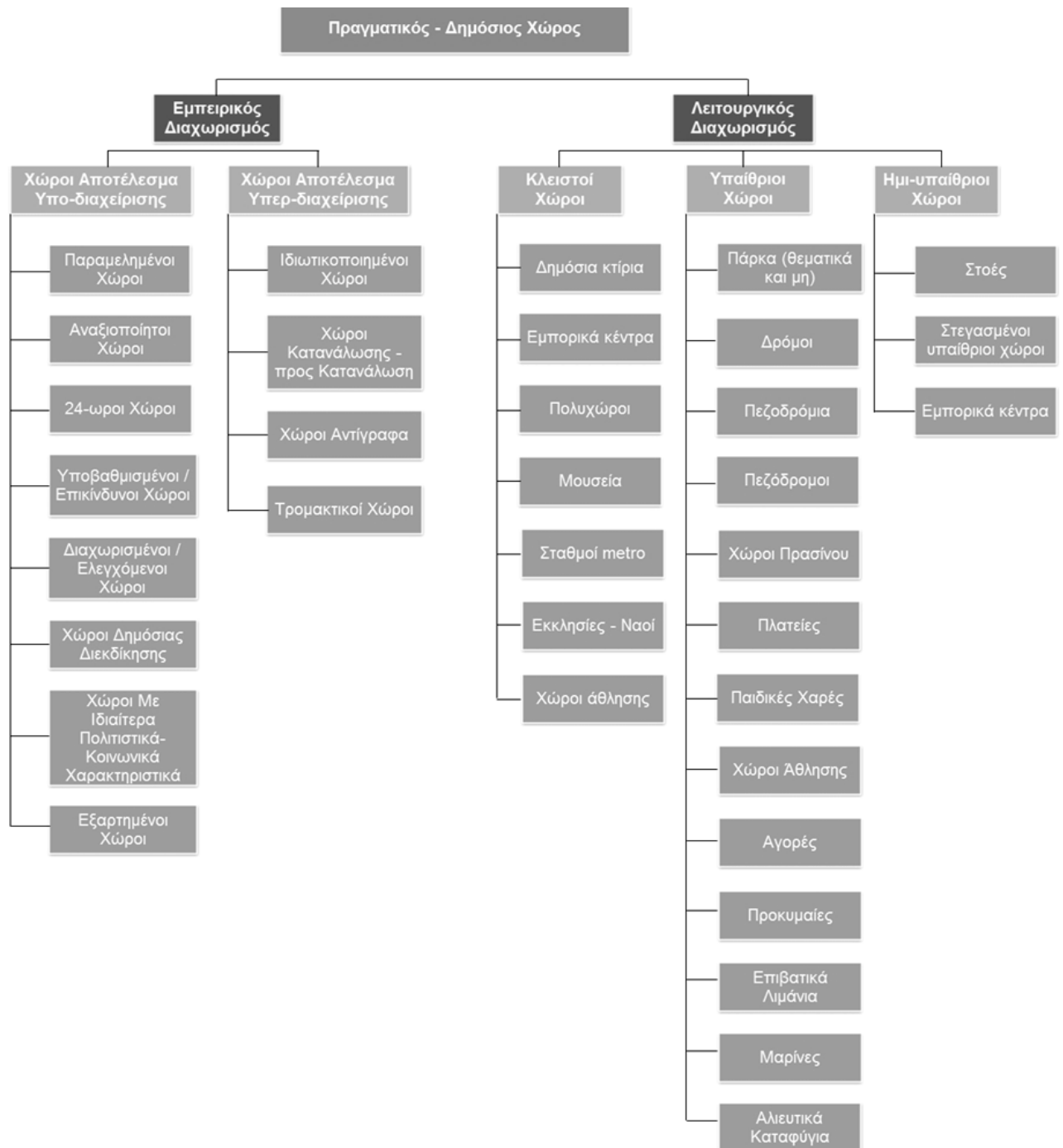
Πηγή: Προσωπικό αρχείο

μετακίνηση και τη θρησκευτική λατρεία. Κοινά παραδείγματα κλειστών δημόσιων χώρων είναι τα δημόσια κτήρια, τα εμπορικά κέντρα, οι πολυχώροι (εμπορικοί, πολιτιστικοί, αθλητικοί, αναψυχής), τα μουσεία, οι εκκλησίες και οι ναοί, οι σταθμοί μετρό, οι κλειστοί χώροι άθλησης.

Οι **υπαίθριοι δημόσιοι χώροι** είναι ανοιχτοί χώροι ελεύθερης πρόσβασης, διαμορφωμένοι με τρόπο τέτοιο, από άποψη μορφολογικής και χωρητικής επάρκειας, ώστε να υποδέχονται χρήσεις που αποτελούν εκφάνσεις της σύγχρονης δημόσιας ζωής. Ο χαρακτήρας των χώρων αυτών οδηγεί στην άμεση σύνδεση της χρήσης αυτών με τις καιρικές συνθήκες και σε ορισμένες περιπτώσεις με τη χρονική διάρκεια της ημέρας. Χώροι όπως οι αναγκαίοι για τις καθημερινές μετακινήσεις δρόμοι, πεζοδρόμια και πεζόδρομοι, οι υπαίθριες αγορές που εξυπηρετούν τις καταναλωτικές ανάγκες της σύγχρονης ανθρώπινης φύσης, οι χώροι πρασίνου, τα πάρκα και οι υπαίθριοι χώροι άθλησης, οι πλατείες και οι παιδικές χαρές, οι προκυμαίες, οι μαρίνες τα αλιευτικά καταφύγια και οι επιβατικοί λιμένες, αποτελούν ίσως τις συνηθέστερες μορφές που οι υπαίθριοι δημόσιοι χώροι λαμβάνουν.

Τέλος, οι **ημι-υπαίθριοι δημόσιοι χώροι** αποτελούν είτε μία αυτοτελές οντότητα, είτε λειτουργούν ως οι χώροι διασύνδεσης των κλειστών και των υπαίθριων δημόσιων χώρων. Οι στεγασμένοι υπαίθριοι χώροι και οι στοές αποτελούν τον τρόπο με τον οποίο οι χώροι αυτοί κάνουν συνήθως αισθητή την παρουσία τους.

Διάγραμμα 4.2: Εμπειρικός και Λειτουργικός διαχωρισμός του δημόσιου χώρου



Πηγή: *ιδία επεξεργασία*

4.2 Κατηγοριοποίηση Κυβερνοχώρου

Η αντιμετώπιση του κυβερνοχώρου ως έναν γενικό, ενιαίο και αδιαφοροποίητο χώρο θα αποτελούσε μεγάλο σφάλμα, αφού παρουσιάζει ιδιαιτερότητες όμοιες με αυτές του πραγματικού δημόσιου χώρου και συνεπώς επιβάλλεται η αναγνώριση των επιμέρους πτυχών του διαδικτύου και η εστίαση της προσοχής μας σε αυτές (Whitty et al. 2003). Μέσα από εμπειρική διερεύνηση του διαδικτύου, επιχειρήθηκε η εξαγωγή τυπολογίας ως προς τα στοιχεία του κυβερνοχώρου που βρίσκονται σε μία σχέση αντιπαράθεσης – αντιστοίχισης με αυτά του δημόσιου χώρου, βασιζόμενοι στις ανάγκες που έχει ο χρήστης τη δυνατότητα να ικανοποιήσει στα πλαίσια του ηλεκτρονικού χώρου, οι οποίες ταυτίζονται σχεδόν με αυτές που ο δημόσιος χώρος καλείται να καλύψει: *Επικοινωνία/Κοινωνική διάδραση, Πληροφόρηση/Ενημέρωση, Κατανάλωση, Αναψυχή* (Διάγραμμα 4.2).

4.2.1 Χώροι Επικοινωνίας

Ο κυβερνοχώρος έχει την ικανότητα να μιμείται και να υποκαθιστά τοποθεσίες και μέρη που αντικατοπτρίζουν αντίστοιχες τοποθεσίες της πραγματικότητας, ενώ παράλληλα θέτει τα πλαίσια για την τέλεση κοινωνικών λειτουργιών. Προβαίνουμε λοιπόν στη δημιουργία της κατηγορίας των *χώρων επικοινωνίας*, στους οποίους ικανοποιείται μία σημαντική ανάγκη που έχει έμφυτη ο άνθρωπος, αυτή της κοινωνικής διάδρασης. Το διαδίκτυο είναι σε θέση να αποτελέσει ένα κοινωνικό περιβάλλον που παρέχει ένα «*τεράστια εκτεταμένο κοινωνικό δίκτυο*», καθώς και «*διαφοροποιημένα πρότυπα κοινωνικής διάδρασης*», τα οποία είναι ιδιαίτερα ελκυστικά και εκφράζουν άμεσα κάποιες κατηγορίες χρηστών του χώρου, που σε διαφορετική περίπτωση δύσκολα εντάσσονται σε μία ομάδα (Morahan-Martin et al. 2003). Ενότητες αυτών των χώρων μέσα από τις οποίες δίδεται η δυνατότητα έκφρασης είναι οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, τα «*δωμάτια*» συζητήσεων⁵, οι ιστοσελίδες πλατφόρμες διακίνησης ιδεών⁶, οι ιστοσελίδες πλατφόρμες αυτοδημοσίευσης⁷ και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο⁸. Πρόκειται ουσιαστικά για χώρους που εμπλέκουν ενεργά χρήστη και αναγνώστη, αποτελώντας το μέσο έκφρασης και την εκφραστική επέκταση του χαρακτήρα, του εαυτού, της δουλειάς του χρήστη. Παράλληλα, διαθέτουν μία ιδιαίτερη ελκυστικότητα που οφείλεται στο πέρασμα από την ατομικότητα στη συλλογικότητα, στη διαμόρφωση δηλαδή ενός νέου, προσαρμοσμένου στις ανάγκες του χρήστη, δημόσιου χώρου. Επιπρόσθετα, ένας ακόμα λόγος για την προσφιλία των χώρων αυτής της κατηγορίας είναι η

⁵ Chatrooms

⁶ Forums (προέρχεται από την ομώνυμη λατινική λέξη, που σημαίνει δημόσια πλατεία)

⁷ Blogspots (προέρχεται από την αγγλική λέξη weblog = ιστολόγιο)

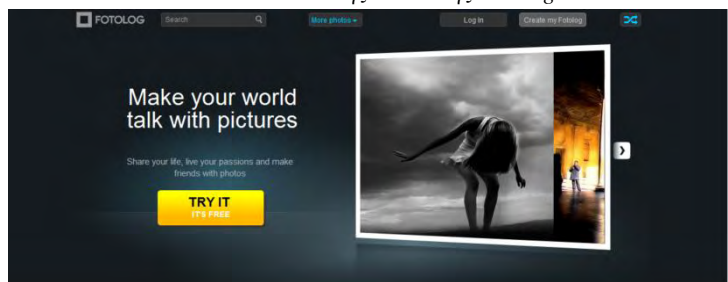
⁸ E-mail (electronic mail)

αντανάκλαση των προτιμήσεων των χρηστών για ποικιλία, προσαρμοστικότητα, ευκαμψία, έντονη διαδραστικότητα και δυνατότητα να αφήσουν τη σφραγίδα τους, το αποτύπωμα τους στο χώρο, χαρακτηριστικά που συχνά ο πραγματικός δημόσιος χώρος δεν είναι σε θέση να καλύψει. Ο κυβερνοχώρος και ως κομμάτι αυτού οι χώροι επικοινωνίας, αλλάζουν όλα τα επίπεδα της ανθρώπινης κοινωνικότητας και διαδραστικότητας, επαναδιαμορφώνοντας την ίδια την ανθρώπινη κατάσταση. Το πλήθος των εφαρμογών και των ιστότοπων μέσα από τους οποίους υιοθετούν μορφή οι ενότητες αυτές είναι δύσκολο να υπολογιστούν, εξαιτίας της απεραντοσύνης του διαδικτυακού χώρου και της συνεχούς επέκτασης του. Πιο συγκεκριμένα:

ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης

Ως ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης θεωρούμε τους διαδικτυακούς τόπους όπου ο χρήστης έχει τη δυνατότητα δημιουργίας ενός δημόσιου ή ημι-δημόσιου προφίλ στα πλαίσια ενός συστήματος. Μία από τις πρώτες

Εικόνα 4.14: Ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης Fotolog



Πηγή: <http://www.fotolog.com/>

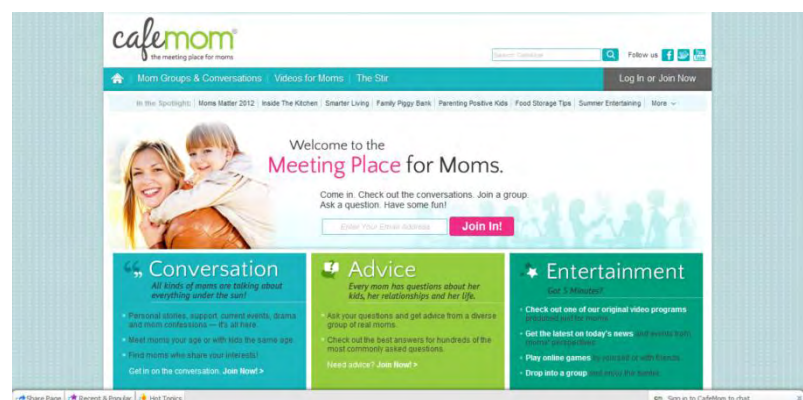
ενέργειες του χρήστη, ως νέο μέλος της διαδικτυακής αυτής κοινωνίας, είναι η άρθρωση μιας λίστας στην οποία συμπεριλαμβάνονται άλλοι χρήστες του συγκεκριμένου ιστότοπου, με τους οποίους έχει τη δυνατότητα να επικοινωνήσει και να μοιραστεί ένα πλούσιο σε περιεχόμενο υλικό (φωτογραφίες, βίντεο, απόψεις και σκέψεις) σκοπός του οποίου είναι να σκιαγραφήσει το χρήστη, την προσωπικότητα, το χαρακτήρα, την ιδεολογία, την εμφάνιση του. Παράλληλα, ο χρήστης έχει πρόσβαση σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό στα προφίλ των υπόλοιπων χρηστών του ιστότοπου και στο περιεχόμενο αυτών. (Hosio et al. 2008, Boyd et al. 2007)

Ενδεικτικά κάποιες από τις πιο δημοφιλείς ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι το facebook, το myspace και το twitter. Ο πιο σημαντικός λόγος επιτυχίας και γρήγορης διάδοσης των ιστότοπων αυτής της μορφής θεωρείται η δυνατότητα συγκέντρωσης όλων των κοινωνικών επαφών-φίλων του χρήστη και επίτευξης επικοινωνίας, πολλές φορές ασύγχρονης, ανά πάσα στιγμή μαζί τους (Boyd et al. 2007). Όλα αυτά είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος για να ενθαρρύνει τους ανθρώπους να επικοινωνούν περισσότερο και να συνάψουν νέες σχέσεις – συνδέσεις.

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης μπορούν εύκολα να προσομοιάσουν, στο ζήτημα της λειτουργίας, τους χώρους που έχουμε ονομάσει ως χώρους με ιδιαίτερα Πολιτιστικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά. Παρατηρείται διαφοροποίηση σχετικά με το περιεχόμενο και τη βάση των χρηστών που συγκροτεί αυτές τις ηλεκτρονικές κοινότητες. Έτσι εντοπίζονται ιστότοποι που απευθύνονται σε άτομα από συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές ή γλωσσικές, ηλικιακές, εθνοτικές, θρησκευτικές και εργασιακές ομάδες, καθώς και συγκεκριμένου σεξουαλικού προσανατολισμού, μορφωτικού επιπέδου, πολιτικής ή άλλης ταυτότητας (Εικόνα 4.15), ενώ υφίστανται ιστότοποι που επιλέγουν τους χρήστες τους σύμφωνα με τα ενδιαφέροντα τους και τις ασχολίες ελεύθερου χρόνου στις οποίες επιδίδονται (φωτογραφία, οικολογία, ποδηλασία κ.ο.κ.) (Εικόνα 4.14). Έχουμε λοιπόν ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης όπως το «academia.edu» που απευθύνεται αποκλειστικά σε άτομα-μέλη της πανεπιστημιακής και ερευνητικής κοινότητας, το «cafemom» που απευθύνεται σε μητέρες, το «black planet» που απευθύνεται σε μαύρους αμερικανούς πολίτες, το «vampirefreaks.com» που απευθύνεται σε άτομα-εκφραστές της gothic και βιομηχανικής υποκουλτούρας, το «taltopia» που απευθύνεται στην καλλιτεχνική κοινότητα, το «fotolog» που απευθύνεται σε όσους ενδιαφέρονται για την τέχνη της φωτογραφίας, το «Athlinks» που απευθύνεται σε λάτρεις της κολύμβησης και του τρέξιμου, το «Disaboom» που απευθύνεται σε άτομα με αναπηρίες, το «Zoo.gr» που απευθύνεται σε μέλη της ελληνόφωνης κοινότητας και το «AsianAvenue» που απευθύνεται σε μέλη της ασιατικο-αμερικάνικης κοινότητας (<http://academia.edu/>, <http://www.cafemom.com/>, <http://www.blackplanet.com/>, <http://vampirefreaks.com/>, <http://www.taltopia.com/>, <http://www.fotolog.com/>, <http://athlinks.com/>, <http://www.disaboom.com/>, <http://www.zoo.gr/>, http://www.asianave.com). Ακόμα και στις περιπτώσεις που ο σχεδιαστής ή διαχειριστής της ιστοσελίδας δεν επιδιώκει την προσέλκυση συγκεκριμένων ομάδων, δεν είναι σπάνιο το φαινόμενο της οικειοποίησης

Εικόνα 4.15: Ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης Cafemom

του ιστότοπου, κατά την αρχική περίοδο της λειτουργίας του, από μία ομάδα χαρακτηρισμένη από ομοιογένεια ως προς ένα από τα προαναφερθέντα χαρακτηριστικά, γεγονός που αποτρέπει άλλους πιθανούς ανομοιογενείς χρήστες (Hargittai 2007).



Πηγή: <http://www.cafemom.com/>

ιστοσελίδες πλατφόρμες διακίνησης ιδεών⁹

Ως ιστοσελίδες πλατφόρμες διακίνησης ιδεών (ΠΔ) θεωρούμε τους διαδικτυακούς τόπους ελεγχόμενης πρόσβασης που ανάλογα με τη θεματολογία τους, θέτουν το πλαίσιο για εξειδικευμένες συζητήσεις οι οποίες λαμβάνουν τη μορφή μόνιμα και ανά πάσα στιγμή ορατού σχολίου στο περιβάλλον χρήστη της ιστοσελίδας. Οι ιστότοποι αυτοί αντιπροσωπεύουν κάθε πιθανή θεματολογία, ικανή να καλύψει τα ενδιαφέροντα του κάθε μεμονωμένου ατόμου. Οι χώροι αυτοί αντιμετωπίζονται από πολλούς ως μία διέξοδος, καλύπτοντας τομείς που λόγω της μικρής δημοφιλότητας τους ή την έλλειψη ενδιαφέροντος από την πλειονότητα των χρηστών του οικείου πραγματικού χώρου, δε δύναται να ικανοποιηθούν στο δημόσιο χώρο των πόλεων. Ενδεικτικά, οι εκάστοτε θεματολογία μπορεί να περιλαμβάνει θέματα πολιτικά, οικονομικά, κοινωνικά, αθλητικά, καλλιτεχνικά. Οι ικανότητες που παρουσιάζουν οι ΠΔ, να υποστηρίζουν τη συνεργασία, τον προβληματισμό, τη διαδραστική μάθηση, ακόμα και την επαγγελματική ανάπτυξη, συνδυαζόμενες με τη δυνατότητα υπερπήδησης των εμποδίων που ο χρόνος και ο τόπος επιφέρουν, «καθιστούν τη χρήση τους ως μία δυναμικά χρήσιμη και αποδοτική καινοτομία» (Anderson et al. 1997). Αρκετές από τις ΠΔ βασίστηκαν σε ατομική ή ομαδική πρωτοβουλία, λειτουργώντας ως αυτόνομες «επιχειρήσεις», απαλλαγμένες από εμπορικά ενδιαφέροντα και οργανωτική συμμετοχή. Εξαιτίας ωστόσο της ιδιαίτερης ελκυστικότητας τους, εμφανίστηκε η τάση δημιουργίας ΠΔ από εμπορικούς οργανισμούς, οι οποίοι θέτουν ως στόχο την προσέλκυση αναγνωστών και τηλεθεατών και τη συμμετοχή αυτών σε διαδικτυακές συζητήσεις σχετικά με θέματα που καλύπτουν. Οι δύο μορφές που λαμβάνουν οι ΠΔ, ως εκ τούτου, βρίσκονται σε σχέσεις αντίθεσης, στο βαθμό που η φύση της σχέσης μεταξύ των δημιουργών και των συμμετεχόντων είναι πολύ διαφορετική (Light 1999).

Επιπροσθέτως, δύναται να υπάρξει αντιστοίχιση ανάμεσα στους ιστότοπους πλατφόρμες διακίνησης ιδεών με τους διαχωρισμένους/ελεγχόμενους χώρους, εξαιτίας του χαρακτήρα της διαχείρισης αυτών των ηλεκτρονικών μέσων που παρουσιάζει αρκετά όμοια χαρακτηριστικά

Εικόνα 4.16: Φόρουμ – τόπος συγκέντρωσης θαυμαστών της ρεμπέτικης μουσικής



Πηγή: <http://www.rembetiko.gr/forums/forum.php>

⁹ Η συγκεκριμένη ορολογία δανείστηκε από το ντοκιμαντέρ του Ανδρωτάκη Μ. (2008) «Blog: ένας νέος δημόσιος χώρος»

με αυτά των τελευταίων, αφού σχεδόν καθολικά συνίσταται από τον έλεγχο της πρόσβασης κάθε μεμονωμένου χρήστη, με τη δυνατότητα απαγόρευσης ή παροχής εισόδου στον ιστότοπο και τη θέσπιση κανόνων και κριτηρίων εισόδου-εγγραφής, τα οποία ωστόσο είναι τέτοιας μορφής που δεν καθιστούν το χώρο «τρομακτικό».

ιστοσελίδες πλατφόρμες αυτοδημοσίευσης¹⁰

Οι ιστοσελίδες πλατφόρμες αυτοδημοσίευσης (ΠΙΑ) χαρακτηρίζονται από πολλές κυμαινόμενου μεγέθους, όπου διαφαίνονται έντονα η προσωπικότητα, οι απόψεις και τα ενδιαφέροντα του συγγραφέα, δημοσιεύσεις, ταξινομημένες μέσα από το σύστημα της αντίστροφης

Εικόνα 4.17: Παράδειγμα δημοφιλούς ιστοσελίδας πλατφόρμας αυτοδημοσίευσης



Πηγή: <http://kafeneio-gr.blogspot.gr/>

χρονολογίας, προκειμένου να είναι ορατή στον αναγνώστη κατά την είσοδο του πάντα η πιο πρόσφατη (Εικόνα 4.17) (Mortensen et al. 2002, Nardi et al. 2004, Nardi et al. 2004). Οι Mortensen et al. (2002) αναφέρουν πως ο τα κύρια κριτήρια προσδιορισμού ενός ιστότοπου ως πλατφόρμα αυτοδημοσίευσης δεν είναι η θεματολογία, το ύφος ή το στυλ γραφής, αλλά η ύπαρξη σύντομων, συνοδευόμενων από ημερομηνία και συγκεντρωμένων σε μία ιστοσελίδα δημοσιεύσεων. Οι ΠΙΑ παρέχουν τη δυνατότητα συνδυασμού μετάδοσης πληροφοριών, αποτελώντας το πεδίο για μια τεράστια ποικιλία έκφρασης, συνοδευόμενη από ρυθμιζόμενη διαδραστικότητα, όπου οι διαχειριστές-συγγραφείς είναι σε θέση να δημοσιεύσουν τις σκέψεις τους επιλέγοντας το βαθμό της επιθυμητής ανάδρασης, στοιχείο μη διαθέσιμο σε άλλες μορφές επικοινωνίας (Nardi et al. 2004, Gumbrecht M. 2004). Ταυτόχρονα, οι ιστότοποι αυτοί αντιμετωπίζονται ως ένα ασυνήθιστα ευέλικτο μέσο, που δύναται να χρησιμοποιηθεί για τα πάντα, από την αυθόρμητη απελευθέρωση των συναισθημάτων έως την επίτευξη υποστήριξης ομαδικής συνεργασίας και δημιουργίας κοινοτήτων (Nardi et al. 2004).

Οι συνηθέστερες μορφές που λαμβάνει μία ΠΙΑ είναι η ημερολογιακή, η καταγραφή δηλαδή της ζωής, των καθημερινών δραστηριοτήτων και γεγονότων του διαχειριστή-συγγραφέα, η σχολιαστική, η παροχή δηλαδή σχολίων και απόψεων αναφορικά με μείζονα σύμφωνα με το συγγραφέα θέματα, η συγγραφική, η άρθρωση δηλαδή ιδεών μέσα από τη συγγραφή και η υποβολή-δοκιμή τους σε ένα ακροατήριο που αναδιαμορφώνει και βελτιώνει τα γραπτά, η εξομολογητική, η διατύπωση δηλαδή έντονων και βαθιών συναισθημάτων του χρήστη, ο

¹⁰ Η συγκεκριμένη ορολογία δανείστηκε από το ντοκιμαντέρ του Ανδρωτάκη Μ. (2008) «Blog: ένας νέος δημόσιος χώρος»

οποίος συναντάει στις ΠΙΑ τη δυνατότητα να εκφραστεί, να διαμαρτυρηθεί, να «φωνάξει» και να παθιαστεί, και τέλος, η κοινοτική, η διαμόρφωση δηλαδή και διατήρηση μίας ηλεκτρονικής κοινότητας (Nardi et al. 2004, Reed A. 2008, Schiano et al. 2004).

Οι ΠΙΑ οφείλουν τη γοητεία τους στο γεγονός πως, σύμφωνα με την Efimova (2003), προσφέρουν την ευκαιρία έκφρασης σε άτομα που *«χαρακτηρίζονται από παθιασμένη περιέργεια και είναι πρόθυμοι να ανακαλύψουν νέα πράγματα, αρέσκονται, συνηθίζουν ή θέλουν να βελτιώσουν τις συγγραφικές τους ικανότητες, ενδιαφέρονται να μεταδώσουν ιδέες σε άλλους ή να «ξεπληρώσουν» - «εκδικηθούν» την κοινότητά τους, δε φοβούνται να εκθέσουν τις ιδέες τους σε πρώιμο στάδιο, ενώ παράλληλα δεν ενοχλούνται από ή ακόμη και επιζητούν την έκθεση, έχουν την επιθυμία να συλλέγουν, να οργανώνουν, να εξηγούν και να συνδέουν ιδέες, πιστεύουν ότι η συλλογή θεματικών πληροφοριών βοηθά στην κατανόηση του θέματος αυτού, αναζητούν ανατροφοδότηση και κριτική, εποικοδομητική συζήτηση, αρέσκονται σε συζητήσεις και δικτύωση, και τέλος, πιστεύουν ότι η κοινή χρήση και η ανοικτή συζήτηση είναι σημαντικά στοιχεία που συμμετέχουν στην οικοδόμηση κατανόησης, στην πρόοδο και στη δημιουργία ενός καλύτερου κόσμου»*. Συμπερασματικά, είναι σε θέση να εκπληρώσουν στόχους, ανάγκες και επιθυμίες που ο πραγματικός χώρος δύσκολα μπορεί να ικανοποιήσει, αλλά ακόμα και όταν μπορεί, δεν παρέχει έντονη στο χρήστη την άνεση της ελεύθερης έκφρασης, έμμεσα αποτρέποντας τον.

Οι ΠΙΑ αποτελούν το μεταίχμιο ιδιωτικού και δημόσιου του κυβερνοχώρου, όντας η απόπειρα και η επιθυμία των χρηστών για έναν διευρυμένο δημόσιο χώρο. Το γεγονός πως η διαχείριση και συγγραφή τους πραγματοποιείται συνήθως από μεμονωμένα άτομα ή μικρές ομάδες ατόμων, πως είναι το μέσο έκφρασης του και το μέσο άσκησης κριτικής προς τον συγγραφέα, πως έχουν έναν ιδιαίτερα υποκειμενικό χαρακτήρα, δε σημαίνει πως δε μπορεί να είναι τμήμα του δημόσιου τομέα και να θέτει ανησυχίες σχετικά με ζητήματα που υπεισέρχονται στην δημόσια αρμοδιότητα (Mortensen et al. 2002). Κάθε άτομο μπορεί να χρησιμοποιήσει τις ΠΙΑ σύμφωνα με τη δικιά του κρίση, δεν υπάρχει κάποια τυραννία που θέτει αξία στα γεγονότα και αποφασίζει ποια αξίζει να δημοσιευθούν και ποια όχι.

«Δωμάτια» συζητήσεων

Εικόνα 4.18: Δωμάτια συζητήσεων με δυνατότητα χρήσης εικόνας, ήχου και κειμένου



Πηγή: <http://www.iwebcam.com/>

Τα «δωμάτια» συζητήσεων (ΔΣ) συγκροτούν μία μη γεωγραφικά εντοπισμένη – διαδικτυακή κοινότητα, βασισμένη στις σχέσεις που αναπτύσσονται ανάμεσα στους συνδιαλεγόμενους χρήστες (Εικόνα 4.18). Παράλληλα, παρουσιάζει τα χαρακτηριστικά μιας οποιαδήποτε μη εικονικής κοινότητας, αφού μπορεί να είναι γενική ή εξειδικευμένου χαρακτήρα (περιεχομένου, πρόσβαση από συγκεκριμένες ηλικιακές ομάδες, συζητήσεις αναφορικά με συγκεκριμένους τομείς ενδιαφέροντος κ.ο.κ.), προσβάσιμη στο ευρύ κοινό ή περιορισμένης πρόσβασης, εποπτευόμενη ή μη (Shoham 2004). Ο πιο κοινός λόγος ένταξης σε μία τέτοια έντονα βιωματική κοινότητα είναι η σύναψη νέων γνωριμιών - κοινωνικοποίησης, σύμφωνα με τις παρούσες ανάγκες του χρήστη (φιλία, απλή συζήτηση, στενότερη επαφή, εύρεση ψυχολογικής υποστήριξης, εύρεση λύσεων σε προσωπικά προβλήματα, ένταξη σε μία κοινότητα, διασκέδαση). Σύμφωνα με την Shoham A. (2004) τα ΔΣ αποτελούν πλέον το υποκατάστατο των συνεχώς φθίνουσων κοινοτήτων του παρελθόντος. Η αίσθηση του ελέγχου και της εγγύτητας, η έλξη προσοχής, η δυνατότητα «βελτίωσης της εξωτερικής εμφάνισης» που η απρόσωπη κοινωνική διάδραση παρέχει, η έντονη διαδραστικότητα που οφείλεται στη συγχρονισμένη επικοινωνία των συνδιαλεγόμενων, εν αντιθέσει με την ασύγχρονη που πραγματοποιείται από τη πλειονότητα των λοιπών χώρων επικοινωνίας, και την παθητική που πραγματοποιείται τόσο στους τελευταίους όσο και στον πραγματικό δημόσιο χώρο, αποτελούν χαρακτηριστικά των ΔΣ, και εκπληρώνουν τις προϋποθέσεις που, σύμφωνα με τους Ryan et al. (2000), Novak et al. (2000) και Maczewski (2002), ο χρήστης του χώρου χρειάζεται για να διασκεδάσει και να αισθανθεί ευτυχισμένος και ολοκληρωμένος. Ταυτόχρονα, τα ΔΣ, καθώς και οι λοιποί χώροι επικοινωνίας, προσφέρουν ευκαιρίες για την ανάπτυξη των διαπροσωπικών σχέσεων, οι οποίες όπως και στον πραγματικό χώρο απαιτούν χρόνο για να επέλθει η εξοικείωση, η αμοιβαία εμπιστοσύνη, και τα δύο μέλη να αρχίσουν να αποκαλύπτουν προσωπικές πληροφορίες για τους εαυτούς τους και να παρέχουν συναισθηματική στήριξη. Επιπρόσθετα, έχει παρατηρηθεί πως όσο περισσότερο χρόνο ξοδεύει ο χρήστης σε ΔΣ, τόσο πιο ανοιχτός για τον εαυτό του είναι απέναντι στους άλλους. (Whitty 2002)

Τα δωμάτια συζητήσεων μπορούν ακόμα, να αντιστοιχηθούν με τους δημόσιους χώρους που έχουμε ονομάσει ως υποβαθμισμένους και επικίνδυνους. Τα προνόμια που η τεχνολογική πρόοδος επέφερε, δε σταμάτησαν να συνοδεύονται από τα αρχέγονα ανθρώπινα αισθήματα, ελαττώματα και ευθύνες. Σύμφωνα με την Avila Mileham (2007), ενώ «ο κυβερνοχώρος παρέχει περισσότερες επιλογές από ποτέ, οι απεριόριστες δυνατότητες αυτού εξακολουθούν να δεσμεύονται από τις ηθικές και πολιτιστικές υποσχέσεις της αποκλειστικότητας, του σεβασμού, του αυτοσεβασμού και της προσωπικής ακεραιότητας». Τα συστήματα αξιών, τα ηθικά συστήματα και οι βασικές συναισθηματικές και σχεσιακές ανάγκες των δισεκατομμυρίων χρηστών του διαδικτύου και των ΔΣ, αναδιαμορφώνονται και συχνά τίθενται υπό δοκιμασία κάτω από δυνατότητες, όπως η έκθεση σε ανθρώπους που ποτέ δεν πρόκειται να συναντηθούν στην καθημερινή ζωή, η άμεση επικοινωνία και ικανοποίηση, η εύκολη είσοδος σε ολόκληρους νέους κόσμους εμπειρίας, που στο παρελθόν θεωρούνταν αδιανόητες (Avila Mileham 2007). Δύναται λοιπόν να δημιουργηθούν συνθήκες και να εμφανιστούν συμπεριφορές εντός των κοινοτήτων που τα ΔΣ κατασκευάζουν, που κάτω από τις κατάλληλες προϋποθέσεις μπορεί να προκαλέσουν φόβο, ανασφάλεια, άγχος και αίσθηση κινδύνου στο χρήστη. Πρέπει ωστόσο να τονίσουμε πως η τεχνολογία δεν είναι ποτέ από τη φύση της επιβλαβής ή αβλαβής, αλλά ο τρόπος που χρησιμοποιείται εξαρτάται από το χρήστη και τις επιθυμίες του. Όταν επομένως, υπάρχει συμφωνία και επικοινωνία που δε χαρακτηρίζεται από ψέματα και απόκρυψη ζωτικών στοιχείων, οι πιθανότητες για τη σύναψη σχέσεων ενισχύεται στο μέγιστο δυνατό βαθμό (Avila Mileham 2007).

ηλεκτρονικό ταχυδρομείο

Εικόνα 4.19: Παράδειγμα περιβάλλοντος χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου



Πηγή: <http://www.gmx.com/>

Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (ΗΤ) αποτελεί ίσως το πιο διαδεδομένο τρόπο διαδικτυακής επικοινωνίας ή πιο σωστά το βασικό προαπαιτούμενο προκειμένου να επιτευχθεί η διαδικτυακή επικοινωνία, αφού αποτελεί

συνήθως την προϋπόθεση ώστε να καταστεί δυνατή η πρόσβαση του χρήστη σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, ιστοσελίδες πλατφόρμες διακίνησης ιδεών και «δωμάτια» συζητήσεων (Εικόνα 4.19). Ταυτόχρονα, το ΗΤ εμφανίστηκε πριν από οποιαδήποτε άλλη μορφή δικτύου, με το πρόγονο της σημερινής μορφής του να εντοπίζεται στη δεκαετία του 1960, χαρίζοντας του μία εξελικτική πορεία περίπου 40 ετών (Partridge 2008). Η μακρόχρονη αυτή πορεία του ΗΤ οδήγησε στη δημιουργία ενός μέσου επικοινωνίας που είναι

σε θέση σύμφωνα με τον Allen (1994) να αποτελέσει με ευκολία το υπόβαθρο πλούσιας επικοινωνίας. Ο πλούτος αυτός βέβαια που προκύπτει, δεν είναι μία αμετάβλητη ιδιοκτησία ενός μέσου επικοινωνίας, αλλά μία αναδύμενη ιδιοκτησία της αλληλεπίδρασης μεταξύ του μέσου επικοινωνίας και του οργανωτικού πλαισίου αυτού. Τα μηνύματα που μεταφέρονται μέσω ΗΤ δύναται να λάβουν τη μορφή άτυπων προσωπικών συζητήσεων και σημειώσεων, επιχειρησιακών γραμμάτων και υπομνημάτων, καθώς επίσης σύμφωνα με τον Markus (1991) «μωσαϊκών μηνυμάτων» και «μηνυμάτων καραμπίνας». Σύμφωνα με τη θεωρία των ειδών των Yates and Orlikowski (1992) το είδος του κάθε μηνύματος, είτε αναφερόμαστε σε ΗΤ, είτε σε οποιοδήποτε άλλο μέσο ή μορφή επικοινωνίας, είναι αυτό που προσδιορίζει το αν η κοινωνική διάδραση θεωρείται «πλούσια» ή «φτωχή», ασχέτως από το μέσο και την κατάταξη του τελευταίου ως «πλούσιο» ή «φτωχό» στη φθίνουσα κλίμακα ταξινόμησης των μέσων επικοινωνία, της θεωρίας του πλούτου των πληροφοριών των Daft και Lengel (1986)¹¹, η οποία επιχειρεί να αναλύσει το βαθμό στον οποίο το κάθε μέσο είναι σε θέση να μεταδώσει πληροφορίες και νοήματα, χωρίς όμως να λαμβάνει υπόψη το περιεχόμενο αυτών, γεγονός που έχει οδηγήσει σε έντονη κριτική ως προς την παράληψη μεταβλητών που ανεβάζουν τη θέση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας. Έχει αποδειχθεί πως το μέσο με το οποίο ένα μήνυμα κοινοποιείται στον παραλήπτη δεν επηρεάζει τη συμπεριφορά ή την αντιληπτική ικανότητα του τελευταίου (Hill et al. 2000), ενώ υφίσταται επιχειρηματολογία πως το ΗΤ αποτελεί ένα μέσο επικοινωνίας, που χαρακτηρίζεται ως θερμό και προσωπικό, το οποίο δεν υπολείπεται της πρόσωπο-με-πρόσωπο επαφής (Walther 1996). Αδιαμφισβήτητα λοιπόν, το ΗΤ αποτελεί σήμερα σημαντικό κομμάτι της διαδικτυακής επικοινωνίας. Ενδεικτικά, κάποιιοι από τους πιο δημοφιλείς λογαριασμούς ΗΤ, ανάμεσα σε εκατοντάδες άλλους, είναι οι gmail, hotmail, yahoo mail, aol mail.

4.2.2 Χώροι Αναψυχής

Η ανθρώπινη δράση, όταν αυτή εκδηλώνεται μέσα από δραστηριότητες αναψυχής, αποτελεί τον συνδετικό κρίκο ανάμεσα στον ελεύθερο χρόνο και στα τμήματα του κυβερνοχώρου που έχουμε ονομάσει ως χώρους αναψυχής. Ως δραστηριότητες αναψυχής θεωρούμε στην έρευνα αυτή εκείνες που εκφράζονται μέσα από διαδικτυακά παιχνίδια, μουσική, ραδιόφωνο μέσω διαδικτύου, ταινίες, βίντεο και τηλεόραση μέσω διαδικτύου. Η έννοια των χώρων αναψυχής λοιπόν, είναι άμεσα συνυφασμένη με την έννοια του ελεύθερου χρόνου. Ταυτόχρονα, όσο

¹¹ Η φθίνουσα κλίμακα του πλούτου των πληροφοριών είναι η εξής:

- 1) Επικοινωνία πρόσωπο-με-προσωπο
- 2) Επικοινωνία μέσω τηλεφώνου
- 3) Επικοινωνία μέσω προσωπικών δεδομένων (γράμματα, υπομνήματα κ.ο.κ.)
- 4) Επικοινωνία μέσω απρόσωπων εγγράφων
- 5) Επικοινωνία μέσω ψηφιακών δεδομένων και εγγράφων

περισσότερο αυξάνεται η δυνατότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο, η οποία συνεχώς υφίσταται μεγαλύτερη βελτίωση, τόσο τα προαναφερθέντα άμεσα συνυφασμένα με τον τομέα της αναψυχής στοιχεία αυξάνουν τους χρήστες τους (Whitty et al. 2007). Σύμφωνα με τους Trew et al. (2004), παρατηρείται ένας διαχωρισμός που διέπει την διαδικτυακή αναψυχή, η οποία σύμφωνα με το βαθμό διάδρασης ανάμεσα στο χρήστη και στο πρόγραμμα, άλλοτε χαρακτηρίζεται ως ενεργητική και άλλοτε ως παθητική. Παθητικούς χώρους αναψυχής καλούμε λοιπόν τους χώρους αυτούς στους οποίους παρέχεται περιορισμένη δυνατότητα διάδρασης (στην κατηγορία αυτή εμπίπτουν η μουσική, το ραδιόφωνο, οι ταινίες, τα βίντεο και τηλεόραση μέσω διαδικτύου), ενώ ενεργητικούς χώρους αναψυχής τους χώρους εκείνους όπου παρέχεται αυξημένη δυνατότητα διάδρασης, (στην κατηγορία αυτή εμπίπτουν τα διαδικτυακά παιχνίδια).

Ενεργητικοί Χώροι Αναψυχής

Οι χώροι αυτοί εκφράζονται κυρίως μέσα από τα διαδικτυακά παιχνίδια, μία «κοινωνική εμπειρία», όπου ο χρήστης απαιτείται να επικοινωνήσει με εικονικά αντικείμενα, χαρακτήρες και ανθρώπους σε έναν εικονικό κόσμο σχεδιασμένο με τρόπο τέτοιο ώστε να ενθαρρύνει την κοινωνική διάδραση μεταξύ των παιχτών (Ducheneaut et al. 2004, Hsu et al. 2004). Τα στοιχεία

Εικόνα 4.20: Διαμόρφωση ομάδας μέσα από διαδικτυακό παιχνίδι



Πηγή: <http://www.gamezenith.com/?p=1561>

που ελκύουν τον χρήστη στους ενεργητικούς χώρους αναψυχής είναι σύμφωνα με τους Ducheneaut et al. (2004) και Bartle (1996), η δυνατότητα βίωσης μιας κοινής εμπειρίας με άλλα άτομα, η φύση των περισσότερων δραστηριοτήτων που απαιτεί τη συνέργεια περισσότερων του ενός ατόμων, η ανταμοιβή της κοινωνικοποίησης εντός μίας κοινότητας και η δημιουργία φήμης εντός αυτής, η αίσθηση ικανοποίησης που προέρχεται από την υλοποίηση επιτευγμάτων στο πλαίσιο του παιχνιδιού, η δυνατότητα εξερεύνησης ενός νέου κόσμου και κάποιες φορές, η δυνατότητα επιβολής πάνω σε άλλα άτομα. Παράλληλα, υφίσταται έντονο το στοιχείο της διαδραστικότητας, αφού ο χρήστης μπορεί συχνά να αφήσει τη σφραγίδα του στο χώρο ή ακόμα και να δημιουργήσει το δικό του εικονικό κόσμο (Hsu et al. 2004). Σύμφωνα βέβαια με έρευνα των Griffiths et al. (2004), ο πιο ελκυστικός παράγοντας από όλους τους προαναφερθέντες είναι αυτός της κοινωνικοποίησης-κοινωνικής διάδρασης (Εικόνα 4.20). Το κλειδί σε αυτό το συμπέρασμα είναι ίσως η δυνατότητα που έχει ο χρήστης να δημιουργήσει μία συχνά μη πραγματική εικόνα του εαυτού του, μέσα στην οποία αισθάνεται άνετα, ενώ παράλληλα, παρέχει στον εικονικό αυτό κόσμο ένα νέο εικονικό

χαρακτήρα, αποκτώντας έτσι υλική, αν και ψηφιακή, υπόσταση, εν αντιθέσει με τους χώρους επικοινωνίας που δε διαθέτουν αυτή τη δυνατότητα. Τέλος, αξίζει να αναφερθούν κάποια από τα αποτελέσματα της ίδιας έρευνας που στηρίζουν πως οι ενήλικες χρήστες, παρουσιάζουν σημαντικά περισσότερες πιθανότητες να θυσιάσουν κοινωνικές δραστηριότητες του πραγματικού χρόνου, ενώ οι έφηβοι παρουσιάζουν σημαντικά περισσότερες πιθανότητες να θυσιάσουν δραστηριότητες που έχουν σχέση με την εκπαίδευση ή την εργασία τους, προκειμένου να επιμηκύνουν το χρόνο παραμονής τους στους ενεργητικούς χώρους αναψυχής.

Παθητικοί Χώροι Αναψυχής

Εικόνα 4.21: Ραδιόφωνο μέσω διαδικτύου



Πηγή: <http://www.radiofono.gr/live>

θέση να υποκαταστήσει ένα τμήμα από τις σχέσεις του χρήστη με τον πραγματικό δημόσιο χώρο (Whitty et al. 2007). Πέρα από παράπλευρες διεξόδους της καθημερινής ζωής του δημοσίου χώρου, δύναται να αντικαταστήσουν αντίστοιχους χώρους αναψυχής οι οποίοι άλλοτε διατηρούν μία συγκεκριμένη μορφή μόνιμων εγκαταστάσεων, όπως θέατρα, κινηματογράφοι και συναυλιακοί χώροι (Εικόνα 4.22), ενώ άλλοτε, και ίσως συνηθέστερα, ο ρόλος του χώρου αναψυχής να προσδίδεται σε αυτούς περιστασιακά, όπως το τμήμα ενός πεζοδρόμου, μιας πλατείας, ενός πάρκου κτλ που θα επιλέξουν κάποιοι για να παίξουν αφιλοκερδώς μουσική ή να πραγματοποιήσουν μια οποιαδήποτε εκδήλωση που μπορεί να χαρακτηριστεί ως αναψυχής.

Στην κατηγορία αυτή ανήκει ένα μεγάλο πλήθος εφαρμογών και ιστότοπων που επιτρέπουν την επίδοση σε «απομονωμένες» δραστηριότητες όπως το κατέβασμα μουσικής και ταινιών ή το άκουσμα και η παρακολούθηση αυτών μέσω των δυνατοτήτων που προσφέρει το διαδίκτυο (Εικόνα 4.21). Οποιαδήποτε από τις δραστηριότητες αυτές είναι σε

Εικόνα 4.22: Ζωντανή παρακολούθηση συναυλίας



Πηγή: <http://www.youtube.com/watch?v=Ox534xCWPEs>

4.2.3 Χώροι Πληροφόρησης / Ενημέρωσης

Αδιαμφισβήτητα η ύπαρξη του διαδικτύου, η συνεχόμενη διάχυση του και αύξηση των χρηστών του έχει δημιουργήσει μία ασύλληπτου μεγέθους πηγή δεδομένων, η πλειονότητα των οποίων είναι ελεύθερα προσβάσιμη, σε μια εποχή που χαρακτηρίζεται ως η κοινωνία της πληροφορίας. Παράλληλα, η

Εικόνα 4.23: Δημοφιλές μηχανή αναζήτησης



Πηγή: <http://www.google.gr/>

διαδραστικότητα και η ικανότητα προσαρμογής στις ατομικές ανάγκες του χρήστη που διέπουν τη φύση του διαδικτύου, συντελούν στην παροχή περιεχομένου, πληροφοριών και γνώσεων απόλυτα προσαρμοσμένων στις ανάγκες, τις προτιμήσεις και την ιδιοσυγκρασία του χρήστη (Pan et al. 2006). Το μέγεθος των παρεχόμενων πληροφοριών ωστόσο είναι τέτοιο που μπορεί να κατακλύσει το χρήστη σε βαθμό τέτοιο που να μην είναι σε θέση να εντοπίσει το αντικείμενο μελέτης που επιθυμεί (Pan et al. 2006) ή να τον αποπροσανατολίσει από τις αρχικές του επιδιώξεις (Miller 2000). Σύμφωνα με τον Maczewski (2002) και κάποια από τα άτομα που συμμετείχαν στη διεξαγωγή της έρευνας του σχετικά με την εξερεύνηση της ατομικής ταυτότητας, «η ποσότητα των πληροφοριών που είναι ξαφνικά διαθέσιμη στο χρήστη δύναται να περιγραφεί ως συντριπτική και συναρπαστική». Δε μπορούμε λοιπόν παρά να αναγνωρίσουμε την ύπαρξη χώρων που έχουμε ονομάσει ως Πληροφόρησης/ Ενημέρωσης. Οι χώροι αυτοί εκφράζονται μέσα από μηχανές αναζήτησης, ηλεκτρονικές εφημερίδες και περιοδικά, ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες, ηλεκτρονικά μουσεία (Εικόνα 4.23). Η ύπαρξη μηχανών αναζήτησης, οι οποίες συνεχώς πληθαίνουν, διευκολύνει σημαντικά την εύρεση των εκάστοτε αναγκαίων πληροφοριών, μέσα από την εισαγωγή λέξεων-κλειδιών, ή τη μετάβαση από τη μία ιστοσελίδα στην άλλη μέσω υπερσυνδέσμων. Οι ηλεκτρονικές εφημερίδες και τα ηλεκτρονικά περιοδικά προσφέρουν άμεση και δωρεάν πρόσβαση σε ενημέρωση, ενώ μέσα από τις ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες και τα μουσεία παρέχεται ένας τεράστιος πλούτος γνώσεων και εκφάνσεων καλλιτεχνικής δημιουργίας χωρίς να απαιτείται η συχνά ιδιαίτερα κοστοβόρα σωματική μετάβαση του χρήστη σε απομακρυσμένες περιοχές.

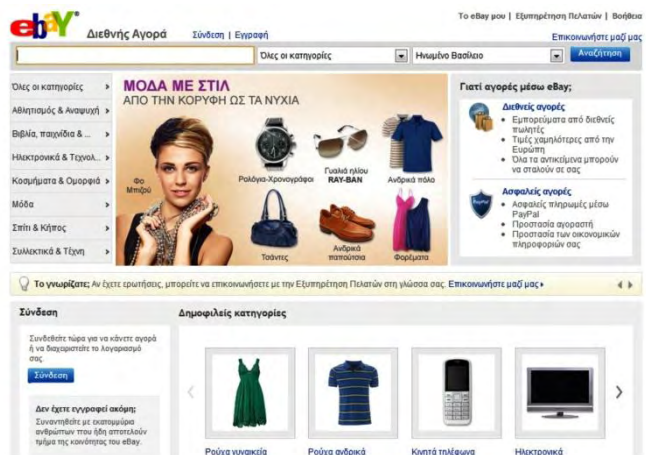
Η πληροφόρηση και η γνώση αποτελούν κρίσιμοι παράγοντες που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ανθρώπινη ανάπτυξη. Ο Finlay (2009) υποστηρίζει τη γνώμη αρκετών πως η πρόσβαση σε πληροφορίες είναι αυτή που διαθέτει την ικανότητα να ωθήσει τους ανθρώπους προκειμένου να επέμβουν στις δημόσιες διαδικασίες και στην αλλαγή των νόμων και των δεδομένων, καταλήγοντας στο συμπέρασμα πως χωρίς την ύπαρξη των πληροφοριών δε θα

μπορούσε να υπάρξει καμία αλλαγή. Η αδυναμία του δημόσιου χώρου να παράσχει σε ικανοποιητικό βαθμό ενημέρωση και πληροφόρηση στους πολίτες των πόλεων, έχει οδηγήσει στη στροφή, μη καθολική αλλά σημαντική, αυτών στο διαδίκτυο προκειμένου να καλύψουν τις ανάγκες τους αυτές.

4.2.4 Χώροι Κατανάλωσης

Στα πλαίσια αυτής της έρευνας θεωρούμε, με την ευρεία έννοια, το σύνολο του κυβερνοχώρου ως χώρο προς κατανάλωση, ένα χώρο δηλαδή που διαρκώς τίθεται υπό εκμετάλλευση εξυπηρετώντας άμεσα (με την καταβολή χρηματικού αντιτίμου) ή έμμεσα (προωθημένους μέσα από διαφημίσεις και επαναλαμβανόμενες αναφορές), εμπορικούς σκοπούς. Ο ίδιος ο κυβερνοχώρος και η επαγγελματική ενασχόληση με αυτόν, αποτελεί μία ιδιαίτερα επικερδείς επιχείρηση.

Εικόνα 4.24: Διαδικτυακό Πολυκατάστημα



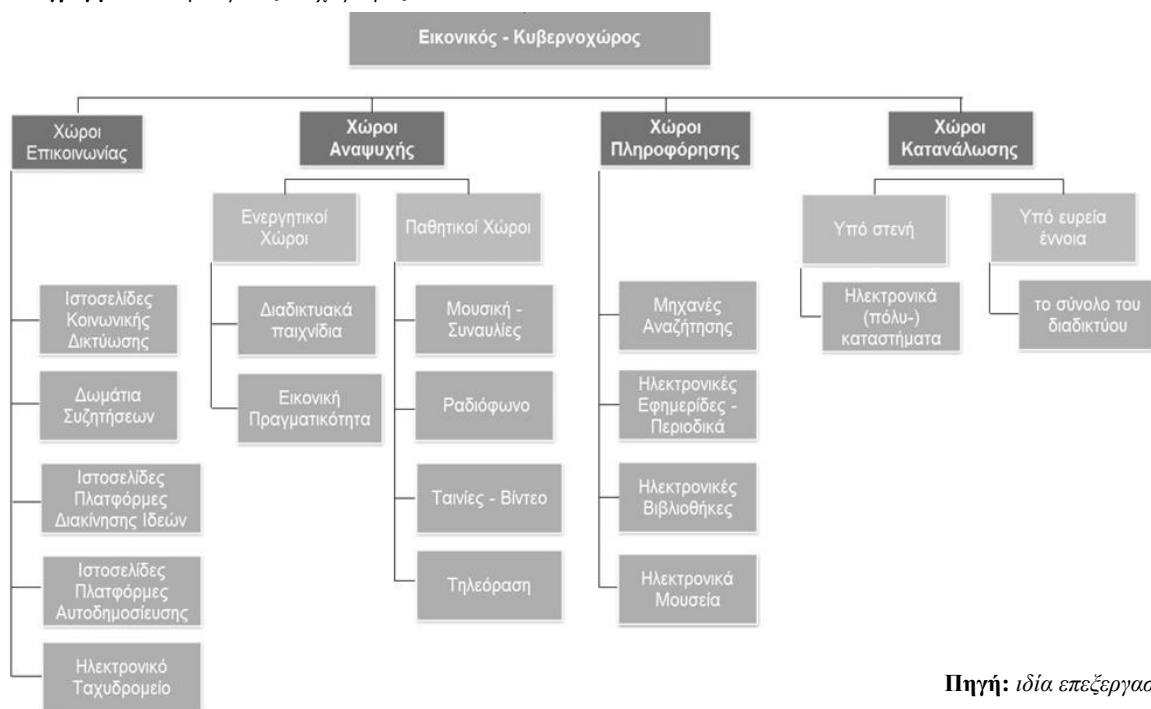
Πηγή: <http://www.ebay.gr/>

Ακολουθώντας μία πιο στενή έννοια ως χώρους προς κατανάλωση αντιλαμβανόμαστε τα ηλεκτρονικά (πολυ-)καταστήματα, τα οποία φτάνουν και ξεπερνούν σε αριθμό αυτά των πραγματικών πόλεων, διαθέτοντας εμπορεύματα και υπηρεσίες απαλλαγμένες από περιττά κόστη, που έχουν ως αποτέλεσμα την αύξηση της τιμής αυτών, και σε ποικιλία μεγαλύτερη από αυτή που δύναται να βρεθεί σε πολλές από τις ελληνικές και ξένες πόλεις (Εικόνα 4.24). Ταυτόχρονα, είναι ήδη αντιληπτό, πως ο σύγχρονος άνθρωπος δε μπορεί να συμβαδίσει απόλυτα με τους φρενήρεις ρυθμούς της καθημερινότητας επιχειρώντας ταυτόχρονα να καλύψει το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών του. Η ανάγκη βιοπορισμού, οι χαοτικές αποστάσεις, ο φόρτος εργασίας, και παράλληλα οι ανάγκες, πρωτεύουσες και δευτερεύουσες, αποτελούν παράγοντες που οδηγούν σε αναγκαστική δέσμευση του χρόνου ενός πολίτη των σύγχρονων πόλεων. Ως εκ τούτου, προέκυψε η ανάγκη δημιουργίας διαδικτυακών χώρων που θα είναι σε θέση να ικανοποιούν ένα ευρύτερο πλήθος επιθυμιών και αναγκών. Η συνεχώς αυξανόμενη προτίμηση των εικονικών αυτών χώρων έναντι των πραγματικών συμβάλλει διαρκώς στην εγκατάλειψη του δημοσίου χώρου, αφού πολύτιμες ευκαιρίες για αυθόρμητες και προγραμματισμένες πρόσωπο-με-πρόσωπο συναντήσεις χάνονται μαζί με ένα κομμάτι του ανθρώπινου δυναμικού του. Η κατανάλωση προκύπτει ως το μέσο για την ικανοποίηση προσδιορισμένων από την κοινωνία αναγκών, την επίδειξη της κοινωνικής θέσης, την

οικοδόμηση και ανακάλυψη της ατομικής ταυτότητας, την βίωση νέων εμπειριών και καλλιτεχνικών οραμάτων, και το διαδίκτυο αποτελεί το πεδίο όπου όλες αυτές οι καταναλωτικές πεποιθήσεις μπορεί να εκφραστούν (Lehdonvirta 2009). Κάποιες άλλωστε από τις πιο γνωστές και επιτυχημένες δράσεις των καταναλωτών που έπληξαν σημαντικά εμπορικούς οργανισμούς και εταιρείες, οργανώθηκαν και οδηγήθηκαν μέσα από το διαδίκτυο. Οι προβλέψεις του Scammell (2000) πριν από περίπου μία δεκαετία, πως το διαδίκτυο θα διευρύνει τις επιλογές και την πληροφόρηση του καταναλωτή, ενώ παράλληλα θα οδηγήσει στη δημιουργία ευκαιριών αναφορικά με την παγκόσμια ανταλλαγή και εμπόριο των ενδιαφερόμενων κοινοτήτων, την ψυχαγωγία και την κατανάλωση, έχουν σήμερα επαληθευτεί.

Οι διαδικτυακοί χώροι κατανάλωσης μπορούν εύκολα να τεθούν σε αντιστοιχία με τους χώρους Κατανάλωσης & προς Κατανάλωση του πραγματικού δημόσιου χώρου. Πρώτων εξυπηρετούν και οι δύο στους σύγχρονους ρυθμούς και απαιτήσεις της καθημερινότητας των κατοίκων των ανεπτυγμένων πόλεων, ενώ παράλληλα αποτελούν πεδίο έντονης εκμετάλλευσης, αν και παρατηρούνται ακόμα μεγάλες και επίμονες ανισότητες ως προς την κατανάλωση του διαδικτύου σε παγκόσμιο επίπεδο. Το γεγονός βέβαια αυτό δύναται να ερμηνευτεί ως το αποτέλεσμα προτιμήσεων αναφορικά με τους τρόπους επικοινωνίας, που σχετίζονται με το πολιτιστικό υπόβαθρο των χρηστών, καθώς και πολιτικών, οικονομικών ή τεχνικών παραγόντων που επηρεάζουν τόσο την κατανάλωση του διαδικτύου, όσο και των υπολοίπων «παραδοσιακών» μέσων μαζικής ενημέρωσης (εφημερίδες, τηλεόραση κτλ.) (Hermeking 2006).

Διάγραμμα 4.3: Εμπειρικός διαχωρισμός του διαδικτύου



Πηγή: *ιδία επεξεργασία*

5. Ζητήματα κλειδιά για την παραγωγή του Δημόσιου Χώρου - Διαδικτύου

Η παραγωγή του δημόσιου χώρου οφείλει να λαμβάνει υπόψη και να βασίζεται τόσο στις παρούσες ανάγκες του χρήστη, ενδυναμώνοντας αυτόν μέσα από το συμμετοχικό σχεδιασμό, όσο και στις μελλοντικά προβλεπόμενες ανάγκες, μέσα από ενέργειες που εξασφαλίζουν την ευκαμψία του σχεδιαστικού υποκειμένου σε πιθανές αλλαγές. Δημιουργείται λοιπόν το εξής ερώτημα:

- Ποιες είναι οι ανάγκες του χρήστη σε σχέση με το δημόσιο χώρο, ή
- Ποιες είναι οι δραστηριότητες στη διάρκεια της καθημερινότητάς του ατόμου, που επιθυμεί να τελέσει στο δημόσιο χώρο;

Παρόλο που συγκεκριμένη απάντηση δύναται να δοθεί μόνο μέσα από τη διεξαγωγή διαβουλεύσεων με τους άμεσα και έμμεσα ενδιαφερόμενους χρήστες του δημόσιου χώρου, πολλοί ερευνητές έχουν επιχειρήσει την πραγματοποίηση καταγραφής των συνήθως αντικειμενικά καθολικών αναγκών και δραστηριοτήτων των πολιτών των σύγχρονων ανεπτυγμένων πόλεων. Σύμφωνα με τον Jan Gehl (2011), οι πιθανές δραστηριότητες που ο δημόσιος χώρος στεγάζει μπορούν να ομαδοποιηθούν ως εξής:

1. Αναγκαίες δραστηριότητες
2. Επιλεκτικές δραστηριότητες
3. Κοινωνικές δραστηριότητες

Κάθε μία από τις ενταγμένες στην κάθε ομάδα δραστηριότητες, έχει διαφορετικές απαιτήσεις από το αστικό – υλικό περιβάλλον. Το γεγονός αυτό παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τον σχεδιαστή του δημόσιου χώρου, αφού ο χώρος έχει τη δύναμη είτε να υποβοηθά είτε να εμποδίζει κοινωνικές δραστηριότητες που έχουν ήδη εκδηλωθεί, χωρίς ωστόσο να είναι σε θέση να δημιουργήσει ανάλογες σχέσεις από μόνος του. Αποτελεί μέσα από τις ιδιότητες του αυτές, ταυτόχρονα κοινωνικό προϊόν και τόπο αναπαραγωγής κοινωνικών σχέσεων (Lefebvre, 2003). Πιο συγκεκριμένα:

Αναγκαίες δραστηριότητες

Οι συμμετέχοντες αυτών των δραστηριοτήτων δεν έχουν επιλογή ως προς την εκτέλεση τους ή μη. Αναφερόμαστε ουσιαστικά σε ενέργειες που έχουν σχέση με καθημερινές εργασίες, όπως τα ψώνια, η αναμονή για το λεωφορείο, η διαδρομή για το σχολείο ή τη δουλειά, καθώς και η πλειονότητα των δραστηριοτήτων παρόμοιου ύφους που αφορούν περπάτημα και μετάβαση από το ένα μέρος στο άλλο. Η συχνότητα των δραστηριοτήτων αυτών, εξαιτίας της αναγκαιότητας που χαρακτηρίζει τη φύση τους, ελάχιστα επηρεάζονται από το υλικό πλαίσιο του αστικού περιβάλλοντος και εκτελούνται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. (Gehl, 2011)

Επιλεκτικές δραστηριότητες

Η συμμετοχή στις δραστηριότητες αυτές εξαρτάται από την επιθυμία του χρήστη, την ευνοϊκότητα των εξωτερικών συνθηκών και την επάρκεια, μορφή του δημόσιου χώρου. Ως επιλεκτικές δραστηριότητες θεωρούνται ο περίπατος, η ανάπαυση ή στάση σε κάποιο σημείο του δημόσιου χώρου και η πλειονότητα των δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου [πολιτιστικές, τουριστικές, αθλητικές, αναψυχής (Δεφνερ 2006)]. Γίνεται κατανοητό λοιπόν πως για την εκτέλεση αυτών των δραστηριοτήτων απαιτείται ένα αποδοτικά σχεδιασμένο αστικό περιβάλλον, αφού η υλοποίηση τους είναι αλληλένδετη με το δημόσιο χώρο της πόλης. (Gehl, 2011)

Κοινωνικές δραστηριότητες

Οι δραστηριότητες αυτές προϋποθέτουν την ύπαρξη στον ίδιο χώρο περισσότερων του ενός ατόμου. Πρόκειται για δραστηριότητες που εδράζονται συνήθως στον αυθορμητισμό, αφού αποτελούν τη συνέπεια της συνύπαρξης στον ίδιο δημόσιο χώρο πλήθους ατόμων, ενώ δύναται να αποτελέσουν το «παρακλάδι» των δύο προαναφερθέντων κατηγοριών, μέσα από τις οποίες μπορεί ανά πάσα στιγμή να αναδυθούν, ως επακόλουθο του χαρακτήρα τους. Αναφερόμαστε δηλαδή σε δράσεις όπως οι συζητήσεις, οι κοινοτικές δραστηριότητες, το παιχνίδι, ακόμα και οι παθητικές επαφές (παρακολούθηση και ακοή άλλων άγνωστων χρηστών του δημόσιου χώρου). Και στην κατηγορία αυτή, ο φυσικός σχεδιασμός, ο σχεδιασμός δηλαδή του δημοσίου χώρου, χρήζει ιδιαίτερης σημασίας, αφού παρόλο που ο δημόσιος χώρος δεν έχει άμεση επιρροή αναφορικά με την ποιότητα, το περιεχόμενο και τη συχνότητα των κοινωνικών επαφών, ο σχεδιασμός αυτού καταφανώς επηρεάζει, αν όχι ελέγχει, τις πιθανότητες κοινωνικής διάδρασης των χρηστών. (Gehl, 2011)

Προκύπτει λοιπόν το ζήτημα της εύρεσης των στοιχείων εκείνων που ο σχεδιαστής του δημόσιου χώρου οφείλει να λαμβάνει υπόψη κατά το σχεδιασμό. Έχουν ειπωθεί διάφορες αρχές που πρέπει να τηρούνται κατά το σχεδιασμό του δημόσιου χώρου προκειμένου να βρεθεί λύση στο πρόβλημα της εγκατάλειψης. Επιχειρήθηκε μία συλλογή των πιο σημαντικών εξ αυτών (Carmona et al. 2003, Loukaitou 1996, Lynch 1981, Appleyard et al. 1987, Tibbalds 1988):

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------|
| 1) Προσβασιμότητα | 7) Προσαρμοστικότητα – ευκαμψία |
| 2) Προσπελασιμότητα | 8) Συνέχεια – ροή |
| 3) Ελκυστικότητα | 9) Αποδοτικότητα – βιωσιμότητα |
| 4) Ποικιλία χρήσεων/ δραστηριοτήτων | 10) Δικαιοσύνη |
| 5) Εγγύτητα | 11) Μίξη |
| 6) Ευαναγνωστικότητα του χώρου | 12) Μακροβιωσιμότητα |

13) Χαρακτήρας-ταυτότητα- διαφοροποίηση	χώρο (κατά τη διάρκεια της ημέρας και της νύχτας)
14) Διαδραστικότητα (ο χρήστης είναι σε θέση να κάνει αλλαγές, να αφήσει τη «σφραγίδα» του στο χώρο)	17) Συμμετοχικότητα στο σχεδιασμό
15) Επάρκεια - Οπτική, μορφολογική και χωρητική καταλληλότητα	18) Δημιουργία ενός ανθρωπογενούς περιβάλλοντος που θα προσδιορίζει το δημόσιο χώρο μέσα από τα κτήρια του, ως αντίθεση σε ένα περιβάλλον με κτήρια που απλώς καταλαμβάνουν τον χώρο.
16) Εξασφάλιση του αισθήματος της ασφάλειας κατά την παραμονή στο	

Η πλειονότητα των κριτηρίων αυτών λαμβάνεται επίσης υπόψη κατά το σχεδιασμό των διαδικτυακών ιστότοπων (Patkin 2003), γεγονός που υποδεικνύει την έντονη συνάφεια ανάμεσα στο δημόσιο χώρο και το διαδίκτυο και την όμοια αντιμετώπιση, τόσο του σχεδιαστή όσο και του χρήστη, απέναντι στις δύο αυτές φαινομενικά ασύνδετες μορφές του χώρου. Η συμπεριφορά του δημόσιου χώρου και του διαδικτύου παρουσιάζει ομοιότητες αφού και οι δύο χώροι καλούνται να καλύψουν παρόμοιες ανάγκες, αυτές της αναψυχής, της επικοινωνίας, της πληροφόρησης και της κατανάλωσης, προσφέροντας τα δικά τους διαφορετικά μέσα προκειμένου να επιτευχθεί η ικανοποίηση αυτών. Αυτό που μένει να εντοπιστεί είναι ο βαθμός στον οποίο η κάθε ανάγκη καλύπτεται στον κάθε χώρο.

Στο σημείο αυτό βέβαια πρέπει να ειπωθεί πως όπως δεν υπάρχει συγκεκριμένη «συνταγή» επιτυχίας στην παραγωγή του δημόσιου χώρου, έτσι δεν υπάρχει και στην παραγωγή των διαδικτυακών τόπων. Για τον λόγο αυτό, ο ενεργός σχεδιασμός είναι μία διαδικασία που πρέπει να στοχεύει στη συσχέτιση γενικών αρχών που διέπουν τον σχεδιασμό (όπως οι προαναφερθέντες), και συγκεκριμένων, πραγματικών καταστάσεων, λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες (χωρικές, κοινωνικές, μορφολογικές, πολιτιστικές) της εκάστοτε περιοχής μελέτης και του εκάστοτε πληθυσμού αναφοράς. Παράγοντες που αφορούν τις ανθρώπινες επιδόσεις, συμπεριφορές και επιθυμίες, καθώς και ζητήματα σχετικά με την αντιληπτική, αισθητική, εμπειρική ικανότητα και τη συμμετοχικότητα, πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά το σχεδιασμό και κατασκευή των ηλεκτρονικών ιστότοπων και συστημάτων (Patkin 2003), καθώς και του δημοσίου χώρου ομοίως. Τα πολεοδομικά ή διαδικτυακά σχήματα και μορφές που έχουν εφαρμοστεί με επιτυχία σε ένα μέρος δε σημαίνει απαραίτητα πως θα τύχουν της ίδιας επιτυχούς εφαρμογής σε ένα άλλο που χαρακτηρίζεται από διαφορετική κουλτούρα, πολιτισμό, τρόπο ζωής και σκέψης. Όσον αφορά το κομμάτι του πολεοδομικού σχεδιασμού τουλάχιστον, η αποτυχημένη αναπαραγωγή του επιτυχημένου παραδείγματος της

Βαρκελώνης σε άλλες χώρες και πόλεις, έχει αποτελέσει απόδειξη της διαπίστωσης αυτής, ενώ ταυτόχρονα, έχει εγείρει μία μεγάλη συζήτηση σχετικά με το χωρικό σχεδιασμό, συμπέρασμα της οποίας υπήρξε η άποψη της επιστροφής στην παράδοση και στην τοπική ταυτότητα, προκειμένου να επέλθει η επιβίωση μιας πόλης κάτω από την πίεση του διεθνούς ανταγωνισμού.

6. Μεθοδολογία έρευνας

6.1 Επιλογή Δείγματος και Διαδικασία

Η έρευνα βασίστηκε στην έμμεση παρατήρηση, κάνοντας χρήση ερωτηματολογίου υπό τη μορφή ερωτήσεων κλειστού τύπου (βλέπε Παράρτημα «Ερωτηματολόγιο Έρευνας»). Ως γεωγραφικό πεδίο της έρευνας επιλέχθηκαν οι πόλεις της Περιφερειακής Ενότητας Μαγνησίας, Βόλος και Νέα Ιωνία. Ο πληθυσμός αναφοράς της έρευνας αποτελείται από άτομα ηλικίας 15-24, ο οποίος για το επιλεγμένο γεωγραφικό πεδίο ανέρχεται στα 17.331 άτομα σύνολο (ΕΛ.ΣΤΑΤ. 2001). Πραγματοποιήσαμε μελέτη χαρακτηριστικών συνιστωσών του πληθυσμού Βόλου-Νέας Ιωνίας, αφού σύμφωνα με έρευνα του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας, η πλειονότητα των χρηστών του διαδικτύου βρίσκεται εντός των ορίων 15 – 24, και συνεπώς τα άτομα αυτών των ηλικιών έχουν την ικανότητα να απαντήσουν, αποτελούν δυνητικές χρήστες του χώρου μεγάλης διάρκειας, ενώ ταυτόχρονα δε συντρέχει κάποιος ιδιαίτερος λόγος να αποκρύψουν την αναζητούμενη πληροφορία. Προκειμένου να εξασφαλισθεί η πιστότητα, η λειτουργικότητα και η εγκυρότητα του ερωτηματολογίου και συνεπώς των αποτελεσμάτων της έρευνας, πραγματοποιήθηκε η εκτέλεση τριών πιλοτικών ερευνών σε άτομα ηλικίας του πληθυσμού αναφοράς. Η διανομή και συλλογή των ερωτηματολογίων βασίστηκε σε δύο μεθόδους:

1. Δόμηση και χρήση ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου απευθυνόμενο σε εξειδικευμένο και υψηλής μόρφωσης κοινό (φοιτητές και εργαζόμενοι / ηλικίες 19 – 24)
2. Συμπλήρωση έντυπων ερωτηματολογίων σε πολυσύχναστους δημόσιους χώρους του Βόλου (κυρίως Παραλία και Πάρκο Αγίου Κων/νου), με τη βοήθεια εξωτερικού συνεργάτη, απευθυνόμενο κυρίως σε μαθητές (ηλικίες 15 – 18)

Για τις ανάγκες της έρευνας υιοθετήθηκαν δύο υποθέσεις εργασίας:

Υπόθεση εργασίας 1: Η δημογραφική δομή του πληθυσμού Βόλου-Νέας Ιωνίας δεν παρουσιάζει σημαντικές μεταβολές (έλλειψη στοιχείων της τελευταίας απογραφής πληθυσμού)

Υπόθεση εργασίας 2: Το 86% του πληθυσμού αναφοράς κάνει χρήση του διαδικτύου (σύμφωνα με έρευνα του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας)

Προκειμένου να υπολογιστεί το μέγεθος του αναγκαίου για την έρευνα δείγματος, επιλέχθηκε Σφάλμα 3,4% και Διάστημα Εμπιστοσύνης 95%, και το ελάχιστο απαιτούμενο υπολογίστηκε στα 393 ερωτηματολόγια, σύμφωνα με τα ακόλουθα:

$$x = Z(c/100)^2 r(100-r)$$

$$n = N x / ((N-1)E^2 + x)$$

$$E = \text{Sqrt}[(N-n)x / n(N-1)]$$

Όπου,

N είναι ο πληθυσμός

E είναι το σφάλμα

r είναι το κλάσμα των απαντήσεων που μας ενδιαφέρει

Z(c/100) είναι η κρίσιμη τιμή για το c επίπεδο εμπιστοσύνης

(www.raosoft.com/samplesize.html)

Η έρευνα έλαβε τη μορφή στρωματοποιημένης δειγματοληψίας, είχε διάρκεια δύο εβδομάδων και η ημερομηνία εκκίνησης της ήταν η 19-5-2012, κατά την οποία συλλέχθηκαν 400 ερωτηματολόγια. Τα συλλεχθέντα δεδομένα υπέστησαν στατιστική επεξεργασία, προκειμένου να διεξαχθούν τα αναγκαία αποτελέσματα.

6.2 Επιλογή Μεταβλητών

Οι αναφερόμενες στο ερωτηματολόγιο ερωτήσεις και συνεπώς οι μεταβλητές, εξαρτημένες και ανεξάρτητες, που χρησιμοποιούνται στο στάδιο της ανάλυσης δεδομένων, εξήχθηκαν από την ανάπτυξη της προβληματικής και το θεωρητικό υπόβαθρο που παρουσιάστηκε στο πρώτο μέρος της έρευνας και αφορούν δεδομένα όπως οι ώρες χρήσεις διαδικτύου και δημόσιου χώρου, ο βαθμός κάλυψης της κάθε ανάγκης από διαδίκτυο και δημόσιο χώρο, ο βαθμός επισκεψιμότητας των αναφερόμενων στην τυπολογία στοιχείων του διαδικτύου και του δημόσιου χώρου, ο βαθμός στον οποίο τα χαρακτηριστικά του κάθε χώρου θεωρούνται σημαντικά από τους χρήστες, καθώς και μία αξιολόγηση των σημαντικότερων δημόσιων χώρων της πόλης του Βόλου.

Πιο συγκεκριμένα, το σύνολο των μελετώμενων μεταβλητών, συνοδευόμενο από την αιτιολόγηση επιλογής και χρησιμότητας, καθώς και τον τρόπο μέτρησης της κάθε μίας, παρουσιάζεται στον ακόλουθο Πίνακα 6.1:

Πίνακας 6.1: Εξαγμένες από τα ερωτηματολόγια μεταβλητές, αιτιολόγηση επιλογής και μονάδα μέτρησης αυτών

Μεταβλητές	Αιτιολόγηση επιλογής	Μονάδα μέτρησης μεταβλητής
Ωρες στο διαδίκτυο	Η μεταβλητή αυτή παρουσιάζει τις ώρες ενασχόλησης του χρήστη με το διαδίκτυο και συνεπώς είναι χρήσιμη, προκειμένου να εντοπίσουμε τα στοιχεία εκείνα στα οποία οι ώρες αυτές αφιερώνονται	Ωρες/ημέρα
Ωρες στο δημόσιο χώρο	Η μεταβλητή αυτή παρουσιάζει τις ώρες παραμονής του χρήστη στο δημόσιο χώρο και συνεπώς είναι χρήσιμη, προκειμένου να εντοπίσουμε τα σημεία εκείνα του δημόσιου χώρου στα οποία οι ώρες αυτές αφιερώνονται	
Αναψυχή στο διαδίκτυο Επικοινωνία - Κοινωνική διάδραση στο διαδίκτυο Πληροφόρηση - Ενημέρωση στο διαδίκτυο Κατανάλωση στο διαδίκτυο Αναψυχή στο δ.χ. Επικοινωνία - Κοινωνική διάδραση στο δ.χ. Πληροφόρηση - Ενημέρωση στο δ.χ.	Η αναψυχή, η επικοινωνία - κοινωνική διάδραση, η πληροφόρηση - ενημέρωση, η κατανάλωση, είναι ανάγκες που παραδοσιακά καλύπτει ο δημόσιος χώρος. Τις ίδιες ανάγκες ωστόσο είναι σε θέση να καλύψει τώρα ποια και το διαδίκτυο. Μελετώντας το βαθμό ικανοποίησης της κάθε ανάγκης στο διαδίκτυο και στο δημόσιο χώρο ξεχωριστά, αλλά και συγκριτικά, είμαστε σε θέση να αναδείξουμε την ύπαρξη ή όχι κάποιας σχέσης αντικατάστασης ή συμπληρωματικότητας ανάμεσα στους δύο χώρους.	βαθμολογία από το 1 έως το 5
Κατανάλωση στο δ.χ.		
Προσβασιμότητα (διαδ.) Ελκυστικότητα (διαδ.) Ποικιλία χρήσεων-δραστηριοτήτων (διαδ.) Ευαναγνωστικότητα (διαδ.) Διαδραστικότητα (διαδ.) Προσαρμοστικότητα (διαδ.) Συντήρηση (διαδ.) Αίσθημα ασφάλειας (διαδ.) Επάρκεια (διαδ.) Μορφή (διαδ.) Προσβασιμότητα (δ.χ.) Ελκυστικότητα (δ.χ.) Ποικιλία χρήσεων-δραστηριοτήτων (δ.χ.) Ευαναγνωστικότητα (δ.χ.) Διαδραστικότητα (δ.χ.)	Οι μεταβλητές αυτές επιχειρούν να φανερώσουν πόσο σημαντικό θεωρείται από τον χρήστη ένα χαρακτηριστικό του διαδικτύου σε σύγκριση με το αντίστοιχο χαρακτηριστικό του δημόσιου χώρου, προσφέροντας έτσι μία εικόνα ως προς τη σημαντικότητα του κάθε χαρακτηριστικού και του πώς αυτή διαφοροποιείται από τον πραγματικό δημόσιο χώρο σε σχέση με το δημόσιο χώρο του κυβερνοχώρου.	βαθμολογία από το 1 έως το 5

<p>Προσαρμοστικότητα (δ.χ.)</p> <p>Συντήρηση (δ.χ.)</p> <p>Αίσθημα ασφάλειας (δ.χ.)</p> <p>Επάρκεια (δ.χ.)</p> <p>Μορφή (δ.χ.)</p>		
<p>Δρόμος (μετακινήσεις, βόλτα)</p> <p>Πλατείες</p> <p>Πεζόδρομοι (βόλτα)</p> <p>Πάρκα – χώροι πρασίνου</p> <p>Προκουμαίες – Παραλιακό Μέτωπο Βόλου</p> <p>Ανοιχτοί η κλειστοί χώροι άθλησης (γήπεδα, γυμναστήρια, πισίνες κτλ)</p> <p>Παραλίες (θάλασσα)</p> <p>Καφετέριες</p> <p>Μπαρ</p> <p>Εστιατόρια</p> <p>Εμπορικά κέντρα - μαγαζιά</p> <p>Κινηματογράφος – θέατρο</p> <p>Μουσείο</p> <p>Βιβλιοθήκες</p>	<p>Οι μεταβλητές αυτές επιχειρούν να παρουσιάσουν το βαθμό χρήσης των αναφερόμενων σε κάθε μεταβλητή δημόσιων χώρων από τους πολίτες του Βόλου. Στόχος των μεταβλητών είναι να φανερώσουν τις προτιμήσεις των χρηστών αναφορικά με τη διάθεση των ωρών που διαθέτουν.</p>	<p>βαθμολογία από το 1 έως το 3</p>
<p>Ιστότοποι Κοινωνικής Δικτύωσης (π.χ. facebook κτλ)</p> <p>Τηλεφωνία – Βιντεοκλήσεις (π.χ. msn, skype)</p> <p>Δωμάτια Συζητήσεων</p> <p>Ιστοσελίδες πλατφόρμες διακίνησης ιδεών (Forums)</p> <p>Ιστοσελίδες πλατφόρμες αυτοδημοσίευσης (Blogspots)</p> <p>Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail)</p> <p>Μηχανές αναζήτησης (π.χ. google, yahoo)</p> <p>Ηλεκτρονικά Μουσεία</p> <p>Ηλεκτρονικές Βιβλιοθήκες</p> <p>Ηλεκτρονικές Εφημερίδες/Περιοδικά</p> <p>Ηλεκτρονικές αγορές</p> <p>Διαδικτυακά παιχνίδια</p> <p>Μουσική – Ραδιόφωνο μέσω διαδικτύου</p> <p>Ταινίες - Βίντεο – Τηλεόραση μέσω διαδικτύου</p>	<p>Οι μεταβλητές αυτές επιχειρούν να παρουσιάσουν το βαθμό χρησιμοποίησης των αναφερόμενων σε κάθε μεταβλητή στοιχείων του διαδικτύου από τους πολίτες του Βόλου. Στόχος των μεταβλητών είναι να φανερώσουν τις προτιμήσεις των χρηστών αναφορικά με τη διάθεση των ωρών που διαθέτουν.</p>	<p>βαθμολογία από το 1 έως το 3</p>

Πηγή: *ιδία επεξεργασία*

6.3 Ανάλυση Δεδομένων

Κατά την ανάλυση των δεδομένων κρίθηκε απαραίτητο να αφαιρεθούν 15 ερωτηματολόγια από το δείγμα, εξαιτίας της παράληψης παροχής απάντησης σε ορισμένες ερωτήσεις από τον ερωτώμενο έτσι ώστε να αποφευχθεί η ύπαρξη «χαμένων τιμών» («missing values») και συνεπώς κυμαινόμενου δείγματος και σφάλματος. Τα μοναδικά δεδομένα στα οποία υπήρξαν «χαμένες τιμές» αλλά διατηρήθηκαν, εντοπίστηκαν στην ερώτηση περί αξιολόγησης βασικών δημόσιων χώρων της πόλης του Βόλου, όπου ήταν δυνατή η απάντηση «δεν ξέρω/δεν απαντώ». Στις περιπτώσεις αυτές η αναγωγή της μέσης τιμής πραγματοποιήθηκε δίνοντας σε αυτή την επιλογή απάντησης την τιμή μηδέν (0) και συνεπώς αφαιρώντας την από το δείγμα, το οποίο διαφοροποιείται ανά δημόσιο χώρο και κυμαίνεται από τα 233 έως τα 385 άτομα. Σε κάθε περίπτωση το σφάλμα του δείγματος για τα συγκεκριμένα δεδομένα κυμαίνεται από το 3,43% έως το 4,43%.

Για την αποτελεσματικότερη παρουσίαση των αποτελεσμάτων πραγματοποιήθηκε αριθμητική κωδικοποίηση των ποιοτικών δεδομένων και μετατροπή τους σε ποσοτικών. Έπειτα, κάνοντας χρήση των εργαλείων της περιγραφικής στατιστικής, πραγματοποιήθηκε έλεγχος των δεδομένων μέσα από τον υπολογισμό της διασποράς και του συντελεστή μεταβλητότητας, και επιτελέστηκε η εύρεση και χρήση της μέσης τιμής των δεδομένων, των οποίων οι απαντήσεις στα ερωτήματα του ερωτηματολογίου βασίστηκαν σε κλίμακα πέντε ή τριών σημείων.

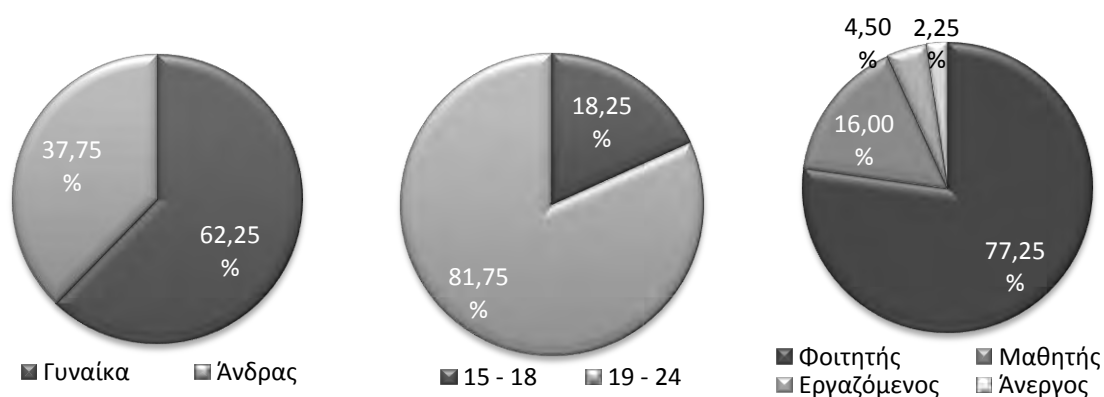
Για την ανάλυση των συλλεχθέντων δεδομένων, επιλέχθηκαν τα προγράμματα «Microsoft Excel 2010» και «IBM SPSS Statistics 20». Η απεικόνιση των αποτελεσμάτων στηρίχθηκε στην εξαγωγή διαγραμμάτων και γραφημάτων εξ' αυτών.

7. Αποτελέσματα

7.1 Σύσταση Δείγματος

Το 62% περίπου του δείγματος αποτελείται από θήλεις, ενώ το υπόλοιπο 38% από άρρενες. Ταυτόχρονα, το 82% του δείγματος συγκροτείται από ηλικίες 19-24 ετών, και το εναπομείναντα 18% από ηλικίες 15-18 ετών. Όσον αφορά τον τομέα απασχόλησης του καθενός, το 77% του δείγματος καταλαμβάνουν μέλη της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, δηλαδή οι φοιτητές σχολών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας της πόλης του Βόλου (με φθίνουσα σειρά, Πολυτεχνική, Ανθρωπιστικών Επιστημών, Οικονομικών Επιστημών και Γεωπονικών Επιστημών), το 16% άτομα της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, μέλη της μαθητικής-λυκειακής κοινότητας, το 5% αποτελείται από εργαζόμενους απόφοιτους της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και τέλος, το 2% από άνεργους απόφοιτους της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (Γράφημα 7.1).

Γράφημα 7.1: Σύσταση του δείγματος κατά φύλο, ηλικία, απασχόληση



Πηγή: ίδια επεξεργασία

Παρατηρείται ανισοκατανομή του πληθυσμού μέσα στο δείγμα μας, τόσο από άποψη φύλου, όσο και ηλικίας και ασχολίας:

1. Το ζήτημα ηλικίας-ασχολίας εξηγείται από τη χρονική περίοδο διεξαγωγής της έρευνας που συνέπεσε με την περίοδο διεξαγωγής των πανελλαδικών εξετάσεων, δυσχεραίνοντας σημαντικά την εύρεση ατόμων ηλικίας 15-18, δηλαδή μαθητών του λυκείου. Επίσης, οι εργαζόμενοι φοιτητές κατατάχθηκαν στην κατηγορία των φοιτητών αφού θεωρήθηκε πως αυτή είναι η ιδιότητα τους που υπερισχύει. Τέλος, το μικρό ποσοστό εργαζομένων οφείλεται στο γεγονός πως η πλειονότητα του πληθυσμού ηλικίας 19-24 χαρακτηρίζεται από την ιδιότητα του φοιτητή, καθώς και στις ώρες της ημέρας κατά τις οποίες διεξήχθη η έρευνα, που αποτέλεσαν κυρίως πρωινές, μεσημεριανές και απογευματινές, οι οποίες δε συμπίπτουν με τις ώρες ελεύθερου χρόνου ενός εργαζόμενου ατόμου.

2. Το ζήτημα του φύλου οφείλεται στο γεγονός πως κατά την επιτόπια συμπλήρωση των ερωτηματολογίων βρέθηκαν περισσότερες γυναίκες, ενώ παρατηρήθηκε πως απάντησαν πιο εύκολα από τους άνδρες, τόσο στο έντυπο όσο και στο ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο.

7.2 Περιγραφική Στατιστική επεξεργασία δεδομένων

7.2.1 Αξιολόγηση δημόσιου χώρου

Σκόπιμη κρίνεται η παρουσίαση της κατάστασης στην οποία βρίσκεται ο δημόσιος χώρος της περιοχής αναφοράς της έρευνας, όπως αυτή γίνεται αντιληπτή από τους χρήστες του. Η χρησιμότητα της αξιολόγησης αυτής του δημόσιου χώρου του Βόλου, έγκειται στην αναγνώριση του χώρου στον οποίο διεξάγεται η έρευνα. Ταυτόχρονα, σε ένα δεύτερο επίπεδο, από τη στιγμή που η έρευνα απευθύνεται σε πολίτες του Βόλου, είναι σε θέση να συμβάλλει στην εξήγηση της όποιας αντικατάστασης του δημοσίου χώρου από το διαδίκτυο. Σε μια απόπειρα, λοιπόν, αξιολόγησης του γεωγραφικού πεδίου της έρευνας επιλέχθηκαν οι σημαντικότεροι σύμφωνα με κριτήρια χωρικά, μεγέθους, μοναδικότητας και επισκεψιμότητας (παραμονή και προσπέλαση του χώρου), από διάφορες κοινωνικές ομάδες, δημόσιοι χώροι της πόλης (βλέπε Παράρτημα «Χάρτης πόλης Βόλου»). Παράλληλα, πραγματοποιήθηκε κατηγοριοποίηση των χώρων αυτών σύμφωνα με τον εμπειρικό και λειτουργικό διαχωρισμό των δημόσιων χώρων που παρουσιάστηκε κατά την ανάλυση της προβληματικής, προκειμένου να επιτευχθεί η καλύτερη δυνατή κατανόηση των χαρακτηριστικών και της φύσης τους (Πίνακας 7.1)¹². Μετέπειτα, διεξήχθη αξιολόγηση των χώρων, ως προς το βαθμό στον οποίο οι χρήστες είναι ικανοποιημένοι από αυτούς, σύμφωνα με την κλίμακα Likert (1=καθόλου, 2 = Λίγο, 3 = Μέτρια, 4 = Πολύ, 5 = Πάρα πολύ).

Πίνακας 7.1: Κατηγοριοποίηση των σημαντικότερων δημόσιων χώρων της πόλης του Βόλου

	Κατηγορίες του Δημόσιου Χώρου	Περιοχές Βόλου
Εμπειρικός Διαχωρισμός	Παραμελημένοι	Περιοχή Πάρκου Ρήγα Φεραίου - ΟΣΕ, Πάρκο Αγίου Κωνσταντίνου, Καπναποθήκη Ματσάγγου
	Αναξιοποίητοι	Επιβατικός Λιμένας, Πλατεία Πανεπιστημίου, Πεδίον του Άρεως, Πλατεία Ελευθερίας
	24-ωροι	Περιοχή Αγίου Νικολάου
	Υποβαθμισμένοι/Επικίνδυνοι	Περιοχή Πάρκου Ρήγα Φεραίου - ΟΣΕ
	Διαχωρισμένοι/Ελεγχόμενοι	Αρχαιολογικό Μουσείο
	Δημόσιας Διεκδίκησης	Παραλία, Περιοχή Αγίου Νικολάου, Αλευρόμυλοι Λούλη (Village), Πολυχώρος Τσαλαπάτα
	Με ιδιαίτερα Πολιτιστικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά	Κυλικείο σχολών, Καπναποθήκη Ματσάγγου, Πεδίον του Άρεως, Πάρκο Ανάβρου

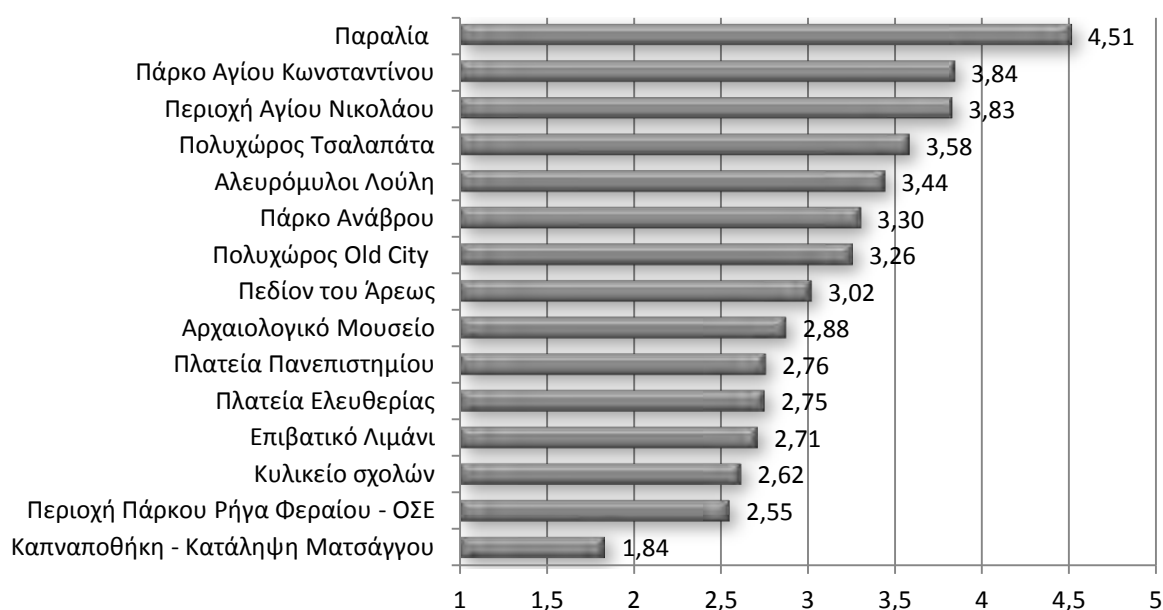
¹² Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφερθεί πως κάποιοι από τους αναφερόμενους δημόσιους χώρους εντάσσονται σε παραπάνω από μία κατηγορία εξαιτίας των χαρακτηριστικών τους.

	Εξαρτημένοι	-
	Ιδιωτικοποιημένοι	-
	Κατανάλωσης & προς Κατανάλωση	Πολυχώρος Old City, Αλευρόμυλοι Λούλη (Village)
	Αντίγραφα	Αλευρόμυλοι Λούλη (Village)
	Τρομακτικοί	-
Λειτουργικός Διαχωρισμός	Κλειστοί	Αρχαιολογικό Μουσείο, Κυλικείο σχολών, Καπναποθήκη Ματσάγγου, Αλευρόμυλοι Λούλη (Village), Πολυχώρος Old City, Πολυχώρος Τσαλαπάτα, Πεδίον του Άρεως, Περιοχή Αγίου Νικολάου
	Υπαίθριοι	Πλατεία Ελευθερίας, Πλατεία Πανεπιστημίου, Πάρκο Ανάβρου, Πάρκο Αγίου Κωνσταντίνου, Παραλία, Επιβατικό Λιμάνι, Περιοχή Πάρκου Ρήγα Φεραίου - ΟΣΕ, Πεδίον του Άρεως
	Ημι-υπαίθριοι	Περιοχή Αγίου Νικολάου, Πολυχώρος Old City, Αλευρόμυλοι Λούλη (Village)

Πηγή: *ιδία επεξεργασία*

Η συνολική συλλογική βαθμολόγηση των χώρων αναφοράς ανέρχεται στις 3,1 μονάδες, γεγονός που οδηγεί στο συμπέρασμα πως οι χρήστες του δημόσιου χώρου της πόλης του Βόλου είναι μέτρια ικανοποιημένοι από αυτούς. Οι περιοχές που παρουσιάζουν το μεγαλύτερο βαθμό ικανοποίησης είναι οι παραθαλάσσιες περιοχές της πόλης, όπως το κυρίως παραλιακό μέτωπο, το οποίο αποτελεί ένα χώρο δημόσιας διεκδίκησης, με δυναμικά παρούσες χρήσεις που αφορούν την εστίαση και την αναψυχή, και το πάρκο του Αγίου Κωνσταντίνου, χώρος παραμελημένος, που ωστόσο αποτελεί έναν από τους ελάχιστους χώρους όπου το πράσινο στοιχείο διατηρείται έντονο (Γράφημα 7.2). Ομοίως με την περιοχή της Παραλίας, η περιοχή του Αγίου Νικολάου προσομοιάζει στα χαρακτηριστικά χρήσεων και απαιτήσεων - από την πλευρά των χρηστών του χώρου - γης.

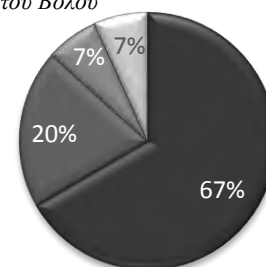
Γράφημα 7.2: Φθίνουσα κατάταξη – αξιολόγηση των σημαντικότερων δημόσιων χώρων της πόλης του Βόλου



Πηγή: *ιδία επεξεργασία*

Σημαντικό είναι το γεγονός πως δεν εμφανίζεται κάποιος χώρος από τους οποίους οι χρήστες να είναι καθόλου ικανοποιημένοι, ενώ μόνο ένας είναι αυτός από τον οποίο είναι λίγο ικανοποιημένοι, αυτός της Καπναποθήκης – Κατάληψης Ματσάγγου, ένας χώρος παραμελημένος και με ιδιαίτερα πολιτιστικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά. Η πλειονότητα βέβαια των αναφερόμενων δημόσιων χώρων παρέχει έναν μέτριο βαθμό ικανοποίησης (Γράφημα 7.3). Σημαντική διαπίστωση είναι πως οι περισσότεροι χώροι που παρουσιάζουν έναν άνω του μετρίου και κλίνουσο προς το πολύ (>3,5), βαθμό ικανοποίησης, είναι χώροι που έχουν τα χαρακτηριστικά των χώρων δημόσιας διεκδίκησης, ενώ αυτοί που παρουσιάζουν ένα βαθμό ικανοποίησης κάτω του μετρίου (<3,0) εντάσσονται στους αναξιοποίητους και παραμελημένους χώρους.

Γράφημα 7.3: Συγκεντρωτικά ποσοστά παρεχόμενου βαθμού ικανοποίησης δημόσιου χώρου του Βόλου



■ Μέτρια ■ Πολύ ■ Λίγο ■ Πάρα Πολύ

Πηγή: *ιδία επεξεργασία*

Στον Πίνακα 7.2 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα αναλυτικά ποσοστά των απαντήσεων συνοδευόμενα από τη μέση τιμή (\bar{x}) και τα μέτρα μεταβλητότητας τυπική απόκλιση (St. Dev.), διασπορά (var), και συντελεστής μεταβλητότητας (cov).

Πίνακας 7.2: Δημόσιος χώρος του Βόλου – Αναλυτικά ποσοστά απαντήσεων, μέσες τιμές και μέτρα μεταβλητότητας

Δημόσιοι Χώροι	1	2	3	4	5	Δεν ξέρω/Δεν απαντώ	\bar{x}	St. Dev.	var	cov
Πεδίον του Άρεως	8.00%	13.00%	32.00%	20.25%	4.50%	22.25%	3,02	1,04	1,07	34%
Πολυχώρος Τσαλαπάτα	3.00%	8.50%	21.75%	38.75%	12.50%	15.50%	3,58	0,98	0,96	27%
Πολυχώρος Old City	6.50%	13.00%	33.50%	30.50%	9.75%	6.75%	3,26	1,05	1,10	32%
Αλευρόμυλοι Λούλη (Village)	6.25%	8.25%	27.75%	28.75%	14.00%	15.00%	3,44	1,10	1,21	32%
Περιοχή Πάρκου Ρήγα Φεραίου - ΟΣΕ	12.75%	28.00%	25.25%	11.00%	3.25%	19.75%	2,55	1,04	1,09	41%
Επιβατικό Λιμάνι	11.00%	25.25%	32.75%	14.00%	3.50%	13.50%	2,71	1,02	1,04	38%
Παραλιακό Μέτωπο	1.00%	3.75%	19.00%	41.25%	32.00%	3.00%	4,51	0,88	0,77	19%
Πάρκο Αγίου Κωνσταντίνου	1.25%	7.00%	22.75%	40.50%	23.75%	4.75%	3,84	0,93	0,87	24%
Πάρκο Ανάβρου	4.50%	13.50%	27.00%	25.25%	11.00%	18.75%	3,30	1,07	1,15	32%
Πλατεία Πανεπιστημίου	15.50%	18.50%	32.00%	15.50%	5.75%	12.75%	2,76	1,14	1,30	41%
Καπναποθήκη Ματσάγγου	45.00%	16.25%	10.75%	5.25%	3.25%	19.50%	1,84	1,14	1,29	62%
Πλατεία Ελευθερίας	12.50%	24.75%	32.25%	19.75%	3.50%	7.25%	2,75	1,05	1,11	38%
Περιοχή Αγίου Νικολάου	2.00%	5.75%	24.25%	41.50%	23.25%	3.25%	3,83	0,94	0,88	25%
Αρχαιολογικό Μουσείο	11.50%	8.75%	18.50%	14.50%	5.00%	41.75%	2,88	1,23	1,52	43%
Κυλικείο σχολών	19.25%	21.00%	30.75%	13.75%	5.00%	10.25%	2,62	1,15	1,31	44%

Πηγή: *ιδία επεξεργασία*

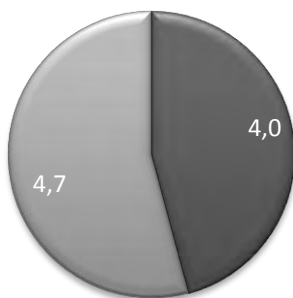
Τη μικρότερη διασπορά και μεταβλητότητα παρουσιάζουν οι σχετικές με τους δημόσιους χώρους του Βόλου μεταβλητές Παραλιακό Μέτωπο, Πάρκο Αγίου Κωνσταντίνου και

Περιοχή Αγίου Νικολάου. Γενικά, όσο πιο κοντά στην τιμή μηδέν (0) βρίσκεται η διασπορά, τόσο πιο αντιπροσωπευτική θεωρείται η εξαγόμενη από τη συγκεκριμένη μεταβλητή μέση τιμή. Ομοίως, όσο μικρότερο το ποσοστό μεταβλητότητας μίας μεταβλητής σε σχέση με μία άλλη, τόσο πιο μικρός ο βαθμός στον οποίο η πρώτη ποικίλει από την δεύτερη σε σύγκριση με τις μέσες τιμές τους, πάνω στις οποίες έχει στηριχθεί η ανάλυση μας.

7.2.2 Βαθμός αντικατάστασης του δημόσιου χώρου από τον κυβερνοχώρο

Σύγκριση ωρών χρήσης διαδικτύου – δημόσιου χώρου

Γράφημα 7.4: Ώρες αφιέρωσης του μέσου χρήστη στο δημόσιο χώρο και στο διαδίκτυο



■ Διαδίκτυο ■ Δημόσιος χώρος

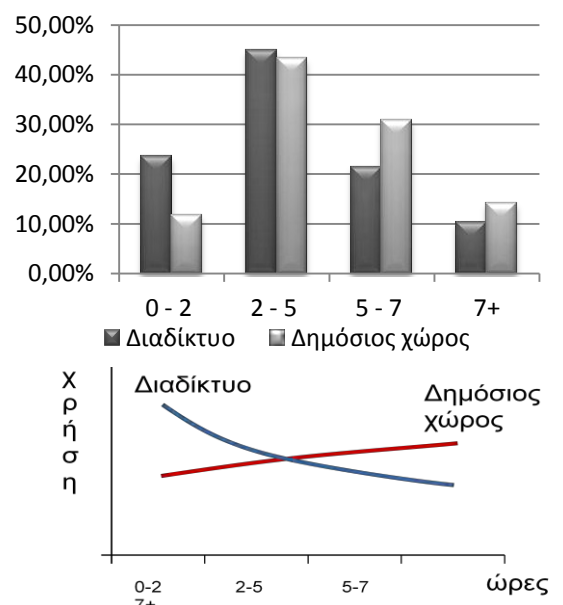
Πηγή: *ιδία επεξεργασία*

Προκειμένου να βρούμε τις ώρες που ο χρήστης αφιερώνει στο δημόσιο χώρο και στο διαδίκτυο επιλέχθηκαν τέσσερις κατηγορίες ωρών στις οποίες ζητήθηκε από τους ερωτώμενους να εντάξουν τον εαυτό τους (0-2, 2-5, 5-7, 7+ ώρες/ημέρα). Σύμφωνα λοιπόν με τα δεδομένα αυτά διαπιστώθηκε πως ο μέσος χρήστης αφιερώνει περίπου 4,7 ώρες στο δημόσιο χώρο και 4 στο διαδίκτυο ανά ημέρα, δημιουργώντας έτσι μία αναλογία που εκφράζει πως οι ώρες που αφιερώνει κάποιος στο διαδίκτυο ανά ημέρα ισούνται με το 85% των ωρών που, ο ίδιος χρήστης, αφιερώνει στο δημόσιο χώρο ανά ημέρα (Γράφημα 7.4):

$\text{Διαδίκτυο} = 0,85 \text{ ώρες/ημέρα στο δημόσιο χώρο}$

Παρατηρείται πως όσο πιο λίγες είναι οι διαθέσιμες ώρες, τόσο περισσότερο το διαδίκτυο υπερισχύει του δημόσιου χώρου, ενώ όσο οι ώρες αυξάνουν, τόσο περισσότερο προτιμάται ο δημόσιος χώρος έναντι του διαδικτύου (Γράφημα 7.5). Το αποτέλεσμα αυτό είναι απόλυτα λογικό, αφού όταν ο χρόνος είναι περιορισμένος, τότε η ευχρηστία που η άμεση προσβασιμότητα στο διαδίκτυο προσφέρει, καθιστά τον κυβερνοχώρο κατάλληλο για την κάλυψη των αναγκών του χρήστη.

Γράφημα 7.5: Συγκριτική αναπαράσταση αφιέρωσης ωρών στο δημόσιο χώρο και στο διαδίκτυο ανά ομάδα ωρών

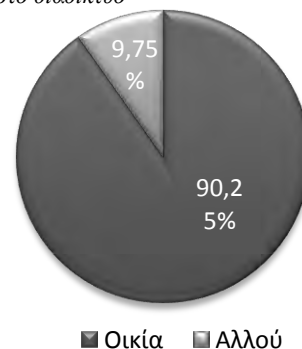


Πηγή: *ιδία επεξεργασία*

Συνδεσιμότητα – Διαθεσιμότητα διαδικτύου

Ένα από τα ζητήματα που κρίθηκε κρίσιμο να δοθεί απάντηση προκειμένου να συντελέσει στην εξήγηση της συμπεριφοράς των χρηστών του κυβερνοχώρου είναι αυτό της μεθόδου πρόσβασης στο διαδίκτυο. Παρατηρήθηκε λοιπόν πως η πλειονότητα του δείγματος διαθέτει και πραγματοποιεί διαδικτυακή σύνδεση στην οικία του, ενώ μόνο το 10% είτε δε διαθέτει ατομική σύνδεση, είτε διαθέτει αλλά επιλέγει ή αναγκάζεται να συνδεθεί από άλλους χώρους εξαιρουμένης της οικίας (Γράφημα 7.6). Οι χώροι αυτοί είναι με φθίνουσα σειρά προτίμησης, οι χώροι εκπαίδευσης (σχολεία, πανεπιστήμια) (3,25%), ο χώρος εργασίας (3,00%), η ασύρματη δωρεάν σύνδεση σε κάποιο δημόσιο χώρο (2,25%), η οικία φίλων ή συγγενών (0,75%) και το Ίντερνετ καφέ (0,50%). Το 90% λοιπόν του δείγματος μας διαθέτει άμεση, 24-ωρη και σταθερή πρόσβαση στο διαδίκτυο. Έχει δηλαδή τη δυνατότητα ανά πάσα στιγμή της ημέρας να επιδοθεί σε σχετικές με την αναψυχή, την κοινωνική διάδραση, την ενημέρωση και την κατανάλωση ενέργειες, χωρίς την απαίτηση της μετακίνησης και της προετοιμασίας που επιβάλλεται για την τέλεση αυτών στο δημόσιο χώρο των πόλεων.

Γράφημα 7.6: Τοποθεσία σύνδεσης στο διαδίκτυο

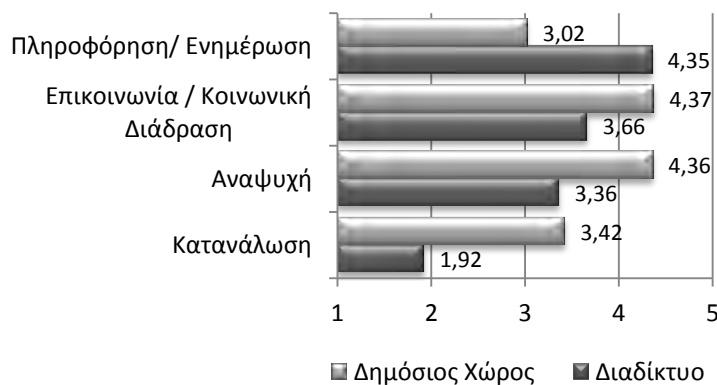


Πηγή: ίδια επεξεργασία

Κάλυψη αναγκών διαδικτύου – δημόσιος χώρος

Κατά τη διάρκεια διεξαγωγής της παρούσας έρευνας επιχειρήθηκε ο εντοπισμός του βαθμού στον οποίο οι βασικές ανάγκες του πολίτη των σύγχρονων πόλεων, πληροφόρηση/ ενημέρωση, επικοινωνία/ κοινωνική διάδραση, αναψυχή και κατανάλωση, ικανοποιούνται τόσο στο δημόσιο χώρο, όσο και στο διαδίκτυο, προκειμένου να εντοπιστούν οι πιθανότητες είτε ύπαρξης κάποιας μορφής αντικατάστασης του πρώτου από το δεύτερο, είτε το δεύτερο να δρα συμπληρωματικά ως προς το πρώτο. Παρατηρήθηκε, λοιπόν, πως οι χρήστες του χώρου στρέφονται στο διαδίκτυο, θεωρώντας το πρωτίστως, ως ένα χώρο καταλληλο, προκειμένου να ικανοποιήσουν την ανάγκη τους για πληροφόρηση και ενημέρωση, κάτι για το οποίο ο δημόσιος χώρος κρίνεται ελλειπής και μέτρια

Γράφημα 7.7: Συγκριτική αναπαράσταση βαθμού κάλυψης αναγκών σε δημόσιο χώρο και διαδίκτυο

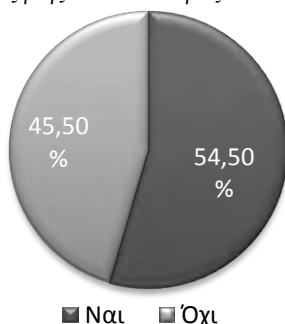


Πηγή: ίδια επεξεργασία

ικανοποιητικός (Γράφημα 7.7), αφού οι μοναδικές δυνατότητες που προσφέρει για πληροφόρηση είναι, πέρα από τις δημοτικές βιβλιοθήκες με όλες τις δυσχερσίες και ελλείψεις που αυτές συχνά παρουσιάζουν, οι αφίσες που βασίζονται συνηθέστερα σε ιδιωτική πρωτοβουλία η οποία αποσκοπεί σε αποκόμιση προσωπικού οφέλους, οι ενημερωτικές επιγραφές, πινακίδες και τα περίπτερα πληροφόρησης που βασίζονται σε δημοτικές πρωτοβουλίες, η τυχαία συνάντηση με κάποια διαδήλωση, και η πρόσωπο-με-πρόσωπο ενημέρωση από κάποιον φιλικά προσκείμενο χρήστη. Εν αντιθέση, οι δυνατότητες που το διαδίκτυο προσφέρει μέσα από τους χώρους ενημέρωσης που έχουμε ήδη αναλύσει (ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες, μουσεία, εφημερήδες/ περιοδικά, και μηχανές αναζήτησης ως οι σημαντικότεροι εξ' αυτών), καθώς και η δυνατότητες της εύκολης, άμεσης πρόσβασης που αυξάνουν την αποτελεσματικότητα και την αποδοτικότητα της εργασίας στην οποία αποσκοπεί ο χρήστης, μέσα κυρίως από τη μείωση του χρόνου που απαιτείται για την κάλυψη της ανάγκης του αυτής, καθιστούν τον κυβερνοχώρο ιδιαίτερα προσφιλή και ελκυστικό.

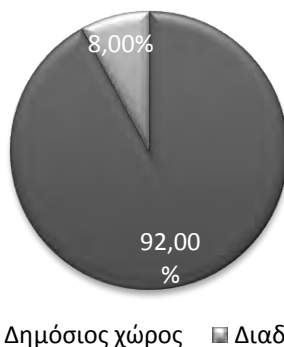
Εξετάζοντας τις υπόλοιπες τρεις ανθρώπινες ανάγκες που επιλέχθηκαν ως αντικείμενο μελέτης, διαπιστώθηκε πως ο δημόσιος χώρος εξακολουθεί να προτιμάται έναντι του διαδικτύου για την κάλυψη αυτών. Πιο συγκεκριμένα:

Γράφημα 7.8: Συμβολή διαδικτύου στην ανάπτυξη της κοινωνικότητας



Πηγή: ίδια επεξεργασία

Γράφημα 7.9: Πεδίο κυρίως ανάπτυξης κοινωνικών σχέσεων



Πηγή: ίδια επεξεργασία

Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία η κοινωνική διάδραση είναι μία από τις βασικές λειτουργίες που το διαδίκτυο εξυπηρετεί και ταυτόχρονα, η θεμελιώδης λειτουργία που ο δημόσιος χώρος καλείται να καλύψει. Σύμφωνα λοιπόν με τα αποτελέσματα της έρευνας το 55% περίπου του δείγματος θεωρεί πως το διαδίκτυο έχει πραγματοποιήσει θετική συμβολή στην ανάπτυξη της κοινωνικότητας του (Γράφημα 7.8). Ωστόσο, το 92% στηρίζει πως οι κοινωνικές του σχέσεις εξακολουθούν να αναπτύσσονται περισσότερο στο δημόσιο χώρο και μόνο το 8% πιστεύει πως αναπτύσσονται περισσότερο στο διαδίκτυο (Γράφημα 7.9). Τα δεδομένα αυτά οδηγούν στο συμπέρασμα πως ο κυβερνοχώρος, τουλάχιστον στη μελετώμενη περίπτωση, δρα συμπληρωματικά ως προς το δημόσιο χώρο, υποβοηθώντας την ανάπτυξη κοινωνικών σχέσεων, οι οποίες όμως εξελίσσονται και ενισχύονται κατά κύριο λόγο στο δημόσιο χώρο. Παρατηρείται ωστόσο πως αν και η ανάγκη της επικοινωνίας ικανοποιείται σε μικρότερο βαθμό

στο διαδίκτυο συγκριτικά με το δημόσιο χώρο, ο βαθμός αυτός δεν είναι μικρός αφού ανέρχεται περίπου στις 3,7 μονάδες της κλίμακας Likert, πλησιάζοντας δηλαδή το βαθμό ικανοποίησης που έχουμε θέσει ως «πολύ», με τη διαφορά του από το δημόσιο χώρο να ανέρχεται στις 0,7 μονάδες, η οποία αποτελεί ταυτόχρονα τη μικρότερη διαφορά ανάμεσα στους βαθμούς των δύο χώρων, αφού όλες οι υπόλοιπες ισούνται με ή ξεπερνάνε τη μονάδα (Γράφημα 7.7).

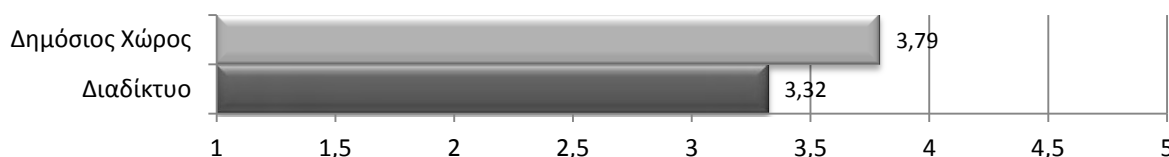
Όσον αφορά τον τομέα της αναψυχής οι ευκαιρίες που προσφέρει το διαδίκτυο μέσα από τους ενεργητικούς και παθητικούς χώρους αναψυχής, δεν είναι αρκετοί ώστε να υπερκαλύψουν της δυνατότητες του δημόσιου χώρου. Το γεγονός αυτό μπορεί να οφείλεται στην ταύτιση της αναψυχής στην Ελλάδα, με την καφεστίαση και τις δραστηριότητες νυχτερινής διασκέδασης, που δε δύναται να αντικατασταθούν από το διαδίκτυο. Έτσι λοιπόν, έχουμε το διαδίκτυο να εμφανίζει ένα λίγο άνω του «μετρίου» βαθμό ικανοποίησης και το δημόσιο χώρο να υπερτερεί με βαθμό λίγο άνω του «πολύ», με τη διαφορά ανάμεσα στους δύο χώρους να αυξάνεται σε σύγκριση με την κάλυψη της ανάγκης για επικοινωνία, και να ισούται με τη μονάδα (Γράφημα 7.7). Συμπεραίνουμε λοιπόν πως ο κυβερνοχώρος δρα επίσης συμπληρωματικά στο δημόσιο χώρο ως προς τον συγκεκριμένο τομέα, υποκαθιστώντας κυρίως δράσεις που όπως θα δούμε σε επόμενο υποκεφάλαιο της έρευνας, σχετίζονται με τον κινηματογράφο, το θέατρο, την παρακολούθηση συναυλιών.

Η ανάγκη του σύγχρονου πολίτη τέλος για κατανάλωση, παρουσιάζει τη πιο μεγάλη διαφορά ανάμεσα στους δύο χώρους, αφού ανέρχεται στις 1,5 μονάδες, με το διαδίκτυο να καλύπτει τις καταναλωτικές ανάγκες των χρηστών «λίγο» και το δημόσιο χώρο «μέτρια» (Γράφημα 7.7). Στο σημείο αυτό εμφανίζεται μια ανεπάρκεια τόσο του κυβερνοχώρου, όσο και του δημόσιου χώρου, καθότι φαίνεται πως κανένας δεν είναι σε θέση να καλύψει πλήρως τις ανάγκες των χρηστών για κατανάλωση. Στην περίπτωση ωστόσο του κυβερνοχώρου, ο μικρός αυτός βαθμός χρησιμότητας και ικανοποίησης οφείλεται πιθανότατα στην έλλειψη των γνώσεων και δεξιοτήτων που οι ηλεκτρονικές αγορές απαιτούν, καθώς και στην αμφιβολία που διατηρείται ακόμα σε μεγάλο βαθμό στον έλληνα καταναλωτή, ως προς την ποιότητα των αγαθών που θα εξασφαλίσει μέσα από αυτές, ενώ υφίσταται και ένα μικρό αναλογικά μερίδιο ατόμων που τάσσεται κατά των ηλεκτρονικών αγορών σε μια απόπειρα στήριξης των μικρομεσαίων και τοπικών επιχειρήσεων.

Λαμβάνοντας υπόψη το σύνολο των απαντήσεων αναφορικά με το βαθμό ικανοποίησης της κάθε ανάγκης που ο δημόσιος χώρος και ο κυβερνοχώρος παρέχουν, εξήχθηκε ο συνολικός βαθμός ικανοποίησης που οι χρήστες του κάθε χώρου λαμβάνουν. Έχουμε λοιπόν το δημόσιο χώρο να κλίνει σε έναν «πολύ» ικανοποιητικό βαθμό κάλυψης αναγκών (περίπου 3,8

μονάδες της κλίμακας Likert), και το διαδίκτυο να παρουσιάζει ένα «μέτριο» βαθμό ικανοποίησης (περίπου 3,3 μονάδες), με τη μεταξύ τους διαφορά να ανέρχεται στις 0,5 μονάδες (Γράφημα 7.10). Μπορεί βέβαια, η διαφορά αυτή να είναι θεωρητικά μικρή, αλλά η έλλειψη στοιχείων παλαιότερων ετών δε μας επιτρέπει να εξάγουμε κάποιο συγκεκριμένο συμπέρασμα ως προς τις τάσεις, ανοδικές ή καθοδικές, των βαθμών ικανοποίησης.

Γράφημα 7.8: Συγκριτική αναπαράσταση συνολικού βαθμού κάλυψης αναγκών στο δημόσιο χώρο και στο διαδίκτυο



Πηγή: ίδια επεξεργασία

Στον Πίνακα 7.3 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα αναλυτικά ποσοστά των απαντήσεων συνοδευόμενα από τη μέση τιμή (\bar{x}) και τα μέτρα μεταβλητότητας τυπική απόκλιση (St. Dev.), διασπορά (var), και συντελεστής μεταβλητότητας (cov).

Πίνακας 7.3: Κάλυψη αναγκών στο διαδίκτυο και στο δημόσιο χώρο – Αναλυτικά ποσοστά απαντήσεων, μέσες τιμές και μέτρα μεταβλητότητας

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ										
Ανάγκες	1	2	3	4	5	\bar{x}	St. Dev.	var	cov	
Αναψυχή	2.25%	18.00%	35.00%	31.00%	13.75%	3,36	1	1	30%	
Επικοινωνία/Κοινωνική Διάδραση	3.00%	10.75%	28.00%	33.50%	24.75%	3,66	1,06	1,12	29%	
Πληροφόρηση/Ενημέρωση	0.50%	2.50%	11.75%	32.25%	53.00%	4,35	0,82	0,67	19%	
Κατανάλωση	40.50%	37.00%	15.00%	5.00%	2.50%	1,92	0,99	0,98	52%	
ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΧΩΡΟΣ										
Ανάγκες	1	2	3	4	5	\bar{x}	St. Dev.	var	cov	
Αναψυχή	0.25%	3.00%	10.75%	32.25%	53.75%	4,36	0,81	0,66	19%	
Επικοινωνία/Κοινωνική Διάδραση	0.75%	2.75%	12.75%	26.25%	57.50%	4,37	0,86	0,74	20%	
Πληροφόρηση/Ενημέρωση	8.50%	26.25%	31.00%	23.75%	10.50%	3,02	1,12	1,25	37%	
Κατανάλωση	5.25%	16.50%	28.75%	30.50%	19.00%	3,42	1,13	1,28	33%	

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Παρατηρείται ως οι μεταβλητές που αναφέρονται στην κάλυψη των αναγκών μέσω του διαδικτύου παρουσιάζουν μεγαλύτερη μεταβλητότητα σε σχέση με τις αντίστοιχες του δημόσιου χώρου, εξερουμένης αυτής της Πληροφόρησης/Ενημέρωσης, η οποία παρουσιάζει παράλληλα τη μικρότερη διασπορά ανάμεσα στις υπόλοιπες μεταβλητές που αφορούν το διαδίκτυο. Παρόμοια συμπεριφορά των μεταβλητών φανερώνει και η διασπορά, με τη διαφορά πως και η Κατανάλωση μέσω διαδικτύου παρουσιάζει μικροτερη εξάπλωση τιμών από αυτή του δημόσιου χώρου. Η μικρότερη διασπορά εμφανίζεται για το δημόσιο χώρο στη μεταβλητή Αναψυχή.

7.2.3 Τομείς αντικατάστασης του δημόσιου χώρου από τον κυβερνοχώρο

Θέτοντας ως στόχο των εντοπισμό των τομέων αντικατάστασης του δημόσιου χώρου από τον κυβερνοχώρο, καθώς και της εύρεσης των προτιμήσεων των χρηστών οι οποίες θα μας προσφέρουν μία εικόνα αναφορικά με το που αφιερώνει ο μέσος χρήστης τις ώρες που έχει στη διάθεση του στον κάθε χώρο, επιχειρήθηκε ανάλυση ως προς τη συχνότητα της επισκεψιμότητας στα στοιχεία του κυβερνοχώρου και του δημόσιου χώρου, η οποία παρουσιάζεται ακολούθως. Η αξιολόγηση του βαθμού χρήσης των στοιχείων βασίστηκε σε κλίμακα τριών στοιχείων (1=καθόλου, 2=λίγο, 3=πολύ).

Συχνότητα στοιχείων διαδικτύου

Προτιμήσεις ανά κάλυψη αναγκών

Τα στοιχεία του διαδικτύου που μελετήθηκαν αποτελούν υποενότητες των χώρων επικοινωνίας, αναψυχής, ενημέρωσης και κατανάλωσης του κυβερνοχώρου και εμφανίζουν τις προτιμήσεις των χρηστών ως προς την επιλογή αυτών για την κάλυψη των αναγκών τους (Πίνακας 7.4).

Πίνακας 7.4: Ιεράρχηση των προτιμήσεων των χρηστών ως προς τις επιλογές κάλυψης αναγκών στον κυβερνοχώρο

Ανάγκες	Υποενότητες Κυβερνοχώρου	Βαθμός χρήσης
Ενημέρωση/ Πληροφόρηση	1. Μηχανές Αναζήτησης	Πολύ
	2. Ηλεκτρονικές Εφημερίδες/ Περιοδικά	Λίγο
	3. Ηλεκτρονικές Βιβλιοθήκες	Λίγο
	4. Ηλεκτρονικά Μουσεία	Καθόλου
Επικοινωνία/ Κοινωνική Διάδραση	1. Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο	Πολύ
	2. Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης	Πολύ
	3. Διαδικτυακή Τηλεφωνεία - Βιντεοκλήσεις	Λίγο
	4. Ιστοσελίδες Πλατφόρμες Αυτοδημοσίευσης	Λίγο
	5. Ιστοσελίδες Πλατφόρμες Ιδεών	Λίγο
	6. Δωμάτια Συζητήσεων	Καθόλου
Αναψυχή	1. Μουσική - Ραδιόφωνο	Πολύ
	2. Ταινίες - Βίντεο - Τηλεόραση	Πολύ
	3. Διαδικτυακά Παιχνίδια	Λίγο
Κατανάλωση	1. Ηλεκτρονικές Αγορές	Λίγο

Πηγή: *ιδία επεξεργασία*

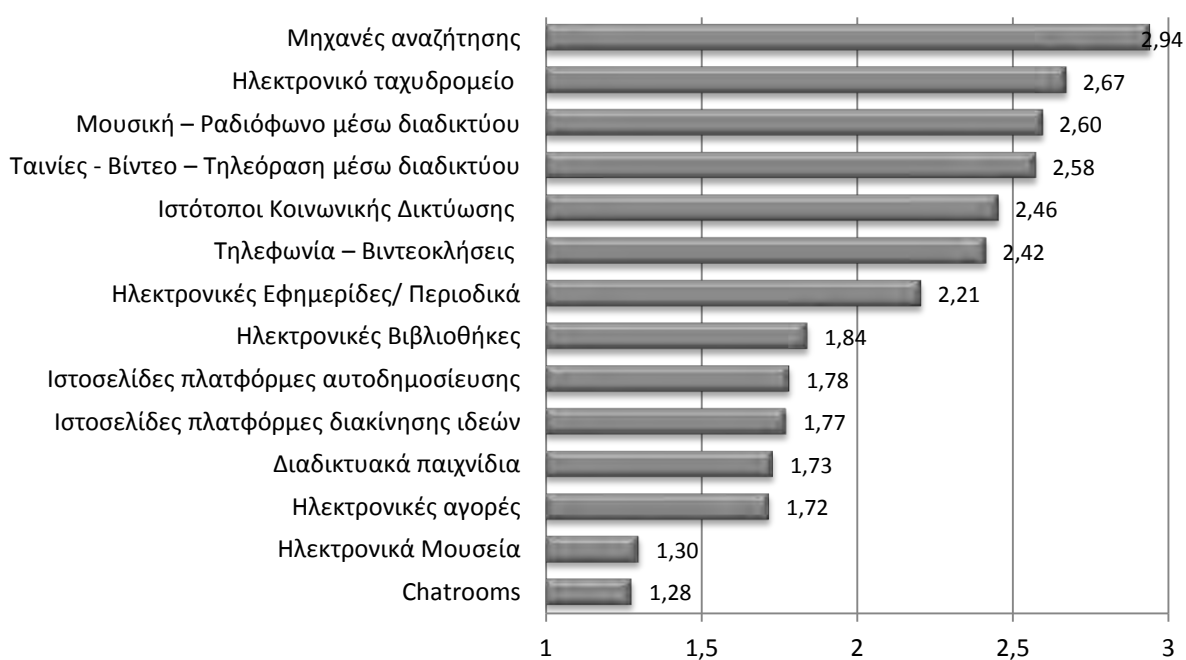
Όσον αφορά λοιπόν, την κάλυψη της ανάγκης για ενημέρωση και πληροφόρηση παρατηρείται πως η συντριπτική πλειονότητα προτιμάει τη χρήση των μηχανών αναζήτησης έναντι των άλλων μέσων διαδικτυακής ενημέρωσης. Σχετικά με την ανάγκη για επικοινωνία και κοινωνική διάδραση, πρώτο σε προτίμηση έρχεται το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο με τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης να ακολουθούν αμέσως μετά. Αναφορικά με την ανάγκη

για αναψυχή, η μουσική και το ραδιόφωνο, καθώς και η παρακολούθηση ταινιών, βίντεο και τηλεόρασης μέσω του διαδικτύου προτιμούνται έναντι των διαδικτυακών παιχνιδιών. Σε αυτό το σημείο αξίζει να παρατηρηθεί πως περίπου 0,87 μονάδες χωρίζουν τους χώρους αυτούς από τους ενεργητικούς χώρους αναψυχής (διαδικτυακά παιχνίδια), οι οποίοι παρουσιάζουν σχετικά μικρή επισκεψιμότητα, φανερόντας μία προτίμηση των χρηστών προς τους πρώτους. Τέλος, τα δεδομένα που αφορούν την κάλυψη των καταναλωτικών αναγκών του χρήστη που εκφράζονται μέσα από τις πάσης φύσεως ηλεκτρονικές αγορές, βρίσκονται σε συμφωνία με την πρώτη ανάλυση κατά την οποία προέκυψε πως το διαδίκτυο παρέχει μικρό βαθμό ικανοποίησης και συνεπώς οι ηλεκτρονικές αγορές προτιμούνται «λίγο» από τους χρήστες.

Συμπεριφορά του μέσου χρήστη

Τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα παρουσιάζουν οι μηχανές αναζήτησης με το 95,50% του δείγματος να έχει επιλέξει την απάντηση «πολύ» (Γράφημα 7.11, Πίνακας 7.5). Ακολουθεί, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, αποτελώντας μαζί με τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, οι οποίες κατέχουν την πέμπτη θέση στην φθίνουσα κατάταξη που παρουσιάζεται στο Γράφημα 7.11, τα κύρια μέσα για την επίτευξη της επικοινωνίας μέσω του διαδικτύου. Επιπρόσθετα, η μουσική και το ραδιόφωνο, καθώς και οι ταινίες, τα βίντεο και η τηλεόραση μέσω διαδικτύου, είναι ιδιαίτερα δημοφιλεί και ως παθητικοί χώροι αναψυχής καλύπτουν τις ανάγκες των χρηστών για ψυχαγωγία. Μικρό βαθμό επισκεψιμότητας εμφανίζουν οι ηλεκτρονικές εφημερίδες και τα περιοδικά, καθώς και οι ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες, οι

Γράφημα 7.9: Φθίνουσα κατάταξη των προτιμήσεων του μέσου χρήστη στο διαδίκτυο



Πηγή: *ιδία επεξεργασία*

ιστοσελίδες πλατφόρμες αυτοδημοσίευσης και διακίνησης ιδεών και οι ηλεκτρονικές αγορές, που κυμαίνονται σε σχετικά όμοια επίπεδα, λειτουργώντας ως υποενότητες των χώρων ενημέρωσης και επικοινωνίας οι οποίες προτιμώνται λιγότερο από τους χρήστες έναντι των προαναφερθέντων μηχανών αναζήτησης, ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Ιδιαίτερα μικρό βαθμό τέλος, κατέχουν τα ηλεκτρονικά μουσεία και τα δωμάτια συζητήσεων με σχεδόν μηδαμινή επισκεψιμότητα.

Στον Πίνακα 7.5 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα αναλυτικά ποσοστά των απαντήσεων συνοδευόμενα από τη μέση τιμή (\bar{x}) και τα μέτρα μεταβλητότητας τυπική απόκλιση (St. Dev.), διασπορά (var), και συντελεστής μεταβλητότητας (cov).

Πίνακας 7.5: Στοιχεία του διαδικτύου και προτιμήσεις αυτών - Αναλυτικά ποσοστά απαντήσεων, μέσες τιμές και μέτρα μεταβλητότητας

Στοιχεία Διαδικτύου	1	2	3	\bar{x}	St. Dev.	var	cov
Μηχανές αναζήτησης	0.50%	5.00%	94.50%	2,94	0,26	0,07	9%
Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο	5.25%	22.25%	72.50%	2,67	0,57	0,33	21%
Μουσική – Ραδιόφωνο μέσω διαδικτύου	7.75%	24.75%	67.50%	2,60	0,63	0,40	24%
Ταινίες - Βίντεο – Τηλεόραση μέσω διαδικτύου	7.75%	27.00%	65.25%	2,58	0,63	0,40	25%
Ιστότοποι Κοινωνικής Δικτύωσης	17.25%	20.00%	62.75%	2,46	0,77	0,59	31%
Τηλεφωνία – Βιντεοκλήσεις	12.75%	33.00%	54.25%	2,42	0,71	0,50	29%
Ηλεκτρονικές Εφημερίδες/ Περιοδικά	16.25%	46.75%	37.00%	2,21	0,70	0,49	32%
Ηλεκτρονικές Βιβλιοθήκες	37.50%	40.75%	21.75%	1,84	0,75	0,57	41%
Ιστοσελίδες πλατφόρμες αυτοδημοσίευσης	39.50%	42.50%	18.00%	1,79	0,73	0,53	41%
Ιστοσελίδες πλατφόρμες διακίνησης ιδεών	38.75%	45.00%	16.25%	1,78	0,71	0,50	40%
Διαδικτυακά παιχνίδια	45.50%	35.75%	18.75%	1,73	0,76	0,57	44%
Ηλεκτρονικές αγορές	43.25%	41.50%	15.25%	1,72	0,71	0,51	41%
Ηλεκτρονικά Μουσεία	75.50%	18.75%	5.75%	1,30	0,57	0,33	44%
Δωμάτια Συζητήσεων	80.00%	12.00%	8.00%	1,28	0,60	0,36	47%

Πηγή: ίδια επεξεργασία

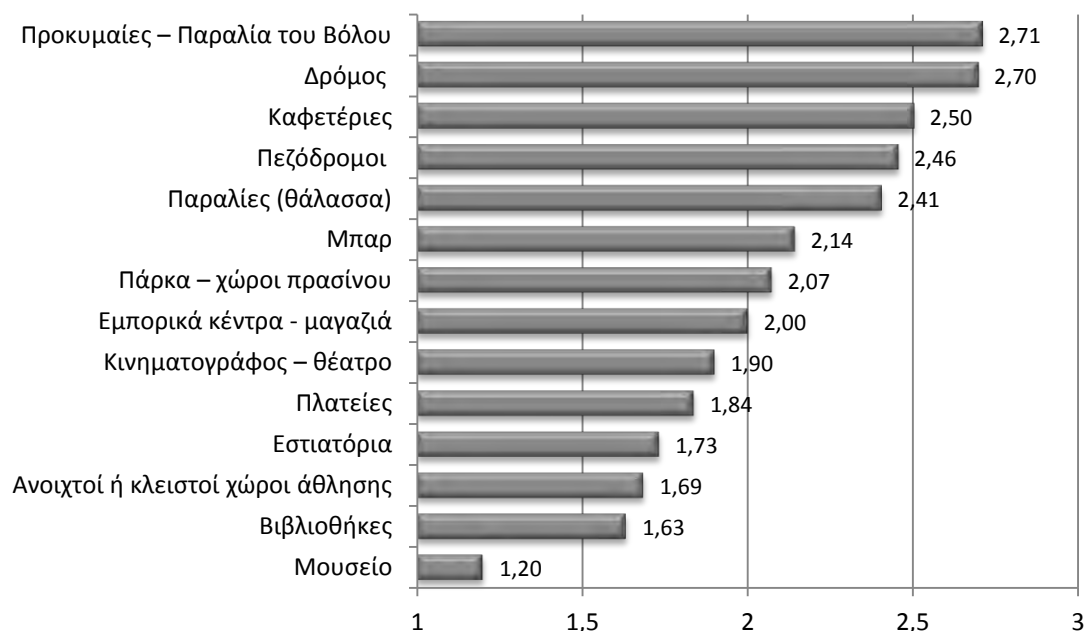
Τη μικρότερη διασπορά και μεταβλητότητα σε σύγκριση με τις λοιπές μεταβλητές εμφανίζει η μεταβλητή των Μηχανών Αναζήτησης και ακολουθεί το Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο. Μικρή σχετικά διασπορά παρατηρείται στις τιμές των μεταβλητών Ηλεκτρονικά Μουσεία, Δωμάτια συζητήσεων, Μουσική-Ραδιόφωνο μέσω διαδικτύου και Ταινίες-Βίντεο-Τηλεόραση μέσω διαδικτύου.

Συχνότητα στοιχείων δημόσιου χώρου

Ιδιαίτερη προτίμηση παρουσιάζουν οι χρήστες του δημόσιου χώρου της πόλης του Βόλου στο παραλιακό μέτωπο της πόλης, γεγονός που συνάδει με την πρότερη αξιολόγηση του ως χώρου που παρέχει ένα πολύ καλό βαθμό αξιολόγησης (Γραφήματα 7.2 και 7.12). Ακολουθούν οι δρόμοι και οι πεζόδρομοι, ως αναπόσπαστο κομμάτι του αστικού

περιβάλλοντος που είναι απαραίτητο για την κάλυψη πρωτίστως της ανάγκης για μετακίνηση και δευτερευόντως για περίπατο. Παράλληλα, υψηλό βαθμό επισκεψιμότητας παρουσιάζει η συνηθέστερη μορφή που λαμβάνουν στην Ελλάδα οι χώροι δημόσιας διεκδίκησης, οι καφετέριες, οι οποίες φαίνεται πως παρέχουν ένα ιδιαίτερα δημοφιλές πεδίο όπου η κοινωνική διάδραση λαμβάνει μέρος, εξηγώντας ταυτόχρονα την εικόνα που αποκομίσαμε από τη σχέση που παρουσιάζουν οι βαθμοί κάλυψης των αναγκών για αναψυχή και επικοινωνία στο δημόσιο χώρο των πόλεων και του κυβερνοχώρου. Αναφορικά με τους υπόλοιπους δημόσιους χώρους της πόλης, προτιμούνται με φθίνουσα σειρά τα μπαρ, τα πάρκα και οι χώροι πρασίνου στους οποίους παρατηρείται ανεπάρκεια και έλλειψη συντήρησης, ο κινηματογράφος και το θέατρο που σε μεγάλο βαθμό έχουν αντικατασταθεί από το «κατέβασμα» και παρακολούθηση ταινιών και βίντεο μέσω του διαδικτύου, οι πλατείες, οι χώροι εστίασης, ο χαμηλός βαθμός επισκεψιμότητας των οποίων δύναται να οφείλεται στις ηλικιακές ομάδες που έλαβαν μέρος στην έρευνα, οι ανοιχτοί ή κλειστοί χώροι άθλησης, στους οποίους επίσης παρατηρείται ανεπάρκεια και έλλειψη δικαιοσύνης ως προς το χωρικό καταμερισμό τους και οι βιβλιοθήκες. Σχεδόν μηδαμινή επισκεψιμότητα φαίνεται να έχουν τέλος, τα μουσεία που εντοπίζονται εντός των ορίων της πόλης.

Γράφημα 7.10: Φθίνουσα κατάταξη των προτιμήσεων του μέσου χρήστη στο δημόσιο χώρο



Πηγή: *ιδία επεξεργασία*

Στον Πίνακα 7.6 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα αναλυτικά ποσοστά των απαντήσεων συνοδευόμενα από τη μέση τιμή (\bar{x}) και τα μέτρα μεταβλητότητας τυπική απόκλιση (St. Dev.), διασπορά (var), και συντελεστής μεταβλητότητας (cov).

Πίνακας 7.6: Στοιχεία του δημόσιου χώρου και προτιμήσεις αυτών – Αναλυτικά ποσοστά απαντήσεων, μέσες τιμές και μέτρα μεταβλητότητας

Στοιχεία Δημόσιου Χώρου	Καθόλου	Λίγο	Πολύ	\bar{x}	St. Dev.	var	cov
Προκυμαίες – Παραλιακό μέτωπο Βόλου	3.50%	22.00%	74.50%	2,71	0,53	0,28	19%
Δρόμος	1.75%	26.75%	71.50%	2,70	0,50	0,25	18%
Καφετέριες	4.75%	40.25%	55.00%	2,50	0,59	0,35	24%
Πεζόδρομοι	6.25%	42.00%	51.75%	2,46	0,61	0,37	25%
Παραλίες (θάλασσα)	6.25%	47.00%	46.75%	2,41	0,61	0,37	25%
Μπαρ	15.50%	54.75%	29.75%	2,14	0,66	0,43	31%
Πάρκα – χώροι πρασίνου	18.75%	55.25%	26.00%	2,07	0,67	0,44	32%
Εμπορικά κέντρα - μαγαζιά	22.50%	55.00%	22.50%	2,00	0,67	0,45	34%
Κινηματογράφος – θέατρο	26.75%	56.50%	16.75%	1,90	0,65	0,43	34%
Πλατείες	29.75%	56.75%	13.50%	1,84	0,64	0,41	35%
Εστιατόρια	36.50%	53.75%	9.75%	1,73	0,63	0,39	36%
Ανοιχτοί ή κλειστοί χώροι άθλησης	46.25%	39.00%	14.75%	1,69	0,72	0,51	42%
Βιβλιοθήκες	47.50%	41.75%	10.75%	1,63	0,67	0,45	41%
Μουσείο	81.25%	17.50%	1.25%	1,20	0,43	0,19	36%

Πηγή: *idia επεξεργασία*

Τη μικρότερη διασπορά εμφανίζουν οι μεταβλητές Μουσείο, Δρόμος, Προκυμαίες – Παραλιακό Μέτωπο Βόλου και Καφετέριες. Μικρή συγκριτικά μεταβλητότητα παρατηρείται στις μεταβλητές Δρόμος, Προκυμαίες – Παραλιακό Μέτωπο Βόλου, Καφετέριες, Πεζόδρομοι, Παραλίες (θάλασσα).

7.3.4 Σημαντικότητα των όμοιων χαρακτηριστικών διαδικτύου – δημόσιου χώρου

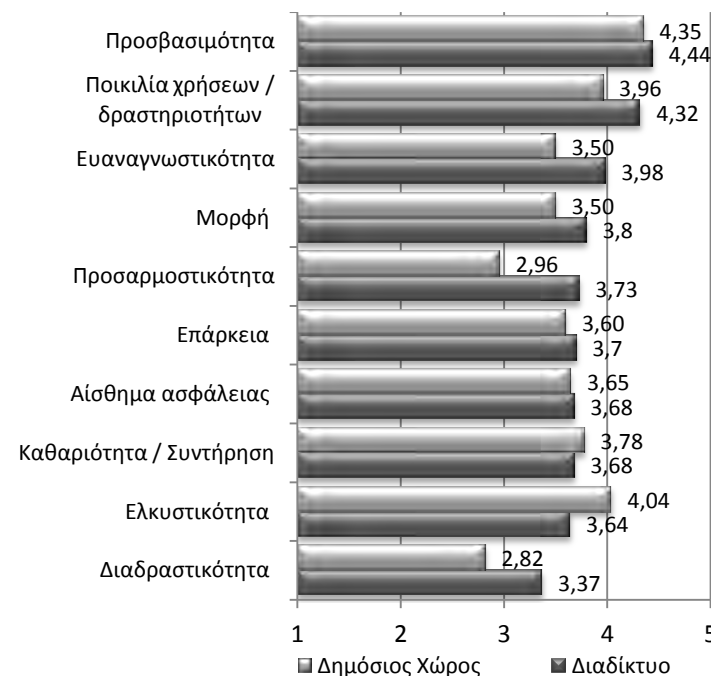
Στο υποκεφάλαιο αυτό προβαίνουμε στην αναφορά της σημαντικότητας των χαρακτηριστικών αυτών του δημόσιου χώρου και του διαδικτύου που βρίσκονται σε αντιστοιχία, καθώς και στη μεταξύ τους σύγκριση, σύμφωνα με την κατάταξη τους στη κλίμακα Likert (Γράφημα 7.13). Στόχος αποτελεί ο προσδιορισμός του τι θεωρείται σημαντικότερο στον κάθε χώρο σύμφωνα με τους χρήστες, γεγονός που θα υποδείξει α) ποιες πρέπει να είναι οι σχεδιαστικές προτεραιότητες του κάθε χώρου και β) ποια είναι τα πιο δημοφιλή χαρακτηριστικά του διαδικτύου που συνεπώς πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά το σχεδιασμό του περιβάλλοντος ενός δημόσιου χώρου που θα επιχειρεί να συνδυάσει τα ηλεκτρονικά και διαδικτυακά μέσα και δυνατότητες με την φυσική υπόσταση που ο πραγματικός χώρος προσφέρει.

Αρχικά, σχεδόν κανένα χαρακτηριστικό δεν εντοπίζεται στη συνολική επεξεργασμένη βαθμολόγηση κάτω του «3=μέτρια σημαντικό», γεγονός απόλυτα λογικό αφού όλα τα αναφερόμενα χαρακτηριστικά είναι επιθυμητό να πληρούνται σε έναν ικανοποιητικό βαθμό προκειμένου η λειτουργία και των δύο χώρων να χαρακτηρίζεται από ευχρηστία,

λειτουργικότητα, αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα. Για τον λόγο αυτό θα γίνει επιλογή των πιο σημαντικών χαρακτηριστικών που ο κάθε χώρος επιθυμείται να πληρεί, θέτωντας ως κατώτατο όριο το «≈4=πολύ σημαντικό».

Όσον αφορά, λοιπόν, το διαδίκτυο, τα χαρακτηριστικά αυτά που προτιμούνται σε μεγάλο βαθμό από τους χρήστες είναι η ανεμπόδιση-ελεύθερη και άμεση δυνατότητα πρόσβασης (4,5 περίπου μονάδες), η ποικιλία χρήσεων και δραστηριοτήτων που αυτό παρέχει την οποία ο φυσικός χώρος δε δύναται να συναγωνιστεί και να συγκεντρώσει χωρικά, και η ευαναγνωστικότητα υπό την έννοια πως ο χώρος κατανοείται και οικιοποιείται με ευκολία από τον χρήστη (Πίνακας 7.7 και Γράφημα

Γράφημα 7.11: Συγκριτική αναπαράσταση του βαθμού σημαντικότητας των όμοιων χαρακτηριστικών δημόσιου χώρου και διαδικτύου



Πηγή: *ιδία επεξεργασία*

7.13). Αναφορικά με το δημόσιο χώρο, τα χαρακτηριστικά αυτά που οι χρήστες θεωρούν σημαντικά, ασχέτως από το αν όντως ισχύουν στην περίπτωση του δημόσιου χώρου της πόλης του Βόλου ή όχι, είναι η προσβασιμότητα, η εξασφάλιση της ελκυστικότητας του χώρου και η ύπαρξη ποικιλίας χρήσεων και πιθανών δραστηριοτήτων. Παρατηρείται πως τόσο η προσβασιμότητα, όσο και η ύπαρξη ποικιλίας χρήσεων και δραστηριοτήτων θεωρούνται ιδιαίτερα σημαντικά και για τα δύο μελετώμενα είδη χώρων. Τα λιγότερο σημαντικά χαρακτηριστικά (βαθμολογία<3,5) είναι για το διαδίκτυο η διαδραστικότητα, και για το δημόσιο χώρο των πόλεων η προσαρμοστικότητα και η διαδραστικότητα.

Πίνακας 7.7: Ιεράρχηση των όμοιων χαρακτηριστικών διαδικτύου και δημόσιου χώρου

Χαρακτηριστικά	Διαδίκτυο		Δημόσιος χώρος	
	1.	2.	1.	2.
	Προσβασιμότητα	Ποικιλία χρήσεων / δραστηριοτήτων	Προσβασιμότητα	Ελκυστικότητα
	Ευαναγνωστικότητα	Μορφή	Ποικιλία χρήσεων / δραστηριοτήτων	Καθαριότητα / Συντήρηση
	Προσαρμοστικότητα	Επάρκεια	Αίσθημα ασφάλειας	Επάρκεια
	Καθαριότητα / Συντήρηση	Καθαριότητα / Συντήρηση	Ευαναγνωστικότητα	Μορφή
	Αίσθημα ασφάλειας	Ελκυστικότητα	Προσαρμοστικότητα	Διαδραστικότητα
	Διαδραστικότητα	Διαδραστικότητα		

Στον Πίνακα 7.8 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα αναλυτικά ποσοστά των απαντήσεων συνοδευόμενα από τη μέση τιμή (x) και τα μέτρα μεταβλητότητας τυπική απόκλιση (St. Dev.), διασπορά (var), και συντελεστής μεταβλητότητας (cov).

Πίνακας 7.8: Χαρακτηριστικά του διαδικτύου και του δημόσιου χώρου – Αναλυτικά ποσοστά απαντήσεων, μέσες τιμές και μέτρα μεταβλητότητας

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ									
Χαρακτηριστικά Διαδικτύου	1	2	3	4	5	x	St. Dev.	var	cov
Προσβασιμότητα	0.00%	2.25%	10.25%	28.50%	59.00%	4,44	0,77	0,59	17%
Ελκυστικότητα	4.25%	9.25%	29.00%	33.50%	24.00%	3,64	1,07	1,14	29%
Ποικιλία χρήσεων / δραστηριοτήτων	0.25%	3.75%	10.25%	35.00%	50.75%	4,32	0,82	0,67	19%
Ευαναγνωστικότητα	0.25%	5.50%	19.75%	45.25%	29.25%	3,98	0,86	0,74	22%
Διαδραστικότητα	5.75%	17.50%	29.50%	28.25%	19.00%	3,37	1,15	1,32	34%
Προσαρμοστικότητα	1.25%	9.75%	28.75%	35.50%	24.75%	3,73	0,98	0,96	26%
Καθαριότητα / Συντήρηση	1.75%	11.75%	27.50%	35.25%	23.75%	3,68	1,02	1,04	28%
Αίσθημα ασφάλειας	6.75%	13.75%	21.50%	21.25%	36.75%	3,68	1,28	1,64	35%
Επάρκεια	1.25%	9.00%	30.25%	37.75%	21.75%	3,7	0,95	0,9	26%
Μορφή	2.75%	6.75%	25.25%	38.75%	26.50%	3,8	1	1	26%
ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΧΩΡΟΣ									
Χαρακτηριστικά Δημόσιου Χώρου	1	2	3	4	5	x	St. Dev.	var	cov
Προσβασιμότητα	0.75%	3.50%	12.25%	27.25%	56.25%	4,35	0,88	0,77	20%
Ελκυστικότητα	2.00%	5.75%	19.25%	32.25%	40.75%	4,04	1,01	1,02	25%
Ποικιλία χρήσεων / δραστηριοτήτων	1.50%	7.25%	22.00%	32.75%	36.50%	3,96	1,01	1,02	26%
Ευαναγνωστικότητα	4.50%	13.25%	30.50%	31.25%	20.50%	3,5	1,09	1,19	31%
Διαδραστικότητα	15.00%	27.25%	29.75%	16.50%	11.50%	2,82	1,21	1,46	43%
Προσαρμοστικότητα	13.75%	24.25%	28.00%	20.50%	13.50%	2,96	1,24	1,54	42%
Καθαριότητα / Συντήρηση	6.00%	13.50%	20.00%	17.75%	42.75%	3,78	1,29	1,66	34%
Αίσθημα ασφάλειας	7.50%	17.25%	19.25%	14.50%	41.50%	3,65	1,36	1,85	37%
Επάρκεια	3.25%	14.50%	26.25%	31.50%	24.50%	3,6	1,1	1,21	31%
Μορφή	6.00%	15.25%	29.00%	22.75%	27.00%	3,5	1,21	1,46	35%

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Σχετικά με τα χαρακτηριστικά του διαδικτύου τη μικρότερη διασπορά, αλλά και μεταβλητότητα παρουσιάζουν οι μεταβλητές Προσβασιμότητα, Ποικιλία χρήσεων/δραστηριοτήτων και Ευαναγνωστικότητα. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα για το δημόσιο χώρο, η μικρότερη διασπορά και μεταβλητότητα, εμφανίζεται ομοίως στη Προσβασιμότητα και την Ποικιλία χρήσεων/δραστηριοτήτων, με την Ελκυστικότητα να παίρνει τη θέση της Ευαναγνωστικότητας.

8. Συμπεράσματα

Αρχικά, πρέπει να αναφερθεί πως τα συμπεράσματα μας έχουν εξαχθεί από ένα δείγμα 400^{ov} ατόμων, ηλικιακού εύρους από 15 έως 24^{ov} χρονών, οι οποίοι δηλώνουν μέτρια ικανοποιημένοι από το σύνολο της εικόνας που αναδίδει ο δημόσιος χώρος της πόλης κατοικίας τους (Βόλος), που αποτελεί παράλληλα το πεδίο αναφοράς της παρούσας έρευνας.

- Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός πως ο βαθμός ικανοποίησης που ο δημόσιος χώρος της πόλης παρέχει, είναι αυξημένος για τους χώρους δημόσιας διεκδίκησης, ενώ μειώνεται σημαντικά για τους αναξιοποίητους και παραμελημένους χώρους. Ο αυξημένος βαθμός ικανοποίησης οφείλεται πιθανώς στο γεγονός πως οι χώροι δημόσιας διεκδίκησης (καφετέριες, μπαρ και εστιατόρια στην πλειονότητα τους) έχουν ταυτιστεί με την αναψυχή και τον ελεύθερο χρόνο του έλληνα πολίτη, ενώ το γεγονός πως συνηθέστερα οι χώροι αυτοί αποτελούν προϊόν ιδιωτικής πρωτοβουλίας και διαχείρισης τους καθιστούν ιδιαίτερα ελκυστικούς. Σημαντικά είναι τα στοιχεία που αφορούν τις προτιμήσεις των χρηστών σχετικά με την αφέρωση του ελεύθερου χρόνου τους στο δημόσιο χώρο, που υποδεικνύουν μία υψηλή προτίμηση σε χώρους δημόσιας διεκδίκησης, καθώς βέβαια και σε αναγκαίους για τις καθημερινές μετακινήσεις δρόμους και πεζόδρομους, συμπέρασμα βέβαια που δεν προξενεί μεγάλη έκπληξη αν αναλογιστούμε πως η πλειονότητα του δείγματος, είτε εξαιτίας της ηλικίας του, είτε λόγω της ιδιότητας του, δε διαθέτει μηχανοκίνητο όχημα. Η μικρή ικανοποίηση αντίθετα που οι αναξιοποίητοι και παραμελημένοι, ως επί το πλείστον αντικείμενο διαχείρισης του δημόσιου τομέα (Δήμος Βόλου, Περιφέρεια Θεσσαλίας, Λιμενικό Ταμείο), φανερώνει την ανάγκη αποτελεσματικότερου και αποδοτικότερου τόσο σχεδιασμού, όσο και διαχείρισης – συντήρησης.
- Επιπρόσθετα, καθώς μεταβαίνουμε στη σύγκριση δημόσιου χώρου και διαδικτύου, που σύμφωνα με την έρευνα μας χαρακτηρίζεται από 90% άμεση, ελεύθερη και 24-ωρη πρόσβαση, παρατηρείται μία διόλου ευκαταφρόνητη σχέση που υποδηλώνει πως οι ώρες ανά ημέρα στο διαδίκτυο ισούνται με το 85% των ωρών που ο μέσος χρήστης αφιερώνει στο δημόσιο χώρο ανά ημέρα. Ενδιαφέρον παρουσιάζει βέβαια το γεγονός ότι **όσο λιγότερες είναι οι διαθέσιμες ώρες του χρήστη για παρουσία στο δημόσιο χώρο, τόσο περισσότερο προτιμάται το διαδίκτυο για την κάλυψη των αναγκών του, και αντίστροφα, όσο περισσότερες είναι οι διαθέσιμες ώρες του χρήστη για παρουσία στο δημόσιο χώρο, τόσο μεγαλύτερη είναι η προτίμηση για το δημόσιο χώρο της πόλης**. Η αιτιολόγηση του φαινομένου αυτού έγκειται πιθανώς στον πολύ ικανοποιητικό

βαθμό κάλυψης αναγκών που ο δημόσιος χώρος προσφέρει σε σχέση με τον μέτρια ικανοποιητικό βαθμό του διαδικτύου.

- **Η μοναδική ανάγκη άλλωστε που το διαδίκτυο καλείται να καλύψει και φαίνεται να υπερσιγύει έναντι του δημόσιου χώρου είναι αυτή της ενημέρωσης και πληροφόρησης**, που ικανοποιείται κυρίως μέσα από τις μηχανές αναζήτησης και τις χρήσιμες ανακατευθύνσεις που αυτές παρέχουν.
- Αναφορικά λοιπόν, με τις λοιπές ανάγκες **επικοινωνίας** και **αναψυχής το διαδίκτυο δρα συμπληρωματικά στο δημόσιο χώρο της πόλης**, υποβοηθώντας την ανάπτυξη κοινωνικών σχέσεων μέσα κυρίως από το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, στην πρώτη περίπτωση, και υποκαθιστώντας ή συμπληρώνοντας σχετικές με τις παθητικές μορφές αναψυχής, μέσα από μουσική ραδιόφωνο, ταινίες, βίντεο και τηλεόραση με χρήση του διαδικτύου, στη δεύτερη.
- Όσον αφορά την ανάγκη για **κατανάλωση** βέβαια, **παρατηρείται ανεπάρκεια του διαδικτύου και σχετική ανεπάρκεια του δημόσιου χώρου της πόλης** ως προς την κάλυψη αυτής, γεγονός που οφείλεται στις ελλείψεις και στην κυμαινόμενη ανάλογα με το μέγεθος της πόλης και της αγοράς, ποικιλία, του τελευταίου, και στις ιδιαίτερες δεξιότητες που απαιτούνται ή στην έλλειψη εμπιστοσύνης στην περίπτωση του πρώτου.

Διάγραμμα 8.4: Βαθμός κάλυψης αναγκών στο δημόσιο χώρο των πόλεων και του κυβερνοχώρου



Πηγή: *ιδία επεξεργασία*

- Τέλος, ιδιαιτερότητα χαρακτηρίζει το γεγονός της ομοιότητας που ο δημόσιος χώρος της πόλης και το διαδίκτυο παρουσιάζουν αν αναλογιστούμε πως τα χαρακτηριστικά αυτά των δύο χώρων των οποίων οι χρήστες θεωρούν πάρα πολύ σημαντικά σχεδόν ταυτίζονται, αφού και στις δύο περιπτώσεις η προσβασιμότητα και η ύπαρξη ποικιλίας χρήσεων και δραστηριοτήτων παρουσιάζουν αυξημένη σημαντικότητα, με την ελκυστικότητα να καταλαμβάνει την τρίτη θέση όσον αφορά το δημόσιο χώρο και την ευαναγνωστικότητα όσον αφορά το διαδίκτυο.

9. Σχεδιαστικές Κατευθύνσεις

Στο σημείο αυτό επιχειρείται να δοθεί μία απάντηση στα ερωτήματα που τέθηκαν στην Εισαγωγή της διπλωματικής εργασίας. Οι απαντήσεις προκύπτουν ως ένας συνδυασμός τόσο των αποτελεσμάτων της έρευνας, όσο και του θεωρητικού υπόβαθρου πάνω στο οποίο αυτή βασίστηκε.

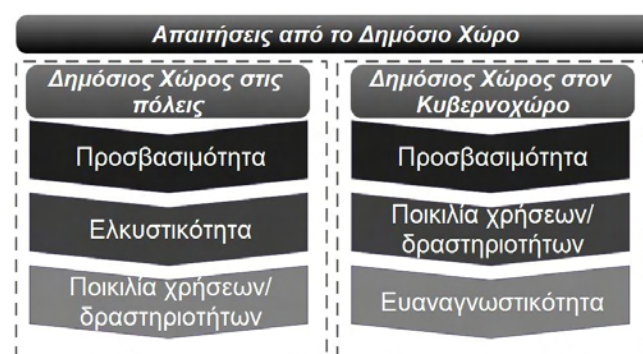
- Ποιες οι αιτίες απαξίωσης του δημόσιου χώρου της πόλης και ποιοι οι κίνδυνοι περαιτέρω παρακμής του δημόσιου χώρου που καλούνται οι ειδήμονες στο σχεδιασμό του χώρου (αρχιτέκτονες, πολεοδόμοι) να αντιμετωπίσουν;

Ο προσδιορισμός των κινδύνων και των αιτιών απαξίωσης του δημόσιου χώρου χρήζει ιδιαίτερης σημασίας, προκειμένου η αναγνώρισή τους να οδηγήσει στη μελλοντική αποφυγή σχεδιαστικών και διαχειριστικών σφαλμάτων. Οι αιτίες εντοπίζονται σε τάσεις των σχεδιαστικών αρχιτεκτονικών και πολεοδομικών κινήματων του παρελθόντος (Μοντερνισμός, Φονξιοναλισμός, Μεταμοντερνισμός, Αποδόμηση), και στις τάσεις υπο-διαχείρισης και υπερ-διαχείρισης που διέπουν τις σύγχρονες ανεπτυγμένες κοινωνίες. Η έλλειψη σχεδιαστικής πρωτοτυπίας και η στήριξη του σχεδιασμού σε επαναλαμβανόμενα ανά πόλη, χώρα, ήπειρο πρότυπα και ομοιογενή μοτίβα – δηλαδή σε διεθνείς καταξιωμένες σχολές σχεδιασμού - απαλλαγμένα από τις τοπικές ανάγκες-ταυτότητα-ιστορία, η έλλειψη συμμετοχικού σχεδιασμού, η αντιμετώπιση του δημόσιου χώρου ως «αγαθό προς κατανάλωση», ο φόβος της εγκληματικότητας που δημιουργεί στους χρήστες απαιτήσεις διαχωρισμού και αυξημένης αίσθησης ελέγχου και ασφάλειας, καθώς και αιτίες σχετιζόμενες με πολιτικούς, ψυχολογικούς και κοινωνιολογικούς λόγους, όπως οι θεωρίες περί το δημόσιο χώρο έχουν αναδείξει (θεωρία των σπασμένων παραθύρων κτλ) που όμως μπορούν να αντιμετωπιστούν μέσα από την αποτελεσματική και άμεση διαχείριση και συντήρηση του δημόσιου χώρου.

- Με ποιους τρόπους μπορεί να επιτευχθεί η αναζωογόνηση του δημόσιου χώρου;

Τα αποτελέσματα της έρευνας μας αποδεικνύουν πως **η προσβασιμότητα, η ελκυστικότητα και η ύπαρξη ποικιλίας χρήσεων και δραστηριοτήτων** θεωρούνται πρωτεύουσας σημασίας από τους χρήστες του δημόσιου χώρου. Προκύπτει λοιπόν η ανάγκη

Διάγραμμα 9.1: Οι σημαντικότερες απαιτήσεις από το δημόσιο χώρο



Πηγή: ίδια επεξεργασία

καλύτερου προσδιορισμού και ερμηνείας των χαρακτηριστικών αυτών.

Προσβασιμότητα

Η απαίτηση των χρηστών του δημόσιου χώρου για έναν υψηλό βαθμό προσβασιμότητας είναι εμφανής. Κατά το σχεδιασμό του δημόσιου χώρου πρέπει να λαμβάνονται υπόψη (α) η οπτική προσβασιμότητα, δηλαδή ο βαθμός στον οποίο παρέχεται στο χρήστη η δυνατότητα να εποπτεύσει έναν χώρο και να αποφασίσει εάν επιθυμεί την είσοδο ή όχι σε αυτόν, (β) η φυσική προσβασιμότητα, δηλαδή η δυνατότητα εισόδου και χρήσης του χώρου και (γ) η συμβολική προσβασιμότητα, δηλαδή ο βαθμός στον οποίο η προσέλκυση συγκεκριμένων ομάδων χρηστών ή η υποδοχή συγκεκριμένου είδους δραστηριοτήτων και υπηρεσιών δύναται να επηρεάσει (είτε θετικά, είτε αρνητικά) την επισκεψιμότητα του χώρου. Εντοπίζεται λοιπόν η ανάγκη για τη δημιουργία δημόσιου χώρου που θα λειτουργεί χωρίς φυλετικούς, εθνοτικούς, έμφυλους, ηλικιακούς, οικονομικούς, σωματικής αναπηρίας και άλλους κοινωνικο-πολιτισμικούς αποκλεισμούς. **Η είσοδος και η χρήση του δημόσιου χώρου της πόλης θα πρέπει να είναι ελεύθερη και ανεμπόδιστη, χωρίς να απαιτούνται προϋποθέσεις**, όπως η καταβολή κάποιου χρηματικού αντιτίμου που η εμπορευματοποίηση του δημόσιου χώρου συχνά επιβάλλει, αποσκοπώντας στον έλεγχο και στον αποκλεισμό μη επιθυμητών ομάδων. Ο βαθμός στον οποίο η πεζή μετακίνηση είναι εφικτή πρέπει να είναι υψηλός. Ο δημόσιος χώρος θα παρέχει τις αναγκαίες επιλογές διαδρομών ώστε η ροή (φυσική και οπτική) στο χώρο αυτό, τόσο κατά την προσπέλαση, όσο και κατά την παραμονή σε αυτόν, να είναι συνεχής και η σύνδεση του με τον περιβάλλοντα χώρο άμεση.

Η χωροθέτηση του οφείλει να βασίζεται σε δικαιοσύνη προκειμένου η απόσταση από το χώρο να μην αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα επίσκεψης. Συμπερασματικά, η έννοια της προσβασιμότητας αντιπροσωπεύει τη ποσότητα και το βαθμό διαφοροποίησης των στοιχείων που ο χρήστης του δημόσιου χώρου δύναται να προσεγγίσει, είτε αναφερόμαστε σε άλλα άτομα, είτε σε δραστηριότητες, υπηρεσίες, πληροφορίες ή τοποθεσίες. Οι τρόποι μέτρησης του βαθμού προσβασιμότητας ενός χώρου μπορεί να βασιστούν στην παρατήρηση των κυκλοφοριακών δεδομένων και του βαθμού στον οποίο ο κάθε τρόπος μετακίνησης προτιμάται (πεζός, ποδηλασία, μέσα μαζικής μεταφοράς, ιδιωτικό μηχανοκίνητο όχημα), της κινητικότητας των πεζών, της χρήσης των μέσων μαζικής μεταφοράς και της συνδεσιμότητας που αυτά προσφέρουν μέσα από τη χωροθέτηση των στάσεων τους, καθώς και στον εντοπισμό των διαθέσιμων χώρων στάθμευσης και του βαθμού χρήσης αυτών.

Ελκυστικότητα

Δε μπορεί να δοθεί μία συγκεκριμένη απάντηση για το τι είναι αυτό που καθιστά ένα δημόσιο χώρο ελκυστικό, καθώς εντελώς διαφορετικοί από άποψη όψης, μορφής, και είδους φιλοξενούμενων δραστηριοτήτων, χώροι παρουσιάζουν υψηλή επισκεψιμότητα και προτιμούνται από διαφορετικές ομάδες ανθρώπων και συνεπώς θεωρούνται για διαφορετικούς λόγους ο καθένας ελκυστικοί. Ο βαθμός ελκυστικότητας ενός χώρου λοιπόν, είναι ένα αρκετά υποκειμενικό στοιχείο και η εξασφάλιση αυτού μπορεί να βασιστεί μόνο πάνω σε διαβουλεύσεις με τον τοπικό πληθυσμό, δηλαδή σε συμμετοχικό σχεδιασμό. Αφού οι ανάγκες τις κάθε ομάδας έχουν αναγνωριστεί, η παραγωγή δημόσιου χώρου που θα εξασφαλίζει τη μεγαλύτερη δυνατή λειτουργικότητα, καταλληλότητα, αποδοτικότητα, άνεση και συνεπακόλουθα ελκυστικότητα θα διασφαλιστεί. Σημαντικό είναι η ελκυστικότητα να μη συγχέεται αποκλειστικά και μόνο με την «οπτική ωραιοποίηση» και τον καλλωπισμό του δημόσιου χώρου, αφού είναι συνδυασμός πολλών παραγόντων και η ψευδαίσθηση πως δύναται να εξασφαλιστεί μόνο από την παραγωγή «όμορφων» χώρων, οδηγεί στη δημιουργία δημόσιου χώρου στον οποίο συνηθέστερα οι χρήστες επέρχονται σε μία κατάσταση παθητικής βίωσης παρά ενεργητικής. Η μορφή και η εικόνα βέβαια του χώρου, είναι ένας παράγοντας που εξακολουθεί να διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην ελκυστικότητα ενός χώρου, απλά δεν είναι ο μοναδικός. Η χρήση του χρώματος, των υλικών, της υφής, και των λεπτομερειών που καθορίζουν την επιφάνεια του δημόσιου χώρου είναι στοιχεία που καθορίζουν την οπτική αισθητική του χώρου και συμμετέχουν στη δημιουργία της ταυτότητας του χώρου. Πιθανοί τρόποι μέτρησης της ελκυστικότητας ενός δημόσιου χώρου, έπειτα από την υλοποίηση αυτού, είναι ο υπολογισμός του βαθμού επισκεψιμότητας, δηλαδή της προσπέλασης και κυρίως της παραμονής στο χώρο για ένα εύλογο χρονικό διάστημα, καθώς και η καταγραφή της κατανομής της επισκεψιμότητας αυτής στη διάρκεια της ημέρας, αφού στόχος είναι η παραγωγή δημόσιου χώρου που χαρακτηρίζεται από το μεγαλύτερο δυνατό βαθμό «ζωντάνιας» καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας.

Ποικιλία χρήσεων και δραστηριοτήτων

Η ύπαρξη ποικιλίας χρήσεων και δραστηριοτήτων που ανταποκρίνονται στις ανάγκες των χρηστών του δημόσιου χώρου οφείλει να αποτελεί βασική σχεδιαστική προτεραιότητα, αφού είναι ίσως ο παράγοντας που συντελεί στο μεγαλύτερο βαθμό στην εξασφάλιση της «ζωντάνιας» και της βιωσιμότητας του χώρου. Ταυτόχρονα, καθιστούν το χώρο μοναδικό και αυξάνουν τη χρησιμότητα του. Αυτό που ουσιαστικά επιδιώκεται μέσα από τη φιλοξενία επιτυχώς στοχευμένων δραστηριοτήτων είναι η δημιουργία ενός περιβάλλοντος

στο οποίο ο χρήστης θα έχει τη δυνατότητα να εμπλακεί ενεργά με τον χώρο και τους λοιπούς χρήστες εντός αυτού, με τη φύση της μεταξύ τους σχέσης να χαρακτηρίζεται από αμεσότητα. **Στις περιπτώσεις που παρατηρείται απουσία δραστηριοτήτων οι πιθανότητες κοινωνικής διάδρασης μειώνονται σημαντικά,** ενώ σε αυτές που παρέχεται στο χρήστη η επιλογή να εμπλακεί σε διάφορες μορφές επικοινωνίας ως αποτέλεσμα κάποιου εξωτερικού ερεθίσματος, έχουμε τη δημιουργία επιτυχημένων δημόσιων χώρων. Η μίξη επιθυμητών χρήσεων είναι ένας παράγοντας που οδηγεί στο θεμιτό αυτό αποτέλεσμα. Τρόποι μέτρησης της ποικιλίας χρήσεων δραστηριοτήτων μπορεί να επιτευχθούν μόνο σε συνδυασμό με τις μεθόδους μέτρησης της ελκυστικότητας, όπως ο υπολογισμός του αριθμού των δραστηριοτήτων μόνιμης και παροδικής μορφής μαζί με την επισκεψιμότητα που το κάθε είδος ελκύει. Χρήσεις με μικρή επισκεψιμότητα πρέπει να απομακρύνονται, ενώ αυτές με υψηλή να υποστηρίζονται. Ταυτόχρονα, η αναγνώριση των δημοφιλών δραστηριοτήτων μπορεί να οδηγήσουν στη θέσπιση ετήσιων ανάλογων γεγονότων και προώθηση «ανεπίσιμων» ποικίλων κοινωνικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων όπως υπαίθριες θεατρικές παραστάσεις, μικρές συναυλίες, αγορές και εκθέσεις τέχνης.

- Ποια είναι η επίδραση των νέων τεχνολογιών και πιο συγκεκριμένα της ψηφιακής τεχνολογίας και του κυβερνοχώρου και των ηλεκτρονικών κοινωνικών δικτύων, στην απαξίωση του δημόσιου χώρου της πόλης, και ποια μπορεί να είναι η συμβολή τους στην προσπάθεια αναζωογόνησης του δημόσιου χώρου της πόλης;

Η επίδραση του κυβερνοχώρου στην απαξίωση του δημόσιου χώρου των πόλεων παρουσιάζει παροδικό χαρακτήρα και έγκειται στο γεγονός της μερικής εγκατάλειψης του τελευταίου, σε έντονο βαθμό όταν οι ώρες ελεύθερου χρόνου είναι περιορισμένες και σε μικρότερο βαθμό κατά την αναλογική αύξηση αυτών, και στη στροφή των χρηστών στον κυβερνοχώρο για την κάλυψη των αναγκών τους.

Η συμβολή αντίθετα, του κυβερνοχώρου στις απόπειρες αναζωογόνησης του δημόσιου χώρου συνίσταται στην υποστηρικτική και συμπληρωματική δράση που διαδραματίζει στους τομείς της κοινωνικής διάδρασης – επικοινωνίας και της αναψυχής, μέσα από τους χώρους επικοινωνίας και τους χώρους αναψυχής αντίστοιχα, που έχουμε ήδη αναλύσει. Οι δυνατότητες και η αμεσότητα στο χρόνο που οι χώροι αυτοί παρέχουν, η προσβασιμότητα, η ποικιλία χρήσεων και δραστηριοτήτων και η ευαναγνωστικότητα που εμφανίζονται σε μεγαλύτερο βαθμό στο δημόσιο χώρο του κυβερνοχώρου από ότι στον πραγματικό δημόσιο χώρο των πόλεων, καθώς και η ελευθερία στην έκφραση από την οποία η μη πρόσωπο-με-πρόσωπο κοινωνική διάδραση χαρακτηρίζεται, δημιουργούν ένα

πεδίο έκφρασης, επαναπροσδιορισμού της ατομικής ταυτότητας, και σύναψης ή στήριξης κοινωνικών σχέσεων, που ο δημόσιος χώρος των πόλεων ολοκληρώνει, ενώ παράλληλα προσφέρει επιλογές ομαδικής ή ατομικής ψυχαγωγίας, ενεργητικής ή παθητικής αναψυχής.

Πηγές Τεκμηρίωσης**Ελληνόγλωσσα Βιβλιογραφία**

1. Γοσποδίνη, Α. (1994) *Ιστορία πόλης και πολεοδομίας*. Σημειώσεις μαθήματος. Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.
2. Γοσποδίνη, Α. (1995) *Αστική σύνθεση*. Σημειώσεις μαθήματος. Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.
3. Γοσποδίνη, Α. (2009) «Αστικός σχεδιασμός: Προκλήσεις και νέοι ορίζοντες». Στο Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης (επιμ.) *25 Κείμενα για το σχεδιασμό, τις πόλεις και την ανάπτυξη: Συλλογικός τόμος για τα 20 χρόνια λειτουργίας του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης*. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας. Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας. σ.215-240.
4. Δέφνερ, Α. (2008) *Σχεδιασμός τουρισμού και ελεύθερου χρόνου*. Σημειώσεις μαθήματος. Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.
5. Le Corbusier (1987) *Η Χάρτα των Αθηνών*. Αθήνα: Ύψιλον.
6. Μάινα, Α. (2007) *Ψηφιακός τόπος ή δημόσιος χώρος*. Διπλωματική Μεταπτυχιακή Εργασία. Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών. Ε.Μ.Π.
7. Stevenson, D. (2007) *Πόλεις και αστικοί πολιτισμοί*. Αθήνα: Κριτική.

Ξενόγλωσσα Βιβλιογραφία

1. Allen, S.L. (1994) "Electronic mail as a medium for rich communication: An empirical investigation using hermeneutic interpretation". *MIS Quarterly*, 18 (2), p.143-157.
2. Anderson, T. και Kanuka, H. (1997) "On-line forums: New platforms for professional development and group collaboration". *Journal of Computer-Mediated Communication*. 3 (3).
3. Appleyard, D. και Jacobs, A. (1987) "Toward an urban design manifesto". *Journal of the American Planning Association*, 53 (1), p.112-120.
4. Arendt, H. (1958) *The human condition*. Chicago: University of Chicago Press.
5. Aurigi, A. και Graham, S. (1997) "Virtual cities, social polarisation and the crisis in urban public space". *Journal of Urban Technology*, 4 (1), p.19-52.

6. Avila Mileham, B. L. (2007) “Online infidelity in Internet chat rooms: An ethnographic exploration”. *Computers in Human Behavior*, 23 (1), p.11-31.
7. Bartle, R. (1996) “Hearts, clubs, diamonds, spades: Players who suit MUDs”. *Journal of MUD Research*, 1 (1).
8. Boyd, D. και Ellison, N.B. (2007) “Social network sites: Definition, history and scholarship”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), p.210-230.
9. Calhoun, C. (1992) “Habermas and the public sphere”. Cambridge: MIT Press.
10. Carey, J. (1995) “The press, public opinion, and public discourse”. Στο: Glasser, T.L. and Salmon, C.T. (επιμ.) *Public opinion and communication of consent*. New York: Guilford Press.
11. Carmona, M. και Magalhaes, C. (2006) “Public space management: Present and potential”. *Journal of Environmental Planning and Management*, 49 (1), p.75-99.
12. Carmona M. (2010a) “Contemporary public space, part two: Classification”. *Journal of Urban Design*, 15 (2), p.157-173.
13. Carmona, M. (2010b) “Contemporary public space: Critique and classification, part one: Critique”. *Journal of Urban Design*, 15 (1), 123-148.
14. Carmona, M., Heath, T., Oc, T. και Tiesdell, S. (2003) *Public spaces, urban spaces: The dimensions of urban design*. Oxford: Architectural Press.
15. Coleman, A. (1985) *Utopia on trail: Vision and reality in planned housing*. London: Shipman.
16. Daft, R.L. και Lengel, R.H. (1986) “Organizational information requirements, media richness and structural design”. *Management Science*, 32 (5), p.554-571.
17. Ducheneaut, N. και Moore, R.J. (2004) “The social side of gaming: A study of interaction patterns in a massively multiplayer online game”. Στο: *Proceedings of the ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work*. Chicago, 6/10 November, p.360-369.
18. Efimova, L. (2003) *Blogs: The stickiness Factor*. Διαθέσιμο στο: https://doc.freeband.nl/dsweb/Get/Document-34088/Blogs_stikiness_factor.pdf
19. Ellin, N. (1999) *Postmodern Urbanism*. Oxford: Blackwell. [Τελευταία πρόσβαση 21/09/2012].
20. Finlay, A. (2009) Global Information Society Watch 2009: Focus on access to online information and knowledge—advancing human rights and democracy. Διαθέσιμο στο: <http://idl-bnc.idrc.ca/dspace/bitstream/10625/46495/1/133014.pdf> [Τελευταία πρόσβαση 20/09/2012].

21. Frampton, K. (1978) "The generic street as continuous built form". Στο: Anderson, S. (επιμ.) *On streets*. Cambridge: MIT Press.
22. Fraser, N. (1990) "Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy". *Social Text*, (25/26), p.56-80.
23. Gehl, J. (2011) *Life between buildings: Using public space*. Washington: Island Press.
24. Goffman, E. (1963) *Behavior in public places: Notes on the social organization of gatherings*. New York: Free Press.
25. Gospodini, A. (2001) "Urban design, urban space morphology, urban tourism; An emerging new paradigm concerning their relationship". *European Planning Studies*, 9 (7), p.925-934.
26. Gospodini, A. (2008) "New technologies opposing urban sustainability". Στο: Gospodini, A., Brebbia, C.A. και Tiezzi, E. (επιμ.) *The sustainable city: Urban regeneration and sustainability*. UK: WIT Press.
27. Greinacher, U. (1997) "Fear and dreaming in the American city: From open space to private space". Στο: Ellin, N. (επιμ.) *Architecture of fear*. New York: Princeton Architectural Press.
28. Griffiths, M.D., Davies, M.N.O. και Chappell, D. (2004) "Online computer gaming: A comparison of adolescent and adult gamers". *Journal of Adolescence*, (27), p.87-96.
29. Gumbrecht, M. (2004) "Blogs as 'protected space'". Στο: *Workshop on the Weblogging Ecosystem: Aggregation, Analysis, and Dynamics*. New York, May 17–22. New York: ACM Press.
30. Gumpert, G. και Drucker S. (2003) "From locomotion to telecommunication, or paths of safety, streets of gore". Στο: Gibson, S., Jacobson, R.L. και Strate, L. (επιμ.) *Communication and cyberspace: Social interaction in an electronic environment*. New Jersey: Hampton Press.
31. Habermas, J. (1989) *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge: The MIT Press.
32. Han, C. (2007) "Towards an online public sphere: A case study of an online civic journalism". Στο: *Annual Meeting of the International Communication Association*. San Francisco, 24 May.
33. Hargittai, E. (2007) "Whose space?: Differences among users and non-users of social network sites". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), p.276-297.
34. Hermeking, M. (2005) "Culture and Internet consumption: Contributions from cross-cultural marketing and advertising research". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11 (1), p.192-216.

35. Hosio, S., Kukka, H. και Riekkki, J. (2008) "Leveraging social networking services to encourage interaction in public spaces". Στο: MUM '08 Proceedings of the 7th International Conference on Mobile and Ubiquitous Multimedia. Umea, Sweden, 3-5 December.
36. Hsu, C.L. και Lu, H.P. (2004) "Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience". *Information & Management*, Vol. 41 (7), p.853-868.
37. Leite, J. και Zancheti, S. (2007) "Public cyberspace: The virtualization of public space in digital city projects". Στο: 3rd Int'l ASCAAD Conference on Em'body'ing Virtual Architecture. Alexandria, Egypt, 1-3 November.
38. Lehdonvirta, V. (2009) "Virtual consumption". Turku, Finland: Uniprint.
39. Lefebvre, H. (2003) "The urban revolution". Minneapolis: Minnesota University Press.
40. Light, A. και Rogers, Y. (1999) "Conversation as publishing: the role of news forums on the web". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 4 (4).
41. Loukaitou-Sideris, A. (1996) "Cracks in the city: Addressing the constraints and potentials of urban design". *Journal of Urban Design*, Vol.1 (1), p.91-103.
42. Lynch, K. (1981) *A theory of good city form*. Cambridge: MIT Press.
43. Maczewski, M. (2002) "Exploring identities through the Internet: Youth experiences online". *Child and Youth Care Forum*, 31 (2), p.111-129.
44. Marcuse, P. (2003) "The threats to publicly usable space in a time of contraction". *Public Space in the Time of Shrinkage*, 8 (1).
45. Meyrowitz, J. (1985) *No sense of place*. Oxford: Oxford University Press.
46. Miller, D. (2000) "The fame of Trinis: Websites as traps". *Journal of Material Culture*, 5 (1), p.5-24.
47. Mitchell, D. (1995) "The end of public space?: People's park, definitions of the public and democracy". *Annals of the Association of American Geographers*, 85 (1), p.108-133.
48. Morahan-Martin, J. και Schumacher, P. (2003) "Loneliness and social uses of the Internet". *Computers in Human Behavior*. 19 (6), p.659-671.
49. Mortensen, T. και Walker, J. (2002) "Blogging thoughts: Personal publication as an online research tool". Στο: Morrison, A. (επιμ.) *Researching ICTs in context*. Oslo: InterMedia/UniPub.
50. Nardi, B.A., Schiano, D.J., Gumbrecht, M. και Swartz L. (2004) "Why we blog". *Communications of the ACM*, 47 (12), p.41-46.
51. Nissen, S. (2008) "Urban transformation: From public and private space to spaces of hybrid character". *Czech Sociological Review*, 44 (6), p.1129-1149.

52. Novak, T.P., Hoffman, D.L. και Yung, Y. (2000) “Measuring the customer experience in online environments: A structural modeling approach”. *Marketing Science*, 19 (1), p.22-42.
53. Orlikowski, W.J. και Yates, J. (1992) “Genres of organizational communication: A structural approach to studying communication and media”. *Academy of Management Review*, 17 (2), p.299-326.
54. Pan, B. και Fesenmaier, D.R. (2006) “Online information search: Vacation planning process”. *Annals of Tourism Research*, 33 (3), p.809-832.
55. Papacharissi, Z. (2002) “The virtual sphere: The internet as a public sphere”. *New Media and Society*, 4 (1), p.9-27.
56. Partridge, C. (2008) “The technical development of Internet email”. *IEEE Annals of the History of Computing*, 30 (2), p.3-29.
57. Patkin, T.T. (2003) “Constructing the virtual organization: Using a multimedia simulation for communication education”. Στο: Gibson, S., Jacobson, R.L. και Strate, L. (επιμ.) *Communication and cyberspace: Social interaction in an electronic environment*. New Jersey: Hampton Press.
58. Reed, A. (2008) “‘Blog This’: Surfing the metropolis and the method of London”. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, (14), p.391-406.
59. Ryan, R.M. και Deci, E.L. (2000) “Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being”. *American Psychologist*, 55 (1), p.68-78.
60. Scammell, M. (2000) “The Internet and civic engagement: The age of the citizen-consumer”. *Political Communication*, 17 (4), p.351-355.
61. Schiano, J.D., Nardi, A.B., Gumbrecht, M. και Swartz, L. (2004) “Blogging by the rest of us”. Στο: *Conference on Human factors in Computing Systems*. Vienna, 24-29 April. New York: ACM Press.
62. Sennett, R. (1974) *The fall of public man*. New York: Norton & Co.
63. Shoham, A. (2004) “Flow experiences and image making: An online chat-room ethnography”. *Psychology & Marketing*, 21 (10), p.855-882.
64. Tibbalds, F. (1988) “Mind the Gap!: A personal view of the value of urban design in the late twentieth century”. *The Planner*, 74 (3), p.11-15.
65. Trancik, R. (1986) *Finding lost space: Theories of urban design*. New York: John Wiley and Sons.
66. Trew, A. και Malle, N. (2004) “Modelling a system to deliver electronic entertainment over a Broadband connection”. *The Electronic Library*, 22 (1), p.23-31.

67. Voronkova, L. και Pachenkov, O. (2010) *Open/closed public spaces in modern cities*. Berlin: urbanXposurePublications.
68. Walther, J.B. (1996) “Computer-mediated communication: impersonal, interpersonal and hyperpersonal interaction”. *Communication Research*, 23 (1), p.3-43.
69. Wellman, B. (2002) “Designing the Internet for a networked society: Little boxes, glocalization, and networked individualism”. *Communications of the ACM - The Adaptive Web*, 45 (5), p.91-96.
70. Wertheim, M. (1997) “The pearly gates of cyberspace”. Στο: Ellin, N. (επιμ.) *Architecture of fear*. New York: Princeton Architectural Press.
71. Wilson, J. και Kelling, G. (1982) “Broken windows: The police and neighborhood safety”. *The Atlantic Monthly*, 249 (3), p.29-38.
72. Whitty, M.T. (2002) «Liar, liar! An examination of how open, supportive and honest people are in chat rooms”. *Computers in Human Behavior*, 18 (4), p.343-352.
73. Whitty, M.T. και Carr, A.N. (2003) “Cyberspace as potential space: Considering the web as a playground to cyber-flirt”. *Human Relations*, 56 (7), p.861-891.
74. Whitty, M.T. και McLaughlin, D. (2007) “Online recreation: The relationship between loneliness, Internet self-efficacy and the use of the Internet for entertainment purposes”. *Computers in Human Behavior*, 23 (3), p.1435-1446.
75. Zukin, S. (1995) *The cultures of cities*. Cambridge: Blackwell.

Διαδικτυακές Πηγές

1. Academia.edu, Προσβάσιμο στο URL: <http://academia.edu/>, [Τελευταία ανάκτηση: 10-08-2012]
2. Asianave.com, Προσβάσιμο στο URL: <http://www.asianave.com/>, [Τελευταία ανάκτηση: 10-08-2012]
3. Athlinks.com, Προσβάσιμο στο URL: <http://athlinks.com/>, [Τελευταία ανάκτηση: 10-08-2012]
4. Blackplanet.com, Προσβάσιμο στο URL: <http://www.blackplanet.com/>, [Τελευταία ανάκτηση: 10-08-2012]
5. Cafemom.com, Προσβάσιμο στο URL: <http://www.cafemom.com/>, [Τελευταία ανάκτηση: 10-08-2012]
6. Disaboom.com Προσβάσιμο στο URL: <http://www.disaboom.com/>, [Τελευταία ανάκτηση: 10-08-2012]
7. Fotolog.com Προσβάσιμο στο URL: <http://www.fotolog.com/>, [Τελευταία ανάκτηση: 10-08-2012]

8. Κεφαλογιάννης Ν., Παπαστεργίου Χ. (2003) «Ομοιώματα του Δημόσιου χώρου», προσβάσιμο στο URL: <http://www.greekarchitects.gr/gr/%CE%B4%CE%B9%CE%B5%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/%CE%BF%CE%BC%CE%BF%CE%B9%CF%8E%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85%CE%B4%CE%B7%CE%BC%CF%8C%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%85-%CF%87%CF%8E%CF%81%CE%BF%CF%85-id18>, [Τελευταία ανάκτηση: 01-09-2012]
9. Raosoft.com, Προσβάσιμο στο URL: <http://www.raosoft.com/samplesize.html>, [Τελευταία ανάκτηση: 10-08-2012]
10. Taltopia.com, Προσβάσιμο στο URL: <http://www.taltopia.com/>, [Τελευταία ανάκτηση: 10-08-2012]
11. Vampirefreaks.com, Προσβάσιμο στο URL: <http://vampirefreaks.com/>, [Τελευταία ανάκτηση: 10-08-2012]
12. Zoo.gr, Προσβάσιμο στο URL: <http://www.zoo.gr/>, [Τελευταία ανάκτηση: 10-08-2012]
13. Παρατηρητήριο για την ΚτΠ (2011) «Η χρήση του διαδικτύου από τους Έλληνες». Προσβάσιμο στο URL: http://www.observatory.gr/files/meletes/A100526_%CE%A0%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%AF%CE%BB%20%CF%87%CF%81%CE%B7%CF%83%CF%84%CF%8E%CE%BD%20internet%202010.pdf, [Τελευταία ανάκτηση: 07-09-2012]

Φιλμογραφία

1. Ανδρωτάκης Μ. (2008), «Blog: ένας νέος δημόσιος χώρος», Είδος: ντοκιμαντέρ, Εκπομπή: Παρασκήνιο, Κανάλι προβολής: ET1

Παράρτημα

Περιεχόμενα Παραρτήματος

Ερωτηματολόγιο Έρευνας.....	1
Χάρτης πόλης Βόλου.....	5

Ερωτηματολόγιο Έρευνας

Το παρόν ερωτηματολόγιο αποτελεί τμήμα της έρευνας που πραγματοποιείται στα πλαίσια διπλωματικής εργασίας του **Τμήματος Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης** του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, με τίτλο «**Ο δημόσιος χώρος στην πραγματικότητα και στον κυβερνοχώρο Νέοι τύποι και κατευθύνσεις στο σχεδιασμό**», που προσπαθεί να διερευνήσει το βαθμό στον οποίο το διαδίκτυο αποτελεί κομμάτι της δημόσιας σφαίρας, λειτουργώντας ως αντικαταστάτης του δημόσιου χώρου των πόλεων, ένα φαινόμενο που οφείλεται, σύμφωνα με πλήθος επιστημόνων, στην απαξίωση στην οποία έχει επέλθει ο δημόσιος χώρος

Γενικά Στοιχεία

Φύλο: άντρας γυναίκα

Ηλικία: 15 - 18 19 - 24

Ασχολία: μαθητής φοιτητής Πολυτεχνείο Ανθρωπιστικές επιστήμες
 Γεωπονία Οικονομικό
 εργαζόμενος άνεργος

Κυρίως Μέρος

1) Σε ποιους από τους παρακάτω χώρους του Βόλου συχνάζετε;

	Καθόλου	Λίγο	Πολύ
Δρόμος (μετακινήσεις, βόλτα)			
Πλατείες			
Πεζόδρομοι (βόλτα)			
Πάρκα – χώροι πρασίνου			
Προκουμαίες – Παραλία του Βόλου			
Ανοιχτοί ή κλειστοί χώροι άθλησης (γήπεδα, γυμναστήρια, πισίνες κτλ)			
Παραλίες (θάλασσα)			
Καφετέριες			
Μπαρ			
Εστιατόρια			
Εμπορικά κέντρα - μαγαζιά			
Κινηματογράφος – θέατρο			
Μουσείο			
Βιβλιοθήκες			

2) Ποια από τα παρακάτω στοιχεία του διαδικτύου χρησιμοποιείτε και πόσο;

	Καθόλου	Λίγο	Πολύ
Ιστότοποι Κοινωνικής Δικτύωσης (πχ facebook κτλ)			
Τηλεφωνία – Βιντεοκλήσεις (πχ msn, skype)			
Chatrooms			
Ιστοσελίδες πλατφόρμες διακίνησης ιδεών (Forums)			
Ιστοσελίδες πλατφόρμες αυτοδημοσίευσης (Blogspots)			
Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail)			
Μηχανές αναζήτησης (πχ google, yahoo)			
Ηλεκτρονικά Μουσεία			
Ηλεκτρονικές Βιβλιοθήκες			
Ηλεκτρονικές Εφημερίδες/Περιοδικά			
Ηλεκτρονικές αγορές			
Διαδικτυακά παιχνίδια			
Μουσική – Ραδιόφωνο μέσω διαδικτύου			
Ταινίες - Βίντεο – Τηλεόραση μέσω διαδικτύου			

3) Πόσο χρόνο κατά μέσο όρο περνάτε την ημέρα στο διαδίκτυο και πόσο στο δημόσιο χώρο;

	Ώρες			
	0 – 2	2 – 5	5 – 7	7+
Διαδίκτυο				
Δημόσιος χώρος				

4) Ποιες από τις παρακάτω ανάγκες σας καλύπτει το διαδίκτυο; (διαβαθμισμένα από το =καθόλου έως το =παρα πολύ, βάλτε ένα X στο αντίστοιχο κουτάκι)

1 = Καθόλου, 2 = Λίγο, 3 = Μέτρια, 4 = Πολύ, 5 = Πάρα πολύ

Ανάγκες	1	2	3	4	5
Αναψυχή					
Επικοινωνία/Κοινωνική Διάδραση					
Πληροφόρηση/Ενημέρωση					
Κατανάλωση					
Άλλο (προσδιορίστε)					
.....					

5) Ποιες από τις παρακάτω ανάγκες σας καλύπτει ο δημόσιος χώρος; (διαβαθμισμένα από το 1=καθόλου έως το 5=παρα πολύ, βάλτε ένα X στο αντίστοιχο κουτάκι)

1 = Καθόλου, 2 = Λίγο, 3 = Μέτρια, 4 = Πολύ, 5= Πάρα πολύ

Ανάγκες	1	2	3	4	5
Αναψυχή					
Επικοινωνία/Κοινωνική Διάδραση					
Πληροφόρηση/Ενημέρωση					
Κατανάλωση					
Άλλο (προσδιορίστε)					
.....					

6) Πόσο σημαντικές θεωρείτε τις παρακάτω ιδιότητες του διαδικτύου; (διαβαθμισμένα από το 1=καθόλου έως το 5= πάρα πολύ, βάλτε ένα X στο αντίστοιχο κουτάκι)

1 = Καθόλου, 2 = Λίγο, 3= Μέτρια, 4= Πολύ, 5 = Πάρα πολύ

Χαρακτηριστικά Διαδικτύου	1	2	3	4	5
Εύκολη και ανεμπόδιστη πρόσβαση					
Ελκυστικότητα					
Ποικιλία χρήσεων / δραστηριοτήτων					
Διαβάζεται / κατανοείται / οικειοποιείται εύκολα					
Διαδραστικότητα (ο χρήστης μπορεί να κάνει αλλαγές στον χώρο-να αφήσει τη σφραγίδα του)					
Προσαρμοστικότητα σύμφωνα με τις ανάγκες του χρήστη					
Συντήρηση (ομαλή λειτουργία ιστοσελίδων) / Ανανέωση					
Ασφάλεια κατά τη διάρκεια της διαμονής μου στον ιστότοπο					
Οι πιθανές εφαρμογές της ιστοσελίδας επαρκούν για να καλύψουν τις ανάγκες του χρήστη					
Το περιβάλλον χρήστη (user interface) είναι εύχρηστο – καλά σχεδιασμένο					

- 7) Πόσο σημαντικές θεωρείτε τις παρακάτω ιδιότητες του δημόσιου χώρου; (διαβαθμισμένα από το 1=καθόλου έως το 5= πάρα πολύ, βάλτε ένα X στο αντίστοιχο κουτάκι)

1 = Καθόλου, 2 = Λίγο, 3 = Μέτρια, 4 = Πολύ, 5= Πάρα πολύ

Χαρακτηριστικά Δημόσιου Χώρου	1	2	3	4	5
Εύκολη και ανεμπόδιστη πρόσβαση στον χώρο					
Ελκυστικότητα					
Ποικιλία χρήσεων / δραστηριοτήτων					
Ο χώρος διαβάζεται / κατανοείται / οικειοποιείται εύκολα					
Διαδραστικότητα (ο χρήστης μπορεί να κάνει αλλαγές στον χώρο-να αφήσει τη σφραγίδα του)					
Ο χώρος προσαρμόζεται / αλλάζει σύμφωνα με τις ανάγκες του χρήστη					
Καθαριότητα / Συντήρηση					
Αίσθημα ασφάλειας (κατά τη διάρκεια της ημέρας και της νύχτας)					
Επάρκεια (οι εγκαταστάσεις και η έκταση του χώρου επαρκούν για να καλύψουν τις ανάγκες του χρήστη)					
Μορφή (ο χώρος είναι κατάλληλος μορφολογικά για τις λειτουργίες που καλείται να καλύψει πχ πίστα skate, γήπεδο ποδοσφαίρου κτλ)					

- 8) Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τους ακόλουθους χώρους του Βόλου; (διαβαθμισμένα από το 1=καθόλου έως το 5=παρα πολύ, βάλτε ένα X στο αντίστοιχο κουτάκι)

1 = Καθόλου, 2 = Λίγο, 3= Μέτρια, 4 = Πολύ, 5 = Πάρα πολύ

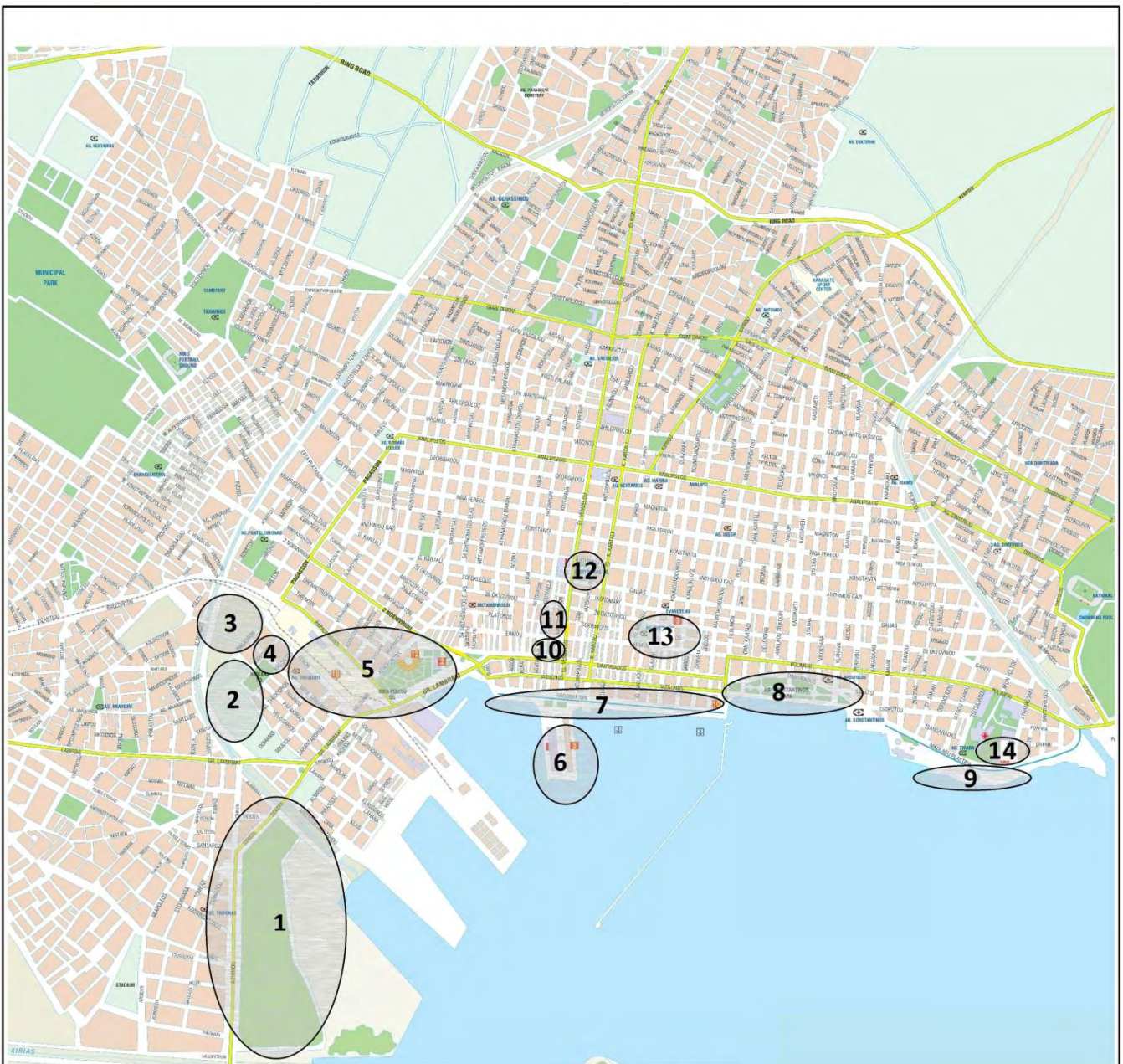
	1	2	3	4	5	Δεν ξέρω / Δεν απαντώ
Πεδίον του Άρεως						
Πολυχώρος Τσαλαπάτα						
Πολυχώρος Old City						
Αλευρόμυλοι Λούλη (Village)						
Περιοχή Πάρκου Ρήγα Φεραίου - ΟΣΕ						
Επιβατικό Λιμάνι						
Παραλία						
Πάρκο Αγίου Κωνσταντίνου						
Πάρκο Ανάβρου						
Πλατεία Πανεπιστημίου						
Καπναποθήκη Ματσάγγου						
Πλατεία Ελευθερίας						
Περιοχή Αγίου Νικολάου						
Αρχαιολογικό Μουσείο						
Κυλικείο σχολών						

- 9) Στο διαδίκτυο μπαίνετε συνήθως από (μια μόνον απάντηση):

- το σπίτι
- Ίντερνετ καφέ
- σπίτια φίλων συγγενών
- χώροι εκπαίδευσης (σχολεία, πανεπιστήμια)
- ασύρματο wi fi σε κάποιο δημόσιο χώρο
- χώρο εργασίας

- 10)** Η χρήση του διαδικτύου έχει συμβάλει στην ανάπτυξη της κοινωνικότητας σας;
 ΝΑΙ ΟΧΙ
- 11)** Πιστεύετε ότι οι κοινωνικές σχέσεις σας αναπτύσσονται περισσότερο *(κυκλώστε)*:
 Στο δημόσιο χώρο (πλατείες, πεζόδρομοι, δρόμοι, καφετέριες, κινηματογράφος, κτλ)
 Στο διαδίκτυο (facebook, forums, blogs, chatrooms κτλ)

Χάρτης πόλης Βόλου



Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας
& Περιφερειακής Ανάπτυξης

Δημόσιοι Χώροι του Βόλου προς Αξιολόγηση

Πηγή: <https://www.symvoli.gr/ELPSE2009/info>, ίδια επεξεργασία

Υπόμνημα

Δημόσιοι Χώροι	Αντιστοίχιση
Πεδίο του Άρεως	1
Πολυχώρος Τσαλαπάτα	2
Πολυχώρος Old City	3
Αλευρόμυλοι Λούλη (Village)	4
Περιοχή Πάρκου Ρήγα Φεραίου - ΟΣΕ	5
Επιβατικό Λιμάνι	6
Παραλία	7
Πάρκο Αγίου Κωνσταντίνου	8
Πάρκο Ανάβρου	9
Πλατεία Πανεπιστημίου	10
Καπναποθήκη Ματσάγγω	11
Πλατεία Ελευθερίας	12
Περιοχή Αγίου Νικολάου	13
Αρχαιολογικό Μουσείο	14

