ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Πολιτιστική Επικοινωνία και Χωρική Αναζωογόνηση: Η Συμβολή του Φεστιβάλ Χελμού στη Νέα Ταυτότητα του Τόπου»

Κουνάβη Χαρίκλεια

(Α.Μ.:157358)

Α΄ Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Συλαίου Στυλιανή

Β΄ Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Σηφάκη Ειρήνη

Ακαδημαϊκός Υπεύθυνος: Γκαντζιάς Γεώργιος

Ιούνιος 2026

ΠΑΤΡΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία εξετάζει τον ρόλο του Φεστιβάλ Χελμού ως μοχλού πολιτιστικής επικοινωνίας, αναδιαμόρφωσης της ταυτότητας του τόπου και χωρικής αναζωογόνησης στο Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων. Σκοπός της έρευνας είναι να αναδείξει πώς ένα σύγχρονο πολιτιστικό γεγονός μπορεί να μετασχηματίσει συμβολικά έναν ορεινό χώρο με έντονη εποχικότητα. Για την επίτευξη αυτού του στόχου, πραγματοποιήθηκε ποσοτική έρευνα σε δείγμα 98 συμμετεχόντων, με τη χρήση περιγραφικής στατιστικής, αναλύσεων συσχέτισης Pearson και μοντέλων γραμμικής παλινδρόμησης. Τα εμπειρικά αποτελέσματα κατέδειξαν ότι η στρατηγική πολιτιστικής επικοινωνίας αξιολογήθηκε ιδιαίτερα θετικά, προετοιμάζοντας αποτελεσματικά το έδαφος για τη φεστιβαλική εμπειρία. Επιπλέον, η ανάλυση απλής γραμμικής παλινδρόμησης αποκάλυψε μια εξαιρετικά συμπαγή αιτιώδη σχέση, καθώς η βιωμένη εμπειρία συμμετοχής διαπιστώθηκε ότι ερμηνεύει το 92,5% της διακύμανσης στην αντίληψη για την ταυτότητα του τόπου και το χωρικό νόημα. Το εύρημα αυτό επιβεβαιώνει τη μετασχηματιστική δύναμη των «τόπων εμπειρίας», όπου ο χώρος παύει να είναι ένα ουδέτερο γεωμετρικό υπόβαθρο και αποκτά βαθύ συμβολικό χαρακτήρα. Παράλληλα, το μοντέλο της πολλαπλής παλινδρόμησης απέδειξε ότι η επικοινωνία, η εμπειρία και η ταυτότητα του τόπου προβλέπουν συνδυαστικά το 89,5% της χωρικής αναζωογόνησης και βιώσιμης ανάπτυξης της περιοχής. Η εμπειρία και η ταυτότητα αναδείχθηκαν ως οι ισχυρότεροι θετικοί κινητήριοι μοχλοί, ενώ η επικοινωνία εμφάνισε αρνητικό συντελεστή λόγω πολυσυγγραμμικότητας, γεγονός που υπογραμμίζει ότι η καθαρή προβολή δεν λειτουργεί αυτόνομα αν δεν μεσολαβήσει το ίδιο το συμμετοχικό βίωμα. Συμπερασματικά, η έρευνα αναδεικνύει το Φεστιβάλ Χελμού ως ένα επιτυχημένο εργαλείο διαμόρφωσης τόπου (place - making), το οποίο επιτρέπει τον συμβολικό επαναπροσδιορισμό του χώρου και θέτει τις βάσεις για τη μακροπρόθεσμη, βιώσιμη πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη της περιφέρειας.

Λέξεις-κλειδιά: Φεστιβάλ Χελμού, Ταυτότητα τόπου, Χωρική αναζωογόνηση, Πολιτιστική επικοινωνία, Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων, Βιώσιμη ανάπτυξη.

ABSTRACT

This study examines the role of the Helmos Festival as a driver of cultural communication, place identity reshaping, and spatial regeneration at the Kalavrita Ski Center. The purpose of the research is to highlight how a contemporary cultural event can symbolically transform a highly seasonal mountainous space. To achieve this objective, a quantitative study was conducted with a sample of 98 participants, utilizing descriptive statistics, Pearson correlation analysis, and linear regression models. The empirical results demonstrated that the cultural communication strategy was evaluated very positively, effectively preparing the ground for the festival experience. Furthermore, the simple linear regression analysis revealed an exceptionally robust causal relationship, as the lived experience of participation was found to explain 92.5% of the variance in the perception of place identity and spatial meaning. This finding confirms the transformative power of "experience places," where space ceases to be a neutral geometric background and acquires a profound symbolic character. Concurrently, the multiple regression model demonstrated that communication, experience, and place identity combined predict 89.5% of the area's spatial regeneration and sustainable development. Experience and identity emerged as the strongest positive drivers, whereas communication exhibited a negative coefficient due to multicollinearity, a fact highlighting that pure promotion does not function autonomously without the mediation of the participatory experience itself. In conclusion, the research highlights the Helmos Festival as a successful placemaking tool that enables the symbolic redefinition of space and lays the foundations for the long-term, sustainable cultural and tourism development of the region.

Keywords: Helmos Festival, Place identity, Spatial regeneration, Cultural communication, Kalavrita Ski Center, Sustainable development.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ 3

ABSTRACT 4

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^{Ο} : ΕΙΣΑΓΩΓΗ 8

1.1 Το αντικείμενο της έρευνας 8

1.2 Η περίπτωση του Φεστιβάλ του Χελμού 9

1.3 Σκοπός της έρευνας 10

1.4 Ερευνητικά ερωτήματα 11

1.5 Η δομή της έρευνας 11

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^{Ο} : ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ 12

2.1 Πολιτιστική επικοινωνία και πολιτιστική καινοτομία 13

2.2 Ερμηνεία της σχέσης πολιτισμού, τόπου και εμπειρίας 15

2.3 Επικοινωνία, συμμετοχή και συν-δημιουργία 16

2.4 Παραδείγματα καινοτόμων φεστιβάλ 18

2.5 Σύνοψη 20

ΚΕΦΛΑΙΑΟ 3^{Ο} : ΧΩΡΟΣ, ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ 21

3.1 Σχέση πολιτισμού και επικοινωνίας 21

3.2 Θεωρητικές προσεγγίσεις της έννοιας του χώρου και του χωρικού νοήματος. 23

3.3 Η έννοια του τόπου εμπειρίας και η μετασχηματιστική του δύναμη 25

3.4 Σύνοψη 27

Κεφάλαιο 4^{ο} :Το Φεστιβάλ Χελμού: ιστορικό και χαρακτηριστικά 28

4.1 Ιστορικό και φιλοσοφία του Φεστιβάλ 28

4.2 Το Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων ως τόπος πολιτιστικής δράσης 29

4.3 Ανάλυση του επικοινωνιακού και καλλιτεχνικού σχεδιασμού 31

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^{Ο} : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ 34

5.1 Ερευνητικός σχεδιασμός 34

5.2 Πληθυσμός, δείγμα και μέθοδος δειγματοληψίας 34
5.3 Ερευνητικό εργαλείο 35
5.4 Διαδικασία συλλογής δεδομένων 37
5.5 Στατιστική ανάλυση των δεδομένων 38
5.6 Σύνδεση των ερευνητικών ερωτημάτων με το θεωρητικό πλαίσιο και το ερευνητικό εργαλείο 39
5.7 Δεοντολογικά ζητήματα 42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο : ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 43
6.1 Εισαγωγή 43
6.2 Δημογραφικό προφίλ ερωτηθέντων 44
6.3 Περιγραφική Αναλυση μεταβλητών 49
6.3.1 Αντίληψη για την πολιτιστική επικοινωνία του φεστιβάλ 49
6.3.2 Εμπειρία συμμετοχής και βιωμένη σχέση με τον τόπο 51
6.3.3 Ταυτότητα τόπου και χωρικό νόημα 53
6.3.4 Χωρική αναζωογόνηση και βιώσιμη πολιτιστική ανάπτυξη 54
6.4 Αναλυση Συσχέτισης 56
6.4.1 Ανάλυση των Ισχυρότερων Δεσμών (D1, D2, D3) 57
6.4.2 Ο Ρόλος της Χωρικής Αναζωογόνησης και της Βιώσιμης Ανάπτυξης (D4) 58
6.4.3 Συμπερασματική Αποτίμηση 58
6.5 Αναλυση υποθέσεων 58
6.5.1 Έλεγχος της 1ης Υπόθεσης (H1) 59
6.5.2 Έλεγχος της 2ης Υπόθεσης (H2) 60
6.5.3 Έλεγχος της 3ης Υπόθεσης (H3) 60
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ 61
7.1 Συζήτηση αποτελεσμάτων .....**Error! Bookmark not defined.**
7.2 Η συμβολή της έρευνας σε θεωρητικό και διοικητικό επίπεδο 70
7.3 Περιορισμοί της Έρευνας και Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα 71

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 73

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 76

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 76

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^{Ο} : ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Το αντικείμενο της έρευνας

Στο σύγχρονο πεδίο των πολιτιστικών σπουδών, της επικοινωνίας και της πολιτιστικής διαχείρισης, ο πολιτισμός δεν αντιμετωπίζεται πλέον αποκλειστικά ως πεδίο καλλιτεχνικής έκφρασης, αλλά και ως δυναμικός μηχανισμός παραγωγής νοημάτων, κοινωνικών σχέσεων και συμβολικών αναπαραστάσεων του χώρου. Τα φεστιβάλ, ειδικότερα, έχουν αναδειχθεί σε κατεξοχήν μορφές πολιτιστικής διαμεσολάβησης, μέσω των οποίων ο τόπος δεν φιλοξενεί απλώς ένα γεγονός, αλλά επαναπαρουσιάζεται, επανασχεδιάζεται και επανερμηνεύεται. Στη σχετική διεθνή βιβλιογραφία, η δημιουργικότητα και ο πολιτισμός συνδέονται όλο και περισσότερο με διαδικασίες διαμόρφωσης τόπων (place-making), δημιουργικού τουρισμού και συμβολικής ανασύνθεσης της τοπικότητας, ιδίως όταν ο πολιτιστικός σχεδιασμός δεν περιορίζεται στην κατανάλωση ενός θεάματος αλλά ενεργοποιεί εμπειρίες συμμετοχής, συνάντησης και πολιτισμικής συν-παραγωγής (Richards, 2020; Brownett and Evans, 2020; Lynch and Quinn, 2022).

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, η έννοια της πολιτιστικής επικοινωνίας αποκτά κομβική σημασία. Η πολιτιστική επικοινωνία δεν αφορά μόνο τη διάδοση ενός πολιτιστικού περιεχομένου προς ένα κοινό, αλλά και τον τρόπο με τον οποίο συγκροτούνται σχέσεις ανάμεσα σε δημιουργούς, διοργανωτές, συμμετέχοντες, τοπικές κοινότητες και χώρους υποδοχής. Πρόκειται, δηλαδή, για μια διαδικασία μέσα από την οποία παράγονται αφηγήσεις για το ποιος είναι ένας τόπος, ποιοι ανήκουν σε αυτόν, ποια βιώματα προβάλλονται ως αντιπροσωπευτικά και ποια στοιχεία μετατρέπονται σε πολιτιστικό κεφάλαιο. Η βιβλιογραφία δείχνει ότι τα φεστιβάλ έχουν τη δυνατότητα να μετασχηματίζουν τον τόπο σε εμπειρία, να ενισχύουν την ελκυστικότητα ενός προορισμού και να λειτουργούν ως φορείς διαφοροποίησης και επανατοποθέτησης ενός χώρου στο συλλογικό φαντασιακό (Davis, 2016; Lau and Li, 2019; Zhang, Fong and Li, 2019).

Η σχέση αυτή ανάμεσα στον πολιτισμό και τον χώρο δεν είναι ουδέτερη. Ο χώρος, στη σύγχρονη θεωρητική προσέγγιση, δεν νοείται απλώς ως φυσικό υπόβαθρο, όπου λαμβάνει χώρα μια δραστηριότητα, αλλά ως κοινωνικά και πολιτισμικά παραγόμενο πεδίο νοηματοδότησης. Η έννοια της ταυτότητας του τόπου συνδέεται με τις

συναισθηματικές, συμβολικές και βιωματικές προσκολλήσεις που αναπτύσσονται ανάμεσα στα άτομα και στο περιβάλλον τους, ενώ το χωρικό νόημα συγκροτείται μέσα από πρακτικές, αναπαραστάσεις και εμπειρίες. Στην περίπτωση των φεστιβάλ, η ταυτότητα του τόπου μπορεί να ενισχυθεί όταν το γεγονός ενσωματώνει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος, όταν προωθεί τη συν-δημιουργία εμπειρίας και όταν οι συμμετέχοντες αντιλαμβάνονται ότι ο συγκεκριμένος τόπος αποκτά μια ξεχωριστή πολιτιστική σημασία εξαιτίας του γεγονότος (Davis, 2016; Lin and Lee, 2020; Kuo et al., 2021).

Παράλληλα, η διεθνής έρευνα έχει αναδείξει ότι τα φεστιβάλ δεν επιδρούν μόνο στην τουριστική εικόνα ή στην οικονομική κινητικότητα μιας περιοχής, αλλά και στη συγκρότηση κοινωνικού κεφαλαίου, στην καλλιέργεια αισθήματος συμμετοχής και στην ενίσχυση της πρόθεσης υποστήριξης ενός τόπου ή ενός πολιτιστικού θεσμού. Όταν οι κάτοικοι ή οι επισκέπτες βιώνουν ένα φεστιβάλ ως αυθεντική, συμμετοχική και χωρικά ενσωματωμένη εμπειρία, αυξάνεται η πιθανότητα να αναπτύξουν ισχυρότερη ταύτιση με τον τόπο, να επαναξιολογήσουν τη σημασία του και να τοποθετήσουν τον χώρο μέσα σε ένα νέο ερμηνευτικό σχήμα. Με άλλα λόγια, το φεστιβάλ μπορεί να λειτουργήσει ως πολιτιστικός μεσολαβητής που επηρεάζει όχι μόνο το πώς παρουσιάζεται ο τόπος προς τα έξω, αλλά και το πώς γίνεται αντιληπτός από όσους τον κατοικούν ή τον επισκέπτονται (Brownett and Evans, 2020; Kuo et al., 2021; Lynch and Quinn, 2022).

1.2 Η περίπτωση του Φεστιβάλ του Χελμού

Η μελέτη αυτή αποκτά ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην περίπτωση του Φεστιβάλ του Χελμού. Σύμφωνα με την επίσημη παρουσίαση του θεσμού, το φεστιβάλ αναπτύσσεται στην «καρδιά» του Χιονοδρομικού Κέντρου Καλαβρύτων και του UNESCO Global Geopark Χελμού-Βουραϊκού, σε έναν χώρο που συνδέεται κυρίως με χειμερινές αθλητικές και τουριστικές δραστηριότητες. Το ίδιο το πλαίσιο του τόπου είναι καθοριστικό: ο Χελμός εντάσσεται σε ένα ευρύτερο προστατευόμενο και πολιτισμικά φορτισμένο περιβάλλον, με κορυφές που φτάνουν σχεδόν τα 2.400 μέτρα, πλούσια γεωλογική ιστορία και στοιχεία υλικής και άυλης κληρονομιάς που ενισχύουν τη σημασία του ως πολιτισμικού τοπίου. Σε αυτό το περιβάλλον, το φεστιβάλ δεν προστίθεται απλώς ως μια ακόμα εκδήλωση, αλλά ανατρέπει τη συνήθη εποχική χρήση

του χώρου, προτείνοντας μια εναλλακτική ανάγνωση του βουνού ως τόπου πολιτιστικής εμπειρίας, συνάντησης και δημιουργίας

Η επιλογή του Φεστιβάλ του Χελμού ως μελέτης περίπτωσης ενισχύεται και από τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά της εξέλιξής του. Η επίσημη ιστοσελίδα του φεστιβάλ αναφέρει ότι η πρώτη διοργάνωση πραγματοποιήθηκε στις 2 Ιουνίου 2023, σε υψόμετρο 1.750 μέτρων, και συνδύασε τη μουσική με τις υπαίθριες δραστηριότητες και την αναψυχή, φιλοξενώντας 8.000 κατασκηνωτές. Αντίστοιχα, το πρόγραμμα του 2025 δείχνει ότι ο θεσμός έχει ήδη αποκτήσει πολυδιάστατο χαρακτήρα, καθώς περιλαμβάνει όχι μόνο συναυλιακό χαρακτήρα αλλά και υπαίθριες δραστηριότητες και παράλληλες δράσεις. Επομένως, το φεστιβάλ παρουσιάζει τα χαρακτηριστικά ενός σύνθετου πολιτιστικού προϊόντος, όπου η εμπειρία δεν εξαντλείται στην παρακολούθηση μουσικών δρώμενων, αλλά οργανώνεται ως ολιστική πολιτιστική και χωρική εμπλοκή με το φυσικό περιβάλλον και τον συγκεκριμένο τόπο (Helmos Mountain Festival, 2023; Helmos Mountain Festival, 2025).

1.3 Σκοπός της έρευνας

Η σημασία της παρούσας εργασίας έγκειται ακριβώς στο ότι επιχειρεί να φωτίσει τη σύνδεση ανάμεσα στην πολιτιστική καινοτομία, την επικοινωνιακή στρατηγική ενός φεστιβάλ και τον μετασχηματισμό του χωρικού νοήματος. Οσον αφορά την καινοτομία και τον όρο αυτόν, ο χαρακτηρισμός ενός φεστιβάλ ως καινοτόμου δεν αποδίδεται a priori, αλλά προσεγγίζεται μέσω συγκεκριμένων αναλυτικών κριτηρίων, όπως η ανανέωση του πολιτιστικού περιεχομένου, οι συμμετοχικές μορφές εμπειρίας, η επανανοηματοδότηση του χώρου, η ανάπτυξη νέων συνεργασιών και η παραγωγή κοινωνικής ή περιβαλλοντικής αξίας. Αν και η διεθνής βιβλιογραφία έχει εξετάσει σε σημαντικό βαθμό τη σχέση φεστιβάλ, τόπου, ταυτότητας και κοινωνικής συμμετοχής, μεγάλο μέρος αυτής της συζήτησης φαίνεται να έχει εστιάσει σε αστικά περιβάλλοντα, σε παραδοσιακά ή κοινοτικά φεστιβάλ και σε περιπτώσεις όπου η φεστιβαλική δραστηριότητα είναι ήδη παγιωμένη. Αντίθετα, η περίπτωση ενός ορεινού, φυσικού και εποχικά προσδιορισμένου χώρου, ο οποίος επανανοηματοδοτείται μέσω μιας σύγχρονης πολιτιστικής διοργάνωσης, προσφέρει ένα ιδιαίτερα πρόσφορο πεδίο για περαιτέρω διερεύνηση τόσο της «καινοτομίας» όσο και των άλλων διαστάσεων, ιδίως

στο ελληνικό πλαίσιο (Lau and Li, 2019; Brownett and Evans, 2020; Lynch and Quinn, 2022; Richards, 2020).

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να διερευνήσει τον τρόπο με τον οποίο το Φεστιβάλ Χελμού λειτουργεί ως φορέας πολιτιστικής επικοινωνίας και χωρικής αναζωογόνησης, επηρεάζοντας την αντίληψη για την ταυτότητα και το νόημα του τόπου. Ειδικότερα, η εργασία επιδιώκει να εξετάσει κατά πόσο ο καινοτόμος χαρακτήρας της διοργάνωσης, η βιωματική διάσταση της συμμετοχής, η συνάντηση πολιτισμού και φυσικού περιβάλλοντος, καθώς και η ενεργοποίηση της τοπικής και ευρύτερης κοινότητας συνδέονται με την παραγωγή μιας νέας συμβολικής εικόνας για το Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων και την περιοχή του Χελμού. Για τον σκοπό αυτό αξιοποιήθηκε η ποσοτική ερευνητική προσέγγιση, με χρήση ερωτηματολογίου, ώστε να αποτυπωθούν με συστηματικό τρόπο οι αντιλήψεις των συμμετεχόντων σχετικά με την πολιτιστική εμπειρία, την καινοτομία της επικοινωνίας, την αίσθηση ταυτότητας τόπου και την αντιλαμβανόμενη συμβολή του φεστιβάλ στη χωρική και πολιτιστική ανανέωση.

1.4 Ερευνητικά ερωτήματα

Η παρούσα έρευνα εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο οι συμμετέχοντες προσλαμβάνουν τον ρόλο του Φεστιβάλ Χελμού ως φορέα καινοτόμου πολιτιστικής επικοινωνίας και εμπειρίας, εστιάζοντας στις αντιλήψεις και τις εμπειρίες που διαμορφώνονται μέσα από τη συμμετοχή τους. Παράλληλα, μελετά τον βαθμό στον οποίο η εμπειρία συμμετοχής στο Φεστιβάλ επηρεάζει τις αντιλήψεις των επισκεπτών σχετικά με την ταυτότητα, τη σημασιοδότηση του τόπου και τον χωρικό χαρακτήρα του Χιονοδρομικού Κέντρου Καλαβρύτων. Επιπλέον, η έρευνα στοχεύει στην αποτίμηση του τρόπου με τον οποίο οι συμμετέχοντες αξιολογούν τη συμβολή του Φεστιβάλ Χελμού στη χωρική αναζωογόνηση, στην ενδυνάμωση της τοπικής ταυτότητας και στην προώθηση της βιώσιμης πολιτιστικής ανάπτυξης της ευρύτερης περιοχής.

1.5 Η δομή της έρευνας

Όσον αφορά τη διάρθρωση της παρούσας εργασίας, αυτή αναπτύσσεται σε επτά διακριτά κεφάλαια, ξεκινώντας με το εισαγωγικό Κεφάλαιο 1, όπου ορίζεται το

αντικείμενο, ο σκοπός και τα ερευνητικά ερωτήματα, με επίκεντρο τη μελέτη περίπτωσης του Φεστιβάλ του Χελμού. Ακολουθεί το Κεφάλαιο 2, το οποίο θέτει το θεωρητικό πλαίσιο γύρω από την πολιτιστική επικοινωνία, την καινοτομία, τη συμμετοχή και τη συν-δημιουργία, εξετάζοντας παράλληλα αντίστοιχα παραδείγματα καινοτόμων φεστιβάλ. Στο Κεφάλαιο 3 εμβαθύνεται η σχέση πολιτισμού και επικοινωνίας μέσα από τις έννοιες του χώρου, του χωρικού νοήματος και του μετασχηματιστικού «τόπου εμπειρίας». Το Κεφάλαιο 4 εστιάζει αποκλειστικά στο Φεστιβάλ Χελμού, παρουσιάζοντας το ιστορικό, τη φιλοσοφία του, καθώς και τον επικοινωνιακό και καλλιτεχνικό του σχεδιασμό στο Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων. Στη συνέχεια, το Κεφάλαιο 5 αναλύει τη μεθοδολογία της έρευνας, περιγράφοντας τον ερευνητικό σχεδιασμό, το δείγμα, το ερευνητικό εργαλείο, τη διαδικασία συλλογής δεδομένων, καθώς και τα δεοντολογικά ζητήματα που προέκυψαν. Στο Κεφάλαιο 6 παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα της έρευνας, περιλαμβάνοντας το δημογραφικό προφίλ των ερωτηθέντων, την περιγραφική ανάλυση των μεταβλητών (πολιτιστική επικοινωνία, βιωμένη εμπειρία, ταυτότητα τόπου, χωρική αναζωογόνηση), καθώς και τις αναλύσεις συσχετίσεων και τον έλεγχο των ερευνητικών υποθέσεων. Η εργασία ολοκληρώνεται με το Κεφάλαιο 7, όπου πραγματοποιείται η τελική συζήτηση των αποτελεσμάτων, αναδεικνύεται η θεωρητική και διοικητική συμβολή της έρευνας, και παρατίθενται οι περιορισμοί της μαζί με προτάσεις για μελλοντική μελέτη, ακολουθούμενη από τη σχετική βιβλιογραφία και το παράρτημα με το ερωτηματολόγιο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^{Ο} : ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Στο σύγχρονο πεδίο της πολιτιστικής διαχείρισης, της επικοινωνίας και των πολιτιστικών σπουδών, ο πολιτισμός δεν νοείται πλέον ως ένα απομονωμένο σύνολο καλλιτεχνικών πρακτικών, αλλά ως δυναμικός μηχανισμός παραγωγής νοημάτων, κοινωνικών σχέσεων και χωρικών αναπαραστάσεων. Η πολιτιστική δράση επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο οι κοινότητες αφηγούνται τον εαυτό τους, οργανώνουν τη συλλογική τους μνήμη και αναδιαμορφώνουν τη σχέση τους με τον χώρο. Στο πλαίσιο αυτό, τα φεστιβάλ αποκτούν ιδιαίτερη βαρύτητα, επειδή συνδυάζουν την εμπειρία, τη δημόσια παρουσία, τη συμμετοχή και την επικοινωνιακή ορατότητα, λειτουργώντας

όχι μόνο ως καλλιτεχνικά γεγονότα, αλλά και ως πλατφόρμες συμβολικής ανασύνθεσης του τόπου. Η διεθνής βιβλιογραφία, αλλά και σύγχρονες εκθέσεις πολιτιστικής πολιτικής, υπογραμμίζουν ότι η πολιτιστική δραστηριότητα συνδέεται όλο και πιο στενά με τη βιώσιμη ανάπτυξη, την κοινωνική συνοχή, τη συμμετοχή και τη μεταμόρφωση των τόπων (UNESCO, 2025; OECD, 2025; Cerisola and Panzera, 2022).

2.1 Πολιτιστική επικοινωνία και πολιτιστική καινοτομία

Η πολιτιστική επικοινωνία δεν περιορίζεται στην προβολή ενός γεγονότος ή στη διάχυση πληροφοριών προς ένα υποτιθέμενα παθητικό κοινό. Αντίθετα, συγκροτεί ένα πεδίο διαμεσολάβησης μέσα από το οποίο παράγονται αφηγήσεις, ερμηνείες, συμβολισμοί και σχέσεις ανάμεσα σε πολιτιστικούς οργανισμούς, δημιουργούς, κατοίκους, επισκέπτες και τόπους. Σε αυτή την οπτική, η επικοινωνία δεν είναι ένα εξωτερικό εργαλείο του πολιτισμού, αλλά συστατικό στοιχείο της ίδιας της πολιτιστικής εμπειρίας. Η σύγχρονη βιβλιογραφία για την ταυτότητα του τόπου (place identity) και την πολιτιστική αφήγηση (cultural storytelling) δείχνει ότι η επικοινωνία έχει τη δύναμη να μετασχηματίζει την εικόνα ενός τόπου, να ενισχύει τη συναισθηματική του αναγνωρισιμότητα και να λειτουργεί ως στρατηγική παραγωγής νοήματος και συμμετοχικής ταύτισης. Κατά συνέπεια, η πολιτιστική επικοινωνία αφορά τόσο το «τι» επικοινωνείται όσο και το «πώς», «από ποιους» και «για ποιους» συγκροτείται το νόημα του τόπου (Rahmanto and Fariza, 2025; Strandberg and Styvén, 2024).

Μέσα σε αυτό το σχήμα, η πολιτιστική καινοτομία δεν πρέπει να νοηθεί απλοϊκά ως υιοθέτηση τεχνολογικών εργαλείων ή ως αισθητική πρωτοτυπία. Στη σχετική συζήτηση, ο όρος παραπέμπει στη δημιουργία νέων μορφών πολιτιστικής παραγωγής, διανομής, συμμετοχής και εμπειρίας, καθώς και σε νέους τρόπους σύνδεσης της πολιτιστικής δράσης με τις τοπικές κοινωνίες και τα φυσικά ή αστικά περιβάλλοντα, όπου αυτή αναπτύσσεται. Η UNESCO επισημαίνει ότι οι σύγχρονες πολιτιστικές πολιτικές συνδέουν όλο και περισσότερο την κουλτούρα με τα δικαιώματα, την εκπαίδευση, την ψηφιακή μετάβαση και την ανθεκτικότητα, ενώ ο OECD υπογραμμίζει ότι τα φεστιβάλ και τα πολιτιστικά γεγονότα αποτελούν βασικές μορφές πολιτισμικά καθοδηγούμενης αναζωογόνησης (culture-led regeneration), ιδιαίτερα

όταν συνδέονται με κοινότητες, προσωρινούς ή επαναχρησιμοποιούμενους χώρους και συμμετοχικές πρακτικές. Συνεπώς, η καινοτομία στην πολιτιστική επικοινωνία αφορά την ικανότητα ενός γεγονότος να επανασχεδιάζει όχι μόνο το μήνυμά του, αλλά και τις σχέσεις που δημιουργεί (UNESCO, 2025; OECD, 2025).

Σημαντικό στοιχείο της πολιτιστικής καινοτομίας είναι η μετατόπιση από το μονολογικό στο διαλογικό και από το θεαματικό στο βιωματικό μοντέλο επικοινωνίας. Η πολιτιστική επικοινωνία γίνεται αποτελεσματικότερη όταν δεν απευθύνεται απλώς σε καταναλωτές πολιτισμού, αλλά ενεργοποιεί συμμέτοχους, συνδημιουργούς και φορείς ερμηνείας. Η επικαιρότητα αυτής της μετατόπισης επιβεβαιώνεται και από την αυξανόμενη σημασία των ψηφιακών δικτύων, των υβριδικών μορφών εμπειρίας και της αφηγηματικής διάδρασης στα πολιτιστικά γεγονότα. Μελέτες για τη φεστιβαλική επικοινωνία μέσω κοινωνικών δικτύων (social media) δείχνουν ότι η ψηφιακή διάσταση δεν λειτουργεί απλώς ως συμπληρωματική προβολή, αλλά συμβάλλει ενεργά στη διαμόρφωση της αξίας, της αναγνωρισιμότητας και των μετέπειτα συμπεριφορικών προθέσεων των συμμετεχόντων. Επομένως, ο καινοτόμος χαρακτήρας ενός φεστιβάλ συνδέεται πλέον στενά με το κατά πόσο μπορεί να συνδέσει φυσική παρουσία, ψηφιακή αφήγηση και συμμετοχική εμπλοκή (Llopis-Amorós et al., 2019; Yin, Fu and Dai, 2023).

Από αυτή την οπτική, τα φεστιβάλ συνιστούν ιδιαίτερα πρόσφορα παραδείγματα πολιτιστικής επικοινωνίας, επειδή συγκεντρώνουν σε συμπυκνωμένη μορφή πολλαπλές διαστάσεις: αφήγηση, αισθητική επιτέλεση, δημόσια σφαίρα, εμπειρία, τόπο, κοινότητα και συμβολική αναπαράσταση. Δεν μεταδίδουν απλώς πολιτιστικό περιεχόμενο, αλλά κατασκευάζουν το πλαίσιο μέσα στο οποίο ο πολιτισμός βιώνεται, ερμηνεύεται και κοινωνικά αναγνωρίζεται. Ιδίως στα σύγχρονα μουσικά, καλλιτεχνικά και διατοπικά φεστιβάλ, η επικοινωνία διαχέεται σε όλο το φάσμα του γεγονότος: από την οπτική ταυτότητα και τη χωρική σκηνοθεσία μέχρι τις ψηφιακές αφηγήσεις, τη συναισθηματική επένδυση των συμμετεχόντων και τη μνήμη που παραμένει μετά την ολοκλήρωσή του. Αυτό καθιστά τα φεστιβάλ πεδία όπου η πολιτιστική επικοινωνία και η πολιτιστική καινοτομία συναντώνται ουσιαστικά (Richards and King, 2022; Quinn, 2025).

2.2 Ερμηνεία της σχέσης πολιτισμού, τόπου και εμπειρίας

Η σχέση πολιτισμού και τόπου συνιστά έναν από τους πιο κρίσιμους θεωρητικούς άξονες για την κατανόηση των φεστιβάλ ως πολιτισμικών φαινομένων. Ο τόπος δεν ταυτίζεται με τη γεωγραφική τοποθεσία ούτε με το φυσικό υπόβαθρο ενός γεγονότος. Στη σύγχρονη θεωρητική προσέγγιση, ο τόπος συγκροτείται μέσα από σημασίες, αναπαραστάσεις, μνήμες, συναισθήματα και πρακτικές. Η ταυτότητα του τόπου (place identity), όπως δείχνει η σχετική βιβλιογραφία, είναι μια πολυδιάστατη έννοια, που περιλαμβάνει γνωστικά, συναισθηματικά, αξιολογικά και συμπεριφορικά στοιχεία. Συνεπώς, ένας τόπος αποκτά πολιτισμική βαρύτητα όταν γίνεται αντικείμενο ταύτισης, ερμηνείας και εμπειρίας, και όχι απλώς σκηνικό δραστηριοτήτων (Strandberg and Styvén, 2024; Davis, 2016).

Ειδικά στα φεστιβάλ, ο τόπος δεν «φιλοξενεί» απλώς το γεγονός αλλά, σε πολλές περιπτώσεις, παράγεται ξανά μέσα από αυτό. Η ανάλυση των Lau and Li (2019) είναι ιδιαίτερα χρήσιμη, καθώς δείχνει ότι το φεστιβάλ μπορεί να νοηθεί ως τόπος (place), τοπικό κοινωνικό πλαίσιο (locale) και φαντασιακή ταυτότητα (imaginary identity), δηλαδή ως άμεσος βιωμένος χώρος, ως κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο σχέσεων, αλλά και ως συμβολική κατασκευή που αναδιοργανώνει το πώς νοείται ο τόπος. Αυτή η τριπλή διάσταση εξηγεί γιατί ένα φεστιβάλ μπορεί να μετασχηματίσει την εικόνα ενός τόπου πολύ πέρα από τη χρονική διάρκεια της διοργάνωσης. Η εμπειρία των συμμετεχόντων, οι τοπικές αφηγήσεις και η επικοινωνιακή κυκλοφορία των εικόνων του γεγονότος συγκροτούν μια νέα εκδοχή του τόπου, η οποία συχνά συνυπάρχει ή και ανταγωνίζεται προϋπάρχουσες χρήσεις και ταυτότητες (Lau and Li, 2019).

Η φεστιβαλική εμπειρία ενισχύει αυτόν τον μετασχηματισμό, διότι ενεργοποιεί όχι μόνο αισθητηριακά και συναισθηματικά στοιχεία, αλλά και μηχανισμούς προσωπικής και συλλογικής ταύτισης. Ο Davis (2016) έδειξε ότι η ταυτότητα του τόπου (place identity) και η προσκόλληση στον τόπο (place attachment) λειτουργούν ως κεντρικοί μηχανισμοί στη διαμόρφωση του φεστιβαλικού περιβάλλοντος (festival environment), δηλαδή του συνολικού αντιληπτού περιβάλλοντος του γεγονότος. Αντίστοιχα, οι Lin and Lee (2020), μελετώντας ένα παραδοσιακό πολιτιστικό φεστιβάλ στην Ταϊβάν, διαπίστωσαν ότι η αυθεντική εμπειρία ενισχύει τόσο την αντίληψη της φεστιβαλικής ταυτότητας όσο και την ταυτότητα του τόπου. Η σημασία αυτών των ευρημάτων είναι διπλή: αφενός δείχνουν ότι η εμπειρία δεν είναι συμπληρωματικό στοιχείο, αλλά πυρήνας του νοήματος του φεστιβάλ· αφετέρου φανερώνουν ότι ο τόπος και το γεγονός

αλληλοπαράγονται μέσα από τη βιωματική εμπλοκή των συμμετεχόντων (Davis, 2016; Lin and Lee, 2020).

Η έμφαση στην εμπειρία έχει ενισχυθεί ακόμη περισσότερο από πρόσφατες μελέτες, οι οποίες αναδεικνύουν τη σημασία της μνήμης, της συναισθηματικής συγχρονίας και της κοινής ανάμνησης. Οι Wood et al. (2024) υποστηρίζουν ότι οι κοινές φεστιβαλικές αναμνήσεις δεν παραμένουν ατομικές, αλλά διαπραγματεύονται συλλογικά και συμβάλλουν σε ευρύτερα αισθήματα του ανήκειν (sense of belonging), ευεξίας και πρόθεσης επανασύνδεσης με το γεγονός. Παράλληλα, οι Richards and King (2022), στην περίπτωση του Hong Kong Arts Festival, δείχνουν ότι η πολιτιστική εμπειρία των φεστιβάλ δεν μπορεί να αναχθεί μόνο στο πρόγραμμα ή στην καλλιτεχνική ποιότητα, αλλά εξαρτάται από τον τρόπο με τον οποίο ο τόπος, η ατμόσφαιρα, η κινητικότητα και η συμβολική πλαισίωση του γεγονότος συνθέτουν μια ιδιαίτερη εμπειριακή ολότητα. Επομένως, η εμπειρία του φεστιβάλ λειτουργεί ως μηχανισμός μέσα από τον οποίο ο τόπος γίνεται αισθητός, ερμηνεύσιμος και αξιομνημόνευτος (Richards and King, 2022; Wood et al., 2024).

2.3 Επικοινωνία, συμμετοχή και συν-δημιουργία

Η συζήτηση για την πολιτιστική επικοινωνία δεν μπορεί να αποσυνδεθεί από την έννοια της συμμετοχής. Η συμμετοχή στον πολιτισμό συνιστά όχι μόνο μορφή πολιτιστικής κατανάλωσης, αλλά και δικαίωμα, πρακτική κοινωνικής ένταξης και τρόπο ενεργοποίησης της συλλογικής ζωής. Η UNESCO ήδη από παλαιότερες κανονιστικές διατυπώσεις συνέδεε τη συμμετοχή με το δικαίωμα στην πολιτιστική ζωή, ενώ στις σύγχρονες πολιτικές αναλύσεις τονίζει ότι η πρόσβαση, η συμμετοχή και η μείωση των ανισοτήτων αποτελούν κρίσιμες προϋποθέσεις για τη βιωσιμότητα του πολιτιστικού τομέα. Η ενίσχυση της συμμετοχής δεν έχει μόνο δημοκρατική και πολιτισμική σημασία, αλλά και αναπτυξιακή, αφού η εμπλοκή των ατόμων σε πολιτιστικές δραστηριότητες συνδέεται με θετικές περιφερειακές επιδράσεις, παρότι χρειάζεται ισορροπία, ώστε να αποφεύγονται φαινόμενα υπερφόρτωσης ή επιφανειακής φεστιβαλοποίησης (UNESCO, 2025; Cerisola and Panzera, 2022).

Σε επίπεδο φεστιβαλικής εμπειρίας, η συμμετοχή εκφράζεται όλο και περισσότερο με όρους συν - δημιουργίας (co-creation). Οι συμμετέχοντες δεν περιορίζονται στην παθητική παρακολούθηση, αλλά συμβάλλουν ενεργά στη δημιουργία του βιώματος,

μέσα από αλληλεπιδράσεις με άλλους επισκέπτες, με την τοπική κοινωνία, με το φυσικό ή αστικό περιβάλλον και με τις ψηφιακές πλατφόρμες όπου το γεγονός συνεχίζει να «ζει» μετά τη λήξη του. Οι Zhang, Fong and Li (2019) έδειξαν ότι η συνδημιουργία εμπειρίας συνδέεται με την προσκόλληση στον τόπο (place attachment) και τη συνολική αξιολόγηση του φεστιβάλ, επιβεβαιώνοντας ότι η αξία του γεγονότος δεν παράγεται μόνο από τον διοργανωτή, αλλά συνδιαμορφώνεται. Έτσι, η συμμετοχή μετατρέπεται σε δομικό στοιχείο της πολιτιστικής καινοτομίας (Zhang, Fong and Li, 2019).

Η επικοινωνία ενισχύει αποφασιστικά αυτή τη συνδημιουργική διάσταση. Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης έχουν μεταβάλει ριζικά το πεδίο της φεστιβαλικής επικοινωνίας, επειδή επιτρέπουν στους συμμετέχοντες να μετατρέπονται σε παραγωγούς περιεχομένου, αφηγητές εμπειριών και δευτερογενείς φορείς νοηματοδότησης του γεγονότος. Η μελέτη των Llopis-Amorós et al. (2019) έδειξε ότι οι επικοινωνίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media communications), ιδίως οι δημιουργημένες από τον χρήστη (user-generated), συνδέονται με τη δημιουργία της αξίας της επωνυμίας (brand equity), της ικανοποίησης και των μελλοντικών συμπεριφορικών προθέσεων, ενώ η μελέτη των Yin, Fu and Dai (2023) έδειξε ότι στα σύντομα βίντεο και στις σχετικές ψηφιακές αναρτήσεις αποτυπώνονται πέντε βασικές εμπειρικές διαστάσεις: γνωστική εμπειρία, καινοτομία, συναίσθημα, σωματική συμμετοχή και κοινωνική αλληλεπίδραση. Άρα, η ψηφιακή επικοινωνία δεν είναι περιφερειακή λειτουργία, αλλά χώρος όπου η εμπειρία αποκτά δεύτερη ζωή και επεκτείνει το χωρικό και συμβολικό αποτύπωμα του φεστιβάλ (Llopis-Amorós et al., 2019; Yin, Fu and Dai, 2023).

Η συμμετοχή συνδέεται επίσης με τη δημιουργία κοινωνικού κεφαλαίου και την ενίσχυση της υποστήριξης προς τον τόπο και το γεγονός. Οι Kuo et al. (2021), μελετώντας ένα κοινοτικό φεστιβάλ στην Ταϊβάν, έδειξαν ότι η ταυτότητα του τόπου (place identity) διαμεσολαβεί τη σχέση ανάμεσα στο κοινωνικό κεφάλαιο (social capital) και στην πρόθεση υποστήριξης του φεστιβάλ. Με άλλα λόγια, όταν οι κάτοικοι αναπτύσσουν εμπιστοσύνη, δίκτυα και κοινά πρότυπα αλληλεπίδρασης, ενισχύεται η ταύτισή τους με τον τόπο και, μέσω αυτής, η διάθεση να στηρίξουν το γεγονός. Η διαπίστωση αυτή έχει ιδιαίτερη σημασία για φεστιβάλ που επιδιώκουν να λειτουργήσουν ως φορείς χωρικής αναζωογόνησης, καθώς φανερώνει ότι η τοπική

αποδοχή και η κοινωνική βιωσιμότητα δεν προκύπτουν αυτόματα, αλλά χτίζονται επικοινωνιακά, θεσμικά και βιωματικά (Kuo et al., 2021).

Στην ίδια κατεύθυνση, πιο πρόσφατες έρευνες δείχνουν ότι η συστηματική παρουσία και εμπλοκή των κατοίκων σε τοπικά γεγονότα μπορεί να ενισχύσει την αίσθηση του τόπου (sense of place) από τη σκοπιά της κοινωνικής βιωσιμότητας. Οι Son and Krolikowski (2025) διαπίστωσαν ότι τόσο η συχνότητα παρακολούθησης όσο και η ενεργός εμπλοκή σε τοπικές εκδηλώσεις επηρεάζουν θετικά την αντίληψη των κατοίκων για τον τόπο. Η συμβολή αυτής της προσέγγισης είναι ότι μετατοπίζει τη συζήτηση από τη στενά τουριστική ή οικονομική αποτίμηση των φεστιβάλ προς μια ευρύτερη θεώρηση των γεγονότων ως μορφών κοινωνικής υποδομής. Σε συναφή γραμμή, η Quinn (2025) υποστηρίζει ότι τα αστικά πολιτιστικά φεστιβάλ μπορούν να ιδωθούν ως κοινωνική υποδομή (social infrastructure), δηλαδή ως πλαίσια που ενισχύουν τη ζωτικότητα της κοινωνικής ζωής, την αλληλεπίδραση και τη δημόσια πολιτισμική εμπειρία. Παρότι η μελέτη αφορά κυρίως αστικά συμφραζόμενα, η έννοια είναι χρήσιμη και για μη αστικά περιβάλλοντα, εφόσον υπογραμμίζει τη λειτουργία των φεστιβάλ ως μορφών συλλογικής χωρικής ενεργοποίησης (Son and Krolikowski, 2025; Quinn, 2025).

2.4 Παραδείγματα καινοτόμων φεστιβάλ

Η παρούσα υποενότητα δεν επιδιώκει μια εξαντλητική καταγραφή των καινοτόμων φεστιβάλ που απαντώνται στη διεθνή και ελληνική πραγματικότητα, αλλά την παρουσίαση επιλεγμένων, ενδεικτικών περιπτώσεων με ιδιαίτερη θεωρητική και εμπειρική συνάφεια προς το αντικείμενο της μελέτης. Η επιλογή των συγκεκριμένων φεστιβάλ βασίστηκε σε ορισμένα κριτήρια, όπως η παρουσία στοιχείων καινοτομίας στην πολιτιστική επικοινωνία, η δυνατότητα σύνδεσης της πολιτιστικής δράσης με τον τόπο, η ενίσχυση της συμμετοχικής εμπειρίας και η συμβολή τους στον επαναπροσδιορισμό του χωρικού νοήματος. Παράλληλα, επιδιώχθηκε να παρουσιαστούν διαφορετικές μορφές φεστιβαλικής καινοτομίας, ώστε να αναδειχθεί ότι η καινοτομία δεν περιορίζεται μόνο στο καλλιτεχνικό περιεχόμενο, αλλά μπορεί να αφορά τον τρόπο οργάνωσης, την εμπλοκή της κοινότητας, τη σχέση με το φυσικό ή αστικό περιβάλλον και τη δημιουργία νέων μορφών πολιτιστικής εμπειρίας. Υπό αυτή την έννοια, τα παραδείγματα που ακολουθούν λειτουργούν ως ενδεικτικές μελέτες

περίπτωσης, οι οποίες συμβάλλουν στην καλύτερη κατανόηση του θεωρητικού πλαισίου της εργασίας και υποστηρίζουν την ανάλυση της περίπτωσης του Φεστιβάλ Χελμού.

Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του **Guangzhou International Light Festival**, το οποίο αποτέλεσε αντικείμενο μελέτης των Yin, Fu and Dai (2023). Το συγκεκριμένο φεστιβάλ είναι ενδεικτικό μιας πολιτιστικής μορφής που συνδέει εμβυθιστική αστική εμπειρία, οπτική τεχνολογία και έντονη ψηφιακή κυκλοφορία περιεχομένου μέσω TikTok. Η σημασία του δεν έγκειται μόνο στην καλλιτεχνική του μορφή, αλλά και στο ότι αποκαλύπτει πώς η φεστιβαλική εμπειρία αναπαράγεται και επανανοηματοδοτείται στο ψηφιακό περιβάλλον. Το γεγονός ότι η γνωστική, σωματική, κοινωνική και συναισθηματική διάσταση της εμπειρίας αποτυπώνεται σε σύντομα βίντεο υποδεικνύει μια νέα μορφή πολιτιστικής επικοινωνίας, όπου η εμπειρία του τόπου και η δημόσια αφήγηση του φεστιβάλ αλληλοενισχύονται (Yin, Fu and Dai, 2023).

Ένα δεύτερο παράδειγμα, ιδιαίτερα κοντά στα ελληνικά συμφραζόμενα, είναι οι **Γιορτές Ρόκκας** στην Κρήτη. Σύμφωνα με την Kolokytha (2023), πρόκειται για μια πολιτιστική πρωτοβουλία που οργανώνεται από τους κατοίκους δύο μικρών χωριών και χρησιμοποιεί την πολιτιστική πράξη ως μέσο επαναδιεκδίκησης του τόπου, ενίσχυσης της τοπικής συμμετοχής και ανασύνδεσης με μια απομακρυσμένη αγροτική περιοχή. Η ίδια η επίσημη παρουσίαση του φεστιβάλ τονίζει τον τοπικό, κοινοτικό και καλλιτεχνικό του χαρακτήρα, ενώ η Festival Academy το ανέδειξε ως παράδειγμα καινοτόμων οργανωτικών στρατηγικών σε απομακρυσμένες περιοχές. Η περίπτωση αυτή είναι ιδιαίτερα χρήσιμη, επειδή δείχνει ότι η καινοτομία δεν προϋποθέτει αστικό περιβάλλον ή μεγάλες υποδομές, αλλά μπορεί να αναδυθεί μέσα από τη σύζευξη τοπικής συμμετοχής, πολιτιστικής δημιουργίας και επανανοηματοδότησης του αγροτικού χώρου (Kolokytha, 2023; The Festival Academy, 2023).

Ένα τρίτο παράδειγμα είναι το **Stockholm Fire Festival**, το οποίο ανέλυσε ο Abbasian (2023) ως πεδίο διαπολιτισμικής ένταξης και συμμετοχής μεταναστευτικών κοινοτήτων. Το ενδιαφέρον της περίπτωσης δεν αφορά μόνο την πολιτιστική της ορατότητα, αλλά τον τρόπο με τον οποίο το φεστιβάλ λειτουργεί ως κοινωνικός και επικοινωνιακός κόμβος για τη συνάντηση διαφορετικών κοινοτήτων. Στην περίπτωση αυτή, η καινοτομία έγκειται στο ότι το φεστιβάλ υπερβαίνει τη λογική της απλής παρουσίασης πολιτισμικής διαφοράς και επιχειρεί να διαμορφώσει όρους ένταξης,

αναγνώρισης και δημόσιας ορατότητας. Αν και η αποτελεσματικότητα τέτοιων εγχειρημάτων δεν πρέπει να θεωρείται αυτονόητη, η μελέτη αναδεικνύει τη δυνατότητα των φεστιβάλ να λειτουργούν ως πλατφόρμες διαπολιτισμικής επικοινωνίας και κοινωνικής διαμεσολάβησης (Abbasian, 2023).

Τέλος, η πρόσφατη μελέτη των Dalla Torre et al. (2025) για ένα συν-δημιουργημένο αγροτικό φεστιβάλ που αναπτύχθηκε γύρω από πρωτοβουλίες αγροτικής κοινοκτημοσύνης (rural commoning initiatives) προσφέρει ένα ακόμη σημαντικό παράδειγμα. Οι συγγραφείς δείχνουν ότι το φεστιβάλ μπορεί να λειτουργήσει και να συνδέσει την πολιτιστική δράση, κοινότητα, περιβάλλον και φροντίδα για τα κοινωνικοοικολογικά συστήματα. Η αξία αυτής της περίπτωσης βρίσκεται στο ότι αναδεικνύει το φεστιβάλ ως μέσο παραγωγής δράσιμης γνώσης, δημόσιου διαλόγου και βιωμένης συλλογικότητας. Πρόκειται για μια ιδιαίτερα γόνιμη οπτική για περιπτώσεις, όπως το Φεστιβάλ Χελμού, όπου ο φυσικός χώρος, η συλλογική εμπειρία και η πολιτιστική πράξη συνδέονται με ισχυρό τρόπο (Dalla Torre et al., 2025).

2.5 Σύνοψη

Από τη θεωρητική επισκόπηση προκύπτει ότι η πολιτιστική επικοινωνία αποτελεί κεντρικό μηχανισμό μέσα από τον οποίο τα φεστιβάλ παράγουν νόημα, ενεργοποιούν συμμετοχές και επηρεάζουν την ταυτότητα των τόπων όπου πραγματοποιούνται. Η πολιτιστική καινοτομία, αντί να εξαντλείται στην τεχνολογία ή στην οργανωτική πρωτοτυπία, συνδέεται με τη δυνατότητα ενός γεγονότος να δημιουργεί νέες μορφές εμπειρίας, αφήγησης, εμπλοκής και χωρικής ερμηνείας. Ο τόπος, αντίστοιχα, δεν αποτελεί σταθερό υπόβαθρο, αλλά μετασχηματίζεται μέσω της εμπειρίας, της επικοινωνίας, της μνήμης και της συμμετοχής. Τα παραδείγματα που εξετάστηκαν δείχνουν ότι τα καινοτόμα φεστιβάλ μπορούν να επαναπροσδιορίζουν αγροτικούς, ορεινούς, αστικούς ή διαπολιτισμικούς χώρους, να δημιουργούν νέες μορφές συλλογικής ταυτότητας και να λειτουργούν ως εργαλεία κοινωνικής και πολιτιστικής αναζωογόνησης. Το θεωρητικό αυτό πλαίσιο είναι ιδιαίτερα κατάλληλο για τη μελέτη του Helmos Mountain Festival, καθώς επιτρέπει να διερευνηθεί αν και με ποιον τρόπο ένα φεστιβάλ σε έναν κατεξοχήν εποχικό και φυσικό χώρο μπορεί να αναδιαμορφώσει το χωρικό νόημα, να παράγει νέα ταυτότητα τόπου και να λειτουργήσει ως φορέας

βιώσιμης πολιτιστικής επικοινωνίας (Brownett and Evans, 2020; Lau and Li, 2019; Kuo et al., 2021; OECD, 2025; Quinn, 2025).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^{Ο} : ΧΩΡΟΣ, ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

Η σχέση ανάμεσα στον χώρο, την ταυτότητα και την πολιτιστική εμπειρία αποτελεί σήμερα έναν από τους πιο γόνιμους άξονες της θεωρίας του πολιτισμού, της επικοινωνίας και της πολιτιστικής διαχείρισης. Ο χώρος δεν αντιμετωπίζεται πλέον ως ουδέτερο φυσικό υπόβαθρο πάνω στο οποίο εκτυλίσσονται κοινωνικές ή πολιτιστικές δράσεις, αλλά ως ένα πεδίο συμβολικής παραγωγής, κοινωνικής αλληλεπίδρασης και βιωματικής επένδυσης. Με αυτή την έννοια, ο τόπος αποκτά σημασία όχι μόνο εξαιτίας των υλικών χαρακτηριστικών του, αλλά και μέσω των νοημάτων που του αποδίδονται, των εμπειριών που παράγονται σε αυτόν και των τρόπων με τους οποίους αναπαρίσταται επικοινωνιακά. Η σύγχρονη βιβλιογραφία για την ταυτότητα του τόπου (place identity) υπογραμμίζει ακριβώς αυτή τη σύνθετη και πολυεπίπεδη φύση του τόπου, συνδέοντάς τον με την αυτοαντίληψη, τη συλλογική αναγνώριση, τη μνήμη και τη συμβολική προσκόλληση (Strandberg and Styvén, 2024).

Στο πλαίσιο αυτό, οι πολιτιστικές δράσεις και ιδίως τα φεστιβάλ αποκτούν ιδιαίτερη θεωρητική σημασία, επειδή λειτουργούν ως μηχανισμοί ενεργοποίησης, προσωρινής αναδιάταξης και επανανοηματοδότησης του χώρου. Ένα φεστιβάλ δεν αποτελεί απλώς μια εκδήλωση που «τοποθετείται» σε έναν τόπο, αλλά συχνά έναν μηχανισμό που ανασυνθέτει τη δημόσια εικόνα, τη βιωμένη εμπειρία και τη συμβολική αξία του ίδιου του τόπου. Η σχετική έρευνα έχει δείξει ότι οι χώροι των φεστιβάλ λειτουργούν ως περιβάλλοντα όπου διασταυρώνονται αισθητηριακά ερεθίσματα, κοινωνικές σχέσεις, συναισθηματικές επενδύσεις και πολιτιστικές αφηγήσεις, με αποτέλεσμα να παράγεται μια νέα, ενισχυμένη ή και μετασχηματισμένη αντίληψη για τον τόπο (Davis, 2016; Lau and Li, 2019).

3.1 Σχέση πολιτισμού και επικοινωνίας

Ο πολιτισμός και η επικοινωνία συνδέονται οργανικά, καθώς ο πολιτισμός δεν αποτελεί ένα στατικό περιεχόμενο που απλώς μεταδίδεται προς ένα κοινό, αλλά ένα πεδίο νοημάτων που συγκροτείται, ερμηνεύεται και κοινωνικά κυκλοφορεί μέσα από

επικοινωνιακές διαδικασίες. Η πολιτιστική επικοινωνία δεν αφορά μόνο την προβολή έργων, γεγονότων ή πολιτιστικών προϊόντων, αλλά και τη διαμόρφωση αφηγήσεων για το ποιος είναι ένας τόπος, ποια μνήμη ενεργοποιείται, ποιες ταυτότητες γίνονται ορατές και ποια εμπειρία αναγνωρίζεται ως αυθεντική ή σημαντική. Σε πιο πρόσφατες προσεγγίσεις, η πολιτιστική αφήγηση αναλύεται ως εργαλείο στρατηγικής επικοινωνίας που συμβάλλει άμεσα στη συγκρότηση της ταυτότητας του τόπου, ιδίως όταν ενσωματώνει τοπικά σύμβολα, ιστορικά στοιχεία και μορφές συμμετοχικής δημόσιας έκφρασης (Rahmanto and Fariza, 2025).

Η επικοινωνιακή διάσταση του πολιτισμού γίνεται ακόμη πιο εμφανής στα πολιτιστικά γεγονότα, όπου το νόημα δεν παράγεται μόνο από το περιεχόμενο του καλλιτεχνικού προγράμματος, αλλά και από τον τρόπο με τον οποίο αυτό πλαισιώνεται οπτικά, χωρικά, αφηγηματικά και ψηφιακά. Στα φεστιβάλ, για παράδειγμα, η εμπειρία αρχίζει πριν από τη φυσική παρουσία στον τόπο, μέσα από αφίσες, ψηφιακές ανακοινώσεις, κοινωνικά δίκτυα και προωθητικές αφηγήσεις, συνεχίζεται κατά τη διάρκεια του γεγονότος μέσα από τη βιωμένη συμμετοχή και παρατείνεται μετά το πέρας του μέσα από αναρτήσεις, μνήμες, εικόνες και επαναλαμβανόμενες αφηγήσεις. Με αυτόν τον τρόπο, ο πολιτισμός λειτουργεί ως πεδίο επικοινωνίας, ενώ η επικοινωνία λειτουργεί ως όρος συγκρότησης της πολιτιστικής εμπειρίας (Richards and King, 2022; Llopis-Amorós et al., 2019).

Παράλληλα, η σχέση πολιτισμού και επικοινωνίας δεν είναι μόνο αισθητική ή συμβολική, αλλά και κοινωνική και πολιτική. Η πολιτιστική επικοινωνία διαμορφώνει όρους ορατότητας, συμμετοχής και αναγνώρισης. Μέσα από αυτήν, ορισμένες εκφράσεις, κοινότητες και τόποι γίνονται περισσότερο κεντρικοί στο δημόσιο πεδίο, ενώ άλλοι παραμένουν αόρατοι ή περιθωριοποιημένοι. Γι' αυτό και η μελέτη της πολιτιστικής επικοινωνίας δεν περιορίζεται στην ανάλυση «μηνυμάτων», αλλά επεκτείνεται στις διαδικασίες παραγωγής δημόσιου νοήματος, κοινωνικής νομιμοποίησης και διαμόρφωσης συλλογικής φαντασίας για τον τόπο. Ιδίως σε μικρότερες ή περιφερειακές περιοχές, η πολιτιστική αφήγηση μπορεί να λειτουργήσει ως μηχανισμός ανασύνθεσης της τοπικής εικόνας και αναβάθμισης της συμβολικής θέσης ενός τόπου στο ευρύτερο πολιτιστικό πεδίο (Rahmanto and Fariza, 2025).

Η σύνδεση πολιτισμού και επικοινωνίας γίνεται ακόμη πιο σημαντική όταν εξετάζεται μέσα από το πρίσμα της συμμετοχής. Η σύγχρονη πολιτιστική εμπειρία είναι όλο και

λιγότερο μονολογική και όλο και περισσότερο διαλογική, καθώς το κοινό δεν περιορίζεται στον ρόλο του παθητικού δέκτη, αλλά συμμετέχει ενεργά στη συν-διαμόρφωση του νοήματος. Η ανάπτυξη των κοινωνικών δικτύων, του περιεχομένου που δημιουργείται από τους χρήστες (user-generated content) και των ψηφιακών περιβαλλόντων επικοινωνίας έχει ενισχύσει αυτή τη μετατόπιση. Οι συμμετέχοντες σε ένα φεστιβάλ γίνονται ταυτόχρονα θεατές, αφηγητές, δημιουργοί αναπαραστάσεων και φορείς δευτερογενούς πολιτιστικής επικοινωνίας. Έτσι, το πολιτιστικό γεγονός δεν «επικοινωνείται» μόνο από τους διοργανωτές, αλλά και από όσους το βιώνουν και το αφηγούνται δημόσια (Llopis-Amorós et al., 2019; Richards and King, 2022).

3.2 Θεωρητικές προσεγγίσεις της έννοιας του χώρου και του χωρικού νοήματος

Στη σύγχρονη θεωρία, ο χώρος δεν προσεγγίζεται ως απλή γεωμετρική ή φυσική διάσταση, αλλά ως κοινωνικά και πολιτισμικά παραγόμενη πραγματικότητα. Η έννοια του χωρικού νοήματος αναφέρεται ακριβώς στον τρόπο με τον οποίο ένας τόπος αποκτά ερμηνευτικό βάθος, ιστορικότητα, συμβολισμό και συναισθηματική αξία. Ο χώρος γίνεται τόπος, όταν συνδέεται με εμπειρίες, αναμνήσεις, αφηγήσεις και σχέσεις. Αυτή η διάκριση είναι ιδιαίτερα κρίσιμη για τις πολιτιστικές σπουδές, καθώς επιτρέπει να μελετηθεί ο τρόπος με τον οποίο η πολιτιστική δράση μετασχηματίζει έναν χώρο από λειτουργικό ή ουδέτερο υπόβαθρο σε τόπο έντονης συμβολικής και εμπειρικής πυκνότητας (Strandberg and Styvén, 2024; Mohammad-Moradi et al., 2025).

Η έννοια της ταυτότητας του τόπου συνιστά βασικό θεωρητικό εργαλείο για την κατανόηση αυτής της διαδικασίας. Σύμφωνα με τη σύγχρονη συστηματική ανάλυση της σχετικής βιβλιογραφίας, η έννοια του χώρου είναι πολυδιάστατη και περιλαμβάνει τόσο ατομικά όσο και συλλογικά στοιχεία. Δεν αφορά μόνο το πώς ένα άτομο «αισθάνεται» για έναν τόπο, αλλά και το πώς ενσωματώνει τις σημασίες αυτού του τόπου στην αίσθηση του εαυτού του, πώς αντιλαμβάνεται την κοινωνική του θέση μέσα σε αυτόν και πώς σχετίζεται με τις δημόσιες αναπαραστάσεις του. Πρόκειται, επομένως, για έναν μηχανισμό μέσα από τον οποίο ο τόπος παύει να είναι εξωτερικός και γίνεται στοιχείο ταυτότητας (Strandberg and Styvén, 2024).

Συναφής, αλλά όχι ταυτόσημη, είναι η έννοια της προσκόλλησης στον τόπο (place attachment), η οποία περιγράφει τον συναισθηματικό δεσμό ανάμεσα στο άτομο και τον τόπο. Η έννοια αυτή δεν αφορά απαραίτητα την ταυτοτική ενσωμάτωση του τόπου

στον εαυτό, αλλά περισσότερο τη συναισθηματική προσκόλληση, την αίσθηση οικειότητας, προστασίας ή νοσταλγικής σύνδεσης. Στην πράξη, οι δύο έννοιες συχνά αλληλεπιδρούν. Ένα άτομο μπορεί να αναπτύσσει ισχυρή προσκόλληση στο τόπο μέσα από επαναλαμβανόμενες εμπειρίες και, στη συνέχεια, αυτές οι εμπειρίες να ενσωματώνονται σε βαθύτερο επίπεδο στην ταυτότητα του τόπου του (place identity). Στο πεδίο των φεστιβάλ, αυτή η αλληλεπίδραση έχει αναδειχθεί ως κρίσιμος μηχανισμός διαμόρφωσης του αντιληπτού περιβάλλοντος του γεγονότος και της συνολικής εμπειρίας του συμμετέχοντος (Davis, 2016).

Ιδιαίτερα χρήσιμη για τη μελέτη πολιτιστικών γεγονότων είναι και η προσέγγιση της θεωρίας του τόπου (place theory approach) που εφαρμόζουν οι Lau and Li (2019), οι οποίοι δείχνουν ότι το φεστιβάλ μπορεί να ιδωθεί ταυτόχρονα ως βιωμένος τόπος, ως κοινωνικό πλαίσιο και ως φαντασιακή ταυτότητα. Με άλλα λόγια, το φεστιβάλ δεν συγκροτεί μόνο μια χωρική εμπειρία «εδώ και τώρα», αλλά και ένα πλέγμα κοινωνικών σχέσεων, καθώς και μια συμβολική εικόνα που συνεχίζει να υπάρχει μετά το τέλος του. Αυτή η προσέγγιση είναι ιδιαίτερα σημαντική, διότι επιτρέπει να κατανοηθεί το χωρικό νόημα ως προϊόν τόσο φυσικής παρουσίας όσο και συμβολικής κυκλοφορίας. Το νόημα του τόπου δεν κατοικεί μόνο στο τοπίο, αλλά και στις αφηγήσεις, στις μνήμες και στις πολιτιστικές ερμηνείες που τον συνοδεύουν (Lau and Li, 2019).

Η έννοια του χωρικού νοήματος συνδέεται επίσης με την αίσθηση του τόπου (sense of place), δηλαδή με το συνολικό αίσθημα σημασίας, σχέσης και ενσωμάτωσης που αναπτύσσει κάποιος απέναντι σε έναν συγκεκριμένο τόπο. Πιο πρόσφατες μελέτες σε ιστορικά ή πολιτισμικά φορτισμένα περιβάλλοντα δείχνουν ότι η αίσθηση του τόπου (sense of place) επηρεάζεται από αισθητηριακούς, κοινωνικούς, πολιτισμικούς και περιβαλλοντικούς παράγοντες. Δεν συγκροτείται μόνο από την αρχιτεκτονική ή τη φυσική μορφή ενός χώρου, αλλά και από την καθημερινή χρήση, την κοινωνική αλληλεπίδραση, την πολιτιστική δραστηριότητα και την αντιληπτή αυθεντικότητα του περιβάλλοντος (Mohammad-Moradi et al., 2025; Zhang et al., 2024).

Συνεπώς, το χωρικό νόημα δεν είναι ένα παγιωμένο χαρακτηριστικό του τόπου, αλλά ένα δυναμικό και σχεσιακό αποτέλεσμα. Μεταβάλλεται όταν μεταβάλλονται οι εμπειρίες, οι χρήσεις, οι πολιτιστικές αφηγήσεις και οι δημόσιες προσδοκίες που συνδέονται με έναν χώρο. Αυτό εξηγεί γιατί οι πολιτιστικές παρεμβάσεις, και ιδιαίτερα τα φεστιβάλ, μπορούν να λειτουργήσουν ως ισχυροί μηχανισμοί χωρικού

μετασχηματισμού. Όταν ένας τόπος γίνεται αντικείμενο νέας εμπειρίας, νέας προβολής και νέας πολιτιστικής επένδυσης, αναπτύσσει μια διευρυμένη συμβολική οικονομία, η οποία επηρεάζει τόσο την εσωτερική αυτοαντίληψη των συμμετεχόντων όσο και την εξωτερική του εικόνα (Brownett and Evans, 2020; Richards, 2020).

3.3 Η έννοια του τόπου εμπειρίας και η μετασχηματιστική του δύναμη

Η έννοια του «τόπου εμπειρίας» είναι ιδιαίτερα χρήσιμη για την ανάλυση πολιτιστικών γεγονότων, επειδή επιτρέπει να μετακινηθεί η έμφαση από τη στατική περιγραφή του χώρου στη βιωμένη του διάσταση. Ένας τόπος εμπειρίας δεν ορίζεται μόνο από τη θέση, την υλικότητα ή τη λειτουργία του, αλλά από το πώς βιώνεται μέσω του σώματος, των αισθήσεων, του συναισθήματος, της κοινωνικής συνεύρεσης και της μνήμης. Σε αυτή την προοπτική, το πολιτιστικό γεγονός λειτουργεί ως καταλύτης που πυκνώνει την εμπειρία του τόπου, ενισχύει την προσοχή προς συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του και δημιουργεί τις προϋποθέσεις για βαθύτερη συμβολική σύνδεση με αυτόν (Davis, 2016; Richards and King, 2022).

Η εμπειρία αυτή έχει σαφή μετασχηματιστική δύναμη. Ο Davis (2016) έδειξε ότι η ταυτότητα του τόπου (place identity) και η προσκόλληση στον τόπο (place attachment) αποτελούν βασικούς μηχανισμούς μέσα από τους οποίους οι συμμετέχοντες κατασκευάζουν το φεστιβαλικό περιβάλλον (festival environment), δηλαδή το συνολικό αντιληπτό περιβάλλον του γεγονότος. Με άλλα λόγια, το φεστιβάλ δεν είναι απλώς ένα «πρόγραμμα» που εκτελείται σε έναν χώρο, αλλά ένα πλέγμα εμπειρίας μέσα από το οποίο ο ίδιος ο χώρος προσλαμβάνεται διαφορετικά. Ο συμμετέχων δεν βλέπει μόνο μια εκδήλωση· επαναβιώνει ή επανανακαλύπτει τον τόπο ως φορέα συναισθημάτων, μνήμης και προσωπικής ή συλλογικής σημασίας (Davis, 2016).

Ανάλογα ευρήματα εμφανίζονται και σε έρευνες που εξετάζουν την αυθεντικότητα της πολιτιστικής εμπειρίας. Οι Lin and Lee (2020) έδειξαν ότι η αντιλαμβανόμενη αυθεντικότητα ενός παραδοσιακού πολιτιστικού φεστιβάλ επηρεάζει θετικά τόσο τη φεστιβαλική ταυτότητα όσο και την ταυτότητα του τόπου. Αυτό σημαίνει ότι η εμπειρία γίνεται μετασχηματιστική όταν οι συμμετέχοντες αισθάνονται ότι έρχονται σε επαφή με κάτι ουσιαστικό, χαρακτηριστικό και νοηματοδοτημένο. Η αυθεντικότητα δεν αφορά μόνο την «παράδοση» με στενή έννοια, αλλά την αίσθηση ότι ο τόπος, το γεγονός και η εμπειρία συνδέονται με τρόπο πειστικό και ουσιαστικό. Σε τέτοιες

περιπτώσεις, η εμπειρία μπορεί να οδηγήσει σε βαθύτερη ταύτιση με τον τόπο και σε ισχυρότερη ανάμνηση του γεγονότος (Lin and Lee, 2020).

Η μετασχηματιστική δύναμη της εμπειρίας συνδέεται επίσης με τη συν-δημιουργία. Οι Zhang, Fong and Li (2019) έδειξαν ότι η εμπειρία συν-δημιουργίας (co-creation experience) ενισχύει την προσκόλληση στον τόπο (place attachment) και επηρεάζει τη συνολική αξιολόγηση του φεστιβάλ. Η αξία αυτής της διαπίστωσης είναι ιδιαίτερα σημαντική για τη μελέτη φεστιβάλ σε χώρους με ισχυρό φυσικό ή πολιτισμικό χαρακτήρα, καθώς υποδεικνύει ότι ο τόπος γίνεται ισχυρότερος ως εμπειρική και συμβολική οντότητα όταν οι συμμετέχοντες δεν παραμένουν παθητικοί, αλλά εμπλέκονται ενεργά στη δημιουργία του βιώματος. Η συμμετοχή, η διάδραση και η αίσθηση κοινής παρουσίας ενισχύουν την εμπειρική πυκνότητα του τόπου και, συνεπώς, τη μετασχηματιστική του δυνατότητα (Zhang, Fong and Li, 2019).

Η αισθητηριακή διάσταση της εμπειρίας έχει επίσης μεγάλη σημασία. Πιο πρόσφατες μελέτες σε μουσειακά και πολιτιστικά περιβάλλοντα δείχνουν ότι οι αισθητηριακές εμπειρίες επηρεάζουν ουσιαστικά την ανάπτυξη της ταυτότητας του τόπου (place identity) και της προσκόλλησης στον τόπο (place attachment). Αυτό υποδηλώνει ότι η εμπειρία του τόπου δεν συγκροτείται μόνο μέσω γνωστικών ή αφηγηματικών μηχανισμών, αλλά και μέσω ήχων, εικόνων, ρυθμών, σωματικής παρουσίας και συναισθηματικής διέγερσης. Ειδικά στα φεστιβάλ, όπου οι αισθήσεις βρίσκονται στο επίκεντρο της εμπειρίας, η σωματική παρουσία και η ατμόσφαιρα του χώρου συμβάλλουν αποφασιστικά στο πώς ο τόπος εγγράφεται στη μνήμη και στην αντίληψη των συμμετεχόντων (Zhang et al., 2024).

Εξίσου σημαντική είναι και η συλλογική διάσταση της πολιτιστικής εμπειρίας. Οι Brownett and Evans (2020) αναδεικνύουν τα φεστιβάλ κοινοτικών τεχνών (community arts festivals) ως χώρους δημιουργίας νοήματος του τόπου (placemaking), όπου η πολιτιστική συμμετοχή συνδέεται με ευημερία, κοινωνική συνάντηση και αίσθηση κοινού τόπου. Αντίστοιχα, η Quinn (2025) υποστηρίζει ότι τα πολιτιστικά φεστιβάλ μπορούν να ιδωθούν ως μορφές κοινωνικής υποδομής (social infrastructure), δηλαδή ως υποδομές κοινωνικής ζωής που ενισχύουν τη δημόσια αλληλεπίδραση και τη ζωτικότητα των τόπων. Η προσέγγιση αυτή είναι κρίσιμη, επειδή μετατοπίζει την έμφαση από το φεστιβάλ ως θέαμα στο φεστιβάλ ως πλαίσιο παραγωγής κοινωνικών σχέσεων, κοινών αναφορών και εμπειριών συνεύρεσης. Ο τόπος εμπειρίας, επομένως,

δεν είναι μόνο αισθητηριακός ή συναισθηματικός, αλλά και κοινωνικός (Brownett and Evans, 2020; Quinn, 2025).

Η μετασχηματιστική ισχύς του τόπου εμπειρίας γίνεται ακόμη πιο σαφής όταν εξετάζεται από τη σκοπιά της κοινωνικής βιωσιμότητας. Οι Son and Krolikowski (2025) έδειξαν ότι η συχνότητα συμμετοχής και η ενεργός εμπλοκή κατοίκων σε τοπικά γεγονότα ενισχύουν σημαντικά την αίσθηση του τόπου. Αυτό σημαίνει ότι οι πολιτιστικές εμπειρίες δεν παράγουν μόνο στιγμιαία εντύπωση, αλλά μπορούν να ενδυναμώσουν μακροπρόθεσμους δεσμούς με τον τόπο, να ενισχύσουν την τοπική συνοχή και να συμβάλουν στη διαμόρφωση πιο βιώσιμων μορφών πολιτιστικής ανάπτυξης. Στο πλαίσιο αυτό, ο τόπος εμπειρίας αναδεικνύεται ως πεδίο όπου η πολιτιστική πράξη, η κοινωνική συμμετοχή και η τοπική ταυτότητα συνδέονται στενά (Son and Krolikowski, 2025).

3.4 Σύνοψη

Από τη θεωρητική ανάλυση προκύπτει ότι ο χώρος, η ταυτότητα και η πολιτιστική εμπειρία συνδέονται μέσα από μια βαθιά σχεσιακή και δυναμική διαδικασία. Ο χώρος δεν είναι ουδέτερο δοχείο πολιτιστικής δράσης, αλλά στοιχείο που αποκτά νόημα μέσα από την επικοινωνία, τη συμμετοχή και τη βιωμένη εμπειρία. Η ταυτότητα του τόπου (place identity), η προσκόλληση στον τόπο (place attachment) και η αίσθηση του τόπου (sense of place) λειτουργούν ως συμπληρωματικές έννοιες που επιτρέπουν να κατανοηθεί πώς οι άνθρωποι συνδέονται με τους τόπους και πώς οι πολιτιστικές δράσεις ενισχύουν ή μετασχηματίζουν αυτή τη σύνδεση. Παράλληλα, η πολιτιστική επικοινωνία δεν είναι απλώς μηχανισμός προβολής, αλλά διαδικασία συγκρότησης του ίδιου του χωρικού νοήματος, αφού μέσω αυτής ο τόπος αφηγείται, αναπαρίσταται και κοινωνικά αναγνωρίζεται (Strandberg and Styvén, 2024; Rahmanto and Fariza, 2025).

Η έννοια του τόπου εμπειρίας επιτρέπει, τέλος, να φανεί καθαρότερα η μετασχηματιστική λειτουργία των πολιτιστικών γεγονότων. Όταν ένα φεστιβάλ κινητοποιεί αισθητηριακή εμπλοκή, αυθεντικότητα, συν-δημιουργία και συλλογική συμμετοχή, δεν παράγει μόνο ένα επιτυχημένο πολιτιστικό συμβάν, αλλά και μια νέα συνθήκη σχέσης με τον τόπο. Αυτό ακριβώς καθιστά το θεωρητικό αυτό πλαίσιο ιδιαίτερα κατάλληλο για τη μελέτη του Φεστιβάλ του Χελμού, καθώς δίνει τη δυνατότητα να διερευνηθεί εάν και πώς ένα πολιτιστικό γεγονός σε έναν κατεξοχήν

ορεινό και εποχικό χώρο μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία νέας ταυτότητας τόπου, στην ανανέωση του χωρικού νοήματος και στην παραγωγή μιας ισχυρής πολιτιστικής εμπειρίας για τους συμμετέχοντες (Davis, 2016; Lin and Lee, 2020; Zhang, Fong and Li, 2019; Son and Krolikowski, 2025)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^{Ο} : ΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΧΕΛΜΟΥ: ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

4.1 Ιστορικό και φιλοσοφία του Φεστιβάλ

Το Φεστιβάλ Χελμού αποτελεί μια σχετικά πρόσφατη αλλά ιδιαίτερα δυναμική πολιτιστική πρωτοβουλία, η οποία έχει ήδη αποκτήσει διακριτή θέση στο ελληνικό φεστιβαλικό τοπίο. Σύμφωνα με την επίσημη παρουσίαση του θεσμού, πρόκειται για το πρώτο φεστιβάλ υπαίθριων δραστηριοτήτων και μουσικής που σηματοδοτεί την έναρξη του καλοκαιριού μέσα στην καρδιά του Εθνικού Πάρκου και του Παγκόσμιου Γεωπάρκου UNESCO Χελμού–Βουραϊκού, αλλά και μέσα στον χώρο του Χιονοδρομικού Κέντρου Καλαβρύτων. Η ίδια η διοργάνωση αυτοπροσδιορίζεται ως ένα πρωτόγνωρο, για τα ελληνικά δεδομένα, φεστιβαλικό σχήμα, το οποίο συνδέει το βουνό, τη μουσική, τη φύση, την κατασκήνωση και τη συλλογική εμπειρία.

Η πρώτη διοργάνωση πραγματοποιήθηκε από τις 2 έως τις 5 Ιουνίου 2023, στους πρόποδες του Χελμού, σε υψόμετρο 1.750 μέτρων. Στην επίσημη αναδρομή του φεστιβάλ αναφέρεται ότι το εγχείρημα γεννήθηκε μέσα από τη συνεργασία του Χιονοδρομικού Κέντρου Καλαβρύτων με τη Novel Vox και ότι από την πρώτη κιόλας φάση της ανακοίνωσής του προσέλκυσε ιδιαίτερα έντονο ενδιαφέρον. Η ίδια πηγή αναφέρει ότι 12.000 εισιτήρια εξαντλήθηκαν μέσα στις πρώτες δεκαπέντε ημέρες προπώλησης, ενώ το φεστιβάλ υποδέχθηκε συνολικά περίπου 14.000 άτομα και 8.000 κατασκηνωτές σε ειδικά διαμορφωμένες περιοχές camping. Η πρώτη αυτή διοργάνωση παρουσιάστηκε ως το πρώτο μουσικό φεστιβάλ βουνού της χώρας και ως μια συνάντηση της μουσικής βιομηχανίας με τον κόσμο των υπαίθριων δραστηριοτήτων, του αθλητισμού και της αναψυχής.

Η συνέχεια του θεσμού επιβεβαίωσε ότι δεν επρόκειτο για ένα εφήμερο ή πειραματικό γεγονός, αλλά για μια διοργάνωση με σαφή προοπτική μονιμοποίησης. Το 2024 το

φεστιβάλ επέστρεψε με δεύτερη διοργάνωση, από τις 21 έως τις 24 Ιουνίου, σε αναβαθμισμένες εγκαταστάσεις και με σαφή αναφορά στην ευθύνη απέναντι στον άνθρωπο και τη φύση. Το 2025 εμφανίζεται πλέον ως Vol. III, στοιχείο που αποτυπώνει τη σταθεροποίησή του ως ετήσιου πολιτιστικού γεγονότος. Η επίσημη επικοινωνία του θεσμού τονίζει ότι η διοργάνωση αποσκοπεί όχι μόνο στην ψυχαγωγία, αλλά και στη διαμόρφωση μιας «νέας εποχής φεστιβάλ στην ελληνική ύπαιθρο», δίνοντας έμφαση στη σύνδεση του ορεινού τοπίου με τη συλλογική εμπειρία, τη διαμονή στη φύση και τη συμμετοχική κουλτούρα.

Η φιλοσοφία του φεστιβάλ είναι ιδιαίτερα σαφής και αναπτύσσεται γύρω από τρεις βασικούς άξονες. Ο πρώτος αφορά την επανανοηματοδότηση του βουνού ως ζωντανού χώρου εμπειρίας και όχι ως τόπου αποκλειστικά χειμερινού τουρισμού. Ο δεύτερος αφορά την εναρμόνιση του ανθρώπου με το φυσικό περιβάλλον, μέσω υπαίθριων δράσεων, δραστηριοτήτων φύσης και βιωμένης παρουσίας στον ορεινό χώρο. Ο τρίτος άξονας αφορά τη διαμόρφωση ενός ανοικτού και συμμετοχικού φεστιβαλικού περιβάλλοντος, το οποίο αποτυπώνεται και στο κεντρικό όραμα της διοργάνωσης: «Ένα βουνό για όλους». Η έκφραση αυτή δεν λειτουργεί μόνο ως σύνθημα προβολής, αλλά ως πυρήνας της πολιτιστικής ταυτότητας του θεσμού, αφού δηλώνει πρόθεση προσβασιμότητας, συλλογικότητας και προσωρινής συγκρότησης μιας κοινότητας εμπειρίας μέσα στον φυσικό χώρο του Χελμού.

Μπορεί επομένως να υποστηριχθεί ότι το Φεστιβάλ Χελμού δεν συγκροτείται απλώς ως μουσική διοργάνωση, αλλά ως σύνθετο πολιτιστικό γεγονός με χωρική, κοινωνική και συμβολική στόχευση. Η επίσημη περιγραφή του τονίζει την ανάδειξη και ταυτόχρονα την προστασία της ευρύτερης περιοχής, καθώς και τη σημασία της σχέσης του κοινού με το βουνό, την τοπική οικονομία και την ελληνική ύπαιθρο. Με αυτή την έννοια, η φιλοσοφία του θεσμού υπερβαίνει το μοντέλο της κατανάλωσης ενός προγράμματος εμφανίσεων (line-up) και προσεγγίζει περισσότερο μια μορφή πολιτιστικής διαμονής, εμβύθισης και προσωρινής κοινότητας.

4.2 Το Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων ως τόπος πολιτιστικής δράσης

Η επιλογή του Χιονοδρομικού Κέντρου Καλαβρύτων ως τόπου διεξαγωγής δεν αποτελεί ουδέτερη ή απλώς λειτουργική απόφαση. Αντιθέτως, το ίδιο το χωρικό πλαίσιο συνιστά κρίσιμο μέρος της ταυτότητας του φεστιβάλ. Σύμφωνα με την επίσημη

ιστοσελίδα του Χιονοδρομικού Κέντρου, το κέντρο βρίσκεται στη βορειοανατολική πλευρά του ορεινού όγκου του Χελμού, σε απόσταση 15 χιλιομέτρων από την πόλη των Καλαβρύτων. Η βάση του βρίσκεται στα 1.700 μέτρα και το υψηλότερο σημείο, η Νεραϊδόραχη, στα 2.340 μέτρα. Οι εγκαταστάσεις καλύπτουν έκταση 1.600.000 τ.μ. περίπου, με 8 αναβατήρες και δίκτυο χιονοδρομικών διαδρομών συνολικού μήκους 25 χιλιομέτρων. Το Χιονοδρομικό άνοιξε στο κοινό το 1988, μετά από πρωτοβουλία της δημοτικής αρχής και με σαφή προσανατολισμό στην τοπική οικονομική ανάπτυξη και στη δημιουργία νέων επαγγελματικών προοπτικών για την περιοχή.

Η ιστορία αυτή είναι ουσιώδης για την κατανόηση του φεστιβάλ, επειδή δείχνει ότι ο συγκεκριμένος χώρος είχε εξαρχής αναπτυξιακό και συλλογικό χαρακτήρα. Το Χιονοδρομικό Κέντρο δεν συγκροτήθηκε απλώς ως υποδομή αναψυχής, αλλά ως στρατηγική τοπικής ανάπτυξης, συνδεδεμένη με την ενίσχυση της απασχόλησης και τη συγκράτηση του τοπικού πληθυσμού. Υπό αυτό το πρίσμα, η σημερινή φιλοξενία ενός καλοκαιρινού πολιτιστικού φεστιβάλ μπορεί να ιδωθεί ως επέκταση της αναπτυξιακής λογικής του χώρου σε ένα νέο πεδίο: από τον χειμερινό αθλητισμό προς τη θερινή πολιτιστική και εμπειρική οικονομία. Πρόκειται, δηλαδή, για μια διεύρυνση της λειτουργικής και συμβολικής χρήσης του Χιονοδρομικού, η οποία επανατοποθετεί τον χώρο σε ετήσια βάση και όχι μόνο εποχικά.

Ο χαρακτήρας του τόπου ενισχύεται επιπλέον από το ευρύτερο φυσικό και πολιτισμικό πλαίσιο του Χελμού–Βουραϊκού. Η UNESCO επισημαίνει ότι ο ορεινός όγκος του Χελμού φτάνει σχεδόν τα 2.400 μέτρα και εντάσσεται σε ένα γεωπάρκο με έντονη γεωλογική, περιβαλλοντική, μυθολογική και πολιτιστική σημασία. Στην περιοχή περιλαμβάνονται προστατευμένοι αρχαιολογικοί και πολιτιστικοί τόποι, ενώ διατηρούνται στοιχεία άυλης κληρονομιάς, τοπικής αρχιτεκτονικής, παραδοσιακής μουσικής και παραγωγικών πρακτικών. Επομένως, το φεστιβάλ αναπτύσσεται μέσα σε ένα τοπίο που φέρει ήδη ισχυρό φυσικό και πολιτισμικό φορτίο, γεγονός που ενισχύει τη δυνατότητά του να παραχθεί και να προσληφθεί ως εμπειρία τόπου και όχι ως απλή εκδήλωση.

Σε αυτό ακριβώς το σημείο εδράζεται και η ιδιαιτερότητα του Φεστιβάλ. Το Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων είναι, κατά κύριο λόγο, ταυτισμένο με τον χειμερινό χρόνο, με τη χιονοδρομία και με μια συγκεκριμένη τουριστική χρήση. Με την έλευση του φεστιβάλ, ο ίδιος χώρος μετασχηματίζεται σε θερινό πολιτιστικό πεδίο,

σε τόπο συναυλίας, κατασκήνωσης, πεζοπορίας, εργαστηρίων, αθλητικών και περιβαλλοντικών δράσεων. Η μεταβολή αυτή είναι ουσιαστική, διότι δείχνει ότι το φεστιβάλ δεν χρησιμοποιεί απλώς υπάρχουσες εγκαταστάσεις, αλλά μετασχηματίζει το νόημα του χώρου, προσδίδοντάς του νέα χρονικότητα, νέα λειτουργία και νέα συμβολική πυκνότητα.

Η χωρική αυτή μετάβαση ενισχύεται και από τη σύνδεση του φεστιβάλ με την πόλη των Καλαβρύτων. Το πρόγραμμα δεν περιορίζεται στη βάση του Χιονοδρομικού, αλλά επεκτείνεται και στην κεντρική πλατεία των Καλαβρύτων, όπου ολοκληρώνεται η διοργάνωση με γλέντι ή μεσημεριανό κλείσιμο. Η επιλογή αυτή λειτουργεί γεφυρωτικά ανάμεσα στο βουνό και στον αστικό πυρήνα της περιοχής, ανάμεσα στον προσωρινό φεστιβαλικό πληθυσμό και στην τοπική κοινωνία. Έτσι, το φεστιβάλ δεν παραμένει απομονωμένο στο ορεινό περιβάλλον, αλλά δημιουργεί ένα ενιαίο πολιτιστικό πεδίο που συνδέει την κορυφή, τη βάση, την πόλη και την κοινότητα.

4.3 Ανάλυση του επικοινωνιακού και καλλιτεχνικού σχεδιασμού

Ο επικοινωνιακός σχεδιασμός του Φεστιβάλ Χελμού παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, επειδή δείχνει ότι η διοργάνωση δεν προωθεί μόνο ένα μουσικό προϊόν, αλλά μια ολιστική εμπειρία μετακίνησης, παραμονής, συμμετοχής και εμβύθισης στον τόπο. Η ίδια η αρχιτεκτονική της επίσημης ιστοσελίδας οργανώνεται γύρω από κατηγορίες όπως «Σχετικά», «Περιεχόμενο», «Πρόγραμμα», «Μεταφορές επιβατών», «Εισιτήρια» και «E-shop». Το στοιχείο αυτό φανερώνει ότι το κοινό δεν καλείται απλώς να ενημερωθεί για καλλιτέχνες και ώρες συναυλιών, αλλά να οργανώσει ένα πλήρες ταξίδι στο βουνό. Η επικοινωνία, επομένως, δεν περιορίζεται σε διαφημιστική προβολή, αλλά συγκροτεί ένα λειτουργικό και συμβολικό οικοσύστημα εμπειρίας.

Ιδιαίτερα ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι παρέχονται οργανωμένα πακέτα μεταφοράς από Αθήνα, Πάτρα και Θεσσαλονίκη, καθώς και δωρεάν εσωτερικές μετακινήσεις μεταξύ Καλαβρύτων και Χιονοδρομικού Κέντρου. Αυτό δείχνει έναν σχεδιασμό που αντιλαμβάνεται το φεστιβάλ ως προορισμό και όχι απλώς ως πολιτιστική εκδήλωση (event). Ο επισκέπτης δεν προσέρχεται μόνο για να παρακολουθήσει μουσικά δρώμενα, αλλά εντάσσεται σε μια οργανωμένη εμπειρία μετακίνησης, παραμονής και πρόσβασης στον ορεινό χώρο. Η μέριμνα αυτή ενισχύει τη συνοχή του θεσμού και

δείχνει έναν ώριμο επικοινωνιακό σχεδιασμό, όπου η εμπειρία του κοινού αρχίζει πριν από την άφιξη στον χώρο του φεστιβάλ.

Σε καλλιτεχνικό επίπεδο, το φεστιβάλ ακολουθεί ένα μοντέλο πολυσυλλεκτικού αλλά αναγνωρίσιμου προγραμματισμού. Η πρώτη διοργάνωση του 2023 περιέλαβε ονόματα με ισχυρή παρουσία στην ελληνική μουσική σκηνή, όπως ο Γιάννης Αγγελάκας, ο Παύλος Παυλίδης, ο Θανάσης Παπακωνσταντίνου, ο Σωκράτης Μάλαμας, ο Γιάννης Χαρούλης, τα Γκιντίκι και η Ιουλία Καραπατάκη. Το 2025, εξακολουθεί να κινείται σε λογική ποικιλίας, με καλλιτέχνες όπως οι DUB FX, Marina Spanou, Nouvelle Vague, Alborosie & Shegen Clan, Social Waste / Κωσταντής Πιστιόλης, Γκιντίκι και Τρίο Λατρείο feat. Ιουλία Καραπατάκη. Η επιλογή αυτή δείχνει ότι ο θεσμός επιχειρεί να ισορροπήσει ανάμεσα σε σύγχρονους, εναλλακτικούς, έντεχνους, παραδοσιακούς και διαπολιτισμικούς ήχους, χωρίς να χάνει τη συνοχή της ταυτότητάς του.

Η καλλιτεχνική επιμέλεια φαίνεται επίσης να υπηρετεί μια ευρύτερη ιδέα για το τι σημαίνει «βουνό» ως πολιτιστικό περιβάλλον. Στην επίσημη παρουσίαση καλλιτεχνών, για παράδειγμα, συναντώνται περιγραφές που δίνουν έμφαση στον αυτοσχεδιασμό, στη διαλεκτική σχέση με το κοινό, στη σύνδεση της παράδοσης με τον πειραματισμό και στη δημιουργία ενός σύγχρονου «αστικού πανηγυριού». Αυτό σημαίνει ότι το μουσικό πρόγραμμα δεν λειτουργεί μόνο με κριτήριο τη δημοφιλία, αλλά και με βάση την εμπειρική και συμβολική συνάφεια με τον χαρακτήρα της διοργάνωσης. Η μουσική δεν παρουσιάζεται ως αυτόνομο θέαμα, αλλά ως βασικό στοιχείο μιας συλλογικής, βιωματικής και ατμοσφαιρικής συνθήκης.

Εξίσου σημαντική είναι η ένταξη των υπαίθριων δραστηριοτήτων και των παράλληλων δράσεων στον πυρήνα του φεστιβάλ. Στο επίσημο περιεχόμενο της διοργάνωσης περιλαμβάνονται πεζοπορίες στο Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Χελμού–Βουραϊκού, τοξοβολία, ορεινή ποδηλασία, E-MTB, yoga, pilates, εργαστήρια βιο-γεω-ποικιλότητας, γεωλογικές περιηγήσεις, δράσεις για παιδιά, ακόμα και συνεργασίες με περιβαλλοντικούς και κοινωνικούς φορείς. Αυτό αποκαλύπτει ότι ο καλλιτεχνικός και επικοινωνιακός σχεδιασμός του φεστιβάλ είναι διευρυμένος: δεν περιορίζεται στη σκηνή, αλλά αναπτύσσει ένα πλέγμα δραστηριοτήτων που συνδέουν το σώμα, τη γνώση, τη φύση, τη μάθηση και την ψυχαγωγία. Έτσι, το φεστιβάλ συγκροτείται ως υβριδικό πολιτιστικό συμβάν, στο οποίο η μουσική λειτουργεί σε συνάρτηση με τη βιωματική γνωριμία του τόπου.

Ιδιαίτερη μνεία αξίζει και στη ρητή περιβαλλοντική και κοινοτική διάσταση του σχεδιασμού. Η επίσημη σελίδα «Δράσεις» αναφέρει συνεργασίες με τη we4all και άλλους φορείς με αναφορά σε καθαρισμούς και σε ένα «πιο καθαρό, πιο πράσινο μέλλον», ενώ το σύνολο της φεστιβαλικής ρητορικής δίνει έμφαση στην προστασία της περιοχής και στην υπεύθυνη παραμονή στο βουνό. Παράλληλα, οι ειδικές τιμές για δημότες και μόνιμους κατοίκους του Δήμου Καλαβρύτων δείχνουν ότι η διοργάνωση δεν απευθύνεται αποκλειστικά σε εξωτερικό κοινό, αλλά προσπαθεί να διατηρήσει δεσμούς με την τοπική κοινωνία. Αυτές οι επιλογές ενισχύουν την εικόνα ενός φεστιβάλ που επιδιώκει να εδραιωθεί όχι μόνο ως πολιτιστικό γεγονός, αλλά και ως εργαλείο τοπικής σύνδεσης, ήπιας ανάπτυξης και κοινωνικής νομιμοποίησης.



Εικόνα: Αφίσα Φεστιβάλ Ιούνιος 2026

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^{Ο} : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

5.1 Ερευνητικός σχεδιασμός

Η παρούσα έρευνα εντάσσεται στο πλαίσιο της ποσοτικής μεθοδολογικής προσέγγισης και έχει ως αντικείμενο τη διερεύνηση των αντιλήψεων των συμμετεχόντων σχετικά με το Φεστιβάλ Χελμού ως φορέα πολιτιστικής επικοινωνίας, χωρικής αναζωογόνησης και επανανοηματοδότησης του τόπου. Η επιλογή της ποσοτικής προσέγγισης κρίθηκε κατάλληλη, καθώς επιτρέπει τη συστηματική καταγραφή στάσεων, αντιλήψεων και αξιολογήσεων ενός σχετικά μεγάλου αριθμού ατόμων, καθώς και τη στατιστική διερεύνηση των σχέσεων μεταξύ συγκεκριμένων μεταβλητών (Creswell and Creswell, 2018; Saunders, Lewis and Thornhill, 2019).

Ειδικότερα, η έρευνα είχε περιγραφικό και συσχετιστικό χαρακτήρα. Από τη μία πλευρά, επιδιώχθηκε η αποτύπωση του τρόπου με τον οποίο οι συμμετέχοντες αξιολογούν τον καινοτόμο χαρακτήρα της πολιτιστικής επικοινωνίας του φεστιβάλ, την εμπειρία συμμετοχής, την επίδρασή του στην ταυτότητα του τόπου και τη συμβολή του στη χωρική αναζωογόνηση. Από την άλλη πλευρά, διερευνήθηκαν οι σχέσεις ανάμεσα στις παραπάνω διαστάσεις, με στόχο τον έλεγχο των ερευνητικών υποθέσεων μέσω συσχέτισης και γραμμικής παλινδρόμησης (Field, 2018).

Η ερευνητική στρατηγική που επιλέχθηκε είναι η έρευνα με δομημένο ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο θεωρείται το πλέον κατάλληλο εργαλείο για την παρούσα μελέτη, καθώς επιτρέπει την τυποποιημένη συλλογή δεδομένων, διευκολύνει την ποσοτικοποίηση των απαντήσεων και παρέχει τη δυνατότητα σύγκρισης μεταξύ των συμμετεχόντων. Παράλληλα, προσφέρεται για τη δημιουργία σύνθετων δεικτών ή κλιμάκων, οι οποίοι μπορούν στη συνέχεια να αναλυθούν στατιστικά (Bryman, 2016; DeVellis, 2017).

5.2 Πληθυσμός, δείγμα και μέθοδος δειγματοληψίας

Το πληθυσμό της έρευνας αποτελούν τα άτομα που έχουν συμμετάσχει στο Φεστιβάλ Χελμού ως επισκέπτες/παρευρισκόμενοι. Επειδή ο ερευνητικός στόχος αφορά την αποτύπωση της εμπειρίας και της αντίληψης που έχουν οι ίδιοι οι συμμετέχοντες για

το φεστιβάλ και τον τόπο διεξαγωγής του, το δείγμα αντλήθηκε από άτομα ηλικίας 18 ετών και άνω που έχουν παρακολουθήσει τη διοργάνωση.

Η μέθοδος δειγματοληψίας ήταν μη πιθανοθεωρητική και ειδικότερα δειγματοληψία ευκολίας. Η επιλογή αυτή είναι συνηθισμένη σε έρευνες πεδίου που σχετίζονται με πολιτιστικά γεγονότα, όπου η πρόσβαση στους συμμετέχοντες εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από τη διαθεσιμότητα, τη φυσική παρουσία ή τη δυνατότητα ηλεκτρονικής προσέγγισης μετά το πέρας της διοργάνωσης. Παρότι η δειγματοληψία ευκολίας δεν επιτρέπει αυστηρή γενίκευση στον συνολικό πληθυσμό, θεωρείται λειτουργική και ερευνητικά αποδεκτή για περιγραφικές και διερευνητικές μελέτες αυτού του τύπου, ιδίως όταν ο στόχος είναι η καταγραφή τάσεων και σχέσεων μεταξύ μεταβλητών (Saunders, Lewis and Thornhill, 2019).

Ως προς το μέγεθος του δείγματος, για τις ανάγκες των περιγραφικών αναλύσεων, των συσχετίσεων και της γραμμικής παλινδρόμησης κρίθηκε επιθυμητή η συλλογή ενός ικανοποιητικού αριθμού ερωτηματολογίων, ώστε να διασφαλιστεί επαρκής στατιστική ισχύς και μεγαλύτερη σταθερότητα των αποτελεσμάτων. Σε πρακτικό επίπεδο, για έρευνα αυτού του τύπου, ένα δείγμα άνω των 150 συμμετεχόντων θεωρείται λειτουργικό, ενώ όσο αυξάνεται ο αριθμός των απαντήσεων ενισχύεται και η αξιοπιστία των ευρημάτων (Field, 2018).

5.3 Ερευνητικό εργαλείο

Το ερευνητικό εργαλείο της παρούσας μελέτης είναι ένα δομημένο ερωτηματολόγιο, το οποίο αποτελείται από δύο βασικές ενότητες. Η πρώτη ενότητα περιλαμβάνει 20 δηλώσεις κλειστού τύπου σε πενταβάθμια κλίμακα Likert, ενώ η δεύτερη ενότητα αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων. Η επιλογή πενταβάθμιας κλίμακας Likert θεωρείται ιδιαίτερα κατάλληλη για τη μέτρηση στάσεων και αντιλήψεων, επειδή επιτρέπει στους ερωτώμενους να εκφράσουν τον βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας τους με σαφή και κατανοητό τρόπο. Στην παρούσα έρευνα, οι επιλογές απάντησης είναι οι εξής: 1 = Διαφωνώ απόλυτα, 2 = Διαφωνώ, 3 = Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4 = Συμφωνώ, 5 = Συμφωνώ απόλυτα.

Η χρήση κλιμάκων αυτού του τύπου είναι ευρέως διαδεδομένη στην κοινωνική έρευνα, καθώς διευκολύνει τόσο τη στατιστική επεξεργασία όσο και τη δημιουργία σύνθετων

δεικτών για εννοιολογικές κατασκευές, όπως η εμπειρία, η ταυτότητα τόπου και η αντίληψη της επικοινωνίας (Bryman, 2016; Boone and Boone, 2012).

Το ερωτηματολόγιο της παρούσας μελέτης δεν υιοθετεί αυτούσιο μία μόνο προϋπάρχουσα κλίμακα, αλλά συγκροτήθηκε ως προσαρμοσμένο εργαλείο μέτρησης βάσει της διεθνούς βιβλιογραφίας για τη φεστιβαλική εμπειρία, την ταυτότητα τόπου, την προσκόλληση στον τόπο και την επικοινωνία φεστιβάλ. Ειδικότερα, για τις διαστάσεις που σχετίζονται με την ταυτότητα τόπου (place identity) και την εξάρτηση από τον τόπο (place dependence), η διαμόρφωση των ερωτήσεων βασίστηκε θεωρητικά στην προσέγγιση των Williams and Vaske (2003), των οποίων η κλίμακα προσκόλλησης στον τόπο (place attachment) έχει αναγνωριστεί ως μία από τις πρώτες επικυρωμένες κλίμακες μέτρησης της σχέσης του ατόμου με τον τόπο.

Παράλληλα, για τη διάσταση της εμπειρίας συμμετοχής και της σύνδεσής της με την ταυτότητα του φεστιβάλ και του τόπου, αξιοποιήθηκαν εννοιολογικά οι εργασίες των Lin and Lee (2020), οι οποίοι μελέτησαν τη σχέση ανάμεσα στην αυθεντική εμπειρία (authentic experience), την ταυτότητα του φεστιβάλ (festival identity) και την ταυτότητα τόπου (place identity), καθώς και των Zhang, Fong and Li (2019), οι οποίοι διερεύνησαν τη συν-δημιουργία εμπειρίας (co-creation experience) και τη σχέση της με την προσκόλληση στον τόπο (place attachment) στο πλαίσιο αξιολόγησης φεστιβάλ.

Επιπλέον, για τις ερωτήσεις που αφορούν την επικοινωνιακή διάσταση του φεστιβάλ λήφθηκαν υπόψη οι προσεγγίσεις της βιβλιογραφίας για την επικοινωνία φεστιβάλ και ειδικότερα η μελέτη των Llopis-Amorós et al. (2019), η οποία εξέτασε τον ρόλο της επικοινωνίας μέσω κοινωνικών δικτύων (social media communications) στη διαμόρφωση της αντιλαμβανόμενης αξίας και της εικόνας ενός φεστιβάλ. Με βάση τα παραπάνω, οι ερωτήσεις της παρούσας έρευνας προσαρμόστηκαν στο ειδικό εμπειρικό πλαίσιο του Φεστιβάλ του Χελμού και διατυπώθηκαν εκ νέου στην ελληνική γλώσσα, ώστε να ανταποκρίνονται στους στόχους της μελέτης και στα χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης περίπτωσης.

Οι 20 προτάσεις της πρώτης ενότητας οργανώνονται σε τέσσερις θεματικές διαστάσεις:

α) αντίληψη για την πολιτιστική επικοινωνία του φεστιβάλ,

β) εμπειρία συμμετοχής και βιωμένη σχέση με τον τόπο,

γ) ταυτότητα τόπου και χωρικό νόημα,

δ) αντιλαμβανόμενη συμβολή του φεστιβάλ στη χωρική αναζωογόνηση και στη βιώσιμη πολιτιστική ανάπτυξη.

Η διάρθρωση αυτή επιτρέπει την άμεση σύνδεση του ερωτηματολογίου με τα ερευνητικά ερωτήματα και τις υποθέσεις της εργασίας. Ειδικότερα, η πρώτη διάσταση σχετίζεται με την υπόθεση ότι το Φεστιβάλ Χελμού γίνεται αντιληπτό ως φορέας πολιτιστικής επικοινωνίας. Η δεύτερη και η τρίτη διάσταση συνδέονται με την υπόθεση ότι η εμπειρία συμμετοχής επηρεάζει την αντίληψη των επισκεπτών για την ταυτότητα και το χωρικό νόημα του τόπου. Τέλος, η τέταρτη διάσταση συνδέεται με την υπόθεση ότι το φεστιβάλ θεωρείται ότι συμβάλλει θετικά στη χωρική αναζωογόνηση και στη βιώσιμη πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής.

Για κάθε διάσταση υπολογίστηκε ένας σύνθετος δείκτης μέσω του μέσου όρου των επιμέρους ερωτήσεων. Με τον τρόπο αυτό ήταν δυνατή τόσο η περιγραφική παρουσίαση των αποτελεσμάτων όσο και η διερεύνηση των σχέσεων μεταξύ των βασικών μεταβλητών της έρευνας (DeVellis, 2017).

5.4 Διαδικασία συλλογής δεδομένων

Η συλλογή των δεδομένων της παρούσας έρευνας πραγματοποιήθηκε αποκλειστικά σε ηλεκτρονική μορφή, μέσω ανώνυμου ψηφιακού ερωτηματολογίου. Η επιλογή της ηλεκτρονικής διανομής έγινε με γνώμονα τη γρήγορη συγκέντρωση των δεδομένων, τη μείωση του κόστους και την ευκολότερη κωδικοποίηση των απαντήσεων. Παρόλο που η διά ζώσης συμπλήρωση (είτε στον χώρο του φεστιβάλ είτε αμέσως μετά τη λήξη του) εξετάστηκε ως εναλλακτική που θα μπορούσε να ενισχύσει τον ρυθμό ανταπόκρισης από ομάδες κοινού με περιορισμένη ψηφιακή εξοικείωση , προτιμήθηκε η ψηφιακή οδός λόγω των πρακτικών δυνατοτήτων πρόσβασης στο πεδίο.

Στην αρχή του ερωτηματολογίου παρατίθεται σύντομο ενημερωτικό κείμενο, στο οποίο εξηγείται ο σκοπός της έρευνας, η ακαδημαϊκή της χρήση, ο ανώνυμος χαρακτήρας της συμμετοχής και η δυνατότητα του συμμετέχοντος να αποχωρήσει οποιαδήποτε στιγμή χωρίς καμία συνέπεια. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου θεωρείται ότι συνιστά ενημερωμένη συναίνεση συμμετοχής.

5.5 Στατιστική ανάλυση των δεδομένων

Η στατιστική επεξεργασία των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το λογισμικό jamovi, το οποίο αποτελεί ελεύθερη και ανοικτού κώδικα στατιστική πλατφόρμα, βασισμένη στο περιβάλλον της γλώσσας R, και υποστηρίζει ένα ευρύ φάσμα αναλύσεων, μεταξύ των οποίων περιγραφικά μέτρα, συσχετίσεις και γραμμική παλινδρόμηση. Η επιλογή του κρίνεται κατάλληλη, καθώς συνδυάζει λειτουργικότητα, σαφή παρουσίαση αποτελεσμάτων και ευκολία χρήσης για ερευνητικές εφαρμογές στις κοινωνικές επιστήμες.

Στο πρώτο στάδιο της στατιστικής επεξεργασίας, πραγματοποιήθηκε περιγραφική ανάλυση των δεδομένων. Ειδικότερα, υπολογίστηκαν οι συχνότητες και τα ποσοστά (επί τοις εκατό) για τις δημογραφικές μεταβλητές, καθώς και οι μέσοι όροι και οι τυπικές αποκλίσεις για τις ερωτήσεις της κλίμακας Likert και τους σύνθετους δείκτες των τεσσάρων διαστάσεων. Η περιγραφική στατιστική (descriptives) κρίνεται ως η πλέον ενδεδειγμένη μέθοδος για τη συνοπτική αποτύπωση της κατανομής των δεδομένων, αποτελώντας το απαραίτητο προκαταρκτικό στάδιο πριν από τη διενέργεια πιο σύνθετων επαγωγικών αναλύσεων. Για την υλοποίηση της ανάλυσης αξιοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα Jamovi (ενότητα Exploration -> Descriptives), το οποίο επιτρέπει την άμεση εξέταση των δεικτών κεντρικής τάσης, διασποράς, καθώς και της μορφής της κατανομής των δεδομένων.

Στο δεύτερο στάδιο, διερευνήθηκαν οι σχέσεις μεταξύ των βασικών μεταβλητών της έρευνας μέσω της ανάλυσης συσχέτισης. Δεδομένου ότι οι σύνθετοι δείκτες των κλιμάκων αντιμετωπίζονται ως συνεχείς μεταβλητές, εφαρμόστηκε ο παραμετρικός συντελεστής συσχέτισης Pearson, υπό την προϋπόθεση ικανοποίησης της κανονικότητας της κατανομής. Σε περιπτώσεις όπου διαπιστώθηκαν σημαντικές αποκλίσεις από την κανονικότητα ή ενδείξεις μη γραμμικότητας, επιστρατεύτηκε ο εναλλακτικός μη παραμετρικός συντελεστής Spearman. Η ανάλυση πραγματοποιήθηκε μέσω του στατιστικού λογισμικού Jamovi, το οποίο επιτρέπει τον έλεγχο των γραμμικών σχέσεων, παρέχοντας τους δείκτες συσχέτισης, τα αντίστοιχα επίπεδα στατιστικής σημαντικότητας και τα διαστήματα εμπιστοσύνης.

Στο τρίτο στάδιο της στατιστικής επεξεργασίας, εφαρμόστηκε η ανάλυση γραμμικής παλινδρόμησης για τον έλεγχο των ερευνητικών υποθέσεων. Συγκεκριμένα, εξετάστηκε αρχικά ο βαθμός στον οποίο η εμπειρία συμμετοχής (ανεξάρτητη

μεταβλητή) προβλέπει την ταυτότητα του τόπου και το χωρικό νόημα (εξαρτημένες μεταβλητές). Στη συνέχεια, διερευνήθηκε κατά πόσο η αντιλαμβανόμενη καινοτομία της πολιτιστικής επικοινωνίας, η εμπειρία συμμετοχής και η ταυτότητα τόπου λειτουργούν ως προβλεπτικοί παράγοντες της αντιλαμβανόμενης συμβολής του φεστιβάλ στη χωρική αναζωογόνηση. Η γραμμική παλινδρόμηση αποτελεί την ενδεδειγμένη μέθοδο όταν η εξαρτημένη μεταβλητή είναι συνεχής και οι ανεξάρτητες μεταβλητές είναι συνεχείς ή/και κατηγορικές. Η ανάλυση αυτή υλοποιήθηκε μέσω του στατιστικού προγράμματος Jamovi, αξιοποιώντας την επιλογή Linear Regression.

Αναλυτικότερα, ο έλεγχος των υποθέσεων πραγματοποιήθηκε ως εξής. Η πρώτη υπόθεση, που αφορά την αξιολόγηση του φεστιβάλ ως μορφής καινοτόμου πολιτιστικής επικοινωνίας, εξετάστηκε κυρίως μέσα από τα περιγραφικά μέτρα της αντίστοιχης κλίμακας. Η δεύτερη υπόθεση ελέγχθηκε μέσω συσχέτισης και απλής γραμμικής παλινδρόμησης μεταξύ της κλίμακας «εμπειρία συμμετοχής» και της κλίμακας «ταυτότητα τόπου και χωρικό νόημα». Η τρίτη υπόθεση ελέγχθηκε μέσω πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης, με εξαρτημένη μεταβλητή τη «χωρική αναζωογόνηση και βιώσιμη ανάπτυξη» και ανεξάρτητες μεταβλητές την «καινοτομία πολιτιστικής επικοινωνίας», την «εμπειρία συμμετοχής» και την «ταυτότητα τόπου». Το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ορίστηκε στο $p < 0.05$ (Field, 2018).

5.6 Σύνδεση των ερευνητικών ερωτημάτων με το θεωρητικό πλαίσιο και το ερευνητικό εργαλείο

Τα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας μελέτης δεν διατυπώθηκαν αποσπασματικά, αλλά προέκυψαν άμεσα από το θεωρητικό πλαίσιο της εργασίας και από τους βασικούς άξονες που αναδείχθηκαν στη βιβλιογραφική ανασκόπηση, δηλαδή την πολιτιστική επικοινωνία, τη φεστιβαλική εμπειρία, την ταυτότητα του τόπου και τη χωρική αναζωογόνηση. Η σχετική βιβλιογραφία υποστηρίζει ότι τα πολιτιστικά φεστιβάλ δεν αποτελούν μόνο περιστασιακά γεγονότα ψυχαγωγίας, αλλά μπορούν να λειτουργήσουν ως μηχανισμοί παραγωγής νοήματος, ενίσχυσης της σχέσης των συμμετεχόντων με τον τόπο και μετασχηματισμού της εικόνας και της χρήσης του χώρου (Davis, 2016· Lau and Li, 2019· Brownett and Evans, 2020). Με βάση αυτή τη θεωρητική αφετηρία, το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε ώστε να αποτυπώνει σε μετρήσιμη μορφή τις αντιλήψεις των συμμετεχόντων ως προς τις παραπάνω διαστάσεις.

Ειδικότερα, η πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει είκοσι δηλώσεις κλειστού τύπου σε πενταβάθμια κλίμακα Likert, οργανωμένες σε τέσσερις βασικές διαστάσεις: α) αντίληψη για την πολιτιστική επικοινωνία του φεστιβάλ, β) εμπειρία συμμετοχής και βιωμένη σχέση με τον τόπο, γ) ταυτότητα του τόπου και χωρικό νόημα και δ) αντιλαμβανόμενη συμβολή του φεστιβάλ στη χωρική αναζωογόνηση και στη βιώσιμη πολιτιστική ανάπτυξη. Η επιλογή των συγκεκριμένων διαστάσεων δεν είναι τυχαία, αλλά ανταποκρίνεται στην προσπάθεια επιχειρησιακής αποτύπωσης των βασικών θεωρητικών εννοιών της μελέτης. Η χρήση δομημένων δηλώσεων σε κλίμακα Likert θεωρείται κατάλληλη για τη μέτρηση στάσεων, αντιλήψεων και αξιολογήσεων, καθώς επιτρέπει τη μετατροπή σύνθετων εννοιολογικών κατασκευών σε αναλύσιμες μεταβλητές (Bryman, 2016· Boone and Boone, 2012· DeVellis, 2017).

Το πρώτο ερευνητικό ερώτημα, «Πώς αντιλαμβάνονται οι συμμετέχοντες τον ρόλο του Φεστιβάλ Χελμού ως φορέα καινοτόμου πολιτιστικής επικοινωνίας;», συνδέεται άμεσα με τη θεωρητική συζήτηση για την πολιτιστική επικοινωνία και για τον τρόπο με τον οποίο ένα φεστιβάλ μπορεί να διαμορφώνει αφηγήσεις γύρω από τον τόπο, την εμπειρία και την ταυτότητά του. Η βιβλιογραφία δείχνει ότι η επικοινωνία ενός φεστιβάλ δεν περιορίζεται στη λειτουργική πληροφόρηση, αλλά συμβάλλει στη διαμόρφωση συμβολικής αξίας, εικόνας και προσδοκίας για τη συνολική εμπειρία (Llopis-Amorós et al., 2019). Για τον λόγο αυτό, το πρώτο ερευνητικό ερώτημα αποτυπώνεται στο ερωτηματολόγιο μέσω της διάστασης που αφορά την πολιτιστική επικοινωνία του φεστιβάλ. Οι σχετικές ερωτήσεις εξετάζουν κατά πόσο οι συμμετέχοντες αντιλαμβάνονται την επικοινωνία του φεστιβάλ ως σαφή, συνεκτική, συνδεδεμένη με τον χαρακτήρα της διοργάνωσης και ικανή να αναδεικνύει τη σχέση του γεγονότος με τον Χελμό και την περιοχή των Καλαβρύτων. Επομένως, το ερώτημα αυτό αναμένεται να απαντηθεί κυρίως μέσω περιγραφικών μέτρων, όπως οι μέσοι όροι και οι τυπικές αποκλίσεις των απαντήσεων στη συγκεκριμένη κλίμακα, ώστε να αποτυπωθεί ο γενικός τρόπος με τον οποίο οι συμμετέχοντες αξιολογούν την επικοινωνιακή ταυτότητα του φεστιβάλ.

Το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα, «Σε ποιο βαθμό η εμπειρία συμμετοχής στο Φεστιβάλ Χελμού επηρεάζει την αντίληψη των επισκεπτών για την ταυτότητα και το χωρικό νόημα του Χιονοδρομικού Κέντρου Καλαβρύτων;», αποτελεί κεντρικό σημείο της μελέτης, καθώς εστιάζει στη σχέση ανάμεσα στη βιωμένη εμπειρία και στον επαναπροσδιορισμό του τόπου. Στη θεωρία έχει υποστηριχθεί ότι η εμπειρία

συμμετοχής σε ένα φεστιβάλ μπορεί να ενισχύσει τόσο την ταυτότητα του τόπου όσο και την προσκόλληση σε αυτόν, μετατρέποντας έναν χώρο από απλό φυσικό ή λειτουργικό περιβάλλον σε τόπο εμπειρίας και συμβολικής σημασίας (Davis, 2016· Lin and Lee, 2020). Παράλληλα, η έρευνα έχει δείξει ότι η εμπειρία συν-δημιουργίας μπορεί να ενισχύσει τη σύνδεση των συμμετεχόντων με τον τόπο και να επηρεάσει την αξιολόγηση του φεστιβαλικού περιβάλλοντος (Zhang, Fong and Li, 2019). Στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας, το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα επιχειρησιακά αποτυπώνεται μέσω δύο διαστάσεων του ερωτηματολογίου: αφενός της εμπειρίας συμμετοχής και βιωμένης σχέσης με τον τόπο και αφετέρου της ταυτότητας του τόπου και του χωρικού νοήματος. Η πρώτη αποτυπώνει το κατά πόσο το φεστιβάλ αποτέλεσε ιδιαίτερη εμπειρία, ενίσχυσε την επαφή των συμμετεχόντων με τον χώρο και τους επέτρεψε να βιώσουν διαφορετικά τον Χελμό, ενώ η δεύτερη εξετάζει αν, μετά τη συμμετοχή τους, οι επισκέπτες αντιλαμβάνονται διαφορετικά το Χιονοδρομικό Κέντρο, αν του αποδίδουν πολιτιστική διάσταση και αν θεωρούν ότι αποκτά νέο νόημα μέσω του φεστιβάλ. Η απάντηση στο δεύτερο ερευνητικό ερώτημα αναμένεται να προκύψει τόσο από την περιγραφική ανάλυση των δύο αυτών κλιμάκων όσο και από τη διερεύνηση της μεταξύ τους σχέσης μέσω συντελεστών συσχέτισης και γραμμικής παλινδρόμησης.

Το τρίτο ερευνητικό ερώτημα, «Σε ποιο βαθμό το Φεστιβάλ Χελμού θεωρείται από τους συμμετέχοντες ότι συμβάλλει στη χωρική αναζωογόνηση, στην ενίσχυση της τοπικής ταυτότητας και στη βιώσιμη πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής;», συνδέεται με τη θεωρητική προσέγγιση που αντιμετωπίζει τα φεστιβάλ ως δυναμικούς παράγοντες ενεργοποίησης του τόπου, πολιτισμικής προβολής και δημιουργίας νέων μορφών σχέσης ανάμεσα στην κοινότητα, τον χώρο και την πολιτιστική δράση (Brownett and Evans, 2020). Η σχετική βιβλιογραφία επισημαίνει ότι τα φεστιβάλ μπορούν να λειτουργήσουν ως μορφές δημιουργίας νοήματος του τόπου, να ενισχύσουν τη δημόσια εικόνα μιας περιοχής και να συμβάλουν σε διαδικασίες πολιτισμικά καθοδηγούμενης αναζωογόνησης (culture-led regeneration) (Lau and Li, 2019). Στο ερωτηματολόγιο, το τρίτο ερευνητικό ερώτημα αποτυπώνεται μέσα από τη διάσταση που αφορά την αντιλαμβανόμενη συμβολή του φεστιβάλ στη χωρική αναζωογόνηση και στη βιώσιμη πολιτιστική ανάπτυξη. Οι σχετικές ερωτήσεις εστιάζουν στη θετική προβολή της περιοχής, στην ενίσχυση του ενδιαφέροντος για τον τόπο, στην πολιτιστική ανάπτυξη, στην ευρύτερη αξιοποίηση του ορεινού χώρου και στη δυνατότητα του φεστιβάλ να λειτουργήσει ως πρότυπο αντίστοιχης δράσης. Η

απάντηση στο τρίτο ερευνητικό ερώτημα αναμένεται αρχικά μέσω περιγραφικών μέτρων και, σε δεύτερο επίπεδο, μέσω της διερεύνησης των σχέσεών του με τις άλλες μεταβλητές της έρευνας. Πιο συγκεκριμένα, μέσω πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης εξετάστηκε κατά πόσο η αντίληψη για την πολιτιστική επικοινωνία του φεστιβάλ, η εμπειρία συμμετοχής και η ταυτότητα του τόπου επηρεάζουν την αντίληψη των συμμετεχόντων σχετικά με τη συμβολή του φεστιβάλ στη χωρική αναζωογόνηση.

Συνεπώς, το ερωτηματολόγιο λειτουργεί ως συνδετικός κρίκος ανάμεσα στο θεωρητικό και στο εμπειρικό μέρος της έρευνας. Οι έννοιες που αναπτύχθηκαν στη βιβλιογραφική ανασκόπηση, όπως η ταυτότητα του τόπου (place identity), η προσκόλληση στον τόπο (place attachment), η εμπειρία συν-δημιουργίας (co-creation experience) και η πολιτιστική επικοινωνία, δεν παραμένουν σε αφηρημένο επίπεδο, αλλά μετατρέπονται σε συγκεκριμένες και μετρήσιμες μεταβλητές, οι οποίες επιτρέπουν τη συστηματική διερεύνηση των ερευνητικών ερωτημάτων. Με τον τρόπο αυτό, η παρούσα μελέτη επιδιώκει όχι μόνο να περιγράψει τις αντιλήψεις των συμμετεχόντων, αλλά και να ερμηνεύσει τις μεταξύ τους σχέσεις, συνδέοντας τα εμπειρικά ευρήματα με τις θεωρητικές παραδοχές της εργασίας.

5.7 Δεοντολογικά ζητήματα

Η παρούσα έρευνα ακολούθησε βασικές αρχές ερευνητικής δεοντολογίας. Η συμμετοχή ήταν εθελοντική, οι απαντήσεις ήταν ανώνυμες και τα δεδομένα χρησιμοποιήθηκαν αποκλειστικά για ακαδημαϊκούς σκοπούς στο πλαίσιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας. Δεν συλλέχθηκαν στοιχεία που να επιτρέπουν την άμεση ταυτοποίηση των συμμετεχόντων, ενώ διασφαλίστηκε ότι οι πληροφορίες θα παρουσιαστούν συγκεντρωτικά και όχι σε ατομικό επίπεδο. Με τον τρόπο αυτό διασφαλίζεται η προστασία της ιδιωτικότητας και η τήρηση των βασικών αρχών της ερευνητικής ηθικής, διασφαλίζοντας την απόλυτη προστασία των προσωπικών δεδομένων των συμμετεχόντων, σύμφωνα με τις επιταγές του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Δεδομένων (GDPR) (Saunders, Lewis and Thornhill, 2019).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο : ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

6.1 Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εμπειρικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης σχετικά με το Φεστιβάλ Χελμού και τη συμβολή του στην πολιτιστική επικοινωνία, στη διαμόρφωση της ταυτότητας του τόπου και στη χωρική αναζωογόνηση της περιοχής. Η ανάλυση βασίζεται στα δεδομένα που συλλέχθηκαν μέσω του δομημένου ερωτηματολογίου και επεξεργάστηκαν με τη χρήση του στατιστικού προγράμματος Jamovi.

Αρχικά παρουσιάζονται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων, με στόχο την αποτύπωση του προφίλ του δείγματος της έρευνας. Συγκεκριμένα, εξετάζονται μεταβλητές όπως το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, η επαγγελματική κατάσταση και άλλα στοιχεία που συμβάλλουν στην καλύτερη κατανόηση της σύνθεσης του δείγματος. Η παρουσίαση πραγματοποιείται μέσω διαγραμμάτων και περιγραφικών στατιστικών στοιχείων, συνοδευόμενων από ερμηνευτικά σχόλια.

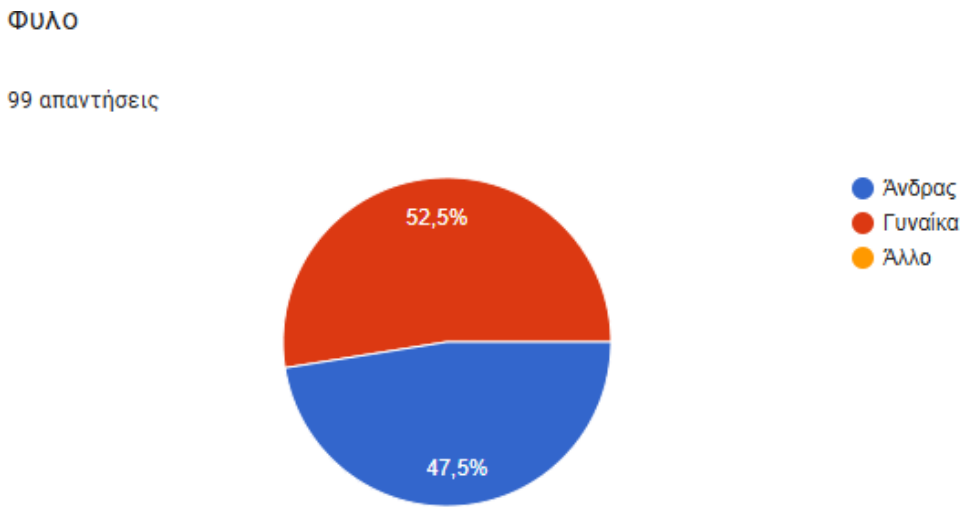
Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των βασικών θεματικών ενοτήτων του ερωτηματολογίου, οι οποίες αφορούν την αντίληψη των συμμετεχόντων για την πολιτιστική επικοινωνία του φεστιβάλ, την εμπειρία συμμετοχής και τη σχέση με τον τόπο, την ταυτότητα και το χωρικό νόημα του Χιονοδρομικού Κέντρου Καλαβρύτων, καθώς και τη συμβολή του φεστιβάλ στη χωρική αναζωογόνηση και στη βιώσιμη πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής.

Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιείται με τη χρήση περιγραφικών μέτρων, συσχετίσεων και αναλύσεων παλινδρόμησης, με σκοπό τη διερεύνηση των σχέσεων μεταξύ των βασικών μεταβλητών της έρευνας και την απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων και υποθέσεων που τέθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο. Μέσα από την παρουσίαση των αποτελεσμάτων επιδιώκεται η σύνδεση των εμπειρικών δεδομένων με το θεωρητικό πλαίσιο της μελέτης, ώστε να προκύψουν ουσιαστικά συμπεράσματα για τον ρόλο του Φεστιβάλ Χελμού ως πολιτιστικού και χωρικού φαινομένου.

6.2 Δημογραφικό προφίλ ερωτηθέντων

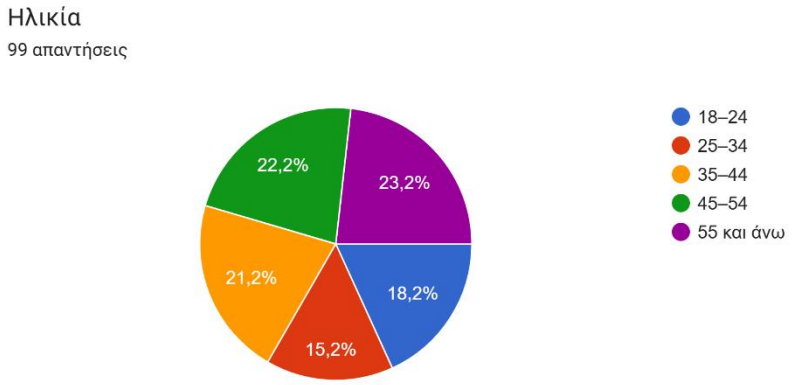
Η ανάλυση των δημογραφικών χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων προσφέρει μια συνολική εικόνα του προφίλ του κοινού που παρακολούθησε το Φεστιβάλ Χελμού. Το δείγμα εμφανίζεται σχετικά ισορροπημένο ως προς το φύλο, με μικρή υπεροχή των γυναικών, ενώ παρουσιάζει σημαντική ηλικιακή διασπορά, γεγονός που δείχνει ότι το φεστιβάλ προσελκύει άτομα διαφορετικών ηλικιακών ομάδων και όχι αποκλειστικά νεανικό κοινό. Παράλληλα, η πλειονότητα των συμμετεχόντων διαθέτει υψηλό μορφωτικό επίπεδο και προέρχεται κυρίως από μεγάλα αστικά κέντρα, ιδιαίτερα από την Αθήνα, στοιχείο που υποδηλώνει ότι η διοργάνωση έχει αποκτήσει ευρύτερη γεωγραφική απήχηση πέρα από τα τοπικά όρια της περιοχής. Επιπλέον, σημαντικό ποσοστό των συμμετεχόντων έχει παρακολουθήσει το φεστιβάλ περισσότερες από μία φορές και επιλέγει να παραμένει στον χώρο για αρκετές ημέρες, γεγονός που αναδεικνύει τον βιωματικό χαρακτήρα της εμπειρίας και τη δυνατότητα του φεστιβάλ να δημιουργεί επαναλαμβανόμενη σχέση με το κοινό του. Συνολικά, το δημογραφικό προφίλ των ερωτηθέντων δείχνει ότι το Φεστιβάλ Χελμού προσελκύει ένα πολυσυλλεκτικό κοινό με έντονο ενδιαφέρον για πολιτιστικές και εμπειρικές μορφές συμμετοχής.

Πιο αναλυτικα:

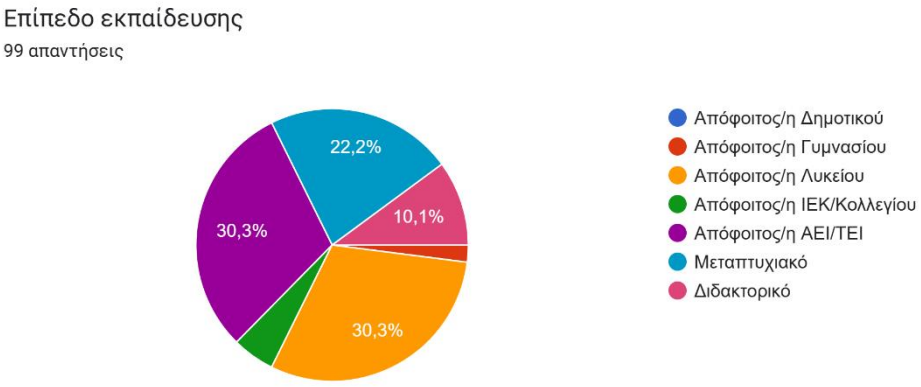


Σύμφωνα με το διάγραμμα, το δείγμα της έρευνας παρουσιάζει σχετικά ισορροπημένη κατανομή ως προς το φύλο των συμμετεχόντων. Συγκεκριμένα, οι γυναίκες αποτελούν το 52,5% του δείγματος, ενώ οι άνδρες αντιστοιχούν στο 47,5%. Δεν καταγράφηκαν

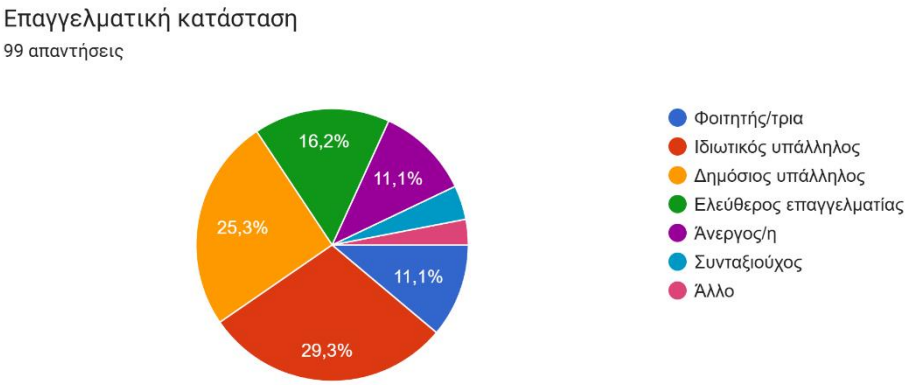
απαντήσεις στην κατηγορία «Άλλο». Η μικρή υπεροχή των γυναικών δείχνει ότι το Φεστιβάλ Χελμού προσελκύει κοινό και από τα δύο φύλα σε σχεδόν ισότιμο βαθμό, γεγονός που υποδηλώνει τον ευρύτερο και συμπεριληπτικό χαρακτήρα της διοργάνωσης. Παράλληλα, η ισορροπημένη συμμετοχή ανδρών και γυναικών ενισχύει την αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος και επιτρέπει τη διαμόρφωση μιας πιο ολοκληρωμένης εικόνας σχετικά με τις αντιλήψεις και τις εμπειρίες των επισκεπτών του φεστιβάλ.



Το διάγραμμα που αφορά την ηλικιακή κατανομή των συμμετεχόντων δείχνει ότι το δείγμα παρουσιάζει σχετικά ισορροπημένη κατανομή μεταξύ των διαφορετικών ηλικιακών ομάδων. Το μεγαλύτερο ποσοστό καταγράφεται στην κατηγορία των 55 ετών και άνω με 23,2%, ενώ ακολουθούν οι ηλικίες 45–54 ετών με 22,2% και 35–44 ετών με 21,2%. Οι ηλικιακές ομάδες 18–24 και 25–34 ετών εμφανίζουν χαμηλότερα ποσοστά, 18,2% και 15,2% αντίστοιχα. Τα αποτελέσματα αυτά δείχνουν ότι το Φεστιβάλ Χελμού δεν απευθύνεται αποκλειστικά σε νεανικό κοινό, αλλά προσελκύει άτομα διαφορετικών ηλικιών, γεγονός που αναδεικνύει τον ευρύτερο κοινωνικό και πολιτιστικό χαρακτήρα της διοργάνωσης.

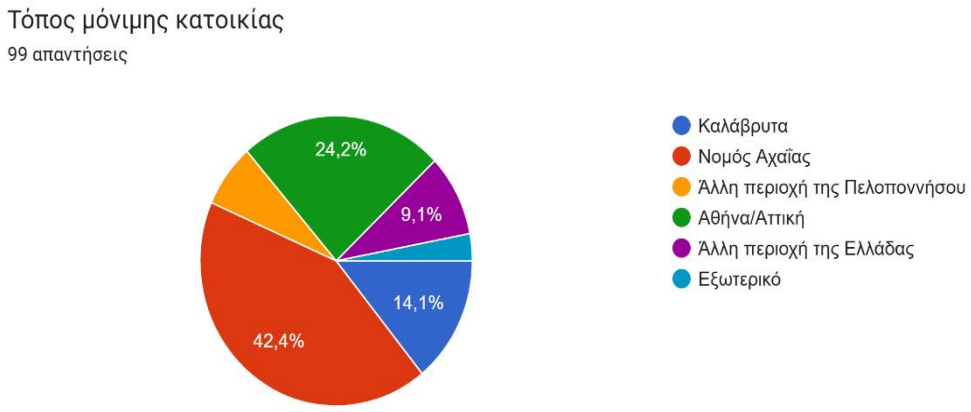


Αναφορικά με το επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων, παρατηρείται ότι η πλειονότητα διαθέτει υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Συγκεκριμένα, το μεγαλύτερο ποσοστό καταγράφεται στους αποφοίτους ΑΕΙ/ΤΕΙ με 30,3%, και στους κάτοχους μεταπτυχιακού τίτλου με το ίδιο ποσοστό. Σημαντικό ποσοστό εμφανίζουν επίσης οι απόφοιτοι λυκείου (22,2%) και οι κάτοχοι διδακτορικού τίτλου (10,1%). Αντίθετα, χαμηλότερα ποσοστά παρατηρούνται στις κατηγορίες αποφοίτων γυμνασίου και δημοτικού. Η εικόνα αυτή δείχνει ότι το κοινό του φεστιβάλ χαρακτηρίζεται σε μεγάλο βαθμό από υψηλό εκπαιδευτικό υπόβαθρο, στοιχείο που πιθανόν συνδέεται με το πολιτιστικό περιεχόμενο και τη φυσιογνωμία της διοργάνωσης.

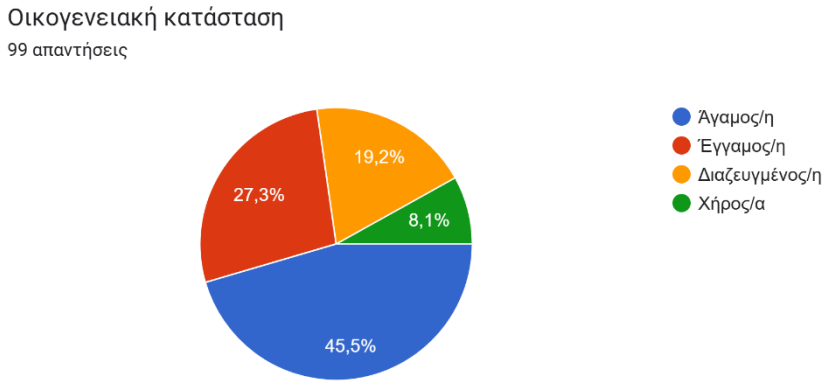


Το διάγραμμα της επαγγελματικής κατάστασης δείχνει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι (29,3%), ενώ ακολουθούν οι ελεύθεροι επαγγελματίες με ποσοστό 25,3%. Οι δημόσιοι υπάλληλοι αντιστοιχούν στο 16,2% του

δείγματος, ενώ οι φοιτητές/τριες και οι άνεργοι/ες συγκεντρώνουν από 11,1% αντίστοιχα. Μικρότερο ποσοστό εμφανίζουν οι συνταξιούχοι και η κατηγορία «Άλλο». Τα ευρήματα αυτά δείχνουν ότι το φεστιβάλ προσελκύει κυρίως οικονομικά ενεργά άτομα με διαφορετικά επαγγελματικά χαρακτηριστικά, γεγονός που ενισχύει τον πολυσυλλεκτικό χαρακτήρα του κοινού του.

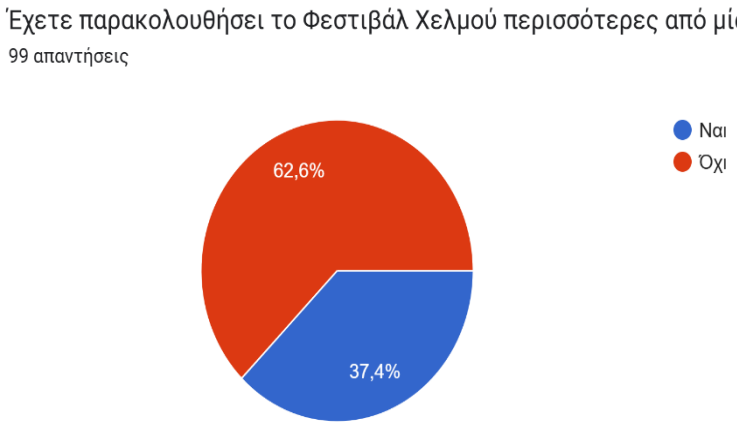


Σχετικά με τον τόπο μόνιμης κατοικίας, το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων προέρχεται από την Αθήνα (42,4%), ενώ ακολουθούν οι κάτοικοι άλλων περιοχών της Πελοποννήσου με 24,2%. Οι κάτοικοι Καλαβρύτων αντιστοιχούν στο 14,1% του δείγματος, ενώ μικρότερα ποσοστά προέρχονται από άλλες περιοχές της Ελλάδας ή από το εξωτερικό. Τα αποτελέσματα αυτά δείχνουν ότι το Φεστιβάλ Χελμού έχει τη δυνατότητα να προσελκύει επισκέπτες πέρα από τα στενά τοπικά όρια, αποκτώντας ευρύτερη γεωγραφική εμβέλεια και απήχηση.

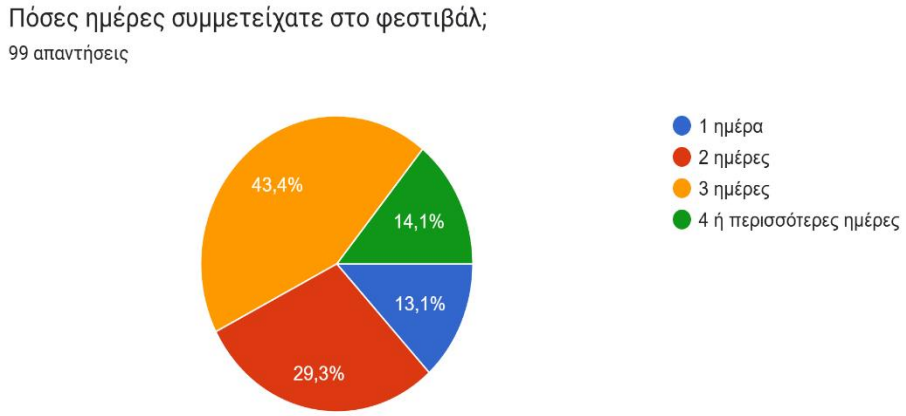


Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση των συμμετεχόντων, το μεγαλύτερο ποσοστό είναι άγαμοι/ες, καθώς συγκεντρώνουν ποσοστό 45,5%. Ακολουθούν οι

έγγαμοι/ες με 27,3%, ενώ οι διαζευγμένοι/ες αντιστοιχούν στο 19,2% του δείγματος. Το μικρότερο ποσοστό καταγράφεται στους χήρους/ες με 8,1%. Η εικόνα αυτή δείχνει ότι σημαντικό μέρος των συμμετεχόντων αποτελείται από άτομα χωρίς αυξημένες οικογενειακές υποχρεώσεις, γεγονός που ενδέχεται να διευκολύνει τη συμμετοχή σε φεστιβαλικές και πολιτιστικές δραστηριότητες μεγαλύτερης διάρκειας.

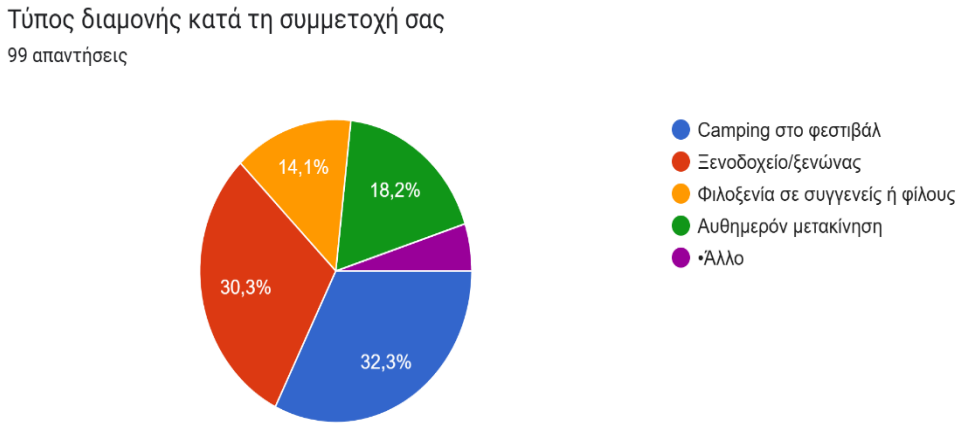


Από το σχετικό διάγραμμα προκύπτει ότι το 62,6% των συμμετεχόντων έχει παρακολουθήσει το φεστιβάλ περισσότερες από μία φορές, ενώ το 37,4% δήλωσε ότι συμμετείχε για πρώτη φορά. Το εύρημα αυτό δείχνει ότι το Φεστιβάλ Χελμού διαθέτει σημαντικό ποσοστό επαναλαμβανόμενων επισκεπτών, στοιχείο που μπορεί να συνδέεται με τη θετική εμπειρία συμμετοχής, τη δημιουργία συναισθηματικού δεσμού με τον τόπο και την ανάπτυξη πιστότητας προς τη διοργάνωση.



Το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων παρέμεινε στο φεστιβάλ για τρεις ημέρες (43,4%), ενώ ακολουθούν όσοι συμμετείχαν για δύο ημέρες με ποσοστό 29,3%.

Μικρότερα ποσοστά καταγράφονται για συμμετοχή μίας ημέρας (15,2%) και τεσσάρων ή περισσότερων ημερών (12,1%). Τα αποτελέσματα αυτά δείχνουν ότι οι περισσότεροι επισκέπτες επιλέγουν μια πιο ολοκληρωμένη εμπειρία συμμετοχής και όχι μια σύντομη ή αποσπασματική παρουσία στον χώρο του φεστιβάλ.



Σχετικά με τον τύπο διαμονής, το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων επέλεξε camping στο φεστιβάλ (32,3%), ενώ πολύ κοντά ακολουθεί η διαμονή σε ενοικιαζόμενο ξενώνα με 30,3%. Παράλληλα, το 18,2% φιλοξενήθηκε σε σπίτι συγγενών ή φίλων, ενώ μικρότερα ποσοστά εμφανίζονται στις υπόλοιπες κατηγορίες. Η εικόνα αυτή δείχνει ότι σημαντικό μέρος των επισκεπτών επιλέγει μορφές διαμονής που συνδέονται άμεσα με τη βιωματική εμπειρία του φεστιβάλ και τη μεγαλύτερη παραμονή στον χώρο διεξαγωγής του.

6.3 Περιγραφική Αναλυση μεταβλητών

6.3.1 Αντίληψη για την πολιτιστική επικοινωνία του φεστιβάλ

Τα αποτελέσματα της ανάλυσης δείχνουν ότι οι συμμετέχοντες αξιολόγησαν ιδιαίτερα θετικά την πολιτιστική επικοινωνία του φεστιβάλ. Οι μέσες τιμές όλων των επιμέρους δηλώσεων κυμαίνονται σε υψηλά επίπεδα (Μ.Τ. από 4,12 έως 4,26 σε κλίμακα 1–5), γεγονός που υποδηλώνει συνολικά θετική αντίληψη σχετικά με τον τρόπο προβολής και επικοινωνίας της διοργάνωσης.

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ	ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ	ΔΙΑΜΕΣΟΣ	ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	ΕΛΑΧΙΣΤΟ	ΜΕΓΙΣΤΟ
Οι πληροφορίες που παρέχονται για το φεστιβάλ είναι σαφείς και κατανοητές	4.12	4.00	1.13	1.00	5.00
Η επικοινωνία του φεστιβάλ με βοήθησε να κατανοήσω καλύτερα τον χαρακτήρα της διοργάνωσης.	4.19	4.00	1.02	1.00	5.00
Η προβολή του φεστιβάλ συνδέει τη μουσική διοργάνωση με το φυσικό περιβάλλον του Χελμού	4.26	5.00	1.03	1.00	5.00
Η επικοινωνία του φεστιβάλ αναδεικνύει τη σχέση του με την περιοχή των Καλαβρύτων	4.18	4.00	1.03	1.00	5.00
Η συνολική εικόνα που προβάλλει το φεστιβάλ είναι συνεκτική.	4.17	5.00	1.10	1.00	5.00

Ειδικότερα, η υψηλότερη μέση τιμή καταγράφεται στη δήλωση ότι «η προβολή του φεστιβάλ συνδέει τη μουσική διοργάνωση με το φυσικό περιβάλλον του Χελμού» (Μ.Τ.=4,26, Δ.=5,00, Τ.Α.=1,03), στοιχείο που αναδεικνύει τη σημασία της σύνδεσης του φεστιβάλ με το φυσικό τοπίο και την τοπική ταυτότητα. Αντίστοιχα, ιδιαίτερα θετικές αξιολογήσεις συγκεντρώνει και η δήλωση ότι «η επικοινωνία του φεστιβάλ με βοήθησε να κατανοήσω καλύτερα τον χαρακτήρα της διοργάνωσης» (Μ.Τ.=4,19, Τ.Α.=1,02).

Παράλληλα, οι συμμετέχοντες θεωρούν ότι η επικοινωνία του φεστιβάλ αναδεικνύει επαρκώς τη σχέση του με την περιοχή των Καλαβρύτων (Μ.Τ.=4,18, Τ.Α.=1,03), ενώ η συνολική εικόνα που προβάλλεται αξιολογείται ως συνεκτική και οργανωμένη (Μ.Τ.=4,17, Δ.=5,00, Τ.Α.=1,10). Επίσης, οι πληροφορίες που παρέχονται κρίνονται σαφείς και κατανοητές (Μ.Τ.=4,12, Τ.Α.=1,13), παρά τη σχετικά μεγαλύτερη διασπορά απαντήσεων.

	ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑΣ (CRONBACH'S A)	ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ	ΔΙΑΜΕΣΟΣ	ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ
Αντίληψη για την πολιτιστική επικοινωνία του φεστιβάλ (D1)	0,968	4,19	4,4	1

Η συνολική κλίμακα «Αντίληψη για την πολιτιστική επικοινωνία του φεστιβάλ (D1)» παρουσιάζει εξαιρετικά υψηλή αξιοπιστία, με δείκτη Cronbach’s α = 0,968, γεγονός που υποδεικνύει πολύ υψηλή εσωτερική συνοχή μεταξύ των επιμέρους μεταβλητών. Η συνολική μέση τιμή της κλίμακας διαμορφώνεται στο 4,19, με διάμεσο 4,4 και τυπική απόκλιση 1, τιμές που επιβεβαιώνουν τη γενικά θετική στάση των συμμετεχόντων απέναντι στην πολιτιστική επικοινωνία του φεστιβάλ.

6.3.2 Εμπειρία συμμετοχής και βιωμένη σχέση με τον τόπο

Τα αποτελέσματα της ανάλυσης δείχνουν ότι οι συμμετέχοντες αξιολόγησαν ιδιαίτερα θετικά την εμπειρία συμμετοχής τους στο φεστιβάλ και τη σχέση που ανέπτυξαν με τον τόπο διεξαγωγής. Οι μέσες τιμές όλων των επιμέρους δηλώσεων κυμαίνονται σε πολύ υψηλά επίπεδα (Μ.Τ. από 4,22 έως 4,29 σε κλίμακα 1–5), γεγονός που αποτυπώνει την έντονα θετική εμπειρία των επισκεπτών.

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ	ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ	ΔΙΑΜΕΣΟΣ	ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	ΕΛΑΧΙΣΤΟ	ΜΕΓΙΣΤΟ
Η συμμετοχή μου στο φεστιβάλ ήταν μια εμπειρία που ξεχώρισε από την καθημερινότητά μου	4.29	5.00	1.03	1.00	5.00
Κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ ένιωσα ότι συμμετείχα ενεργά σε μια συλλογική εμπειρία.	4.29	5.00	1.00	1.00	5.00
Οι δραστηριότητες του φεστιβάλ ενίσχυσαν την επαφή μου με τον χώρο όπου αυτό πραγματοποιήθηκε.	4.26	5.00	1.07	1.00	5.00
Το φεστιβάλ μου έδωσε την ευκαιρία να βιώσω τον Χελμό με διαφορετικό τρόπο.	4.28	5.00	1.08	1.00	5.00
Η συνολική εμπειρία μου από το φεστιβάλ ήταν θετική.	4.22	5.00	1.15	1.00	5.00

Ειδικότερα, οι υψηλότερες μέσες τιμές καταγράφονται στις δηλώσεις ότι «η συμμετοχή μου στο φεστιβάλ ήταν μια εμπειρία που ξεχώρισε από την καθημερινότητά μου» (Μ.Τ.=4,29, Δ.=5,00, Τ.Α.=1,03) και ότι «κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ ένιωσα ότι συμμετείχα ενεργά σε μια συλλογική εμπειρία» (Μ.Τ.=4,29, Δ.=5,00, Τ.Α.=1,00). Τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν ότι το φεστιβάλ λειτούργησε όχι μόνο ως μορφή ψυχαγωγίας, αλλά και ως εμπειρία κοινωνικής συμμετοχής και συναισθηματικής σύνδεσης.

Παράλληλα, οι συμμετέχοντες θεωρούν ότι οι δραστηριότητες του φεστιβάλ ενίσχυσαν την επαφή τους με τον χώρο όπου αυτό πραγματοποιήθηκε (Μ.Τ.=4,26, Τ.Α.=1,07), ενώ σημαντική είναι και η αξιολόγηση της δυνατότητας που προσέφερε το φεστιβάλ για βίωση του Χελμού με διαφορετικό τρόπο (Μ.Τ.=4,28, Τ.Α.=1,08). Τα αποτελέσματα αυτά αναδεικνύουν τον ρόλο της διοργάνωσης στη δημιουργία βιωματικής σχέσης με τον τόπο και το φυσικό περιβάλλον. Τέλος, η συνολική εμπειρία από το φεστιβάλ αξιολογείται ιδιαίτερα θετικά (Μ.Τ.=4,22, Δ.=5,00, Τ.Α.=1,15), παρά τη σχετικά μεγαλύτερη διασπορά απαντήσεων σε σύγκριση με τις υπόλοιπες μεταβλητές.

	ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑΣ (CRONBACH'S A)	**ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ**	**ΔΙΑΜΕΣΟΣ**	**ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ**
Εμπειρία συμμετοχής και βιωμένη σχέση με τον τόπο (D2)	0,966	4,27	4,8	1

Η συνολική κλίμακα «Εμπειρία συμμετοχής και βιωμένη σχέση με τον τόπο» παρουσιάζει εξαιρετικά υψηλή αξιοπιστία, με δείκτη Cronbach’s α = 0,966, γεγονός που υποδεικνύει πολύ υψηλή εσωτερική συνοχή των επιμέρους μεταβλητών. Η συνολική μέση τιμή της κλίμακας διαμορφώνεται στο 4,27, με διάμεσο 4,8 και τυπική απόκλιση 1, επιβεβαιώνοντας τη συνολικά θετική αποτίμηση της εμπειρίας συμμετοχής στο φεστιβάλ και της σύνδεσης των συμμετεχόντων με τον τόπο διεξαγωγής.

6.3.3 Ταυτότητα τόπου και χωρικό νόημα

Οι επιμέρους δηλώσεις της διάστασης «Ταυτότητα τόπου και χωρικό νόημα» παρουσιάζουν υψηλές μέσες τιμές, γεγονός που δείχνει ότι οι συμμετέχοντες αξιολογούν ιδιαίτερα θετικά τη συμβολή του φεστιβάλ στην εικόνα και την πολιτιστική ταυτότητα του τόπου.

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ	ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ	ΔΙΑΜΕΣΟΣ	ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	ΕΛΑΧΙΣΤΟ	ΜΕΓΙΣΤΟ
Μετά τη συμμετοχή μου στο φεστιβάλ, βλέπω το Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων με διαφορετικό τρόπο.	4.15	5.00	1.11	1.00	5.00
Το φεστιβάλ προσθέτει μια πολιτιστική διάσταση στην εικόνα που έχω για τον χώρο.	4.20	5.00	1.13	1.00	5.00
Το Φεστιβάλ του Χελμού ενισχύει την ιδιαίτερη ταυτότητα του τόπου που διεξάγεται.	4.18	5.00	1.10	1.00	5.00
Το φεστιβάλ συμβάλλει στο να συνδέεται ο χώρος με εμπειρίες πέρα από τον χειμερινό τουρισμό.	4.31	5.00	1.04	1.00	5.00
Η διοργάνωση κάνει τον χώρο να φαίνεται περισσότερο ως τόπος πολιτιστικής εμπειρίας.	4.18	5.00	1.15	1.00	5.00

Ειδικότερα, η δήλωση ότι «το φεστιβάλ συμβάλλει στο να συνδέεται ο χώρος με εμπειρίες πέρα από τον χειμερινό τουρισμό» συγκεντρώνει την υψηλότερη μέση τιμή (M=4,31), υποδηλώνοντας ότι οι επισκέπτες αντιλαμβάνονται το φεστιβάλ ως έναν παράγοντα που διευρύνει τον χαρακτήρα του προορισμού και ενισχύει τη συνολική εμπειρία του τόπου. Παράλληλα, ιδιαίτερα υψηλή αξιολόγηση λαμβάνει και η άποψη ότι «το φεστιβάλ προσθέτει μια πολιτιστική διάσταση στην εικόνα του τόπου» (M=4,20), γεγονός που επιβεβαιώνει τον πολιτιστικό του ρόλο.

Επιπλέον, οι συμμετέχοντες συμφωνούν σε μεγάλο βαθμό ότι το φεστιβάλ ενισχύει την ιδιαίτερη ταυτότητα του τόπου (M=4,18) και καθιστά τον χώρο περισσότερο τόπο πολιτιστικής εμπειρίας (M=4,18). Αντίστοιχα, η δήλωση σχετικά με τη διαφοροποίηση

της εικόνας του Χιονοδρομικού Κέντρου Καλαβρύτων μέσω του φεστιβάλ παρουσιάζει επίσης υψηλή μέση τιμή (M=4,15), υποδεικνύοντας ότι το φεστιβάλ συμβάλλει στην αναδιαμόρφωση της εικόνας του προορισμού. Οι διάμεσοι τιμές όλων των μεταβλητών είναι ίσες με 5, ενώ οι σχετικά χαμηλές τυπικές αποκλίσεις (1,04–1,15) δείχνουν ότι οι απαντήσεις παρουσιάζουν μικρή διασπορά και σημαντική ομοιογένεια.

	ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑΣ (CRONBACH'S A)	**ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ**	**ΔΙΑΜΕΣΟΣ**	**ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ**
Ταυτότητα τόπου και χωρικό νόημα	0,974	4,21	4,6	1,05

Ο συνολικός δείκτης της διάστασης «Ταυτότητα τόπου και χωρικό νόημα» παρουσιάζει πολύ υψηλή αξιοπιστία, καθώς ο συντελεστής Cronbach’s Alpha ανέρχεται σε 0,974, τιμή που θεωρείται εξαιρετική και καταδεικνύει υψηλή εσωτερική συνοχή μεταξύ των επιμέρους δηλώσεων. Η συνολική μέση τιμή της κλίμακας είναι 4,21, γεγονός που φανερώνει ότι οι συμμετέχοντες συμφωνούν σε μεγάλο βαθμό πως το φεστιβάλ συμβάλλει ουσιαστικά στην ενίσχυση της πολιτιστικής ταυτότητας και του χωρικού νοήματος του τόπου. Η διάμεσος τιμή (4,6) επιβεβαιώνει τη συγκέντρωση των απαντήσεων στις υψηλές κατηγορίες της κλίμακας, ενώ η τυπική απόκλιση (1,05) υποδηλώνει σχετικά περιορισμένη διασπορά απόψεων. Συνολικά, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι το φεστιβάλ λειτουργεί ως σημαντικός μηχανισμός πολιτιστικής αναβάθμισης και επαναπροσδιορισμού της ταυτότητας του προορισμού, ενισχύοντας τη σύνδεση του χώρου με πολιτιστικές εμπειρίες πέρα από τον παραδοσιακό χειμερινό του χαρακτήρα.

6.3.4 Χωρική αναζωογόνηση και βιώσιμη πολιτιστική ανάπτυξη

Τα αποτελέσματα της ανάλυσης καταδεικνύουν ότι οι συμμετέχοντες αντιλαμβάνονται ιδιαίτερα θετικά τη συμβολή του φεστιβάλ στη χωρική αναζωογόνηση και στη βιώσιμη πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής. Οι μέσες τιμές των επιμέρους δηλώσεων κυμαίνονται από 4,28 έως 4,36 σε κλίμακα 1–5, γεγονός που υποδηλώνει υψηλό επίπεδο συμφωνίας ως προς τη θετική επίδραση της διοργάνωσης στον τόπο.

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ	ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ	ΔΙΑΜΕΣΟΣ	ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	ΕΛΑΧΙΣΤΟ	ΜΕΓΙΣΤΟ
Το φεστιβάλ συμβάλλει στη θετική προβολή της περιοχής	4.29	5.00	1.052	1.00	5.00
Το φεστιβάλ μπορεί να ενισχύσει το ενδιαφέρον περισσότερων ανθρώπων για την περιοχή.	4.36	5.00	0.942	1.00	5.00
Η διοργάνωση μπορεί να συμβάλει στην πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής.	4.28	5.00	1.069	1.00	5.00
Το φεστιβάλ μπορεί να υποστηρίξει μια πιο πολυδιάστατη αξιοποίηση του ορεινού χώρου.	4.28	5.00	1.031	1.00	5.00
Το Φεστιβάλ Χελμού μπορεί να λειτουργήσει θετικά για την εικόνα των Καλαβρύτων ως προορισμού.	4.33	5.00	1.059	1.00	5.00

Ειδικότερα, η υψηλότερη μέση τιμή καταγράφεται στη δήλωση ότι «το φεστιβάλ μπορεί να ενισχύσει το ενδιαφέρον περισσότερων ανθρώπων για την περιοχή» (Μ.Τ.=4,36, Δ.=5,00, Τ.Α.=0,942), στοιχείο που αναδεικνύει τη δυναμική της διοργάνωσης ως μέσου προσέλκυσης επισκεπτών και ενίσχυσης της εξωστρέφειας της περιοχής. Αντίστοιχα, ιδιαίτερα θετική αξιολόγηση λαμβάνει και η άποψη ότι «το φεστιβάλ του Χελμού μπορεί να λειτουργήσει θετικά για την εικόνα των Καλαβρύτων ως προορισμού» (Μ.Τ.=4,33, Τ.Α.=1,059).

Παράλληλα, οι συμμετέχοντες θεωρούν ότι το φεστιβάλ συμβάλλει στη θετική προβολή της περιοχής (Μ.Τ.=4,29, Τ.Α.=1,052), καθώς και ότι μπορεί να συμβάλει στην πολιτιστική ανάπτυξή της (Μ.Τ.=4,28, Τ.Α.=1,069). Εξίσου σημαντική αξιολογείται και η συμβολή του στη στήριξη μιας πιο πολύστατης αξιοποίησης του ορεινού χώρου (Μ.Τ.=4,28, Τ.Α.=1,031), εύρημα που συνδέεται με τη δυνατότητα αξιοποίησης του φυσικού περιβάλλοντος μέσω πολιτιστικών δραστηριοτήτων.

	ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑΣ (CRONBACH'S A)	ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ	ΔΙΑΜΕΣΟΣ	ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ
Χωρική αναζωογόνηση και βιώσιμη πολιτιστική ανάπτυξη	0,984	4,31	5	1

Η συνολική κλίμακα «Χωρική αναζωογόνηση και βιώσιμη πολιτιστική ανάπτυξη» παρουσιάζει εξαιρετικά υψηλή αξιοπιστία, με δείκτη Cronbach’s α = 0,984, γεγονός που υποδηλώνει πολύ υψηλή εσωτερική συνοχή μεταξύ των επιμέρους μεταβλητών. Η συνολική μέση τιμή της κλίμακας διαμορφώνεται στο 4,31, με διάμεσο 5 και τυπική απόκλιση 1, επιβεβαιώνοντας τη συνολικά θετική στάση των συμμετεχόντων απέναντι στη συμβολή του φεστιβάλ στην τοπική ανάπτυξη και την ενίσχυση της πολιτιστικής ταυτότητας της περιοχής.

6.4 Ανάλυση Συσχέτισης

Για τη διερεύνηση της ύπαρξης και της έντασης της γραμμικής σχέσης μεταξύ των τεσσάρων κύριων διαστάσεων της έρευνας, διενεργήθηκε έλεγχος συσχέτισης Pearson (r). Οι εξεταζόμενες μεταβλητές αφορούν την Αντίληψη για την πολιτιστική επικοινωνία (D1), την Εμπειρία συμμετοχής και τη βιωμένη σχέση με τον τόπο (D2), την Ταυτότητα του τόπου και το χωρικό νόημα (D3), καθώς και τη Χωρική αναζωογόνηση και βιώσιμη πολιτιστική ανάπτυξη (D4).

			D1	D2	D3
D1		Pearson's r	—		
		df	—		
		p-value	—		
D2		Pearson's r	0.964	—	
		df	97	—	
		p-value	< .001	—	
D3		Pearson's r	0.958	0.962	—
		df	97	97	—

		p-value	< .001	< .001	—
D4		Pearson's r	0.897	0.936	0.933
		df	97	97	97
		p-value	< .001	< .001	< .001

Τα αποτελέσματα του ελέγχου, όπως αποτυπώνονται στον σχετικό πίνακα, καταδεικνύουν ότι όλες οι μεταβλητές συσχετίζονται μεταξύ τους θετικά, με εξαιρετικά υψηλή ένταση, ενώ οι σχέσεις αυτές είναι στατιστικά πολύ σημαντικές ($p < 0,001$, με βαθμούς ελευθερίας $df = 97$).

6.4.1 Ανάλυση των Ισχυρότερων Δεσμών (D1, D2, D3)

Η υψηλότερη γραμμική συσχέτιση στην έρευνα εντοπίζεται ανάμεσα στην Πολιτιστική Επικοινωνία (D1) και την Εμπειρία Συμμετοχής (D2), με τον συντελεστή να αγγίζει το $r = 0,964$ ($p < 0,001$). Το εύρημα αυτό είναι ιδιαίτερα κρίσιμο, καθώς υποδηλώνει ότι όσο πιο σαφής, συνεκτική και ποιοτική κρίνεται η επικοινωνία και η προβολή του φεστιβάλ, τόσο πιο έντονη, συλλογική και ξεχωριστή βιώνεται η εμπειρία συμμετοχής από τους επισκέπτες. Η στρατηγική επικοινωνίας ουσιαστικά προετοιμάζει και διαμορφώνει θετικά το βίωμα του κοινού.

Εξίσου εντυπωσιακή είναι η συσχέτιση της Εμπειρίας Συμμετοχής (D2) με την Ταυτότητα του Τόπου και το Χωρικό Νόημα (D3) ($r = 0,962$, $p < 0,001$), καθώς και της Πολιτιστικής Επικοινωνίας (D1) με την Ταυτότητα του Τόπου (D3) ($r = 0,958$, $p < 0,001$).

Οι αλληλεξαρτήσεις αυτές αναδεικνύουν μια ισχυρή τριάδα στοιχείων (Επικοινωνία - Βίωμα - Ταυτότητα Χώρου) που λειτουργούν συνεργατικά: η στοχευμένη προβολή και η θετική προσωπική εμπειρία στον χώρο του φεστιβάλ επιδρούν άμεσα στην επανανοηματοδότηση του Χιονοδρομικού Κέντρου Καλαβρύτων. Οι συμμετέχοντες δεν βλέπουν τον χώρο απλώς ως έναν χειμερινό προορισμό, αλλά του αποδίδουν μια νέα, σταθερή πολιτιστική διάσταση, η οποία πηγάζει από τη βιωματική τους σύνδεση με τη διοργάνωση.

6.4.2 Ο Ρόλος της Χωρικής Αναζωογόνησης και της Βιώσιμης Ανάπτυξης (D4)

Η διάσταση της Χωρικής Αναζωογόνησης και Βιώσιμης Πολιτιστικής Ανάπτυξης (D4) παρουσιάζει επίσης πολύ ισχυρές θετικές συσχετίσεις με όλες τις υπόλοιπες μεταβλητές, με τους συντελεστές να κυμαίνονται από 0,897 έως 0,936 ($p < 0,001$ σε όλες τις περιπτώσεις). Η ισχυρότερη σχέση της D4 καταγράφεται με την Εμπειρία Συμμετοχής (D2) ($r = 0,936$). Αυτό ερμηνεύεται θεωρητικά από το γεγονός ότι η αντίληψη του φεστιβάλ ως μοχλού ανάπτυξης και θετικής προβολής για την ευρύτερη περιοχή των Καλαβρύτων εδράζεται στην ίδια τη συλλογική και ξεχωριστή εμπειρία που βίωσε ο επισκέπτης.

Ακολουθεί η σχέση της D4 με την Ταυτότητα του Τόπου (D3) ($r = 0,933$). Το εύρημα αυτό επιβεβαιώνει ότι η αναδιαμόρφωση της συμβολικής σημασίας του χώρου και η ενίσχυση της ιδιαίτερης ταυτότητάς του συμβαδίζουν απόλυτα με την προοπτική της μακροπρόθεσμης βιώσιμης ανάπτυξης και της προσέλκυσης μελλοντικών επισκεπτών. Η σχετικά χαμηλότερη (αλλά πάντα στατιστικά εξαιρετικά υψηλή) συσχέτιση σημειώνεται μεταξύ της D4 και της Πολιτιστικής Επικοινωνίας (D1) με $r = 0,897$.

6.4.3 Συμπερασματική Αποτίμηση

Συνοψίζοντας, η στατιστική ανάλυση Pearson αναδεικνύει τη συνεκτικότητα και την ολιστική φύση του φεστιβάλ του Χελμού, αποδεικνύοντας ότι καμία από τις εξεταζόμενες διαστάσεις δεν λειτουργεί απομονωμένα. Η αποτελεσματική και ποιοτική προβολή (D1) αποτελεί το θεμέλιο που τροφοδοτεί μια αναβαθμισμένη βιωματική εμπειρία (D2). Αυτή η εμπειρία λειτουργεί ως άμεσος καταλύτης για την ανανοηματοδότηση και την ανάδειξη μιας νέας πολιτιστικής ταυτότητας για τον χώρο (D3), η οποία τελικά μετουσιώνεται στην προσδοκία και την πεποίθηση των συμμετεχόντων ότι το φεστιβάλ συμβάλλει ουσιαστικά στη χωρική αναζωογόνηση και τη βιώσιμη ανάπτυξη (D4) της ευρύτερης περιοχής.

6.5 Ανάλυση υποθέσεων

Στην παρούσα ενότητα επιχειρείται η συνολική σύνθεση και η τελική απάντηση στα ερευνητικά ερωτήματα της μελέτης, μέσα από τον έλεγχο τριών βασικών ερευνητικών υποθέσεων (H1, H2, H3). Για τον έλεγχο επιστρατεύτηκαν συνδυαστικά τα ευρήματα

της περιγραφικής στατιστικής, της ανάλυσης συσχετίσεων Pearson (r), καθώς και των μοντέλων απλής και πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης που αναλύθηκαν προηγουμένως.

Για την καλύτερη εποπτεία των αποτελεσμάτων, ο ακόλουθος συγκεντρωτικός πίνακας αποτυπώνει τη στατιστική δοκιμασία και την τελική έκβαση για κάθε υπόθεση:

Ερευνητική Υπόθεση	**Εξεταζόμενες Μεταβλητές**	**Στατιστική Δοκιμασία**	**Κύριοι Δείκτες**	**Έκβαση Υπόθεσης**
Η1: Θετική αποτίμηση της πολιτιστικής επικοινωνίας.	D1	Περιγραφική Στατιστική	Μ.Τ. = 4,19 / Δ. = 4,40	Επιβεβαιώνεται
Η2:Η εμπειρία συμμετοχής επιδρά θετικά στην ταυτότητα του τόπου.	D2 - D3	Απλή Γραμμική Παλινδρόμηση	R^2 = 0,925,b= 1,010,p < 0,001	Επιβεβαιώνεται
Η3: Επικοινωνία, εμπειρία και ταυτότητα προβλέπουν τη χωρική αναζωογόνηση.	D1, D2, D3-D4	Πολλαπλή Γραμμική Παλινδρόμηση	R^2=0,895, p < 0,001	Επιβεβαιώνεται Μερικώς

6.5.1 Έλεγχος της 1ης Υπόθεσης (Η1)

- ✓ Διατύπωση Υπόθεσης: Πώς προσλαμβάνουν οι συμμετέχοντες τον ρόλο του Φεστιβάλ Χελμού ως φορέα καινοτόμου πολιτιστικής επικοινωνίας και εμπειρίας.
- ✓ Αποτέλεσμα Ελέγχου: βάσει των περιγραφικών μέτρων θέσης, η συνολική κλίμακα της Πολιτιστικής Επικοινωνίας (D1) συγκεντρώνει ιδιαίτερα υψηλή βαθμολογία, με τη συνολική μέση τιμή να διαμορφώνεται στο 4,19 (σε 5βαθμη κλίμακα) και τη διάμεσο στο 4,40. Όλες οι επιμέρους δηλώσεις κινήθηκαν σε υψηλά επίπεδα (από 4,12 έως 4,26), αναδεικνύοντας ότι το κοινό έκρινε τις

παρεχόμενες πληροφορίες ως σαφείς και συνεκτικές, ενώ αναγνώρισε τη σύνδεση της διοργάνωσης με το φυσικό περιβάλλον και την περιοχή.

- ✓ Συμπέρασμα: Η Υπόθεση Η1 επιβεβαιώνεται πλήρως.

6.5.2 Έλεγχος της 2ης Υπόθεσης (Η2)

- ✓ Διατύπωση Υπόθεσης: Η βιωμένη εμπειρία συμμετοχής στο φεστιβάλ (D2) επιδρά θετικά και καθορίζει την αντίληψη των επισκεπτών για την ταυτότητα και το χωρικό νόημα του Χιονοδρομικού Κέντρου (D3).

- ✓ Αποτέλεσμα Ελέγχου: Η ανάλυση απλής γραμμικής παλινδρόμησης έδειξε ότι το μοντέλο είναι εξαιρετικά ισχυρό, με τον συντελεστή προσδιορισμού να αγγίζει το $R^2 = 0,925$. Αυτό σημαίνει ότι το 92,5% της μεταβλητότητας των απόψεων για την Ταυτότητα του Τόπου καθορίζεται άμεσα από το επίπεδο της Εμπειρίας Συμμετοχής. Η επίδραση είναι στατιστικά εξαιρετικά σημαντική ($p < 0,001$) με θετικό συντελεστή κατεύθυνσης ($b = 1,010$).

- ✓ Συμπέρασμα: Η Υπόθεση Η2 επιβεβαιώνεται πλήρως

6.5.3 Έλεγχος της 3ης Υπόθεσης (Η3)

- ✓ Διατύπωση Υπόθεσης: Η αντίληψη για την πολιτιστική επικοινωνία (D1), η εμπειρία συμμετοχής (D2) και η ταυτότητα του τόπου (D3) λειτουργούν ως θετικοί προβλεπτικοί παράγοντες για τη χωρική αναζωογόνηση και τη βιώσιμη ανάπτυξη της περιοχής (D4).

- ✓ Αποτέλεσμα Ελέγχου: Το μοντέλο πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης επαλήθευσε την πολύ υψηλή ερμηνευτική ικανότητα των τριών παραγόντων, καθώς ερμηνεύουν συνδυαστικά το 89,5% της διακύμανσης της Χωρικής Αναζωογόνησης ($R^2 = 0,895$, $p < 0,001$).Ωστόσο, εξετάζοντας τις επιμέρους επιδράσεις, η Εμπειρία Συμμετοχής ($b = 0,693$, $p < 0,001$) και η Ταυτότητα του Τόπου ($b = 0,535$, $p < 0,001$) αποτελούν ισχυρούς θετικούς προβλεπτικούς

παράγοντες, ενώ η Πολιτιστική Επικοινωνία (D1) εμφάνισε στατιστικά σημαντική αλλά αρνητική επίδραση (b = -0,312, p = 0,025). Η αρνητική αυτή κατεύθυνση, που αποδόθηκε στο στατιστικό φαινόμενο της πολυσυγγραμμικότητας, δείχνει ότι η D1 δεν λειτουργεί ως αυτόνομος θετικός μοχλός για την D4 όταν συνυπάρχουν οι άλλες δύο μεταβλητές.

- ✓ Συμπέρασμα: Η Υπόθεση Η3 επιβεβαιώνεται μερικώς (ως προς το σύνολο του μοντέλου και τις επιδράσεις των D2 και D3, αλλά απορρίπτεται ως προς την αυτόνομη θετική επίδραση της D1 στο τελικό μοντέλο).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

7.1 Συζήτηση αποτελεσμάτων

Η ποσοτική ανάλυση των εμπειρικών δεδομένων της παρούσας έρευνας προσφέρει μια ολοκληρωμένη, συστηματική και επιστημονικά τεκμηριωμένη αποτίμηση του ρόλου του Φεστιβάλ Χελμού. Το εν λόγω πολιτιστικό γεγονός δεν προσεγγίζεται απλώς ως μια εφήμερη συνάθροιση καταναλωτών, αλλά ως ένας δυναμικός και πολυεπίπεδος μοχλός πολιτιστικής επικοινωνίας, ριζικής αναδιαμόρφωσης της ταυτότητας του τόπου και μακροπρόθεσμης χωρικής αναζωογόνησης. Η παρούσα συζήτηση επιχειρεί να γεφυρώσει τα πρωτογενή στατιστικά ευρήματα με το σύγχρονο διεθνές θεωρητικό πλαίσιο, αναλύοντας τις αιτιώδεις σχέσεις και τις αλληλεξαρτήσεις που διέπουν τη μεταβολή της αντίληψης των επισκεπτών για την περιφέρεια.

Στο πλαίσιο της σύγχρονης οικονομίας των εμπειριών (experience economy), οι γεωγραφικοί χώροι δεν ορίζονται πλέον αποκλειστικά από τα φυσικά τους χαρακτηριστικά ή τις παραδοσιακές παραγωγικές τους υποδομές. Αντίθετα, επαναπροσδιορίζονται μέσα από τα συμβολικά νοήματα, τις αφηγήσεις και τα βιώματα που παράγονται εντός αυτών. Το Φεστιβάλ Χελμού, εξεταζόμενο ως μελέτη περίπτωσης (case study), αποτελεί ένα προνομιακό πεδίο για την κατανόηση αυτής της μεταβολής.

Η συζήτηση που ακολουθεί διαρθρώνεται με βάση τη λογική αλυσίδα παραγωγής χωρικού νοήματος, εξετάζοντας διαδοχικά τα τρία κεντρικά ερευνητικά ερωτήματα και τις αντίστοιχες ερευνητικές υποθέσεις (Η1, Η2, Η3), προκειμένου να αναδειχθεί η συνολική συμβολή της διοργάνωσης στην αναπτυξιακή προοπτική της περιοχής των Καλαβρύτων.

Το πρώτο ερευνητικό ερώτημα της παρούσας διατριβής επικεντρώθηκε στη διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο η επικοινωνιακή στρατηγική του Φεστιβάλ Χελμού προσλαμβάνεται από το κοινό και κατά πόσο καταφέρνει να επηρεάσει την εικόνα του προορισμού. Τα περιγραφικά στατιστικά δεδομένα και οι δείκτες κεντρικής τάσης αποκάλυψαν μια ιδιαίτερα θετική, ομόφωνη και υψηλή αξιολόγηση των επικοινωνιακών πρακτικών της διοργάνωσης από τους συμμετέχοντες. Η στατιστική αυτή τάση παρέχει ισχυρή εμπειρική υποστήριξη, οδηγώντας στην πλήρη αποδοχή της πρώτης ερευνητικής υπόθεσης (Η1).

Η επιβεβαίωση της υπόθεσης Η1 φανερώνει ότι η επικοινωνιακή στρατηγική της συγκεκριμένης διοργάνωσης πέτυχε να υπερβεί τα στενά, λειτουργικά όρια της συμβατικής πληροφόρησης. Στις περισσότερες περιφερειακές εκδηλώσεις, η επικοινωνία αναλώνεται σε χρηστικές ανακοινώσεις (π.χ. ωράρια συναυλιών, τιμές εισιτηρίων, οδηγίες πρόσβασης). Στην περίπτωση του Φεστιβάλ Χελμού, το κοινό αναγνώρισε ότι η επικοινωνία λειτούργησε ως ένα ολοκληρωμένο σύστημα πολιτιστικής αφήγησης (cultural storytelling).

Η στρατηγική αυτή ενσωμάτωσε οργανικά τα τοπικά σύμβολα, την ιδιαίτερη γεωμορφολογία του ορεινού όγκου, την πλούσια μυθολογία και την ιστορικότητα της ευρύτερης περιοχής των Καλαβρύτων, μετατρέποντας το ψηφιακό και έντυπο προωθητικό υλικό σε φορέα πολιτισμικού νοήματος.

Σε θεωρητικό επίπεδο, το συγκεκριμένο εύρημα έρχεται να επιβεβαιώσει πλήρως τις θέσεις των Rahmanto και Fariza (2025). Οι ερευνητές αυτοί υποστηρίζουν ότι η πολιτιστική αφήγηση, όταν σχεδιάζεται στρατηγικά, λειτουργεί ως ένα ισχυρό εργαλείο ικανό να ανασυνθέσει ριζικά την παρωχημένη ή μονοδιάστατη εικόνα (destination image) απομακρυσμένων περιφερειακών περιοχών. Ο ορεινός χώρος, ο οποίος συχνά στα μάτια του αστικού πληθυσμού φαντάζει ως ένας δυσπρόσιτος, κρύος ή αποκλειστικά χειμερινός προορισμός, επανασυστήνεται μέσα από την πολιτιστική επικοινωνία ως ένας χώρος ζωντανός, φιλόξενος και γεμάτος καλλιτεχνική ενέργεια.

Παράλληλα, η διαπίστωση αυτή εναρμονίζεται με το εξειδικευμένο μοντέλο των Llopis-Amorós et al. (2019). Σύμφωνα με τους συγγραφείς, η επικοινωνιακή διάσταση των μεγάλων πολιτιστικών γεγονότων επιτελεί μια κρίσιμη «προπαρασκευαστική» λειτουργία (pre-experience phase). Δεν προσελκύει απλώς πελάτες, αλλά διαμορφώνει εκ των προτέρων τη συμβολική αξία του γεγονότος και καλλιεργεί υψηλές βιωματικές προσδοκίες (anticipated experiential value).

Αυτή η νοητική προετοιμασία λαμβάνει χώρα πολύ πριν ο επισκέπτης πατήσει το πόδι του στον φυσικό χώρο διεξαγωγής. Η επικοινωνία μειώνει το αίσθημα του γεωγραφικού ρίσκου και της απόστασης, δημιουργώντας έναν ελκυστικό «νοητικό χάρτη». Μέσω αυτού του χάρτη, ο Χελμός παύει να είναι ένα απομονωμένο βουνό της Πελοποννήσου και μετατρέπεται, στην αντίληψη του δυνητικού επισκέπτη, σε ένα παγκόσμιο τοπόσημο νεανικής έκφρασης και συλλογικής εμπειρίας.

Συνεπώς, η αποδοχή της Η1 αναδεικνύει την επικοινωνία ως τον πρωτογενή καταλύτη της φεστιβαλικής διαδικασίας, ο οποίος θέτει τις γνωστικές και συναισθηματικές βάσεις για την υποδοχή του κοινού.

Περνώντας στον δομικό πυρήνα της έρευνας, το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα επιχείρησε να ανιχνεύσει και να ποσοτικοποιήσει την άμεση επίδραση που ασκεί η ίδια η βιωματική εμπειρία της συμμετοχής στο φεστιβάλ πάνω στην αναδιαμόρφωση της ταυτότητας του τόπου. Η εφαρμογή της απλής γραμμικής παλινδρόμησης απέδωσε εντυπωσιακά αποτελέσματα, αποκαλύπτοντας μια εξαιρετικά συμπαγή, σταθερή και έντονη αιτιώδη σχέση.

Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε ότι η μεταβλητή «Εμπειρία Συμμετοχής» ερμηνεύει το συγκλονιστικό 92,5% της συνολικής διακύμανσης στην εξαρτημένη μεταβλητή «Ταυτότητα του Τόπου και Χωρικό Νόημα» ($R^2=0,925$, με έναν εξαιρετικά υψηλό συντελεστή κατεύθυνσης $b=1,010$ και απόλυτη στατιστική σημαντικότητα $p<0,001$). Η πανίσχυρη αυτή εμπειρική ένδειξη απαντά με απόλυτη σαφήνεια στο δεύτερο ερευνητικό ερώτημα και συνεπάγεται την πλήρη και αναμφισβήτητη αποδοχή της δεύτερης ερευνητικής υπόθεσης (Η2).

Για να κατανοήσουμε το βάθος αυτού του ευρήματος, πρέπει να σταθούμε στη μαθηματική και εννοιολογική ερμηνεία του δείκτη προσδιορισμού ($R^2=0,925$). Το γεγονός ότι σχεδόν το 93% της μεταβολής του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται την ταυτότητα του Χελμού οφείλεται αποκλειστικά στην εμπειρία

που βίωσαν κατά τη διάρκεια του τετραημέρου, υποδηλώνει μια σχέση σχεδόν απόλυτης οντολογικής εξάρτησης. Η φυσική, αισθητηριακή, συναισθηματική και κοινωνική εμπλοκή του ατόμου μέσα στο φεστιβαλικό πλαίσιο αποτελεί τον πρωταρχικό και κυρίαρχο μηχανισμό μέσω του οποίου ένας γεωγραφικός χώρος (space) μετατρέπεται σε έναν σημασιοδοτημένο τόπο (place).

Το εύρημα αυτό προσφέρει μια μνημειώδη εμπειρική δικαίωση στο κλασικό θεωρητικό πλαίσιο του Davis (2016) αναφορικά με τις διαδικασίες συγκρότησης της ταυτότητας του τόπου (place identity) και της ανάπτυξης της προσκόλλησης σε αυτόν (place attachment). Ο Davis υποστηρίζει ότι οι έννοιες αυτές δεν είναι στατικές, ούτε προκύπτουν από παθητική παρατήρηση, αλλά αποτελούν δυναμικές νοητικές διεργασίες που σφυρηλατούνται όταν τα υποκείμενα δρουν, αλληλεπιδρούν και κατασκευάζουν νοήματα μέσα σε ένα συγκεκριμένο περιβάλλον.

Στην περίπτωση του Φεστιβάλ Χελμού, η διαδικασία αυτή προσλαμβάνει μια μοναδική χωρική διάσταση. Πριν από τη θεσμοθέτηση του φεστιβάλ, το Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων κατείχε μια σαφή, πλην όμως αυστηρά μονοδιάστατη και λειτουργική υπόσταση στη συλλογική συνείδηση: ήταν ένας αθλητικός προορισμός χειμερινής αναψυχής, άρρηκτα συνδεδεμένος με το χιόνι και χαρακτηριζόμενος από μια έντονη, προβληματική εποχικότητα.

Μέσα από τη βιωματική εμπειρία του φεστιβάλ, ο χώρος αυτός υφίσταται μια βαθιά, ριζική μεταμόρφωση. Αποβάλλει τα στενά χρηστικά του όρια και μετατρέπεται σε ένα πεδίο εξαιρετικά υψηλής συμβολικής και εμπειρικής πυκνότητας, δικαιώνοντας πλήρως τις σύγχρονες αναλύσεις των Strandberg και Styvén (2024) για το πώς τα πολιτιστικά γεγονότα προσδίδουν «συμβολικό πάχος» (spatial thickness) στις περιφερειακές υποδομές.

Η σωματική παρουσία χιλιάδων νέων ανθρώπων σε ένα μεγάλο υψόμετρο, η κοινή έκθεση στα φυσικά στοιχεία (το βουνό, το κρύο, το δάσος), η συλλογική βίωση της μουσικής κάτω από τον ανοιχτό ουρανό και η ανάπτυξη αυτού που ο Victor Turner ονόμασε communitas (της αίσθησης δηλαδή της απόλυτης κοινωνικής ισότητας και ένταξης σε μια οργανική κοινότητα), λειτούργησαν ως ένας πανίσχυρος υπαρξιακός καταλύτης.

Ο υψηλός συντελεστής b=1,010 υποδηλώνει μια εξαιρετικά ευαίσθητη, θετική αναλογία: για κάθε μία μονάδα που βελτιώνεται η ποιότητα και η ένταση της

βιωματικής εμπειρίας του επισκέπτη, η αίσθηση ότι ο Χελμός διαθέτει μια ισχυρή, μοναδική και αυθεντική πολιτιστική ταυτότητα αυξάνεται κατά μία πλήρη μονάδα.

Αυτό το εύρημα προσφέρει μια τέλεια εμπειρική επιβεβαίωση στη θεωρία των Lau και Li (2019) σχετικά με το φεστιβάλ ως «βιωμένο τόπο» (lived space) και «φαντασιακή ταυτότητα». Ο χώρος δεν καταναλώνεται απλώς ως ένα σκηνικό (backdrop), αλλά παράγεται ενεργά από τους ίδιους τους συμμετέχοντες.

Όπως επισημαίνουν και οι Zhang, Fong και Li (2019), η μετασχηματιστική δύναμη ενός γεγονότος κρύβεται στην εμπειρία της συν-δημιουργίας (co-creation experience). Οι επισκέπτες του Φεστιβάλ Χελμού δεν υπήρξαν παθητικοί θεατές ενός έτοιμου θεάματος, αλλά συν-διαμορφωτές του νέου χωρικού νοήματος. Οι δικές τους φωνές, οι δικές τους κοινωνικές πρακτικές, οι κατασκηνωτικές τους εμπειρίες και η δική τους ενέργεια ενσωματώθηκαν στο βουνό, επανακαθορίζοντας την ταυτότητά του για το μέλλον.

Το τρίτο ερευνητικό ερώτημα της εργασίας επιχείρησε να συνθέσει τα επιμέρους κομμάτια της έρευνας, εξετάζοντας τη συνδυαστική και ταυτόχρονη επίδραση της πολιτιστικής επικοινωνίας, της εμπειρίας συμμετοχής και της νεοαποκτηθείσας ταυτότητας του τόπου πάνω στη διαμόρφωση μιας ευρύτερης, μακροπρόθεσμης πεποίθησης: ότι το φεστιβάλ μπορεί να λειτουργήσει ως ένας σταθερός, βιώσιμος μοχλός για τη χωρική, κοινωνική και οικονομική αναζωογόνηση ολόκληρης της περιφέρειας.

Το μοντέλο της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης που εφαρμόστηκε για τον σκοπό αυτό επιβεβαίωσε με απόλυτο τρόπο την ολιστική και συστημική φύση της διοργάνωσης. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι τρεις ανεξάρτητες μεταβλητές, όταν δρουν από κοινού, καταφέρνουν να προβλέψουν το εντυπωσιακό 89,5% της διακύμανσης των αντιλήψεων των συμμετεχόντων για τη βιώσιμη περιφερειακή ανάπτυξη ($R^2=0,895$, $p<0,001$). Το εύρημα αυτό παρέχει τη στατιστική τεκμηρίωση για την απάντηση στο τρίτο ερευνητικό ερώτημα και επικυρώνει την πλήρη αποδοχή της τρίτης ερευνητικής υπόθεσης (H3).

Μέσα στο συγκεκριμένο πολλαπλό μοντέλο, η ιεράρχηση των δυνάμεων των μεταβλητών παρουσιάζει τεράστιο θεωρητικό ενδιαφέρον. Η εμπειρία συμμετοχής αναδείχθηκε ως ο ισχυρότερος θετικός προβλεπτικός παράγοντας ($b=0,693$), ακολουθούμενη στενά από την ταυτότητα του τόπου ($b=0,535$). Η στατιστική αυτή

κυριαρχία έρχεται σε πλήρη συμφωνία με τις σύγχρονες θεωρητικές θέσεις των Lin και Lee (2020), καθώς και των Mohammad-Moradi et al. (2025).

Οι μελετητές αυτοί τονίζουν ότι η πίστη των πολιτών ή των επισκεπτών στην αναπτυξιακή προοπτική ενός θεσμού δεν μπορεί να καλλιεργηθεί τεχνητά μέσα από αφηρημένες υποσχέσεις ή οικονομικά διαγράμματα. Αντίθετα, πρέπει να εδράζεται βαθιά στην αντιλαμβανόμενη αυθεντικότητα της βιωμένης εμπειρίας.

Όταν ο επισκέπτης βλέπει ένα απομονωμένο βουνό να σφύζει από ζωή, να προσελκύει χιλιάδες ανθρώπους και να κινητοποιεί παραγωγικές δυνάμεις, μετατρέπει αυτή την άμεση αισθητηριακή αντίληψη σε μια γενικευμένη πολιτική και οικονομική προσδοκία για το μέλλον της περιοχής.

Το γεγονός αυτό επιτρέπει να χαρακτηρίσουμε το Φεστιβάλ Χελμού ως μια ζωτική «κοινωνική υποδομή» (social infrastructure), υιοθετώντας τον όρο της Quinn (2025). Η Quinn υποστηρίζει ότι τα επιτυχημένα πολιτιστικά φεστιβάλ στην περιφέρεια δεν πρέπει να αντιμετωπίζονται ως πολυτέλεια ή ως απλά γεγονότα διασκέδασης, αλλά ως κρίσιμες κοινωνικές πλατφόρμες που ενισχύουν τη δημόσια αλληλεπίδραση, χτίζουν κοινωνικό κεφάλαιο (social capital) και εμφυσούν νέα ζωτικότητα σε γεωγραφικές ζώνες που απειλούνται από την ερήμωση και την οικονομική περιθωριοποίηση.

Η πεποίθηση του κοινού για μια αναγέννηση καθοδηγούμενη από τον πολιτισμό (culture-led regeneration) εδράζεται στην κατανόηση ότι η αλλαγή της ταυτότητας του Χιονοδρομικού Κέντρου θεμελιώνει μια νέα οικονομική πραγματικότητα: τη δυνατότητα μετάβασης από ένα μοντέλο μονοκαλλιέργειας του χειμερινού τουρισμού σε ένα διαφοροποιημένο, αειφόρο μοντέλο πολιτιστικού τουρισμού τεσσάρων εποχών.

Μέσα από το ίδιο μοντέλο της πολλαπλής παλινδρόμησης, ωστόσο, αναδείχθηκε ένα εύρημα που εκ πρώτης όψεως φαντάζει παράδοξο, αλλά στην πραγματικότητα αποτελεί την πιο ενδιαφέρουσα και καινοτόμο θεωρητική συνεισφορά της παρούσας διατριβής. Ενώ στα περιγραφικά στατιστικά στοιχεία η «Πολιτιστική Επικοινωνία» αξιολογήθηκε εξαιρετικά θετικά, και στην υπόθεση Η1 αποδείχθηκε ο καθοριστικός της ρόλος, κατά την ταυτόχρονη εισαγωγή της στο πολλαπλό μοντέλο εμφάνισε έναν στατιστικά σημαντικό, αλλά αρνητικό συντελεστή (b=-0,312, p=0,025).

Το φαινόμενο αυτό αποτελεί μια κλασική περίπτωση στατιστικής πολυσυγγραμμικότητας (multicollinearity) και απαιτεί μια προσεκτική, βαθιά

θεωρητική και μεθοδολογική εξειδίκευση, καθώς φωτίζει τις εσωτερικές περιπλοκές της επικοινωνιακής επιστήμης.

Σε καθαρά στατιστικό επίπεδο, η πολυσυγγραμμικότητα προκύπτει επειδή η μεταβλητή της επικοινωνίας μοιράζεται ένα τεράστιο ποσοστό κοινής διακύμανσης (overlapping variance) με τις μεταβλητές της εμπειρίας και της ταυτότητας του τόπου στην αντίληψη των ερωτηθέντων. Με απλά λόγια, οι τρεις αυτές έννοιες είναι τόσο στενά, οργανικά και αδιάσπαστα συνδεδεμένες στο μυαλό των επισκεπτών, που είναι αδύνατον να διαχωριστούν τεχνητά.

Όταν ο αλγόριθμος της πολλαπλής παλινδρόμησης επιχειρεί να υπολογίσει την αυτόνομη επίδραση της επικοινωνίας, κρατώντας τις άλλες δύο μεταβλητές σταθερές, η εμπειρία συμμετοχής (b=0,693) και η ταυτότητα του τόπου (b=0,535) «απορροφούν» όλη τη θετική επίδραση, αφήνοντας στην επικοινωνία έναν αρνητικό υπολειμματικό συντελεστή.

Αυτό το στατιστικό εύρημα κρύβει πίσω του μια βαθιά θεωρητική αλήθεια, η οποία έρχεται σε πλήρη σύμπνοια με τις αναλύσεις των Richards και King (2022). Οι συγγραφείς αυτοί επισημαίνουν ότι η επικοινωνία αποτελεί τον απαραίτητο, αναγκαίο όρο για τη συγκρότηση της πολιτιστικής εμπειρίας (conditio sine qua non), αλλά σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να την υποκαταστήσει.

Ο αρνητικός συντελεστής b=-0,312 ουσιαστικά προειδοποιεί για τον κίνδυνο αυτού που στη διεθνή βιβλιογραφία ονομάζεται «χάσμα προσδοκιών» (expectation gap) ή «υπερ-μάρκετινγκ» (over-marketing). Αν μια επικοινωνιακή στρατηγική είναι υπερβολικά επιθετική, αν υπόσχεται πράγματα που ξεπερνούν την πραγματικότητα, τότε η απλή προωθητική πληροφορία, αποκομμένη από ένα αντίστοιχα ισχυρό βίωμα στο πεδίο, καταλήγει να λειτουργεί αρνητικά.

Αν ένας επισκέπτης εκτεθεί σε μια εντυπωσιακή ψηφιακή καμπάνια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά όταν φτάσει στο βουνό έρθει αντιμέτωπος με ελλιπείς υποδομές, κακή οργάνωση ή απουσία αυθεντικότητας, τότε η ίδια η επικοινωνία που τον προσέλκυσε μετατρέπεται σε πηγή απογοήτευσης, πλήττοντας την πίστη του στη μακροπρόθεσμη αναπτυξιακή σοβαρότητα του εγχειρήματος.

Στην ειδική περίπτωση του Φεστιβάλ Χελμού, η πολυσυγγραμμικότητα δεν υποδηλώνει ότι η επικοινωνία απέτυχε, αλλά ότι έχει ενσωματωθεί (encapsulated)

οργανικά μέσα στην ίδια την εμπειρία και την ταυτότητα του χώρου. Οι επισκέπτες δεν αντιλαμβάνονται την επικοινωνία ως μια εξωτερική, ξένη διαφήμιση, αλλά ως αναπόσπαστο, δομικό συστατικό του ίδιου του φεστιβαλικού βιώματος.

Η στρατηγική επιτυχία της διοργάνωσης έγκειται στο γεγονός ότι η επικοινωνία λειτούργησε ως ένας «ειλικρινής καθρέφτης»: η υπόσχεση αυθεντικότητας, ελευθερίας και επαφής με τη φύση που δόθηκε ψηφιακά, εκπληρώθηκε στο ακέραιο και με το παραπάνω πάνω στο βουνό.

Συνεπώς, το εύρημα αυτό προσφέρει ένα σπουδαίο μάθημα για τη διοίκηση πολιτιστικών μονάδων (cultural management): η επικοινωνία κατέχει ηγετικό ρόλο στην αφετηρία της διαδικασίας (όπως απέδειξε η Η1), αλλά η τελική της δικαίωση και η συμβολή της στην περιφερειακή αναγέννηση εξαρτάται απόλυτα από τη μετουσίωσή της σε απτή, υψηλής ποιότητας βιωματική πραγματικότητα.

Συμπερασματικά, η παρούσα μελέτη, μέσα από τη διασταύρωση των στατιστικών της ευρημάτων, καταφέρνει να φωτίσει με απόλυτη σαφήνεια τη γραμμική, ολιστική αλυσίδα παραγωγής χωρικού νοήματος στις σύγχρονες περιφέρειες. Το Φεστιβάλ Χελμού αναδεικνύεται σε ένα υποδειγματικό, διεθνώς επίκαιρο μοντέλο στρατηγικής δημιουργίας νοήματος του τόπου (placemaking), όπως αυτό περιγράφεται υποδειγματικά από τους Brownett και Evans (2020).

Σύμφωνα με το μοντέλο αυτό, η πολιτιστική δράση στην περιφέρεια παύει να αποτελεί ένα εφήμερο, αποκομμένο καταναλωτικό θέαμα και μετατρέπεται σε μια βαθιά, δομική και μόνιμη παρέμβαση στον γεωγραφικό και κοινωνικό ιστό.

Η διαδικασία αυτή λειτουργεί ως ένα αλληλένδετο, κλειστό σύστημα κυκλικής ανατροφοδότησης:

Η Πολιτιστική Επικοινωνία (Υπόθεση Η1) ενεργοποιεί τη διαδικασία, κεντρίζει το ενδιαφέρον, διαλύει τους φόβους της γεωγραφικής απομόνωσης και διαμορφώνει τις πρώτες, υψηλές προσδοκίες στο αστικό κοινό, επανασυστήνοντας τον Χελμό ως πολιτιστικό προορισμό.

Η Εμπειρία Συμμετοχής (Υπόθεση Η2) παίρνει τη σκυτάλη στο πεδίο. Η φυσική παρουσία, η αισθητηριακή διέγερση και η συλλογική συνεύρεση στο υψόμετρο μετατρέπουν τις επικοινωνιακές προσδοκίες σε βιωμένη πραγματικότητα. Αυτή η έντονη βιωματική εμπειρία προκαλεί μια οντολογική μεταβολή, αναδιαμορφώνοντας

ριζικά τη συμβολική ταυτότητα του Χιονοδρομικού Κέντρου από έναν μονοδιάστατο αθλητικό χώρο σε ένα πεδίο υψηλού πολιτιστικού νοήματος.

Η Νέα Ταυτότητα του Τόπου (Υπόθεση Η3), σε συνδυασμό με το θετικό βίωμα, λειτουργεί ως το στέρεο θεμέλιο πάνω στο οποίο οικοδομείται η πίστη της κοινότητας των επισκεπτών για το μέλλον. Το κοινό αντιλαμβάνεται ότι ο τόπος διαθέτει πλέον το συμβολικό κεφάλαιο που απαιτείται για να στηρίξει μια μακροπρόθεσμη, βιώσιμη και αυτόνομη πολιτιστική και οικονομική ανάπτυξη, ικανή να αναζωογονήσει ολόκληρη την περιφέρεια.

Με τον τρόπο αυτό, η έρευνα προσφέρει μια απτή, ζωντανή εφαρμογή των πιο πρόσφατων θεωριών των Son και Krolikowski (2025). Αποδεικνύει εμπειρικά ότι οι επιστημονικά σχεδιασμένες πολιτιστικές εμπειρίες έχουν τη δύναμη να ενδυναμώσουν μακροπρόθεσμα τους δεσμούς των πολιτών με την περιφέρεια, να ενισχύσουν την τοπική κοινωνική συνοχή, να καταπολεμήσουν την εποχικότητα και να αποτελέσουν το ακλόνητο θεμέλιο για ένα βιώσιμο, ελπιδοφόρο πολιτιστικό μέλλον.

Για την καλύτερη εποπτεία της συζήτησης, ο παρακάτω πίνακας συνοψίζει τη στατιστική τεκμηρίωση και το τελικό αποτέλεσμα του ελέγχου των υποθέσεων:

Ερευνητική Υπόθεση	**Εξεταζόμενη Σχέση/ Μεταβλητή**	**Κύριοι Στατιστικοί Δείκτες**	**Σύνδεση με Βιβλιογραφία**	**Αποτέλεσμα Ελέγχου**
Η1	Επίδραση Πολιτιστικής Επικοινωνίας στην εικόνα του προορισμού και τις προσδοκίες	Υψηλές τιμές κεντρικής τάσης (Περιγραφική Στατιστική)	Rahmanto & Fariza (2025), Llopis-Amorós et al. (2019)	Αποδοχή
Η2	Επίδραση της Εμπειρίας Συμμετοχής στην Ταυτότητα του Τόπου	R^2=0,925, b=1,010, p<0,001 (Απλή Γραμμική Παλινδρόμηση)	Davis (2016), Strandberg & Styvén (2024), Lau & Li (2019)	Πλήρης Αποδοχή

Η3	Συνδυαστική πρόβλεψη της Χωρικής Αναζωογόνησης από Επικοινωνία, Εμπειρία και Ταυτότητα	R^2=0,895, p<0,001 (Πολλαπλή Γραμμική Παλινδρόμηση)	Lin & Lee (2020), Mohammad-Moradi et al. (2025), Quinn (2025)	Αποδοχή
Εξειδίκευση	Πολυσυγγραμμικό τητα μεταβλητής «Πολιτιστική Επικοινωνία» στο πολλαπλό μοντέλο	b=-0,312, p=0,025 (Αρνητικός υπολειμματικός συντελεστής)	Richards & King (2022)	Ερμηνεία ως «Εγκαψούλωση» της Επικοινωνίας στο Βίωμα

7.2 Η συμβολή της έρευνας σε θεωρητικό και διοικητικό επίπεδο

Η παρούσα μελέτη δεν περιορίζεται σε μια απλή καταγραφή των εντυπώσεων των επισκεπτών, αλλά εισφέρει ουσιαστικά τόσο στην επιστημονική θεωρία όσο και στην πρακτική διοίκηση και οργάνωση πολιτιστικών και τουριστικών πόρων.

Θεωρητική Συμβολή

Σε θεωρητικό επίπεδο, η έρευνα εμπλουτίζει τη διεθνή βιβλιογραφία γύρω από την «πολιτισμικά καθοδηγούμενη αναζωογόνηση» (culture-led regeneration), προσφέροντας απτά εμπειρικά δεδομένα για μια ειδική κατηγορία χώρου που σπάνια μελετάται υπό αυτό το πρίσμα: τον ορεινό όγκο και τα χιονοδρομικά κέντρα. Ενώ οι περισσότερες έρευνες για τη σχέση φεστιβάλ και ταυτότητας τόπου επικεντρώνονται σε αστικά κέντρα ή ιστορικούς οικισμούς, η παρούσα μελέτη αποδεικνύει ότι η μετασχηματιστική δύναμη των «τόπων εμπειρίας» (Davis, 2016) μπορεί να αναδιατάξει δομικά το χωρικό νόημα ακόμη και σε προορισμούς με έντονα εποχικό και μονοθεματικό (αθλητικό) χαρακτήρα.

Διοικητική και Πρακτική Συμβολή

Σε διοικητικό (Managerial) επίπεδο, τα ευρήματα αποτελούν έναν πολύτιμο οδηγό για τους Οργανισμούς Διαχείρισης Προορισμών, την Τοπική Αυτοδιοίκηση (Δήμος Καλαβρύτων) και τη Διοίκηση του Χιονοδρομικού Κέντρου.

Στρατηγική Επανατοποθέτησης (Rebranding): Τα αποτελέσματα αποδεικνύουν στους διαχειριστές ότι η επένδυση σε μεγάλης κλίμακας πολιτιστικά γεγονότα κατά τη διάρκεια της χαμηλής τουριστικής περιόδου (άνοιξη/καλοκαίρι) είναι η πλέον αποτελεσματική στρατηγική για την άμβλυνση της εποχικότητας.

Σχεδιασμός Εμπειριών (Experience Design): Για τους διοργανωτές φεστιβάλ, το εύρημα ότι η Εμπειρία Συμμετοχής (D2) καθορίζει κατά 92,5\% την ταυτότητα του τόπου σημαίνει ότι το βάρος πρέπει να πέφτει στον συμμετοχικό σχεδιασμό (co-creation experience). Η διοίκηση του φεστιβάλ δεν πρέπει να αντιμετωπίζει την εκδήλωση ως ένα απλό «line-up» καλλιτεχνών, αλλά ως μια ολιστική αισθητηριακή και κοινωνική υποδομή που συνδέει οργανικά τον επισκέπτη με το φυσικό τοπίο.

7.3 Περιορισμοί της Έρευνας και Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα

Παρά τα σημαντικά και στατιστικώς ισχυρά συμπεράσματα, η παρούσα εργασία υπόκειται σε ορισμένους περιορισμούς, η αναγνώριση των οποίων ανοίγει τον δρόμο για μελλοντικές επιστημονικές αναζητήσεις.

Περιορισμοί της Έρευνας

Δειγματοληψία και Μέγεθος Δείγματος: Ο βασικότερος περιορισμός εντοπίζεται στο μέγεθος του δείγματος (N = 99). Αν και το μέγεθος αυτό κρίνεται στατιστικά επαρκές για την εξαγωγή έγκυρων συμπερασμάτων και την εκτέλεση των μοντέλων γραμμικής παλινδρόμησης, ένα μεγαλύτερο και πιο αντιπροσωπευτικό δείγμα θα επέτρεπε τη γενίκευση των αποτελεσμάτων σε μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού των επισκεπτών.

Συγχρονική Φύση της Έρευνας (Cross-sectional design): Η συλλογή των δεδομένων έγινε σε μία συγκεκριμένη χρονική στιγμή, αποτυπώνοντας τις αντιλήψεις των συμμετεχόντων κατά τη διάρκεια ή αμέσως μετά τη λήξη του φεστιβάλ. Η προσέγγιση αυτή δεν επιτρέπει τη μέτρηση της διάρκειας αυτών των αντιλήψεων στο χρόνο.

Μονοδιάστατη Προοπτική (Stakeholder Perspective): Η έρευνα εστίασε αποκλειστικά στις απόψεις των επισκεπτών/συμμετεχόντων. Δεν συμπεριέλαβε τις οπτικές γωνίες άλλων κρίσιμων ομάδων συμφερόντων (stakeholders), όπως των μόνιμων κατοίκων της περιοχής των Καλαβρύτων, των τοπικών επιχειρηματιών ή των εργαζομένων στο Χιονοδρομικό Κέντρο.

Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα

Διαχρονικές Μελέτες (Longitudinal Studies): Προτείνεται η διεξαγωγή μελλοντικών ερευνών σε βάθος χρόνου (π.χ. 6 μήνες ή 1 έτος μετά το φεστιβάλ), προκειμένου να εξεταστεί αν η αλλαγή στην «ταυτότητα του τόπου» (D3) παραμένει σταθερή στη συνείδηση των καταναλωτών ή αν εξασθενεί όταν απομακρύνεται η φεστιβαλική εμπειρία.

Μικτή Μεθοδολογία (Mixed Methods): Η προσθήκη ποιοτικών μεθόδων έρευνας (όπως ημιδομημένες συνεντεύξεις ή focus groups με επισκέπτες και διοργανωτές) θα μπορούσε να φωτίσει βαθύτερα τις συναισθηματικές πτυχές της προσκόλλησης στον τόπο (place attachment) και να εξηγήσει με μεγαλύτερη λεπτομέρεια πώς βιώνεται η αυθεντικότητα του χώρου.

Συμπερίληψη της Τοπικής Κοινότητας: Μια μελλοντική συγκριτική μελέτη που θα χαρτογραφούσε τις αντιλήψεις των μόνιμων κατοίκων σε σχέση με αυτές των τουριστών θα προσέφερε μια ολοκληρωμένη εικόνα για την κοινωνική βιωσιμότητα της διοργάνωσης, σύμφωνα με τις κατευθύνσεις των Son & Krolikowski (2025).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Abbasian, S. (2023) ‘Festival participation for integration and inclusion? A critical reflection’, World Leisure Journal, 65(4), pp. 464–483. doi: 10.1080/16078055.2023.2197410.

Boone, H.N. and Boone, D.A. (2012) ‘Analyzing Likert Data’, Journal of Extension, 50(2), Article 2TOT2.

Brownett, T. and Evans, O. (2020) ‘Finding common ground: The conception of community arts festivals as spaces for placemaking’, Health & Place, 61, 102254. doi: 10.1016/j.healthplace.2019.102254.

Bryman, A. (2016) Social Research Methods. 5th edn. Oxford: Oxford University Press.

Cerisola, S. and Panzera, E. (2022) ‘Cultural participation in Cultural and Creative Cities: Positive regional outcomes and potential congestion concerns’, Papers in Regional Science, 101(6), pp. 1245–1261. doi: 10.1111/pirs.12709.

Dalla Torre, C., Moriggi, A., Elzenbaumer, B., Favargiotti, S. and Ferretti, M. (2025) ‘Co-creating a festival with and for rural commoning initiatives: a transdisciplinary place-based process’, Ecology and Society, 30(3), 8. doi: 10.5751/ES-16095-300308.

Davis, A. (2016) ‘Experiential places or places of experience? Place identity and place attachment as mechanisms for creating festival environment’, Tourism Management, 55, pp. 49–61.

DeVellis, R.F. (2017) Scale Development: Theory and Applications. 4th edn. Los Angeles: Sage.

Giortes Rokkas (n.d.) A celebration in our home. Available at the official festival website. Accessed 21 April 2026.

Kolokytha, O. (2023) ‘Reclaiming Place: Cultural Initiatives in Cretan Villages as Enablers of Citizen Involvement, Local Development and Repopulation’, in Cultural Policy is Local. Cham: Springer, pp. 169–187. doi: 10.1007/978-3-031-32312-6_8.

Kuo, N.-T., Cheng, Y.-S., Chang, K.-C. and Hu, S.-M. (2021) 'How social capital affects support intention: The mediating role of place identity', Journal of Hospitality and Tourism Management, 46, pp. 40–49. doi: 10.1016/j.jhtm.2020.11.005.

Lau, C. and Li, Y. (2019) 'Analyzing the effects of an urban food festival: A place theory approach', Annals of Tourism Research, 74, pp. 43–55. doi: 10.1016/j.annals.2018.10.004.

Lin, Y.-H. and Lee, T.-H. (2020) 'How the authentic experience of a traditional cultural festival affects the attendee's perception of festival identity and place identity', International Journal of Event and Festival Management, 11(3), pp. 357–373. doi: 10.1108/IJEFM-12-2019-0061.

Llopis-Amorós, M.-P., Gil-Saura, I., Ruiz-Molina, M.-E. and Fuentes-Blasco, M. (2019) 'Social media communications and festival brand equity: Millennials vs Centennials', Journal of Hospitality and Tourism Management, 40, pp. 134–144. doi: 10.1016/j.jhtm.2019.08.002.

Lynch, D. and Quinn, B. (2022) 'Understanding the influence of place on festival making and artistic production in the local urban festival context', Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events, 14(3), pp. 242–261. doi: 10.1080/19407963.2022.2033250.

Mohammad-Moradi, A. et al. (2025) 'A comparison of the sense of place between two urban historic fabrics', Frontiers of Architectural Research.

OECD (2025) The role of culture-led regeneration in place transformation. Paris: OECD.

Quinn, B. (2025) 'Understanding Urban Cultural Festivals as Social Infrastructure', Geography Compass, 19(7), e70042. doi: 10.1111/gec3.70042.

Rahmanto, A.N. and Fariza, M.R. (2025) 'Shaping place identity through cultural storytelling: strategic communication in a small mountain city', Frontiers in Communication, 10, 1713091. doi: 10.3389/fcomm.2025.1713091.

Richards, G. (2020) 'Designing creative places: The role of creative tourism', Annals of Tourism Research, 85, 102922.

Richards, G. and King, B. (2022) ‘The experience of cultural festivals: evidence from Hong Kong’, Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events, 14(3), pp. 296–309. doi: 10.1080/19407963.2022.2033249.

Son, I.S. and Krolikowski, C. (2025) ‘Developing a sense of place through attendance and involvement in local events: the social sustainability perspective’, Tourism Recreation Research, 50(4), pp. 715–726. doi: 10.1080/02508281.2024.2335749.

Strandberg, C. and Styvén, M.E. (2024) ‘The multidimensionality of place identity: A systematic concept analysis and framework of place-related identity elements’, Journal of Environmental Psychology, 95, 102257. doi: 10.1016/j.jenvp.2024.102257.

The Festival Academy (2023) Festival Visit meets Giortes Rokkas Festival. Available via the European Festivals Association network. Accessed 21 April 2026.

UNESCO Chelmos Vouraikos UNESCO Global Geopark. UNESCO official website. Accessed 21 April 2026.

UNESCO (2025) Culture: The Missing SDG. UNESCO Global Report on Cultural Policies. Paris: UNESCO.

Yin, S., Fu, C. and Dai, G. (2023) ‘Exploring the Festival Attendees’ Experiences on Social Media: A Study on the Guangzhou International Light Festival’, SAGE Open, 13(1), pp. 1–16. doi: 10.1177/21582440221145154.

Zhang, C.X., Fong, L.H.N. and Li, S. (2019) ‘Co-creation experience and place attachment: Festival evaluation’, International Journal of Hospitality Management, 81, pp. 193–204. doi: 10.1016/j.ijhm.2019.04.013.

Zhang, J. et al. (2024) ‘How do museum tourists’ sensory experiences affect place attachment and place identity?’, Journal of Hospitality and Tourism Management, 61.

Φεστιβάλ Χελμού(2023) Φεστιβάλ Χελμού2023. Official festival website. Accessed 21 April 2026.

Φεστιβάλ Χελμού(2025) Περιεχόμενο / Πρόγραμμα. Official festival website. Accessed 21 April 2026.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Αγαπητέ/ή συμμετέχοντα/ουσα,

Το παρόν ερωτηματολόγιο εκπονείται στο πλαίσιο μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας με θέμα τη συμβολή του Φεστιβάλ Χελμού στην πολιτιστική επικοινωνία, στη νέα ταυτότητα του τόπου και στη χωρική αναζωογόνηση της περιοχής. Σκοπός της έρευνας είναι να καταγραφούν οι απόψεις και οι εμπειρίες των ατόμων που έχουν συμμετάσχει στο φεστιβάλ.

Η συμμετοχή σας είναι απολύτως εθελοντική και ανώνυμη. Οι απαντήσεις σας θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ακαδημαϊκούς και ερευνητικούς σκοπούς στο πλαίσιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας. Δεν συλλέγονται στοιχεία που να επιτρέπουν την άμεση ή έμμεση ταυτοποίησή σας, ενώ όλα τα δεδομένα θα τύχουν εμπιστευτικής επεξεργασίας.

Η συλλογή και επεξεργασία των δεδομένων θα πραγματοποιηθεί σύμφωνα με τις αρχές του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Δεδομένων (ΕΕ 2016/679 – GDPR), οι οποίες αφορούν τη νομιμότητα, τη διαφάνεια, την εμπιστευτικότητα και την προστασία των προσωπικών δεδομένων. Η συμμετοχή σας στην έρευνα προϋποθέτει ότι έχετε ενημερωθεί για τον σκοπό της και συναινείτε ελεύθερα στη χρήση των απαντήσεών σας αποκλειστικά για ερευνητική χρήση.

Δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις. Σας παρακαλούμε να απαντήσετε με ειλικρίνεια, επιλέγοντας την απάντηση που ανταποκρίνεται περισσότερο στη δική σας εμπειρία και άποψη. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου διαρκεί περίπου 5–7 λεπτά.

Σας ευχαριστούμε θερμά για τη συμμετοχή σας.

Α' Ενότητα

Οδηγία: Παρακαλώ σημειώστε τον βαθμό στον οποίο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με καθεμία από τις παρακάτω προτάσεις, χρησιμοποιώντας την εξής κλίμακα:

1 = Διαφωνώ απόλυτα

2 = Διαφωνώ

3 = Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

4 = Συμφωνώ

5 = Συμφωνώ απόλυτα

Διάσταση 1: Αντίληψη για την πολιτιστική επικοινωνία του φεστιβάλ	1 = Διαφωνώ απόλυτα	2 = Διαφωνώ	3 = Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	4 = Συμφωνώ	5 = Συμφωνώ απόλυτα
Οι πληροφορίες που παρέχονται για το φεστιβάλ είναι σαφείς και κατανοητές.					
Η επικοινωνία του φεστιβάλ με βοήθησε να κατανοήσω καλύτερα τον χαρακτήρα της διοργάνωσης.					
Η προβολή του φεστιβάλ συνδέει τη μουσική διοργάνωση με το φυσικό περιβάλλον του Χελμού.					
Η επικοινωνία του φεστιβάλ αναδεικνύει τη σχέση του με την περιοχή των Καλαβρύτων.					
Η συνολική εικόνα που προβάλλει το φεστιβάλ είναι συνεκτική.					

Διάσταση 2: Εμπειρία συμμετοχής και βιωμένη σχέση με τον τόπο	1 = Διαφωνώ απόλυτα	2 = Διαφωνώ	3 = Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	4 = Συμφωνώ	5 = Συμφωνώ απόλυτα
Η συμμετοχή μου στο φεστιβάλ ήταν μια εμπειρία που ξεχώρισε από την καθημερινότητά μου.					
Κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ ένιωσα ότι συμμετείχα ενεργά σε μια συλλογική εμπειρία.					
Οι δραστηριότητες του φεστιβάλ ενίσχυσαν την επαφή μου με τον χώρο όπου αυτό πραγματοποιήθηκε.					
Το φεστιβάλ μου έδωσε την ευκαιρία να βιώσω τον Χελμό με διαφορετικό τρόπο.					
Η συνολική εμπειρία μου από το φεστιβάλ ήταν θετική.					

Διάσταση 3: Ταυτότητα τόπου και χωρικό νόημα	1 = Διαφωνώ απόλυτα	2 = Διαφωνώ	3 = Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	4 = Συμφωνώ	5 = Συμφωνώ απόλυτα
Μετά τη συμμετοχή μου στο φεστιβάλ, βλέπω το Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων με διαφορετικό τρόπο.					
Το φεστιβάλ προσθέτει μια πολιτιστική διάσταση στην εικόνα που έχω για τον χώρο.					
Το Φεστιβάλ του Χελμού ενισχύει την ιδιαίτερη ταυτότητα του τόπου που διεξάγεται.					
Το φεστιβάλ συμβάλλει στο να συνδέεται ο χώρος με εμπειρίες πέρα από τον χειμερινό τουρισμό.					
Η διοργάνωση κάνει τον χώρο να φαίνεται περισσότερο ως τόπος πολιτιστικής εμπειρίας.					

Διάσταση 4: Χωρική αναζωογόνηση και βιώσιμη πολιτιστική ανάπτυξη	1 = Διαφωνώ απόλυτα	2 = Διαφωνώ	3 = Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	4 = Συμφωνώ	5 = Συμφωνώ απόλυτα
Το φεστιβάλ συμβάλλει στη θετική προβολή της περιοχής.					
Το φεστιβάλ μπορεί να ενισχύσει το ενδιαφέρον περισσότερων ανθρώπων για την περιοχή.					
Η διοργάνωση μπορεί να συμβάλει στην πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής.					
Το φεστιβάλ μπορεί να υποστηρίξει μια πιο πολυδιάστατη αξιοποίηση του ορεινού χώρου.					
Το Φεστιβάλ Χελμού μπορεί να λειτουργήσει θετικά για την εικόνα των Καλαβρύτων ως προορισμού.					

Β' Ενότητα: Δημογραφικά χαρακτηριστικά

1. Φύλο

- Άνδρας
- Γυναίκα
- Άλλο

2. Ηλικία

- 18–24
- 25–34
- 35–44
- 45–54
- 55 και άνω

3. Επίπεδο εκπαίδευσης

- Απόφοιτος/η Δημοτικού
- Απόφοιτος/η Γυμνασίου
- Απόφοιτος/η Λυκείου

- Απόφοιτος/η ΙΕΚ/Κολλεγίου
- Απόφοιτος/η ΑΕΙ/ΤΕΙ
- Μεταπτυχιακό
- Διδακτορικό

4. Επαγγελματική κατάσταση
- Φοιτητής/τρια
- Ιδιωτικός υπάλληλος
- Δημόσιος υπάλληλος
- Ελεύθερος επαγγελματίας
- Άνεργος/η
- Συνταξιούχος
- Άλλο

5. Τόπος μόνιμης κατοικίας
- Καλάβρυτα
- Νομός Αχαΐας
- Άλλη περιοχή της Πελοποννήσου
- Αθήνα/Αττική
- Άλλη περιοχή της Ελλάδας
- Εξωτερικό

6. Οικογενειακή κατάσταση
- Άγαμος/η
- Έγγαμος/η
- Διαζευγμένος/η
- Χήρος/α

7. Έχετε παρακολουθήσει το Φεστιβάλ Χελμού περισσότερες από μία φορές;
- Ναι
- Όχι

8. Πόσες ημέρες συμμετείχατε στο φεστιβάλ;

- 1 ημέρα
- 2 ημέρες
- 3 ημέρες
- 4 ή περισσότερες ημέρες

9. Τύπος διαμονής κατά τη συμμετοχή σας

- Camping στο φεστιβάλ
- Ξενοδοχείο/ξενώνας
- Φιλοξενία σε συγγενείς ή φίλους
- Αυθημερόν μετακίνηση
- Άλλο