



ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Διαχείριση και επικοινωνία μιας πολιτιστικής δραστηριότητας, προτάσεις στην εποχή της ψηφιακής τεχνολογίας. Περίπτωση μελέτης «Καραϊσκάκεια» Καρδίτσας

ΙΩΑΝΝΙΔΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ
(Α.Μ.: 168865)

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΣΙΟΥΡΗΣ

Καρδίτσα, Μάιος 2026



ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

“Διαχείριση και επικοινωνία μιας πολιτιστικής δραστηριότητας, προτάσεις στην εποχή της ψηφιακής τεχνολογίας. Περίπτωση μελέτης «Καραϊσκάχεια» Καρδίτσας”

ΙΩΑΝΝΙΔΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ
(Α.Μ.: 168865)

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματική Εργασία

Επιβλέπων Καθηγητής:
Ιωάννης Τσιουρής

Συν-Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:
Σαμπανίκου Ευαγγελία

Καρδίτσα, Μάιος 2026

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της φοιτήτριας Ιωαννίδου Ευαγγελίας που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης η Ευαγγελία Ιωαννίδου εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Η Ευαγγελία Ιωαννίδου διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα Καθηγητή μου τον κ. Γιάννη Τσιουρή για την πολύτιμη βοήθεια που μου πρόσφερε σε όλη την διάρκεια της συγγραφής αυτής της διπλωματικής μου εργασίας.

Καθώς και την κ. Ευαγγελία Σαμπανίκου που ως Β' επιβλέπουσα με την συμβολή της μπόρεσα να ολοκληρώσω αυτό το πόνημα.

Επίσης τον πρόεδρο της Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων κ. Μανώλη Στεργιόπουλο καθώς και την Βανέσα Στυλοπούλου - Στεργιοπούλου για την πολύτιμη συμβολή τους στις πληροφορίες που συνέλεξα για την έρευνά μου.

Τέλος οφείλω κι ένα ευχαριστώ στην κόρη μου που με προέτρεψε να κάνω αυτό το μεταπτυχιακό και που προσέφερε ηθική υποστήριξη.

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία ασχολείται με την Διαχείριση και την επικοινωνία μιας πολιτιστικής δραστηριότητας. Συγκεκριμένα η περίπτωση μελέτης που εξετάζεται είναι το Διεθνές Φεστιβάλ Πολιτισμού τα «Καραϊσκάκεια» το οποίο πραγματοποιείται στην Καρδίτσα εδώ και 57 χρόνια το τελευταίο δεκαήμερο του Ιουνίου. Στο πρώτο μέρος της διπλωματικής γίνεται αναφορά στις πολιτιστικές εκδηλώσεις, στα είδη και στην πολιτιστική διαχείριση αυτών. Στο ρόλο της επικοινωνίας και στις νέες τάσεις στην εποχή της ψηφιακής τεχνολογίας. Το θεωρητικό μέρος εξετάζει επίσης τα χαρακτηριστικά των πολιτιστικών φεστιβάλ τις κατηγορίες τους και την παρουσία τους στην σύγχρονη εποχή.

Για την περίπτωση μελέτης τα «Καραϊσκάκεια» Καρδίτσας διεξήχθη μια πρωτογενής ποιοτική έρευνα με συνέντευξη του προέδρου της Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων του Νομού Καρδίτσας. Επίσης έγινε έρευνα στο διαδίκτυο με δημοσιεύσεις των τοπικών site και στην ιστοσελίδα της Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων που είναι ο κύριος διοργανωτής. Γίνεται μια ιστορική αναδρομή του φεστιβάλ, εξετάζεται η οργανωτική δομή του, η οικονομική και επικοινωνιακή πολιτική του, οι στόχοι του και ακολουθεί σύγκριση με άλλα φεστιβάλ. Η διπλωματική εργασία καταλήγει με τις προτάσεις και τα συμπεράσματα.

Η συγκεκριμένη μελέτη φιλοδοξεί να συμβάλει στο να γίνουν κατανοητές οι σύγχρονες προκλήσεις που μπορεί να έρθουν αντιμέτωποι οι πολιτιστικοί οργανισμοί και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις στην εποχή της ψηφιακής τεχνολογίας. Ένα ακόμη σημείο που έχει ως στόχο να αναδείξει είναι η σωστή στρατηγική διαχείρισης αλλά και η αποτελεσματική επικοινωνία πως μπορεί να κάνει τους πολιτιστικούς θεσμούς βιώσιμους.

Λέξεις κλειδιά: Πολιτιστικές εκδηλώσεις, πολιτιστική διαχείριση, επικοινωνία, πολιτιστικά φεστιβάλ, Καραϊσκάκεια Καρδίτσας, ψηφιακή τεχνολογία.

Abstract

This diploma thesis deals with the Management and communication of a cultural activity. Specifically, the case study examined is the International Festival of Culrure Karaiskakia, which has been taking place in Karditsa for 57 years in the last ten days of June. In the first part of the diploma thesis, reference is made to cultural events, their types and their cultural management. The role of communication and new trends in the era of digital technology. The theoretical part also examines the characteristics of cultural festivals, their categories and their presence in the modern era.

For the case study of the “Karaiskakia” of Karditsa, a primary qualitative research was conducted with an interview with the president of the Union of Cultural Associations of the Prefecture of Karditsa. A historical review of the Union of Cultural Associations, which is the main organizer. A historical review of the festival is made, its organizational structure, its financial and communication policy, its goals are examined and a comparison with other festivals follows. The thesis concludes with the proposals and conclusions.

This study aims to contribute to understanding the contemporary challenges that cultural organizations and cultural events may face in the era of digital technology. Another point it aims to highlight is how proper strategic management and effective communication can make cultural institutions sustainable.

Keywords: Cultural events, cultural management, communication, cultural festivals, Karaiskakia of Karditsa, digital technology.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	5
Λέξεις κλειδιά:	5
Abstract	6
Keywords:	6
Κατάλογος Σχημάτων / Πινάκων / Εικόνων	9
Εισαγωγή	10
A. Θεωρητικό πλαίσιο	15
Κεφάλαιο 1. Πολιτιστικές εκδηλώσεις.....	15
1.1. Η έννοια των πολιτιστικών εκδηλώσεων	16
1.2. Είδη πολιτιστικών εκδηλώσεων	18
1.3. Πραγμάτωση πολιτιστικών εκδηλώσεων	20
1.4. Οικονομία και εκδηλώσεις	24
1.5. Κοινό και εκδηλώσεις	25
Κεφάλαιο 2. Πολιτιστική διαχείριση εκδηλώσεων.....	29
2.1. Θεωρία πολιτιστικής διαχείρισης	29
2.2. Μοντέλα πολιτιστικής διαχείρισης	32
2.3. Διαχείριση και νέες τάσεις.....	34
Κεφάλαιο 3. Επικοινωνία	38
3.1. Μοντέλα, θεωρίες και σχολές επικοινωνίας	38
3.2. Ποιος ο ρόλος της επικοινωνίας	42
3.3. Στρατηγικές επικοινωνίας.....	43
Κεφάλαιο 4. Πολιτιστικά Φεστιβάλ	47
4.1. Ιστορική αναδρομή του θεσμού «Πολιτιστικών Φεστιβάλ»	47
4.2. Τα χαρακτηριστικά των «Πολιτιστικών Φεστιβάλ» και οι κατηγορίες	49
4.3. Τα πολιτιστικά φεστιβάλ στη σύγχρονη εποχή.....	52
4.4. Επικοινωνιακή πολιτική των φεστιβάλ φολκλόρ.....	55
B. Μελέτη Περίπτωσης	57
Κεφάλαιο 5. Τα «Καραϊσκάκεια Καρδίτσας	57
5.1. Ιστορική διαδρομή του θεσμού «Καραϊσκάκεια» Καρδίτσας	57
5.2. Οργανωτική δομή της εκδήλωσης Καραϊσκάκεια.....	61
5.3. Διοίκηση και ανθρώπινο δυναμικό.....	69
5.4. Οικονομική πολιτική του φεστιβάλ Καραϊσκάκεια	71
5.5. Μάρκετινγκ και προβολή φεστιβάλ	73
5.6. Επιπτώσεις (οικονομικές – κοινωνικές – πολιτιστικές)	74
Κεφάλαιο 6.	75

6.1. Επικοινωνιακή πολιτική του Φεστιβάλ Καρδίτσας «Καραϊσκάκεια»	75
6.2. Στόχοι του φεστιβάλ.....	78
6.3. Ο τρόπος προσέγγισης του κοινού.....	82
6.4. Σύγκριση με άλλα φεστιβάλ	85
Κεφάλαιο 7. Προτάσεις	92
Συμπεράσματα	97
Βιβλιογραφία.....	101
Παράρτημα.....	116

Κατάλογος Σχημάτων / Πινάκων / Εικόνων

Σχήμα 1. Καθορισμός αντικειμενικών στόχων του πολιτιστικού οργανισμού

Σχήμα 2. Κλασικό μοντέλο διαχείρισης πολιτιστικών οργανισμών

Σχήμα 3. Σύγχρονο μοντέλο διαχείρισης πολιτιστικών οργανισμών

Πίνακας 1. Κατηγοριοποίηση Φεστιβάλ

Πίνακας 2. SWOT Ανάλυση των Καραϊσκακείων Καρδίτσας

Εικόνα 1. Αφίσα από την 57^η Διεθνής Γιορτή Πολιτισμού Καραϊσκάκεια 2025

Εικόνα 2. Από την 57^η Διεθνής Γιορτή Πολιτισμού Καραϊσκάκεια 2025

Εικόνα 3. Από την 57^η Διεθνής Γιορτή Πολιτισμού Καραϊσκάκεια 2025

Εικόνα 4. Από την 57^η Διεθνής Γιορτή Πολιτισμού Καραϊσκάκεια 2025

Εικόνα 5. Από την 57^η Διεθνής Γιορτή Πολιτισμού Καραϊσκάκεια 2025

Εικόνα 6. Συνάντηση κ. Στεργιόπουλου κ. Σπάνια κ. Μόραλη

Εικόνα 7. Τα λογότυπα που χρησιμοποιήθηκαν για τους χορηγούς

Εικόνα 8. Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων Καρδίτσας Infographic

Εικόνα 9. Αφίσα από την παρουσίαση της караγκούνικης φορεσιάς

Εικόνα 10. Από το Διεθνές Φολκλόρ Φεστιβάλ Ζακοπάνε

Εικόνα 11. Από το Διεθνές Φολκλόρ Φεστιβάλ της Lorient της Γαλλίας

Εικόνα 12. Από το Φεστιβάλ Χορού Καλαμάτας

Εικόνα 13. Από το Φεστιβάλ Ολύμπου

Εικόνα 14. Από το Φεστιβάλ River Party

Εισαγωγή

Ο σημαντικότερος παράγοντας διαχρονικά για την διαμόρφωση της κοινωνικής συνοχής της πολιτισμικής ταυτότητας των κοινωνιών και της συλλογικής μνήμης είναι ο πολιτισμός. Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις χαρακτηρίζονται ως οργανωμένες μορφές κοινωνικής συμμετοχής και πολιτιστικής έκφρασης και επίσης λειτουργούν ως πεδία επικοινωνίας, δημιουργίας εμπειριών και αλληλεπίδρασης, συμβάλλοντας ουσιαστικά τόσο στην πολιτιστική ανάπτυξη όσο και στην οικονομική και κοινωνική πρόοδο των τοπικών κοινωνιών (Getz, 2010; Richards & Palmer, 2010). Στη σημερινή εποχή οι πολιτιστικές δραστηριότητες δεν περιορίζονται μόνο στην καλλιτεχνική δημιουργία ή στο να διατηρήσουν την παράδοση, συνδέονται άμεσα με την πολιτιστική διαχείριση, το μάρκετινγκ, τον στρατηγικό σχεδιασμό, την πολιτιστική επικοινωνία και την βιώσιμη ανάπτυξη (Γκαντζιάς, 2020; Μπαντιμαρούδης, 2011).

Η ψηφιακή τεχνολογία με την ταχύτατη εξέλιξή της και η εισβολή σε όλους τους τομείς του διαδικτύου στην κοινωνική και οικονομική ζωή έγινε αιτία να μεταβληθεί ριζικά ο τρόπος με τον οποίο επικοινωνούνται, οργανώνονται και προβάλλονται οι πολιτιστικές εκδηλώσεις. Το περιβάλλον στον οποίο καλούνται να λειτουργήσουν οι πολιτιστικοί οργανισμοί, όπως και οι διοργανωτές των πολιτιστικών εκδηλώσεων είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικό και μεταβάλλεται διαρκώς. Σε αυτό το περιβάλλον η χρήση ψηφιακών εργαλείων επικοινωνίας, η ανάπτυξη σύγχρονων στρατηγικών προβολής και η αξιοποίηση όλων σχεδόν των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, είναι βασικές προϋποθέσεις για να επέλθει βιωσιμότητα και επιτυχία στις πολιτιστικές δραστηριότητες (Kaplan & Haenlein, 2010; Γκαντζιάς, 2020).

Η σύνδεση των πολιτιστικών εκδηλώσεων με την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη είναι πολύ στενή, καθώς τις περισσότερες φορές οι εκδηλώσεις λειτουργούν ως ένας μοχλός οικονομικής ενίσχυσης και τουριστικής προβολής των περιοχών όπου πραγματοποιούνται (Αποστολάκης, 2020; Richards, 2007).

Μέσα από τις καλλιτεχνικές δράσεις, τα πολιτιστικά γεγονότα τη διοργάνωση φεστιβάλ, δημιουργούνται προϋποθέσεις που ενισχύουν την επιχειρηματικότητα, αυξάνουν την επισκεψιμότητα και αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας.

Το αίσθημα της συλλογικής ταυτότητας και της κοινωνικής συμμετοχής ενισχύεται από την συμβολή των πολιτιστικών εκδηλώσεων στο να διατηρούν την πολιτιστική κληρονομιά και να αναδεικνύουν την ιδιαίτερη πολιτισμική φυσιογνωμία

κάθε τόπου. Στη σύγχρονη εποχή μια από τις πιο σημαντικές μορφές πολιτιστικών εκδηλώσεων είναι τα πολιτιστικά φεστιβάλ που παρουσιάζουν ένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον στο πλαίσιο αυτό.

Η λειτουργία των φεστιβάλ είναι πολυδιάστατη και πολλές φορές χαρακτηρίζονται ως πολιτιστικοί θεσμοί που συνδυάζουν στοιχεία παράδοσης, ψυχαγωγίας, τέχνης, τουρισμού, αλλά και οικονομικής δραστηριότητας. Επίσης μπορούν να χαρακτηριστούν ως σημαντικά εργαλεία πολιτιστικής πολιτικής και αυτό γιατί μέσω των φεστιβάλ προωθείται η εξωστρέφεια η διαπολιτισμική επικοινωνία και η πολιτιστική συμμετοχή.

Η παρούσα διπλωματική εργασία εξετάζει τη διαχείριση και την επικοινωνία μιας πολιτιστικής δραστηριότητας στην εποχή της ψηφιακής τεχνολογίας, με επίκεντρο τη μελέτη περίπτωσης του φεστιβάλ «Καραϊσκάκεια» Καρδίτσας (Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων Ν. Καρδίτσας, χ.χ.; FORMedia, 2025). Πρόκειται για έναν σημαντικό πολιτιστικό θεσμό της περιοχής, ο οποίος συνδέεται με την τοπική παράδοση, την ιστορική μνήμη και τη λαϊκή πολιτιστική δημιουργία. Το φεστιβάλ έχει κατορθώσει να διατηρήσει τη διαχρονική του παρουσία και να αποτελέσει σημείο αναφοράς για την πολιτιστική ζωή της Καρδίτσας, προσελκύοντας επισκέπτες και πολιτιστικά σχήματα από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Η επιλογή του συγκεκριμένου φεστιβάλ ως αντικείμενο μελέτης δεν είναι τυχαία. Τα «Καραϊσκάκεια» αποτελούν χαρακτηριστικό παράδειγμα πολιτιστικής εκδήλωσης που συνδυάζει παραδοσιακά πολιτιστικά στοιχεία με σύγχρονες μορφές διοίκησης και επικοινωνίας (Μπιτσάνη, 2004; Γκαντζιάς, 2020). Η μακροχρόνια παρουσία του θεσμού, η οργανωτική του δομή, η συμμετοχή του Υπουργείου Πολιτισμού των τοπικών φορέων και η ανάγκη προσαρμογής στις απαιτήσεις της ψηφιακής εποχής καθιστούν το φεστιβάλ ιδανικό πεδίο διερεύνησης ζητημάτων που αφορούν την πολιτιστική διαχείριση και την επικοινωνιακή στρατηγική (Byrnes, 2014; Τσουρβάκας, 2012).

Η σημασία της έρευνας ενισχύεται ακόμη περισσότερο από το γεγονός ότι οι πολιτιστικοί οργανισμοί και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις αντιμετωπίζουν σήμερα πολλαπλές προκλήσεις. Υπάρχει σημαντική μείωση των δημόσιων χρηματοδοτήσεων, επίσης έχει αυξηθεί αρκετά ο ανταγωνισμός, το κοινό έχει μεταβάλει αρκετά τις πολιτιστικές του συνήθειες, όπως και η ανάγκη που έχει προκύψει την σημερινή εποχή για ψηφιακό μετασχηματισμό, όλα αυτά έγιναν αιτία για να υιοθετηθούν νέες στρατηγικές διοίκησης και επικοινωνίας (Jenkins, 2006; Castells, 2010).

Το πολιτιστικό έργο που παράγουν οι πολιτιστικοί φορείς δεν είναι πλέον αρκετό. Απαιτείται να σχεδιαστεί μια πιο αποτελεσματική προβολή, να υπάρξει μια πιο αναπτυγμένη σχέση με το κοινό και φυσικά να αξιοποιηθούν όλες οι δυνατότητες που παρέχει σήμερα η τεχνολογία (Kaplan & Haenlein, 2010; Ellis & Kent, 2016). Σύμφωνα με τους Γκαντζιά (2020) και Κόνσολα (2006) η έννοια της πολιτιστικής διαχείρισης με την χρήση όλων των παραπάνω αποκτά ιδιαίτερη βαρύτητα.

Η πολιτιστική διαχείριση δεν περιορίζεται στην απλή διοικητική οργάνωση μιας εκδήλωσης, αλλά περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα λειτουργιών, όπως ο στρατηγικός σχεδιασμός, η εξεύρεση πόρων και χορηγιών, η οικονομική διαχείριση, η διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού, η ανάπτυξη επικοινωνιακών πολιτικών και η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων (Byrnes, 2009; Walter, 2015).

Η αποτελεσματική διαχείριση των πολιτιστικών οργανισμών σήμερα προϋποθέτει να υπάρχει επαγγελματισμός και μια προσαρμοστικότητα και ευελιξία στις κοινωνικές και τεχνολογικές εξελίξεις (Griffin, 2021; Μπουραντάς, 2002).

Η επικοινωνία αποτελεί έναν θεμελιώδη παράγοντα για να είναι επιτυχής μια πολιτιστική εκδήλωση (Μπαντιμαρούδης, 2011; Fiske, 1992). Μέσω της επικοινωνίας διαμορφώνεται η δημόσια εικόνα ενός πολιτιστικού οργανισμού, αναπτύσσονται σχέσεις εμπιστοσύνης με το κοινό και προωθούνται οι στόχοι και οι αξίες της πολιτιστικής δραστηριότητας. Αξιοποιώντας σωστά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα σύγχρονα εργαλεία μάρκετινγκ, τις ψηφιακές πλατφόρμες, μετασχηματίζεται ριζικά ο τρόπος που προσεγγίζει και αλληλοεπιδρά ο πολιτιστικός οργανισμός με το κοινό (Kaplan & Haenlein, 2010; Jenkins, 2006). Έτσι οι πολιτιστικοί οργανισμοί καλούνται να δημιουργήσουν ένα πολύ ελκυστικό περιεχόμενο, ώστε να μπορέσουν να προσελκύσουν και άλλους χρήστες και να διαμορφωθούν δυναμικές ψηφιακές κοινότητες γύρω από τις δράσεις τους (Castells, 2010; Anderson, 2011).

Η παρούσα εργασία επιδιώκει να αναδείξει τον τρόπο με τον οποίο η πολιτιστική διαχείριση και η επικοινωνιακή στρατηγική μπορούν να συμβάλουν στην επιτυχή λειτουργία και ανάπτυξη ενός πολιτιστικού θεσμού.

Ειδικότερα, εξετάζεται ο τρόπος οργάνωσης και διοίκησης του φεστιβάλ «Καραϊσκάκεια», οι μορφές επικοινωνίας και προβολής που αξιοποιούνται, οι επιπτώσεις της ψηφιακής τεχνολογίας στη λειτουργία του θεσμού, καθώς και οι δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και εκσυγχρονισμού του.

Βασικός σκοπός της έρευνας είναι η διερεύνηση της σχέσης μεταξύ πολιτιστικής διαχείρισης, επικοινωνίας και ψηφιακής τεχνολογίας στο πλαίσιο μιας

σύγχρονης πολιτιστικής εκδήλωσης. Μέσα από τη μελέτη της περίπτωσης των «Καραϊσκακείων» επιχειρείται να αναδειχθούν οι πρακτικές που εφαρμόζονται, τα προβλήματα που αντιμετωπίζονται και οι προοπτικές ανάπτυξης που διαμορφώνονται στο σύγχρονο πολιτιστικό περιβάλλον.

Πιο συγκεκριμένα, οι επιμέρους στόχοι της εργασίας είναι:

- Η ανάλυση της έννοιας και του ρόλου των πολιτιστικών εκδηλώσεων στη σύγχρονη κοινωνία.
- Η διερεύνηση των βασικών αρχών και μοντέλων πολιτιστικής διαχείρισης.
- Η μελέτη της σημασίας της επικοινωνίας και των σύγχρονων επικοινωνιακών στρατηγικών στις πολιτιστικές δραστηριότητες.
- Η καταγραφή της ιστορικής διαδρομής και της οργανωτικής δομής του φεστιβάλ «Καραϊσκάκεια».
- Η αξιολόγηση της επικοινωνιακής πολιτικής και της ψηφιακής παρουσίας του φεστιβάλ.
- Η διατύπωση προτάσεων για τη βελτίωση της διοίκησης, της προβολής και της συνολικής λειτουργίας του θεσμού.

Η μεθοδολογική προσέγγιση της εργασίας βασίζεται τόσο στη θεωρητική όσο και στη μελέτη περίπτωσης. Στο θεωρητικό μέρος αξιοποιείται ελληνική και διεθνής βιβλιογραφία σχετικά με τις πολιτιστικές εκδηλώσεις, την πολιτιστική διαχείριση, την επικοινωνία και τις σύγχρονες τάσεις στον πολιτιστικό τομέα (Getz, 2012· Γκαντζιάς, 2020· Richards, 2018). Παράλληλα, στο εμπειρικό μέρος πραγματοποιείται ανάλυση του φεστιβάλ «Καραϊσκάκεια», με έμφαση στην οργανωτική του δομή, στη διοικητική του λειτουργία και στις επικοινωνιακές πρακτικές που εφαρμόζει (Τσουρβάκας, 2012· Byrnes, 2009).

Η εργασία οργανώνεται σε δύο βασικά μέρη: το θεωρητικό πλαίσιο και τη μελέτη περίπτωσης. Στο πρώτο μέρος παρουσιάζονται οι βασικές θεωρητικές προσεγγίσεις που αφορούν τις πολιτιστικές εκδηλώσεις, την πολιτιστική διαχείριση και την επικοινωνία. Ειδικότερα, αναλύονται η έννοια και τα είδη των πολιτιστικών εκδηλώσεων, οι διαδικασίες οργάνωσης και διοίκησης, τα μοντέλα πολιτιστικής διαχείρισης, καθώς και οι νέες τάσεις που διαμορφώνονται στην εποχή της ψηφιακής τεχνολογίας (Jenkins, 2006· OECD, 2022).

Στο δεύτερο μέρος παρουσιάζεται η μελέτη περίπτωσης των «Καραϊσκακείων» Καρδίτσας. Εξετάζονται η ιστορική διαδρομή του θεσμού, η οργανωτική και

διοικητική του δομή, οι οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις του, καθώς και η επικοινωνιακή του πολιτική. Παράλληλα, επιχειρείται η αξιολόγηση της λειτουργίας του φεστιβάλ και διατυπώνονται προτάσεις που αφορούν τη βελτίωση της διοίκησης, της προβολής και της αξιοποίησης των ψηφιακών μέσων.

Η παρούσα μελέτη έχει φιλοδοξία να συμβάλει στο να κατανοηθούν οι σύγχρονες προκλήσεις που μπορεί να αντιμετωπίζουν οι πολιτιστικοί οργανισμοί και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις στην ψηφιακή τεχνολογική εποχή. Επίσης επιδιώκει να αναδείξει πόσο μεγάλη σημασία έχει η σωστή στρατηγική διαχείρισης και η αποτελεσματική επικοινωνία για να μπορέσουν να αναπτυχθούν και να είναι βιώσιμοι οι πολιτιστικοί θεσμοί (Γκαντζιάς, 2020).

Σε μια εποχή κατά την οποία ο πολιτισμός καλείται να ανταποκριθεί σε νέες κοινωνικές, οικονομικές και τεχνολογικές συνθήκες, η μελέτη της σχέσης μεταξύ πολιτιστικής διαχείρισης, επικοινωνίας και ψηφιακής τεχνολογίας αποκτά ιδιαίτερη σημασία. Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις δεν αποτελούν μόνο μορφές ψυχαγωγίας ή πολιτιστικής έκφρασης, αλλά και σημαντικούς μηχανισμούς κοινωνικής συμμετοχής, τοπικής ανάπτυξης και πολιτιστικής διπλωματίας. Η αποτελεσματική διαχείριση και επικοινωνία τους μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην ενίσχυση της πολιτιστικής ζωής και στη διαμόρφωση βιώσιμων προοπτικών ανάπτυξης για τις τοπικές κοινωνίες (Πούλιος, 2015α· OECD, 2022).

Η περίπτωση των «Καραϊσκακείων» Καρδίτσας αναδεικνύει με χαρακτηριστικό τρόπο τις δυνατότητες, αλλά και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι σύγχρονες πολιτιστικές διοργανώσεις. Η ανάγκη διατήρησης της πολιτιστικής ταυτότητας, σε συνδυασμό με την προσαρμογή στις απαιτήσεις της ψηφιακής εποχής, δημιουργεί ένα σύνθετο περιβάλλον στο οποίο η πολιτιστική διαχείριση και η επικοινωνία αποκτούν στρατηγικό χαρακτήρα (Γκαντζιάς, 2020· Τσουρβάκας, 2012).

Μέσα από την παρούσα εργασία επιχειρείται η ανάδειξη αυτής της δυναμικής σχέσης και η διατύπωση προτάσεων που μπορούν να συμβάλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη και στον εκσυγχρονισμό των πολιτιστικών θεσμών.

Α. Θεωρητικό πλαίσιο

Κεφάλαιο 1. Πολιτιστικές εκδηλώσεις

Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ αποτελούν διαχρονικά μια σημαντική μορφή κοινωνικής δραστηριότητας, μέσω της οποίας οι άνθρωποι εκφράζονται συλλογικά και συμμετέχουν σε δημόσιες διαδικασίες εορτασμού και πολιτισμικής ανταλλαγής. Ιστορικά, η σημασία τους ενισχύθηκε ιδιαίτερα κατά τον 20ο αιώνα, περίοδο κατά την οποία διαμορφώθηκε η σύγχρονη μορφή των πολιτιστικών εκδηλώσεων. Η εξέλιξη αυτή συνδέεται άμεσα με την άνοδο του βιοτικού επιπέδου, την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος και τη διεύρυνση των καταναλωτικών προτύπων, στοιχεία που οδήγησαν στην εμφάνιση νέων κοινωνικών και πολιτιστικών αναγκών. Στο πλαίσιο αυτό, οι μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των πολιτών συνέβαλαν καθοριστικά στην ανάπτυξη και διαφοροποίηση των πολιτιστικών εκδηλώσεων, οι οποίες απέκτησαν πιο σύγχρονες και πολυδιάστατες μορφές. Παράλληλα, η εξέλιξη αυτή λειτούργησε και σε οικονομικό επίπεδο, καθώς συνέβαλε στην τόνωση της απασχόλησης, στην ενίσχυση της οικονομικής δραστηριότητας και στην ανάπτυξη περιοχών με ήδη ανεπτυγμένες αγορές (Oklobžija, 2015).

Σε γενικότερο επίπεδο, η περιφερειακή ανάπτυξη συνδέεται στενά με τη δυνατότητα αξιοποίησης και αύξησης των διαθέσιμων πόρων κάθε περιοχής, μεταξύ των οποίων ο πολιτισμός κατέχει κεντρική θέση. Υπό αυτή την έννοια, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις λειτουργούν ως σημαντικός αναπτυξιακός μηχανισμός, καθώς μπορούν να ενισχύσουν την οικονομική δραστηριότητα σε τοπικό επίπεδο, συμβάλλοντας στη δημιουργία εισροών κεφαλαίου και στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Μέσω αυτής της διαδικασίας, προωθείται η πρόοδος και η βιώσιμη ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών.

Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, ως οργανωμένα γεγονότα με συγκεκριμένο σχεδιασμό και σαφείς στόχους, αποσκοπούν στην ανάδειξη, διάδοση και προβολή της πολιτισμικής ταυτότητας, της ιστορικής μνήμης και της παράδοσης κάθε κοινότητας. Με αυτόν τον τρόπο, λειτουργούν ως βασικό εργαλείο πολιτιστικής επικοινωνίας και ταυτόχρονα ως μέσο ενίσχυσης της κοινωνικής και οικονομικής συνοχής (Rome Business School, n.d.).

1.1. Η έννοια των πολιτιστικών εκδηλώσεων

Ο ορισμός των εκδηλώσεων αποτελεί ένα σύνθετο ζήτημα, καθώς είναι δύσκολο να αποτυπωθεί μέσα από έναν ενιαίο και αυστηρά τυποποιημένο όρο. Δεν έχει επιτευχθεί καθολική αποδοχή από τους μελετητές ενός ορισμού που να μπορεί να αποδώσει με πληρότητα και ακρίβεια το περιεχόμενο και τα χαρακτηριστικά μιας πολιτιστικής εκδήλωσης. Το γεγονός αυτό οφείλεται κυρίως στην πολυδιάστατη φύση των εκδηλώσεων, οι οποίες παρουσιάζουν σημαντική ποικιλία ως προς τις μορφές, τα είδη και τα χαρακτηριστικά τους. Κατά συνέπεια, η προσπάθεια τυποποίησης ενός ενιαίου ορισμού καθίσταται αναγκαστικά ευέλικτη και προσαρμόζεται ανάλογα με τη μορφή και το περιεχόμενο της κάθε εκδήλωσης.

Σύμφωνα με τους Mair & Smith (2022), μία διοργάνωση μπορεί να οριστεί ως εκδήλωση όταν διαθέτει συγκεκριμένη θεματική, σαφώς καθορισμένο πρόγραμμα, καθώς και προσδιορισμένο χρονικό πλαίσιο διεξαγωγής με ορισμένη ημερομηνία έναρξης και λήξης. Στο πλαίσιο αυτό, ως εκδηλώσεις μπορούν να χαρακτηριστούν τα φεστιβάλ πολιτισμού, οι αθλητικές δραστηριότητες, οι καλλιτεχνικές εκθέσεις, καθώς και τα συνέδρια με εκπαιδευτικό ή επαγγελματικό προσανατολισμό, μεταξύ άλλων.

Η αλληλεπίδραση των εκδηλώσεων με το κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον, με τους ανθρώπους που συμμετέχουν σε αυτές, καθώς και με τον τρόπο σχεδιασμού και το σύστημα διαχείρισης που τις διέπει, συνιστούν βασικούς παράγοντες που τις καθιστούν μοναδικές. Η μοναδικότητα αυτή αποτελεί κοινό γνώρισμα όλων των εκδηλώσεων και δεν θα πρέπει να παραγνωρίζεται, καθώς καμία εκδήλωση δεν μπορεί να είναι απολύτως όμοια με κάποια άλλη. Κάθε εκδήλωση προσφέρει μια ιδιαίτερη και μοναδική εμπειρία στο κοινό της (Getz, 2008; Bowdin et al., 2006). Παράλληλα, οι εκδηλώσεις λειτουργούν ως μορφές συλλογικής έκφρασης, ενθαρρύνουν τη συμμετοχή του κοινού και προάγουν την κοινωνική αλληλεπίδραση, προσφέροντας εμπειρίες και παράγουν πολιτισμικά νοήματα (Getz, 2007).

Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις μπορούν επίσης να ιδωθούν ως κοινωνικά φαινόμενα, τα οποία διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των πολιτιστικών πολιτικών, στην ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής και στην αναζωογόνηση των αστικών κέντρων (Richards & Palmer, 2010). Μέσω αυτών, ενισχύεται η σύνδεση μεταξύ πολιτισμού και κοινωνίας, ενώ παράλληλα δημιουργούνται προϋποθέσεις για την ενεργό συμμετοχή των πολιτών στη δημόσια πολιτιστική ζωή.

Σύμφωνα με τους Κοκκώσης κ.α. (2011), οι πολιτιστικές εκδηλώσεις αποτελούν μέρος ενός ευρύτερου συνόλου εκδηλώσεων που διοργανώνονται σε μια πόλη και λειτουργούν ως σημαντικό κίνητρο για την προσέλκυση τουρισμού στη συγκεκριμένη περιφέρεια. Η θεματική τους περιλαμβάνει πεδία όπως ο χορός, το θέατρο, ο κινηματογράφος, η μουσική και γενικότερα οι οπτικές και παραστατικές τέχνες. Κάθε εκδήλωση χαρακτηρίζεται από τη μοναδικότητά της, η οποία συνδέεται άμεσα με την προβολή των τοπικών πολιτιστικών στοιχείων. Η μοναδικότητα αυτή συμβάλλει στην ικανοποίηση των επισκεπτών και ενισχύει την πιθανότητα επαναλαμβανόμενης συμμετοχής τους, αυξάνοντας τη διάρκεια παραμονής τους και επιφέροντας οικονομικά οφέλη στην περιοχή (Strezovski and Gramatnikovski, 2013). Παράλληλα, η ιδιαιτερότητα κάθε περιοχής διασφαλίζει και τη διαφοροποίηση των εκδηλώσεων, καθώς και των εμπειριών που προσφέρονται στο κοινό (Gomez-Casero et al., 2018).

Η αξία του πολιτισμού έχει πλέον αναγνωριστεί σε πολλαπλά επίπεδα, όπως το οικονομικό, το κοινωνικό και το πολιτιστικό, συμβάλλοντας ουσιαστικά στην ανάπτυξη των περιοχών. Στο πλαίσιο αυτό, μια πολιτιστική δραστηριότητα μπορεί να θεωρηθεί αρωγός της πολιτιστικής πολιτικής, είτε σε τοπικό, είτε σε διακρατικό επίπεδο, όπως για παράδειγμα στο επίπεδο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Μια πολιτιστική δραστηριότητα, η οποία αφορά, είτε υλικά, είτε πνευματικά προϊόντα και εντάσσεται στο ευρύτερο πλαίσιο των ανθρώπινων δραστηριοτήτων, συνιστά μια διαδικασία που προωθεί και εδραιώνει έθιμα, ιδέες, συμπεριφορές και αξίες (Παπαγεωργίου, 2004, όπ. αναφ. στο Βερνίκος κ.α., 2005).

Στην ελληνική βιβλιογραφία, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις προσδιορίζονται επίσης ως ένα σημαντικό μέσο διάχυσης του πολιτισμού στην κοινωνία. Μέσω αυτών, οι πολίτες αποκτούν πρόσβαση σε ποικίλες μορφές τέχνης, γεγονός που ενισχύει την πολιτιστική συμμετοχή, την κοινωνική συνοχή και την πολιτιστική δημοκρατία (Κόνσολα, 2006; Ζορμπά, 2014). Επιπλέον, σύμφωνα με τον Αποστολάκη (2020), οι πολιτιστικές εκδηλώσεις συμβάλλουν ουσιαστικά στην τοπική ανάπτυξη και στην ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς κάθε περιοχής.

Ιδιαίτερη κατηγορία αποτελούν οι «ειδικές εκδηλώσεις» (special events). Ο όρος αυτός δεν αναφέρεται στο σύνολο του κλάδου των εκδηλώσεων, αλλά σε συγκεκριμένες δραστηριότητες, όπως παραστάσεις, παρουσιάσεις, τελετές ή εορτασμούς, οι οποίες έχουν σχεδιαστεί με σαφή και συγκεκριμένο στόχο. Οι εκδηλώσεις αυτές αποσκοπούν στην ανάδειξη σημαντικών στιγμών και στην

παραγωγή κοινωνικών, πολιτιστικών και επιχειρησιακών αποτελεσμάτων. Στην κατηγορία των special events εντάσσονται, μεταξύ άλλων, οι εκδηλώσεις για εθνικές επετείους, δημόσιες τελετές, εμπορικές προωθήσεις και σημαντικά αθλητικά γεγονότα.

Ο Getz (2008) προσεγγίζει τον ορισμό των εκδηλώσεων από δύο διαφορετικές οπτικές: αυτή του διοργανωτή και αυτή του συμμετέχοντα. Από την πλευρά του διοργανωτή, ένα special event αποτελεί ένα σπάνιο γεγονός που δεν εντάσσεται στις συνήθεις δραστηριότητες του οργανισμού. Αντίθετα, από την πλευρά του επισκέπτη ή καλεσμένου, πρόκειται για μια ξεχωριστή εμπειρία που προσφέρει ψυχαγωγία και διαφοροποίηση από τη ρουτίνα της καθημερινότητας (Bowdin et al., 2006).

Τέλος, η Quinn (2009), αναφερόμενη στον ορισμό που δίνει η Janiskee (1980), επισημαίνει ότι οι εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ μπορούν να χαρακτηριστούν ως οργανωμένα προγράμματα που προσφέρουν ψυχαγωγία και ευχαρίστηση στο κοινό, ενώ ταυτόχρονα προωθούν τον δημόσιο εορτασμό ενός γεγονότος ή μιας ιδέας, συμβάλλοντας στην πολιτιστική έκφραση και συμμετοχή.

Η οικονομική συγκυρία κάθε περιόδου επηρεάζει άμεσα τη λειτουργία και τη βιωσιμότητα των πολιτιστικών οργανισμών. Στο πλαίσιο αυτό, οι διαχειριστές του πολιτισμού καλούνται να αναζητήσουν και να εξασφαλίσουν κατάλληλες και διαφοροποιημένες πηγές χρηματοδότησης, προκειμένου να διασφαλιστεί τόσο η ποιότητα των πολιτιστικών εκδηλώσεων όσο και η συνολική βιωσιμότητα της πολιτιστικής μονάδας. Η ανάγκη αυτή καθίσταται ακόμη πιο επιτακτική σε περιόδους περιορισμού των δημόσιων δαπανών για τον πολιτισμό, γεγονός που ενισχύει την αναγκαιότητα ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών χρηματοδότησης, όπως χορηγίες, ιδιωτικές επενδύσεις και συνεργασίες με τον ιδιωτικό τομέα (Fischer, 2012).

1.2. Είδη πολιτιστικών εκδηλώσεων

Σύμφωνα με τον Σκούλτσο (2014), οι πολιτιστικές εκδηλώσεις παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλομορφία και περιλαμβάνουν διάφορες μορφές φεστιβάλ και δράσεων, όπως φεστιβάλ χορού, κινηματογράφου, μουσικής, εικαστικών τεχνών, θεάτρου, λογοτεχνίας και γαστρονομίας. Η ποικιλία αυτή αναδεικνύει τον πολυδιάστατο χαρακτήρα των πολιτιστικών εκδηλώσεων και την ικανότητά τους να απευθύνονται σε διαφορετικές ομάδες κοινού, καλύπτοντας ένα ευρύ φάσμα πολιτιστικών ενδιαφερόντων.

Μέσω των πολιτιστικών εκδηλώσεων ενισχύεται η πολιτιστική ταυτότητα, δημιουργούνται ευκαιρίες για διαπολιτισμικό διάλογο και προάγεται η κοινωνική

συνοχή. Η διεθνής και ελληνική βιβλιογραφία καταδεικνύει ότι υπάρχουν πολλές διαφορετικές τυπολογίες πολιτιστικών εκδηλώσεων, οι οποίες βασίζονται σε κριτήρια όπως το περιεχόμενο, η κλίμακα, η λειτουργία και το κοινό στο οποίο απευθύνονται (Getz, 2012).

Η ταξινόμηση των πολιτιστικών εκδηλώσεων αποτελεί ένα ιδιαίτερα χρήσιμο εργαλείο για την κατανόηση του εύρους, της λειτουργίας και της ποικιλίας τους στο πλαίσιο της πολιτιστικής διαχείρισης. Η ανάγκη για κατηγοριοποίηση προκύπτει από την πολυμορφία των εκδηλώσεων ως προς το περιεχόμενο, την κλίμακα, τον κοινωνικό τους ρόλο και τη διάρκειά τους. Μέσω της συστηματικής ταξινόμησης διευκολύνεται τόσο η επιστημονική ανάλυση όσο και ο στρατηγικός σχεδιασμός πολιτιστικών πολιτικών (Getz, 2010).

Σύμφωνα με τον Richards (1996), ο Munsters (1994) κατηγοριοποίησε τις πολιτιστικές εκδηλώσεις σε τρεις βασικές κατηγορίες:

-  πολιτιστικά – ιστορικά γεγονότα, στα οποία περιλαμβάνονται φεστιβάλ με φολκλορικό ή θρησκευτικό χαρακτήρα, καθώς και εκδηλώσεις με επαναλαμβανόμενο χαρακτήρα που μπορούν να θεωρηθούν θεσμοί,

-  καλλιτεχνικά γεγονότα, όπως εκθέσεις και φεστιβάλ εικαστικού και γενικότερα καλλιτεχνικού περιεχομένου,

-  θεματικά πολιτιστικά γεγονότα, όπως εκδηλώσεις που περιλαμβάνουν επισκέψεις σε μουσεία, με χαρακτηριστικό παράδειγμα τις «Ημέρες ανοικτών μουσείων».

Ένα από τα σημαντικότερα κριτήρια ταξινόμησης των εκδηλώσεων είναι το περιεχόμενό τους. Με βάση αυτό, οι εκδηλώσεις διακρίνονται σε λαογραφικές, καλλιτεχνικές, εκπαιδευτικές, θρησκευτικές και ψυχαγωγικές. Η προσέγγιση αυτή επιτρέπει την ανάλυση των εκδηλώσεων με βάση τα πολιτισμικά μηνύματα που μεταδίδουν στο κοινό, καθώς και τη φύση της πολιτιστικής παραγωγής που τις χαρακτηρίζει (Richards, 2007).

Ένα δεύτερο βασικό κριτήριο είναι ο σκοπός και η λειτουργία της εκδήλωσης. Κάθε πολιτιστική εκδήλωση μπορεί να εξυπηρετεί διαφορετικούς σκοπούς, όπως:

-  εκπαιδευτικούς σκοπούς,
-  κοινωνικούς σκοπούς,
-  πολιτιστικούς σκοπούς,
-  τουριστικούς σκοπούς,
-  αναπτυξιακούς σκοπούς.

Η συγκεκριμένη κατηγοριοποίηση συμβάλλει ουσιαστικά στη διευκόλυνση της διαχείρισης των εκδηλώσεων, καθώς επιτρέπει την ευθυγράμμιση των στρατηγικών προτεραιοτήτων των φορέων διοργάνωσης με τους επιδιωκόμενους στόχους (Getz, 2012).

Ένα τρίτο σημαντικό κριτήριο αποτελεί το μέγεθος και η εμβέλεια των εκδηλώσεων. Με βάση αυτό, οι εκδηλώσεις διακρίνονται σε τοπικές, περιφερειακές, εθνικές και διεθνείς. Η διάκριση αυτή σχετίζεται άμεσα με τον αριθμό των συμμετεχόντων, το εύρος του κοινού, καθώς και τις οικονομικές και οργανωτικές απαιτήσεις κάθε εκδήλωσης (d' Angella & Canali, 2009).

Οι τοπικές ή κοινοτικές εκδηλώσεις στοχεύουν κυρίως στη συμμετοχή των κατοίκων μιας περιοχής για κοινωνικούς και ψυχαγωγικούς λόγους. Τα οφέλη τους είναι πολλαπλά, καθώς συμβάλλουν στην ενίσχυση του αισθήματος του ανήκειν, στη δημιουργία υπερηφάνειας για τον τόπο και στην ενδυνάμωση των κοινωνικών δεσμών. Επιπλέον, προσφέρουν στους συμμετέχοντες την ευκαιρία να έρθουν σε επαφή με νέες ιδέες και δραστηριότητες, ενισχύοντας την κοινωνική συνοχή και την αποδοχή της ποικιλομορφίας (Getz, 1991; Allen κ.ά., 2002; Bowdin κ.ά., 2011· όπ. αναφ. στο Σκούλτος, 2014; Γκάτζη, 2011; Oklobžija, 2015).

Αντίστοιχα, φεστιβάλ μεγαλύτερης κλίμακας, όπως αυτά της παραδοσιακής μουσικής, μπορούν να ενταχθούν σε στρατηγικές τοπικής ανάπτυξης και πολιτιστικού τουρισμού. Τα φεστιβάλ αυτά προσελκύουν το ενδιαφέρον των μέσων μαζικής ενημέρωσης και οδηγούν στην προσέλκυση μεγάλου αριθμού επισκεπτών, τόσο από άλλες πόλεις όσο και από το εξωτερικό, δημιουργώντας σημαντικά οικονομικά οφέλη για την περιοχή (Allen κ.ά., 2002, όπ. αναφ. στο Σκούλτος, 2014).

Τέλος, ένα τέταρτο κριτήριο ταξινόμησης αποτελεί ο φορέας διοργάνωσης, ο οποίος μπορεί να είναι δημόσιος, ιδιωτικός ή μικτός. Η διάκριση αυτή επηρεάζει τον τρόπο χρηματοδότησης, το επίπεδο θεσμικής υποστήριξης και τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων, ενώ παράλληλα επηρεάζει και την αξιολόγηση των πολιτιστικών εκδηλώσεων και την αποτίμηση των κοινωνικών και πολιτιστικών τους επιπτώσεων (Colombo, 2015).

1.3. Πραγμάτωση πολιτιστικών εκδηλώσεων

Η πραγμάτωση των πολιτιστικών εκδηλώσεων αποτελεί βασικό πυρήνα της πολιτιστικής διαχείρισης, καθώς συνδέει τον θεωρητικό σχεδιασμό με την πρακτική υλοποίηση των δράσεων. Μέσω των πολιτιστικών εκδηλώσεων επιτυγχάνεται η

διάδοση, η διατήρηση και η ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, ενώ παράλληλα ενισχύεται η ενεργή συμμετοχή του κοινού.

Οι σύγχρονες πολιτιστικές εκδηλώσεις, προκειμένου να θεωρηθούν επιτυχημένες, απαιτείται να συνδυάζουν πολλαπλές παραμέτρους, όπως οργανωτικές, καλλιτεχνικές, οικονομικές και επικοινωνιακές. Επιπλέον, ιδιαίτερη σημασία έχει η ενεργή εμπλοκή των τοπικών κοινωνιών και των εμπλεκόμενων φορέων, καθώς αυτή ενισχύει τη βιωσιμότητα και την αποδοχή των εκδηλώσεων.

❖ **Προετοιμασία και σχεδιασμός**

Ο στρατηγικός σχεδιασμός αποτελεί το πρώτο και καθοριστικότερο στάδιο για την υλοποίηση μιας πολιτιστικής εκδήλωσης. Στο πλαίσιο αυτό, είναι απαραίτητος ο καθορισμός των στόχων, η διαμόρφωση της ταυτότητας της εκδήλωσης, η ανάλυση του κοινού-στόχου και η σύνδεση της διοργάνωσης με το ευρύτερο κοινωνικοπολιτισμικό περιβάλλον (Getz & Page, 2016).

Η διοργάνωση τοπικών φεστιβάλ βασίζεται συχνά στην ιστορική μνήμη και στην πολιτιστική ταυτότητα της περιοχής, στοιχεία που ενισχύουν την αυθεντικότητα και τη βιωσιμότητα των εκδηλώσεων (Richards, 2018).

Η κατάρτιση χρονοδιαγράμματος, ο σαφής καταμερισμός αρμοδιοτήτων και η πρόβλεψη πιθανών κινδύνων αποτελούν επίσης κρίσιμα στοιχεία της προετοιμασίας. Η έγκαιρη και σωστά δομημένη οργάνωση συμβάλλει στη μείωση της αβεβαιότητας και στη διαχείριση απρόβλεπτων καταστάσεων (Allen, 2011).

❖ **Οργανωτική δομή και ανθρώπινο δυναμικό για τον προγραμματισμό των πολιτιστικών εκδηλώσεων**

Τα τελευταία χρόνια, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις έχουν αποκτήσει αυξημένη σημασία τόσο σε τοπικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο, καθώς συμβάλλουν ουσιαστικά στην πολιτιστική, κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη των περιοχών όπου πραγματοποιούνται. Η εξέλιξη αυτή έχει οδηγήσει στη διαμόρφωση ενός διακριτού και επαγγελματικά αυτοτελούς πεδίου δραστηριότητας, αυτού της οργάνωσης και διαχείρισης πολιτιστικών εκδηλώσεων. Στο πλαίσιο αυτό, η οργανωτική δομή κάθε πολιτιστικής εκδήλωσης αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την επιτυχή υλοποίησή της, καθώς επηρεάζει άμεσα τον συντονισμό, την αποδοτικότητα και την επίτευξη των στόχων της.

Στη σύγχρονη πραγματικότητα, οι επιτυχημένες πολιτιστικές εκδηλώσεις στηρίζονται κατά κύριο λόγο σε ομάδες έργου (project teams), οι οποίες συγκροτούνται από επαγγελματίες του πολιτιστικού τομέα, καλλιτέχνες, εξειδικευμένο τεχνικό

προσωπικό, αλλά και εθελοντές. Η συνεργασία επαγγελματιών και εθελοντών αποτελεί ένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικό και λειτουργικά σημαντικό στοιχείο, ειδικά σε τοπικές και περιφερειακές πολιτιστικές διοργανώσεις, όπου η συμμετοχή της κοινότητας ενισχύει τόσο την οργάνωση όσο και τη βιωσιμότητα της εκδήλωσης (Mangset, 2020).

Η ύπαρξη ενός ολοκληρωμένου και προκαθορισμένου οργανωτικού σχεδιασμού πριν από την υλοποίηση μιας πολιτιστικής εκδήλωσης αποτελεί κρίσιμο παράγοντα επιτυχίας για τον υπεύθυνο διαχείρισης. Οι διαδικασίες προγραμματισμού και οργάνωσης συμβάλλουν καθοριστικά στον εντοπισμό πιθανών προβλημάτων πριν την εμφάνισή τους, καθώς και στην ανάπτυξη κατάλληλων μηχανισμών αντιμετώπισης. Παράλληλα, ο οργανωτής έχει τη δυνατότητα να διαμορφώσει εναλλακτικές στρατηγικές δράσης, οι οποίες μπορούν να εφαρμοστούν σε διαφορετικά σενάρια, διασφαλίζοντας έτσι την ομαλή διεξαγωγή της εκδήλωσης. Επιπλέον, ιδιαίτερη σημασία έχει ο ορθός επιμερισμός των αρμοδιοτήτων στο ανθρώπινο δυναμικό, καθώς και η δημιουργία ενός σταθερού οργανωτικού πλαισίου, το οποίο επιτρέπει τη συνέχιση και την ανάπτυξη μελλοντικών πολιτιστικών δράσεων (Μεγγούλη, 2013).

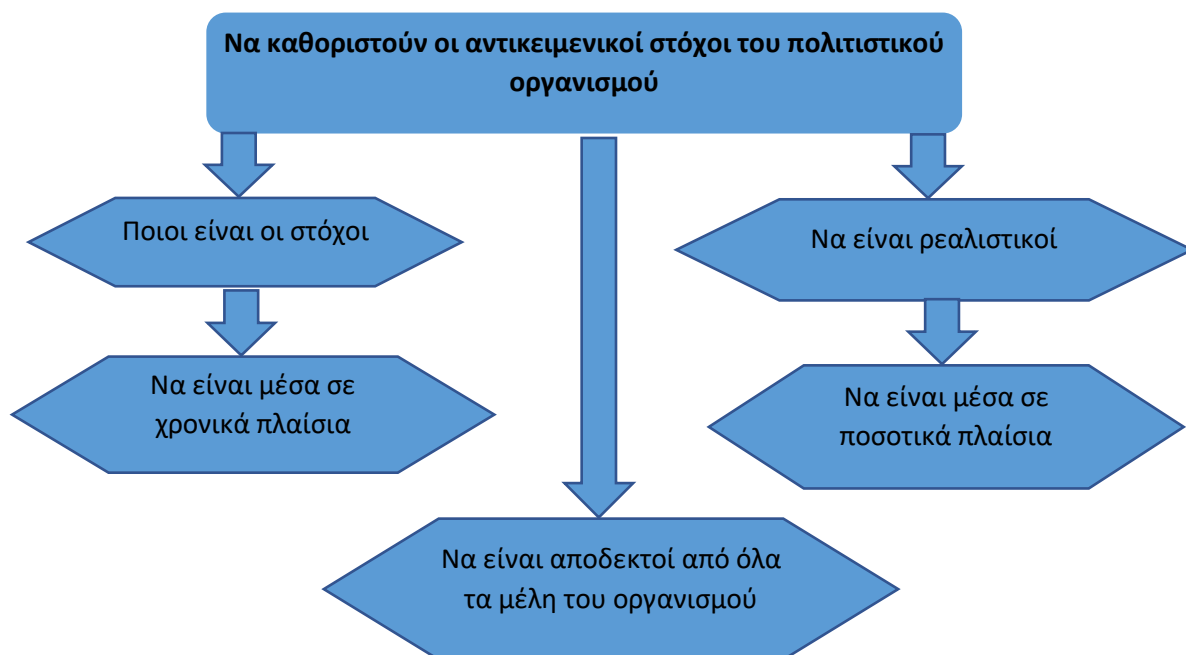
Κομβικό ρόλο στη συνολική διαδικασία κατέχει ο πολιτιστικός διαχειριστής, ο οποίος λειτουργεί ως συνδετικός κρίκος μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων, του καλλιτεχνικού δυναμικού και του κοινού. Η αποτελεσματική πραγμάτωση μιας πολιτιστικής εκδήλωσης προϋποθέτει υψηλό επίπεδο επικοινωνίας, συντονισμού και ηγετικών ικανοτήτων, με ιδιαίτερη έμφαση στην ικανότητα επίλυσης προβλημάτων και στη διαχείριση κρίσεων (Byrnes, 2014).

Παράλληλα, η οργάνωση μιας πολιτιστικής εκδήλωσης συνδέεται άμεσα με την εφαρμογή τακτικού προγραμματισμού, ο οποίος αποτελεί βασικό εργαλείο διοίκησης τόσο για τους πολιτιστικούς οργανισμούς όσο και για τις ίδιες τις εκδηλώσεις. Ο τακτικός προγραμματισμός χαρακτηρίζεται από βραχυπρόθεσμο ορίζοντα και στοχεύει στην αποτελεσματική ανταπόκριση στις άμεσες λειτουργικές ανάγκες, διασφαλίζοντας ταυτόχρονα την επίτευξη των καθορισμένων στόχων. Μέσω της συστηματικής εφαρμογής του, καθίσταται δυνατή η υλοποίηση τόσο των στόχων των εκδηλώσεων όσο και των ευρύτερων στόχων των πολιτιστικών οργανισμών (Κουτούζης, 1999).

Σύμφωνα με τον Κουτούζη (1999), ο προγραμματισμός των πολιτιστικών εκδηλώσεων περιλαμβάνει μια σειρά διαδοχικών και αλληλένδετων σταδίων, τα οποία συνθέτουν ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο διοικητικής διαδικασίας:

- ✚ Προσδιορισμός των αντικειμενικών στόχων του οργανισμού
- ✚ Εξέταση των υφιστάμενων συνθηκών
- ✚ Διαμόρφωση εναλλακτικών λύσεων
- ✚ Αξιολόγηση των διαθέσιμων εναλλακτικών
- ✚ Επιλογή της καταλληλότερης λύσης
- ✚ Ανάπτυξη επιμέρους σχεδίων δράσης
- ✚ Οργάνωση των πόρων και διαδικασιών
- ✚ Καθοδήγηση του ανθρώπινου δυναμικού
- ✚ Εφαρμογή του σχεδίου
- ✚ Έλεγχος και αξιολόγηση των αποτελεσμάτων

Σχήμα 1.: Καθορισμός αντικειμενικών στόχων του πολιτιστικού οργανισμού **Πηγή:** Ιωαννίδου Ευαγγελία



Η ύπαρξη εναλλακτικών επιλογών αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την ευελιξία ενός οργανισμού, ιδιαίτερα σε περιπτώσεις όπου εμφανίζονται απρόβλεπτες συνθήκες ή προβλήματα κατά την υλοποίηση μιας εκδήλωσης. Η δυνατότητα προσαρμογής του αρχικού σχεδιασμού ενισχύει την αποτελεσματικότητα της διαδικασίας και μειώνει τον βαθμό αβεβαιότητας. Ο υπεύθυνος προγραμματισμού οφείλει να έχει σαφή εικόνα τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού περιβάλλοντος του οργανισμού, ώστε να είναι σε θέση να διαμορφώνει κατάλληλες εναλλακτικές στρατηγικές. Η ορθή επιλογή της βέλτιστης λύσης συμβάλλει

καθοριστικά στην επιτυχή υλοποίηση του σχεδίου δράσης, ενώ επιμέρους λειτουργίες όπως η εξεύρεση πόρων και η κατανομή εργασιών στο προσωπικό αποτελούν κρίσιμες παραμέτρους του συνολικού σχεδιασμού. Όλες οι παραπάνω διαδικασίες οδηγούν τελικά στη φάση του ελέγχου, μέσω της οποίας αξιολογείται η αποτελεσματικότητα του σχεδίου και προσδιορίζεται η ανάγκη για πιθανές αναπροσαρμογές (Κουτουζής, 1999).

Τέλος, σύμφωνα με το μοντέλο του Γκαντζιά (2007; 2020) «Πολιτιστικές Δραστηριότητες Ενεργητικής Αντίληψης», (ΠΔΕΑ) το οποίο αποτελεί ένα από τα πλέον αναγνωρισμένα θεωρητικά πλαίσια για τον προγραμματισμό και τη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων, βασικός στόχος είναι η ανάπτυξη κατάλληλων εργαλείων και μεθοδολογικών προσεγγίσεων που διευκολύνουν τη δημιουργία, οργάνωση και αποτελεσματική διαχείριση των πολιτιστικών δράσεων. Το μοντέλο αυτό στηρίζεται σε δύο θεμελιώδεις άξονες: τον άξονα της λειτουργίας της δραστηριότητας και τον άξονα της διαχείρισής της.

Ο πρώτος άξονας σχετίζεται με ζητήματα όπως η ταυτότητα της εκδήλωσης, οι επιπτώσεις που αυτή ενδέχεται να επιφέρει, καθώς και ο βαθμός καινοτομίας που τη χαρακτηρίζει. Αντίστοιχα, ο δεύτερος άξονας εστιάζει στη διαδικασία της αντίληψης και της κατανόησης, καθώς και στην ενσωμάτωση αρχών που σχετίζονται με το γενικό ή δημόσιο συμφέρον, οι οποίες θα πρέπει να γίνονται αποδεκτές και να εφαρμόζονται στην πράξη στο πλαίσιο της πολιτιστικής διαχείρισης. Γενικά το μοντέλο «Πολιτιστικές Δραστηριότητες Ενεργητικής Αντίληψης», (ΠΔΕΑ) με την βοήθεια των καινοτόμων μοντέλων διαχείριση και αξιοποίηση χορηγικών (ΔΑΧ) και στρατιγική αξιοποίηση χορηγίων (ΣΑΧ) αναπτύσσονται πιο εύκολα προγράμματα χορηγίας (Γκαντζιάς 2020).

1.4. Οικονομία και εκδηλώσεις

Η ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων και η διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων συμβάλλουν ουσιαστικά στη βιωσιμότητα των πολιτιστικών οργανισμών, λειτουργώντας ως βασικός μηχανισμός ενίσχυσης της λειτουργικής και οικονομικής τους επάρκειας. Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις αποτελούν σημαντικό εργαλείο προσέλκυσης κοινού, καθώς η συμμετοχή των επισκεπτών συνδέεται άμεσα με την οικονομική ενδυνάμωση των οργανισμών. Συγκεκριμένα, όσο αυξάνεται ο αριθμός των επισκεπτών, τόσο ενισχύονται οι οικονομικοί πόροι και τα έσοδα των πολιτιστικών φορέων, γεγονός που συμβάλλει στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους και στη

δυνατότητα ανταπόκρισης στις αυξανόμενες απαιτήσεις τόσο του λειτουργικού τους πλαισίου όσο και της αγοράς στην οποία δραστηριοποιούνται.

Η προσέλκυση του κοινού επηρεάζεται από ένα σύνολο παραγόντων, οι οποίοι σχετίζονται τόσο με το περιεχόμενο όσο και με την ποιότητα των εκδηλώσεων. Ειδικότερα, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν το είδος της εκδήλωσης, ο βαθμός οργάνωσής της, η αισθητική και λειτουργική της ποιότητα, καθώς και ο τρόπος με τον οποίο αυτή προβάλλεται και προωθείται στο ευρύ κοινό. Παράλληλα, οι ίδιοι παράγοντες δεν επηρεάζουν μόνο την προσέλκυση επισκεπτών, αλλά μπορούν να λειτουργήσουν και ως κίνητρο για την προσέλκυση χορηγών, οι οποίοι αποτελούν κρίσιμο παράγοντα χρηματοδότησης. Η συμβολή των χορηγιών είναι ιδιαίτερα σημαντική για τη βιωσιμότητα των πολιτιστικών οργανισμών στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον, όπου η κρατική χρηματοδότηση συχνά δεν επαρκεί (Βαμβακάς, 2012).

Σε επίπεδο τοπικής ανάπτυξης, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις επιφέρουν σημαντικές οικονομικές επιδράσεις, ιδιαίτερα σε περιοχές της περιφέρειας που αντιμετωπίζουν περιορισμένη αναπτυξιακή δυναμική ή βρίσκονται σε οικονομική υστέρηση. Μέσω της διοργάνωσης πολιτιστικών γεγονότων, οι περιοχές αυτές έχουν τη δυνατότητα να ενισχύσουν την τοπική οικονομία, όχι μόνο μέσω της αύξησης της επισκεψιμότητας, αλλά και μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, τόσο άμεσων όσο και έμμεσων. Επιπλέον, η ανάγκη εξυπηρέτησης των επισκεπτών οδηγεί στη βελτίωση των υποδομών, γεγονός που συμβάλλει στη συνολική αναβάθμιση της περιοχής και στην ενίσχυση της τοπικής αγοράς (Μπιτσάνη, 2008).

Συνολικά, κάθε πολιτιστική εκδήλωση δεν περιορίζεται αποκλειστικά στην ενίσχυση της πολιτιστικής ταυτότητας μιας περιοχής, αλλά λειτουργεί και ως σημαντικός μοχλός οικονομικής ανάπτυξης. Η συμβολή αυτή έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία συνθηκών περιφερειακής ανάπτυξης, η οποία εκτείνεται σε οικονομικό, παραγωγικό και βιοτικό επίπεδο, ενισχύοντας τη συνολική ευημερία των τοπικών κοινωνιών (Μπιτσάνη, 2008).

1.5. Κοινό και εκδηλώσεις

Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, ανάλογα με τη θεματική τους ταυτότητα και το περιεχόμενό τους, απευθύνονται σε διαφορετικές κατηγορίες κοινού, οι οποίες διαμορφώνονται με βάση συγκεκριμένα κοινωνικά, πολιτισμικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά. Κάθε πολιτιστικός οργανισμός, στο πλαίσιο της επικοινωνιακής του

στρατηγικής, επιλέγει και προσδιορίζει το κοινό-στόχο στο οποίο απευθύνεται, ανάλογα με το είδος της εκδήλωσης που διοργανώνει. Η τμηματοποίηση του κοινού πραγματοποιείται με βάση ποικίλα κριτήρια, όπως η ηλικία, το εθνικό και πολιτισμικό υπόβαθρο, η κοινωνικοοικονομική κατάσταση, το μορφωτικό επίπεδο, τα ενδιαφέροντα, καθώς και οι συμπεριφορικές του προτιμήσεις (Κάβουρα, 2021).

Υπό αυτό το πρίσμα, ένας πολιτιστικός οργανισμός που επιδιώκει τη διατήρηση μιας σταθερής και ποιοτικής σχέσης με το κοινό του οφείλει να αναπτύσσει και να εφαρμόζει μια ολοκληρωμένη και στοχευμένη επικοινωνιακή στρατηγική. Η διατήρηση του υπάρχοντος κοινού, καθώς και η προσέλκυση νέων ακροατηρίων, αποτελούν κρίσιμες προκλήσεις για τους σύγχρονους πολιτιστικούς οργανισμούς, ιδιαίτερα σε ένα περιβάλλον όπου οι κρατικές επιχορηγήσεις έχουν περιοριστεί και το λειτουργικό κόστος των οργανισμών έχει αυξηθεί σημαντικά (Le, Jones, Williams & Dollnicar, 2015).

Παράλληλα, καθίσταται αναγκαίο οι πολιτιστικοί οργανισμοί να επανεξετάζουν συστηματικά τις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς και του ανταγωνισμού, προκειμένου να κατανοούν σε βάθος τις ανάγκες, τις προσδοκίες και τη συμπεριφορά των σύγχρονων καταναλωτών πολιτισμού. Η απομάκρυνση από παραδοσιακές και παρωχημένες πρακτικές και η ενσωμάτωση σύγχρονων εργαλείων και στρατηγικών μάρκετινγκ αποτελούν βασική προϋπόθεση για την προσαρμογή των οργανισμών στο νέο πολιτιστικό και οικονομικό περιβάλλον (Berstein, 2006).

Ωστόσο, η επίτευξη ισορροπίας μεταξύ πολιτιστικού οργανισμού και κοινού αποτελεί ιδιαίτερα σύνθετη διαδικασία, καθώς η συμπεριφορά του κοινού μεταβάλλεται διαρκώς, αντανακλώντας νέες κοινωνικές ανάγκες και προσδοκίες που διαμορφώνονται σε καθημερινή βάση. Η έντονη ανάπτυξη του ανταγωνισμού, σε συνδυασμό με την ταχύτατη εξέλιξη της τεχνολογίας και τη διεύρυνση της χρήσης του διαδικτύου, έχει οδηγήσει το κοινό σε αυξημένες απαιτήσεις, τόσο ως προς την ποιότητα όσο και ως προς την ταχύτητα απόκρισης των πολιτιστικών οργανισμών και των εκδηλώσεών τους (Berstein, 2006).

Στο πλαίσιο αυτό, οι σύγχρονες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι πολιτιστικοί οργανισμοί στην ψηφιακή εποχή, τους οδηγούν στην αξιοποίηση του διαδικτύου ως βασικού εργαλείου μάρκετινγκ και επικοινωνίας, με στόχο την προσέλκυση ενός ευρύτερου και πιο διαφοροποιημένου ψηφιακού κοινού. Το διαδίκτυο λειτουργεί πλέον ως κεντρική πλατφόρμα προβολής του έργου των οργανισμών, καθώς και των πολιτιστικών τους εκδηλώσεων, τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Με τον

τρόπο αυτό, οι πολιτιστικοί οργανισμοί αποκτούν τη δυνατότητα να διευρύνουν σημαντικά την εμβέλεια του κοινού τους και να ενισχύσουν την εξωστρέφειά τους σε ένα παγκοσμιοποιημένο πολιτιστικό περιβάλλον (Digital audiences, 2010).

Συνοψίζοντας, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις αποτελούν έναν πολυδιάστατο και δυναμικό τομέα της πολιτιστικής δραστηριότητας, ο οποίος συνδέει την πολιτισμική έκφραση με την κοινωνική συνοχή, την οικονομική ανάπτυξη και την τουριστική προβολή των περιοχών. Η έννοια, τα είδη, η οργάνωση και η διαχείρισή τους αναδεικνύουν τη σύνθετη φύση τους, καθώς απαιτούν συνδυασμό καλλιτεχνικών, διοικητικών, οικονομικών και επικοινωνιακών παραμέτρων για την επιτυχή υλοποίησή τους.

Παράλληλα, γίνεται σαφές ότι η σχέση των εκδηλώσεων με το κοινό και το ευρύτερο κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον είναι καθοριστική για τη βιωσιμότητά τους, ενώ η ανάγκη προσαρμογής στις σύγχρονες συνθήκες, όπως η ψηφιακή μετάβαση και η ενίσχυση του ανταγωνισμού, καθιστά απαραίτητη την υιοθέτηση σύγχρονων μορφών διαχείρισης.

Με βάση τα παραπάνω, προκύπτει η ανάγκη για μια πιο συστηματική και επιστημονικά τεκμηριωμένη προσέγγιση της πολιτιστικής διοίκησης, η οποία αναλύεται διεξοδικότερα στο επόμενο κεφάλαιο, όπου εξετάζονται τα μοντέλα πολιτιστικής διαχείρισης και οι σύγχρονες τάσεις στον τομέα αυτό.

Συνολικά, από την ανάλυση του Κεφαλαίου 1 προκύπτει ότι οι πολιτιστικές εκδηλώσεις αποτελούν ένα πολυπαραγοντικό πεδίο, στο οποίο συνυπάρχουν πολιτιστικές, κοινωνικές, οικονομικές και οργανωτικές διαστάσεις. Η αποτελεσματική κατανόηση και διαχείρισή τους προϋποθέτει τη συστηματική προσέγγιση τόσο του θεωρητικού πλαισίου όσο και των πρακτικών εφαρμογών που σχετίζονται με τον σχεδιασμό και την υλοποίησή τους.

Ιδιαίτερα, αναδείχθηκε ότι η επιτυχία των πολιτιστικών εκδηλώσεων εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον στρατηγικό προγραμματισμό, την οργανωτική δομή, τη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού και τη σχέση των πολιτιστικών οργανισμών με το κοινό και την οικονομική τους βιωσιμότητα. Τα στοιχεία αυτά συνθέτουν ένα σύνθετο περιβάλλον διοίκησης, στο οποίο η πολιτιστική διαχείριση καλείται να λειτουργήσει με όρους επαγγελματισμού, προσαρμοστικότητας και στρατηγικής σκέψης.

Με βάση τα παραπάνω, καθίσταται αναγκαία η περαιτέρω εμβάθυνση στις δομές και τις διαδικασίες που διέπουν τη λειτουργία των πολιτιστικών οργανισμών.

Για τον λόγο αυτό, το επόμενο κεφάλαιο εστιάζει στη διοίκηση και οργάνωση πολιτισμικών μονάδων, αναλύοντας τα βασικά θεωρητικά και πρακτικά εργαλεία που υποστηρίζουν τη βιώσιμη λειτουργία και ανάπτυξή τους στο σύγχρονο πολιτιστικό και οικονομικό περιβάλλον.

Κεφάλαιο 2. Πολιτιστική διαχείριση εκδηλώσεων

Το παρόν κεφάλαιο εξετάζει το θεωρητικό πλαίσιο της πολιτιστικής διαχείρισης, με έμφαση στις βασικές έννοιες, τα μοντέλα διοίκησης και τις σύγχρονες τάσεις που διαμορφώνουν τη λειτουργία των πολιτιστικών οργανισμών. Αρχικά, παρουσιάζεται η έννοια της διαχείρισης και η εφαρμογή της στον πολιτιστικό τομέα. Στη συνέχεια, αναλύονται τα βασικά μοντέλα πολιτιστικής διαχείρισης, ενώ τέλος εξετάζονται οι νέες τάσεις που αναδύονται στο σύγχρονο πολιτιστικό περιβάλλον.

2.1. Θεωρία πολιτιστικής διαχείρισης

Η έννοια της διαχείρισης συνιστά ένα σύνθετο και πολυπαραγοντικό εννοιολογικό σχήμα, το οποίο συνδέεται άμεσα με τις έννοιες της διοίκησης και της οργάνωσης (Μπιτσάνη, 2004). Πρόκειται για έναν όρο που προέρχεται από τον επιχειρηματικό και οικονομικό χώρο και έχει μεταφερθεί σταδιακά και προσαρμοστεί στο πεδίο του πολιτισμού, λαμβάνοντας ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Στο πλαίσιο της διοικητικής επιστήμης, η διαχείριση ορίζεται ως μια συντονισμένη, συστηματική και στοχοθετημένη προσπάθεια, η οποία πραγματοποιείται μέσω της αξιοποίησης του ανθρώπινου δυναμικού και των υλικών πόρων (Κανελλόπουλος, 1991). Σύμφωνα με τον Γκαντζιά (2020), η έννοια της διαχείρισης αναφέρεται τόσο στις ίδιες τις διοικητικές διαδικασίες όσο και στις διεργασίες μέσω των οποίων αυτές διαμορφώνονται, εξελίσσονται και προσαρμόζονται στις εκάστοτε συνθήκες ειδικά στην εποχή του ψηφιακού μετασχηματισμού.

Περαιτέρω, η διαχείριση (management), κατά τον Griffin (2021), αποτελεί μια ολοκληρωμένη και δυναμική διαδικασία που περιλαμβάνει τον προγραμματισμό, την οργάνωση, τη διεύθυνση και τον έλεγχο των χρηματοοικονομικών, ανθρώπινων, πληροφοριακών και φυσικών πόρων ενός οργανισμού, με απώτερο σκοπό την επίτευξη θετικών αποτελεσμάτων και την υλοποίηση των στρατηγικών του στόχων. Οι βασικές αυτές λειτουργίες της διαχείρισης θεωρούνται καθολικές και εφαρμόζονται σε όλους τους οργανισμούς, ανεξαρτήτως του νομικού τους καθεστώτος, του μεγέθους τους ή του τομέα δραστηριοποίησής τους (Κουτούζης, 1999).

Ειδικότερα, κατά τη διαδικασία του προγραμματισμού και του σχεδιασμού, ένας οργανισμός προσδιορίζει το πεδίο δραστηριότητάς του, θέτει συγκεκριμένους στόχους και διαμορφώνει τις κατάλληλες στρατηγικές και δράσεις για την επίτευξή τους. Στη συνέχεια, καθίσταται αναγκαίος ο καθορισμός και η συστηματική οργάνωση

των απαιτούμενων εργασιών, καθώς και ο καταμερισμός τους στο ανθρώπινο δυναμικό, με σαφή προσδιορισμό αρμοδιοτήτων, ρόλων, υπηρεσιακών σχέσεων και ιεραρχικής δομής. Η λειτουργία της διεύθυνσης περιλαμβάνει την καθοδήγηση, την εποπτεία και την ενεργοποίηση των εργαζομένων, μέσω κινήτρων, ώστε να επιτυγχάνεται η αποτελεσματική και αποδοτική εκτέλεση των καθηκόντων τους. Τέλος, η λειτουργία του ελέγχου αφορά την αξιολόγηση των δραστηριοτήτων, την παρακολούθηση των αποτελεσμάτων και τη δυνατότητα αναπροσαρμογής επιμέρους σταδίων, σε περιπτώσεις όπου εντοπίζονται σφάλματα ή αποκλίσεις από τους αρχικούς στόχους. Μέσω αυτής της κυκλικής και δυναμικής διαδικασίας καθίσταται εφικτή η επίτευξη των επιδιωκόμενων στόχων (Griffin, 2021).

Σύμφωνα με τον Θεοφανίδη (1985), η διαχείριση αποτελεί κατεξοχήν ανθρώπινη δραστηριότητα, η οποία εντάσσεται στο πλαίσιο μιας συλλογικά οργανωμένης προσπάθειας και αποσκοπεί στην επίτευξη ενός κοινού σκοπού, μέσω της βέλτιστης αξιοποίησης όλων των διαθέσιμων μέσων και πόρων. Παράλληλα, η έννοια της διαχείρισης περιλαμβάνει ένα σύνολο αρχών, κανόνων και τεχνικών, οι οποίες καθορίζουν τον τρόπο λειτουργίας των οργανισμών και των επιχειρήσεων. Στη σχετική βιβλιογραφία απαντώνται πολυάριθμοι ορισμοί που επιχειρούν να αποδώσουν με σαφήνεια και πληρότητα το περιεχόμενο της έννοιας. Κοινό στοιχείο των ορισμών αυτών αποτελεί η προσέγγιση ότι η διαχείριση ταυτίζεται με τις διαδικασίες που αποσκοπούν στην επίτευξη των στόχων ενός οργανισμού ή μιας επιχείρησης, μέσω της αποτελεσματικής αξιοποίησης του ανθρώπινου και οικονομικού τους δυναμικού (Sandell & Janes, 2006).

Ο Μπουραντάς (2002) επισημαίνει ότι σε κάθε οργανισμό, πέραν του ανθρώπινου δυναμικού, αναπτύσσεται και ένα δυναμικό δίκτυο σχέσεων, μέσω του οποίου τα άτομα αλληλεπιδρούν, συνεργάζονται και συντονίζουν τις ενέργειές τους, με στόχο την επίτευξη των προκαθορισμένων σκοπών. Στο πλαίσιο αυτό, ο βασικός σκοπός της διαχείρισης είναι η διασφάλιση της βιωσιμότητας του οργανισμού σε μακροπρόθεσμο επίπεδο, καθώς και η ικανότητά του να προσαρμόζεται στις μεταβαλλόμενες συνθήκες του περιβάλλοντος.

Η έννοια της διαχείρισης, όπως διαμορφώθηκε στο πεδίο της διοικητικής επιστήμης, επεκτάθηκε και στον χώρο του πολιτισμού. Οι πολιτιστικοί οργανισμοί, προκειμένου να διασφαλίσουν τη βιωσιμότητά τους σε βάθος χρόνου, καλούνται να υιοθετήσουν αρχές και πρακτικές πολιτιστικής διαχείρισης. Ο όρος management, ο οποίος συνδέεται με τη διοίκηση των επιχειρήσεων, έχει δεχθεί κατά καιρούς ποικίλες

ερμηνείες, γεγονός που καθιστά και τη χρήση του στον πολιτιστικό τομέα ιδιαίτερα πολυδιάστατη. Όπως προκύπτει από τις ανωτέρω προσεγγίσεις, η διαχείριση συνιστά ένα οργανωμένο σύνολο γνώσεων και πρακτικών, το οποίο μπορεί να εφαρμοστεί από τους πολιτιστικούς οργανισμούς, προκειμένου να λειτουργούν αποτελεσματικά και να επιτυγχάνουν τους στόχους τους (Φλώρος, 1993).

Η πολιτιστική διαχείριση προσεγγίζεται ως μια εξειδικευμένη διοικητική διαδικασία, η οποία εδράζεται στις βασικές αρχές και λειτουργίες της διοικητικής επιστήμης. Εφαρμόζεται σε ένα ευρύ φάσμα οργανισμών, πολιτιστικών μονάδων και φορέων, οι οποίοι διαφοροποιούνται ως προς το πεδίο δραστηριότητας, το μέγεθος και το νομικό τους καθεστώς. Αντικείμενό της αποτελεί ο ορθολογικός σχεδιασμός της πολιτιστικής πολιτικής και η ανάπτυξη πολιτιστικών δράσεων, μέσω της αποτελεσματικής αξιοποίησης του ανθρώπινου δυναμικού, των κατάλληλων μέσων και των διαθέσιμων πόρων, με στόχο την επίτευξη των επιδιωκόμενων αποτελεσμάτων (Μπιτσάνη, 2004).

Σύμφωνα με τον Πούλιο (2015α), η έννοια της πολιτιστικής διαχείρισης εκτείνεται σε όλες τις συνιστώσες και εκφάνσεις του πολιτισμού. Περιλαμβάνει τον τρόπο με τον οποίο ένας πολιτιστικός οργανισμός διαχειρίζεται την πολιτισμική ταυτότητα, την υλική και άυλη πολιτιστική κληρονομιά, καθώς και κάθε σύγχρονη μορφή καλλιτεχνικής δημιουργίας. Αντίστοιχα, ο Κανελλόπουλος (1990) υποστηρίζει ότι η πολιτιστική διαχείριση αποσκοπεί στην εφαρμογή κατάλληλων ενεργειών και μεθόδων, οι οποίες ενισχύουν τους πολιτιστικούς οργανισμούς, ώστε να προωθούν με τον βέλτιστο δυνατό τρόπο τους στόχους τους και τα πολιτιστικά αγαθά.

Η διαχείριση των πολιτιστικών μονάδων, καθώς και των πολιτιστικών εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων, στηρίζεται στις ίδιες βασικές διοικητικές διαδικασίες. Οι πολιτιστικοί οργανισμοί και οι εκδηλώσεις που διοργανώνουν, φέρουν έντονη κοινωνική και πολιτική διάσταση, καθώς επιδρούν στις συνειδήσεις και στις αξίες τόσο σε συλλογικό όσο και σε ατομικό επίπεδο, ενώ παράλληλα συμβάλλουν στη διαμόρφωση ενός γόνιμου και δημιουργικού διαλόγου μεταξύ πολιτισμού και κοινωνίας (Holden, 2002).

Τέλος, οι πολιτιστικοί οργανισμοί, όπως και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, έχουν αυξημένες ανάγκες οικονομικής στήριξης, προκειμένου να διασφαλίσουν τη λειτουργία και τη βιωσιμότητά τους. Είναι γεγονός ότι η οικονομική κατάσταση κάθε εποχής επηρεάζει άμεσα τη δράση και την ανάπτυξή τους. Για τον λόγο αυτό, οι διαχειριστές πολιτισμού καλούνται να αναζητούν και να εξασφαλίζουν πηγές

χρηματοδότησης, προκειμένου να διατηρούν την ποιότητα των εκδηλώσεων και να εξασφαλίζουν τη συνέχιση της λειτουργίας των πολιτιστικών μονάδων, ιδιαίτερα σε περιπτώσεις όπου η κρατική ενίσχυση είναι περιορισμένη έως ανύπαρκτη (Dexter, 2008).

Η θεωρητική προσέγγιση της πολιτιστικής διαχείρισης, όπως αναλύθηκε, βρίσκει πρακτική εφαρμογή μέσα από διαφορετικά μοντέλα διοίκησης, τα οποία έχουν διαμορφωθεί ανάλογα με τις εκάστοτε κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες. Στην επόμενη ενότητα παρουσιάζονται τα βασικότερα από αυτά τα μοντέλα.

2.2. Μοντέλα πολιτιστικής διαχείρισης

Το κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον χαρακτηρίζεται από διαρκείς μεταβολές και ανακατατάξεις. Για τον λόγο αυτό, οι πολιτιστικοί οργανισμοί, καθώς και τα στελέχη που ασχολούνται με τη διαχείρισή τους, καλούνται να προσαρμόζονται συνεχώς, αναζητώντας τρόπους προσέλκυσης, αλλά και διατήρησης του κοινού τους. Τα μοντέλα διαχείρισης που εφαρμόζονται στη σύγχρονη εποχή διαφοροποιούνται σημαντικά από εκείνα του παρελθόντος, καθώς διαμορφώνονται υπό το πρίσμα των σύγχρονων εξωτερικών συνθηκών και απαιτήσεων (Friedman, 2006).

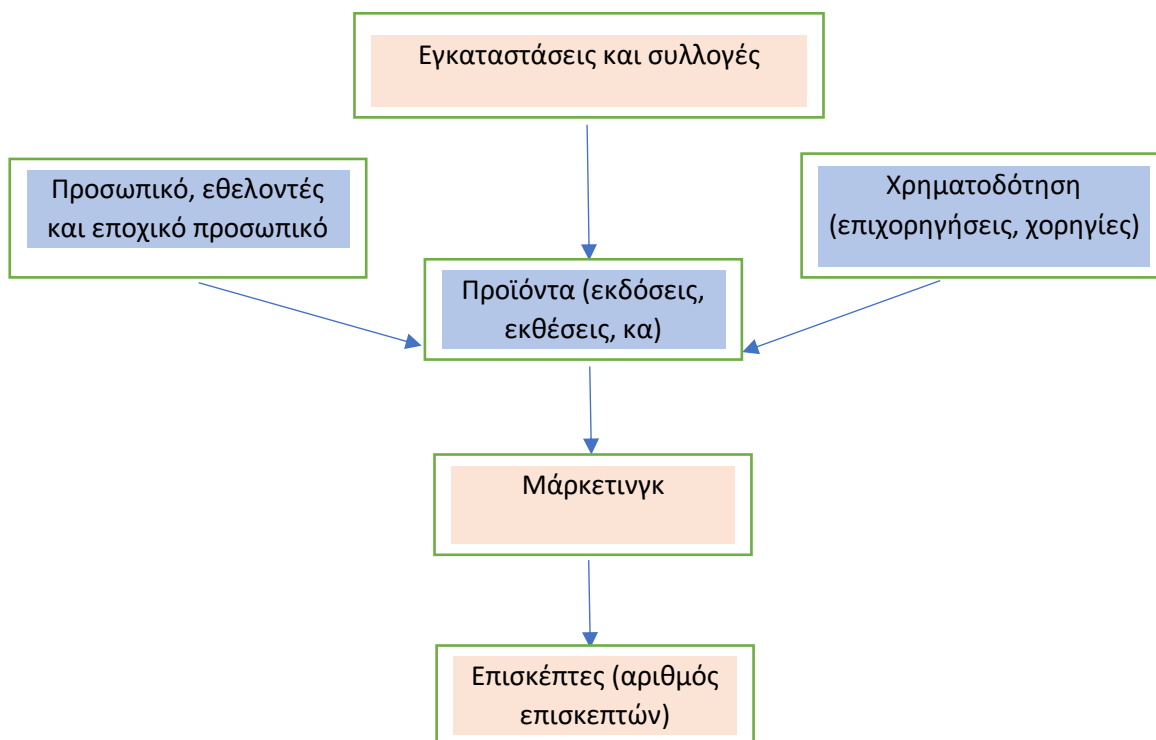
α. Κλασικό μοντέλο

Το κλασικό μοντέλο διαχείρισης αποτελεί μια παραδοσιακή προσέγγιση, η οποία βασίζεται σε μια αυστηρά ιεραρχική και κάθετη δομή λειτουργίας. Στο πλαίσιο αυτού του μοντέλου, η διοίκηση ασκείται με τρόπο συγκεντρωτικό, όπου οι αποφάσεις λαμβάνονται αποκλειστικά από τα ανώτερα διοικητικά όργανα του οργανισμού. Ως αποτέλεσμα, δεν παρέχεται η δυνατότητα στο κοινό να συμμετέχει ενεργά στην αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών, γεγονός που περιορίζει τη διαδικασία ανατροφοδότησης μεταξύ διοίκησης και κοινού (Κουρέα, 2018).

Σύμφωνα με τους Falk et al. (2006), στο συγκεκριμένο μοντέλο πρωτεύοντα ρόλο διαδραματίζουν οι υλικοί πόροι, όπως οι συλλογές και οι κτιριακές υποδομές, ενώ οι ανθρώπινοι και οικονομικοί πόροι αντιμετωπίζονται ως δευτερεύοντες. Παράλληλα, η αξιολόγηση ενός πολιτιστικού οργανισμού βασίζεται κυρίως στον βαθμό χρήσης του από το κοινό, δηλαδή στον αριθμό των καταναλωτών που προσελκύει, χωρίς να λαμβάνονται επαρκώς υπόψη ποιοτικά κριτήρια ή η εμπειρία των επισκεπτών (Dess et al., 2009).

Σχήμα 2.: Κλασικό μοντέλο διαχείρισης πολιτιστικών οργανισμών

Πηγή: Friedman, 2006, όπως αναφέρεται στο Κουρέα, 2018.



Ωστόσο, στις σύγχρονες συνθήκες, η επιβίωση ενός πολιτιστικού οργανισμού προϋποθέτει ευελιξία και προσαρμοστικότητα σε καινοτόμες ιδέες και αλλαγές. Το κλασικό μοντέλο, λόγω της στατικότητας και της περιορισμένης αλληλεπίδρασης που το χαρακτηρίζει, δεν είναι σε θέση να ανταποκριθεί αποτελεσματικά στις σύγχρονες απαιτήσεις και στις συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες του περιβάλλοντος.

β. Σύγχρονο μοντέλο

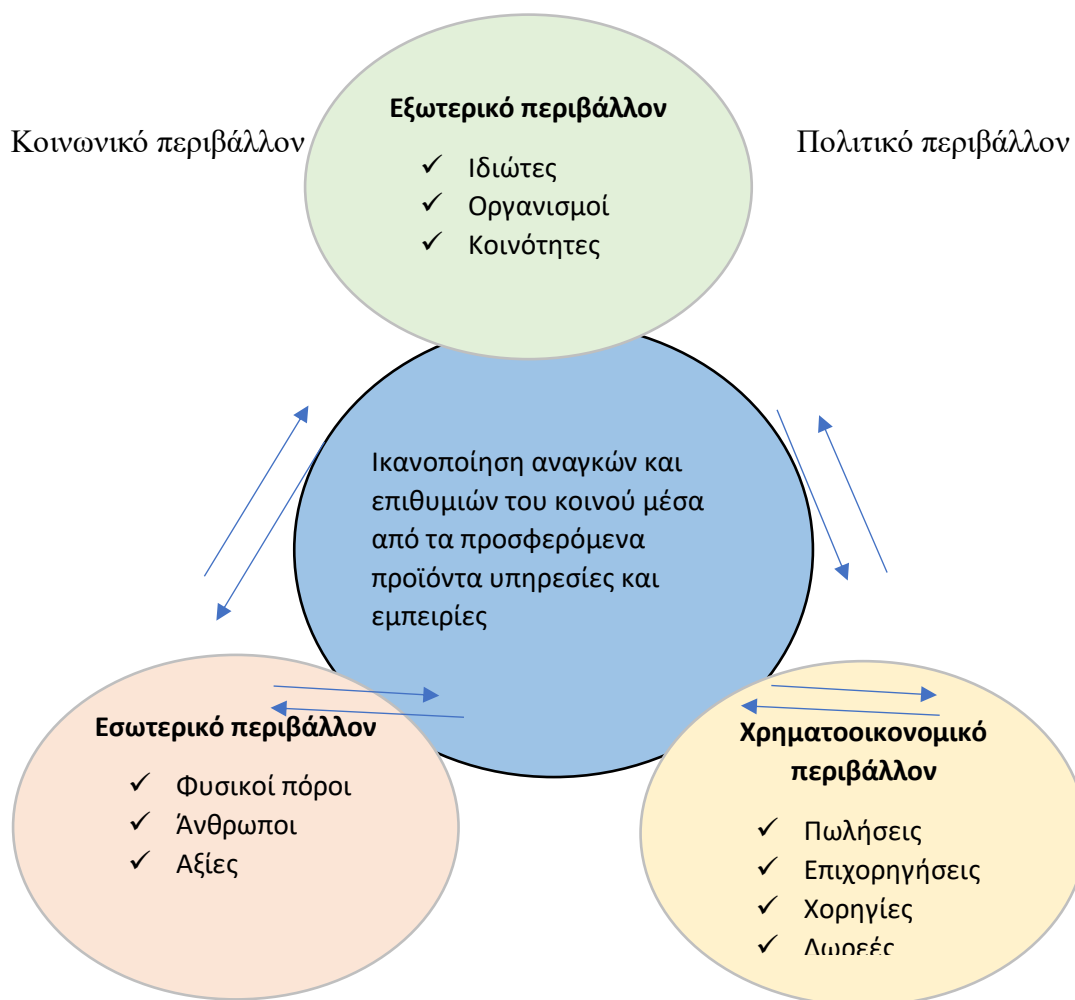
Σε αντιδιαστολή με το κλασικό μοντέλο, το σύγχρονο μοντέλο διαχείρισης χαρακτηρίζεται από έναν πλουραλιστικό και δυναμικό προσανατολισμό. Στο πλαίσιο αυτό, αναγνωρίζεται και γίνεται αποδεκτή η αλληλεπίδραση μεταξύ εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων, καθώς και ο καθοριστικός ρόλος του κοινού. Οι διαχειριστές των πολιτιστικών οργανισμών οφείλουν να λαμβάνουν υπόψη τις πολιτισμικές ανάγκες των καταναλωτών και να αξιοποιούν το σύνολο των διαθέσιμων πόρων, με στόχο την ικανοποίησή τους.

Το κοινό στο οποίο απευθύνονται οι πολιτιστικοί οργανισμοί είναι πλέον ετερογενές και πολυδιάστατο, γεγονός που καθιστά αναγκαία την παροχή ποιοτικών πολιτιστικών εμπειριών και όχι απλώς την προβολή πολιτισμικών προϊόντων και υπηρεσιών. Οι πολιτιστικές υπηρεσίες οφείλουν να ανταποκρίνονται στις προσδοκίες

και στις ανάγκες διαφορετικών ομάδων κοινού, ενισχύοντας τη συμμετοχή και τη διάδραση (Falk et al., 2006).

Σχήμα 3.: Σύγχρονο μοντέλο διαχείρισης πολιτιστικών οργανισμών

Πηγή: Friedman, 2006, όπως αναφέρεται στο Κουρέα, 2018



Η μετάβαση από το κλασικό στο σύγχρονο μοντέλο διαχείρισης αντανακλά τις ευρύτερες αλλαγές που συντελούνται στο πολιτιστικό περιβάλλον. Οι αλλαγές αυτές συνδέονται άμεσα με την εμφάνιση νέων τάσεων και πρακτικών στη διοίκηση πολιτιστικών οργανισμών, οι οποίες αναλύονται στην επόμενη ενότητα.

2.3. Διαχείριση και νέες τάσεις

Για μεγάλο χρονικό διάστημα, οι πολιτιστικοί οργανισμοί και γενικότερα ο τομέας του πολιτισμού και της δημιουργίας λειτουργούσαν με έντονη εσωστρέφεια και αυτοαναφορικότητα. Υπήρχε η αντίληψη ότι τα πολιτιστικά προϊόντα, οι υπηρεσίες και ο ίδιος ο πολιτισμός διαθέτουν αυταξία, γεγονός που καθιστούσε περιττή την ανάγκη

προβολής ή ανάδειξής τους. Παράλληλα, η διοικητική επιστήμη, η οποία αναπτύχθηκε και κυριάρχησε κατά τον 20ο αιώνα, δεν έγινε άμεσα αποδεκτή από τους ανθρώπους του πολιτισμού, καθώς αντιμετωπίστηκε με καχυποψία και επιφυλακτικότητα. Ο όρος «διαχείριση» δημιούργησε αμηχανία, καθώς η τεχνοκρατική προσέγγιση θεωρήθηκε απομακρυσμένη από τις αξίες και τις αντιλήψεις του πολιτιστικού χώρου (Παπούλιας, 2014).

Η εφαρμογή των αρχών και των τεχνικών της διοικητικής επιστήμης στον πολιτιστικό τομέα θεωρήθηκε αρχικά ακατάλληλη, καθώς συνδέθηκε με κερδοσκοπικές επιχειρήσεις και όχι με την πολιτισμική διάσταση. Ωστόσο, οι σημαντικές αλλαγές που σημειώθηκαν τα τελευταία χρόνια, όπως η μείωση ή ακόμη και η απουσία κρατικής χρηματοδότησης, η αύξηση του αριθμού των πολιτιστικών οργανισμών και ο εντεινόμενος ανταγωνισμός, καθώς και η ανάγκη ικανοποίησης ενός απαιτητικού και πολυσύνθετου κοινού, ανέδειξαν την αναγκαιότητα εφαρμογής της διοικητικής επιστήμης στον χώρο του πολιτισμού (Οικονόμου κ.α., 2003).

Η ραγδαία ανάπτυξη της ψηφιακής τεχνολογίας κατά τον 21ο αιώνα επέβαλε ριζικές αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας των πολιτιστικών οργανισμών (Hooper–Greenhill, 2000). Παράλληλα, οι παραδοσιακές μέθοδοι προβολής των πολιτιστικών προϊόντων αποδείχθηκαν λιγότερο αποτελεσματικές στις σύγχρονες συνθήκες (Σηφάκη & Σηφάκης, 2007).

Στη σύγχρονη εποχή, οι πολιτιστικοί οργανισμοί έχουν συνειδητοποιήσει τον ρόλο τους, το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται και την ανάγκη επαναπροσδιορισμού της λειτουργίας και της στρατηγικής τους. Οι διαχειριστές πολιτισμού καλούνται να υιοθετήσουν μια περισσότερο επιστημονικά τεκμηριωμένη και αποτελεσματική διοίκηση, προσαρμοσμένη στις διαρκώς μεταβαλλόμενες ανάγκες και απαιτήσεις. Οι εξελίξεις αυτές καθιστούν αναγκαία την υιοθέτηση νέων πρακτικών και μεθόδων (Παπούλιας, 2014).

Η σύγχρονη πραγματικότητα χαρακτηρίζεται από συνεχή μεταβολή, γεγονός που επιβάλλει στους διαχειριστές πολιτισμού να προσαρμόζουν διαρκώς τη στρατηγική τους, επαναπροσδιορίζοντας την εικόνα και τη λειτουργία των οργανισμών σε ένα περιβάλλον έντονων αλλαγών (Hill & O’Sullivan, 2003). Οι νέες πρακτικές πολιτιστικής διαχείρισης, που αναδείχθηκαν από τις αρχές του 21ου αιώνα, συνέβαλαν στη διαμόρφωση μιας ισορροπίας μεταξύ συντηρητισμού και καινοτομίας στον χώρο της τέχνης και του πολιτισμού (Kerns, 2013).

Η ενσωμάτωση της διοικητικής επιστήμης στους πολιτιστικούς οργανισμούς ενισχύθηκε από τις ταχύτατες μεταβολές της σύγχρονης πραγματικότητας, οι οποίες συνέβαλαν στην άρση της καχυποψίας απέναντι στις διοικητικές πρακτικές. Προκειμένου να διατηρήσουν τη θέση τους, οι πολιτιστικοί οργανισμοί κλήθηκαν να εξισορροπήσουν την καλλιτεχνική δημιουργία με την οικονομική βιωσιμότητα (Chong, 2009).

Η υιοθέτηση διοικητικών πρακτικών οδήγησε τους πολιτιστικούς οργανισμούς σε μεγαλύτερη εξωστρέφεια και αποτελεσματικότερη οργάνωση. Τα πολιτιστικά αγαθά προωθούνται πλέον ενεργά, ενώ το marketing και οι σύγχρονες διοικητικές πρακτικές συμβάλλουν στην ανάπτυξη νέων ερευνητικών κατευθύνσεων (Butler, 2000).

Στο πλαίσιο αυτό, διακρίνονται τρεις βασικές προσεγγίσεις των νέων τάσεων στην πολιτιστική διαχείριση:



Πολιτιστικοί οργανισμοί ως φορείς καλλιτεχνικής δημιουργίας

Η πρώτη προσέγγιση αναδεικνύει τον ρόλο των διαχειριστών πολιτισμού, οι οποίοι διαθέτουν πλέον εξειδικευμένα εργαλεία και επιστημονικές μεθόδους για την επίτευξη των στόχων των οργανισμών και την ενίσχυση της οικονομικής τους βιωσιμότητας (Byrnes, 2009). Μέσω εργαλείων ποσοτικής έρευνας αγοράς, οι πολιτιστικοί οργανισμοί επιδιώκουν την προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών τους σε ευρύτερα και διαφοροποιημένα κοινά (Bradshaw, 2010; Venkatesh, 2006).

Ωστόσο, η προσέγγιση αυτή δεν αντιμετώπισε το κοινό ως αυτόνομη οντότητα, ούτε ανέδειξε επαρκώς τη διάδραση μεταξύ κοινού και πολιτιστικού προϊόντος ως ένα σύνθετο κοινωνικοπολιτισμικό φαινόμενο (Venkatesh, 2006).



Ενσωμάτωση της καλλιτεχνικής δημιουργίας στη διαχείριση

Η δεύτερη προσέγγιση αναγνωρίζει τη σημασία της καλλιτεχνικής αισθητικής και της ερμηνευτικής αξίας στο πλαίσιο του management και του marketing (Chong, 2009). Περιλαμβάνει δύο βασικές διαστάσεις:

- Στην πρώτη, τα έργα τέχνης αξιοποιούνται ως εργαλεία marketing και branding, ενισχύοντας την αναγνωσιμότητα και την εμπιστοσύνη του κοινού (Schiuma, 2011· Hagtvedt & Patrick, 2008).
- Στη δεύτερη, η γνώση της διαχείρισης χρησιμοποιείται ως ερμηνευτικό εργαλείο για την κατανόηση της τέχνης και της συμβολικής της αξίας (Lehman, 2014· Muniz, Norris & Fine, 2014).



Πολιτιστικό και κοινωνικό πλαίσιο της καλλιτεχνικής δημιουργίας

Η τρίτη προσέγγιση εστιάζει στο πολιτιστικό και κοινωνικό πλαίσιο της καλλιτεχνικής δημιουργίας. Υποστηρίζει ότι η τέχνη δεν μπορεί να αποκοπεί από τον κοινωνικό και πολιτικό της περίγυρο, αλλά θα πρέπει να εξετάζεται σε συνάρτηση με αυτόν (Alexander, 2003). Ο διαχειριστής πολιτισμού καλείται να διασφαλίσει τη σύνδεση του καλλιτέχνη με την κοινωνία και να συμβάλει στη νοηματοδότηση των πολιτιστικών αγαθών (Bourdieu, 1996).

Συμπερασματικά, οι νέες τάσεις της πολιτιστικής διαχείρισης βασίζονται στη φήμη των πολιτιστικών οργανισμών και των καλλιτεχνών, με στόχο την προσέλκυση στοχευμένου κοινού. Παράλληλα, η ανάπτυξη των ψηφιακών τεχνολογιών και η ενίσχυση των διαμεσολαβητών στον χώρο της τέχνης διαμορφώνουν ένα νέο, παγκοσμιοποιημένο και ανταγωνιστικό περιβάλλον (Velthuis, 2014; Velthuis & Curioni, 2015).

Τέλος, ο πολιτιστικός τομέας χαρακτηρίζεται από πολυπλοκότητα και πολυδιάστατη δομή, διαφοροποιούμενος από άλλους τομείς της οικονομίας, γεγονός που καθιστά αναγκαία την υιοθέτηση ευέλικτων και πολυεπίπεδων στρατηγικών διαχείρισης (Αθανασοπούλου κ.α., 2003).

Συνολικά, η πολιτιστική διαχείριση αναδεικνύεται ως ένα δυναμικό και πολυδιάστατο πεδίο, το οποίο επηρεάζεται άμεσα από τις κοινωνικές, οικονομικές και τεχνολογικές εξελίξεις. Η μετάβαση από παραδοσιακά μοντέλα διοίκησης σε σύγχρονες, ευέλικτες και συμμετοχικές προσεγγίσεις καταδεικνύει την ανάγκη προσαρμογής των πολιτιστικών οργανισμών στις απαιτήσεις της σύγχρονης εποχής. Η κατανόηση των θεωρητικών αρχών, των μοντέλων διαχείρισης και των νέων τάσεων αποτελεί βασική προϋπόθεση για την αποτελεσματική διοίκηση και τη βιώσιμη ανάπτυξη των πολιτιστικών οργανισμών.

Κεφάλαιο 3. Επικοινωνία

Η ανάλυση του Κεφαλαίου 2 ανέδειξε τη σημασία της οργανωτικής λειτουργίας και της διοικητικής διάρθρωσης των πολιτιστικών οργανισμών, εστιάζοντας στον τρόπο με τον οποίο ο σχεδιασμός, η διαχείριση και η υλοποίηση των πολιτιστικών εκδηλώσεων συνδέονται άμεσα με τη βιωσιμότητα και την αποτελεσματικότητά τους. Παράλληλα, καταδείχθηκε ότι η επιτυχία των πολιτιστικών δράσεων δεν εξαρτάται αποκλειστικά από τον οργανωτικό σχεδιασμό, αλλά και από την ικανότητα των φορέων να διαχειρίζονται πόρους, ανθρώπινο δυναμικό και εξωτερικές συνθήκες με τρόπο στρατηγικό και προσαρμοστικό.

Ωστόσο, πέρα από τις οργανωτικές και διοικητικές παραμέτρους, καθοριστικό ρόλο στη λειτουργία των πολιτιστικών οργανισμών διαδραματίζει η επικοινωνία, η οποία αποτελεί τον συνδετικό κρίκο μεταξύ οργανισμού, κοινού και ευρύτερου κοινωνικού περιβάλλοντος. Η επικοινωνιακή διάσταση δεν λειτουργεί συμπληρωματικά, αλλά ουσιαστικά καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο οι πολιτιστικοί φορείς προβάλλουν το έργο τους, διαμορφώνουν σχέσεις εμπιστοσύνης και ενισχύουν τη συμμετοχή του κοινού.

Υπό αυτό το πρίσμα, το επόμενο κεφάλαιο εστιάζει στην έννοια της επικοινωνίας, στις θεωρητικές της προσεγγίσεις, καθώς και στον ρόλο που διαδραματίζει στο πλαίσιο των πολιτιστικών οργανισμών, αναδεικνύοντας τη στρατηγική της σημασία στη σύγχρονη πολιτιστική διαχείριση.

3.1. Μοντέλα, θεωρίες και σχολές επικοινωνίας

Η εννοιολογική προσέγγιση της επικοινωνίας συνιστά μια ιδιαίτερα σύνθετη και πολυδιάστατη διαδικασία, καθώς χαρακτηρίζεται από ένα ευρύ φάσμα θεωρητικών προσεγγίσεων και ερμηνειών. Η κοινωνία, ως ένα δυναμικό σύστημα που αποτελείται από έμβια όντα με συνεχή εξελικτική πορεία, καθιστά την επικοινωνία βασικό μηχανισμό αλληλεπίδρασης και συγκρότησης κοινωνικών σχέσεων. Το πεδίο της επικοινωνίας είναι εκτεταμένο, καθώς εξυπηρετεί πολιτισμικές και πολιτικές διεργασίες, ενώ παράλληλα συνδέεται με ψυχοκοινωνικές και συναισθηματικές λειτουργίες, των οποίων η εμβέλεια είναι ιδιαίτερα σημαντική (Ψύλλα, 1991).

Ιδιαίτερη σημασία παρουσιάζει η διάκριση μεταξύ των εννοιών της επικοινωνίας και της πληροφόρησης. Όπως επισημαίνει ο Darwin (1977), αν και οι δύο έννοιες συχνά χρησιμοποιούνται εναλλακτικά, διαφοροποιούνται ουσιαστικά ως προς

τη λειτουργία και τον σκοπό τους. Η πληροφόρηση (information) αναφέρεται σε μια διαδικασία που χαρακτηρίζεται από αντικειμενικότητα και επικεντρώνεται στη μετάδοση δεδομένων ή μηνυμάτων από έναν πομπό προς έναν δέκτη, χωρίς να προϋποτίθεται απαραίτητα αλληλεπίδραση ή εις βάθος κατανόηση του περιεχομένου (Capurro & Hjørland, 2003).

Η προσέγγιση αυτή συνδέεται με το διαβιβαστικό μοντέλο επικοινωνίας (transmission model), το οποίο αντιλαμβάνεται την επικοινωνία ως μια γραμμική και μονοκατευθυντική διαδικασία μετάδοσης μηνυμάτων. Στο συγκεκριμένο μοντέλο, η ροή της πληροφορίας είναι μονόδρομη και δεν ενθαρρύνει την ενεργό συμμετοχή, ή την ανταπόκριση του αποδέκτη (Crawford & Sobel, 1982). Ωστόσο, η εξέλιξη της θεωρίας έχει καταδείξει ότι η επικοινωνιακή διαδικασία δεν εξαντλείται σε αυτό το απλουστευμένο σχήμα, αλλά περιλαμβάνει πολλαπλές διαστάσεις και δυναμικές αλληλεπιδράσεις.

Στο πλαίσιο αυτό, η Ψύλλα (1991) προτείνει μια πιο σύνθετη κατηγοριοποίηση των μοντέλων επικοινωνίας, συμβάλλοντας ουσιαστικά στην κατανόηση της πολυπλοκότητας του φαινομένου. Συγκεκριμένα, το γραμμικό μοντέλο προσεγγίζει την επικοινωνία ως μονοκατευθυντική διαδικασία, όπου ο δέκτης λειτουργεί ως παθητικός αποδέκτης, γεγονός που περιορίζει την ερμηνευτική διάσταση του μηνύματος.

Αντιθέτως, το κυβερνητικό ή διαδραστικό μοντέλο εισάγει την έννοια της ανατροφοδότησης, αναγνωρίζοντας την ενεργό συμμετοχή του δέκτη, ο οποίος αντιδρά στο μήνυμα και επηρεάζει την εξέλιξη της επικοινωνιακής διαδικασίας. Με τον τρόπο αυτό, η επικοινωνία αποκτά κυκλικό χαρακτήρα, επιτρέποντας την προσαρμογή των μηνυμάτων στις ανάγκες και στις αντιδράσεις του κοινού.

Παράλληλα, το συστημικό μοντέλο προσεγγίζει την επικοινωνία ως ένα δυναμικό σύστημα αλληλεξαρτώμενων στοιχείων, τα οποία επηρεάζονται από το κοινωνικό, πολιτισμικό και ψυχολογικό περιβάλλον. Σε αυτό το πλαίσιο, οι ρόλοι πομπού και δέκτη εναλλάσσονται, ενώ η παραγωγή νοήματος εξαρτάται από παράγοντες όπως οι εμπειρίες, οι αξίες και οι αντιλήψεις των συμμετεχόντων.

Πριν από τη συστηματική επιστημονική μελέτη της επικοινωνίας, η οποία αναπτύχθηκε κυρίως μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο στα πανεπιστήμια της Βόρειας Αμερικής, η έννοια της επικοινωνίας δεν είχε αποτελέσει αυτόνομο αντικείμενο έρευνας. Με την εξέλιξη των κοινωνικών επιστημών, αναδείχθηκαν διαφορετικές θεωρητικές προσεγγίσεις που επιχείρησαν να ερμηνεύσουν τη φύση και τη λειτουργία της επικοινωνίας.

Στο πλαίσιο αυτό, ο Fiske (1992) διακρίνει δύο βασικές επιστημονικές σχολές επικοινωνίας: τη διαδικαστική (process school) και τη σημειωτική (semiotic school). Η διάκριση αυτή αποτελεί θεμελιώδη θεωρητικό άξονα για την κατανόηση της επικοινωνιακής διαδικασίας.

Η **διαδικαστική σχολή** προσεγγίζει την επικοινωνία ως μια διαδικασία μεταβίβασης μηνυμάτων από έναν πομπό σε έναν δέκτη. Δίνει έμφαση στα επιμέρους στάδια της επικοινωνιακής πράξης, όπως η κωδικοποίηση, η μετάδοση και η αποκωδικοποίηση του μηνύματος, καθώς και στα πιθανά εμπόδια (θόρυβος) που μπορεί να επηρεάσουν την αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας. Η σχολή αυτή συνδέεται άμεσα με τα κλασικά μοντέλα επικοινωνίας, όπως το μοντέλο των Shannon και Weaver (1949), το οποίο αναδεικνύει τεχνικά, σημασιολογικά και λειτουργικά ζητήματα της επικοινωνίας, καθώς και το μοντέλο του Lasswell (1948), που εστιάζει στην επίδραση του μηνύματος στον δέκτη. Επιπλέον, μοντέλα όπως του Gerbner (1956), του Newcomb (1953) και των Westley και MacLean (1957) εμπλουτίζουν την προσέγγιση αυτή, εντάσσοντας την επικοινωνία σε ένα ευρύτερο κοινωνικό και περιβαλλοντικό πλαίσιο.

Αντίθετα, η **σημειωτική σχολή** μετατοπίζει το ενδιαφέρον από τη μετάδοση του μηνύματος στην παραγωγή και ερμηνεία του νοήματος. Σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή, η επικοινωνία δεν είναι απλώς μια διαδικασία μεταφοράς πληροφοριών, αλλά μια δυναμική διαδικασία κατά την οποία τα άτομα αποδίδουν νοήματα στα σύμβολα, ανάλογα με το πολιτισμικό και κοινωνικό τους υπόβαθρο. Βασικοί εκπρόσωποι της σχολής αυτής είναι οι Peirce, Ogden και Richards, καθώς και ο Saussure, οι οποίοι ανέδειξαν τη σημασία των σημείων και της σημασιοδότησης. Ειδικότερα, το μοντέλο του Peirce εστιάζει στη σχέση μεταξύ σημείου, αντικειμένου και ερμηνευτή, ενώ το μοντέλο των Ogden και Richards αναδεικνύει τη σύνδεση μεταξύ συμβόλου, έννοιας και αναφοράς. Αντίστοιχα, ο Saussure υπογράμμισε τη διάκριση μεταξύ σημαίνοντος και σημαινομένου, αναδεικνύοντας τον τρόπο με τον οποίο συγκροτείται το νόημα.

Η διάκριση μεταξύ των δύο σχολών αντικατοπτρίζει και δύο διαφορετικές αντιλήψεις για την επικοινωνία: αφενός ως διαδικασία μετάδοσης και αφετέρου ως διαδικασία παραγωγής νοήματος. Στην πράξη, οι σύγχρονες προσεγγίσεις τείνουν να συνδυάζουν στοιχεία και από τις δύο σχολές, αναγνωρίζοντας ότι η επικοινωνία αποτελεί ταυτόχρονα τεχνική διαδικασία και πολιτισμικό φαινόμενο.

Η εξέλιξη των παραπάνω μοντέλων, καθώς και η συμβολή των διαφορετικών θεωρητικών προσεγγίσεων, οδηγούν σε μια πιο σύνθετη και ολιστική κατανόηση της επικοινωνίας, η οποία υπερβαίνει τη μονοδιάστατη μετάδοση πληροφοριών και αναδεικνύει τη σημασία της αλληλεπίδρασης και της νοηματοδότησης. Η επικοινωνία, συνεπώς, δεν περιορίζεται στη μεταβίβαση μηνυμάτων, αλλά συμβάλλει ουσιαστικά στη συγκρότηση κοινωνικών σχέσεων και στη δημιουργία νοήματος (Dance, 1970; Luhmann, 1996).

Στο πλαίσιο αυτό εντάσσεται το τελετουργικό ή πολιτισμικό μοντέλο επικοινωνίας (ritual model), το οποίο δεν εστιάζει αποκλειστικά στη μετάδοση πληροφοριών, αλλά στη διαμόρφωση κοινωνικών σχέσεων, στη συλλογική εμπειρία και στην ανταλλαγή ιδεών (Anderson, 2011). Σύμφωνα με τον Blue (2018), η προσέγγιση αυτή συμβάλλει ενεργά στη διαμόρφωση πολιτιστικών ταυτοτήτων και ενισχύει τη συμμετοχικότητα, αναδεικνύοντας την επικοινωνία ως διαδικασία κοινωνικής και πολιτισμικής συγκρότησης.

Η σημασία της επικοινωνίας καθίσταται εμφανής και από το γεγονός ότι αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο της ανθρώπινης ζωής. Υφίσταται σε πολλαπλές μορφές, όπως η διαπροσωπική, η οπτική, η μαζική και η διαμεσολαβημένη επικοινωνία, ενώ εντάσσεται σε ένα πολυεπιστημονικό πεδίο που συνδέεται με την ψυχολογία, την κοινωνιολογία, τις επιστήμες της πληροφορίας και τη διοίκηση επιχειρήσεων (Frey, Botan & Kreps, 2000).

Ειδικότερα, η πολιτιστική επικοινωνία αναφέρεται τόσο στην παραγωγή πολιτιστικού αγαθού όσο και στη διαδικασία προώθησής του προς το κοινό (Μπαντιμαρούδης, 2011). Η σύγχρονη προσέγγιση αναγνωρίζει ότι τα σύμβολα λειτουργούν ως φορείς νοημάτων, τα οποία ερμηνεύονται διαφορετικά από κάθε αποδέκτη, ανάλογα με το μορφωτικό του επίπεδο, τις αξίες και τα πολιτισμικά του πρότυπα (Hooper-Greenhill, 1994).

Με την ανάπτυξη της διαδικτυακής επικοινωνίας, αναδύεται μια νέα διάσταση που χαρακτηρίζεται από μαζικότητα και παγκοσμιότητα. Το διαδίκτυο επιτρέπει την πρόσβαση σε ένα ευρύ και διαφοροποιημένο ακροατήριο, ενώ δίνει τη δυνατότητα ακόμη και σε μεμονωμένους χρήστες να παράγουν και να διαχέουν περιεχόμενο σε μεγάλη κλίμακα (Castells, 2010). Παράλληλα, οι σύγχρονες μορφές επικοινωνίας λειτουργούν συμπληρωματικά, δημιουργώντας ένα διασυνδεδεμένο και πολυεπίπεδο επικοινωνιακό περιβάλλον (Jenkins, 2006).

Συνεπώς, η κατανόηση των διαφορετικών μοντέλων και σχολών επικοινωνίας καθίσταται απαραίτητη για τους πολιτιστικούς οργανισμούς, καθώς επιτρέπει την αποτελεσματικότερη διαχείριση της επικοινωνιακής διαδικασίας και την ουσιαστικότερη σύνδεση με το κοινό τους.

3.2. Ποιος ο ρόλος της επικοινωνίας

Η επικοινωνία δεν συνιστά απλώς μια διαδικασία μεταβίβασης μηνυμάτων, αλλά αποτελεί ένα σύνθετο και πολυδιάστατο σύστημα ζωτικής σημασίας για τη λειτουργία των κοινωνικών και οργανωσιακών δομών. Διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη συνεργασία μεταξύ ατόμων, ομάδων και οργανισμών, καθώς συμβάλλει στην επίτευξη κατανόησης, στον αποτελεσματικό συντονισμό ενεργειών και, τελικά, στη διασφάλιση της συνοχής και της βιωσιμότητάς τους (Hayes, 2001).

Κάθε άτομο διαθέτει μοναδικές επικοινωνιακές δεξιότητες, οι οποίες εκδηλώνονται σε διαφορετικά επίπεδα, όπως στην έκφραση σκέψεων, επιθυμιών, ιδεών και αναγκών. Η ιδιαιτερότητα αυτή καθιστά την επικοινωνία μια δυναμική διαδικασία, που επηρεάζεται από ατομικούς, κοινωνικούς και πολιτισμικούς παράγοντες (Kotzaman, 1989). Παράλληλα, η αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας εξαρτάται από την ικανότητα των συμμετεχόντων να μεταδίδουν και να ερμηνεύουν ορθά τα μηνύματα, λαμβάνοντας υπόψη το εκάστοτε πλαίσιο μέσα στο οποίο αυτή λαμβάνει χώρα.

Σύμφωνα με τους Hill et al. (2018), οι βασικότεροι λόγοι που καθιστούν αναγκαία την επικοινωνία σχετίζονται κυρίως με τη διαδικασία της ενημέρωσης και της πληροφόρησης, αλλά επεκτείνονται και σε ένα ευρύτερο φάσμα λειτουργιών. Ειδικότερα, η επικοινωνία είναι απαραίτητη:

- για τη λήψη ορθών και τεκμηριωμένων αποφάσεων,
- για την παροχή διευκρινίσεων σε περιπτώσεις αβεβαιότητας ή ασάφειας,
- για τη διατύπωση προτάσεων με στόχο την επίλυση προβλημάτων που προκύπτουν,
- για τη συνδιαμόρφωση κοινών στόχων, πολιτικών και δράσεων,
- για την ανάθεση αρμοδιοτήτων και καθηκόντων στα κατάλληλα άτομα,
- καθώς και για την αξιολόγηση δεδομένων, την εκτίμηση της αποτελεσματικότητας ενεργειών και τον συντονισμό των επιμέρους δράσεων.

Επιπλέον, η επικοινωνία αποτελεί βασική προϋπόθεση για την αρμονική συνύπαρξη ατόμων σε ένα οργανωσιακό περιβάλλον. Σε κάθε οργανισμό συνυπάρχουν εργαζόμενοι με διαφορετικά χαρακτηριστικά, αρμοδιότητες, εμπειρίες και προσωπικότητες. Η αποτελεσματική επικοινωνία λειτουργεί ως μηχανισμός γεφύρωσης αυτών των διαφορών, διευκολύνοντας τη συνεργασία, μειώνοντας τις συγκρούσεις και ενισχύοντας τη συλλογική λειτουργία.

Συνεπώς, η επικοινωνία δεν περιορίζεται σε έναν απλό λειτουργικό ρόλο, αλλά αποτελεί θεμελιώδη παράγοντα για τη διαμόρφωση ενός αποδοτικού και συνεκτικού περιβάλλοντος, τόσο σε επίπεδο ομάδων όσο και σε επίπεδο οργανισμών. Η κατανόηση του ρόλου της καθίσταται ιδιαίτερα σημαντική στο πλαίσιο της πολιτιστικής διαχείρισης, όπου η αποτελεσματική διάχυση νοημάτων, αξιών και πολιτιστικών μηνυμάτων αποτελεί βασικό ζητούμενο.

3.3. Στρατηγικές επικοινωνίας

Η αναβάθμιση ενός πολιτιστικού οργανισμού συνδέεται άρρηκτα με τη συνολική ενίσχυση της εικόνας και της ταυτότητάς του, τόσο προς το ήδη υπάρχον κοινό όσο και προς δυνητικούς αποδέκτες των υπηρεσιών του. Παράλληλα, καθοριστικό ρόλο διαδραματίζει η συνεχής βελτίωση της ποιότητας των πολιτιστικών προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται, καθώς αυτά αποτελούν τον βασικό άξονα της σχέσης οργανισμού–κοινού (Αθανασοπούλου κ. συν. 2003).

Η επίτευξη των παραπάνω προϋποθέτει την ύπαρξη ενός ολοκληρωμένου και συνεκτικού στρατηγικού σχεδιασμού, τόσο κατά το στάδιο υλοποίησης των πολιτιστικών δράσεων όσο και στο πλαίσιο των διαδικασιών marketing και επικοινωνίας. Ένας αποτελεσματικός επιχειρησιακός σχεδιασμός συμβάλλει στην εξασφάλιση των απαραίτητων ανθρώπινων, υλικών και κυρίως οικονομικών πόρων, ώστε ο πολιτιστικός οργανισμός να μπορεί να προσφέρει υψηλής ποιότητας εκδηλώσεις και δράσεις στο κοινό του. Στο πλαίσιο αυτό, ο στρατηγικός σχεδιασμός δεν αποτελεί απλώς λειτουργικό εργαλείο, αλλά θεμελιώδη προϋπόθεση βιωσιμότητας και ανάπτυξης όλων των πολιτιστικών φορέων.

Η διαδικασία του marketing ως ολοκληρωμένο σύστημα περιλαμβάνει διακριτά αλλά αλληλένδετα στάδια, όπως την ανάλυση, τον σχεδιασμό, την επικοινωνία, την υλοποίηση και την αξιολόγηση. Μέσα από αυτή τη διαδικασία οργανώνεται και διαχειρίζεται το σύνολο των ανταλλαγών μεταξύ οργανισμού και αγοράς, οι οποίες μπορεί να αφορούν προϊόντα, υπηρεσίες, πληροφορίες και εμπειρίες,

με απώτερο στόχο την ικανοποίηση του κοινού και την επίτευξη των στρατηγικών στόχων του οργανισμού.

Η ανάλυση του περιβάλλοντος, τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού, αποτελεί κρίσιμο στάδιο για τον αποτελεσματικό στρατηγικό σχεδιασμό. Εργαλεία όπως η ανάλυση PEST, που εξετάζει το μακροπεριβάλλον, και η ανάλυση SWOT, που αποτυπώνει τις δυνάμεις, τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες και τις απειλές ενός οργανισμού, παρέχουν πολύτιμη πληροφόρηση για τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων. Με αυτόν τον τρόπο καθίσταται δυνατός ο καθορισμός ρεαλιστικών, μετρήσιμων και υλοποιήσιμων στόχων, σύμφωνα με τα κριτήρια SMART (Αθανασοπούλου κ. συν. 2003).

Η Στρατηγική Επικοινωνίας Μάρκετινγκ ορίζεται ως το σύνολο των σχεδιασμένων ενεργειών που αποσκοπούν στην αποτελεσματική προώθηση των προϊόντων ή υπηρεσιών ενός οργανισμού. Σύμφωνα με τους Δημητριάδη και Τζωρτζάκη (2010), η διαμόρφωση μιας επιτυχημένης στρατηγικής επικοινωνίας βασίζεται σε συγκεκριμένες αρχές. Καταρχάς, απαιτείται η διασφάλιση της συνοχής της επωνυμίας, ώστε η ταυτότητα του οργανισμού να παραμένει ενιαία και αναγνωρίσιμη σε όλα τα κανάλια επικοινωνίας. Επιπλέον, ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στον πελατοκεντρικό προσανατολισμό, δηλαδή στην επιλογή μέσων και εργαλείων επικοινωνίας στα οποία το κοινό-στόχος είναι ήδη ενεργό, όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Παράλληλα, σημαντική παράμετρος αποτελεί ο ρεαλιστικός οικονομικός σχεδιασμός, καθώς ο προϋπολογισμός της επικοινωνιακής στρατηγικής πρέπει να ανταποκρίνεται στις οικονομικές δυνατότητες του οργανισμού, εξασφαλίζοντας παράλληλα τη μέγιστη δυνατή αποδοτικότητα των πόρων.

Σε ένα ευρύτερο επίπεδο, ένα ολοκληρωμένο σχέδιο μάρκετινγκ σε πολιτιστικούς οργανισμούς περιλαμβάνει τον συντονισμό πολλαπλών επικοινωνιακών δράσεων σε διαφορετικά μέσα και πλατφόρμες. Ο συνδυασμός παραδοσιακών και ψηφιακών καναλιών, όπως η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τα έντυπα μέσα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, διαμορφώνει το συνολικό μείγμα επικοινωνίας. Η ολοκληρωμένη αυτή προσέγγιση ενισχύει τη συνεκτικότητα του μηνύματος και συμβάλλει καθοριστικά στην αποτελεσματική επίτευξη των επικοινωνιακών και στρατηγικών στόχων του οργανισμού (Μπαντιμαρούδης, 2011).

3.4. Νέες τάσεις επικοινωνίας στην εποχή της ψηφιακής τεχνολογίας

Οι πολιτιστικοί οργανισμοί σήμερα βρίσκονται σε μια διαδικασία σταδιακής σύγκλισης με το ψηφιακό περιβάλλον και τον κόσμο της πληροφορίας. Η εξέλιξη αυτή

δεν αποτελεί απλώς τεχνολογική αλλαγή, αλλά μια βαθύτερη μετατόπιση στον τρόπο με τον οποίο σχεδιάζεται, προβάλλεται και υλοποιείται η πολιτιστική επικοινωνία. Η ψηφιακή τεχνολογία προσφέρει νέες δυνατότητες προώθησης των πολιτιστικών προϊόντων, ενώ ταυτόχρονα συμβάλλει σε πιο αποτελεσματική οργάνωση, διαχείριση και διάχυση των πολιτιστικών δραστηριοτήτων (Ρούσου, 2006; Corte, Aria & Gaudio, 2017).

Στο πλαίσιο αυτό, οι Kotler, Kotler & Kotler (2008) επισημαίνουν ότι οι πολιτιστικοί φορείς, αξιοποιώντας το περιβάλλον του WEB 2.0 και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έχουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν διαδραστικές μορφές επικοινωνίας με το κοινό τους. Η επικοινωνία πλέον δεν είναι μονοδιάστατη, αλλά χαρακτηρίζεται από αλληλεπίδραση και συμμετοχικότητα, καθώς το κοινό δεν λειτουργεί απλώς ως δέκτης πληροφοριών, αλλά ως ενεργός συμμετέχων στη διαδικασία παραγωγής και διάδοσης περιεχομένου.

Οι σύγχρονες ψηφιακές τεχνολογίες επιτρέπουν επίσης τη συλλογή, επεξεργασία και διάθεση δεδομένων που σχετίζονται με τη λειτουργία των πολιτιστικών οργανισμών. Μέσω αυτών, το κοινό μπορεί να αποκτά πρόσβαση σε πληροφορίες όπως ο αριθμός επισκεπτών, τα εισιτήρια, οι συνδρομές, καθώς και σε δείκτες αξιολόγησης της απόδοσης του οργανισμού, ενισχύοντας τη διαφάνεια και τη λογοδοσία (Τσουρβάκας, 2012).

Οι δυνατότητες που παρέχουν οι νέες τεχνολογίες στους πολιτιστικούς οργανισμούς είναι πολυεπίπεδες και καθοριστικές για τη σύγχρονη λειτουργία τους. Αρχικά, μέσω των ψηφιακών δικτύων πληροφόρησης, καθίσταται δυνατή η διάχυση και προώθηση του πολιτιστικού περιεχομένου σε ευρύ κοινό, με τη δημιουργία ιστοσελίδων και ψηφιακών πλατφορμών που λειτουργούν ως βασικά εργαλεία επικοινωνίας και προβολής (Μυλωνάς, 2010). Παράλληλα, ενισχύεται η αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ οργανισμού και κοινού, καθώς ο χρήστης δεν περιορίζεται στον ρόλο του θεατή, αλλά μπορεί να συμμετέχει ενεργά στη διαμόρφωση της εμπειρίας (Kotler, Kotler & Kotler, 2008).

Επιπλέον, το ψηφιακό περιβάλλον δίνει τη δυνατότητα πρόσβασης σε πολιτιστικές εκδηλώσεις εξ αποστάσεως, μέσω ζωντανής ή μαγνητοσκοπημένης μετάδοσης, διευρύνοντας έτσι το κοινό ανεξαρτήτως γεωγραφικών ή χρονικών περιορισμών (Kotler, Kotler & Kotler, 2008). Παράλληλα, το διαδίκτυο λειτουργεί ως εργαλείο προσέγγισης της νεότερης γενιάς, παρέχοντας δεδομένα και πληροφορίες που

μπορούν να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη καινοτόμων πολιτιστικών προϊόντων και υπηρεσιών (Zhang et al., 2024).

Σημαντική είναι επίσης η συμβολή του διαδικτύου στο πεδίο της επικοινωνιακής προβολής, καθώς προσφέρει τη δυνατότητα χαμηλού κόστους διαφήμισης και προώθησης των πολιτιστικών οργανισμών σε ευρεία κλίμακα (Μπαντιμαρούδης, 2011). Παράλληλα, ενισχύεται η προσβασιμότητα, καθώς άτομα με αναπηρία, κοινωνικά περιθωριοποιημένες ομάδες ή άτομα που βρίσκονται σε γεωγραφικά απομακρυσμένες περιοχές μπορούν να συμμετέχουν και να παρακολουθούν πολιτιστικές εκδηλώσεις μέσω ψηφιακών μέσων (Ellis & Kent, 2016).

Συνολικά, το διαδίκτυο και οι ψηφιακές τεχνολογίες λειτουργούν ως καταλύτες στον εκσυγχρονισμό της πολιτιστικής επικοινωνίας, ενισχύοντας τη συμμετοχικότητα, τη διάδραση και την προσβασιμότητα. Με αυτόν τον τρόπο διαμορφώνεται ένα νέο επικοινωνιακό περιβάλλον, στο οποίο ο πολιτιστικός οργανισμός και το κοινό συνδέονται πιο άμεσα, δυναμικά και δημιουργικά, μετατρέποντας την επικοινωνία σε μια σύγχρονη μορφή πολιτιστικής ανταλλαγής (Henry, 2006).

Κεφάλαιο 4. Πολιτιστικά Φεστιβάλ

4.1. Ιστορική αναδρομή του θεσμού «Πολιτιστικών Φεστιβάλ»

Από την αρχαιότητα έως και τη σύγχρονη εποχή, οι κοινωνίες εκδηλώνουν την ανάγκη για συλλογική έκφραση και εορτασμό σημαντικών γεγονότων μέσω της διοργάνωσης πολιτιστικών φεστιβάλ. Ιστορικά τεκμήρια επιβεβαιώνουν την ύπαρξη οργανωμένων φεστιβαλικών εκδηλώσεων ήδη από την Αρχαία Ελλάδα έως και τα τέλη του 19ου αιώνα, γεγονός που αναδεικνύει τον διαχρονικό και οικουμενικό χαρακτήρα τους, καθώς απαντώνται σε πληθώρα διαφορετικών πολιτισμικών πλαισίων.

Στην Αρχαία Ελλάδα, καταγράφονται οι πρώτες οργανωμένες τελετές που συνδύαζαν αθλητικές και μουσικές δραστηριότητες σε δημόσιο επίπεδο, οι οποίες ήταν κατά κύριο λόγο αφιερωμένες σε θεότητες. Οι εκδηλώσεις αυτές λειτουργούσαν ως μηχανισμός ενίσχυσης της κοινωνικής συνοχής, προάγοντας παράλληλα τη φιλία και την ειρηνική συνύπαρξη μεταξύ των πολιτών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η καθιέρωση των Ολυμπιακών Αγώνων, όπως αναφέρεται από τον Πίνδαρο (Μαιστρέλης κ.ά., 2019). Επιπλέον, οι εορταστικές αυτές πρακτικές συνδέονταν στενά με την κοινωνική οργάνωση και τις πολιτικές διαδικασίες της εποχής (Robertson, 1992).

Στον ευρωπαϊκό χώρο, ο θεσμός των φεστιβάλ διαμορφώθηκε σε σημαντικό βαθμό μέσα από τις τοπικές παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμα που αναπτύχθηκαν σε επιμέρους περιοχές και επαρχίες. Ενδεικτική είναι η περίπτωση της Γαλλίας, όπου τα λεγόμενα *Puys* αποτέλεσαν πρώιμη μορφή οργανωμένων πολιτιστικών εκδηλώσεων, οι οποίες χρονολογούνται ήδη από το 1570 (Latham & Borwick, 2002).

Κατά τη μεσαιωνική περίοδο, τα φεστιβάλ συνδέονταν κυρίως με την επίδειξη ισχύος και την επισημότητα της αριστοκρατίας, αναδεικνύοντας τη φαντασμαγορία και το κύρος των ανώτερων κοινωνικών στρωμάτων. Με την έλευση της Αναγέννησης, παρατηρείται ευρεία διάδοση εορταστικών εκδηλώσεων που οργανώνονταν προς τιμήν μοναρχών και μελών της ευγένειας, ενώ παράλληλα, με αφετηρία κυρίως τον ιταλικό χώρο, εμφανίζεται σταδιακά μια μετατόπιση προς τη διοργάνωση δημόσιων θεαμάτων και πομπών που απευθύνονταν και στα ευρύτερα λαϊκά στρώματα. Στην Αγγλία, χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο εορτασμός της *St Cecilia's Day* (22 Νοεμβρίου), ο οποίος κατά τα τέλη του 17ου αιώνα περιλάμβανε τόσο θρησκευτικές όσο και κοσμικές μουσικές εκδηλώσεις (Latham & Borwick, 2002).

Κατά το χρονικό διάστημα από τον 12ο έως και τον 18ο αιώνα στη Δυτική Ευρώπη, διαμορφώνεται σταδιακά η έννοια της κοινωνικής συνείδησης, ενώ παράλληλα προσδιορίζεται η ταυτότητα του ατόμου σε συνάρτηση με τον τόπο καταγωγής του. Στο πλαίσιο αυτό, τα φεστιβάλ διαδραμάτισαν καθοριστικό ρόλο, καθώς συνέβαλαν στην εδραίωση της αστικής ταυτότητας, λειτουργώντας αφενός ως μέσο αντιμετώπισης εσωτερικών κοινωνικών εντάσεων και εξωτερικών απειλών και αφετέρου ως μηχανισμοί ελέγχου και οργάνωσης του χώρου. Με τον τρόπο αυτό, οι φεστιβαλικές πρακτικές αναδείχθηκαν σε βασικά και διακριτά γνωρίσματα του ευρωπαϊκού πολιτισμικού πλαισίου (Muir, 1997).

Η απαρχή της σύγχρονης μορφής των αστικών πολιτιστικών φεστιβάλ τοποθετείται χρονικά στον 19ο αιώνα, περίοδο κατά την οποία οι σχετικές διοργανώσεις αρχίζουν να αποκτούν χαρακτηριστικά που προσεγγίζουν τη σημερινή τους μορφή. Ενδεικτικές περιπτώσεις αποτελούν το Bayreuth Festival (1876) και το Salzburger Festspiele (1920), τα οποία σηματοδοτούν τη μετάβαση από υπαίθριες εκδηλώσεις σε οργανωμένα αστικά πολιτιστικά περιβάλλοντα (Quinn, 2005). Κατά την περίοδο αυτή, παρατηρείται σημαντική αύξηση του αριθμού των φεστιβάλ, καθώς και σταδιακή επαγγελματικοποίηση της διοργάνωσής τους, με έμφαση στην ένταξη έργων υψηλής καλλιτεχνικής ποιότητας, τα οποία παρουσιάζονται από καταξιωμένους δημιουργούς σε θεσμοθετημένους χώρους, όπως θέατρα και αίθουσες συναυλιών (Bassett, 1993).

Η καθοριστική φάση για την εδραίωση του θεσμού στην Ευρώπη εντοπίζεται μετά τη λήξη του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, όταν πληθώρα πόλεων στράφηκε στη διοργάνωση διεθνών πολιτιστικών φεστιβάλ ως μέσο πολιτιστικής ανασυγκρότησης και ανανέωσης της αστικής τους ταυτότητας (Thundering Hooves, 2006; Rolf, 1992). Στο πλαίσιο αυτό, τα φεστιβάλ λειτούργησαν όχι μόνο ως εργαλεία πολιτιστικής ανάπτυξης, αλλά και ως μέσα ενίσχυσης της πολιτικής σταθερότητας, προώθησης των διεθνών σχέσεων και τόνωσης της οικονομικής δραστηριότητας μέσω του εμπορίου και του τουρισμού, συμβάλλοντας παράλληλα στον εκδημοκρατισμό της πολιτιστικής πρόσβασης (Klaic, 2006).

Εμβληματικά παραδείγματα της περιόδου αυτής αποτελούν τα φεστιβάλ της Avignon, του Εδιμβούργου, του Άμστερνταμ και του Σπολέτο, τα οποία συνέβαλαν καθοριστικά στη διαμόρφωση της σύγχρονης ευρωπαϊκής πολιτιστικής υποδομής (Quinn, 2005). Σε ορισμένες χώρες με ανεπτυγμένες πολιτιστικές πολιτικές, όπως η Γερμανία, η Αυστρία και η Ιταλία, η ανάπτυξη των φεστιβάλ συνδέθηκε με την ανάγκη

υπέρβασης των περιορισμών των καθιερωμένων πολιτιστικών θεσμών, λειτουργώντας ως εναλλακτικές μορφές πολιτιστικής έκφρασης (Frey, 2000). Παράλληλα, σε άλλες περιπτώσεις, τα φεστιβάλ προέκυψαν ως απάντηση σε ανεκπλήρωτες καλλιτεχνικές ανάγκες συγκεκριμένων περιοχών, συμβάλλοντας στην αξιοποίηση και ανάδειξη των διαθέσιμων πολιτιστικών πόρων (Quinn, 2005).

Κατά τη δεκαετία του 1980, εισάγεται στον ευρωπαϊκό επιστημονικό και πολιτιστικό λόγο ο όρος «festival booming», προκειμένου να περιγραφεί η έντονη και ραγδαία αύξηση του αριθμού των φεστιβάλ, καθώς και η δυναμική τους εξάπλωση (Frey, 2000). Παράλληλα, το Scottish Arts Council (2006) επισημαίνει την εμφάνιση του φαινομένου της «φεστιβαλοποίησης», το οποίο αποδίδει αφενός στον πολλαπλασιασμό των φεστιβαλικών διοργανώσεων και αφετέρου στις στρατηγικές επιλογές των σύγχρονων πόλεων να ενισχύσουν τη θέση τους ως κέντρα φιλοξενίας και προβολής πολιτιστικών γεγονότων, μέσα από στοχευμένες επενδύσεις σε υποδομές, ανθρώπινο δυναμικό, δεξιότητες και προγραμματισμό (Scottish Arts Council, 2006).

Οι μεταβολές αυτές συνδέονται άμεσα με ευρύτερες κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές που επηρέασαν τη δομή των σύγχρονων κοινωνιών και τις καθημερινές πρακτικές των αστικών πληθυσμών, οδηγώντας σε αναδιαμόρφωση των πολιτιστικών τους προτύπων. Η διεύρυνση των δραστηριοτήτων που εντάσσονται στην κατηγορία των φεστιβάλ συνέβαλε καθοριστικά στη συγκρότηση μιας οργανωμένης πολιτιστικής βιομηχανίας, η οποία εξακολουθεί να αναπτύσσεται τόσο στα μεγάλα αστικά κέντρα όσο και στις περιφερειακές περιοχές των ευρωπαϊκών χωρών. Στο πλαίσιο αυτό, διαμορφώθηκαν σαφείς ρόλοι παραγωγών και καταναλωτών πολιτιστικών προϊόντων, με την πολιτιστική παραγωγή να προσανατολίζεται ολοένα και περισσότερο στην προσφορά υψηλής ποιότητας καλλιτεχνικού περιεχομένου.

4.2. Τα χαρακτηριστικά των «Πολιτιστικών Φεστιβάλ» και οι κατηγορίες

Ένα από τα βασικά γνωρίσματα των φεστιβάλ είναι ότι δεν περιορίζονται σε έναν αυστηρά καθορισμένο ή κλειστό χώρο διεξαγωγής, αλλά αναπτύσσονται σε ποικίλα περιβάλλοντα, όπως δημόσια πάρκα, πλατείες, οδικοί άξονες, αθλητικές εγκαταστάσεις ή ακόμη και βιομηχανικούς χώρους. Η επιλογή αυτή σχετίζεται με την επιδίωξη ενίσχυσης της άμεσης επαφής των πολιτών με ένα ανοιχτό και βιωματικό

περιβάλλον, το οποίο ενισχύει το αίσθημα ελευθερίας και διαφοροποιείται από τη συμβατική εμπειρία των εκδηλώσεων σε κλειστούς χώρους (Πατσαλίδης, 1998).

Σε γενικές γραμμές, τα βασικά χαρακτηριστικά των φεστιβάλ μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

✚ Διακρίνονται, κατά κανόνα, από περιορισμένη χρονική διάρκεια και συγκεκριμένο εύρος συμμετοχής (Derrett, 2003).

✚ Παρέχουν ένα πλαίσιο εορτασμού και συλλογικής έκφρασης, επιτρέποντας την εξωτερίκευση συναισθημάτων και στοιχείων της συλλογικής ταυτότητας (Getz, 1989).

✚ Συμβάλλουν στην περιοδική ανανέωση της καθημερινότητας των κατοίκων και ενισχύουν τη νομιμοποίηση των κοινωνικών θεσμών (Falassi, 1987).

✚ Διαμορφώνουν μια ιδιαίτερη ατμόσφαιρα, η οποία προκύπτει όχι μόνο από την ποιότητα της καλλιτεχνικής παραγωγής, αλλά και από τα χαρακτηριστικά του φυσικού και αστικού περιβάλλοντος, καθώς και από τις τοπικές παραδόσεις (Isar, 1976).

✚ Παράγουν τόσο απτά οικονομικά οφέλη, όπως η ενίσχυση του εισοδήματος, όσο και άυλα αποτελέσματα, όπως η ενδυνάμωση της τοπικής αυτοπεποίθησης και η βελτίωση της εικόνας μιας περιοχής (Kim, Uysal & Chen, 2002).

✚ Εδράζονται στην τοπική κοινότητα και αντανακλούν την ανάγκη ή την επιθυμία ανάδειξης της ιδιαίτερης ταυτότητάς της (Douglas & Derrett, 2001).

Δεδομένης της μεγάλης ποικιλίας φεστιβαλικών μορφών, καθίσταται αναγκαία η κατηγοριοποίησή τους με βάση συγκεκριμένα κριτήρια, όπως το θεματικό περιεχόμενο και το είδος των δραστηριοτήτων που περιλαμβάνουν. Στο πλαίσιο αυτό, ο Yeoman et al. (2004) προτείνει μια γενική ταξινόμηση των φεστιβάλ, η οποία βασίζεται κυρίως στα παραπάνω χαρακτηριστικά και αποτυπώνεται σχηματικά.

Πίνακας1.: Κατηγοριοποίηση Φεστιβάλ κατά Yeoman et al. (2004)

Κατηγορία Φεστιβάλ	Περιγραφή	Ενδεικτικά Παραδείγματα
Πολιτιστικά Φεστιβάλ	Εστιάζουν στις τέχνες και τον πολιτισμό (μουσική, θέατρο, χορός, κινηματογράφος)	Φεστιβάλ κινηματογράφου, μουσικά φεστιβάλ

Θρησκευτικά Φεστιβάλ	Συνδέονται με θρησκευτικές εορτές και τελετουργίες	Πάσχα, τοπικές θρησκευτικές πανηγύρεις
Παραδοσιακά / Λαογραφικά	Αναδεικνύουν τοπικά ήθη, έθιμα και πολιτιστική κληρονομιά	Φεστιβάλ παραδοσιακών χορών
Γαστρονομικά Φεστιβάλ	Επικεντρώνονται στην τοπική κουζίνα και προϊόντα	Φεστιβάλ κρασιού, γαστρονομικές διοργανώσεις
Επιχειρηματικά / Εμπορικά	Σχετίζονται με αγορές, εκθέσεις και εμπορικές δραστηριότητες	Εκθέσεις προϊόντων, εμπορικές εκδηλώσεις
Αθλητικά Φεστιβάλ	Περιλαμβάνουν αθλητικές διοργανώσεις και δραστηριότητες	Μαραθώνιοι, αθλητικά events
Θεματικά Φεστιβάλ	Εστιάζουν σε συγκεκριμένο θέμα ή ενδιαφέρον	Φεστιβάλ τεχνολογίας, κόμικς
Κοινοτικά Φεστιβάλ	Οργανώνονται από και για την τοπική κοινότητα	Τοπικές γιορτές, πανηγύρια

Η κατηγοριοποίηση των φεστιβάλ, όπως προτείνεται από τους Yeoman et al. (2004), αναδεικνύει την πολυδιάστατη φύση τους και τη σύνθετη λειτουργία τους στο σύγχρονο κοινωνικοπολιτισμικό περιβάλλον. Συγκεκριμένα, η ταξινόμηση με βάση το θεματικό περιεχόμενο επιτρέπει την κατανόηση των διαφορετικών ρόλων που επιτελούν τα φεστιβάλ, όχι μόνο ως μορφές καλλιτεχνικής έκφρασης, αλλά και ως εργαλεία κοινωνικής συνοχής, οικονομικής ανάπτυξης και τουριστικής προβολής.

Ωστόσο, η εν λόγω προσέγγιση παρουσιάζει ορισμένους περιορισμούς, καθώς πολλά φεστιβάλ δεν εντάσσονται αποκλειστικά σε μία κατηγορία, αλλά συνδυάζουν πολλαπλά χαρακτηριστικά. Για παράδειγμα, ένα πολιτιστικό φεστιβάλ μπορεί

ταυτόχρονα να διαθέτει γαστρονομικές, εμπορικές και τουριστικές διαστάσεις, γεγονός που καθιστά τα όρια μεταξύ των κατηγοριών συχνά ρευστά.

Επιπλέον, στη σύγχρονη εποχή της παγκοσμιοποίησης και της αστικής ανταγωνιστικότητας, τα φεστιβάλ αξιοποιούνται στρατηγικά από τις πόλεις ως μέσα ενίσχυσης της ταυτότητάς τους και προσέλκυσης επισκεπτών και επενδύσεων, γεγονός που διευρύνει περαιτέρω τον ρόλο τους πέρα από την απλή θεματική τους ταξινόμηση (Getz, 2010).

Κατά συνέπεια, αν και η κατηγοριοποίηση των Yeoman et al. (2004) αποτελεί ένα χρήσιμο αναλυτικό εργαλείο, κρίνεται σκόπιμο να προσεγγίζεται δυναμικά και όχι ως ένα αυστηρά οριοθετημένο σχήμα, λαμβάνοντας υπόψη τη διαρκή εξέλιξη και τον υβριδικό χαρακτήρα των σύγχρονων φεστιβαλικών διοργανώσεων.

4.3. Τα πολιτιστικά φεστιβάλ στη σύγχρονη εποχή

Ο ακριβής αριθμός των πολιτιστικών φεστιβάλ που πραγματοποιούνται σήμερα σε παγκόσμιο επίπεδο είναι δύσκολο να προσδιοριστεί με ακρίβεια, ωστόσο εκτιμάται ότι υπερβαίνει τις 10.000 διοργανώσεις. Από αυτές, ένα σημαντικό ποσοστό διαθέτει διεθνή αναγνώριση, ενώ καταγράφεται συνεχής αύξηση τόσο στον αριθμό όσο και στη γεωγραφική τους διασπορά (Scottish Arts Council, 2006). Τα φεστιβάλ αναπτύσσονται πλέον σε διαφορετικής κλίμακας οικιστικά περιβάλλοντα, από μεγάλα αστικά κέντρα έως μικρότερες πόλεις και αγροτικές περιοχές, συμβάλλοντας στην ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, των τοπικών παραδόσεων και των ιδιαίτερων πολιτισμικών χαρακτηριστικών κάθε κοινότητας. Η δυναμική αυτή δεν περιορίζεται στον ευρωπαϊκό χώρο, αλλά επεκτείνεται σε διεθνές επίπεδο, επιβεβαιώνοντας τον παγκόσμιο χαρακτήρα του φαινομένου.

Στην Ευρώπη, η ανάπτυξη των φεστιβάλ συνδέεται στενά με την ενίσχυση του μη κερδοσκοπικού πολιτιστικού τομέα, ο οποίος στοχεύει πρωτίστως στην εξυπηρέτηση κοινωνικών και πολιτιστικών αναγκών και όχι αποκλειστικά στην οικονομική απόδοση. Ως εκ τούτου, οι σχετικές διοργανώσεις επικεντρώνονται κυρίως στην προαγωγή του πολιτισμού και στη διαμόρφωση συλλογικών εμπειριών. Αντίθετα, στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, τα φεστιβάλ συνδέονται περισσότερο με την ψυχαγωγία και την αναψυχή των πολιτών, καθώς οργανώνονται συχνά στο πλαίσιο τοπικών εορτών, κυρίως κατά τα Σαββατοκύριακα και τις περιόδους διακοπών, δίνοντας έμφαση στη διασκέδαση παρά στην εκπαιδευτική διάσταση (Janiskee, 1996).

Σε άλλες γεωγραφικές περιοχές παρατηρούνται διαφοροποιήσεις ως προς τη λειτουργία και την ανάπτυξη των φεστιβάλ. Στην Αυστραλία, τα φεστιβάλ διατηρούν στενή σχέση με την τοπική παράδοση, ενώ ταυτόχρονα λειτουργούν ως πλατφόρμες ανάδειξης νέων καλλιτεχνικών ταλέντων (Hede & Rentschler, 2007). Αντίθετα, στην Αφρική, η διοργάνωσή τους εμφανίζεται περιορισμένη, κυρίως λόγω οργανωτικών και υποδομικών δυσκολιών που επηρεάζουν τόσο την υλοποίηση όσο και τη συμμετοχή του κοινού (Zyl & Strydom, 2007). Στην Ασία, τέλος οι φεστιβαλικές διοργανώσεις αποτελούν σημαντικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης και ενίσχυσης του τουρισμού, εντασσόμενες σε ευρύτερες στρατηγικές διεθνούς προβολής και οικονομικής ενδυνάμωσης.

Τα σύγχρονα αστικά πολιτιστικά φεστιβάλ, όπως διαμορφώνονται στη σημερινή τους μορφή, αναπτύχθηκαν κυρίως στη Ευρώπη της Δύσης, με χαρακτηριστικά παραδείγματα τη Γερμανία και την Αγγλία, και συνδέθηκαν άμεσα με την εξέλιξη της ανώτερης κοινωνικής τάξης στα μεγάλα αστικά κέντρα (Quinn, 2005). Η ιστορική αυτή διαδρομή καταδεικνύει ότι τα φεστιβάλ δεν αποτελούν απλώς μορφές ψυχαγωγίας, αλλά συνιστούν πολυδιάστατες εκφράσεις πολιτισμού, οι οποίες διαπλέκονται με την ευρύτερη κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών.

Ειδικότερα, τα πολιτιστικά φεστιβάλ λειτουργούν συχνά ως φορείς διατήρησης και ανάδειξης παραδόσεων και εθίμων, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις αναδεικνύονται ως μέσα ενίσχυσης της τοπικής ταυτότητας και αντίστασης στις ομογενοποιητικές τάσεις της παγκοσμιοποίησης. Παράλληλα, δύνανται να υπηρετούν διαφορετικούς στόχους, όπως η ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής, η προώθηση της πολιτιστικής δημιουργίας, η ψυχαγωγία του κοινού, αλλά και η τόνωση της τοπικής οικονομίας και του τουρισμού. Ωστόσο, παρά την οικονομική τους διάσταση, το κοινωνικό όφελος που προκύπτει από τη διοργάνωσή τους συχνά θεωρείται σημαντικότερο, ιδίως λόγω της περιορισμένης χρονικής διάρκειας των φεστιβάλ (Gursoy et al., 2004).

Οι διαφορετικές προσεγγίσεις ως προς τον ρόλο και τη σκοπιμότητα των φεστιβάλ έχουν οδηγήσει σε σημαντικές μεταβολές τόσο στη μορφή όσο και στο περιεχόμενό τους. Στο πλαίσιο αυτό, παρατηρείται η εμφάνιση νέων καλλιτεχνικών εκφράσεων, η ανάδειξη νέων δημιουργών και η εισαγωγή καινοτόμων ιδεών, ενώ ταυτόχρονα επαναπροσδιορίζονται και οι παραδοσιακές μορφές τέχνης που παρουσιάζονται στο πλαίσιο των φεστιβαλικών διοργανώσεων. Με τον τρόπο αυτό, τα

φεστιβάλ εξελίσσονται δυναμικά, αντανακλώντας τις μεταβαλλόμενες πολιτισμικές και κοινωνικές συνθήκες της σύγχρονης εποχής.

Τα τελευταία χρόνια, οι μεταβολές που παρατηρούνται στον σχεδιασμό και την υλοποίηση των πολιτιστικών φεστιβάλ είναι πολυεπίπεδες και αντανακλούν ευρύτερες αλλαγές στο πολιτιστικό και οικονομικό περιβάλλον. Ειδικότερα, διαπιστώνεται μια σαφής μετατόπιση ως προς τα μοντέλα χρηματοδότησης, με τη σταδιακή μείωση της εξάρτησης από κρατικές επιχορηγήσεις και την αυξανόμενη αξιοποίηση ιδιωτικών πόρων, όπως οι χορηγίες και οι στρατηγικές συνεργασίες (Getz, 2010; Quinn, 2005). Παράλληλα, οι πρακτικές οργάνωσης και προβολής των φεστιβάλ επηρεάζονται ολοένα και περισσότερο από αρχές πολιτιστικού μάρκετινγκ, με στόχο την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους και τη διεύρυνση του κοινού τους (Richards & Palmer, 2010). Σημαντική είναι επίσης η αύξηση των απαιτήσεων τόσο σε οργανωτικό όσο και σε καλλιτεχνικό επίπεδο, με έμφαση στην παραγωγή υψηλής ποιότητας πολιτιστικών προϊόντων, αλλά και στη διαμόρφωση εκπαιδευτικών εμπειριών για το κοινό, πέραν της απλής ψυχαγωγίας (Frey, 2000). Επιπλέον, τα σύγχρονα φεστιβάλ επιδεικνύουν αυξημένη ευαισθησία σε ζητήματα κοινωνικού και περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος, ενώ παράλληλα χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερο βαθμό εξειδίκευσης, μέσω συνεργασιών με επαγγελματίες του πολιτιστικού τομέα και καλλιτεχνικούς παραγωγούς. Τέλος, η εμφάνιση νέων και υβριδικών μορφών φεστιβάλ καταδεικνύει την ανάγκη προσαρμογής στις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της σύγχρονης εποχής και στις εξελίξεις της πολιτιστικής κατανάλωσης (Richards, 2015).

Συνοψίζοντας, τα πολιτιστικά φεστιβάλ αποτελούν ένα σύνθετο και δυναμικά εξελισσόμενο φαινόμενο, το οποίο διαμορφώνεται μέσα από ιστορικές, κοινωνικές, πολιτιστικές και οικονομικές διεργασίες. Από τις πρώιμες μορφές συλλογικού εορτασμού έως τις σύγχρονες, πολυδιάστατες διοργανώσεις, τα φεστιβάλ έχουν αναδειχθεί σε βασικούς φορείς πολιτιστικής έκφρασης, κοινωνικής συνοχής και τοπικής ανάπτυξης. Παράλληλα, η αυξανόμενη επαγγελματοποίηση, η «φεστιβαλοποίηση» των πόλεων και η ενσωμάτωση στρατηγικών πολιτιστικής διαχείρισης καταδεικνύουν τον ενισχυμένο ρόλο τους στο σύγχρονο πολιτιστικό και αναπτυξιακό πλαίσιο.

Ωστόσο, η πολυμορφία των φεστιβαλικών διοργανώσεων, οι διαφοροποιήσεις ως προς τους στόχους, το περιεχόμενο και τη λειτουργία τους, καθώς και η στενή τους σύνδεση με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε τοπικής κοινωνίας, καθιστούν αναγκαία τη μελέτη τους σε συγκεκριμένα εμπειρικά συμφραζόμενα. Η διερεύνηση επιμέρους

περιπτώσεων επιτρέπει την εις βάθος κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι θεωρητικές προσεγγίσεις εφαρμόζονται στην πράξη, αλλά και του τρόπου με τον οποίο τα φεστιβάλ συμβάλλουν στη διαμόρφωση της τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας και ανάπτυξης.

Στο πλαίσιο αυτό, η παρούσα εργασία εστιάζει στη μελέτη περίπτωσης των Καραϊσκακείων Καρδίτσας, ενός θεσμού με μακρά ιστορική διαδρομή και ιδιαίτερη σημασία για την πολιτιστική ζωή της περιοχής.

4.4. Επικοινωνιακή πολιτική των φεστιβάλ φολκλόρ

Η επικοινωνιακή πολιτική των φεστιβάλ φολκλόρ αποτελεί θεμελιώδη διάσταση για την επιτυχή λειτουργία και την αποτελεσματική σύνδεση ενός πολιτιστικού οργανισμού με το κοινό του, καθώς μέσω αυτής επιτυγχάνεται η προβολή, η κατανόηση και η αποδοχή των πολιτιστικών δράσεων. Η έννοια της επικοινωνίας, αν και δεν διαθέτει έναν απόλυτα καθολικό ορισμό, έχει προσεγγιστεί ως μια βασική ανθρώπινη δραστηριότητα κοινωνικής αλληλεπίδρασης, η οποία πραγματοποιείται μέσω συμβόλων και μηνυμάτων, χωρίς να περιορίζεται απλώς στη μετάδοσή τους (Fiske, 1992· Gerbner, 1967, όπως αναφέρεται στο McQuail & Windahl, 1993). Στο ίδιο πλαίσιο, η επικοινωνία έχει οριστεί ως διαδικασία ανταλλαγής πληροφοριών, ιδεών και συναισθημάτων μεταξύ πομπού και δέκτη, με στόχο την αμοιβαία επίδραση και κατανόηση (Theodorson & Theodorson, 1969, όπως αναφέρεται στο McQuail & Windahl, 1993), ενώ άλλες προσεγγίσεις τονίζουν τον αμφίδρομο χαρακτήρα της και την ανάγκη ύπαρξης αλληλεπίδρασης για να θεωρηθεί ολοκληρωμένη (Κουτούζης, 1999). Επιπλέον, η επικοινωνία δεν αποτελεί απλή μεταφορά πληροφοριών, αλλά μια δυναμική διαδικασία επιρροής, μέσω της οποίας επηρεάζονται οι στάσεις, οι αντιλήψεις και η συμπεριφορά των ατόμων (Μπουραντάς, 1992).

Στον χώρο των πολιτιστικών οργανισμών, και ειδικότερα των φεστιβάλ φολκλόρ, η επικοινωνία συνδέεται άμεσα με τη δημιουργία, την προώθηση και την πρόσληψη των πολιτιστικών αγαθών, καλύπτοντας το σύνολο της διαδικασίας παραγωγής και διάχυσής τους προς το κοινό (Μπαντιμαρούδης, 2011). Η επικοινωνιακή πολιτική ενός φεστιβάλ περιλαμβάνει ένα σύνολο οργανωμένων ενεργειών και στρατηγικών αποφάσεων που αφορούν την εικόνα του οργανισμού, τη διαχείριση των σχέσεων με το κοινό, την προώθηση των εκδηλώσεων και τη συνολική εμπειρία που προσφέρεται στους επισκέπτες. Οι δράσεις αυτές υλοποιούνται τόσο πριν, όσο και κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ, καθιστώντας την επικοινωνία μια συνεχή και

εξελισσόμενη διαδικασία και όχι μια αποσπασματική ενέργεια (Andersson, T. D., & Getz, D. 2008).

Σύμφωνα με τον Kotler (2004), η αποτελεσματική επικοινωνιακή πολιτική οφείλει να ελκύει την προσοχή του κοινού και να αξιοποιεί σύγχρονες τεχνικές μάρκετινγκ, όπως δημιουργικές καμπάνιες και χρήση αναγνωρίσιμων προσώπων, προκειμένου να ενισχύεται η απήχηση των πολιτιστικών δράσεων. Στο σημερινό ψηφιακό περιβάλλον, η επικοινωνία των φεστιβάλ δεν περιορίζεται πλέον στα παραδοσιακά μέσα, αλλά επεκτείνεται σημαντικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στο διαδίκτυο, τα οποία επιτρέπουν άμεση, διαδραστική και ευρύτερη διάδοση πληροφοριών. Τα μέσα αυτά ενισχύουν τη συμμετοχικότητα του κοινού, τη δικτύωση και την ανταλλαγή εμπειριών, μετασχηματίζοντας τον τρόπο με τον οποίο τα πολιτιστικά γεγονότα προβάλλονται και καταναλώνονται (Σιγάλα, 2009; Μαράκος, 2012).

Ωστόσο, η αξιοποίηση των ψηφιακών εργαλείων απαιτεί στρατηγικό σχεδιασμό και εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό, το οποίο συχνά απουσιάζει από τους πολιτιστικούς οργανισμούς, οδηγώντας σε περιορισμένη ή αναποτελεσματική διαδικτυακή παρουσία. Παρά τις δυσκολίες αυτές, η ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών αποτελεί πλέον αναγκαία συνθήκη για την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας και της βιωσιμότητας των φεστιβάλ. Όπως επισημαίνεται, η χρήση των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας αποτελεί στρατηγικό εργαλείο διαχείρισης και προβολής, το οποίο επηρεάζει ουσιαστικά τη λειτουργία και την ανάπτυξη των πολιτιστικών οργανισμών (Gates, 1999). Συνεπώς, η επιτυχία ενός φεστιβάλ φολκλόρ εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον συνδυασμό στοχευμένης επικοινωνιακής στρατηγικής, ορθής αξιοποίησης των ψηφιακών μέσων και συνεκτικής πολιτιστικής πολιτικής (Γκαντζιάς 2020).

Β. Μελέτη Περίπτωσης

Κεφάλαιο 5. Τα «Καραϊσκάκεια Καρδίτσας

58η ΔΙΕΘΝΗΣ ΓΙΟΡΤΗ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΕΛΛΑΔΑ | ΓΕΩΡΓΙΑ | ΒΡΑΖΙΛΙΑ | ΣΕΡΒΙΑ | ΑΡΜΕΝΙΑ
ΕΝΩΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΣΥΛΛΟΓΩΝ ΝΟΜΟΥ ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ
20 ΕΩΣ 26 ΙΟΥΝΙΟΥ | ΚΑΡΔΙΤΣΑ

www.enpolis.gr

Μεσολόγγι
200
ΧΡΟΝΙΑ
ΕΣΟΔΟΣ 2000-2026

ΑΦΙΕΡΩΜΕΝΑ
ΣΤΗ ΕΠΕΤΕΙΟ
ΤΩΝ 200 ΧΡΟΝΩΝ
ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΞΟΔΟ
ΤΟΥ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

ΚΑΡΑΪΣΚΑΚΕΙΑ 2026

Συνδιοργανωτές: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ, ΓΕΩΡΓΙΑ, ΒΡΑΖΙΛΙΑ, ΣΕΡΒΙΑ, ΑΡΜΕΝΙΑ

Χορηγός: Π.Ε.Δ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

Με τη συμπράξη: ΤΕΡΝΑ

Χορηγοί Επικοινωνίας: ΕΡΤ 3, ΕΡΤ 2

Με την υποστήριξη του ΔΗΜΟΥ ΠΕΙΡΑΙΑ & της Π.Α.Ε ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΣ

Εικ. 1.: Αφίσα από την 58^η Διεθνής Γιορτή Πολιτισμού Καραϊσκάκεια 2026

Πηγή: <https://www.enpolis.gr/karaiskakeia/>

5.1. Ιστορική διαδρομή του θεσμού «Καραϊσκάκεια» Καρδίτσας



Εικ. 2.: Απο την 57^η Διεθνής Γιορτή Πολιτισμού Καραϊσκάκεια 2025 **Πηγή:**
<https://www.enpolis.gr/karaiskakeia/>

Τα Καραϊσκάκεια Καρδίτσας αποτελούν έναν από τους σημαντικότερους και μακροβιότερους πολιτιστικούς θεσμούς της Θεσσαλίας, με σαφή ιστορικό, πολιτιστικό και κοινωνικό προσανατολισμό. Ο θεσμός καθιερώθηκε το 1927 με απόφαση του Υπουργείου Εσωτερικών, με στόχο την τιμή προς τον ήρωα της Ελληνικής Επανάστασης Γεώργιο Καραϊσκάκη, ο οποίος καταγόταν από το Μαυρομμάτι Καρδίτσας (Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων Ν. Καρδίτσας). Η σύνδεση του φεστιβάλ με ένα εμβληματικό ιστορικό πρόσωπο ενισχύει τη συμβολική του διάσταση και το εντάσσει σε ένα ευρύτερο πλαίσιο πολιτιστικής μνήμης και τοπικής ταυτότητας.

Από την ίδρυσή τους, τα Καραϊσκάκεια εξελίχθηκαν σταδιακά από τοπικές εορταστικές εκδηλώσεις, σε έναν θεσμό με εθνική και διεθνή εμβέλεια. Οι εκάστοτε οργανωτικές επιτροπές επιδίωξαν τη συνεχή αναβάθμιση του φεστιβάλ, προσδίδοντάς του πολιτιστική, πνευματική και κοινωνική διάσταση, ενώ παράλληλα ενίσχυσαν τον ρόλο του ως μέσου διαπολιτισμικής επικοινωνίας και ανταλλαγής πολιτιστικών στοιχείων μεταξύ διαφορετικών λαών (Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων Ν. Καρδίτσας). Τα Καραϊσκάκεια αποτελούν έναν πολυήμερο πολιτιστικό θεσμό που



Εικ. 3.: Από την 57^η Διεθνή Γιορτή Πολιτισμού Καραϊσκάκεια 2025 **Πηγή:**
<https://www.enpolis.gr/karaiskakeia/>

πραγματοποιείται στον Νομό Καρδίτσας και επικεντρώνεται στην ανάδειξη του λαϊκού πολιτισμού μέσα από σύγχρονες μορφές καλλιτεχνικής έκφρασης. Η διοργάνωση περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα πολιτιστικών και καλλιτεχνικών δράσεων, στις οποίες συμμετέχουν χορευτές, μουσικοί, τραγουδιστές, χορωδοί, ηθοποιοί, σκηνοθέτες, χορογράφοι, αφηγητές παραδοσιακών ιστοριών, φωτογράφοι, εικαστικοί δημιουργοί και ερευνητές της τέχνης. Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του φεστιβάλ αποτελεί η έντονη παρουσία νέων δημιουργών, οι οποίοι προέρχονται από διαφορετικά κοινωνικά και πολιτισμικά περιβάλλοντα, συμβάλλοντας στη διαμόρφωση ενός πολυσυλλεκτικού και δυναμικού πολιτιστικού πλαισίου (Ενωση Πολιτιστικών Συλλόγων Ν. Καρδίτσας).

Οι εκδηλώσεις πραγματοποιούνται κυρίως σε υπαίθριους δημόσιους χώρους και έχουν ανοιχτό χαρακτήρα, προσφέροντας ελεύθερη πρόσβαση στο κοινό. Το φεστιβάλ προσελκύει καθημερινά σημαντικό αριθμό θεατών διαφορετικών ηλικιακών ομάδων, τόσο από την πόλη της Καρδίτσας όσο και από τις υπόλοιπες περιοχές του νομού, όπου αναπτύσσονται οι δράσεις της διοργάνωσης. Παράλληλα, σημαντική είναι και η παρουσία επισκεπτών από άλλες περιοχές της Ελλάδας, αλλά και του εξωτερικού, ιδιαίτερα κατά τη θερινή περίοδο. Η αξιοποίηση ψηφιακών μέσων και διαδικτυακής μετάδοσης επιτρέπει επιπλέον τη ζωντανή παρακολούθηση των εκδηλώσεων από απομακρυσμένο κοινό, ενισχύοντας την εξωστρέφεια και τη διεθνή απήχηση του φεστιβάλ (Ενωση Πολιτιστικών Συλλόγων Ν. Καρδίτσας). Ιδιαίτερη σημασία έχει η εξέλιξη των Καραϊσκακείων σε «Διεθνή Γιορτή Πολιτισμού», γεγονός που αποτυπώνει

τη διεύρυνση της φυσιογνωμίας τους και την ένταξή τους σε ένα παγκόσμιο πολιτιστικό δίκτυο. Στο φεστιβάλ συμμετέχουν δεκάδες χορευτικά συγκροτήματα και εκατοντάδες καλλιτέχνες από διάφορες χώρες, συμβάλλοντας στην προώθηση της πολιτιστικής πολυμορφίας και της διεθνούς συνεργασίας (FORMedia).

Κάθε χρόνο τα Καραϊσκάκεια είναι αφιερωμένα και σε κάποιο σημαντικό γεγονός. Το 2022 η εκδήλωση ήταν αφιερωμένη στα 100 χρόνια από την Μικρασιατική Καταστροφή, το 2023 στους Ήρωες της Επανάστασης, το 2024 στη συμφιλίωση των λαών, το 2025 ήταν αφιερωμένη στην Γενοκτονία των Ποντίων και το 2026 που είναι η 58^η Διεθνής Γιορτή Πολιτισμού και πραγματοποιείται από τις 20 έως τις 26 Ιουνίου θα είναι αφιερωμένη στην ηρωική έξοδο του Μεσολογγίου.



Εικ. 4.: Απο την 57^η Διεθνής Γιορτή Πολιτισμού Καραϊσκάκεια 2024 **Πηγή:**
<https://www.enpolis.gr/karaiskakeia/>

Η διαχρονική πορεία του θεσμού καταδεικνύει τη συμβολή του, τόσο στη διατήρηση της λαϊκής παράδοσης, όσο και στην ενίσχυση της τοπικής ανάπτυξης.

Έπειτα από μια μακρόχρονη πορεία και συνεχή παρουσία στον πολιτιστικό χάρτη της περιοχής, ο θεσμός των Καραϊσκακείων έχει πλέον διαμορφώσει έναν περισσότερο κοινωνικά και πολιτιστικά προσανατολισμένο χαρακτήρα. Η διοργάνωση επιδιώκει να απευθύνεται όχι μόνο στο ευρύ κοινό, αλλά και σε ειδικές κοινωνικές ομάδες, δίνοντας έμφαση στη συμμετοχή ευάλωτων και κοινωνικά αποκλεισμένων

πληθυσμών, ενισχύοντας έτσι τη διάσταση της πολιτιστικής συμπερίληψης και την ισότιμη πρόσβασης όλων των πολιτών στα πολιτιστικά αγαθά.

Παράλληλα, τα Καραϊσκάκεια λειτουργούν ως φορέας πολιτιστικής αποκέντρωσης, μεταφέροντας πολιτιστικές δράσεις πέρα από τα μεγάλα αστικά κέντρα και ενισχύοντας την πολιτιστική δραστηριότητα της περιφέρειας. Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται επίσης στην ενθάρρυνση νέων δημιουργών, κυρίως από τον χώρο των παραστατικών τεχνών, προκειμένου να αναπτύξουν πρωτότυπες καλλιτεχνικές παραγωγές και σύγχρονες διασκευές, αντλώντας έμπνευση από την προφορική παράδοση και τα στοιχεία του λαϊκού πολιτισμού. Με τον τρόπο αυτό, το φεστιβάλ συμβάλλει τόσο στη διατήρηση της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς όσο και στην ανανέωση της σύγχρονης καλλιτεχνικής δημιουργίας (Πρόεδρος Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων).

Επίσης χαρακτηρίζονται ως φορέας πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλά και ως μοχλός ενίσχυσης του πολιτιστικού τουρισμού, προσελκύοντας επισκέπτες και ενισχύοντας την οικονομική δραστηριότητα της περιοχής. Επιπλέον, η ενεργή συμμετοχή τοπικών φορέων, όπως η Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων Καρδίτσας και οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης, αναδεικνύει τον συλλογικό χαρακτήρα του θεσμού και τη σημασία του για την κοινωνική συνοχή (Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων Ν. Καρδίτσας).

Συνολικά, τα Καραϊσκάκεια Καρδίτσας συνιστούν ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα επιτυχημένης πολιτιστικής διοργάνωσης με μακρά ιστορική συνέχεια, η οποία συνδυάζει τη διατήρηση της παράδοσης με τη σύγχρονη πολιτιστική έκφραση, επιβεβαιώνοντας τον καθοριστικό ρόλο των φεστιβάλ στη διαμόρφωση της τοπικής ταυτότητας και της πολιτιστικής ανάπτυξης.

5.2. Οργανωτική δομή της εκδήλωσης Καραϊσκάκεια

Η διοργάνωση των Καραϊσκακείων Καρδίτσας βασίζεται σε ένα σύνθετο και πολυεπίπεδο οργανωτικό σχήμα, το οποίο ενσωματώνει αρχές σύγχρονης διοίκησης πολιτιστικών εκδηλώσεων και στηρίζεται στη συνεργασία δημόσιων και ιδιωτικών φορέων, καθώς και της τοπικής κοινωνίας. Στο επίκεντρο της οργανωτικής δομής βρίσκεται η Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων Νομού Καρδίτσας, η οποία λειτουργεί ως κύριος φορέας συντονισμού και διαχείρισης του φεστιβάλ. Αποτελείται από 11 μέλη και η θητεία τους είναι 4 έτη. Η Ένωση αναλαμβάνει τον στρατηγικό σχεδιασμό, τον καθορισμό των στόχων, την επιλογή του καλλιτεχνικού προγράμματος και τη συνολική

εποπτεία της διοργάνωσης, διασφαλίζοντας τη συνέπεια και τη συνέχεια του θεσμού (Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων Ν. Καρδίτσας). Η οργάνωση των Καραϊσκακείων ξεκινά από το Σεπτέμβριο με πρώτο στόχο την επαφή με το εξωτερικό για να σταλούν



Εικ. 5.: Απο την 57^η Διεθνής Γιορτή Πολιτισμού Καραϊσκάκεια 2024 **Πηγή:**
<https://www.enpolis.gr/karaiskakeia/>

προσκλήσεις στις χώρες που θα φιλοξενηθούν τον Ιούνιο στο φεστιβάλ.

Η οργανωτική δομή των Καραϊσκακείων περιλαμβάνει τη συγκρότηση εξειδικευμένων επιτροπών και ομάδων εργασίας, οι οποίες αναλαμβάνουν διακριτές αρμοδιότητες. Δηλαδή το κάθε άτομο από το συμβούλιο αναλαμβάνει και ένα κομμάτι για την προετοιμασία.

Ενδεικτικά, λειτουργεί επιτροπή καλλιτεχνικού προγραμματισμού, υπεύθυνη για την επιλογή των συμμετεχόντων καλλιτεχνικών σχημάτων και τη διαμόρφωση του προγράμματος, με στόχο τη διασφάλιση υψηλού επιπέδου καλλιτεχνικής ποιότητας και τη διατήρηση της θεματικής συνοχής. Επιπλέον, επιτροπές διοικητικής και οικονομικής διαχείρισης ασχολούνται με τον προϋπολογισμό, την κατανομή των πόρων και τη διασφάλιση της οικονομικής βιωσιμότητας της διοργάνωσης. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται και στον τομέα της επικοινωνίας και προβολής, όπου αξιοποιούνται σύγχρονες πρακτικές πολιτιστικού μάρκετινγκ για την προσέλκυση κοινού και την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του φεστιβάλ (Πρόεδρος Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων, Στεργιόπουλος).

Ανάλυση ενδιαφερόμενων μερών (Stakeholders) των Καραϊσκακείων Καρδίτσας

Η επιτυχής διοργάνωση και η διαχρονική βιωσιμότητα των Καραϊσκακείων Καρδίτσας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την αλληλεπίδραση και τη συνεργασία ενός ευρέος φάσματος ενδιαφερόμενων μερών (stakeholders), τα οποία εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα στον σχεδιασμό, την υλοποίηση και την αξιοποίηση των αποτελεσμάτων του φεστιβάλ. Η ανάλυση των stakeholders αποτελεί βασικό εργαλείο στη διοίκηση πολιτιστικών εκδηλώσεων, καθώς επιτρέπει την κατανόηση των συμφερόντων, των προσδοκιών και της επιρροής των εμπλεκόμενων φορέων (Freeman, 1984; Getz, 2010).

Πρωταρχικά (primary) stakeholders

Στην κατηγορία των κύριων ενδιαφερόμενων μερών (primary) stakeholders εντάσσονται οι φορείς που εμπλέκονται άμεσα στη διοργάνωση και επηρεάζονται καθοριστικά από την επιτυχία του φεστιβάλ. Πρωταρχικό ρόλο διαδραματίζει η Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων Νομού Καρδίτσας, η οποία λειτουργεί ως βασικός διοργανωτής και συντονιστής. Η Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων ιδρύθηκε το 1985 και είναι ένα δευτεροβάθμιο όργανο στο Νομό που έχει υπό την σκέπη του 220 Συλλόγους. Μαζί της, ο Δήμος Καρδίτσας και η Περιφέρεια Θεσσαλίας αποτελούν θεσμικούς πυλώνες στήριξης, παρέχοντας χρηματοδότηση, υποδομές και διοικητική υποστήριξη.

Σύμφωνα με τον Getz (2010), οι δημόσιοι φορείς αποτελούν βασικούς stakeholders στα πολιτιστικά φεστιβάλ, καθώς συνδέουν τις διοργανώσεις με την τοπική ανάπτυξη και την πολιτιστική πολιτική. Επιπλέον, οι πολιτιστικοί σύλλογοι και τα καλλιτεχνικά σχήματα (εγχώρια και διεθνή) αποτελούν βασικούς συντελεστές του φεστιβάλ, καθώς διαμορφώνουν το καλλιτεχνικό του περιεχόμενο. Το κοινό και οι επισκέπτες συνιστούν επίσης κρίσιμο stakeholder, δεδομένου ότι η συμμετοχή και η ικανοποίησή τους επηρεάζουν άμεσα την επιτυχία και τη φήμη της διοργάνωσης.

Ιδιαίτερη σημασία έχει και ο ρόλος των εθελοντών, οι οποίοι συμβάλλουν ουσιαστικά στην υλοποίηση των εκδηλώσεων. Σύμφωνα με τους Arcodia και Whitford (2006), ο εθελοντισμός στα πολιτιστικά φεστιβάλ ενισχύει το κοινωνικό κεφάλαιο και συμβάλλει στην ανάπτυξη σχέσεων εμπιστοσύνης και κοινωνικής συνοχής στην τοπική κοινωνία. Στα Καραϊσκάκεια, η συμμετοχή εθελοντών ενισχύει τη σύνδεση του φεστιβάλ με την τοπική κοινότητα και υποστηρίζει οργανωτικές και λειτουργικές ανάγκες της διοργάνωσης.

Δευτερεύοντες (secondary) stakeholders

Στους δευτερεύοντες stakeholders περιλαμβάνονται φορείς που δεν συμμετέχουν άμεσα στη διοργάνωση, αλλά επηρεάζονται από αυτήν ή ασκούν έμμεση επιρροή στη λειτουργία και την ανάπτυξή της. Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται οι τοπικές επιχειρήσεις, όπως ξενοδοχεία, εστιατόρια και εμπορικά καταστήματα, οι οποίες επωφελούνται οικονομικά από την αυξημένη επισκεψιμότητα και την τουριστική κινητικότητα που δημιουργεί το φεστιβάλ (Getz, 2010). Παράλληλα, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και τα ψηφιακά μέσα επικοινωνίας συμβάλλουν καθοριστικά στην προβολή και την αναγνωρισιμότητα του φεστιβάλ, επηρεάζοντας τη δημόσια εικόνα του τόσο σε τοπικό όσο και σε ευρύτερο επίπεδο (Quinn, 2005).

Επιπλέον, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν οι χορηγοί και οι ιδιωτικοί φορείς, οι οποίοι παρέχουν οικονομική και υλικοτεχνική υποστήριξη, επιδιώκοντας παράλληλα ενίσχυση της εταιρικής τους εικόνας και της κοινωνικής τους υπευθυνότητας (Γκατζιάς, 2020; Frey, 1994). Στην ίδια κατηγορία μπορούν να ενταχθούν πολιτιστικοί και εκπαιδευτικοί οργανισμοί, οι οποίοι συνεργάζονται με το φεστιβάλ στο πλαίσιο εκπαιδευτικών, καλλιτεχνικών και πολιτιστικών δράσεων, συμβάλλοντας στη διάδοση της πολιτιστικής γνώσης και της διαπολιτισμικής επικοινωνίας.

Ανάλυση επιρροής και ενδιαφέροντος

Η κατηγοριοποίηση των stakeholders μπορεί να αποτυπωθεί περαιτέρω μέσω της ανάλυσης ισχύος και ενδιαφέροντος (power-interest matrix), η οποία χρησιμοποιείται ευρέως στη στρατηγική διοίκηση οργανισμών και εκδηλώσεων (Freeman, 1984). Οι βασικοί διοργανωτές και οι δημόσιοι φορείς διαθέτουν υψηλό βαθμό επιρροής και ενδιαφέροντος, γεγονός που τους καθιστά καθοριστικούς για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων. Αντίστοιχα, το κοινό και οι τοπικές επιχειρήσεις παρουσιάζουν υψηλό ενδιαφέρον, αλλά περιορισμένη άμεση επιρροή στη διοικητική λειτουργία του φεστιβάλ. Οι χορηγοί και τα μέσα ενημέρωσης καταλαμβάνουν ενδιάμεση θέση, καθώς μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά τη βιωσιμότητα, τη δημόσια εικόνα και την αναπτυξιακή πορεία της διοργάνωσης (Getz, 2010).

Συμπερασματικά, η πολυπλοκότητα του ενδιαφερόμενου περιβάλλοντος των Καραϊσκακείων, αναδεικνύει την ανάγκη για αποτελεσματική διαχείριση σχέσεων και ισορροπία συμφερόντων μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών. Η επιτυχία του φεστιβάλ εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ικανότητα των διοργανωτών να αναγνωρίζουν τις ανάγκες των ενδιαφερόμενων μερών, να ενισχύουν τη συνεργασία και να

διαμορφώνουν στρατηγικές που προάγουν τόσο την πολιτιστική αξία όσο και τη βιώσιμη ανάπτυξη της διοργάνωσης.

SWOT Ανάλυση των Καραϊσκακείων Καρδίτσας

Η ανάλυση SWOT αποτελεί ένα βασικό στρατηγικό εργαλείο που επιτρέπει την αποτύπωση των εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων που επηρεάζουν τη λειτουργία και την ανάπτυξη ενός οργανισμού ή μιας πολιτιστικής διοργάνωσης. Στην περίπτωση των Καραϊσκακείων Καρδίτσας, η εφαρμογή της μεθόδου συμβάλλει στην κατανόηση των δυνατοτήτων και των προκλήσεων που αντιμετωπίζει το φεστιβάλ στο σύγχρονο πολιτιστικό περιβάλλον (Getz, 2010).

Πίνακας 2. SWOT Ανάλυση των Καραϊσκακείων Καρδίτσας

SWOT Ανάλυση των Καραϊσκακείων Καρδίτσας	
Δυνατά Σημεία (Strengths) ✓ Σύνδεση με Ιστορικό πρόσωπο ✓ Μακρόχρονη ιστορική πορεία ✓ Διεθνής χαρακτήρας ✓ Συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας ✓	Αδυναμίες (Weaknesses) ✓ Περιορισμός στην χρηματοδότηση ✓ Η γεωγραφική θέση ✓ Επιπλέον επαγγελματική διαχείριση στην επικοινωνία
Ευκαιρίες (Opportunities) ✓ Αυξανόμενη ζήτηση για πολιτιστικό τουρισμό ✓ Αξιοποίηση ψηφιακών μέσων ✓ Διεθνής συνεργασίες ✓ Ένταξη σε ευρωπαϊκά προγράμματα	Απειλές (Threats) ✓ Οικονομικές κρίσεις ✓ Υγειονομικές κρίσεις ✓ Ανταγωνισμός ✓ Έλλειψη ενδιαφέροντος του κοινού για την παράδοση

Δυνατά Σημεία (Strengths)

Οι εκδηλώσεις των Καραϊσκακείων φέρουν έντονο ιστορικό και συμβολικό χαρακτήρα, καθώς είναι αφιερωμένες στη μνήμη και την παρακαταθήκη του Γεώργιου Καραϊσκάκη, μιας από τις σημαντικότερες μορφές της Ελληνικής Επανάστασης του 1821. Ο ήρωας της εθνικής παλιγγενεσίας συνδέθηκε με τον αγώνα για ελευθερία και εθνική αυτοδιάθεση, στοιχεία που αποτέλεσαν βασικές προϋποθέσεις για τη

διαμόρφωση της νεότερης ελληνικής ταυτότητας, της ελληνικής γλώσσας και του σύγχρονου ελληνικού πολιτισμού. Μέσα από τον συμβολισμό αυτό, ο θεσμός των Καραϊσκακείων επιχειρεί να συνδέσει τη συλλογική ιστορική μνήμη με τη σύγχρονη πολιτιστική δημιουργία και έκφραση.

Η ίδρυση και καθιέρωση του θεσμού συνδέεται άμεσα με την επίσημη αναγνώριση του Μαυρομματίου Καρδίτσας, ως γενέτειρας του Γεώργιου Καραϊσκάκη, γεγονός που τεκμηριώθηκε με την υπ' αριθμ. 17566/24-4-1927 απόφαση του Υπουργείου Εσωτερικών. Η εξέλιξη αυτή ενίσχυσε τη σύνδεση της περιοχής με την ιστορική φυσιογνωμία του αγωνιστή και συνέβαλε στη διαμόρφωση μιας πολιτιστικής διοργάνωσης με έντονο τοπικό και εθνικό συμβολισμό.

Η μακρόχρονη ιστορική τους παρουσία προσδίδει κύρος και αναγνωρισιμότητα, ενώ η διεθνής συμμετοχή πολιτιστικών συγκροτημάτων ενισχύει τον διαπολιτισμικό τους χαρακτήρα. Επιπλέον, η ενεργή συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας και των εθελοντών συμβάλλει στη βιωσιμότητα και την κοινωνική αποδοχή του θεσμού. Τέλος, η συνεργασία με φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης και πολιτιστικούς οργανισμούς διασφαλίζει την οργανωτική σταθερότητα της διοργάνωσης.

Αδυναμίες (Weaknesses)

Παρά τα σημαντικά πλεονεκτήματα, το φεστιβάλ ενδέχεται να παρουσιάζει περιορισμούς ως προς τη χρηματοδότηση, ιδιαίτερα λόγω της εξάρτησης από δημόσιους πόρους και χορηγίες. Επιπλέον, η γεωγραφική θέση της Καρδίτσας, ως μη μητροπολιτικού κέντρου, μπορεί να περιορίζει την προσβασιμότητα και τη διεθνή προβολή. Επίσης, ενδέχεται να παρατηρούνται οργανωτικές προκλήσεις, όπως η ανάγκη για περαιτέρω επαγγελματοποίηση στη διαχείριση και την επικοινωνία του φεστιβάλ.

Ευκαιρίες (Opportunities)

Το σύγχρονο περιβάλλον προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες για την περαιτέρω ανάπτυξη των Καραϊσκακείων. Η αυξανόμενη ζήτηση για πολιτιστικό τουρισμό μπορεί να ενισχύσει την επισκεψιμότητα και τη διεθνή απήχηση του φεστιβάλ. Παράλληλα, η αξιοποίηση ψηφιακών μέσων και στρατηγικών πολιτιστικού μάρκετινγκ μπορεί να συμβάλει στην ενίσχυση της προβολής και της προσβασιμότητας. Επιπλέον, η ανάπτυξη συνεργασιών με διεθνείς πολιτιστικούς φορείς και δίκτυα μπορεί να ενισχύσει τον διαπολιτισμικό χαρακτήρα της διοργάνωσης.

Τέλος, η ένταξη σε ευρωπαϊκά προγράμματα χρηματοδότησης προσφέρει δυνατότητες για την εξασφάλιση πρόσθετων πόρων και την υλοποίηση καινοτόμων δράσεων.

Απειλές (Threats)

Στις βασικές απειλές περιλαμβάνονται οι οικονομικές κρίσεις και οι περιορισμοί στη δημόσια χρηματοδότηση, οι οποίοι μπορεί να επηρεάσουν τη βιωσιμότητα του φεστιβάλ. Επιπλέον, ο αυξανόμενος ανταγωνισμός από άλλα πολιτιστικά φεστιβάλ, τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο, ενδέχεται να περιορίσει την προσέλκυση κοινού και χορηγών.

Παράλληλα, εξωγενείς παράγοντες, όπως υγειονομικές κρίσεις, ή περιβαλλοντικά ζητήματα, μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά τη διεξαγωγή των εκδηλώσεων. Την εποχή του Covid το φεστιβάλ δεν πραγματοποιήθηκε με αποτέλεσμα να μην υπάρξει οικονομική ενίσχυση στην περιοχή. Τέλος, η πιθανή μείωση του ενδιαφέροντος του κοινού για παραδοσιακές μορφές πολιτισμού αποτελεί μια ακόμη πρόκληση που απαιτεί στρατηγική προσαρμογή.

Καταλήγοντας η SWOT ανάλυση αναδεικνύει ότι το πολιτιστικό φεστιβάλ «Καραϊσκάκεια» Καρδίτσας διαθέτουν σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα, τα οποία μπορούν να αξιοποιηθούν περαιτέρω μέσω στοχευμένων στρατηγικών. Η ενίσχυση της εξωστρέφειας, η αξιοποίηση της τεχνολογίας και η ανάπτυξη συνεργασιών αποτελούν βασικές κατευθύνσεις για τη βιώσιμη ανάπτυξη του φεστιβάλ, ενώ η αποτελεσματική διαχείριση των αδυναμιών και των απειλών είναι καθοριστική για τη διατήρηση της δυναμικής του στο σύγχρονο πολιτιστικό περιβάλλον.

Στρατηγικές προτάσεις βελτίωσης βάσει SWOT ανάλυσης

Η αξιοποίηση των ευρημάτων της SWOT ανάλυσης επιτρέπει τη διαμόρφωση στοχευμένων στρατηγικών, οι οποίες μπορούν να ενισχύσουν τη βιωσιμότητα και την ανταγωνιστικότητα των Καραϊσκακείων Καρδίτσας. Στο πλαίσιο αυτό, προτείνονται συνδυαστικές στρατηγικές που αξιοποιούν τα δυνατά σημεία, περιορίζουν τις αδυναμίες, εκμεταλλεύονται τις ευκαιρίες και αντιμετωπίζουν τις απειλές του εξωτερικού περιβάλλοντος (Getz, 2010).

Στρατηγικές αξιοποίησης δυνατών σημείων και ευκαιριών (SO Strategies)

Η ισχυρή πολιτιστική ταυτότητα και η ιστορική σύνδεση του φεστιβάλ μπορούν να αξιοποιηθούν περαιτέρω μέσω της ενίσχυσης της διεθνούς του προβολής. Προτείνεται η ανάπτυξη ολοκληρωμένης στρατηγικής πολιτιστικού μάρκετινγκ, με

περισσότερη έμφαση στη ψηφιακή παρουσία (ιστοσελίδα, κοινωνικά δίκτυα, ψηφιακές καμπάνιες), ώστε να προσελκύσει ευρύτερο και νεότερο κοινό.

Παράλληλα, η ενίσχυση συνεργασιών με διεθνή φεστιβαλικά δίκτυα και πολιτιστικούς οργανισμούς μπορεί να συμβάλει στην περαιτέρω ανάδειξη του διαπολιτισμικού χαρακτήρα των Καραϊσκακείων και στην αύξηση της επισκεψιμότητας μέσω πολιτιστικού τουρισμού.

Στρατηγικές αντιμετώπισης αδυναμιών μέσω ευκαιριών (WO Strategies)

Για την αντιμετώπιση των περιορισμών χρηματοδότησης, προτείνεται η διεύρυνση των πηγών εσόδων μέσω συμμετοχής σε ευρωπαϊκά προγράμματα (π.χ. Creative Europe), καθώς και η ανάπτυξη στρατηγικών συνεργασιών με ιδιωτικούς φορείς και χορηγούς. Επιπλέον, η ενίσχυση της επαγγελματοποίησης της διοργάνωσης μπορεί να επιτευχθεί μέσω εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού και αξιοποίησης εξειδικευμένων στελεχών στον τομέα της πολιτιστικής διαχείρισης. Η αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων (π.χ. υβριδικές εκδηλώσεις, live streaming) μπορεί επίσης να συμβάλει στην υπέρβαση γεωγραφικών περιορισμών και στην προσέγγιση διεθνούς κοινού.

Στρατηγικές αξιοποίησης δυνατών σημείων για την αντιμετώπιση απειλών (ST Strategies)

Η ισχυρή τοπική υποστήριξη και η ενεργή συμμετοχή της κοινότητας μπορούν να λειτουργήσουν ως αντίβαρο σε εξωτερικές απειλές, όπως ο αυξανόμενος ανταγωνισμός από άλλα φεστιβάλ. Η διαφοροποίηση του προγράμματος, με την ενσωμάτωση καινοτόμων καλλιτεχνικών δράσεων και σύγχρονων μορφών τέχνης, μπορεί να ενισχύσει την ελκυστικότητα της διοργάνωσης. Παράλληλα, η ενίσχυση της ταυτότητας του φεστιβάλ ως «διεθνούς πολιτιστικής γιορτής με τοπικές ρίζες» μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Στρατηγικές περιορισμού αδυναμιών και αποφυγής απειλών (WT Strategies)

Για τη μείωση της ευαλωτότητας σε εξωτερικούς κινδύνους, όπως οικονομικές ή υγειονομικές κρίσεις, προτείνεται η υιοθέτηση ευέλικτων μοντέλων διοργάνωσης και η ανάπτυξη σχεδίων διαχείρισης κρίσεων. Επιπλέον, η συστηματική αξιολόγηση της εμπειρίας του κοινού μέσω ερευνών ικανοποίησης μπορεί να συμβάλει στη συνεχή βελτίωση της ποιότητας των εκδηλώσεων. Η ενίσχυση της στρατηγικής επικοινωνίας και η διατήρηση σταθερής σχέσης με το κοινό αποτελούν επίσης κρίσιμους παράγοντες για τη διατήρηση της συμμετοχής και του ενδιαφέροντος.

Οι στρατηγικές προτάσεις που προκύπτουν από τη SWOT ανάλυση αναδεικνύουν τη σημασία της υιοθέτησης μιας ολοκληρωμένης και ευέλικτης προσέγγισης στη διοίκηση των Καραϊσκακείων. Η αξιοποίηση των υφιστάμενων πλεονεκτημάτων, σε συνδυασμό με την προσαρμογή στις σύγχρονες τάσεις του πολιτιστικού περιβάλλοντος, μπορεί να ενισχύσει τη βιωσιμότητα, την εξωστρέφεια και την αναπτυξιακή δυναμική του φεστιβάλ, διασφαλίζοντας τη συνέχιση και την εξέλιξή του στο μέλλον.

5.3. Διοίκηση και ανθρώπινο δυναμικό

Η αποτελεσματική διοίκηση και η ορθολογική αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού αποτελούν κρίσιμους παράγοντες για την επιτυχία και τη βιωσιμότητα των πολιτιστικών φεστιβάλ. Στην περίπτωση των Καραϊσκακείων Καρδίτσας, η διοίκηση της διοργάνωσης βασίζεται σε ένα συνδυαστικό μοντέλο, το οποίο ενσωματώνει στοιχεία δημόσιας διοίκησης, συλλογικής διακυβέρνησης και εθελοντικής συμμετοχής. Το μοντέλο αυτό αντανakλά τις ιδιαιτερότητες των πολιτιστικών οργανισμών, όπου η επίτευξη πολιτιστικών και κοινωνικών στόχων υπερβαίνει συχνά τα στενά οικονομικά κριτήρια (Getz, 2010).

Στον πυρήνα της διοικητικής δομής βρίσκεται η Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων Νομού Καρδίτσας, η οποία αναλαμβάνει τον στρατηγικό σχεδιασμό και τον συντονισμό της διοργάνωσης. Η διοίκηση περιλαμβάνει τη λήψη αποφάσεων σχετικά με τον προγραμματισμό των εκδηλώσεων, τη διαχείριση των οικονομικών πόρων, τη διαμόρφωση συνεργασιών και την εποπτεία της συνολικής λειτουργίας του φεστιβάλ. Παράλληλα, η συνεργασία με τον Δήμο Καρδίτσας και την Περιφέρεια Θεσσαλίας ενισχύει τη διοικητική ικανότητα του οργανισμού, παρέχοντας θεσμική υποστήριξη και πρόσβαση σε πόρους (Πρόεδρος Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων).

Το ανθρώπινο δυναμικό των Καραϊσκακείων διακρίνεται σε τρεις βασικές κατηγορίες: το διοικητικό προσωπικό, τους καλλιτεχνικούς συντελεστές και τους εθελοντές. Το διοικητικό προσωπικό περιλαμβάνει τα μέλη της ένωσης 11 στον αριθμό που είναι υπεύθυνα για τον σχεδιασμό, την οργάνωση και την υλοποίηση των δράσεων, ενώ οι καλλιτεχνικοί συντελεστές διαμορφώνουν το περιεχόμενο και την ποιότητα του φεστιβάλ μέσω της συμμετοχής τους στις εκδηλώσεις.

Σύμφωνα με τον πρόεδρο της Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων κ. Μανώλης Στεργιόπουλο, ιδιαίτερη σημασία έχει ο ρόλος των εθελοντών, οι οποίοι αποτελούν βασικό πυλώνα της λειτουργίας της διοργάνωσης. Η συμβολή τους εκτείνεται σε

πολλαπλούς τομείς, όπως η υποστήριξη των εκδηλώσεων, η εξυπηρέτηση των επισκεπτών και η διευκόλυνση των πολιτιστικών αποστολών. Γίνεται ανοικτή επιστολή μέσα από τους συλλόγους σε νεαρά παιδιά, συγκεκριμένα άτομα που μόλις έχουν τελειώσει τις πανελλήνιες, γιατί δεν έχουν σχολικές υποχρεώσεις. Οι φοιτητές δεν μπορούν να βοηθήσουν την συγκεκριμένη εποχή, γιατί είναι η εξεταστική τους. Ένας άλλος λόγος που επιλέγονται νεαρά άτομα αυτής της ηλικίας είναι για να μυηθούν στην παράδοση και να αγαπήσουν τις ρίζες τους. Η ενεργή συμμετοχή τους ενισχύει τον κοινωνικό χαρακτήρα του φεστιβάλ και συμβάλλει στη δημιουργία ενός ισχυρού αισθήματος ταυτότητας και συλλογικότητας.

Σύμφωνα με τους Arcodia & Whitford, (2006) η εθελοντική εργασία αποτελεί βασικό στοιχείο επιτυχίας των πολιτιστικών εκδηλώσεων, καθώς μειώνει το λειτουργικό κόστος και ενισχύει τη σύνδεση με την τοπική κοινωνία.

Η διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού περιλαμβάνει διαδικασίες επιλογής, εκπαίδευσης, συντονισμού και αξιολόγησης των συμμετεχόντων. Η ανάπτυξη δεξιοτήτων, η σαφής κατανομή ρόλων και η αποτελεσματική επικοινωνία μεταξύ των μελών της ομάδας αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για την επιτυχή υλοποίηση των εκδηλώσεων. Σύμφωνα με τον Γκαντζιάς, (2020) πρέπει να υπάρχει προγραμματισμός, οργάνωση, καθοδήγηση και έλεγχος. Επιπλέον, η ενίσχυση της επαγγελματοποίησης, μέσω της αξιοποίησης εξειδικευμένων στελεχών στον τομέα της πολιτιστικής διαχείρισης, μπορεί να συμβάλει στη βελτίωση της οργανωτικής αποτελεσματικότητας και της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Παράλληλα, η διοίκηση των Καραϊσκακείων καλείται να ανταποκριθεί σε σύγχρονες προκλήσεις, όπως η ανάγκη για ψηφιακό μετασχηματισμό, η ενίσχυση της εξωστρέφειας και η προσαρμογή στις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις του κοινού. Η υιοθέτηση σύγχρονων διοικητικών πρακτικών, όπως η στρατηγική διαχείριση ανθρώπινων πόρων και η αξιοποίηση τεχνολογικών εργαλείων, μπορεί να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα και τη βιωσιμότητα του φεστιβάλ.

Συνολικά, η διοίκηση και το ανθρώπινο δυναμικό των Καραϊσκακείων συνιστούν βασικούς παράγοντες επιτυχίας της διοργάνωσης. Η αποτελεσματική αξιοποίηση των ανθρώπινων πόρων, σε συνδυασμό με τη συνεργασία των εμπλεκόμενων φορέων και τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, συμβάλλει καθοριστικά στη διατήρηση και την εξέλιξη του θεσμού, επιβεβαιώνοντας τον ρόλο του ως σημαντικού πολιτιστικού γεγονότος σε τοπικό και διεθνές επίπεδο.

5.4. Οικονομική πολιτική του φεστιβάλ Καραϊσκάκεια

Η οικονομική πολιτική ενός πολιτιστικού φεστιβάλ συνιστά κρίσιμο παράγοντα για τη βιωσιμότητα, τη σταθερότητα και τη μακροχρόνια ανάπτυξή του. Στην περίπτωση των Καραϊσκακείων Καρδίτσας, η οικονομική πολιτική διαμορφώνεται μέσα από ένα πλαίσιο συνεργασίας δημόσιων και ιδιωτικών φορέων, με στόχο τη διασφάλιση της απρόσκοπτης λειτουργίας του θεσμού, αλλά και την ενίσχυση της πολιτιστικής και κοινωνικής του αποστολής.

Κεντρική αρχή της οικονομικής πολιτικής του φεστιβάλ αποτελεί η πολυπηγική χρηματοδότηση, η οποία στηρίζεται σε τρεις βασικούς άξονες: την κρατική και αυτοδιοικητική επιχορήγηση, τις ιδιωτικές χορηγίες και τις συνεργασίες με πολιτιστικούς και κοινωνικούς φορείς. Η Περιφέρεια Θεσσαλίας / Περιφερειακή Ενότητα Καρδίτσας που συνήθως είναι ο μεγαλύτερος υποστηρικτής του φεστιβάλ. Στη συνέχεια οικονομικά συμβάλλουν ο Δήμος Καρδίτσας, η Συνεταιριστική Τράπεζα Καρδίτσας, που θεωρείται συνδιοργανωτής, η Ιερά Μητρόπολη που είναι ένας σημαντικός συμπαράστάτης σε όλο αυτό και συνδιοργανωτές επίσης είναι η ΕΡΤ3, η ΕΡΤ Βόλου και Λάρισας. Σύμφωνα με τον πρόεδρο της Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων Καρδίτσας κ. Μανώλη Στεργιόπουλο μετά από μια πρόταση ενός βουλευτή της Καρδίτσας κ. Αριστοτέλη Σπάνια προγραμματίστηκε μια συνάντηση με



Εικ.: 6. Συνάντηση προέδρου Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων κ. Στεργιόπουλο με τον Βουλευτή κ. Σπάνια και τον Δήμαρχο Πειραιά κ. Μόραλη **Πηγή:** <https://www.enpolis.gr/2025/06/17>

τον Δήμαρχο Πειραιά κ. Γιάννη Μόραλη. Μέσα από αυτή τη συνάντηση προέκυψε να μπει από το 2025 συνδιοργανωτής ο Δήμος Πειραιά και η ΠΑΕ Ολυμπιακός. Αυτούς τους δύο δήμους τους συνδέει ο Καραϊσκάκης, γιατί γεννήθηκε στο Μαυρομμάτι Καρδίτσας και άφησε την τελευταία του πνοή στο Νέο Φάληρο το 1827. Μάλιστα το 2027 που κλείνουν τα 200 χρόνια από τον θάνατο του Γεώργιου Καραϊσκάκη την τελετή έναρξης των Καραϊσκακείων θα την αναλάβει ο δήμος Πειραιά.

Η δημόσια χρηματοδότηση, σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, αποτελεί θεμέλιο για τη λειτουργία πολλών πολιτιστικών φεστιβάλ, ιδιαίτερα όταν αυτά

συνδέονται με την τοπική ανάπτυξη και την πολιτιστική πολιτική των περιφερειών (Getz, 2010).

Παράλληλα, η οικονομική πολιτική του φεστιβάλ ενισχύεται μέσω της προσέλκυσης ιδιωτικών χορηγών, οι οποίοι συμμετέχουν στο πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (CSR). Οι χορηγίες αυτές δεν περιορίζονται μόνο στην οικονομική ενίσχυση, αλλά συχνά περιλαμβάνουν παροχή υπηρεσιών, υλικοτεχνικού εξοπλισμού ή επικοινωνιακής υποστήριξης. Με αυτόν τον τρόπο, δημιουργείται ένα αμοιβαία επωφελές πλαίσιο συνεργασίας, στο οποίο οι επιχειρήσεις ενισχύουν την κοινωνική τους εικόνα, ενώ το φεστιβάλ εξασφαλίζει πρόσθετους πόρους. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι ο δέκτης της χορηγίας αποποιείται τα δικαιώματά του (Γκαντζιάς 2020).

Σημαντική παράμετρο της οικονομικής πολιτικής αποτελεί επίσης η ορθολογική διαχείριση του προϋπολογισμού. Οι βασικές κατηγορίες δαπανών περιλαμβάνουν την καλλιτεχνική παραγωγή, την τεχνική υποστήριξη, τη φιλοξενία των συμμετεχόντων, την προβολή και επικοινωνία, καθώς και τα λειτουργικά έξοδα της διοργάνωσης. Η αποτελεσματική κατανομή των πόρων απαιτεί προγραμματισμό, διαφάνεια και συνεχή έλεγχο, ώστε να διασφαλίζεται η οικονομική ισορροπία του φεστιβάλ.

Σύμφωνα με τον πρόεδρο της Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων, η οικονομική πολιτική των Καραϊσκακείων δεν περιορίζεται στη διαχείριση κόστους, αλλά επεκτείνεται και στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας για την τοπική οικονομία. Η αύξηση της επισκεψιμότητας κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ συμβάλλει στην ενίσχυση της κατανάλωσης σε τομείς όπως η φιλοξενία, η εστίαση και το λιανικό εμπόριο, τα μέσα μετακίνησης, (τουριστικά λεωφορεία, ταξί), οι επαγγελματίες που έχουν σχέση με τον πολιτισμό, όπως φωτογράφοι, ηχολήπτες, καμεραμάν, μουσικοί, έτσι ενισχύεται όλη η οικονομική δραστηριότητα της περιοχής. Σύμφωνα με τον Frey (1994), τα πολιτιστικά φεστιβάλ λειτουργούν ως καταλύτες τοπικής οικονομικής ανάπτυξης, δημιουργώντας πολλαπλασιαστικά οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες.

Τέλος, η σύγχρονη οικονομική πολιτική του φεστιβάλ τείνει προς την ενίσχυση της βιωσιμότητας μέσω διαφοροποίησης των πηγών χρηματοδότησης και αξιοποίησης ευρωπαϊκών προγραμμάτων πολιτισμού. Η στρατηγική αυτή επιτρέπει μεγαλύτερη οικονομική ευελιξία και μειώνει την εξάρτηση από έναν μόνο χρηματοδοτικό φορέα, ενισχύοντας τη μακροπρόθεσμη σταθερότητα του θεσμού. Επίσης χαρακτηρίζεται από πολυδιάστατη προσέγγιση, η οποία συνδυάζει δημόσια στήριξη, ιδιωτική συμμετοχή

και στρατηγική διαχείριση πόρων, συμβάλλοντας τόσο στη λειτουργική επάρκεια όσο και στην αναπτυξιακή δυναμική του φεστιβάλ.

Η Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων για τα «Καραϊσκάκεια 2026» δημοσίευσε μία πρόσκληση στο fb για υποβολή οικονομικών προσφορών για παροχή γευμάτων, υπηρεσίες φωτογράφισης, βιντεοσκόπησης και Live Streaming, για ξενοδοχειακή διαμονή, για κατασκευή αναμνηστικών. Για ήχο – φωτισμό και Led οθόνες και προσφορές για μετακινήσεις εσωτερικές από το Αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος και εκτός νομού 20 έως 50 χιλιομέτρων με επιστροφή. Οι προφορές πρωτοκολλήθηκαν και παρουσία του διοικητικού συμβουλίου και των ελεύθερων επαγγελματιών αποσφραγίστηκαν και επιλέχθηκαν οι χαμηλότερες σε τιμή (<https://www.enpolis.gr>).

5.5. Μάρκετινγκ και προβολή φεστιβάλ

Το μάρκετινγκ και η προβολή αποτελούν βασικά στοιχεία για την επιτυχία των πολιτιστικών φεστιβάλ, καθώς επηρεάζουν άμεσα την προσέλκυση κοινού, τη δημιουργία θετικής εικόνας και τη διασφάλιση της βιωσιμότητας της διοργάνωσης. Στην περίπτωση των Καραϊσκακείων, οι δράσεις προβολής περιλαμβάνουν τόσο παραδοσιακά όσο και σύγχρονα μέσα επικοινωνίας.

Συγκεκριμένα, αξιοποιούνται μέσα μαζικής ενημέρωσης, όπως τηλεόραση, ραδιόφωνο και έντυπος τύπος, για την ενημέρωση του κοινού σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Παράλληλα, η χρήση ψηφιακών μέσων, όπως ιστοσελίδες και κοινωνικά δίκτυα, ενισχύει τη διάχυση της πληροφορίας και επιτρέπει την προσέγγιση ευρύτερου και διεθνούς κοινού. Η ανάπτυξη στρατηγικής ψηφιακού μάρκετινγκ αποτελεί πλέον αναγκαία συνθήκη για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας των φεστιβάλ.

Επιπλέον, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η διαμόρφωση μιας ισχυρής πολιτιστικής ταυτότητας και ενός αναγνωρίσιμου «brand», το οποίο διαφοροποιεί τα Καραϊσκάκεια από άλλες διοργανώσεις. Η σύνδεση του φεστιβάλ με την τοπική παράδοση και τον ιστορικό συμβολισμό ενισχύει την ελκυστικότητά του και συμβάλλει στη δημιουργία αυθεντικής εμπειρίας για τους επισκέπτες.

Σύμφωνα με τον Kotler και συνεργάτες (2010), το πολιτιστικό μάρκετινγκ απαιτεί συνδυασμό στρατηγικού σχεδιασμού, κατανόησης του κοινού και αποτελεσματικής επικοινωνίας. Στην περίπτωση των Καραϊσκακείων, η ενίσχυση της προβολής μέσω στοχευμένης καμπάνιας, συνεργασιών με τουριστικούς φορείς και αξιοποίησης ψηφιακών εργαλείων μπορεί να συμβάλει στην περαιτέρω ανάπτυξη και διεθνοποίηση του φεστιβάλ.

5.6. Επιπτώσεις (οικονομικές – κοινωνικές – πολιτιστικές)

Τα πολιτιστικά φεστιβάλ, όπως τα Καραϊσκάκεια Καρδίτσας, επιδρούν πολυδιάστατα στην τοπική κοινωνία, επηρεάζοντας τόσο την οικονομία όσο και την κοινωνική και πολιτιστική ζωή της περιοχής.

Σε οικονομικό επίπεδο, το φεστιβάλ συμβάλλει στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας μέσω της αύξησης της επισκεψιμότητας και της κατανάλωσης. Οι επισκέπτες δαπανούν χρήματα σε καταλύματα, εστίαση και τοπικά προϊόντα, δημιουργώντας εισόδημα για τις επιχειρήσεις και θέσεις εργασίας για την τοπική κοινωνία. Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού αποτελεί μία από τις σημαντικότερες οικονομικές επιπτώσεις των φεστιβάλ (Getz, 2010).

Σε κοινωνικό επίπεδο, τα Καραϊσκάκεια ενισχύουν τη συνοχή της τοπικής κοινωνίας, προάγοντας τη συμμετοχή των πολιτών και την αίσθηση του «ανήκειν». Η ενεργή συμμετοχή εθελοντών και πολιτιστικών συλλόγων συμβάλλει στη δημιουργία κοινωνικού κεφαλαίου και στην ενίσχυση των διαπροσωπικών σχέσεων (Arcodia & Whitford, 2006). Επιπλέον, το φεστιβάλ προσφέρει ευκαιρίες ψυχαγωγίας και πολιτιστικής έκφρασης, βελτιώνοντας την ποιότητα ζωής των κατοίκων. Στα 58^ο Καραϊσκάκεια συμμετείχε για πρώτη φορά και το Κ.Α.Π.Η Καρδίτσας, όπου χόρεψαν παραδοσιακούς χορούς (<https://www.enpolis.gr/karaiskakeia/>).

Σε πολιτιστικό επίπεδο, τα Καραϊσκάκεια διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διατήρηση και ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς. Μέσα από τη διοργάνωση παραδοσιακών εκδηλώσεων και τη συμμετοχή διεθνών αποστολών, προάγεται η διαπολιτισμική επικοινωνία και ενισχύεται η πολιτιστική πολυμορφία. Παράλληλα, το φεστιβάλ συμβάλλει στη διαμόρφωση και προβολή της τοπικής ταυτότητας, ενισχύοντας την εικόνα της Καρδίτσας ως πολιτιστικού προορισμού.

Ωστόσο, είναι σημαντικό να λαμβάνονται υπόψη και πιθανές αρνητικές επιπτώσεις, όπως η περιβαλλοντική επιβάρυνση ή η υπερφόρτωση των υποδομών, οι οποίες απαιτούν κατάλληλο σχεδιασμό και διαχείριση. Συνολικά, οι θετικές επιπτώσεις των Καραϊσκακείων υπερисχύουν, καθιστώντας το φεστιβάλ έναν σημαντικό μοχλό τοπικής ανάπτυξης και πολιτιστικής ενδυνάμωσης.

Κεφάλαιο 6.

6.1. Επικοινωνιακή πολιτική του Φεστιβάλ Καρδίτσας «Καραϊσκάκεια»

Η επικοινωνιακή πολιτική συνιστά έναν από τους καθοριστικότερους άξονες λειτουργίας και ανάπτυξης κάθε πολιτιστικού οργανισμού, καθώς μέσω αυτής συγκροτείται και διαμορφώνεται η δημόσια εικόνα, η ταυτότητα και η σχέση του οργανισμού με το κοινό του. Στο σύγχρονο πολιτιστικό περιβάλλον, όπου ο ανταγωνισμός μεταξύ πολιτιστικών δράσεων είναι ιδιαίτερα έντονος, η συστηματικά οργανωμένη και στρατηγικά σχεδιασμένη επικοινωνία συμβάλλει ουσιαστικά στην προβολή, στην ενίσχυση της εξωστρέφειας και στη διασφάλιση της βιωσιμότητας ενός φεστιβάλ (Μπαντιμαρούδης, 2011). Παράλληλα, η πολιτιστική διοίκηση στην εποχή του ψηφιακού μετασχηματισμού απαιτεί νέες μορφές επικοινωνίας και στρατηγικής διαχείρισης του πολιτιστικού προϊόντος (Γκαντζιάς, 2020). Ειδικότερα για τα πολιτιστικά φεστιβάλ που αναπτύσσονται σε περιφερειακό επίπεδο, η επικοινωνιακή πολιτική αποκτά πρόσθετη βαρύτητα, καθώς λειτουργεί ως γέφυρα σύνδεσης της τοπικής κοινωνίας με την πολιτιστική δραστηριότητα, αλλά και ως εργαλείο προβολής της περιοχής σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Το Διεθνές Φεστιβάλ Παράδοσης «Καραϊσκάκεια», που πραγματοποιείται στην Καρδίτσα, συγκαταλέγεται στις σημαντικότερες πολιτιστικές διοργανώσεις της Θεσσαλίας και συνδέεται άμεσα με την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, της τοπικής ταυτότητας και της παραδοσιακής μουσικοχορευτικής έκφρασης. Η επικοινωνιακή του πολιτική δεν περιορίζεται στην απλή ενημέρωση του κοινού σχετικά με τις εκδηλώσεις, αλλά στοχεύει στη διαμόρφωση μιας συνεκτικής και αναγνωρίσιμης πολιτιστικής εικόνας, η οποία ενισχύει τη διαχρονικότητα και την εμβέλεια του θεσμού.

Σύμφωνα με τον Γκαντζιά (2020), η πολιτιστική πολιτική και η επικοινωνία αποτελούν αλληλένδετα εργαλεία στρατηγικής ανάπτυξης των πολιτιστικών οργανισμών, καθώς συμβάλλουν στη δημιουργία πολιτιστικής υπεραξίας, στην προσέλκυση κοινού και στη συγκρότηση συνεργατικών σχέσεων με δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς. Υπό αυτό το πρίσμα, η επικοινωνιακή πολιτική του φεστιβάλ «Καραϊσκάκεια» συνδέεται άμεσα με τις πρακτικές πολιτιστικής διαχείρισης, τη χορηγική υποστήριξη και τη συνολική στρατηγική εξωστρέφειας του οργανισμού.

Κεντρικός άξονας της επικοινωνιακής στρατηγικής αποτελεί η ανάδειξη της πολιτιστικής ταυτότητας της περιοχής. Μέσω της προβολής παραδοσιακών χορών, μουσικής, εθίμων και μορφών λαϊκής πολιτιστικής έκφρασης, επιδιώκεται τόσο η διατήρηση όσο και η μετάδοση της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς στις νεότερες γενιές. Στο πλαίσιο αυτό, η πολιτιστική επικοινωνία υπερβαίνει τον πληροφοριακό της χαρακτήρα και λειτουργεί ως διαδικασία συγκρότησης συλλογικής μνήμης και πολιτισμικής ταυτότητας (Hooper-Greenhill, 1994).

Η επικοινωνιακή στρατηγική της Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων Νομού Καρδίτσας για τη διοργάνωση της 56ης Διεθνούς Γιορτής Πολιτισμού «Καραϊσκάκεια» βασίστηκε στη συνδυαστική αξιοποίηση παραδοσιακών και ψηφιακών μέσων προβολής. Για την ενημέρωση και προσέγγιση του κοινού χρησιμοποιήθηκαν δελτία τύπου, έντυπο προωθητικό υλικό, αφίσες, προγράμματα εκδηλώσεων και ανακοινώσεις, ενώ παράλληλα αξιοποιήθηκαν μέσα μαζικής ενημέρωσης, όπως ο τοπικός τύπος, η τηλεόραση και το ραδιόφωνο (Πρόεδρος Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων).

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των ψηφιακών καναλιών επικοινωνίας, τα οποία επιτρέπουν την άμεση διάχυση πληροφοριών και τη διαρκή αλληλεπίδραση με το κοινό. Η αξιοποίηση των ψηφιακών μέσων συμβάλλει στη δημιουργία νέων μορφών πολιτιστικής επικοινωνίας και συμμετοχικότητας, καθώς και στην ανάπτυξη ψηφιακής πολιτιστικής κοινότητας (Γκαντζιάς, 2020).

Η Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων Ν. Καρδίτσας επιδιώκει μέσα από σύγχρονες και καινοτόμες πρακτικές να ενσωματώσει σταδιακά τις δυνατότητες του ψηφιακού μετασχηματισμού στην πολιτιστική επικοινωνία και προβολή των δράσεων της. Η αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων συμβάλλει όχι μόνο στη διεύρυνση της απήχησης των εκδηλώσεων, αλλά και στη βελτίωση της ποιότητας επικοινωνίας και της σχέσης του πολιτιστικού οργανισμού με το κοινό του. Όπως αναφέρει ο Γκαντζιάς (2020), η καινοτομία και ο ψηφιακός μετασχηματισμός αποτελούν βασικούς άξονες ανάπτυξης των σύγχρονων πολιτιστικών οργανισμών.

Το φεστιβάλ «Καραϊσκάκεια» αξιοποιεί ενεργά ψηφιακά εργαλεία μέσω ιστοσελίδων, ηλεκτρονικών δημοσιεύσεων και πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι το Facebook, Instagram και YouTube, με σκοπό την άμεση ενημέρωση του κοινού και την ενίσχυση της διαδραστικότητας. Όπως υποστηρίζουν οι Kotler, Kotler και Kotler (2008), οι σύγχρονες τεχνολογίες επιτρέπουν την ανάπτυξη αμφίδρομων

σχέσεων μεταξύ οργανισμών και κοινού, ενισχύοντας τη συμμετοχικότητα και την εμπειρία του πολιτιστικού γεγονότος.

Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης συμβάλλει ουσιαστικά στη διαμόρφωση ψηφιακού κοινού και στην προσέγγιση νεότερων ηλικιακών ομάδων, μέσω της διαρκούς ροής πληροφοριών, της διάχυσης οπτικοακουστικού υλικού και της άμεσης αλληλεπίδρασης. Όπως επισημαίνει ο Jenkins (2006), το σύγχρονο επικοινωνιακό περιβάλλον χαρακτηρίζεται από διασυνδεδεμένα μέσα που ενισχύουν τη συλλογική πολιτιστική συμμετοχή.

Κομβικό στοιχείο της επικοινωνιακής πολιτικής αποτελεί η οικοδόμηση σχέσεων εμπιστοσύνης με το κοινό και τους συνεργαζόμενους φορείς. Η αποτελεσματική επικοινωνία συμβάλλει στη διαμόρφωση θετικής εικόνας, ενισχύει την αξιοπιστία του οργανισμού και δημιουργεί συνθήκες μακροχρόνιας υποστήριξης των δράσεων του. Παράλληλα, η συστηματική επικοινωνία με επισκέπτες, εθελοντές, χορηγούς και πολιτιστικά σωματεία ενδυναμώνει τη συμμετοχικότητα και καλλιεργεί σχέσεις συνεργασίας.

Στο ίδιο πλαίσιο, η χορηγία διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο, καθώς αποτελεί βασικό μηχανισμό χρηματοδότησης πολιτιστικών οργανισμών υπό συνθήκες περιορισμένης κρατικής ενίσχυσης (Γκαντζιάς, 2020). Η στοχευμένη επικοινωνιακή πολιτική ενισχύει την προσέλκυση χορηγών, αναβαθμίζοντας τη δημόσια εικόνα του φεστιβάλ και την προβολή των συνεργαζόμενων φορέων.

Η επικοινωνιακή στρατηγική συνδέεται επίσης με την τουριστική προβολή της Καρδίτσας και της ευρύτερης περιοχής της Θεσσαλίας, καθώς οι πολιτιστικές εκδηλώσεις λειτουργούν ως πόλος έλξης επισκεπτών και συμβάλλουν στην τοπική οικονομική ανάπτυξη (Richards & Palmer, 2010). Μέσω της προβολής του φεστιβάλ, αναδεικνύονται τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά της περιοχής και ενισχύεται η τουριστική της ταυτότητα. Επιπλέον, η συνεργασία με τοπικά και εθνικά μέσα ενημέρωσης ενισχύει τη διάχυση του θεσμού και συμβάλλει στην αύξηση της αναγνωρισιμότητάς του, ενώ παράλληλα ενδυναμώνει το πολιτιστικό του κύρος.



Εικ.: 7. Τα λογότυπα που έχουν χρησιμοποιηθεί στην αφίσα του Φεστιβάλ για τους χορηγούς
Πηγή: <https://www.enpolis.gr/2025/06/17>

Η οπτική επικοινωνία, μέσω λογοτύπων, χρωμάτων, φωτογραφικού υλικού και συμβολικών στοιχείων, συμβάλλει στη συγκρότηση μιας συνεκτικής και αναγνωρίσιμης πολιτιστικής ταυτότητας, ενισχύοντας τη συνολική εικόνα του φεστιβάλ.

Τέλος, η επικοινωνιακή πολιτική επιδιώκει τη διεύρυνση της συμμετοχής διαφορετικών κοινωνικών ομάδων, λειτουργώντας ως μηχανισμός πολιτιστικής ένταξης και πρόσβασης στον πολιτισμό (Ζορμπά, 2014). Η ενεργός συμμετοχή τοπικών φορέων, συλλόγων και εθελοντών ενισχύει το συλλογικό αίσθημα και την πολιτιστική συνοχή.

Η διεθνής διάσταση του φεστιβάλ προάγει τη διαπολιτισμική επικοινωνία και τον πολιτισμικό διάλογο, ενώ η αξιολόγηση των επικοινωνιακών δράσεων αποτελεί εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού και συνεχούς βελτίωσης (Αθανασοπούλου κ.ά., 2003).

Συνολικά, η επικοινωνιακή πολιτική του Φεστιβάλ Καρδίτσας «Καραϊσκάκεια» λειτουργεί ως θεμελιώδης παράγοντας ανάπτυξης, συνδυάζοντας παραδοσιακές και ψηφιακές μορφές επικοινωνίας και ενισχύοντας τη βιωσιμότητα και τη δυναμική του θεσμού.

6.2. Στόχοι του φεστιβάλ

Οι στόχοι ενός πολιτιστικού φεστιβάλ αποτελούν βασικό στοιχείο του στρατηγικού σχεδιασμού και της συνολικής λειτουργίας του, καθώς προσδιορίζουν την αποστολή, τη φιλοσοφία και την κατεύθυνση των δράσεων του. Στην περίπτωση του Διεθνούς Φεστιβάλ Παράδοσης «Καραϊσκάκεια», οι στόχοι δεν περιορίζονται αποκλειστικά στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων, αλλά επεκτείνονται στην πολιτιστική ανάπτυξη, στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, στην ενίσχυση της τοπικής κοινωνίας και στη δημιουργία διεθνών πολιτιστικών συνεργασιών (Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων Ν. Καρδίτσας).

Σύμφωνα με τον πρόεδρο της Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων κ. Μανώλη Στεργιόπουλο, οι στόχοι που προσπαθούν να επιτευχθούν μέσα από την δημιουργική διαδικασία των Καραϊσκακείων είναι:

 *Η ανάδειξη των τοπικών κουλтурών και της πολιτιστικής πολυμορφίας της Ελλάδας με τη δημιουργία νέων μουσικών, χορευτικών και θεατρικών παραγωγών.*

- ✚ *Να ενθαρρυνθούν συνέργειες ανάμεσα σε καλλιτέχνες από διάφορες περιοχές της Ελλάδας που τους διακρίνει διαφορετικό πολιτιστικό υπόβαθρο και θεματική.*
- ✚ *Να επανενωθεί πολιτιστικά η ομογένεια του εξωτερικού με την πατρίδα.*
- ✚ *Να ενθαρρυνθούν οι πολιτιστικές ανταλλαγές μεταξύ των νέων Ελλήνων δημιουργών – καλλιτεχνών των πέντε ηπείρων.*
- ✚ *Να ενισχυθεί η φήμη και η θέση της σύγχρονης Ελλάδας στο παγκόσμιο καλλιτεχνικό στερέωμα.*
- ✚ *Να υπάρξει μια πολιτιστική αποκέντρωση και μια καλλιτεχνική δράση όχι μόνο στην περιφέρεια των επαρχιακών αστικών κέντρων, αλλά και σε περιοχές που είναι αγροτικές, όπως και σε ορεινές κοινότητες.*
- ✚ *Να υπάρξει έντονος πολιτιστικός τουρισμός που είναι ένας μοχλός της τοπικής ανάπτυξης.*
- ✚ *Να υπάρξει μία συνεργασία μεταξύ των επαγγελματιών του χώρου με σύγχρονους δημιουργούς, ώστε να μπορέσουν αυτή την ερασιτεχνική ενασχόλησή τους με τις τέχνες να την μετατρέψουν σε ένα επάγγελμα βιοποριστικό.*
- ✚ *Η εμπλοκή των διαφόρων παραγόντων της οικονομικής ζωής από το δημόσιο, την αυτοδιοίκηση, αλλά και από ιδιωτικά σωματεία, ΜΚΟ, επιχειρήσεις για να υλοποιηθεί και να υποστηριχθεί ο θεσμός, πρέπει να γίνει συνείδηση ότι η δράση που γίνεται στο πολιτιστικό πεδίο είναι μία συνεργασία που βοηθάει στην ανάπτυξη του τόπου και έχει αμφίδρομη ωφέλεια.*
- ✚ *Η συμπερίληψη και η κοινωνική ευθύνη στον πολιτισμό. Ώστε η ενδυνάμωση της κοινωνικής ταυτότητας να γίνει ένα όχημα στην βιωσιμότητα.*
- ✚ *Το κρίσιμο εγχείρημα, να υπάρξει μετάβαση από τον προφορικό στον ψηφιακό πολιτισμό.*

Ένας από τους σημαντικότερους στόχους του φεστιβάλ είναι η διαφύλαξη και η ανάδειξη της παραδοσιακής πολιτιστικής κληρονομιάς. Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις λειτουργούν ως μηχανισμός μεταφοράς πολιτισμικών αξιών, παραδόσεων και συλλογικών εμπειριών από γενιά σε γενιά, συμβάλλοντας στη διατήρηση της πολιτιστικής μνήμης και της τοπικής ταυτότητας (Richards & Palmer, 2010).

Παράλληλα, η πολιτιστική συνέχεια και η διατήρηση των πολιτιστικών αγαθών αποτελούν βασικούς άξονες της σύγχρονης πολιτιστικής πολιτικής (Γκαντζιάς, 2020).

Στο πλαίσιο αυτό, προβάλλονται στοιχεία της ελληνικής λαϊκής παράδοσης, όπως η μουσική, ο χορός, οι τοπικές φορεσιές και τα έθιμα, ενισχύοντας τη σύνδεση του κοινού με την πολιτιστική του κληρονομιά.

Επίσης, το φεστιβάλ στοχεύει στην ενίσχυση της πολιτιστικής συνείδησης και της συμμετοχής των πολιτών. Η πολιτιστική επικοινωνία και η ενεργή εμπλοκή του κοινού συμβάλλουν στη διαμόρφωση πολιτιστικής παιδείας και στην ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής (Ζορμπά, 2014).

Μέσα από τη συμμετοχή σε πολιτιστικές δραστηριότητες, οι πολίτες έρχονται σε επαφή με διαφορετικές μορφές έκφρασης, καλλιεργούν την αισθητική τους αντίληψη και αναπτύσσουν σχέσεις συλλογικότητας.

Σημαντικός στόχος αποτελεί επίσης η ενίσχυση της πολιτιστικής εξωστρέφειας της Καρδίτσας. Μέσα από διεθνείς πολιτιστικές συναντήσεις και συμμετοχές καλλιτεχνικών σχημάτων από διαφορετικές χώρες, το φεστιβάλ λειτουργεί ως μέσο διαπολιτισμικής επικοινωνίας και ανταλλαγής πολιτιστικών στοιχείων. Η εξωστρέφεια αυτή συμβάλλει στη δημιουργία συνεργασιών, στην ανάπτυξη δικτύων και στην προβολή της τοπικής ταυτότητας σε διεθνές επίπεδο.

Όπως αναφέρει ο Γκαντζιάς (2020), οι πολιτιστικές δραστηριότητες και οι στρατηγικές ανάπτυξης των πολιτιστικών οργανισμών συνδέονται άμεσα με την εξωστρέφεια, τη δικτύωση και την ενίσχυση της πολιτιστικής ταυτότητας και όλο αυτό επιτυγχάνεται πιο εύκολα μέσω του ψηφιακού.

Ένας ακόμη βασικός στόχος είναι η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού. Τα πολιτιστικά φεστιβάλ αποτελούν σημαντικό παράγοντα προσέλκυσης επισκεπτών και ενίσχυσης της τοπικής οικονομίας (Μπιτσάνη, 2008).

Στην περίπτωση των «Καραϊσκακείων», η προσέλκυση επισκεπτών από την Ελλάδα και το εξωτερικό ενισχύει την τοπική αγορά και την τουριστική δραστηριότητα της περιοχής. Η Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων έκανε ένα (δημιουργικό, πάντρεμα) όπως το αποκάλεσε μεταξύ της ελληνικής παράδοσης και της τεχνικής νοημοσύνης και προέκυψε ένα μικρό infographic (πληροφοριογράφημα) που μέσω αυτού γίνεται γνωστό στο κοινό, γιατί η Διεθνής Γιορτή Πολιτισμού «Καραϊσκάκεια» είναι η μεγαλύτερη γιορτή του πολιτισμού στην Καρδίτσα.



Εικ. 8.: Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων
Καρδίτσας infostranhic

Η συγκεκριμένη εικόνα παραθέτει αναλυτικά στοιχεία για τα «Καραϊσκάκεια» του 2026, όπως καλεσμένες χώρες, σύνολο 5, συγκροτήματα από όλη την Ελλάδα, από 7 περιφερειακές ενότητες, τοπικά συγκροτήματα 32 και συνολικά στο 58 φεστιβάλ συμμετείχαν πάνω από 1500 χορευτές, επίσης αναλύει ποιο είναι το αποτύπωμα του θεσμού, όπως προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς, πολιτιστική εξωστρέφεια, κοινωνική συνοχή, προβολή της τέχνης των επαγγελματιών που συμμετείχαν κ.α. (<https://www.facebook.com/enpoliskhttps>).

Παράλληλα, το φεστιβάλ συμβάλλει στην τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη μέσω της πολιτιστικής δραστηριότητας. Ο πολιτισμός αποτελεί παράγοντα βιώσιμης ανάπτυξης, συνδεδεμένο με την κοινωνική πρόοδο και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής (Γκαντζιάς, 2020). Μέσα από τις δράσεις του, ενισχύεται η πολιτιστική εικόνα της περιοχής και αξιοποιείται το τοπικό πολιτιστικό κεφάλαιο.

Ιδιαίτερη σημασία δίνεται και στη συμμετοχή των νέων στον πολιτισμό. Η επαφή των νεότερων γενεών με την παράδοση θεωρείται καθοριστική για τη διατήρηση της πολιτιστικής συνέχειας. Οι σύγχρονοι πολιτιστικοί οργανισμοί αξιοποιούν νέες μορφές επικοινωνίας και συμμετοχικές δράσεις για την προσέγγιση του νεανικού κοινού (Kotler, Kotler & Kotler, 2008).

Στο πλαίσιο αυτό, το φεστιβάλ αξιοποιεί τόσο φυσικές εκδηλώσεις όσο και ψηφιακά μέσα επικοινωνίας, ενισχύοντας τη συμμετοχή των νέων και δημιουργώντας ένα πιο διαδραστικό πολιτιστικό περιβάλλον. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι ψηφιακές πλατφόρμες συμβάλλουν καθοριστικά στη διαμόρφωση ψηφιακής πολιτιστικής κοινότητας (Γκαντζιάς, 2020).

Επιπλέον, σημαντικός στόχος είναι η ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ πολιτιστικών φορέων, συλλόγων και τοπικών οργανισμών. Η συνεργασία συμβάλλει στη συγκέντρωση πόρων, στην ανταλλαγή τεχνογνωσίας και στην ανάπτυξη κοινών δράσεων (Byrnes, 2014), ενισχύοντας τη βιωσιμότητα του φεστιβάλ.

Ένας επιπλέον στόχος αφορά τη διαμόρφωση ισχυρής πολιτιστικής ταυτότητας και αναγνωρισιμότητας. Η μακροχρόνια παρουσία των «Καραϊσκακείων» έχει συμβάλει στη σταθερή πολιτιστική εικόνα της Καρδίτσας, ενισχύοντας τη θέση του φεστιβάλ στον πολιτιστικό χώρο.

Παράλληλα, το φεστιβάλ επιτελεί σημαντική κοινωνική λειτουργία, καθώς προωθεί την ισότιμη πρόσβαση στον πολιτισμό και την κοινωνική ένταξη. Η πολιτιστική συμμετοχή ανεξαρτήτως κοινωνικών χαρακτηριστικών αποτελεί βασική αρχή της σύγχρονης πολιτιστικής πολιτικής (Ζορμπά, 2014). Στο 58^ο Φεστιβάλ Καραϊσκάκεια συμμετείχαν παιδιά με ειδικές ανάγκες και έδειξαν ότι ο χορός και η συμμετοχή σε ένα φεστιβάλ είναι για όλους (<https://www.enpolis.gr>).

Τέλος, ιδιαίτερη σημασία δίνεται στη βιωσιμότητα του θεσμού. Η εξασφάλιση πόρων, οι χορηγίες και ο στρατηγικός σχεδιασμός αποτελούν προϋποθέσεις για τη συνέχιση και εξέλιξη του φεστιβάλ (Γκαντζιάς, 2020).

Συνολικά, οι στόχοι του Φεστιβάλ «Καραϊσκάκεια» διαμορφώνουν ένα πολυδιάστατο πλαίσιο πολιτιστικής δράσης που συνδυάζει πολιτιστική διατήρηση, κοινωνική συμμετοχή, εκπαίδευση, τουριστική ανάπτυξη και διεθνή συνεργασία. Το φεστιβάλ λειτουργεί ως θεσμός πολιτιστικής ανάπτυξης και κοινωνικής συνοχής, συμβάλλοντας ουσιαστικά στην ενίσχυση της πολιτιστικής ζωής της περιοχής.

6.3. Ο τρόπος προσέγγισης του κοινού

Η προσέγγιση του κοινού αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους άξονες της επικοινωνιακής πολιτικής κάθε πολιτιστικού οργανισμού και ιδιαίτερα των πολιτιστικών φεστιβάλ, τα οποία βασίζονται στη συνεχή αλληλεπίδραση με την κοινωνία και τη συμμετοχή των πολιτών. Στη σύγχρονη πολιτιστική διαχείριση, το κοινό δεν αντιμετωπίζεται ως παθητικός αποδέκτης πολιτιστικών προϊόντων, αλλά ως ενεργό και συμμετοχικό στοιχείο της πολιτιστικής διαδικασίας, το οποίο συμβάλλει στη διαμόρφωση της συνολικής εμπειρίας της εκδήλωσης (Kotler, Kotler & Kotler, 2008). Για τον λόγο αυτό, η αποτελεσματική προσέγγιση προϋποθέτει ολοκληρωμένες στρατηγικές επικοινωνίας που λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες, τα χαρακτηριστικά και τις πολιτισμικές ιδιαιτερότητες των διαφορετικών ομάδων πληθυσμού. Η ανάπτυξη σχέσεων μεταξύ πολιτιστικών οργανισμών και κοινού αποτελεί βασικό στοιχείο της σύγχρονης πολιτιστικής πολιτικής και της πολιτιστικής διαχείρισης (Γκαντζιάς, 2020). Στην περίπτωση του Φεστιβάλ Καρδίτσας «Καραϊσκάκεια», η προσέγγιση του κοινού βασίζεται στη σύνδεση του θεσμού με την τοπική κοινωνία, την παράδοση και τη

συλλογική πολιτισμική μνήμη. Το φεστιβάλ επιδιώκει να δημιουργήσει σχέση συναισθηματικής και πολιτισμικής ταύτισης με το κοινό, προβάλλοντας στοιχεία της ελληνικής λαϊκής παράδοσης, της μουσικής, του χορού και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η στρατηγική αυτή συμβάλλει στη διαμόρφωση ισχυρού πολιτιστικού χαρακτήρα, που διαφοροποιεί το φεστιβάλ από άλλες διοργανώσεις και ενισχύει τη βιωσιμότητά του. Η σύνδεση πολιτιστικής ταυτότητας και πολιτιστικής προβολής αποτελεί βασικό στοιχείο της πολιτιστικής στρατηγικής των οργανισμών (Γκαντζιάς, 2020). Στο πλαίσιο των παράλληλων εκδηλώσεων στα «Καραϊσκάκεια 2026» έχει



Εικ. 9.: Αφίσα από την εκδήλωση της παρουσίασης της παραδοσιακής караγκούνικης φορεσιάς **Πηγή:** <https://www.facebook.com/enpoliskht>

διοργανωθεί και η παρουσίαση της παραδοσιακής караγκούνικης φορεσιάς, ώστε να τη γνωρίσει το ευρύτερο κοινό τα ξένα συγκροτήματα που συμμετέχουν στο φεστιβάλ και να αναγνωρίσουν ποιος είναι ρόλος της για να διατηρηθεί η λαϊκή παράδοση και η ταυτότητα των θεσσαλών Καραγκούνηδων.

Μέσα από αυτές τις εκδηλώσεις δίνεται έμφαση τόσο στη διατήρηση του υπάρχοντος κοινού όσο και στην προσέλκυση νέων επισκεπτών. Η διαδικασία αυτή απαιτεί συνεχή ανανέωση των επικοινωνιακών πρακτικών και προσαρμογή στις κοινωνικές και τεχνολογικές εξελίξεις. Όπως αναφέρει ο Μπαντιμαρούδης (2011), οι πολιτιστικοί οργανισμοί οφείλουν να

αξιοποιούν σύγχρονες μορφές επικοινωνίας και προώθησης, ώστε να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του κοινού και να ενισχύουν τη συμμετοχικότητα. Με γνώμονα αυτή την στρατηγική, το φεστιβάλ χρησιμοποιεί τόσο παραδοσιακά μέσα (έντυπο υλικό, αφίσες, τοπικά μέσα ενημέρωσης, ραδιοφωνικές αναφορές) όσο και ψηφιακές πλατφόρμες και μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η αξιοποίηση σύγχρονων επικοινωνιακών πρακτικών συνδέεται άμεσα με τον ψηφιακό μετασχηματισμό των πολιτιστικών οργανισμών (Γκαντζιάς, 2020).

Η χρήση ψηφιακών μέσων αποτελεί πλέον βασικό εργαλείο προσέγγισης του κοινού, καθώς επιτρέπει άμεση διάχυση πληροφοριών, προβολή του προγράμματος και διαδραστική επικοινωνία. Μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα, το Φεστιβάλ «Καραϊσκάκεια» προσεγγίζει διαφορετικές ηλικιακές ομάδες, ενισχύει την

αναγνωρισιμότητά του και δημιουργεί ένα ψηφιακό πολιτιστικό δίκτυο. Παράλληλα, η διαδικτυακή προβολή διευρύνει το κοινό πέρα από τα γεωγραφικά όρια, ενισχύοντας τον πολιτιστικό τουρισμό και την εξωστρέφεια (Castells, 2010). Η αξιοποίηση των ψηφιακών τεχνολογιών και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης θεωρείται βασικό στοιχείο ανάπτυξης της σύγχρονης πολιτιστικής επικοινωνίας (Γκαντζιάς, 2020).

Επιπλέον, η προσέγγιση του κοινού συνδέεται με τη δημιουργία πολιτιστικών εμπειριών. Οι σύγχρονες διοργανώσεις δεν περιορίζονται στην παρουσίαση δράσεων, αλλά επιδιώκουν βιωματική εμπειρία και συναισθηματική σύνδεση με το γεγονός. Σύμφωνα με τους Pine και Gilmore (1999), η «οικονομία της εμπειρίας» επηρεάζει τον σχεδιασμό των πολιτιστικών δράσεων, δίνοντας έμφαση στη συμμετοχή, στη διάδραση και στη δημιουργία αναμνήσεων. Το Φεστιβάλ «Καραϊσκάκεια» αξιοποιεί παραδοσιακή μουσική, χορούς και πολιτιστικές ανταλλαγές για τη δημιουργία συλλογικής εμπειρίας. Η πολιτιστική εμπειρία και η συμμετοχικότητα αποτελούν σημαντικούς παράγοντες διαμόρφωσης πολιτιστικής αξίας.

Παράλληλα, η πολιτιστική συμμετοχή αποτελεί βασικό άξονα. Οι πολιτιστικοί οργανισμοί οφείλουν να προωθούν την κοινωνική ένταξη και την ισότιμη πρόσβαση στον πολιτισμό (Ζορμπά, 2014). Στο πλαίσιο αυτό, το φεστιβάλ προσεγγίζει ευρύ και πολυσυλλεκτικό κοινό, ενισχύοντας τη συμμετοχή τοπικών συλλόγων, αλλά και επισκεπτών από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Η πολιτιστική πολιτική συνδέεται άμεσα με την κοινωνική συνοχή και τη διεύρυνση της συμμετοχής στον πολιτισμό (Γκαντζιάς, 2020).

Η ανάπτυξη σχέσεων εμπιστοσύνης με το κοινό αποτελεί κρίσιμο παράγοντα βιωσιμότητας. Η συνέπεια, η ποιότητα των εκδηλώσεων και η σωστή εξυπηρέτηση ενισχύουν τη θετική εικόνα του φεστιβάλ και συμβάλλουν στη δημιουργία πιστού κοινού. Σύμφωνα με τους Alnasser και Yi (2023), οι πολιτιστικοί οργανισμοί εφαρμόζουν στρατηγικές ανάπτυξης κοινού που στοχεύουν όχι μόνο στην προσέλκυση επισκεπτών, αλλά και στην ενίσχυση της μακροχρόνιας σχέσης και αλληλεπίδρασης με το κοινό, μέσω συμμετοχής, επικοινωνίας και δημιουργίας θετικής εμπειρίας.

Παράλληλα, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν οι συνεργασίες με τοπικούς φορείς, εκπαιδευτικά ιδρύματα, πολιτιστικούς συλλόγους και χορηγούς. Οι συνεργασίες αυτές ενισχύουν την κοινωνική απήχηση και διευρύνουν το δίκτυο επικοινωνίας του φεστιβάλ, ενισχύοντας τον κοινωνικό και πολιτιστικό του ρόλο. Η ανάπτυξη συνεργασιών και χορηγικών σχέσεων αποτελεί βασικό εργαλείο πολιτιστικής ανάπτυξης και βιωσιμότητας (Γκαντζιάς, 2020).

Συνολικά, ο τρόπος προσέγγισης του κοινού στο Φεστιβάλ Καρδίτσας «Καραϊσκάκεια» βασίζεται σε μια πολυδιάστατη στρατηγική που συνδυάζει παράδοση και σύγχρονες μορφές επικοινωνίας. Η αξιοποίηση της πολιτιστικής ταυτότητας, η ενίσχυση της συμμετοχικότητας, η χρήση ψηφιακών μέσων και η δημιουργία βιωματικών εμπειριών αποτελούν βασικά στοιχεία για τη διατήρηση της δυναμικής του φεστιβάλ και την ενίσχυση της σχέσης του με το κοινό. Μέσα από αυτή τη διαδικασία, το φεστιβάλ λειτουργεί όχι μόνο ως πολιτιστική εκδήλωση, αλλά και ως φορέας πολιτιστικής συνοχής, κοινωνικής συμμετοχής και τοπικής ανάπτυξης.

6.4. Σύγκριση με άλλα φεστιβάλ

Η συγκριτική μελέτη πολιτιστικών φεστιβάλ αποτελεί ένα ιδιαίτερα σημαντικό εργαλείο για την κατανόηση της λειτουργίας, της επικοινωνιακής πολιτικής, της οργανωτικής δομής και της πολιτιστικής συμβολής ενός θεσμού σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο. Στο πλαίσιο αυτό, η ανάλυση του Φεστιβάλ Καρδίτσας «Καραϊσκάκεια» σε σύγκριση με άλλα σημαντικά ελληνικά και ξένα φεστιβάλ προσφέρει τη δυνατότητα να αναδειχθούν τόσο τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του όσο και οι ομοιότητες ή διαφοροποιήσεις του ως προς τη στρατηγική ανάπτυξης, την πολιτιστική ταυτότητα, την προσέγγιση του κοινού και την αξιοποίηση της επικοινωνίας.

Σε ένα γενικότερο θεωρητικό πλαίσιο, τα πολιτιστικά φεστιβάλ αποτελούν πλέον βασικούς μηχανισμούς πολιτιστικής ανάπτυξης και περιφερειακής προβολής. Σύμφωνα με τον Getz (2008; 2010), τα φεστιβάλ λειτουργούν ως πολιτιστικοί θεσμοί που συμβάλλουν όχι μόνο στην ψυχαγωγία του κοινού, αλλά και στην κοινωνική συνοχή, στην πολιτιστική έκφραση και στην οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών. Παράλληλα, οι Richards και Palmer (2010) υποστηρίζουν ότι τα πολιτιστικά γεγονότα αποτελούν σημαντικά εργαλεία πολιτιστικής πολιτικής και αστικής ανάπτυξης, καθώς συμβάλλουν στη διαμόρφωση πολιτιστικής ταυτότητας και στην ενίσχυση της τουριστικής εικόνας μιας περιοχής. Επιπλέον, η βιβλιογραφία επισημαίνει ότι τα φεστιβάλ συνδέονται άμεσα με ευρύτερες διαδικασίες πολιτιστικής διακυβέρνησης και τοπικής ανάπτυξης (Quinn, 2005).

Με βάση αυτή τη θεωρητική προσέγγιση, η ανάλυση στρέφεται ειδικότερα στην περίπτωση των «Καραϊσκακείων». Το Φεστιβάλ Καρδίτσας «Καραϊσκάκεια» αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους πολιτιστικούς θεσμούς της Θεσσαλίας και συνδέεται άμεσα με τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, της παράδοσης και της λαϊκής

πολιτιστικής έκφρασης. Ο θεσμός έχει αποκτήσει διαχρονικό χαρακτήρα, καθώς φιλοξενεί πολιτιστικά συγκροτήματα από την Ελλάδα και το εξωτερικό, ενισχύοντας τη διαπολιτισμική επικοινωνία και τη διεθνή πολιτιστική συνεργασία. Η διοργάνωση του φεστιβάλ βασίζεται σε στοιχεία πολιτιστικής αυθεντικότητας και τοπικής ταυτότητας, γεγονός που του προσδίδει ιδιαίτερη φυσιογνωμία.



Εικ. 10.: Από το Διεθνές Φολκλόρ Φεστιβάλ της Ζακοπάνε **Πηγή:** <https://www.zakopane.pl/en/tourist-area/culture-and-art/festivals/international-festival-of-highland-folklore-in-zakopane>

Σύμφωνα με τον Γκαντζιά (2020), η πολιτιστική πολιτική των σύγχρονων πολιτιστικών οργανισμών οφείλει να στηρίζεται σε στρατηγικές που ενισχύουν την πολιτιστική ταυτότητα, τη βιωσιμότητα και τη σύνδεση με την τοπική κοινωνία. Το στοιχείο αυτό είναι ιδιαίτερα εμφανές στα Καραϊσκάκεια, καθώς το φεστιβάλ δεν περιορίζεται στην πραγματοποίηση πολιτιστικών

εκδηλώσεων, αλλά επιδιώκει να αναδείξει την ιστορική και πολιτισμική φυσιογνωμία της περιοχής της Καρδίτσας. Σε επίπεδο σύγκρισης με διεθνή φολκλορικά φεστιβάλ, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το Διεθνές Φολκλόρ Φεστιβάλ της Ζακοπάνε στην Πολωνία (International Festival of Mountain Folklore). Πρόκειται για έναν διεθνώς αναγνωρισμένο πολιτιστικό θεσμό που επικεντρώνεται στη διατήρηση και την προβολή της παράδοσης και της πολιτιστικής κληρονομιάς των ορεινών λαών (<https://www.zakopane.pl/>). Όπως και τα Καραϊσκάκεια έτσι και αυτό το φεστιβάλ επιδιώκει την διατήρηση της πολιτιστικής αυθεντικότητας και συνδέει την τοπική κοινωνία με τη λαϊκή παράδοση μέσα από την συμμετοχή πολιτιστικών συγκροτημάτων από διαφορετικές χώρες.

Παράλληλα και οι δύο διοργανώσεις έχουν ως σκοπό να αξιοποιήσουν τη διαπολιτισμική επικοινωνία που είναι ένα βασικό στοιχείο της πολιτιστικής στρατηγικής τους. Με το να συμμετέχουν διεθνής αποστολές ενισχύουν την πολιτιστική ανταλλαγή και δημιουργούν συνθήκες συνεργασίας μεταξύ των διαφορετικών πολιτισμών. Η στρατηγική επικοινωνίας και η πολιτιστική προβολή αποτελούν βασικούς άξονες πολιτιστικής διαχείρισης ειδικά όταν οι διαχειριστές έχουν ψηφιακές δεξιότητες (Γκαντζιάς, 2020).

Υπάρχουν όμως και διαφοροποιήσεις ανάμεσα σε στις δύο διοργανώσεις. Η αναγνωρισιμότητα του φεστιβάλ της Ζακοπάνε είναι πολύ μεγαλύτερη διεθνώς και διαθέτει πιο αναπτυγμένη τουριστική αξιοποίηση καθώς υποστηρίζεται από πολύ πιο ισχυρές πολιτιστικές και κρατικές δομές. Αντίθετα τα Καραϊσκάκεια στηρίζονται περισσότερο στην τοπική κοινωνία και στον εθελοντισμό. Αυτό είναι ένα στοιχείο που μπορεί να ενισχύσει το συμμετοχικό χαρακτήρα της διοργάνωσης. Όμως και τα δυο φεστιβάλ μπορούν και αξιοποιούν την παράδοση, την τοπική ανάπτυξη και έχουν μια προβολή διεθνή.



Εικ. 11.: Από το Διεθνές Φολκλόρ Φεστιβάλ της Lorient της Γαλλίας **Πηγή:** <https://www.visit-lorient-brittany.com/unmissable/lorient-festival->

Ένα άλλο φολκλορικό φεστιβάλ είναι το Festival Interceltique de Lorient της Γαλλίας, που πραγματοποιείται από το 1971 στην Βρετάνη. Συγκεντρώνει κάθε χρόνο χιλιάδες επισκέπτες και πολλά πολιτιστικά συγκροτήματα από διάφορες χώρες του κόσμου. Επικεντρώνεται και αυτό στην λαϊκή παράδοση, τη μουσική και το χορό, αλλά και την

διαπολιτισμική επικοινωνία των κελτικών λαών. Μπορούν να συγκριθούν και τα δύο αυτά φεστιβάλ γιατί βασίζονται στην παραδοσιακή πολιτιστική κληρονομιά, αξιοποιούν διεθνή συγκροτήματα συνδέονται έντονα με την τοπική πολιτιστική ταυτότητα, προωθούν την διαπολιτισμική ανταλλαγή και λειτουργούν ως μηχανισμοί πολιτιστικού τουρισμού και περιφερειακής ανάπτυξης (<https://www.visit-lorient-brittany.com/unmissable/lorient-festival-interceltique/>).

Και τα δύο αυτά φεστιβάλ έχουν ως στόχο την διατήρηση της πολιτιστικής αυθεντικότητας και συνδέουν την πολιτιστική δράση με την τοπική ταυτότητα και την ιστορική μνήμη. Το γαλλικό φεστιβάλ έχει μια ιδιαίτερη αναπτυγμένη στρατηγική πολιτιστικού μάρκετινγκ και διεθνούς προβολής, γιατί αξιοποιεί ψηφιακές πλατφόρμες, διεθνή δίκτυα και ένα οπτικοακουστικό υλικό. Αυτά ενισχύουν την πολιτιστική επικοινωνία και τη βιωσιμότητα των φεστιβάλ πράγμα που θα μπορούσε και το φεστιβάλ Καραϊσκάκεια να το αξιοποιήσει περαιτέρω.



Εικ. 12.: Από το Φεστιβάλ Χορού Καλαμάτας
Πηγή:
<https://www.kalamata.gr/el/enimerosi/news/29758-32o-diethnes-festival-xoroy-kalamatas-17-26-iouliou-2026-afieromeno-stin-mageia-tis-texnis-tou-xoroy>

Αντίστοιχα, το Διεθνές Φεστιβάλ Χορού Καλαμάτας (<https://www.kalamata.gr>) παρουσιάζει ομοιότητες με τα Καραϊσκάκεια ως προς τη συμβολή του στην πολιτιστική αποκέντρωση και στην περιφερειακή ανάπτυξη. Παρότι το καλλιτεχνικό αντικείμενο των δύο φεστιβάλ είναι διαφορετικό, και οι δύο διοργανώσεις λειτουργούν ως σημαντικοί πολιτιστικοί

θεσμοί της ελληνικής περιφέρειας. Επιπλέον, επιδιώκουν τη σύνδεση της τοπικής κοινωνίας με διεθνή πολιτιστικά δίκτυα και ενισχύουν την πολιτιστική εξωστρέφεια των περιοχών στις οποίες πραγματοποιούνται.

Η περιφερειακή διάσταση των πολιτιστικών φεστιβάλ είναι ιδιαίτερα σημαντική, καθώς συμβάλλει στην πολιτιστική και οικονομική ανάπτυξη τοπικών κοινωνιών που συχνά βρίσκονται εκτός των μεγάλων αστικών κέντρων. Σύμφωνα με τη Μπιτσάνη (2008), οι πολιτιστικές εκδηλώσεις μπορούν να λειτουργήσουν ως μοχλός τοπικής ανάπτυξης, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας, ενισχύοντας την τοπική οικονομία και βελτιώνοντας την τουριστική εικόνα μιας περιοχής. Η διάσταση αυτή είναι εμφανής τόσο στα Καραϊσκάκεια όσο και σε άλλα περιφερειακά φεστιβάλ,



Εικ. 13.: Από το Φεστιβάλ Ολύμπου
Πηγή:
<https://festivalolympou.gr/el/ana-koinoseis/parousiasi-kallitechnikou-programmatos-2026/>

όπως το Φεστιβάλ Ολύμπου (<https://festivalolympou.gr/el/>). Η σύνδεση πολιτισμού και τοπικής ανάπτυξης αποτελεί βασικό στοιχείο της πολιτιστικής πολιτικής των περιφερειακών οργανισμών.

Το Φεστιβάλ Ολύμπου, το οποίο πραγματοποιείται στην Πιερία, παρουσιάζει σημαντικές ομοιότητες με τα Καραϊσκάκεια ως προς τη σύνδεση του πολιτισμού με την τοπική ιστορία και τη γεωγραφική ταυτότητα της περιοχής. Και στις δύο περιπτώσεις, το φυσικό και ιστορικό περιβάλλον αξιοποιείται ως στοιχείο πολιτιστικής προβολής και διαφοροποίησης. Παράλληλα, τα δύο φεστιβάλ επιχειρούν να συνδέσουν την τοπική παράδοση με σύγχρονες μορφές πολιτιστικής έκφρασης, προσελκύοντας τόσο το τοπικό όσο και το ευρύτερο κοινό.

Σημαντική παράμετρος στη σύγκριση των πολιτιστικών φεστιβάλ αποτελεί και ο τρόπος προσέγγισης του κοινού. Οι σύγχρονοι πολιτιστικοί οργανισμοί καλούνται να ανταποκριθούν σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο επικοινωνιακό και κοινωνικό περιβάλλον, στο οποίο το κοινό εμφανίζεται περισσότερο απαιτητικό και ενεργό. Σύμφωνα με τον Μπαντιμαρούδη (2011), η πολιτιστική επικοινωνία δεν περιορίζεται μόνο στην προβολή ενός πολιτιστικού προϊόντος, αλλά περιλαμβάνει τη δημιουργία σχέσης ανάμεσα στον οργανισμό και στο κοινό. Η διατήρηση σχέσεων εμπιστοσύνης με το κοινό αποτελεί κρίσιμο στοιχείο πολιτιστικής διοίκησης (Γκαντζιάς, 2020).

Στην περίπτωση των Καραϊσκακείων, η επικοινωνιακή πολιτική στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στη διατήρηση της πολιτιστικής ταυτότητας και στη σύνδεση με την τοπική κοινωνία. Το φεστιβάλ απευθύνεται τόσο σε κατοίκους της περιοχής όσο και σε επισκέπτες από άλλες περιοχές της Ελλάδας και του εξωτερικού. Αντίστοιχα, φεστιβάλ όπως το River Party (<https://riverparty.net/>) βασίζονται περισσότερο σε ένα νεανικό και ψυχαγωγικό μοντέλο προσέγγισης κοινού, με έντονη χρήση ψηφιακών μέσων επικοινωνίας και εμπορικής προβολής.



Εικ. 14.: Από το Φεστιβάλ River Party **Πηγή:** <https://riverparty.net/category/photos/>

Η διαφοροποίηση αυτή καταδεικνύει ότι κάθε πολιτιστικό φεστιβάλ διαμορφώνει τη δική του επικοινωνιακή στρατηγική ανάλογα με την πολιτιστική φυσιογνωμία, το κοινό-στόχο και τους στόχους της διοργάνωσης. Σύμφωνα με τους Δημητριάδη και Τζωρτζάκη (2010), η αποτελεσματική στρατηγική επικοινωνίας απαιτεί προσαρμογή στα χαρακτηριστικά του κοινού, στα διαθέσιμα μέσα και στις δυνατότητες του οργανισμού. Η προσαρμογή των επικοινωνιακών στρατηγικών στις ανάγκες του κοινού αποτελεί βασική αρχή της πολιτιστικής επικοινωνίας, ειδικά όταν το πολιτιστικό προϊόν παρουσιάζεται και στην φυσική του, αλλά και ψηφιακή διάσταση (Γκαντζιάς, 2020).

Επιπλέον, η αξιοποίηση της ψηφιακής τεχνολογίας αποτελεί πλέον βασικό στοιχείο επιτυχίας για τα σύγχρονα φεστιβάλ. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι διαδικτυακές πλατφόρμες επιτρέπουν την άμεση επικοινωνία με το κοινό και την ενίσχυση της συμμετοχικότητας (Castells, 2010). Τα Καραϊσκάκεια έχουν

ενσωματώσει ψηφιακά εργαλεία επικοινωνίας, αν και εξακολουθούν να υπάρχουν περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης σε επίπεδο διεθνούς προβολής. Η χρήση ψηφιακών τεχνολογιών και κοινωνικών δικτύων ενισχύει τη δυναμική των πολιτιστικών οργανισμών και τη σχέση τους με το κοινό (Γκαντζιάς, 2020).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει και η οικονομική διάσταση των φεστιβάλ. Η βιωσιμότητα των πολιτιστικών οργανισμών εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη δυνατότητα εξασφάλισης οικονομικών πόρων, χορηγιών και συνεργασιών. Σύμφωνα με τον Γκαντζιά (2020), η πολιτιστική διοίκηση συνδέεται με τη στρατηγική διαχείριση πόρων και την ανάπτυξη συνεργασιών στο πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Τα μεγάλα πολιτιστικά φεστιβάλ, όπως το Φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου, διαθέτουν περισσότερους πόρους μέσω κρατικής και ιδιωτικής χρηματοδότησης, ενώ περιφερειακά φεστιβάλ, όπως τα Καραϊσκάκεια, βασίζονται περισσότερο σε τοπική στήριξη και εθελοντισμό.

Η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας αποτελεί επίσης κρίσιμο παράγοντα επιτυχίας. Σύμφωνα με τους Richards και Palmer (2010), τα φεστιβάλ λειτουργούν ως χώροι κοινωνικής συνάντησης και συλλογικής εμπειρίας, ενισχύοντας τη σύνδεση των πολιτών με την πολιτιστική ζωή.

Αντίστοιχα, σε φεστιβάλ με περισσότερο εμπορικό χαρακτήρα, η σχέση με την τοπική κοινωνία μπορεί να είναι πιο περιορισμένη, γεγονός που αναδεικνύει τις διαφορετικές στρατηγικές των πολιτιστικών οργανισμών.

Επιπρόσθετα, η πολιτιστική αυθεντικότητα αποτελεί βασικό στοιχείο διαφοροποίησης. Τα Καραϊσκάκεια διατηρούν έντονο το στοιχείο της παράδοσης και της λαϊκής πολιτιστικής έκφρασης, ενισχύοντας τη διαπολιτισμική ανταλλαγή μέσω της συμμετοχής ξένων συγκροτημάτων.

Σύμφωνα με τον Hooper-Greenhill (1994), η πολιτιστική εμπειρία δεν περιορίζεται στην παρακολούθηση, αλλά περιλαμβάνει ενεργή συμμετοχή και παραγωγή νοημάτων από το κοινό. Στο πλαίσιο αυτό, τα Καραϊσκάκεια προσφέρουν μια βιωματική εμπειρία που συνδέεται με την ιστορία και την τοπική ταυτότητα. Η βιωματική διάσταση της πολιτιστικής εμπειρίας αποτελεί σημαντικό παράγοντα ενίσχυσης της πολιτιστικής συμμετοχής (Γκαντζιάς, 2020).

Αναφορικά με την οργανωτική δομή, τα σύγχρονα πολιτιστικά φεστιβάλ απαιτούν επαγγελματικό σχεδιασμό και αποτελεσματική διοίκηση. Σύμφωνα με τον Byrnes (2014), η επιτυχία ενός πολιτιστικού οργανισμού εξαρτάται από τον συντονισμό ανθρώπινου δυναμικού και πόρων. Τα Καραϊσκάκεια παρουσιάζουν

επαγγελματική οργάνωση, με σημαντική συμβολή εθελοντών, στοιχείο που απαντάται συχνά σε περιφερειακές διοργανώσεις (Mangset, 2020). Η αποτελεσματική οργάνωση και η αξιοποίηση ανθρώπινου δυναμικού αποτελούν βασικές προϋποθέσεις βιωσιμότητας των πολιτιστικών οργανισμών.

Συνολικά, η συγκριτική ανάλυση των Καραϊσκακείων με άλλα πολιτιστικά φεστιβάλ αναδεικνύει ότι κάθε διοργάνωση διαμορφώνει τη δική της ιδιαίτερη πολιτιστική και επικοινωνιακή φυσιογνωμία. Παρά τις διαφοροποιήσεις, κοινός στόχος παραμένει η προώθηση του πολιτισμού, η ενίσχυση της πολιτιστικής συμμετοχής και η ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας.

Τα Καραϊσκάκεια, μέσα από τη διατήρηση της πολιτιστικής παράδοσης, τη σύνδεση με την τοπική κοινωνία και την ανάπτυξη διεθνών συνεργασιών, αποτελούν έναν σημαντικό πολιτιστικό θεσμό της ελληνικής περιφέρειας, αναδεικνύοντας τη σημασία της στρατηγικής επικοινωνίας και της πολιτιστικής διαχείρισης για τη βιωσιμότητα των σύγχρονων φεστιβάλ.

Κεφάλαιο 7. Προτάσεις

7.1. Προτάσεις αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών και ενίσχυσης της προσβασιμότητας στο Φεστιβάλ Καραϊσκάκεια

Η ανάπτυξη αποτελεσματικής επικοινωνιακής στρατηγικής αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επιτυχία των πολιτιστικών οργανισμών και ιδιαίτερα των πολιτιστικών φεστιβάλ, τα οποία λειτουργούν σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο κοινωνικό και τεχνολογικό περιβάλλον. Η επικοινωνία δεν περιορίζεται μόνο στην προβολή των δράσεων, αλλά συνδέεται άμεσα με τη δημιουργία σχέσεων με το κοινό, τη διαμόρφωση πολιτιστικής ταυτότητας και την ενίσχυση της συμμετοχικότητας (Μπαντιμαρούδης, 2011). Η αποτελεσματικότητα μιας πολιτιστικής διοργάνωσης εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από τον τρόπο με τον οποίο συνδυάζονται τα διαθέσιμα επικοινωνιακά μέσα και τα κανάλια προβολής (Hill, O'Sullivan & O'Sullivan, 2018).

Στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον, οι πολιτιστικοί οργανισμοί αξιοποιούν ολοένα και περισσότερο τόσο τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, όσο και τα ψηφιακά μέσα επικοινωνίας, προκειμένου να ενισχύσουν την προβολή και την αναγνωρισιμότητά τους. Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, των ηλεκτρονικών πλατφορμών, των διαδικτυακών μεταδόσεων και του πολυμεσικού περιεχομένου συμβάλλει σημαντικά στη διεύρυνση του κοινού και στην ανάπτυξη αμφίδρομης επικοινωνίας με τους θεατές (Walter, 2015). Παράλληλα, η ύπαρξη οργανωμένου δικτύου επικοινωνίας επιτρέπει την αποτελεσματικότερη προώθηση των πολιτιστικών δράσεων και τη διαμόρφωση ισχυρότερης σχέσης ανάμεσα στον οργανισμό και το κοινό του (Αθανασοπούλου, 2003).

Στην περίπτωση του Φεστιβάλ Καραϊσκάκεια, η επικοινωνιακή πολιτική βασίζεται ήδη σε ένα συνδυασμό παραδοσιακών και ψηφιακών μορφών προβολής, όπως δελτία τύπου, αφίσες, έντυπο υλικό, δημοσιεύσεις στον τύπο, ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές αναφορές, καθώς και αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η χρήση των ψηφιακών εργαλείων έχει συμβάλει στην ενίσχυση της εξωστρέφειας του φεστιβάλ και στη διεύρυνση της επικοινωνίας του με το κοινό. Παράλληλα, η αξιοποίηση πρακτικών ψηφιακού μετασχηματισμού δημιουργεί τις προϋποθέσεις για αναβάθμιση της πολιτιστικής εμπειρίας και βελτίωση της αλληλεπίδρασης με τους επισκέπτες (Micheli, 2020).

Ωστόσο, παρά τη σημαντική πρόοδο που παρατηρείται στην ψηφιακή επικοινωνία των πολιτιστικών οργανισμών, συχνά απουσιάζουν πρακτικές που να

ενισχύουν ουσιαστικά τη συμπερίληψη και την προσβασιμότητα ατόμων με αναπηρία στις πολιτιστικές δράσεις. Η ισότιμη πρόσβαση στον πολιτισμό αποτελεί βασική αρχή της σύγχρονης πολιτιστικής πολιτικής και συνδέεται με την ανάγκη δημιουργίας πολιτιστικών εμπειριών που να απευθύνονται σε όλες τις κοινωνικές ομάδες (Ζορμπά, 2014). Για τον λόγο αυτό, κρίνεται σημαντικό να ενισχυθεί η αξιοποίηση ψηφιακών τεχνολογιών που θα επιτρέπουν τη συμμετοχή ατόμων με προβλήματα ακοής στις δράσεις του φεστιβάλ.

Μία βασική πρόταση αφορά τη δημιουργία εξειδικευμένων ψηφιακών εφαρμογών και πλατφορμών που να υποστηρίζουν την προσβασιμότητα των κωφών και βαρήκοων ατόμων στις εκδηλώσεις του φεστιβάλ. Η ανάπτυξη εφαρμογών με δυνατότητα υποτιτλισμού, οπτικοποίησης της μουσικής και παροχής διερμηνείας στη νοηματική γλώσσα, μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στη βελτίωση της πολιτιστικής εμπειρίας των συγκεκριμένων ομάδων κοινού. Οι εφαρμογές αυτές θα μπορούσαν να είναι διαθέσιμες μέσω κινητών τηλεφώνων ή tablets, επιτρέποντας την άμεση πρόσβαση σε πληροφορίες και υποστηρικτικό περιεχόμενο κατά τη διάρκεια των εκδηλώσεων.

Ιδιαίτερα σημαντική θεωρείται επίσης η αξιοποίηση των διαδικτυακών μεταδόσεων (livestreaming), τις οποίες ήδη χρησιμοποιεί το φεστιβάλ για την προβολή των δράσεων του. Η ζωντανή μετάδοση των εκδηλώσεων μπορεί να ενσωματώσει υπότιτλους σε πραγματικό χρόνο, καθώς και παράλληλη μετάφραση στη νοηματική γλώσσα, ενισχύοντας σημαντικά την προσβασιμότητα και τη δυνατότητα συμμετοχής ατόμων με προβλήματα ακοής.

Παράλληλα, ιδιαίτερες δυνατότητες παρουσιάζει η χρήση τεχνολογιών Εικονικής Πραγματικότητας (Virtual Reality – VR) και Επαυξημένης Πραγματικότητας (Augmented Reality – AR). Οι τεχνολογίες αυτές μπορούν να προσφέρουν νέες μορφές πολιτιστικής εμπειρίας, βασισμένες στη διάδραση, στην εμπύθιση και στη συμμετοχικότητα. Μέσω των εφαρμογών VR και AR, οι θεατές μπορούν να λαμβάνουν οπτικές πληροφορίες για τη μουσική, την κίνηση, τον ρυθμό και το περιεχόμενο της παράστασης, γεγονός που καθιστά την εμπειρία περισσότερο κατανοητή και βιωματική για τα άτομα με προβλήματα ακοής.

Η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών δεν αφορά μόνο την ενίσχυση της προσβασιμότητας, αλλά μπορεί να λειτουργήσει και ως εργαλείο προσέλκυσης νέων ομάδων κοινού, ιδιαίτερα νεαρών ηλικιών που παρουσιάζουν αυξημένο ενδιαφέρον για τις ψηφιακές και διαδραστικές μορφές ψυχαγωγίας. Με τον τρόπο αυτό, το φεστιβάλ

μπορεί να συνδέσει την παράδοση με την καινοτομία, δημιουργώντας ένα σύγχρονο και περισσότερο εξωστρεφές πολιτιστικό προφίλ.

Η επιλογή των τεχνολογιών Εικονικής Πραγματικότητας (Virtual Reality – VR) και Επαυξημένης Πραγματικότητας (Augmented Reality – AR) ως προτεινόμενων εργαλείων για την ενίσχυση της επικοινωνιακής πολιτικής του Φεστιβάλ Καραϊσκάκεια βασίζεται κυρίως στις δυνατότητες που προσφέρουν ως προς τη δημιουργία διαδραστικών και βιωματικών πολιτιστικών εμπειριών. Οι τεχνολογίες αυτές αποτελούν σύγχρονες μορφές ψηφιακής καινοτομίας, οι οποίες μπορούν να προσαρμοστούν στις ιδιαίτερες ανάγκες διαφορετικών ομάδων κοινού και να ενισχύσουν την πολιτιστική συμμετοχή.

Η αξιοποίηση των VR και AR επιτρέπει τη δημιουργία μιας περισσότερο πολυαισθητηριακής εμπειρίας παρακολούθησης, μέσα από την οποία ο θεατής δεν λειτουργεί ως παθητικός αποδέκτης του πολιτιστικού προϊόντος, αλλά συμμετέχει ενεργά στη διαδικασία πρόσληψης και κατανόησης της πολιτιστικής δράσης. Η αλληλεπίδραση με το ψηφιακό περιβάλλον ενισχύει την αισθητική εμπειρία και δημιουργεί μεγαλύτερη συναισθηματική εμπλοκή του κοινού με το πολιτιστικό γεγονός (Wright, 2014· Thiel, 2014). Το στοιχείο αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία στις περιπτώσεις ατόμων με προβλήματα ακοής, καθώς οι τεχνολογίες αυτές μπορούν να προσφέρουν εναλλακτικούς τρόπους πρόσληψης της μουσικής και της κίνησης μέσω οπτικών και αισθητηριακών ερεθισμάτων.

Η επιλογή των συγκεκριμένων τεχνολογιών συνδέεται επίσης με την ανάγκη ενίσχυσης της πολιτιστικής προσβασιμότητας και της κοινωνικής συμπερίληψης. Το Φεστιβάλ Καραϊσκάκεια, ως πολιτιστικός θεσμός που προβάλλει τη μουσική, τον χορό και τη λαϊκή πολιτιστική παράδοση, μπορεί μέσω των VR και AR να προσφέρει σε κωφά και βαρήκοα άτομα τη δυνατότητα ουσιαστικότερης συμμετοχής στις εκδηλώσεις. Μέσα από εφαρμογές που περιλαμβάνουν υπότιτλους, γραφικές απεικονίσεις, οπτικοποίηση του ρυθμού και επεξηγηματικό ψηφιακό υλικό, οι θεατές μπορούν να κατανοήσουν καλύτερα το περιεχόμενο της παράστασης και να βιώσουν πιο ολοκληρωμένα την πολιτιστική εμπειρία.

Παράλληλα, η χρήση των τεχνολογιών αυτών δεν απευθύνεται αποκλειστικά σε άτομα με αναπηρία, αλλά μπορεί να λειτουργήσει και ως μέσο προσέλκυσης νέων ομάδων κοινού, ιδιαίτερα νεαρών ηλικιών που παρουσιάζουν αυξημένο ενδιαφέρον για την ψηφιακή τεχνολογία και τις διαδραστικές μορφές ψυχαγωγίας. Η σύνδεση της

πολιτιστικής παράδοσης με τις σύγχρονες τεχνολογικές εφαρμογές μπορεί να συμβάλει στην ανανέωση της εικόνας του φεστιβάλ και στην ενίσχυση της εξωστρέφειάς του.

Τα προσδοκώμενα αποτελέσματα από την εφαρμογή των VR και AR αφορούν τόσο τη βελτίωση της εμπειρίας του κοινού όσο και τη διεύρυνση της πολιτιστικής συμμετοχής. Η δυνατότητα πρόσβασης ατόμων με προβλήματα ακοής στις εκδηλώσεις του φεστιβάλ ενισχύει την ισότητα και τη συμπερίληψη στον πολιτισμό, ενώ παράλληλα συμβάλλει στη δημιουργία ενός περισσότερο ανοικτού και κοινωνικά ευαίσθητου πολιτιστικού οργανισμού. Μέσα από αυτή τη στρατηγική, η διαφορετικότητα δεν αντιμετωπίζεται ως περιορισμός, αλλά ως στοιχείο που ενισχύει τον κοινωνικό και πολιτιστικό ρόλο της διοργάνωσης.

Επιπλέον, η ενσωμάτωση τεχνολογιών VR και AR μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία καινοτόμου πολιτιστικής ταυτότητας για το φεστιβάλ, συνδυάζοντας την παράδοση με τον ψηφιακό μετασχηματισμό. Η στρατηγική αυτή ανταποκρίνεται στις σύγχρονες τάσεις πολιτιστικής διαχείρισης, όπου η εμπειρία, η διάδραση και η αξιοποίηση της τεχνολογίας αποτελούν βασικά στοιχεία ανάπτυξης των πολιτιστικών οργανισμών.

Οι προτεινόμενες δράσεις που βασίζονται στις τεχνολογίες Εικονικής Πραγματικότητας (Virtual Reality – VR) και Επαυξημένης Πραγματικότητας (Augmented Reality – AR) απευθύνονται σε διαφορετικές ομάδες κοινού, ενισχύοντας τόσο την πολιτιστική συμμετοχή όσο και τη διεύρυνση της απήχησης του Φεστιβάλ Καραϊσκάκεια. Η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών στον χώρο του πολιτισμού συμβάλλει στη δημιουργία περισσότερο συμμετοχικών και διαδραστικών εμπειριών, προσελκύοντας κοινά με διαφορετικά ενδιαφέροντα και ανάγκες.

Αρχικά, βασική ομάδα-στόχος αποτελούν τα άτομα με αναπηρία και ειδικότερα τα άτομα με προβλήματα ακοής. Η χρήση εφαρμογών VR (Εικονικής Πραγματικότητας) και AR (Επαυξημένης Πραγματικότητας) μπορεί να ενισχύσει σημαντικά την προσβασιμότητα των πολιτιστικών εκδηλώσεων, δίνοντας τη δυνατότητα στους θεατές να παρακολουθούν το περιεχόμενο μέσω οπτικών, διαδραστικών και πολυμεσικών στοιχείων. Μέσα από υπότιτλους, γραφικές απεικονίσεις, οπτικά εφέ και ψηφιακές επεξηγήσεις, τα άτομα αυτά μπορούν να κατανοήσουν καλύτερα το καλλιτεχνικό περιεχόμενο και να συμμετέχουν ουσιαστικά στην πολιτιστική εμπειρία. Η ενίσχυση της πολιτιστικής προσβασιμότητας αποτελεί βασικό στοιχείο της σύγχρονης πολιτιστικής πολιτικής και συνδέεται με την αρχή της ισότιμης συμμετοχής όλων στον πολιτισμό (Ζορμπά, 2014).

Παράλληλα, οι συγκεκριμένες δράσεις απευθύνονται και σε νεανικά κοινά ή σε άτομα που ενδιαφέρονται για την τεχνολογία και τις καινοτόμες μορφές πολιτιστικής εμπειρίας. Οι σύγχρονες τεχνολογίες δημιουργούν νέους τρόπους αλληλεπίδρασης με το πολιτιστικό προϊόν, γεγονός που μπορεί να προσελκύσει θεατές οι οποίοι μέχρι σήμερα δεν είχαν ιδιαίτερη σχέση με τα φεστιβάλ παραδοσιακού πολιτισμού. Η σύνδεση πολιτισμού και ψηφιακής τεχνολογίας αποτελεί σημαντικό εργαλείο ανανέωσης της εικόνας ενός πολιτιστικού οργανισμού και διεύρυνσης του κοινού του (Γκαντζιάς, 2020).

Τέλος, η προσέγγιση αυτή μπορεί να συμβάλει και στη δημιουργία ενός νέου πολιτιστικού προφίλ για το φεστιβάλ, το οποίο θα συνδυάζει την παράδοση με την τεχνολογική καινοτομία. Με αυτόν τον τρόπο, τα Καραϊσκάκεια μπορούν να διατηρήσουν τον παραδοσιακό και πολιτιστικό τους χαρακτήρα, ενώ ταυτόχρονα να προσαρμοστούν στις σύγχρονες απαιτήσεις της πολιτιστικής επικοινωνίας και του ψηφιακού μετασχηματισμού.

Συμπεράσματα

Η παρούσα διπλωματική εργασία επικεντρώθηκε στη διερεύνηση της διαχείρισης και της επικοινωνίας μιας πολιτιστικής δραστηριότητας στην εποχή της ψηφιακής τεχνολογίας, με βασικό άξονα τη μελέτη περίπτωσης του φεστιβάλ «Καραϊσκάκεια» Καρδίτσας. Μέσα από τη θεωρητική προσέγγιση των πολιτιστικών εκδηλώσεων, της πολιτιστικής διαχείρισης και της επικοινωνίας, καθώς και μέσω της ανάλυσης της συγκεκριμένης πολιτιστικής διοργάνωσης, αναδείχθηκαν σημαντικά συμπεράσματα σχετικά με τον ρόλο των πολιτιστικών θεσμών στη σύγχρονη κοινωνία και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν στο διαρκώς μεταβαλλόμενο πολιτιστικό και τεχνολογικό περιβάλλον (Mangset, 2020· OECD, 2022).

Αρχικά έγινε διαπίστωση ότι οι πολιτιστικές εκδηλώσεις είναι ένας πολυδιάστατος θεσμός με μια ιδιαίτερη κοινωνική, πολιτιστική και οικονομική σημασία. Οι συγκεκριμένες εκδηλώσεις χαρακτηρίζονται ως μηχανισμοί ενίσχυσης της κοινωνικής συνοχής, της ανάδειξης της πολιτιστικής ταυτότητας των τοπικών κοινωνιών, όπου διεξάγονται και της διατήρησης της συλλογικής μνήμης. Επίσης η συμβολή τους στην περιφερειακή ανάπτυξη, αλλά και στην οικονομική ενίσχυση των περιοχών με το να προσελκύουν επισκέπτες και να αυξάνουν την τουριστική δραστηριότητα, αλλά και να κινητοποιούν την τοπική αγορά είναι σημαντική.

Η ανάλυση του θεωρητικού πλαισίου ανέδειξε επίσης ότι η επιτυχία μιας πολιτιστικής εκδήλωσης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον στρατηγικό σχεδιασμό την αποτελεσματική πολιτιστική διαχείριση και την σωστή αξιοποίηση του ψηφιακού μετασχηματισμού (Γκαντζιάς, 2020· Byrnes, 2014).

Για να οργανωθεί ένα πολιτιστικό φεστιβάλ θέλει ένα σημαντικό συνδυασμό διοικητικών, οικονομικών, οργανωτικών και επικοινωνιακών δεξιοτήτων, όπως και έναν σαφή καθορισμό των στόχων και των προτεραιοτήτων. Ένας πολιτιστικός θεσμός αποκτά βιωσιμότητα και μακροχρόνια λειτουργία όταν υπάρχει μια οργανωτική δομή, γίνεται μια σωστή διαχείριση των οικονομικών πόρων, αξιοποιείται σωστά το ανθρώπινο δυναμικό και αναπτύσσονται σημαντικές συνεργασίες (Κανελλόπουλος, 1991; Μπουραντάς, 2002).

Από τα παραδοσιακά και συγκεντρωτικά μοντέλα διοίκησης έγινε μια σημαντική μετάβαση σε πιο ευέλικτες και συμμετοχικές μορφές πολιτιστικής διαχείρισης. Ένας πολιτιστικός οργανισμός θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες και το τι προσδοκά το κοινό, να προσαρμόζεται στις μεταβαλλόμενες συνθήκες και αν

λειτουργεί με επαγγελματισμό (Griffin, 2021; Γκαντζιάς, 2020). Πλέον η έννοια της πολιτιστικής διαχείρισης δεν αφορά μόνο την διοικητική λειτουργία, επεκτείνεται στη διαμόρφωση της πολιτιστικής αξίας στην ανάπτυξη σχέσεων εμπιστοσύνης με το κοινό, αλλά και στο να δημιουργεί εμπειρίες.

Επίσης η έρευνα έδειξε πόσο καθοριστικός είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στο να λειτουργούν σωστά οι πολιτιστικοί οργανισμοί και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις. Είναι ένα βασικό εργαλείο προβολής ανάπτυξης και δικτύωσης των σχέσεων με το κοινό, τους συνεργαζόμενους φορείς και τους χορηγούς. Σήμερα οι παραδοσιακές μορφές της επικοινωνίας δεν είναι αρκετές για να προωθηθεί μια πολιτιστικής δραστηριότητα. Οι πολιτιστικοί οργανισμοί πλέον αλληλοεπιδρούν με το κοινό μέσω της αξιοποίησης των ψηφιακών μέσων των διαδικτυακών πλατφορμών, των κοινωνικών δικτύων (Kaplan & Haenlein, 2010; Anderson, 2011).

Αναγκαίες προϋποθέσεις για ανταγωνιστικότητα και εξωστρέφεια των πολιτιστικών οργανισμών είναι η χρήση εργαλείων του ψηφιακού μάρκετινγκ, η διαδικτυακή προβολή, η ανάπτυξη διαδραστικών μορφών επικοινωνίας και η δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου. Η αξιοποίηση των δυνατοτήτων της τεχνολογίας από τις πολιτιστικές εκδηλώσεις βοηθάει στην προβολή, αλλά και στην ενίσχυση της συμμετοχή του κοινού, έτσι με αυτό τον τρόπο δημιουργείται μια διαρκή σχέση αλληλεπίδρασης (Arcodia & Whitford, 2006; Blue, 2018).

Η μελέτη περίπτωσης των «Καραϊσκακείων» Καρδίτσας ανέδειξε τη σημασία του φεστιβάλ ως ενός διαχρονικού πολιτιστικού θεσμού με έντονη τοπική και πολιτιστική διάσταση. Το φεστιβάλ συνδέεται άμεσα με την πολιτιστική ταυτότητα της περιοχής και λειτουργεί ως μέσο διατήρησης και ανάδειξης της λαϊκής παράδοσης, της μουσικής και των χορευτικών στοιχείων όχι μόνο της ελληνικής, αλλά και της διεθνούς πολιτιστικής κληρονομιάς. Παράλληλα, η πολυετής παρουσία του θεσμού καταδεικνύει τη σημασία της πολιτιστικής συνέχειας και της συλλογικής συμμετοχής στη διατήρηση των πολιτιστικών αξιών.

Από την ανάλυση της οργανωτικής δομής των «Καραϊσκακείων» προέκυψε ότι η λειτουργία του φεστιβάλ βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στη συνεργασία τοπικών φορέων, εθελοντών και πολιτιστικών συλλόγων. Η ενεργός συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες επιτυχίας του θεσμού, καθώς ενισχύει το αίσθημα συλλογικότητας και κοινωνικής αποδοχής. Ταυτόχρονα, η συμβολή των εθελοντών και των πολιτιστικών φορέων αναδεικνύει τη σημασία της κοινωνικής συμμετοχής στη διοργάνωση πολιτιστικών δράσεων.

Ωστόσο, διαπιστώθηκε ότι η λειτουργία του φεστιβάλ αντιμετωπίζει και σημαντικές προκλήσεις. Οι περιορισμένοι οικονομικοί πόροι, η εξάρτηση από δημόσιες επιχορηγήσεις και χορηγίες, καθώς και οι αυξημένες απαιτήσεις της σύγχρονης πολιτιστικής αγοράς δημιουργούν ένα σύνθετο περιβάλλον λειτουργίας. Η ανάγκη εξεύρεσης σταθερών πηγών χρηματοδότησης και ανάπτυξης στρατηγικών συνεργασιών με ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς καθίσταται ιδιαίτερα σημαντική για τη βιωσιμότητα του θεσμού.

Παράλληλα, η ανάλυση της επικοινωνιακής πολιτικής του φεστιβάλ έδειξε ότι, παρά τη σημαντική παρουσία και αναγνωρισιμότητα των «Καραϊσκακείων», υπάρχουν περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης και εκσυγχρονισμού στον τομέα της ψηφιακής επικοινωνίας. Η ενίσχυση της παρουσίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η δημιουργία περισσότερο διαδραστικού περιεχομένου και η αξιοποίηση σύγχρονων εργαλείων ψηφιακού μάρκετινγκ, θα μπορούσαν να συμβάλουν ουσιαστικά στην προσέλκυση νέου κοινού και στην ενίσχυση της εξωστρέφειας του θεσμού.

Ιδιαίτερη σημασία έχει επίσης η ανάγκη ανάπτυξης μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής branding για το φεστιβάλ. Η διαμόρφωση μιας ισχυρής πολιτιστικής ταυτότητας και η συστηματική προβολή της μπορούν να συμβάλουν στη διαφοροποίηση του θεσμού και στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς του στο ευρύτερο πολιτιστικό περιβάλλον. Η αξιοποίηση της ιστορικής και πολιτιστικής αξίας των «Καραϊσκακείων» μπορεί να αποτελέσει βασικό εργαλείο για την περαιτέρω ανάπτυξη και διεθνή προβολή του φεστιβάλ.

Επιπλέον, η εργασία ανέδειξε τη σημασία της αξιολόγησης των πολιτιστικών εκδηλώσεων μέσω ποιοτικών και ποσοτικών δεικτών. Η συστηματική αποτίμηση της συμμετοχής του κοινού, της οικονομικής επίδρασης, της επικοινωνιακής απήχησης και της πολιτιστικής αξίας μιας εκδήλωσης είναι απαραίτητη για τον σχεδιασμό μελλοντικών δράσεων και τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των πολιτιστικών οργανισμών. Η αξιολόγηση επιτρέπει τον εντοπισμό αδυναμιών και την ανάπτυξη στρατηγικών βελτίωσης, ενισχύοντας τη βιωσιμότητα και τη δυναμική εξέλιξη του θεσμού. Από τη συνολική ανάλυση προκύπτει ότι η πολιτιστική διαχείριση στην εποχή της ψηφιακής τεχνολογίας απαιτεί έναν συνδυασμό παραδοσιακών πολιτιστικών αξιών και σύγχρονων διοικητικών και επικοινωνιακών πρακτικών. Οι πολιτιστικοί οργανισμοί καλούνται να διατηρήσουν την αυθεντικότητα και την πολιτιστική τους ταυτότητα, ενώ ταυτόχρονα να προσαρμοστούν στις απαιτήσεις της ψηφιακής εποχής και στις νέες μορφές πολιτιστικής κατανάλωσης.

Η περίπτωση των «Καραϊσκακείων» καταδεικνύει ότι οι τοπικοί πολιτιστικοί θεσμοί μπορούν να λειτουργήσουν ως σημαντικοί πυλώνες πολιτιστικής ανάπτυξης και κοινωνικής συνοχής, εφόσον υποστηρίζονται από στρατηγικό σχεδιασμό, αποτελεσματική διοίκηση και σύγχρονες μορφές επικοινωνίας. Η ενίσχυση της εξωστρέφειας, η αξιοποίηση των ψηφιακών τεχνολογιών και η ανάπτυξη συνεργασιών αποτελούν κρίσιμες προϋποθέσεις για τη διατήρηση και εξέλιξη των πολιτιστικών διοργανώσεων. Παράλληλα, η εργασία επιβεβαιώνει ότι η πολιτιστική πολιτική και η στήριξη των πολιτιστικών θεσμών αποτελούν αναγκαία στοιχεία για τη βιώσιμη ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών. Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζονται αποκλειστικά ως μορφές ψυχαγωγίας, αλλά ως σημαντικά εργαλεία κοινωνικής συμμετοχής, εκπαίδευσης και ανάπτυξης. Η επένδυση στον πολιτισμό μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής, στην προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και στη δημιουργία αναπτυξιακών προοπτικών για τις τοπικές κοινωνίες.

Τέλος, η παρούσα εργασία αναδεικνύει την ανάγκη περαιτέρω έρευνας σχετικά με τη σχέση πολιτιστικής διαχείρισης, επικοινωνίας και ψηφιακής τεχνολογίας. Οι συνεχείς εξελίξεις στον τομέα της τεχνολογίας και της ψηφιακής επικοινωνίας δημιουργούν νέα δεδομένα και νέες προκλήσεις για τους πολιτιστικούς οργανισμούς, οι οποίοι καλούνται να αναπροσαρμόζουν διαρκώς τις στρατηγικές τους. Η διερεύνηση καλών πρακτικών, η αξιολόγηση νέων εργαλείων επικοινωνίας και η μελέτη της συμπεριφοράς του ψηφιακού κοινού αποτελούν σημαντικά πεδία μελλοντικής έρευνας.

Συνοψίζοντας, η πολιτιστική διαχείριση και η επικοινωνία συνιστούν βασικούς άξονες για τη λειτουργία και τη βιωσιμότητα των πολιτιστικών εκδηλώσεων στη σύγχρονη εποχή. Η αξιοποίηση των δυνατοτήτων της ψηφιακής τεχνολογίας, σε συνδυασμό με τον στρατηγικό σχεδιασμό και τη διατήρηση της πολιτιστικής ταυτότητας, μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην ανάπτυξη και ενδυνάμωση των πολιτιστικών θεσμών. Τα «Καραϊσκάκεια» Καρδίτσας αποτελούν χαρακτηριστικό παράδειγμα ενός πολιτιστικού θεσμού που διαθέτει ισχυρή πολιτιστική βάση και σημαντικές προοπτικές εξέλιξης, εφόσον συνεχίσει να προσαρμόζεται δημιουργικά στις απαιτήσεις και στις δυνατότητες της σύγχρονης ψηφιακής εποχής.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

Αθανασοπούλου Α., Δάλλας Κ., Μακρή Α., Χαμπούρη-Ιωαννίδου Αικ., (2003), Πολιτιστική Επικοινωνία, Τόμος Β' *Μέσα Επικοινωνίας*, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.

Αποστολάκης, Ν. (2020). *Πολιτιστικές εκδηλώσεις και τοπική τουριστική ανάπτυξη*. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

Βερνίκος, Ν., Μπούνια, Α., Παυλογεωργάτος, Γ., Παπαγεωργίου, Δ., Μπαντιμαρούδης, Φ., Σκοπετέας, Γ., et al. (2005). *Πολιτιστικές βιομηχανίες - διαδικασίες, υπηρεσίες και αγαθά*. Αθήνα: Κριτική

Γκαντζιάς, Γ. (2007). *Ο Πολιτισμός στην Ψηφιο-επικοινωνιακή Παγκοσμιοποίηση*. Πρακτικά 13ου Συνεδρίου Εφαρμογής Πληροφορικής και Επικοινωνιών, Θεσσαλονίκη.

Γκαντζιάς, Γ. (2020). *Πολιτιστική Πολιτική, Χορηγία & Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Ψηφιακός Μετασχηματισμός, Διοίκηση και Οικονομία του Πολιτισμού*, 2η Έκδοση. Αθήνα.

Δημητριάδης, Σ., & Τζωρτζάκης, Α. Μ. (2010). *Μάρκετινγκ: Αρχές, στρατηγικές, εφαρμογές*. Εκδόσεις Rosili.

Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων Ν. Καρδίτσας. (n.d.). *Καραϊσκάκεια*. Ανακτήθηκε από <https://www.enpolis.gr/karaiskakeia/>

Ζορμπά, Μ. (2014). *Πολιτική του πολιτισμού: Ευρώπη και Ελλάδα στο δεύτερο μισό του 20ού αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

Θεοφανίδης, Σ. (1985). *Θεωρία και Τεχνική της Κοινωνικής Λογιστικής*. Αθήνα: Παπαζήση

Κανελλόπουλος, Χ. (1990), Μάνατζμεντ: Αποτελεσματική διοίκηση σε επιχειρήσεις, οργανισμούς και υπηρεσίες, Αθήνα.

Κανελλόπουλος, Χ. (1991). *Διοίκηση Προσωπικού. Τα Ανθρώπινα Προβλήματα του Μάνατζμεντ (σε οργανισμούς, επιχειρήσεις και υπηρεσίες). Θεωρία και πράξη.* Αθήνα.

Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π. και Γκρίμπα Ε. (2011) Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού: ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού. Αθήνα: Κριτική.

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

Κουρέα Α. (2018), Πολιτιστική διοίκηση και συμβολή των πολιτιστικών εκδηλώσεων στην τοπική τουριστική ανάπτυξη. Η περίπτωση της Εμποροπανηγυρης Αιγινίου του Δήμου Πύδνας Κολινδρού. Διπλωματική Εργασία, Πάτρα: ΕΑΠ.

Κουτουζής, Μ. (1999), Γενικές αρχές μάνατζμεντ, τουριστική νομοθεσία, και οργάνωση εργοδοτικών συλλογικών φορέων, τόμος Α΄, Γενικές αρχές μάνατζμεντ, Πάτρα: ΕΑΠ.

Μαιστρέλης, Σ., κ.ά. (2019). *[Τίτλος βιβλίου]*. Εκδόσεις [εκδοτικός οίκος].

Μεγγούλη, Α. (2013). Υπαίθρια μουσεία και πολιτιστικές δραστηριότητες: Η περίπτωση των πολιτιστικών δραστηριοτήτων του υπαίθριου μουσείου Beamish της Βόρειας Αγγλίας με βάση το μοντέλο «Πολιτιστικές Δραστηριότητες Ενεργητικής Αντίληψης (ΠΔΕΑ)», Διπλωματική Εργασία, Πάτρα: ΕΑΠ.

Μπαντιμαρούδης, Φ. (2011). *Επικοινωνία και πολιτιστικοί οργανισμοί.* Θεσσαλονίκη: University Studio Press.

Μπιτσάνη, Π. Ε., (2004). *Μπιτσάνη Π. Ευγενία, Πολιτισμική διαχείριση και περιφερειακή ανάπτυξη: Σχεδιασμός πολιτιστικής πολιτικής και πολιτιστικού προϊόντος.* Αθήνα: Διόνικος.

Μπουραντάς, Δ. (2002), Μάνατζμεντ: Θεωρητικό υπόβαθρο. Σύγχρονες πρακτικές, Αθήνα: Μπένου.

Οικονόμου Μ. κ.συν., (20030, Πολιτιστική Πολιτική και Διοίκηση, Τόμος *Πολιτιστική Διαχείριση*, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

Παπούλιας, Ε., (2014), Τα δεδομένα διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς στην Ελλάδα και οι προοπτικές της (1980-2008): *το ελληνικό μοντέλο διαχείρισης και η ευρωπαϊκή εμπειρία*, εκδ. Ζαχαρόπουλος, Αθήνα.

Πατσαλίδης, Σ. (1998). Φεστιβαλισμός, ιστορισμός και τουρισμός. Ουτοπία, Τεύχος 31, 86- 97.

Πούλιος, Ι. (2015α). Εισαγωγή. Στο Ι. Πούλιος κ.ά. (επιμ.), *Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη* (ηλεκτρονικό σύγγραμμα), Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Ανακτήθηκε 18.3.2026, από <file:///C:/Users/user/Downloads/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%B7,%20%CF%84%CE%BF%CF%80%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%AF%CE%B1%20%CE%BA%CE%B1%CE%B9%20%CE%B2%CE%B9%CF%8E%CF%83%CE%B9%CE%BC%CE%B7%20%CE%B1%CE%BD%CE%AC%CF%80%CF%84%CF%85%CE%BE%CE%B7.pdf>

Σηφάκη Ε., Σηφάκης Γ., (2007), *Πολιτιστικό Μάρκετινγκ και νέες τεχνολογίες στην υπηρεσία των πολιτιστικών οργανισμών*, Πρακτικά του Πανελλήνιου Συνεδρίου Κρήτης, Ιεράπετρα.

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

Τσουρβάκας (2012) *Μάνατζμεντ Επικοινωνιακών & Πολιτιστικών Οργανισμών, Πλαίσιο, Εργαλεία, Στρατηγικές*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press

Φλώρος, Γ.Χ. (1993), Σύγχρονη διοικητική των επιχειρήσεων (modern business management), Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική.

Ξενογλώσση

Alnasser, N. S., & Yi, L. J. (2023). *Strategies applied by different arts and cultural organizations for their audience development: A comparative review*. Heliyon, 9(5), e15835. Ανακτημένο 18/5/2026 από: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15835>

Alexander, V. D., (2003), *Sociology of the Arts: Exploring Fine and Popular Forms* Blackwell Publishing, Oxford

Allen, J. (2011). *Festival and special event management* (5th ed.). Wiley.

Anderson, H. (2011) ‘Siblings in Cyberspace: Carey’s Ritual Model of Communication in the Digital Age’, *Intersect: The Stanford Journal of Science, Technology, and Society*, 4(1), pp. 92–100. Ανακτημένο 18/4/2026 από: <https://ojs.stanford.edu/ojs/index.php/intersect/article/view/241>

Andersson, T. D., & Getz, D. (2008). *Stakeholder Management Strategies of Festivals*. *Journal of Convention & Event Tourism*, 9(3), 199–220. Ανακτημένο 18/5/2026 από: <https://doi.org/10.1080/15470140802323801>

Arcodia, C., & Whitford, M. (2006). Festival attendance and the development of social capital. *Journal of Convention & Event Tourism*, 8(2), 1–18.

Blue, G. (2018) ‘Science Communication Is Culture: Foregrounding Ritual in the Public Communication of Science’, *Science Communication*, 41(2), pp. 243–253. Ανακτημένο 18/4/2026 από: <https://doi.org/10.1177/1075547018816456>.

Bourdieu, P., (1996), *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field*, CA: Stanford University Press, Stanford

Bowdin, G. A., Allen, J., Harris, R., Jago, L., O'toole, W., & McDonnell, I. (2006). *Events management*. (2nd ed.) Routledge.

Bradshaw, A., (2010), *Before Method: Axiomatic Review of Arts Marketing*, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 4 (1):8–19

Butler, P., (2000), *By Popular Demand: Marketing the Arts*, *Journal of Marketing Management* 16 (4):343–64

Byrnes, W. J. (2014). *Management and the arts* (5th ed.). Burlington, MA: Focal Press.

Byrnes, W. J., (2009), *Management and the Arts*, 4th ed. Burlington, MA: Focal Press

Capurro, R. and Hjørland, B. (2003) 'THE CONCEPT OF INFORMATION', *Annual Review of Information Science and Technology*, 37, pp. 343–411. Ανακτημένο 18/4/26 από <https://eric.ed.gov/?id=EJ659670>

Castells, M. (2010). *Communication power*. Oxford University Press.

Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell

Chong, D., (2009), *Arts Management*, Routledge, London, England.

Colombo, A. (2015). *How to evaluate cultural impacts of events? A model and results from application* (Doctoral dissertation). Universitat Oberta de Catalunya. Ανακτημένο 12/12/2025 από <https://openaccess.uoc.edu/server/api/core/bitstreams/41deeecc-6489-452d-8238-4ff90e4e0ae3/content>

Corte, Aria & Gaudio (2017) *Smart. Open, User Innovation & Competitive Advantage: A Model for Museums & Heritage Sites, Museum Management & Curatorship*, Vol. 32, 1

Crawford, V.P. and Sobel, J. (1982) 'Strategic Information Transmission', *Econometrica*, 50(6), p. 1431. Ανακτημένο 18/4/2026 από: <https://doi.org/10.2307/1913390>.

d'Angella, F., & Canali, S. (2009). Managing cultural events and meetings activities in European urban destinations. *International Journal of Arts Management*, 11(3), 59–72. Ανακτημένο 12/12/2025 από https://www.researchgate.net/publication/282610648_Managing_Cultural_Events_and_Meetings_Activities_in_European_Urban_Destinations

Dance, F.E.X. (1970) 'The "Concept" of Communication', *Journal of Communication*, 20(2), pp. 201–210. Ανακτημένο 18/4/2026 από: <https://doi.org/10.1111/J.1460-2466.1970.TB00877.X>.

Derrett, R. (2003). Festivals, events and the destination, στο I. Yeoman, M. Robertson, J. AliKnight, S. Drummond and U. McMahon-Beattie (eds), *Festival and event management: an international arts and culture perspective*. Butterworth Architecture. Oxford. 32-50.

Dervin, B. (1977) 'Useful Theory for Librarianship: Communication, Not Information.', *Drexel Library Quarterly*, 13(3), pp. 16–32.

Dess, Lumpkin & Eisner (2009) *Strategic Management – Issues & Cases*, UK, Blackwell Publishing Ltd

Dexter, L.G. (2008). Μοντέλα αστικής συλλογικότητας και οι επιπτώσεις τους στη μουσειακή διοίκηση και ηγεσία. *Τετράδια Μουσειολογίας*, 5, 4-7. Αθήνα: Καλειδοσκόπιο

Douglas, N., Douglas, N. & Derrett, R. (2001). *Special interest tourism: context and cases*. Australia: John Wiley and Sons.

Ellis, K., & Kent, M. (2016). *Disability and new media*. Routledge.

Falassi, A. (1987). *Time out of time: essays on the festival*, Albuquerque. University of New Mexico.

Falk, J., Sheppard, B. (2006). *Thriving in the Knowledge Age: New Business Models for Museums and other Cultural Institutions*. Oxford: AltaMira Press

Fillis, I., (2011), The Evolution and Development of Arts Marketing Research, *Arts Marketing: An International Journal* 1 (1):11–25.

Fiske, J. (1992). *Introduction to Communication Studies* (2nd ed.). London: Routledge.

FORMedia. (2025). Καρδίτσα: Έναρξη της 57ης Διεθνούς Γιορτής Πολιτισμού «Καραϊσκάκεια». Ανακτήθηκε από <https://www.formedia.gr>

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.

Frey, B. (2000). The Rise and Fall of Festivals, Reflections on the Salzburg Festival, Working Paper No. 48, Institute of Empirical Research in Economics, University of Zurich, Working Papers Series.

Frey, B. S. (1994). Cultural economics and museum behaviour. *Scottish Journal of Political Economy*, 41(3), 325–335.

Frey, L.R., Botan, C.H. and Kreps, G.L. (2000) *INVESTIGATING COMMUNICATION AN INTRODUCTION TO RESEARCH METHODS SECOND EDITION ALLYN AND BACON*. NY, USA: Allyn & Bacon. Ανακτημένο 18/4/2026 από:

<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=f9bff18aca33785170b174f34409284c6437e5f2>

Friedman, L.T. (2006), “Creating a new business model” in Falk, J.H. Sheppard, B.K. (eds.) *Thriving in the knowledge age: New business models for museums and other cultural institutions*, UK: Altamira Press, 17-25.

Gerbner, G. (1956). Toward a general model of communication. *Audio-Visual Communication Review*, 4(3), 171–199.

Getz, D. (1989). Special events: defining the product. *Tourism Management*, 10(2), 135-137

Getz, D. (2007). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Butterworth-Heinemann.

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428.<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>

Getz, D. (2010). *The nature and scope of festival studies*. *International Journal of Event Management Research*, 5(1), 1–47.

Getz, D. (2012). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge.

Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593–631.

Gomez-Casero, G., Jara-Alba, C.A., Jiménez-Beltrán J. and Roldán-Nogueras, J. (2018). Cultural Events: Case Study of a Theatre Festival as an Element of Tourist Attraction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 9(4), 177-185.

Griffin, R. W. (2021), *Management* (13th ed.), Cengage Learning

Hagtvedt, H., Patrick. V., (2008), Art Infusion: The Influence of Visual Art on the Perception and Evaluation of Consumer Products, *Journal of Marketing Research* 45 (3):379–89

Hayes, N. (1998). *Εισαγωγή στη ψυχολογία*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα

Hede A.M. & Rentschler R., 2007, Mentoring Volunteer Festival Managers: Evaluating of a Pilot Scheme in Regional Australia, *Managing Leisure*, Vol.12

Hede, A., (2007), *Branding Museums in the Global Market Place*, In *Museum Marketing*, edited by R. Rentschler and A.-M. Hede, 151–58, Routledge, Abingdon, UK

Henry Jenkins. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Hill, E., O'Sullivan, C., O'Sullivan, T., (2003), *Creative Arts Marketing*, Butterworth Heinemann, London.

Hill, L., O' Sullivan, T. & Whitehead, B. (2018). *Creative Arts Marketing*. London & New York: Routledge.

Holden, N. (2002). *Cross-cultural management: A knowledge management perspective*. Harlow: Financial Times Prentice Hall

Hooper – Greenhill (1994) *Σκέψεις για τη Μουσειακή Εκπαίδευση & Επικοινωνία στη Μεταμοντέρνα Εποχή*, στο *Αρχαιολογία & Τέχνες*, σελ. 47 – 49

Hooper-Greenhill E., (2000), Changing values in the art museum: rethinking communication and learning, *International Journal of Heritage Studies*, London

Isar, R.F. (1976). Culture and the arts festival of the twentieth century. *Cultures* 3, 125-145

Jakobson, R. (1960). Linguistics and poetics. In T. Sebeok (Ed.), *Style in Language* (pp. 350–377). Cambridge, MA: MIT Press.

Janiskee R., (1996), The Temporal Distribution of America 's Community Festivals, *Festival Management & Event Tourism*, Vol. 3, No 3

Janiskee, R. (1980) 'South Carolina's harvest festivals: rural delights for day tripping urbanites,' *Journal of Cultural Geography*, 1(Fall/Winter): 96-104.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.

Kerns, P., (2013), *Professional HR: Evidence-Based People Management and Development*, Routledge, London.

Kim K., Uysal M.& Chen J. (2002) Festival visitor motivation from the organizers' points of view, *Event Management* 7,127-134

Kontogianni, S. (2025). Διεθνής Γιορτή Πολιτισμού «Καραϊσκάχεια» στην Καρδίτσα. *Tornos News*. Ανακτήθηκε από <https://www.tornosnews.gr/permalink/73683.html>

Kotler G, Kotler P. & Kotler W (2008) *Museum Marketing & Strategy* Publishing by Jossey – Bass, San Francisco

Kotler, P., Kotler, N., & Kotler, W. (2010). *Museum marketing and strategy* (2nd ed.). Jossey-Bass.

Kotzman, A. (1989). *Listen to me, listen to you. A practical guide to improving self-esteem, listening skills and assertiveness*. Australia: Penguin Books Ltd.

Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas* (pp. 37–51). New York: Harper & Row.

Latham, A., & Borwick, J. (2002). *The Oxford companion to music*. Oxford University Press.

Lehman, K., Wickham, M., (2014), Marketing Orientation and Activities in the Arts-Marketing Context: Introducing a Visual Artists' Marketing Trajectory Model, *Journal of Marketing Management* 30 (7–8):664–96

Luhmann, N. (1996) 'On the scientific context of the concept of communication', *Social Science Information*, 35(2), pp. 257–267. Ανάκτηση 18/4/2026 από: <https://doi.org/10.1177/053901896035002005>.

Mair, J., & Smith, A. (2022). Events and sustainability: why making events more sustainable is not enough. In *Events and sustainability* (pp. 1-17). Routledge

Mangset, P. (2020). *Cultural policy and cultural management*. Routledge.

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

Muñiz, A. M., Norris, T., Fine, G.A., (2014) Marketing Artistic Careers: Pablo Picasso as Brand Manager, *European Journal of Marketing* 48 (1/2):68–88

Munsters, W. (1994). *Cultuurtoerism*. Garant.

Micheli, A. (2020). Ο πολιτισμός σε «περιορισμό». Η πολιτιστική εμπειρία του φανταστικού και του πραγματικού χώρου. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, τομ. 154 (σσ.75-88). Ανακτήθηκε 20/3/2026, από <https://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/ekke/article/view/23230>

Newcomb, T. M. (1953). An approach to the study of communicative acts. *Psychological Review*, 60(6), 393–404.

OECD. (2022). *The Culture Fix: Creative people, places and industries*. Organisation for Economic Co-operation and Development. Ανακτημένο 12/12/2025 από https://www.oecd.org/en/publications/the-culture-fix_991bb520-en.html

Ogden, C. K., & Richards, I. A. (1923). *The Meaning of Meaning*. London: Routledge.

Oklobžija, S. (2015). The role of events in tourism development. *Bizinfo Blace*, 6(2), 83-97.

Peirce, C. S. (1931–1958). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Quinn, B. (2005). Arts festivals and the city. *Urban Studies*. 42(5/6). 927-943.

Quinn, B. (2009) Festivals, events and tourism. Festivals, events and tourism, in Jamal, T. and Robinson, M. (eds) *The SAGE Handbook of Tourism Studies*, London, Sage, pp.483-503.

Richards, G. (1996). *Cultural tourism in Europe*. European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS).

Richards, G. (2007). *Cultural tourism: Global and local perspectives*. Routledge.

Richards, G. (2015). The new global festival? *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 7(3), 257–264.

Richards, G. (2018). *Cultural tourism: A review of recent research and trends*.

Richards, G., & Palmer, R. (2010). *Eventful cities: Cultural management and urban revitalisation*. Butterworth-Heinemann.

Robertson, N. (1992). *Festivals and legends: The formation of Greek cities in the light of public ritual*. University of Toronto Press.

Rome Business School. (n.d.). *Cultural events: History, types and organization*. Ανακτημένο 10/12/2025 από <https://romebusinessschool.com/cultural-events/>

Salem, G., Jones, E. & Morgan, N. (2004). An overview of events management. At Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., McMahon-Beattie, U., *Festival and Events Management: An international arts and culture perspective*. Oxford: Elsevier.

Sandell, R. & Janes R.(2006). *Museum Management and Marketing*. London & New York:Routledge

Saussure, F. de (1978). *Μαθήματα Γενικής Γλωσσολογίας*. Αθήνα: Παπαζήσης. (ή αγγλικά αν προτιμάς: *Course in General Linguistics*, 1916/1983).

Schiuma, G., *The Value of Arts for Business*, Cambridge University Press, Cambridge 2011

Scottish Arts Council (2006), *Thundering Hooves: Maintaining the Global Competitive Edge of Edinburgh's Festivals*, Full Report, (The City of Edinburgh Council, Event Scotland, Scottish Enterprise Edinburgh and Lothian & Scottish Executive.

Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press.

Strezovski, Z. and Gramatnikovski, S. (2013). The festivals as a tool on Ohrid tourism destination branding. *UTMS Journal of Economics*, 4 (3), 377-382.

Thiel, T. (2014). Critical interventions into canonical spaces: augmented reality at the 2011 venice and Istanbul Biennials. Στο *Augmented Reality Art* (σσ. 31-60). Springer, Cham.

Velthuis, O., (2014), *The Impact of Globalization on the Contemporary Art Market*, Risk and Uncertainty in the Art World, Bloomsbury, London

Velthuis, O., Curioni, S. B., (2015), *Making Market Global, Cosmopolitan Canvases: The Globalization of Markets for Contemporary Art*, Oxford University Press, New York

Venkatesh, A., Meamber, L.A., (2006), *Arts and Aesthetics: Marketing and Cultural Production*, Marketing Theory 6 (1):11–39

Walter, C. S. (2015). *Arts Management. An Entrepreneurial Approach*. Routledge: New York.

Westley, B. H., & MacLean, M. S. (1957). A conceptual model for communications research. *Journalism Quarterly*, 34(1), 31–38.

Wright, R. (2014). Art, in your pocket: New currents in mobile augmented reality. *The Journal of Creative Technologies*, (4).

Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., & McMahon-Beattie, U. (Eds.). (2004). *Festival and events management: An international arts and culture perspective*. Elsevier Butterworth-Heinemann.

Zhang, Y., van der Spek, S., & άλλοι. (2024). An assessment framework for digital participatory practices engaging youth in cultural heritage management. *Journal of Cultural Heritage*. Ανακτήθηκε 24/3/2026 από <https://research.tue.nl/en/publications/an-assessment-framework-for-digital-participatory-practices-engag>

Zyl C. Van & Strydom J.W., 2007, The Use of Game Theory to Determine the Optimum Market Position of Selected Arts Festival in South Africa, Southern African

Δικτυακοί ιστότοποι

<https://www.zakopane.pl/en/tourist-area/culture-and-art/festivals/international-festival-of-highland-folklore-in-zakopane>

<https://www.visit-lorient-brittany.com/unmissable/lorient-festival-interceltique/>

<https://www.enpolis.gr/>

<https://www.enpolis.gr/2025/06/17/o-dimos-peiraia-ypostirizei-energa-ta-57a-karaiskakeia-synantisi-tou-dimarchou-gianni-morali-me-ton-voulefti-ar-spania-kai-ton-proedro-tis-enosis-politistikon-sylogon-m-stergiopoulo/>

<https://www.kalamata.gr/el/enimerosi/news/29758-32o-diethnes-festival-xoroy-kalamatas-17-26-iouliou-2026-afieromeno-stin-mageia-tis-texnis-tou-xoroy>

<https://festivalolympou.gr/el/>

<https://riverparty.net/>

<https://www.facebook.com/enpoliskhttps://www.facebook.com/enpolisk/>

<https://www.enpolis.gr/2026/05/19/prosklisi-ypovolis-oikonomikon-prosforon-diethnis-giorti-karaiskakeia-2026/>

Παράρτημα

Ακολουθεί ολόκληρη η συνέντευξη με τον πρόεδρο της Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων κ. Μανώλη Στεργιόπουλο που έγινε μέσω συνάντησης στις 2/3/ 2026.

Ερωτήσεις

Ερώτηση: Τι ακριβώς είναι η Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων και από πόσα μέλη αποτελείται το συμβούλιο της ένωσης;

Απάντηση: *Η Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων είναι ένα δευτεροβάθμιο όργανο που έχει υπό την σκέπη του 220 Πολιτιστικούς Συλλόγους του Νομού Καρδίτσας. Το συμβούλιο αποτελείται από 11 άτομα και διοργανώνει δύο σε ετήσια βάση δύο πολύ κορυφαίες πολιτιστικές εκδηλώσεις, το Πανελλήνιο Φεστιβάλ Ερασιτεχνικού Θεάτρου που συνήθως γίνεται το τρίτο δεκαήμερο του Μαρτίου και τη Διεθνή Γιορτή του Πολιτισμού «Καραϊσκάκεια» που γίνονται το τελευταίο δεκαήμερο του Ιουνίου. Μέσα στη διάρκεια του χρόνου υπάρχουν και άλλες εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται από την Ένωση.*

Ερώτηση: Κάθε πότε γίνονται εκλογές;

Απάντηση: *Οι εκλογές γίνονται κάθε τέσσερα χρόνια. Όπου μετά από την γενική συνέλευση που πραγματοποιείται θέτουν υποψηφιότητα όποιοι επιθυμούν αρκεί να είναι μέλη σε συλλόγους.*

Ερώτηση: Ποια η οργανωτική δομή της εκδήλωσης Καραϊσκάκεια;

Απάντηση: *Τα Καραϊσκάκεια τελειώνουν τέλη Ιουνίου. Από το φθινόπωρο ξεκινάει η προετοιμασία για τα επόμενα. Τα μέλη της Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων είναι χωρισμένα σε ομάδες και η κάθε μια ομάδα έχει αναλάβει και ένα κομμάτι από την διοργάνωση. Στην αρχή έρχεται σε επαφή με συγκροτήματα του εξωτερικού η πρώτη ομάδα που έχει αναλάβει να στείλει τις προσκλήσεις για το επόμενο φεστιβάλ. Στη συνέχεια η δεύτερη ομάδα ελέγχει το υλικό που τις έχει σταλεί, είτε αυτό είναι βίντεο είτε βιογραφικό του συλλόγου και ανάλογα επιλέγουν αυτά που θέλουν να έρθουν στέλνοντας τις προσκλήσεις.*

Μία άλλη ομάδα αναλαμβάνει τις αφίσες, το πρόγραμμα και ότι έχει να κάνει με την προβολή της εκδήλωσης. Γενικά ο καθένας σύμφωνα με την ιδιότητά του αναλαμβάνει και ένα κομμάτι από την εκδήλωση.

Ερώτηση: Ποια η οικονομική πολιτική του φεστιβάλ Καραϊσκάκεια;

Απάντηση: Εκτός από την Ένωση Πολιτιστικών Συλλόγων υπάρχουν και άλλοι συνδιοργανωτές που συμβάλουν και οικονομικά στην εκδήλωση. Κύριος συνδιοργανωτής είναι η Περιφέρεια Θεσσαλίας, ο δήμος Καρδίτσας, η συνεταιριστική τράπεζα Καρδίτσας η Ιερά Μητρόπολη και μετά από μια συνάντηση που προτάθηκε και οργανώθηκε από έναν βουλευτή της Καρδίτσας τον κ. Αριστοτέλη Σπάνια με τον Δήμαρχο του Πειραιά κ. Γιάννη Μόραλη από το 2025 μπήκε συνδιοργανωτής και ο Δήμος Πειραιά μιας και ο Γεώργιος Καραϊσκάκης μπορεί να γεννήθηκε στο Μαυρομμάτι Καρδίτσας, άφησε όμως την τελευταία του πνοή στο Νέο Φάληρο το 1827. Επίσης συνδιοργανωτής είναι και η ΠΑΕ Ολυμπιακός. Μάλιστα το 2027 που κλείνουν 200 χρόνια από το θάνατό του το φεστιβάλ «Καραϊσκάκεια Καρδίτσας 2027» θα το αναλάβει εξολοκλήρου ο Δήμος Πειραιά την τελετή έναρξης. Επίσης χορηγοί είναι και περίπου 20 ιδιώτες επιχειρηματίες της Καρδίτσας και των Τρικάλων που προσφέρουν οικονομική στήριξη με αντάλλαγμα την προβολή τους.

Ερώτηση: Πως γίνεται αυτή η προβολή;

Απάντηση: Η προβολή της εκδήλωσης ξεκινάει με αναρτήσεις στον τοπικό τύπο και στα sites, στη συνέχεια βγαίνει η αφίσα και αναρτάται στην ιστοσελίδα της Ένωσης Πολιτιστικών Συλλόγων, μετά τοποθετείται σε συγκεκριμένα σταντ που έχει ο δήμος και η περιφέρεια όπου θα φιλοξενήσουν και εκεί τα ξένα χορευτικά μέσα στο επτάήμερο των εκδηλώσεων. Δίνονται συνεντεύξεις σε τοπικά κανάλια, ραδιόφωνα και εφημερίδες. Το ίδιο προβάλλονται και οι παράλληλες εκδηλώσεις που γίνονται κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ, όπως είναι ο Καραϊσκάκειος Δρόμος με οργανωτή τον Πολιτιστικό Σύλλογο του Μαυρομματίου, σκοπευτικοί αγώνες, εκθέσεις ζωγραφικής, φωτογραφίας και παραδοσιακών ενδυμασιών από τις χώρες που φιλοξενούνται, σεμινάρια χορού και μουσικής μεταξύ των φιλοξενούμενων αντιπροσωπειών. Οι εκδηλώσεις παρουσιάζονται live από το live streaming της Ένωσης Πολιτιστικών συλλόγων κάθε βράδυ. Επίσης υπάρχει και η δυνατότητα αναμετάδοσης μέσα από την ιστοσελίδα της Ένωσης (www.enpolis.gr).

Ερώτηση: Το υπουργείο πολιτισμού συμμετέχει σε όλο αυτό;

Απάντηση: Μέχρι τώρα το υπουργείο ήταν συνδιοργανωτής. Από το 2026 αποφάσισε να στηρίζει και να αναδεικνύει τις δράσεις των ελληνικών πολιτιστικών φορέων στην Ελλάδα ειδικά αυτών που ασχολούνται με Φεστιβάλ παραδοσιακών/ δημοτικών

χορών και μουσικής, δημιουργώντας ένα μητρώο όπου ο κάθε μη κερδοσκοπικός πολιτιστικός φορέας μπορεί να εγγραφεί σε αυτό το μητρώο και να υποβάλει τις προτάσεις του για επιχορήγηση. Μπορούν να υποβάλουν δύο και εγκρίνεται μόνο η μία.
<https://portal.culture.gov.gr/epichorigiseis/folklorika-festival/>

Ερώτηση: Ποιοι άλλοι βοηθάνε στο να πραγματοποιηθεί αυτή η εκδήλωση;

Απάντηση: Σημαντικοί βοηθοί σε αυτό το φεστιβάλ είναι οι εθελοντές. Γίνεται ανοικτή πρόσκληση μέσα από τους συλλόγους για νεαρά άτομα που μόλις τελειώσουν τις πανελλαδικές εξετάσεις, γιατί δεν έχουν πλέον άλλες υποχρεώσεις. Δεν μπορούμε να απευθυνθούμε σε φοιτητές γιατί την συγκεκριμένη εποχή έχουν εξεταστική. Επίσης ο λόγος που απευθυνόμαστε σε νεαρά άτομα είναι να τους μυήσουμε στην λαογραφία και στις ρίζες τους. Είναι σημαντικό που κάθε χρονιά ο αριθμός των εθελοντών αυξάνεται το 2025 23 εθελοντές ήταν πρόθυμοι να συνοδεύσουν όλη την εβδομάδα τα 4 συγκροτήματα που είχαν έρθει από το εξωτερικό.

Ερώτηση: Ποιοι τελικά είναι οι στόχοι του φεστιβάλ;

Απάντηση: Οι στόχοι των Καραϊκακείων είναι να αναδειχθεί η τοπική πολιτιστική κουλτούρα της κάθε περιοχής, να ενθαρρυνθούν οι καλλιτέχνες από διάφορες περιοχές και να προκύψουν συνέργειες. Να αναπτυχθεί ο τουρισμός στην πόλη μας και γενικά στο νομό μας. Να βοηθηθεί η τοπική οικονομία, εστιατόρια, μέσα μετακίνησης, τουριστικά λεωφορεία, ταξί, να βοηθηθούν όλα τα επαγγέλματα που έχουν καλλιτεχνική χροιά, όπως είναι οι φωτογράφοι, οι ηχολήπτες οι μουσικοί κ.α.

Ερώτηση: Η συμπερίληψη έχει λόγο σε αυτό το φεστιβάλ.

Απάντηση: Σε αυτό το κομμάτι είμαστε λίγο πίσω. Το μόνο που έχουμε κάνει μέχρι τώρα είναι να συμμετέχουν στο φεστιβάλ χορευτικά συγκροτήματα με άτομα ΑΜΕΑ που έχουν διδαχθεί τον παραδοσιακό χορό και μπορούν να λάβουν μέρος. Στόχος μας είναι να μπορέσουμε μέσω τη τεχνολογίας να προσελκύσουμε και αυτό το κοινό.