



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

Εθνικόν και Καποδιστριακόν
Πανεπιστήμιον Αθηνών

ΙΔΡΥΘΕΝ ΤΟ 1837

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΦΥΣΙΚΗ ΑΓΩΓΗ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ»

«Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΠΑΝΗΓΥΡΙΩΝ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΒΑΡΗΣ
ΑΤΤΙΚΗΣ»

Μαρία Καρέλλα

Μεταπτυχιακή Διατριβή

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΠΕΛΙΟ: ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΕΣ & ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ
ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ: ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020

© Copyright
Μαρία Καρέλλα
Σχολή Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού
Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Εθνικής Αντιστάσεως 41, 172 37, Δάφνη, Αθήνα

Σημείωμα Συγγραφέα
Το δοκίμιο αυτό αποτελεί Μεταπτυχιακή Διατριβή που συντάχθηκε για το Πρόγραμμα
Μεταπτυχιακών Σπουδών «Φυσική Αγωγή και Αθλητισμός», της Σχολής Επιστήμης
Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του ΕΚΠΑ και υποβλήθηκε τον Οκτώβριο του 2020.

Το περιεχόμενο του παρόντος έργου είναι αποτέλεσμα προσωπικής εργασίας και έχει γίνει η
κατάλληλη αναφορά στην εργασία τρίτων –όπου κάτι τέτοιο ήταν απαραίτητο-, σύμφωνα με
τους κανόνες της ακαδημαϊκής δεοντολογίας.

Μέλη της Εξεταστικής Επιτροπής

Ειρήνη Καμπερίδου (Επιβλέπουσα)

Καθηγήτρια Κοινωνιολογίας: Κοινωνικό Φύλο και Αθλητισμός
Σχολή Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού
Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Νικόλαος Πατσαντάρας

Καθηγητής Αθλητικής Κοινωνιολογίας
Σχολή Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού
Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Ιωάννης Γκιόσος

Αναπληρωτής Καθηγητής Φιλοσοφίας του Αθλητισμού
Σχολή Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού
Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών

**Πρακτικό της Εξεταστικής Επιτροπής
για την κρίση της μεταπτυχιακής διατριβής**

**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ**
Εθνικών και Καποδιστριακών
Πανεπιστημίων Αθηνών
ΙΣΤΟΡΙΟΝ ΤΟΥ ΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ "ΦΥΣΙΚΗ ΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ"

ΠΡΑΚΤΙΚΟ
ΤΡΙΜΕΛΟΥΣ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ
ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΤΗΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ

Της Μαρίας Καρέλλα

Η τριμελής εξεταστική επιτροπή, που ορίστηκε από τη Συνέλευση του Τμήματος Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του Πανεπιστημίου Αθηνών στη συνεδρία της 22/9/2020 για την κρίση και αξιολόγηση της μεταπτυχιακής διατριβής της **κ. Μαρίας Καρέλλα** με τίτλο: «Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα: Η περίπτωση της Βάρης Αρδικής» αποτελούμενη από τους κ.κ. **Ειρ. Καμπερίδου**, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια της Σχολής Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών (επιβλέπουσα), **Ν. Πατσανάρας**, Καθηγητή της Σχολής Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, **Ι. Γκιάσος**, Αναπληρωτή Καθηγητή της Σχολής Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, εκλήθησαν σήμερα 23/10/2020 ημέρα Παρασκευή και ώρα 12:30 ύστερα από επίσημη έγγραφη πρόσκληση στο Αμφιθέατρο Ε. Παυλίνη της Σχολής Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του Πανεπιστημίου Αθηνών, προκειμένου να κρίνουν και αξιολογήσουν την παραπάνω διατριβή.

Μετά από διεξοδική συζήτηση και ανταλλαγή απόψεων μεταξύ των μελών της εξεταστικής επιτροπής κατέληξαν ότι η κρινόμενη διατριβή πληροί όλους τους όρους εκπόνησής της, είναι πρωτότυπη και προάγει την επιστημονική γνώση και ως εκ τούτου κρίνεται αποδεκτή και εγκρίνεται.

Τα μέλη της εξεταστικής επιτροπής:

Ειρ. Καμπερίδου, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών

Ν. Πατσανάρας, Καθηγητής του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών

Ι. Γκιάσος, Αναπληρωτής Καθηγητής του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών

Έκφραση Ευχαριστιών

Η εκπόνηση της παρούσας διατριβής υποδηλώνει την περάτωση του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών μου, μία επιθυμία μου που εκπληρώθηκε. Μία προσπάθεια όμορφη με στιγμές ευτυχίας αλλά παράλληλα, άγχους και αγωνίας. Η ολοκλήρωση της οφείλεται στην στήριξη ατόμων που στάθηκαν δίπλα μου όλο αυτό το διάστημα και βοήθησαν τόσο σε πρακτικό όσο και σε ψυχολογικό επίπεδο. Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω τα μέλη της Τριμελούς Επιτροπής. Ιδιαίτερώς, την επιβλέπουσα μου κα. Καμπερίδου Ειρήνη, Καθηγήτρια Κοινωνιολογίας: Κοινωνικό Φύλο και Αθλητισμός για την υπομονή της, για την πάντοτε θετική της διάθεση, για το πόσο στάθηκε δίπλα μου σε όλη αυτή την πορεία όχι μόνο ως Καθηγήτρια/ Επιβλέπουσα αλλά ως άνθρωπος. Επιπλέον, τον κ. Πατσαντάρα Νικόλαο, Καθηγητή Αθλητικής Κοινωνιολογίας, για την κατανόηση που επέδειξε και για την προθυμία του να προσφέρει οποιαδήποτε βοήθεια ώστε να έχω μία σωστή κατεύθυνση. Τέλος, τον κ. Γκιόσο Ιωάννη για την υποστήριξη του και που πάντα ήταν πρόθυμος να προσφέρει την βοήθεια τους.

Επιπροσθέτως, θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου προς την Καθηγήτρια Εθνοχορολογίας κα. Κουτσούμπα Μαρία, για την ανιδιοτελή της προσφορά στην ανάπτυξη των επιστημονικών γνώσεων μου με τις σημαντικές της κατευθυντήριες γραμμές στην εκπόνηση της μεταπτυχιακής μου διατριβής και τον κ. Παπακώστα Χρήστο, Επίκουρο Καθηγητή Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης Πανεπιστημίου Ιωαννίνων για την σημαντική συνεισφορά του στην επιτόπια έρευνα που διεξήχθη στη Βάρη Αττικής και την θέληση του να συμβάλει στην πραγμάτωση της διατριβής μου. Θα ήθελα να ευχαριστήσω και τη Βιβλιοθηκονόμο της ΣΕΦΑΑ κα. Κατερίνα Τζαβάρα και τη Γραμματέα του Π.Μ.Σ. κα. Κωλονιάρη Ξένια για την πολύτιμη βοήθειά τους.

Ένα ακόμα σπουδαίο ευχαριστώ, οφείλω στον αδερφό μου Δημήτρη Καρέλλα, ο οποίος παρά τις προσωπικές του υποχρεώσεις, είχε ακούραστη θέληση να με στηρίξει ψυχολογικά στην προσπάθεια μου για πρόοδο. Τέλος, η παρούσα διατριβή δεν θα είχε πραγματωθεί χωρίς την συνεισφορά των κατοίκων και των εμπόρων της Βάρης οι οποίοι χωρίς δισταγμό δέχθηκαν να εξιστορήσουν τις αναμνήσεις, τα συναισθήματα και τις ανησυχίες του.

Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΠΑΝΗΓΥΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΒΑΡΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

Περίληψη

Η μελέτη της οικονομικής διάστασης του πολιτισμού τις τελευταίες δεκαετίες διαρκώς αναπτύσσεται. Ο πολιτισμός σήμερα παράγει μεγάλη οικονομική δραστηριότητα, με σημαντικό αντίκτυπο στην παραγωγική διαδικασία και την οικονομική ανάπτυξη. Στο πλαίσιο αυτό, το πανηγύρι σήμερα αλλά και παλαιότερα, πέρα από τα θρησκευτικά, πολιτιστικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά του, αντιπροσωπεύει ένα κεντρικό οικονομικό φαινόμενο στη ζωή της κοινότητας και σε πολλές περιπτώσεις, αποτελεί εργαλείο τοπικής ανάπτυξης. Η παρούσα εργασία διερευνά την οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα και τη σημασία τους σε συνθήκες οικονομικής κρίσης, χρησιμοποιώντας ως μελέτη περίπτωσης το πανηγύρι στη Βάρη Αττικής που πραγματοποιείται με αφορμή την εορτή των Εισοδίων της Θεοτόκου (21 Νοεμβρίου). Για τη συλλογή των δεδομένων επιλέχθηκε η εθνογραφική μέθοδος και η επιτόπια ανθρωπολογική έρευνα (fieldwork) και πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις (ημιδομημένη συνέντευξη) και συμμετοχική παρατήρηση. Από την ανάλυση των δεδομένων διαπιστώθηκε ότι παρά την οικονομική κρίση, η οποία έχει επηρεάσει κυρίως τα κέρδη των εμπόρων και των μικροπωλητών, το πανηγύρι εξακολουθεί και στη σημερινή εποχή να αποτελεί σημαντικό κοινωνικό και οικονομικό γεγονός για την τοπική κοινωνία. Η τόνωση της τοπικής οικονομίας είναι σημαντική, αφού πλήθος επαγγελματιών και φορέων εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα με το πανηγύρι.

Λέξεις Κλειδιά: Πανηγύρι, Οικονομική/ Κοινωνική/ Πολιτισμική διάσταση, Αστικός/ Θρησκευτικός τουρισμός, Τοπική ανάπτυξη, Βάρη Αττικής

THE ECONOMIC DIMENSIONS OF FESTIVALS IN GREECE: A CASE STUDY IN VARI ATTIKIS

Maria Karella
School of Physical Education and Sport Science
Department/Division of Theoretical and Social Sciences
National and Kapodistrian University of Athens

Abstract

This study focuses on the economic dimensions of culture, a dynamic sector as well as a widely developed subject over the last decades, especially as regards the creative industry. Culture has been producing great economic activity with significant impact on production processes, generating wealth and economic growth. In this context, the festival—today and in the past— apart from its religious, cultural, and social characteristics and dimensions, represents a central economic phenomenon in the life of the community, including a basic tool or means that enables local development. This study investigates the economic dimensions of festivals in Greece, along with their importance during the economic crisis. This is done through a case study, namely the festival in Vari Attica, which takes place on the occasion of the celebration of the Presentation of the Blessed Virgin Mary (November 21). As regards the methodology, the ethnographic method and fieldwork were used for the collection of the data. Interviews were conducted (semi-structured interviews) along with participatory observation. The analysis of the data confirms that despite the current economic crisis, which has mainly affected the profits of street vendors, the festival remains an important social and economic activity for the local community. It stimulates the local economy to a great extent as many professionals and stakeholders are directly or indirectly involved.

Key words: Festivals, festival economics, Economic dimension, Social and Cultural dimensions, Urban tourism, Religious tourism, Local development, Vari Attica.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Πρακτικό της Εξεταστικής Επιτροπής για την κρίση της μεταπτυχιακής διατριβής	vii
Έκφραση Ευχαριστιών.....	ix
Περίληψη	vii
Περίληψη στην αγγλική γλώσσα (Abstract)	viii
Πίνακας Περιεχομένων	ix
Κατάλογος Εικόνων	xi
Κατάλογος Πινάκων	xii

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι. ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... 1

1.1 Ορισμός και διατύπωση του προβλήματος.....	1
1.2 Σκοπός της έρευνας.....	4
1.3 Ερευνητικά ερωτήματα.....	5
1.4 Οριοθετήσεις και περιορισμοί της έρευνας	5
1.5 Σημασία της έρευνας.....	5

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ..... 7

2.1 Εννοιολογικό Περιεχόμενο των όρων Πολιτισμός και Λαϊκός Πολιτισμός.....	7
2.2 Πολιτισμός και Οικονομία	11
2.3 Ο Πολιτισμός ως εργαλείο τοπικής ανάπτυξης	12
2.4 Άυλη πολιτιστική κληρονομιά και Οικονομία.....	14
2.5 Πολιτιστικές δραστηριότητες και αστικός τουρισμός	16
2.6 Πολιτισμός και οικονομική δραστηριότητα στις ευρωπαϊκές χώρες.....	18
2.7 Θρησκευτικός τουρισμός	21
2.7.1 Η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού διεθνώς	23

2.7.2 Η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα	24
2.8 Τα χαρακτηριστικά των πανηγυριών στην Ελλάδα	25
2.9 Η Οικονομική διάσταση των πανηγυριών	26
2.9.1 Τουριστική διάσταση των πανηγυριών	33
2.9.2 Πολιτιστική διαχείριση και πολιτιστικό marketing	37
2.10 Η Θρησκευτική διάσταση των πανηγυριών και οι άγιοι προστάτες των επαγγελματικών κλάδων	40
2.11 Η Κοινωνική διάσταση των πανηγυριών	43
2.12 Έννοια και σημασία της εθνοτικής και τοπικής ταυτότητας	46
2.13 Βάρη Αττικής - Ιστορικά στοιχεία	49
2.13.1 Θρησκευτικά στοιχεία	51
2.13.2 Η θρησκευτική εορτή ως αφορμή του πανηγυριού	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	53
3.1 Συλλογή των εθνογραφικών δεδομένων	53
3.1.1 Επιτόπια έρευνα: Η συνέντευξη	54
3.1.2 Επιτόπια έρευνα: Η συμμετοχική παρατήρηση	56
3.2 Επισκέψεις στη Βάρη	58
ΙV. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	60
4.1. Αποτελέσματα επιτόπιας έρευνας	60
4.2. Συνεντεύξεις	63
4.2.1 1 ^η επίσκεψη στη Βάρη Αττικής, Κυριακή 20/11/2016	65

4.2.2 2 ^η επίσκεψη στη Βάρη Αττικής, Τετάρτη 10/05/2017	73
4.2.3 3 ^η επίσκεψη στη Βάρη Αττικής, Δευτέρα 12/06/2017	75
4.3 Τηλεφωνικές συνεντεύξεις.....	76

ΚΕΦΑΛΑΙΟ V. ΣΥΖΗΤΗΣΗ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	79
--	-----------

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ	83
--------------------------------------	-----------

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	94
------------------------	-----------

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: Ερωτήσεις ημι-δομημένης συνέντευξης	94
--	----

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 4.1. Διευκολύνσεις Δημοτικής Αρχής για τη διεξαγωγή πανηγυριού..	σελ.62
Εικόνα 4.2. Παρατήρηση στο χώρο του πανηγυριού	σελ.62
Εικόνα 4.3 Παρατήρηση στο χώρο των μικροπωλητών του πανηγυριού	σελ.63
Εικόνα 4.4. Παρατήρηση στο χώρο των μικροπωλητών του πανηγυριού	σελ.63
Εικόνα 4.5. Η ερευνήτρια Μαρία Καρέλλα (στο κέντρο) ως παρατηρήτρια στις πολιτιστικές εκδηλώσεις.	σελ.64
Εικόνα 4.6. Παρατήρηση και συμμετοχική παρατήρηση στο χώρο του Ιερού Ναού	σελ.65
Εικόνα 4.7. Συνέντευξη με τον εφημέριο του Ι.Ν. Εισοδίων της Θεοτόκου Βάρης	σελ.67
Εικόνα 4.8. Μοναχός Χαράλαμπος (Άγιο Όρος)	σελ.69
Εικόνα 4.9. Η ερευνήτρια Καρέλλα Μαρία (δεξιά) με κάτοικο της Βάρης....	σελ.74
Εικόνα 4.10. Η ερευνήτρια Καρέλλα Μαρία (δεξιά) με την κα. Βάνα Σαλταπίδα, χοροδιδάσκαλο του λαογραφικού ομίλου «ΣΕΜΕΛΗ»	σελ.75

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 2.1. Οι τέσσερις πυλώνες του πολιτισμού σελ.14

Πίνακας 2.2. Πωλήσεις και συμβολή στο εθνικό ΑΕΠ των πολιτιστικών δραστηριοτήτων..... σελ.19

Πίνακας 2.3. Απασχολούμενοι στον πολιτισμό και ποσοστό της συνολικής απασχόλησης..... σελ.20

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:
Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1. Ορισμός και διατύπωση του προβλήματος.

Η μελέτη της οικονομικής διάστασης του πολιτισμού τις τελευταίες δεκαετίες διαρκώς αναπτύσσεται. Ο πολιτισμός σήμερα παράγει μεγάλη οικονομική δραστηριότητα, με σημαντικό αντίκτυπο στην παραγωγική διαδικασία και την οικονομική ανάπτυξη. Με δεδομένη τη νέα πραγματικότητα της παγκοσμιοποίησης της κοινωνίας και της πληροφορίας, οι πολιτιστικές δραστηριότητες μπαίνουν στο επίκεντρο, ειδικά στις τοπικές κοινωνίες, συμβάλλοντας στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Η πολιτιστική βιομηχανία αναδεικνύεται έτσι ολοένα και περισσότερο, σε χώρο καινοτομίας, παραγωγής αγαθών και παροχής υπηρεσιών και δραστηριοτήτων (Kamberidou 2020a, Patsantaras 2020, Patsantaras & Kamberidou 2017). Ενδεικτικό παράδειγμα αποτελεί το Branding Heritage (2020), που προωθεί τον ελληνικό πολιτισμό στη σύγχρονη δημιουργία: μουσική, τέχνη, μόδα, και γαστρονομία [Αρχική - Branding Heritage](#), όπως και η Αργυρή οικονομία/Silver economy (Καμπερίδου, 2021; Kamberidou, 2020a).

Η αρχική βιβλιογραφική ανασκόπηση, τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO) και η πιλοτική μελέτη που προηγήθηκε, αναδεικνύουν ότι αυξάνονται ραγδαία οι σχέσεις μεταξύ του πολιτισμού και άλλων οικονομικών παραγόντων σε διάφορους τομείς, όπως στον τουρισμό, το περιβάλλον, την παραγωγή (UNWTO 2014), την τεχνολογία, και την επιχειρηματικότητα (Kamberidou & Pascall 2020, Kamberidou 2013). Για παράδειγμα, ο τουρισμός και η φιλοξενία αποτελούν δυναμική παγκόσμια βιομηχανία—αξίας 18 δισεκατομμυρίων δολαρίων με 800 εκατομμύρια ταξιδιώτες— που συνεχώς εξελίσσεται (Kar, 2009; UNWTO, 2014). Όσον αφορά στον ιατρικό τουρισμό ή τον τουρισμό υγείας, αποτελεί σημαντική οικονομική δραστηριότητα σε παγκόσμιο επίπεδο. Ασφαλιστικές εταιρείες σε συνεργασία με ταξιδιωτικά πρακτορεία συνδυάζουν ιατρική φροντίδα με διακοπές, και

αναπτύσσεται ο προσβάσιμος τουρισμός για ΑΜΕΑ, που αποτελεί μεγάλη διεθνή αγορά (Kamberidou, Bonias, & Patsantaras, 2019; Μπόνιας, 2019). Ωστόσο, το πως θα εξελιχθεί αυτός ο τομέας, και ο τουρισμός γενικότερα στην εποχή της πανδημίας του κορωνοϊού, δηλαδή την εποχή της κοινωνικής απομάκρυνσης - αποστασιοποίησης (social distancing) αποτελεί θέμα μελλοντικής ερευνητικής εργασίας.

Εξαιτίας της πανδημίας Covid-19, τα πανηγύρια φέτος ήταν διαφορετικά σε όλη τη χώρα, καθώς η επιτροπή ειδικών και η κυβέρνηση έθεσαν αυστηρούς κανόνες για τη διεξαγωγή τους ώστε να περιοριστεί η εξάπλωση του ιού. Συγκεκριμένα, οι θεατές ήταν μόνο καθήμενοι και απαγορεύτηκε ο χορός, ενώ οι υπεύθυνοι λειτουργίας αποφάσιζαν για το αν οι χώροι θα είναι αμιγείς ή μεικτοί. Στην πρώτη περίπτωση η πληρότητα έφτανε στο 85% του χώρου, με τον έλεγχο να γίνεται στην είσοδο μέσω του Covid Free Gr app, ενώ στη δεύτερη ξεκινούσε από 65% – 75% ανάλογα με το μέγεθος του χώρου που πραγματοποιούταν η εκδήλωση. Η χρήση προστατευτικής μάσκας ήταν υποχρεωτική και στις δύο περιπτώσεις.

Από την άλλη πλευρά, τα πανηγύρια δεν έχασαν τον κοινωνικό τους χαρακτήρα, ακόμα και στην εποχή της πανδημίας, αν και παρουσίασαν έκδηλα οικονομικά χαρακτηριστικά. Σε ολόκληρη την Ελλάδα, τα πανηγύρια οφείλονται σε μεγάλο βαθμό στην εθελοντική συμμετοχή και στην κοινωνική αλληλεγγύη των κατοίκων· προωθώντας με αυτόν τον τρόπο ένα κλίμα ομαδικότητας, καθώς και το αίσθημα κοινής καταγωγής που «δένει» την κοινότητα και ενισχύει τις σχέσεις. Το πανηγύρι λειτουργεί ως *γεφυροποιό κοινωνικό κεφάλαιο* (Καμπερίδου, 2012), το οποίο καλλιεργεί και αναπαράγει ισχυρούς κοινωνικούς δεσμούς (Καμπερίδου & Παπαδοπούλου, 2015), και ειδικά ο θρησκευτικός τουρισμός και ο αθλητικός τουρισμός που παίζουν σημαντικό ρόλο στη μείωση των κοινωνικών προκαταλήψεων και διακρίσεων, τη γεφύρωση των πολιτισμικών διαφορών μέσω επαφών με άλλους πολιτισμούς, την πνευματική καλλιέργεια και τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και ταυτότητας (Fleisher, 2000; Καμπερίδου, 2014; Kamberidou, 2016; Kasim, 2011; Koutsouba, 2015; Khamouna & Zeiger, 1995; Πατσαντάρας, 2007, 2014).

Όσον αφορά στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, σε αυτό το σημείο οφείλει να επισημανθεί ότι λόγω της επιβίωσης του θεσμού των πανηγυριών σώζονται επαγγέλματα που έχουν πλέον εξαλειφθεί. Επίσης, από τα πανηγύρια δεν επωφελούνται μόνο οι επαγγελματίες που συμμετέχουν άμεσα σε αυτά όπως πωλητές, μικροέμποροι και μουσικοί αλλά και άλλοι κλάδοι και φυσικά ολόκληρη η τοπική κοινωνία. Με βάση τα παραπάνω, αναδεικνύεται ότι ο θεσμός των πανηγυριών είναι ένας ζωντανός και διαχρονικός θεσμός που εξελίσσεται μαζί με την κοινωνία. Τα πανηγύρια σήμερα έχουν κυρίως οικονομικό και κοινωνικό ρόλο. Έχοντας πλέον ως πρωταρχικό στόχο την συγκέντρωση πόρων, τα πανηγύρια έχουν χάσει τον παραδοσιακό τους χαρακτήρα, κάτι που δυσαρεστεί πολλές φορές την τοπική κοινότητα.

Η εμπορευματοποίηση των πανηγυριών και η νεότερη μορφή διασκέδασης εισήγαγε νέα χαρακτηριστικά που θα αναλυθούν σε αυτήν την έρευνα. Εν ολίγοις, όπως δείχνει και η περίπτωση του πανηγυριού της Βάρης, που αποτελεί το αντικείμενο της παρούσας έρευνας, παρά την οικονομική κρίση, το πανηγύρι (εμποροπανήγυρη) εξακολουθεί να αποτελεί σημαντικό κοινωνικό και οικονομικό γεγονός για την τοπική κοινωνία.

Η παρούσα εργασία θα εστιάσει στη σχέση του πανηγυριού και της τοπικής οικονομίας, σε περίοδο οικονομικής κρίσης, όπως αυτής που διέρχεται η χώρα μας τα τελευταία χρόνια και στις επιπτώσεις που αυτή επιφέρει σε όλους τους εμπλεκόμενους με το πανηγύρι. Ειδικότερα, η εργασία αυτή ασχολείται με την περίπτωση του πανηγυριού των Εισοδίων της Θεοτόκου (21/11) στην Βάρη Αττικής.

Κατά τη διάρκεια του συγκεκριμένου πανηγυριού παρατηρείται αύξηση της ζήτησης των τοπικών προϊόντων και των προσφερόμενων υπηρεσιών της τοπικής κοινωνίας. Δεν επωφελούνται μόνο οι επαγγελματίες που συμμετέχουν άμεσα στα πανηγύρια, όπως μικροπωλητές, μικροέμποροι και μουσικοί αλλά και άλλοι κλάδοι. Με αφορμή τον εορτασμό, έμποροι διάφορων κατηγοριών συγκεντρώνονται για να πουλήσουν τα προϊόντα τους, καθώς σε όλα σχεδόν τα πανηγύρια οργανώνεται μικρή ή μεγαλύτερη αγορά. Φαίνεται ότι η τοπική κοινωνία και ειδικά οι ντόπιοι παραγωγοί επωφελούνται από την τέλεση του

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

πανηγυριού, αφού παρατηρείται μεγάλη κατανάλωση ντόπιων προϊόντων, όπως γαλακτοκομικών, καθώς οι κτηνοτρόφοι από την ευρύτερη περιοχή έχουν την ευκαιρία να πουλήσουν τα προϊόντα τους, στους εορταστές και τους επισκέπτες του πανηγυριού της Βάρης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την τόνωση της τοπικής οικονομικής δραστηριότητας. Συμπερασματικά, υποστηρίζεται ότι το εθνογραφικό παράδειγμα του πανηγυριού της Βάρης, πέρα όλων των άλλων, αναδεικνύει την οικονομική διάσταση του πανηγυριού, η οποία σε κάθε περίπτωση παρουσιάζει αρκετές ιδιαιτερότητες (Καρέλλα, 2018; Καρέλλα, Καμπερίδου, & Παπακώστας, 2017; Koutsouba, 1997, 1999, 2015).

1.2. Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η μελέτη της οικονομικής διάστασης των πανηγυριών στην Ελλάδα, με σύντομες αναφορές στο θρησκευτικό, πολιτισμικό και κοινωνικό στοιχείο. Στα επιμέρους κεφάλαια, μέσα από την μελέτη και ερμηνεία των βιβλιογραφικών πηγών και με βάση τα έθιμα διαφόρων τόπων ανά την Ελλάδα, παρουσιάζονται τα παραπάνω χαρακτηριστικά των πανηγυριών, εστιάζοντας κυρίως στις οικονομικές τους προεκτάσεις. Ως μελέτη περίπτωσης χρησιμοποιείται ο εορτασμός των Εισοδίων της Θεοτόκου (21 Νοεμβρίου) στη Βάρη Αττικής και το εμπορικό πανηγύρι που πραγματοποιείται με αφορμή την εορτή αυτή.

Για την ολοκλήρωση της παρούσας έρευνας αρχικά συγκεντρώθηκαν δημοσιευμένες πηγές σχετικές με το αντικείμενο έρευνας, οι οποίες συνοδεύονται από σχολιασμό και ανάλυση. Ακολούθησε επιτόπια έρευνα στην Βάρη Αττικής (τόσο κατά την ημέρα εορτασμού των Εισοδίων της Θεοτόκου, όσο και σε μεταγενέστερες επισκέψεις στην περιοχή).

Η ερευνήτρια για τη συλλογή των δεδομένων στηρίχτηκε στην εθνογραφική μέθοδο και την επιτόπια ανθρωπολογική έρευνα πραγματοποιώντας συνεντεύξεις (ημι-δομημένη συνέντευξη) και συμμετοχική παρατήρηση, ενώ η ερευνήτρια ήρθε σε άμεση επαφή/αλληλεπίδραση με τους συμμετέχοντες της έρευνας (πιο ευέλικτη μορφή της ερευνητικής διαδικασίας). Τέλος, το υλικό αυτό είναι καταγεγραμμένο

με βιντεοσκόπηση και φωτογράφιση σύμφωνα με την συγκατάθεση των συμμετεχόντων.

1.3. Ερευνητικά ερωτήματα

Τα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας έρευνας είναι:

- 1) Ποια είναι η σημασία και ο ρόλος του πανηγυριού;
- 2) Ποιες είναι οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στο πανηγύρι;
- 3) Πόσο έχει αλλάξει ο οικονομικός χαρακτήρας του πανηγυριού σε σχέση με παλαιότερα;

1.4. Οριοθετήσεις και περιορισμοί της έρευνας

Η παρούσα έρευνα αποσκοπεί στη μελέτη της οικονομικής διάστασης των πανηγυριών, σε περίοδο οικονομικής κρίσης, χρησιμοποιώντας ως μελέτη περίπτωσης το πανηγύρι των Εισοδίων της Θεοτόκου (21/11) στην Βάρη Αττικής. Η έρευνα επικεντρώνεται στους εμπλεκόμενους με την οικονομική διάσταση του πανηγυριού της Βάρης Αττικής και συγκεκριμένα, στους εμπόρους και μικροπωλητές, στους κατοίκους, στους επισκέπτες, στους επαγγελματίες και στα μέλη των πολιτιστικών συλλόγων. Τα εξαγόμενα συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυση των δεδομένων, αφορούν κατά κύριο λόγο το συγκεκριμένο πανηγύρι, μπορούν όμως να αποτελέσουν βάση για την εκτίμηση της οικονομικής διάστασης των πανηγυριών και στην υπόλοιπη χώρα.

1.5 Σημασία της έρευνας

Η σημασία της έρευνας έγκειται στο γεγονός ότι εστιάζει στην οικονομική διάσταση του πανηγυριού, η οποία παράλληλα με τη θρησκευτική, πολιτισμική και κοινωνική σημασία του, διαχρονικά αποτελεί κυρίαρχη διάσταση. Η μελέτη της οικονομικής διάστασης του πανηγυριού, αποκτά ακόμα μεγαλύτερο ερευνητικό ενδιαφέρον σήμερα, λαμβάνοντας υπόψη την οικονομική κατάσταση της χώρας

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

μας τα τελευταία χρόνια, η οποία χαρακτηρίζεται από την οικονομική κρίση, τη μείωση των εισοδημάτων και της κατανάλωσης. Πρόκειται δηλαδή για μία επίκαιρη ερευνητική πρόταση σε ένα πεδίο έρευνας που δεν έχει μελετηθεί εκτενώς τα τελευταία χρόνια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ II. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

2.1 Εννοιολογικό Περιεχόμενο των όρων Πολιτισμός και Λαϊκός Πολιτισμός

Η έννοια του πολιτισμού θεωρείται πολυδιάστατη και σύνθετη και ακόμη η επιστημονική κοινότητα δεν έχει προχωρήσει σε σαφή ορισμό του. Οι διάφορες επιστήμες προσεγγίζουν τον όρο από διαφορετική σκοπιά κάθε φορά οδηγώντας σε αντιφατικές αναλύσεις.

Κατά την Μπιτσάνη (2002) ως πολιτισμός νοείται «το σύνολο των υλικών και πνευματικών αξιών που δημιουργήθηκαν από την ανθρώπινη δράση στη διαχρονία». Σύμφωνα με τον ορισμό που δόθηκε από την UNESCO κατά την 43η Διεθνή Συνδιάσκεψη της UNESCO για την Παιδεία και τον Πολιτισμό το Σεπτέμβριο του 1992, στη Γενεύη: «Πολιτισμός είναι όλο το πλέγμα των πνευματικών, υλικών, διανοητικών και συναισθηματικών γνωρισμάτων που διακρίνουν μια κοινωνία ή μια κοινωνική ομάδα και αποτελούν τα στοιχεία της πολιτισμικής ταυτότητάς της». Σ' αυτά περιλαμβάνονται τρόποι ζωής, παραδόσεις, αντιλήψεις, τέχνες και γράμματα, καθώς και τα θεμελιώδη Δικαιώματα του Ανθρώπου. Περιλαμβάνει τόσο τον επίσημο, όσο και τον λαϊκό πολιτισμό και δεν περιορίζεται στην υπάρχουσα πολιτισμική κληρονομιά, αλλά εμπλουτίζεται συνεχώς από τη μνήμη και τη δημιουργικότητα. Δεν είναι εσωστρεφής αλλά γονιμοποιείται από τις έξωθεν πολιτισμικές αλληλεπιδράσεις. Ακόμα ο πολιτισμός συνδέεται με μια δυναμική σχέση με την Παιδεία, μέσω της «ελευθερίας της έκφρασης», της ελευθερίας της συμμετοχής και της ελεύθερης διακίνησης προσώπων, επιστημονικών γνώσεων και πολιτισμικών δημιουργημάτων (UNESCO, 1992).

Ο πολιτισμός θεωρείται βασικό στοιχείο κάθε κοινωνικής ομάδας καθώς περικλείει στοιχεία από το παρελθόν και το μέλλον της και αποτελεί σημαντικό παράγοντα εξέλιξης και ανάπτυξής της. Επομένως οι έννοιες πολιτισμός και κοινωνική οργάνωση είναι έννοιες συμπληρωματικές (Τάτσης, 1999). Ο όρος πολιτισμός έχει έρθει στην Ελλάδα από την μετάφραση του αγγλικού όρου «civilization». Στα ελληνικά με τον όρο πολιτισμό αποδίδεται και ο όρος «culture»,

ο οποίος συχνά μένει αμετάφραστος και ως «κουλτούρα» (Μπαμπινιώτης, 1998). Σύμφωνα με τον Williams (1983) με τον όρο κουλτούρα εκφράζουμε τη διανοητική και αισθητική εξέλιξη μιας κοινωνικής ομάδας, το φάσμα των δραστηριοτήτων της, τον τρόπο ζωής, τις απόψεις και τα έθιμά της.

Εξετάζοντας τους ορισμούς που παρατέθηκαν παραπάνω βλέπουμε πως σημαντικό τμήμα του πολιτισμού είναι το λαϊκό στοιχείο. Με τον όρο «λαϊκό» νοείται ό,τι δημιουργεί ο λαός, τόσο υλικά (ένδυμα, σκεύη) όσο και πνευματικά αγαθά (τραγούδια, παροιμίες) (Μπιτσάνη, 2001).

Στον λαϊκό πολιτισμό ωστόσο θα βρούμε και στοιχεία χωρίς απαραίτητα να έχουν λαϊκή προέλευση, όπως στοιχεία από τον λόγιο, αστικό πολιτισμό, στοιχεία αρχαιοελληνικά ή βυζαντινά, ακόμα και δυτικά μεσαιωνικά ή αναγεννησιακά, τα οποία ο ίδιος ο λαός έχει υιοθετήσει (Μπιτσάνη, 2002).

Τα χαρακτηριστικά του λαϊκού πολιτισμού είναι: α) η *συλλογικότητα* αφού αποτελεί προϊόν συμμετοχής του λαού, β) ο *αυθορητισμός* καθώς οι λαϊκός δημιουργός καθοδηγείται από το ένστικτο, το συναίσθημα και η φαντασία, μην έχοντας ακαδημαϊκή μόρφωση, γ) το *απρόσωπο*, πολλοί δημιουργοί έργων είναι άγνωστοι, και δ) ο κατά παράδοση *τρόπος παραγωγής* και διάδοσης του λαϊκού πολιτισμού, του οποίου οι πρακτικές, η γνώση, οι εκδηλώσεις και γενικότερα η νοοτροπία μεταφέρονται αυτούσια από την μια γενιά στην άλλη (Ράφτης, 1992; Μπιτσάνη, 2004).

Όσον αφορά στο λαϊκό πολιτισμό, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι γυναικείες αφηγήσεις στη μελέτη της Kefi-Chatzichamperi (2014): Οι γυναίκες κάτοικοι του χωριού Κάτω Καλεντίνη Άρτας αφηγούνται, ότι τις δεκαετίες 1930 έως 1980 υπήρχε κοινωνική αλληλεγγύη, π.χ. βοηθούσε ο ένας γείτονα τον άλλο, την περίοδο της συγκομιδής του σταχίου. Ειδικότερα εξιστορούν ότι όταν μια οικογένεια από το χωριό είχε μαζέψει τη σοδειά του, το ίδιο βράδυ καλούσε τους συγχωριανούς του στην αυλή του σπιτιού του. Οι συγχωριανοί δημιουργούσαν ένα κύκλο γύρω από τα καλαμπόκια, άναβαν τη θέξο (λάμπα) και καθώς ξεφλούδιζαν τα καλαμπόκια τραγουδούσαν (πρώτα τραγουδούσαν οι άντρες και μετά οι γυναίκες) και χόρευε το 'Ελάφι'. Ένα έθιμο συνεργασίας, συνάντησης,

επικοινωνίας και λαϊκής παράδοσης που μεταλαμπαδόθηκε και στις νεότερες γενιές τους. Άλλωστε, ο λαϊκός πολιτισμός βασιζόταν στην πληθυσμιακή διαφοροποίηση, όπου άτομα του κοινωνικού συνόλου διαμόρφωναν την τοπική τους κουλτούρα, η οποία διαφοροποιούνταν από μία άλλη γειτονική περιοχή (Μπιτσάνη, 2004). Ωστόσο πολλοί ερευνητές υποστηρίζουν πως λαϊκό θεωρείται οτιδήποτε ευχαριστεί τον λαό, αυτό που τον διασκεδάζει και τον ψυχαγωγεί ανεξάρτητα αν πρόκειται για εγχώριο είτε για εισαγόμενο στοιχείο, είτε έχει δημιουργηθεί από αυτόν είτε όχι (Ράφτης, 1992).

Η παράδοση είναι έννοια αλληλένδετη με αυτή του λαϊκού πολιτισμού καθώς είναι το αποτέλεσμα της λαϊκής έμπνευσης. Η παράδοση περικλείει όλα τα πνευματικά και καλλιτεχνικά δημιουργήματα μιας κοινότητας και για το λόγο αυτό δεν μένει στάσιμη αλλά εξελίσσεται παράλληλα με την κοινωνία. Σημαντικά στοιχεία της είναι η γλώσσα, η ποίηση, τα παραμύθια, οι θρύλοι, η μουσική, οι παραδοσιακές φορεσιές, η λαϊκή τέχνη, η αγγειοπλαστική, η μεταλλοτεχνία, η χρυσοχοΐα κ.λ.π. (Μπιτσάνη, 2002). Ορισμένα από τα κεντρικά στοιχεία του ελληνικού λαϊκού πολιτισμού είναι τα κάτωθι:

Χορός: Μια από τις σημαντικότερες και λαϊκές τέχνες είναι η τέχνη του χορού ο οποίος συχνά αναφέρεται ως παραδοσιακός ή δημοτικός. Ο χορός ενσωματώνει ποικίλα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της εκάστοτε κοινωνίας και εποχής, καθώς και απεικονίζει στοιχεία της σκέψης και της νοοτροπίας του λαού. Για παράδειγμα οι χοροί που αναπτύχθηκαν κατά την περίοδο της τουρκοκρατίας και του εθνικοαπελευθερωτικού αγώνα του ελληνισμού (της ελληνικής επανάστασης) διέπονταν από επαναστατικό χαρακτήρα (Καμπερίδου, 2002, 2003, 2006, 2014) ενώ μετά τον 20ο αιώνα, με την εκβιομηχάνιση της χώρας εισήχθησαν νέα στοιχεία (Koutsouba, 1999, 2015; Μπιτσάνη, 2002).

Μουσική: Η παραδοσιακή ελληνική μουσική αποτελεί συνέχεια της μουσικής της αρχαίας Ελλάδας, έχοντας δεχτεί έντονες επιρροές από τους βυζαντινούς ύμνους και την ενόργανη μουσική των Τούρκων και των Αράβων (Καμπερίδου, 1993α; Λιάβας, 1996). Η ελληνική παραδοσιακή μουσική είναι κατά κύριο λόγο μονοφωνική, με εξαίρεση την μουσική του Ιονίου, λόγω της ιταλικής επιρροής, και της Ηπείρου, όπου κυριαρχεί πολυφωνία. Σε αντίθεση με την δυτική μουσική η

οποία συνοδεύεται με αρμονία, αλλά με ίσο, ένα συνεχή ήχο στην τονική ή υποτονική της μελωδίας, ή διάστημα τέταρτης ή πέμπτης (Καβακόπουλος, 2001).

Έθιμα: Αντιπροσωπεύουν την ιστορική, πολιτισμική και κοινωνική εξέλιξη κάθε λαού αποτελώντας κοινωνικό φαινόμενο. Παλαιότερα κυρίως όλες οι εκφάνσεις της ζωής, μαγειρική τέχνη, διατροφή, «νοικοκυριό», πανηγύρια, γάμοι κ.λπ. ακολουθούσαν συγκεκριμένα έθιμα και τελετουργίες (Καμπερίδου, 1993β, 1993γ). Τα έθιμα είχαν καθολική απήχηση αφού ακολουθούνταν από το μεγαλύτερο μέρος της κοινότητας. Ακόμη, η διατήρησή τους προϋπέθετε την συμμετοχή ανθρώπων με κοινές αρχές, αξίες και στάση ζωής (Μερακλής, 1989). Τις τελευταίες δεκαετίες, η εσωτερική μετανάστευση και η αστικοποίηση του πληθυσμού της υπαίθρου έχουν απομακρύνει τον κόσμο από τα παραδοσιακά έθιμα (Μπιτσάνη, 2002).

Πανηγύρια: Τα πανηγύρια αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της παράδοσης που συντελείται κυρίως στα χωριά και σε ορισμένους δήμους. Το πανηγύρι λαμβάνει χώρα την ημέρα της ονομαστικής γιορτής του πολιούχου της περιοχής και σε αυτό συμμετέχουν όλα τα μέλη της κοινότητας. Τα πανηγύρια εκτός από ψυχαγωγικό ρόλο έχουν και θρησκευτικό, κοινωνικό και οικονομικό. Ωστόσο πολλές από τις λειτουργίες αυτές έχουν χαθεί, για παράδειγμα οι συμμετέχοντες δεν ενδιαφέρονται τόσο για τον θρησκευτικό χαρακτήρα ενώ το πανηγύρι δεν αποτελεί πλέον μέρος γνωριμίας με σκοπό τον γάμο (Μπιτσάνη, 2002; Koutsouba, 1999).

Δρώμενα: Τα παραστατικά δρώμενα, αποτέλεσαν τις πρώτες μορφές του λαϊκού θεάτρου (Πούχγερ, 1985). Η διεξαγωγή τέτοιων εκδηλώσεων συμβάλλει στην προώθηση της τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας, καθώς αποτελεί και μία «αντίσταση στην επιπεδοποίηση της πανταχού παρούσας σύγχρονης οπτικοακουστικής κουλτούρας» (Μπιτσάνη, 2001, σελ. 142).

Παραδοσιακά κτίσματα: Η παραδοσιακή αρχιτεκτονική αποτελεί συνδετικό κρίκο ανάμεσα στο παλιό και το σύγχρονο περιβάλλον και ενισχύουν την πολιτισμική μας ταυτότητα καθώς αντικατοπτρίζουν την ζωή του παρελθόντος. Τα παραδοσιακά κτίσματα και οι οικισμοί προστατεύονται από τους Νόμους 5351/32

και 1469/50, οι οποίοι αφορούν: τα αρχαία και τους αρχαιολογικούς χώρους, τα καλλιτεχνικά και ιστορικά μνημεία και κτίρια, και ιστορικούς τόπους. Η διαφορά του παραδοσιακού κτίσματος και του ιστορικού μνημείου έγκειται στο ότι το πρώτο δύναται να υποστεί μεταβολές, χωρίς να χάσει την ταυτότητά του, και να διατεθεί για ορισμένη χρήση (Μπιτσάνη, 2002).

2.2 Πολιτισμός και Οικονομία

Η πολιτισμική οικονομία (cultural economics), ως διακριτός επιστημονικός τομέας, δημιουργήθηκε στη δεκαετία του 1960. Από τους πρώτους που ασχολήθηκαν με το πεδίο αυτό ήταν οι John Kenneth Galbraith και Lionel Robbins (Einarsson, 2015). Τα τελευταία χρόνια η επιστημονική έρευνα για την οικονομική διάσταση του πολιτισμού, εστιάζει σε συγκεκριμένους δείκτες ενδιαφέροντος, όπως η συμβολή του πολιτισμού στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν, ο αριθμός των ατόμων που απασχολούνται στις πολιτιστικές δραστηριότητες, η παραγωγή πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών, κ.ά. (Einarsson, 2015), και σταδιακά ενσωματώνεται και η διάσταση του φύλου.

Ο Πολιτισμός έχει συμπεριληφθεί στο Εθνικό Σχέδιο Δράσης για την Ισότητα των Φύλων (ΕΣΔΙΦ). Οι στρατηγικοί στόχοι που τέθηκαν στο επικαιροποιημένο ΕΣΔΙΦ περιλαμβάνουν την προώθηση της ισότητας στον Πολιτισμό, με την εφαρμογή ειδικών μέτρων για την πρόληψη και εξάλειψη των έμφυλων ανισοτήτων σε όλους τους τομείς, συμπεριλαμβανόμενης της οικονομικής διάστασης (Kefi-Chatzichamperi & Kamberidou, 2021).

Σύμφωνα με τον Einarsson (2016), ο πολιτισμός δεν είναι μόνο ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία κάθε κοινωνίας λόγω των εγγενών, ενοποιητικών, αισθητικών ή άλλων άυλων αξιών του, αλλά παράγει επίσης μεγάλη οικονομική δραστηριότητα. Η μελέτη της οικονομικής διάστασης του πολιτισμού τις τελευταίες δεκαετίες διαρκώς αναπτύσσεται, αφού έχει γίνει κατανοητό ότι ο πολιτισμός είναι έννοια ευρύτερη από την τέχνη και την πολιτιστική κληρονομιά και έχει αντίκτυπο στην παραγωγική διαδικασία και την οικονομική ανάπτυξη. Οι προσπάθειες κατανόησης των δεσμών μεταξύ του πολιτισμού και άλλων

οικονομικών παραγόντων, όπως η οικονομική ανάπτυξη, συνεχώς αυξάνονται, λόγω των οικονομικών χαρακτηριστικών του πολιτισμού και της συμβολής του σε τομείς, όπως η παραγωγή, η τεχνολογία, η επιχειρηματικότητα, το περιβάλλον, και τον τουρισμό. Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι εδώ συμπεριλαμβάνεται και η οπτική του φύλου, δηλαδή η έμφυλη διάσταση, όσον αφορά στη γυναικεία συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα και την ηγεσία (Kamberidou, 2013, 2020a; Kamberidou & Pascall, 2020), και ειδικά η αργυρή οικονομία (silver economy), όπως ο αργυρός τουρισμός και η έμφυλη διάσταση της αργυρής οικονομίας (Καμπερίδου, 2021).

Όπως επισημαίνει η Καμπερίδου (2021) «η μακροζωία του πληθυσμού, μέγιστο επίτευγμα του πολιτισμού, σήμερα προβληματίζει. Ενώ η διάρκεια ζωής αυξάνεται, έχουμε μια ταυτόχρονη αύξηση της υπογεννητικότητας στις κοινωνίες δυτικού τύπου. [...] Ο κόσμος μας γερνάει και αυτό το πρωτόγνωρο ιστορικά κοινωνικό φαινόμενο δεν αφορά μόνο την οικονομία, την ανάπτυξη και το κράτος πρόνοιας, αλλά την κουλτούρα μας, τον πολιτισμό μας, τις κοινωνικές αξίες, και κατ' επέκταση τον τρόπο που αλληλεπιδρούν οι γενιές. [...] η πολιτισμική ιδιαιτερότητα, η κουλτούρα, οι παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμα των κοινωνιών προσδιορίζουν τον τρόπο που αντιμετωπίζονται οι μεγαλύτερες γενιές (οι ηλικιωμένοι) καθώς και η διαδικασία της γήρανσης.»

2.3 Ο Πολιτισμός ως εργαλείο τοπικής ανάπτυξης

Μεγάλη επίδραση έχει αποδειχθεί ότι ασκούν οι πολιτιστικές εκδηλώσεις στην οικονομική ανάπτυξη ορισμένων περιοχών. Η πολιτιστική δραστηριότητα αποτελεί έτσι συγκριτικό πλεονέκτημα για τις περιοχές αυτές, δημιουργώντας προϋποθέσεις οικονομικής άνθησης. Με βάση τα παραπάνω και με δεδομένη τη νέα πραγματικότητα της παγκοσμιοποίησης και της κοινωνίας της πληροφορίας, οι πολιτιστικές δραστηριότητες μπαίνουν σε μια νέα φάση και γίνεται συστηματική προσπάθεια από τις τοπικές Αρχές, που είναι συνήθως αρμόδιες για τη χάραξη της πολιτιστικής πολιτικής κάθε τόπου, για την ενσωμάτωση της διάστασης του πολιτισμού στον αναπτυξιακό σχεδιασμό και προγραμματισμό πόλεων και

περιοχών. Η τοπική πολιτιστική κληρονομιά και η ιστορική παράδοση κάθε περιοχής, συνδυαζόμενες με τις άλλες υφιστάμενες υποδομές σε τοπικό επίπεδο, μπορούν να συμβάλουν αποτελεσματικά στην επίτευξη του επιδιωκόμενου στόχου της οικονομικής ανάπτυξης, μέσω της προσέλκυσης τουριστών, της αύξησης της απασχόλησης και της επίδρασης αυτών στο εισόδημα, με ταυτόχρονη ανάδειξη της πολιτιστικής ταυτότητας μιας περιοχής και σεβασμό στην τοπική ιστορία και παράδοση (Βοζίκας, 2015; Koutsouba, 2015)

Ο πολιτισμός, σύμφωνα με τον Throsby (2011), επηρεάζει την τοπική ανάπτυξη είτε με την δημιουργία ελκυστικού περιβάλλοντος για κατοίκους και επισκέπτες είτε με την δημιουργία προϊόντων και υπηρεσιών, συμβάλλοντας στην δημιουργία θέσεων εργασίας, ενώ επισημαίνει τη σημασία ιδιαίτερων πολιτιστικών στοιχείων (π.χ. κάποιος ναός) που λειτουργούν ως σύμβολα αναγνώρισης για μία περιοχή αλλά και συγκεκριμένων πολιτιστικών δραστηριοτήτων που συνδέονται με τις περιοχές αυτές και τονώνουν την τοπική οικονομία.

Σε μελέτη του Ebert (2005), αναφέρεται η σχέση πολιτισμού και τοπικής – περιφερειακής ανάπτυξης, όπου μετά από ένα αρχικό στάδιο η έννοια του πολιτισμού, συνδεόταν αποκλειστικά με τις τέχνες, σήμερα έχει γίνει κατανοητή η ευρύτητα των πολιτιστικών δραστηριοτήτων που περιλαμβάνουν τομείς όπως ο αθλητισμός, η λαογραφία, η λαϊκή τέχνη, η γαστρονομία. Η δυναμική αυτή σχέση του πολιτισμού και της τοπικής – περιφερειακής ανάπτυξης εδράζεται σήμερα σε τέσσερις πυλώνες: ο πρώτος από αυτούς περιλαμβάνει τους κρατικούς και δημόσιους θεσμούς, ο δεύτερος πυλώνας περιλαμβάνει τις πολιτιστικές πρωτοβουλίες, ο τρίτος την πολιτιστική οικονομία, όπως είναι οι επιχειρήσεις θεαμάτων και ο τέταρτος, ο οποίος διατρέχει οριζόντια τους άλλους τρεις, τους «επαγγελματίες» του πολιτισμού, όπως οι συγγραφείς, οι μουσικοί κλπ.

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

Πίνακας 2.1: Οι τέσσερις πυλώνες του πολιτισμού. <i>Πηγή: Ebert (2005).</i>			
1 ^{ος} Πυλώνας: Παραδοσιακός – Κρατικός	2 ^{ος} Πυλώνας: Πολιτιστικές Πρωτοβουλίες	3 ^{ος} Πυλώνας: Πολιτιστική Οικονομία	4 ^{ος} Πυλώνας: Δημιουργική Τάξη
Μουσεία, Δημοτικά Θέατρα, Ωδεία, Βιβλιοθήκες κλπ	Πολιτιστικοί και Λαογραφικοί Σύλλογοι, Καλλιτεχνικά Σωματεία, κλπ	Αίθουσες Κινηματογράφων, Θεατρικές Επιχειρήσεις, Μουσικές Σκηνές, κλπ	Συγγραφείς, Καλλιτέχνες, Μουσικοί, κλπ

Πηγή: Ebert, M. (2005). To a different canoe: a study of cultural pragmatics and continuity (Doctoral dissertation, University of Aberdeen).

2.4 Άυλη πολιτιστική κληρονομιά και Οικονομία

Η άυλη πολιτιστική κληρονομιά αντιπροσωπεύει τη ζωντανή έκφραση των ιδιοσυγκρασιακών χαρακτηριστικών των διαφόρων κοινοτήτων, η οποία από τη φύση της έχει έντονα δυναμικό χαρακτήρα (Lenzerini, 2011). Ήδη από το 2002 και παράλληλα με τις διεθνείς ζυμώσεις για την κατάρτιση της Σύμβασης για τη Διαφύλαξη της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO, η ελληνική πολιτεία υιοθέτησε τον όρο «άυλα πολιτιστικά αγαθά», για να θεσπίσει τη διαφύλαξη της πολιτισμικής κληρονομιάς που μέχρι τότε περιγραφόταν ως «παραδοσιακός και σύγχρονος λαϊκός πολιτισμός» (Nas, 2002). Έτσι, στον Νόμο 3028/2002 “Περί Προστασίας των Αρχαιοτήτων και εν γένει της Πολιτιστικής Κληρονομιάς” (ΦΕΚ 153/Α’/28.6.2002) ως άυλα πολιτιστικά αγαθά νοούνται εκφράσεις, δραστηριότητες, γνώσεις και πληροφορίες, όπως μύθοι, έθιμα, προφορικές παραδόσεις, χοροί, δρώμενα, μουσική, τραγούδια, δεξιότητες ή τεχνικές που αποτελούν μαρτυρίες του παραδοσιακού, λαϊκού και λόγιου πολιτισμού.

Η Σύμβαση της UNESCO για τη Διαφύλαξη της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς (2003) αποδίδει, μεταξύ άλλων, πρωταρχική σημασία στις

κοινότητες φορέων της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς, Ως άυλη πολιτιστική κληρονομιά, σύμφωνα με τη Σύμβαση της UNESCO για τη Διαφύλαξη της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς (2003), ορίζονται «οι πρακτικές, αναπαραστάσεις, εκφράσεις, γνώσεις και τεχνικές – καθώς και τα εργαλεία, αντικείμενα, χειροτεχνήματα και οι πολιτιστικοί χώροι που συνδέονται με αυτές και τις οποίες οι κοινότητες, οι ομάδες και, κατά περίπτωση, τα άτομα αναγνωρίζουν ότι αποτελεί μέρος της πολιτιστικής κληρονομιάς τους» (άρθρο 2. παρ. 1). Τα βασικά πεδία της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς είναι: α) οι προφορικές παραδόσεις και εκφράσεις, συμπεριλαμβανομένης της γλώσσας ως φορέα της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς, β) οι τέχνες του θεάματος (χορός, μουσική, λαϊκό θέατρο), γ) οι κοινωνικές πρακτικές, οι τελετουργίες και οι εορταστικές εκδηλώσεις (λαϊκά δρώμενα, έθιμα), δ) οι γνώσεις και πρακτικές που αφορούν τη φύση και το σύμπαν και ε) η τεχνογνωσία που συνδέεται με την παραδοσιακή χειροτεχνία (Koutsouba, 2015).

Σύμφωνα με την Koutsouba (2015), στην Ελλάδα το μεγαλύτερο μέρος της χρηματοδότησης για το πολιτισμό από το αρμόδιο Υπουργείου Πολιτισμού, κατευθύνεται στην αρχαία πολιτιστική κληρονομιά λόγω κοινωνικό-ιστορικών, οικονομικών και πολιτικών λόγων. Το υπόλοιπο 10% καλύπτει όλες τις υπόλοιπες εκφάνσεις του ελληνικού πολιτισμού, εκ του οποίου περίπου 1% αφορά το λαϊκό πολιτισμό. Η κατάσταση επιδεινώνεται ακόμη περισσότερο εάν ληφθεί υπόψη ότι ο κρατικός προϋπολογισμός για τον πολιτισμό το 2014 ήταν μόνο 0,33% του συνόλου, μειωμένος κατά 11,23% σε σχέση με το 2012 και κατά 9,66% σε σχέση με το 2013 (Σαραντίδης, 2013). Από τα παραπάνω γίνεται εμφανές ότι το ελληνικό κράτος ξοδεύει λίγα χρήματα για παραδοσιακούς χορούς, τελετουργίες και εορταστικές εκδηλώσεις. Θα πρέπει μάλιστα να σημειωθεί ότι ο παραδοσιακός χορός, τα έθιμα και τα εορταστικά γεγονότα παρότι εξακολουθούν να αποτελούν έντονο κομμάτι της κοινωνικής ζωής στην Ελλάδα, δεν έχουν περιληφθεί στη λίστα της UNESCO (Koutsouba, 2015)

Από την έρευνα των Εφεντάκη και Δημητρόπουλου (2015) για την οικονομική προοπτική της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς σε δείγμα Ελλήνων και ξένων, μελών πολιτιστικών σωματείων, προκύπτει ότι η συντριπτική πλειοψηφία των

ερωτώμενων (92,5%) απάντησαν ότι η ελληνική κυβέρνηση θα πρέπει να παράσχει μεγαλύτερη χρηματοδότηση σε παραδοσιακά χορευτικά δρώμενα, ως πολιτιστικά προϊόντα. Σύμφωνα με τους παραπάνω ερευνητές το εύρημα αυτό προέρχεται από την πεποίθηση ότι ο χορός και ο πολιτισμός αποτελούν δημόσιο αγαθό και ως τέτοιο θα πρέπει να τύχει κρατικής υποστήριξης.

Όσον αφορά στον ελληνικό ιδιωτικό τομέα, ο αριθμός των πολιτιστικών οργανώσεων στην Ελλάδα δεν είναι γνωστός, αν και θα πρέπει να μετρηθεί σε χιλιάδες. Σύμφωνα με την Koutsouba (2015), το ενδιαφέρον είναι ότι τα τελευταία χρόνια τόσο ο αριθμός των πολιτιστικών/χορευτικών σωματείων όσο και η συμμετοχή σε αυτούς αυξήθηκαν, με αποτέλεσμα ο ιδιωτικός τομέας να έχει αυξημένο ρόλο στον πολιτισμό. Ο ιδιωτικός τομέας δεν αποκλείεται ούτε αδιάφορος. Τέλος, υπάρχουν περιπτώσεις όπου ιδιώτες έχουν χρηματοδοτήσει πολιτιστικές προσπάθειες, όπως τραγούδια, μουσικές, χορούς, έθιμα, κ.ά. (Εφεντάκη & Δημητρόπουλος, 2015).

2.5 Πολιτιστικές δραστηριότητες και αστικός τουρισμός

Τις τελευταίες δεκαετίες παρατηρείται μια αξιοσημείωτη εξέλιξη όσο αφορά τις πολιτισμικές διαφορές, καθώς αυτές εμπίπτουν πλέον σε ένα πεδίο ενδιαφερόντων και δραστηριοτήτων, όπου οι άνθρωποι μπορούν να συμμετέχουν στον ελεύθερο χρόνο τους (Hendry, 2011). Η διαπολιτισμική συνάντηση, η οποία στο παρελθόν ήταν προνόμιο των εξευρενητών/τριών (Kamberidou, 2020b, 2018), των οικονομικών μεταναστών και των ανθρωπολόγων, σήμερα αποτελεί μέρος της καθημερινής ζωής (Hendry, 2011).

Ο τουρισμός με τη σημερινή του μορφή παρουσιάστηκε στις αρχές του 20ου αιώνα και πήρε παγκόσμιες διαστάσεις μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, οπότε άρχισε να αναπτύσσεται, ενώ ενισχύθηκε από μια σειρά παραγόντων και γεγονότων, όπως η πολιτική και οικονομική σταθερότητα, η ανάπτυξη του κοινωνικού κράτους, η ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων, που καθόρισαν την μεταπολεμική περίοδο (Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης, 2004).

Ο τουρισμός και ο πολιτισμός είχαν πάντα μια αλληλένδετη σχέση καθώς το πολιτιστικό κεφάλαιο αποτελεί βασικό στοιχείο για την ανάπτυξη του τουρισμού. Η επιθυμία των τουριστών να έρθουν σε επαφή και να γνωρίσουν μορφές και στοιχεία του υλικού και πνευματικού πολιτισμού του τόπου που επισκέπτονται όπως μνημεία, ήθη και έθιμα, πολιτιστικές και θρησκευτικές παραδόσεις, είναι κίνητρο ταυτισμένο με τον τουρισμό (Κοκκώσης, Τσάρτας, & Γκρίμπα, 2011). Στα προϊόντα του πολιτισμού που μπορούν ταυτόχρονα να θεωρηθούν και πολιτισμικοί πόροι περιλαμβάνονται: α) μορφές τέχνης (χορός, μουσική κ.λ.π.), β) έθιμα και παραδόσεις της περιοχής που σχετίζονται με την τοπική πολιτισμική ταυτότητα, γ) ιστορία – θρησκεία (πνευματικά και υλικά στοιχεία), δ) δομημένο περιβάλλον (παραδοσιακοί οικισμοί, μνημεία), ε) σύνολα φυσικού περιβάλλοντος (τοπία) και στ) πολιτιστικές εκδηλώσεις. Έτσι, αν το κυρίαρχο κίνητρο είναι για παράδειγμα ο πολιτισμός και η θρησκεία, τότε γίνεται λόγος για πολιτιστικό ή θρησκευτικό τουρισμό αντίστοιχα (Κοκκώσης και συν., 2011).

Θα πρέπει να αναφέρουμε ότι για κάποιους μελετητές ο θρησκευτικός και ο πολιτιστικός τουρισμός συνιστούν δύο ξεχωριστές μορφές εναλλακτικού τουρισμού (Ηγουμενάκης και Κραβαρίτης, 2004), ενώ για άλλους ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί υπο-κατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού, αφού η θρησκεία για αυτούς η θρησκεία αποτελεί βασικό συστατικό του πολιτισμού (Μοίρα, 2008). Δέχονται πάντως όλοι οι μελετητές ότι τα κίνητρα ενός τουρίστα μπορεί να είναι περισσότερα του ενός και η τουριστική επίσκεψη μπορεί να αποτελεί μέρος περισσότερων της μιας κατηγορίας. Ωστόσο, είναι δύσκολο να αποσαφηνιστούν πλήρως τα κίνητρα του κάθε επισκέπτη, δηλαδή αν είναι αμιγώς θρησκευτικοί οι λόγοι ή πολιτισμικοί ή αν συντρέχουν και οι δύο (Μοίρα, 2008).

Ο αστικός τουρισμός είναι η μορφή εκείνη του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από την περιήγηση των ανθρώπων σε πόλεις με σκοπό την γνωριμία με την πολιτιστική κληρονομιά και την παρακολούθηση πολιτιστικών ή λατρευτικών εκδηλώσεων (Page, 1995). Πολλές φορές, ο αστικός τουρισμός αποτέλεσε τομέα αιχμής για πολλές πόλεις ή ολόκληρες περιοχές, ώστε να αντιμετωπίσουν την οικονομική κρίση ή την αποβιομηχάνιση και να θέσουν τις βάσεις για την οικονομική τους ανάπτυξη (Berg, Borg, & Meer, 1995). Τα τελευταία μάλιστα

χρόνια, ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί βασικό παράγοντα της πολιτιστικής διαχείρισης για μεγάλο αριθμό πόλεων και περιοχών, προσφέροντας στους επισκέπτες ευκαιρίες για πολιτιστικές εμπειρίες, περιήγηση, γνωριμία με τις παραδόσεις, τα έθιμα και γενικά την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής (Pavlogeorgatos & Constantoglou, 2004).

Ο αστικός τουρισμός διαφοροποιείται ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε πόλης, όπως ιστορικό υπόβαθρο, εγγύτητα με μεγάλα αστικά κέντρα, πλήθος μνημείων κλπ. Μελέτη της European Travel Commission για τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ETC, 2005) χωρίζει τους αστικούς προορισμούς στις παρακάτω κατηγορίες: κοινότητες, μικρές πόλεις, μεγάλες πόλεις και μητροπόλεις, ενώ το τουριστικό προϊόν διακρίνεται σε τρεις κατηγορίες: κληρονομιά, όπου το κυρίαρχο στοιχείο είναι η πολιτιστική κληρονομιά του τόπου (π.χ. μνημεία), τέχνες (π.χ. εικαστικά) και πολιτιστική βιομηχανία (μόδα, κινηματογράφος).

2.6 Πολιτισμός και οικονομική δραστηριότητα στις ευρωπαϊκές χώρες

Στην Ευρώπη, ο πολιτισμός, από οικονομικής άποψης, αποτελεί τα τελευταία χρόνια ένα από τους πιο σημαντικούς τομείς της οικονομίας. Η «πολιτιστική και δημιουργική βιομηχανία» (cultural and creative industry) αναδεικνύεται, ολοένα και περισσότερο, σε χώρο καινοτομίας, παραγωγής αγαθών και παροχής υπηρεσιών με μεγάλη σημασία για τους στόχους της ΕΕ (στρατηγική Ευρώπη 2020) και το νέο τύπο ανάπτυξης που επιδιώκει η ΕΕ, προωθώντας παράλληλα και την πολιτισμική της πολυμορφία (Angelova & Stoyanova, 2018).

Σύμφωνα με τα στοιχεία μελέτης που εκπόνησε ιδιωτική εταιρεία ερευνών για την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Kea European Affairs, 2006), ο τομέας του πολιτισμού έχει σημαντική συνεισφορά τόσο στην οικονομική ανάπτυξη της ΕΕ όσο και στην απασχόληση. Ειδικότερα, η συνολική ανάπτυξη του τομέα διαμορφώθηκε στο 19,7% το διάστημα 1999-2003, όταν για την ίδια χρονική περίοδο η ανάπτυξη της ευρωπαϊκής οικονομίας ήταν 7,5 ποσοστιαίες μονάδες μικρότερη (12,3%), ενώ η συμβολή του στο ευρωπαϊκό ΑΕΠ διαμορφώθηκε το 2003 στο 2,6%. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι το 2003 οι συνολικές πωλήσεις στον τομέα του

πολιτισμού ήταν 654 δις €, ενώ στην αυτοκινητοβιομηχανία ήταν 271 δις €. Από την σκοπιά της απασχόλησης, στον τομέα του πολιτισμού σε επίπεδο ΕΕ απασχολούνταν το 2004, 5,8 εκ. εργαζόμενοι, που αντιστοιχούν στο 3,1% του συνολικού εργατικού δυναμικού. Η απασχόληση σε πολιτιστικές δραστηριότητες το διάστημα 2002- 2004 αυξήθηκε 1,85%, όταν στην Ε.Ε.-25 η αύξηση της απασχόλησης ήταν 0,5%.

Μεταγενέστερες μελέτες που πραγματοποιήθηκαν για λογαριασμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (TERA Consultants, 2010), επιβεβαιώνουν την θετική συμβολή του πολιτισμού στην οικονομία (η συνεισφορά των πολιτιστικών δραστηριοτήτων ανήλθε σε 860 δισεκατομμύρια € το 2008, ή 6,9% του ΑΕΠ για την ΕΕ) και στην απασχόληση (14 εκατομμύρια θέσεις εργασίας, ή 6,5% του εργατικού δυναμικού της ΕΕ των 27 για το 2008).

Η συμβολή του πολιτιστικού τομέα στις εθνικές οικονομίες και στην απασχόληση των ευρωπαϊκών κρατών γίνεται ευκολότερα αντιληπτή, από την εξέταση των στοιχείων των πινάκων που ακολουθούν. Στη Γαλλία για παράδειγμα, η συμβολή του πολιτισμού στο ΑΕΠ το 2003 διαμορφώθηκε στο 3,4% του ΑΕΠ, ενώ στη χώρα μας η συμβολή του ανήλθε στο 1,2% του ΑΕΠ (Υπουργείο Πολιτισμού (2003).

Πίνακας 2.2 : Πωλήσεις και συμβολή στο εθνικό ΑΕΠ των πολιτιστικών δραστηριοτήτων.			
	Χώρα	Πωλήσεις (σε εκ. € το 2003)	Συμβολή στο ΑΕΠ
1	Ηνωμένο Βασίλειο	132.682	3,0%
2	Γερμανία	126.060	2,5%
3	Ιταλία	84.359	2,3%
4	Γαλλία	79.424	3,4%
5	Ισπανία	61.333	2.3%
6	Ολλανδία	33.372	2,7%

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

7	Βέλγιο	22.174	2,6%
8	Σουηδία	18.155	2,4%
9	Αυστρία	14.603	1,8%
10	Φινλανδία	10.677	3,1%
11	Δανία	10.111	3,1%
12	Ιρλανδία	6.922	1,7%
13	Ελλάδα	6.875	1,0%
14	Πορτογαλία	6.358	1,4%
15	Πολωνία	6.235	1,2%

Πηγή: European Commission "The economy of culture in Europe, 2006".

Σε επίπεδο απασχόλησης, οι απασχολούμενοι στον πολιτισμό στην Ολλανδία (χώρα με την υψηλότερη επίδοση) αντιστοιχούν στο 4,2% των συνολικά απασχολουμένων, ενώ στην Ελλάδα στο 3,2% της συνολικής απασχόλησης. Όπως παρουσιάζεται στον πίνακα 2.3.

Πίνακας 2.3: Απασχολούμενοι στον πολιτισμό και ποσοστό της συνολικής απασχόλησης.			
	Χώρα	Αριθμός απασχολούμενων (χιλ. εργαζομ.)	Ποσοστό επί της συνολικής απασχόλησης
1	Γερμανία	1138.2	3.2%
2	Ηνωμένο Βασίλειο	1065.7	3.8%
3	Ιταλία	622.9	2.8%
4	Γαλλία	618.3	2.5%
5	Ισπανία	558.9	3.1%
6	Ολλανδία	343.1	4.2%

7	Πολωνία	264.7	1.9%
8	Σουηδία	155.2	3.6%
9	Ελλάδα	139.4	3.2%
10	Τσεχία	116.1	2.5%
11	Πορτογαλία	115.8	2.3%
12	Βέλγιο	112.7	2.7%
13	Αυστρία	110.9	3.0%
14	Ουγγαρία	103.0	2.6%
15	Δανία	89.6	3.3%

Πηγή: European Commission: "The economy of culture in Europe, 2006".

2.7 Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια ειδική μορφή τουρισμού, που εκφράζει την επιθυμία των ανθρώπων να μετακινηθούν από τον τόπο κατοικίας τους σε άλλο τόπο που θεωρούν ιερό. Σύμφωνα με τους Rinschede (1992), Vukonic (2002) και Santos (2002), ο θρησκευτικός τουρισμός, ως υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού, είναι εκείνη η μορφή τουρισμού όπου τα κίνητρα των συμμετεχόντων συνδέονται μερικώς ή αποκλειστικά με θρησκευτικούς λόγους.

Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά μια κατηγορία ατόμων που επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους, οι οποίοι βρίσκονται εντός ή εκτός της χωρικής διαμονής τους, είτε για λόγους λατρείας, είτε για να πάρουν μέρος σε θρησκευτικές εκδηλώσεις ή τελετές (Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης, 2004). Σύμφωνα με την Μοίρα (2009) με τον θρησκευτικό τουρισμό ικανοποιούνται πνευματικές και υλικές ανάγκες και συνδέεται με κίνητρα θρησκευτικού ή προσκυνηματικού χαρακτήρα.

Συνεχίζοντας η Μοίρα (2009) αναφέρει ότι ο προσκυνηματικός και θρησκευτικός τουρισμός συνιστούν δύο διαφορετικά κοινωνικά φαινόμενα που έχουν ως κοινό στοιχείο τη θρησκευτικότητα, ανεξάρτητα αν είναι ενεργή ή ανενεργή. Η πρώτη περίπτωση αναφέρεται στην περίπτωση εκείνη όπου κυριαρχεί

το πνευματικό στοιχείο της πίστης και χαρακτηρίζεται από πνευματικότητα και τήρηση του τυπικού, ενώ στη δεύτερη περίπτωση ο θρησκευτικός τουρισμός υπάγεται στον πολιτιστικό τουρισμό, όπου το θρησκευτικό στοιχείο αξιοποιείται ως στοιχείο πολιτιστικής κληρονομιάς. Πλέον, έχει γίνει σαφές ότι η θρησκευτική παράδοση συνδέεται άμεσα με την πολιτιστική κληρονομιά και στη βάση αυτής της προσέγγισης και η παρούσα εργασία δέχεται ότι ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να ενταχθεί στην κατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού, όπου το θρησκευτικό στοιχείο αξιοποιείται ως πολιτιστική κληρονομιά (Μοίρα, 2009).

Σύμφωνα με τον Conrad (2004), το κύριο χαρακτηριστικό του θρησκευτικού τουρισμού είναι το γεγονός ότι οι συμμετέχοντες ανήκουν σε όλες τις κοινωνικές και οικονομικές τάξεις, ενώ ως προς την ηλικία ανήκουν κυρίως στην τρίτη ηλικία. Η θρησκευτική φύση των επισκέψεων, αλλά και η μεγάλη ηλικία των συμμετεχόντων είναι και τα βασικά στοιχεία που καθορίζουν τη διάρκεια και το επίπεδο των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Σύμφωνα με τον Fleisher (2000), τα οικονομικά οφέλη που συνδέονται με τον θρησκευτικό τουρισμό είναι αξιοσημείωτα, καθώς οι θρησκευτικοί τουρίστες είναι αγοραστές θρησκευτικών αναμνηστικών, ενώ η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού μπορεί να ενισχύσει τη συντήρηση και τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς (Fleisher, 2000). Ταυτόχρονα, τα οφέλη που συνδέονται με τον θρησκευτικό τουρισμό δεν είναι μόνο οικονομικά, αλλά μπορούν να μειώσουν τις προκαταλήψεις, να προωθήσουν αλλαγή νοοτροπίας και να γεφυρώσουν τις πολιτισμικές διαφορές μέσω επαφών με άλλους πολιτισμούς (Khamouna & Zeiger, 1995). Παρόλο που ορισμένοι λένε ότι ο θρησκευτικός τουρισμός μετατρέπεται σε αναπτυσσόμενη τουριστική δραστηριότητα, ο παραδοσιακός ρόλος του θρησκευτικού τουρισμού θα πρέπει να παραμείνει ο ίδιος, προωθώντας την πνευματική καλλιέργεια (Kasim, 2011).

Έχει πλέον αποδειχθεί ότι το προσκύνημα ήταν και είναι ένα ουσιαστικό κίνητρο μετακίνησης ανθρώπων και αυτό συχνά συνδέεται με τη θρησκευτική και ιστορική αξία των μοναστηριών και των εκκλησιών, των θρησκευτικών εορτασμών και των ιστορικών γεγονότων (Μπαξεβάνη & Κουθούρης, 2016). Η οικονομική

διάσταση του θρησκευτικού τουρισμού και οι ευκαιρίες που παρέχει για την ανάπτυξη ορισμένων περιοχών έχουν προσελκύσει όλο και περισσότερο την προσοχή των εθνικών τουριστικών πολιτικών, πολλών οργανισμών και ενώσεων. Ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να ενισχυθεί περαιτέρω σε διεθνές επίπεδο, καθώς οι τουριστικές περιοχές προορισμού εκτός από τα θρησκευτικά μνημεία έχουν και άλλους τουριστικούς πόρους (Μπαξεβάνη & Κουθούρης, 2016).

2.7.1 Η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού διεθνώς

Σήμερα το θρησκευτικό ταξίδι, ο τουρισμός και η φιλοξενία είναι μια δυναμική παγκόσμια βιομηχανία αξίας 18 δισεκατομμυρίων δολαρίων με 800 εκατομμύρια ταξιδιώτες. Οι περισσότεροι άνθρωποι πραγματοποιούν θρησκευτικά ταξίδια κυρίως παρακινημένα από την πίστη (Kar, 2009). Σύμφωνα με εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO), 300 - 330 εκατομμύρια τουρίστες επισκέπτονται κάθε χρόνο τα σημαντικότερα θρησκευτικά μνημεία στον κόσμο. Περίπου 600 εκατομμύρια εθνικά και διεθνή θρησκευτικά ταξίδια έγιναν παγκοσμίως και από αυτά το 40% συμβαίνουν στην Ευρώπη. Αυτά είναι ιδιαίτερα σημαντικά ταξίδια, καθώς δεν συμβάλλουν μόνο στην οικονομική ανάπτυξη ενός τόπου, αλλά και στην αμοιβαία κατανόηση και σεβασμό μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών. Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι το ταχύτερα αναπτυσσόμενο τουριστικό προϊόν από το 2007 (UNWTO, 2014).

Οι προσπάθειες χωρών όπως η Ελλάδα, η Κύπρος, η Ρωσία, η Γεωργία, και η Ουκρανία, προικισμένες με μοναδικές φυσικές ομορφιές και μνημεία ανεκτίμητης αξίας είναι πολύ σημαντικές και δημιουργούν το πλαίσιο για την ανάπτυξη της τουριστικής υποδομής και της βιώσιμης ανάπτυξής τους. Σύμφωνα με τον Wright, (2007), τα τελευταία χρόνια σημειώνεται σημαντική αύξηση στην πραγματοποίηση διασκέψεων με θρησκευτικό περιεχόμενο. Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία του Οργανισμού Θρησκευτικής Διάσκεψης (Association of Religious Conference Management), σημειώθηκε αύξηση από 4,4 εκατομμύρια συμμετέχοντες το 1994 σε 14,7 εκατομμύρια το 2006 (Wright, 2007).

2.7.2 Η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Είναι προφανές ότι ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα αυξάνεται έντονα. Οι επισκέψεις σε μνημεία ή χώρους θρησκευτικής σημασίας αποτελούν σημαντική περιφερειακή οικονομική δραστηριότητα δεδομένης και της χωρικής διασποράς αυτών των μνημείων. Όπως σε ολόκληρο τον δυτικό κόσμο, έτσι και στην Ελλάδα οι προσκυνητές έχουν καταστεί μία ειδική ομάδα-στόχος της τουριστικής βιομηχανίας. Εκτιμάται ότι μόνο οι εγχώριοι τουρίστες που επισκέπτονται θρησκευτικούς χώρους υπερβαίνουν τις 300.000 ετησίως (Πολύζος, 2010).

Η Ελλάδα έχει πολλά θρησκευτικά μνημεία και πολλά από αυτά έχουν μοναδική ιστορική, καλλιτεχνική και πολιτιστική αξία. Τα μνημεία αυτά που είναι διάσπαρτα σε όλη τη χώρα, καλύπτουν όλες τις περιόδους της βυζαντινής και της σύγχρονης ιστορίας, ενώ μοναδικά βυζαντινά λείψανα βρίσκονται σε μοναστήρια και εκκλησιαστικά μουσεία. Οι Έλληνες προσκυνητές επισκέπτονται πολλές βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες και μοναστήρια, συνήθως με οργανωμένες εκδρομές, είτε μέσω ταξιδιωτικών γραφείων είτε μέσω διαφόρων ενοριών. Το βασικό κριτήριο για την οργάνωση τέτοιων ταξιδιών είναι η θρησκεία και η ιστορία. Οι πιστοί επισκέπτονται διάφορα μέρη με κύριο κίνητρο το προσκύνημα, αλλά αυτό το γεγονός δεν αποκλείει το ενδιαφέρον τους για την ιστορία και την αρχιτεκτονική διάφορων μνημείων (Μπαξεβάνη & Κουθούρης, 2016).

Ερευνητικά στοιχεία τεκμηριώνουν ότι ο θρησκευτικός τουρισμός έχει πολλά να προσφέρει στην Ελλάδα και αποτελεί σημαντικό στόχο της τουριστικής πολιτικής. Σε αυτό το πλαίσιο συνεισφέρουν η γεωγραφική θέση της χώρας στη Μεσόγειο Θάλασσα, το κλίμα και ο πολιτιστικός πλούτος, που αποτελούν έναν ελκυστικό πρόσθετο πόρο για κάθε τουριστική δραστηριότητα. Όλοι οι παράγοντες πρέπει να ενώσουν τις δυνάμεις τους με στόχο να προβάλουν και να προωθήσουν συγκεκριμένες στρατηγικές κατευθύνσεις για τη βελτίωση του θρησκευτικού τουριστικού προϊόντος και να καταστήσουν την Ελλάδα έναν από τους κορυφαίους προορισμούς παγκοσμίως, βασισμένο φυσικά στον ανεκτίμητο θησαυρό ιστορικών και πολιτιστικών μνημείων.

2.8 Τα χαρακτηριστικά των πανηγυριών στην Ελλάδα

Στην ελληνική περιφέρεια τα πανηγύρια συγκαταλέγονται ανάμεσα στα σημαντικότερα γεγονότα της τοπικής κοινότητας. Συνήθως πραγματοποιούνται μια φορά το χρόνο κατά κύριο λόγο κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Κατά την διάρκειά του οι κάτοικοι της κοινότητας συγκεντρώνονται και οι ευκαιρίες επικοινωνίας προωθούνται. Το πανηγύρι αποτελεί σημαντική στιγμή καθώς πολλές οικογένειες βρίσκουν την ευκαιρία να συγκεντρωθούν και πάλι. Πολλοί Έλληνες που κατοικούν στο εξωτερικό επιστρέφουν στον τόπο τους και ανταμώνουν πάλι τις οικογένειές τους. Εκτός από τους ντόπιους και τις οικογένειές του στα πανηγύρια συμμετέχουν και πολλοί επισκέπτες από διάφορα μέρη της χώρας. Πολλές φορές χωριά λίγων δεκάδων κατοίκων, την περίοδο του πανηγυριού υποδέχονται εκατοντάδες επισκέπτες. Ανάλογα με την επισκεψιμότητα του πανηγυριού και την σημασία που παρουσιάζει για την ζωή του τόπου, διαρκεί από μια έως και τρεις ημέρες (Delaporte, 2006).

Αυτές οι γιορτές ιδιαίτερης σημασίας λαμβάνουν χώρα κατά την γιορτή του «πολιούχου» αγίου της κάθε περιοχής και πολλές φορές συνδυάζονται με κάποιο σημαντικό τοπικό ιστορικό γεγονός. Κατά την διάρκεια του πανηγυριού, ντόπιοι, οικογένειες, φίλοι και επισκέπτες ενώνονται και προωθείται η κοινωνική συναναστροφή (γνωριμίες, προξενιά) και οι επαγγελματικές, εμπορικές συμφωνίες ή αγοροπωλησίες (Ζήκος & Παναγιωτοπούλου, 1990).

Σύμφωνα με τον Βοζίκα (2009), το πανηγύρι αποτελεί μια εορταστική εκδήλωση για θρησκευτικούς και εμπορικούς σκοπούς, στη διάρκεια του οποίου γίνεται λειτουργία στην εκκλησία και λειτουργεί συνήθως υπαίθρια αγορά, ενώ σε μικρότερα μέρη μπορεί το πανηγύρι να συνοδευτεί με γεύμα, τραγούδια και χορούς. Για τη Ζωγράφου (1999) το πανηγύρι είναι ένας λαϊκός θεσμός, με διαστάσεις θρησκευτικές, κοινωνικές και οικονομικές. Τα πανηγύρια παρουσιάζουν αρκετά διαφορετικά χαρακτηριστικά στα διάφορα μέρη της Ελλάδας, ωστόσο κοινό χαρακτηριστικό τους είναι ο συνδυασμός της κοινωνικής, θρησκευτικής και οικονομικής ζωής της εκάστοτε περιοχής (Ζωγράφου, 1999).

Η Koutsouba (1997) κατατάσσει τα πανηγύρια στα συμμετοχικά χορευτικά δρώμενα (participatory dance events). Το μεγαλύτερο μέρος από αυτά λαμβάνουν χώρα την Άνοιξη και το Καλοκαίρι, συνήθως στην πλατεία κάθε χωριού, αλλά και σε προαύλια εκκλησιών και σχολείων, κατά τις ονομαστικές εορτές πολιούχων αγίων των χωριών και αποτελούν σημαντική όψη της κοινωνικής ζωής των κοινοτήτων με τη συμμετοχή ολόκληρου του χωριού. Τα πανηγύρια επίσης, πραγματοποιούνται και με αφορμή το τέλος εποχικών γεωργικών εργασιών όπως το μάζεμα της ελιάς ή ο τρύγος.

Επιπρόσθετα, σύμφωνα με την Koutsouba (1997), η αλλαγή του τρόπου ζωής έχει επηρεάσει σημαντικά και την σημασία των πανηγυριών. Μερικές δεκαετίες πριν, τα πανηγύρια αποτελούσαν ένα πολύ σημαντικό γεγονός για την κοινότητα, δίνοντας την ευκαιρία στους κατοίκους να χορέψουν με ζωντανή μουσική και να συναντηθούν με άτομα του αντίθετου φύλου. Η συμμετοχή στις μέρες μας σχετίζεται περισσότερο με την προβολή οικονομικής και κοινωνικής δύναμης. Ο οικονομικός παράγοντας, υπήρχε και παλιότερα, με δευτερεύουσα όμως σημασία, ενώ η διαφοροποίηση αυτή στο χαρακτήρα των πανηγυριών έχει προκαλέσει τη δυσφορία των ηλικιωμένων ατόμων, που έχουν βιώσει τις αλλαγές αυτές.

2.9 Η Οικονομική διάσταση των πανηγυριών

Στο πανηγύρι τα θρησκευτικά, κοινωνικά και οικονομικά στοιχεία συνυπάρχουν. Το πανηγύρι αντιπροσωπεύει ένα κεντρικό οικονομικό φαινόμενο στη ζωή της κοινότητας, όπως θα αναπτυχθεί και στη συνέχεια. Με αφορμή τον εορτασμό όλων των ειδών έμποροι συγκεντρώνονται για να πουλήσουν τα προϊόντα τους καθώς σε όλα σχεδόν τα πανηγύρια οργανώνεται μικρή ή μεγαλύτερη αγορά. Πολλές φορές επειδή ο οικονομικός χαρακτήρας τείνει να υπερκαλύπτει τον θρησκευτικό, η εκκλησία επιβάλλει κανόνες για την λειτουργία των θρησκευτικών πανηγυριών (Σκουτέρη-Διδασκάλου, 1992).

Συχνά το θρησκευτικό πανηγύρι συγχέεται με τις εμποροπανήγυρες δηλαδή της ετήσιες ή περιοδικές αγορές, τα λεγόμενα παζάρια. Αυτές οι αγορές

πραγματοποιούνται σε συγκεκριμένο τόπο, συνήθως έξω από τις μεγάλες πόλεις και για συγκεκριμένες μέρες κατά την διάρκεια του έτους. Διακρίνονταν από τις απλές τοπικές αγορές λόγω του μεγάλου εύρους των προϊόντων που διατίθενται και το ύψος των συναλλαγών. Τα προϊόντα είναι συνήθως αγροτικά και βιοτεχνικά ενώ πολλές φορές, κυρίως κατά τις παλαιότερα χρόνια, γίνονται και αγοραπωλησίες ζώων (ζωοπανήγυρη) (Καμηλάκης, 2002).

Ο θεσμός των εμποροπανηγύρεων ήταν πιο ανεπτυγμένος τα περασμένα χρόνια. Μερικές από τις πιο ξακουστές εμποροπανηγύρεις που συγκέντρωναν πλήθος επισκεπτών ήταν των Σερβίων και των Γιαννιτσών στην Μακεδονία, των Φαρσάλων στην Θεσσαλία, της Άρτας και των Ιωαννίνων στην Ήπειρο και της Μεσσήνης ή του Άργους στην Πελοπόννησο (Ζωγράφου, 1999).

Αν και οι εμποροπανηγύρεις είναι κυρίως οικονομικοί θεσμοί, διαφοροποιούνται από τις παραδοσιακές αγορές και λόγω του κοινωνικού τους χαρακτήρα. Οι εμποροπανηγύρεις είναι συνδεδεμένες με στιγμές ανάπαυλας και εορτασμού. Συμπίπτουν συχνά με τα θρησκευτικά πανηγύρια λόγω του μεγάλου αριθμού επισκεπτών που συρρέει για να προσκυνήσει και των εορτασμών που λαμβάνουν χώρα. Οι επισκέπτες δεν έχουν μόνο σκοπό να αγοράσουν προϊόντα αλλά και να γλεντήσουν στα υπαίθρια κέντρα (Ζωγράφου, 1999).

Οι εκδηλώσεις αυτές δεν προάγουν μόνο τις διαπροσωπικές και εθνοτοπικές σχέσεις αλλά τονώνουν και την τοπική αγορά. *«Πραγματευτάδες, ζωέμποροι, χρυσικοί, λουκουματζήδες και κάθε λογής μικροπωλητές που μαζεύονται επ' ευκαιρία της γιορτής του πολιούχου Αγίου ή Αγίας συμβάλλουν ώστε το πανηγύρι να αποτελέσει τον κύριο τόπο εσωτερικής ανταλλαγής των προϊόντων»* (Ζωγράφου, 1999, σελ 171).

Ένα άλλο παράδειγμα είναι το πανηγύρι στο χωριό Τυχρό του Έβρου, όπου παράλληλα με τις κύριες εκδηλώσεις στην αγορά, υπήρχε και το «χαϊβάν παζάρ» όπου διεξάγονταν οι αγοραπωλησίες ζώων. Στην Ηράκλεια Σερρών (παλαιά ονομασία Τζουμαγιά), σήμερα το πανηγύρι έχει επίσης, εκτός από τον θρησκευτικό και τελετουργικό, έντονο εμπορικό χαρακτήρα, ο οποίος προέρχεται από το παρελθόν και συνδέεται τόσο με το ιστορικό πλαίσιο της κοινότητας όσο και με τη γεωγραφική της θέση. Η έναρξη του πανηγυριού ξεκινά την πρώτη Πέμπτη μετά

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

τον Δεκαπενταύγουστο και διαρκεί έως τη Δευτέρα. Σ' αυτό το διάστημα ντόπιοι και ξένοι μικροπωλητές στήνουν τους πάγκους τους και εμπορεύονται διάφορα είδη σε χαμηλότερες τιμές από ό,τι στο οργανωμένο εμπόριο (Παπακώστας, 2014).

Κατά την διάρκεια των πανηγυριών παρατηρείται αύξηση της ζήτησης των τοπικών προϊόντων αλλά και των προσφερόμενων υπηρεσιών της τοπικής κοινωνίας. Ακόμη σημαντική πηγή εσόδων αποτελεί η διανυκτέρευση στις τοπικές δομές φιλοξενίας, των επισκεπτών οι οποίοι συχνά προγραμματίζουν το ταξίδι τους ώστε να συμπίσει με τα τοπικά πανηγύρια (Παπανίκος, 2015).

Η οικονομική βάση των πανηγυριών είναι στενά συνδεδεμένη με την λατρευτική πράξη μέσω των προσφορών των προσκυνητών σε είδος ή χρήμα. Οι προσφορές αυτές, θεωρούνται μέρος της εθιμικής ζωής και είναι ένα βασικό μέρος των θρησκευτικών καθηκόντων του μέλους της κοινότητας. Μέσα από πλουσιοπάροχες προσφορές το άτομο ευχαριστεί το θείο και ξεπληρώνει την θεϊκή ευεργεσία (Χαρακόπουλος, 2006).

Ο έντονα οικονομικός χαρακτήρας των πανηγυριών θα περίμενε κανείς να αλλοιώνε το θρησκευτικό αίσθημα των συμμετεχόντων. Ωστόσο κάτι τέτοιο δεν συμβαίνει καθώς αυτά τα δύο στοιχεία λειτουργούν πολλές φορές συμπληρωματικά.

Μια ξακουστή εμποροπανήγυρη διεξαγόταν στην Θεσσαλία, ανήμερα της γιορτής του αγίου Νικολάου του εν Βουναίνους. Στον Χαρακόπουλο διαβάζουμε: *«Άλλωστε, το παζάρι ουσιαστικά άρχιζε να κινείται μετά την απόλυση της εκκλησίας. Τότε ο επισκέπτης είχε τη δυνατότητα να απολαύσει τη θυμοσοφία και τα ευφυολογήματα των πωλητών που διαλαλούσαν το εμπόρευμα τους, και η φωνή των οποίων ανακατευόταν με τους ήχους από τα κλαρίνα των τσιγγάνων. Φυσικά είχε την ευκαιρία να ψωνίσει από αναμνηστικά δώρα μέχρι απαραίτητα πράγματα για το νοικοκυριό»* (Χαρακόπουλος, 2006, σελ 21-22).

Μέσω της έρευνας των βιβλιογραφικών πηγών βλέπουμε από τα πανηγύρια δεν επωφελούνται μόνο οι επαγγελματίες που συμμετέχουν άμεσα σε αυτά όπως πωλητές, μικροέμποροι και μουσικοί αλλά και άλλοι κλάδοι και φυσικά ολόκληρη η τοπική κοινωνία. Ο Χαρακόπουλος στο βιβλίο του «Ενθύμιον Πανηγύρεως»

περιγράφει αναλυτικά το πανηγύρι των Βουναίνων καθώς και τα επαγγέλματα που ανθούσαν κατά την διάρκειά του και τον τρόπο με τον οποίο λάμβαναν χώρα οι οικονομικές συναλλαγές. Σύμφωνα με αυτόν, την παραμονή οι έμποροι είχαν πιάσει τις θέσεις τους για να πουλήσουν τα εμπορεύματά τους. Κάποιοι από αυτούς πωλούσαν χαλβά, κάποιοι άλλοι εκκλησιαστικά αντικείμενα, άλλοι παιδικά παιχνίδια, είδη λαϊκής τέχνης και προικός. Από αυτό το πανηγύρι δεν έλειπαν οι φωτογράφοι, οι λαχειοπώλες, οι καντίνες και οι ψησταριές. Με τον τρόπο αυτό, όλοι προσπαθούσαν να βγάλουν τα απαραίτητα προς το ζην (Χαρακόπουλος, 2006).

Το σκηνικό του πανηγυριού συμπλήρωναν οι παγωτατζήδες με τις τρίκυκλες μηχανές τους και εκείνοι που πουλούσαν το «μαλλί της γριάς». Πολλές φορές οι κάτοικοι πλήρωναν τους πωλητές σε είδος, καθώς η οικονομία δεν είχε πλήρως εκχρηματισθεί. Κάτι τέτοιο ήταν σύνηθες στις αγροτικές κοινωνίες. Μονάδα μέτρησης για τις συναλλαγές αποτελούσαν συνήθως τα αυγά ή το σιτάρι (Χαρακόπουλος, 2006).

Κατά την διάρκεια των πανηγυριών, όπως είναι φυσικό, τα καφενεία είχαν αυξημένη δουλειά και επικρατούσε αναβρασμός για την εξυπηρέτηση του κόσμου. Οι μαγαζάτορες, μέρες πριν το πανηγύρι, άρχιζαν να φτιάχνουν υπαίθριες κλειστές κατασκευές που θα φιλοξενούσαν τους ντόπιους και τους ξένους επισκέπτες. Οι μαγαζάτορες του χωριού, εκτός από την οργάνωση γλεντιού το βράδυ στα καφενεία, οργάνωναν και το υπαίθριο γλέντι στο ξωκκλήσι του Αγίου. Κάθε μαγαζάτορας έστηνε αυτοσχέδιο πάλκο για την ορχήστρα του. Ο ανταγωνισμός ανάμεσα στα τοπικά καφενεία ήταν μεγάλος και οι μαγαζάτορες προσπαθούσαν να έχουν ζωντανή ορχήστρα με διάσημους μουσικούς («φίρμες») για να προσελκύσουν κόσμο (Χαρακόπουλος, 2006).

Εκτός από τους ενήλικες, κατά τη διάρκεια των πανηγυριών δούλευαν οι νέοι του χωριού καθώς και μικρότερα παιδιά. Πολλά παιδιά τελούσαν χρέη μικροπωλητών. Προμηθεύονταν αναψυκτικά και ποτά, τα οποία αποθήκευαν σε βαρέλια με πάγο για να είναι δροσερά, και στη συνέχεια τα πουλούσαν στους επισκέπτες. Άλλα παιδιά έστηναν αυτοσχέδιες ψησταριές και έψηναν σουβλάκια. Συχνά οι γονείς παρότρυναν τα παιδιά να εργαστούν κατά την διάρκεια του

πανηγυριού όχι τόσο λόγω του κέρδους αλλά επειδή πίστευαν πως έτσι εξοικειώνονται με το εμπόριο και τις οικονομικές συναλλαγές (Χαρακόπουλος, 2006).

Στα πανηγύρια επίσης συναντούσε κανείς καλλιτέχνες του δρόμου όπως ταχυδακτυλουργοί, άτομα που λυγίζουν σίδερα ή καταπίνουν φωτιές, νάνους ή ιδιοκτήτες μικρών λούνα παρκ του δρόμου (Μερακλής, 2011). Σημαντική θέση ανάμεσα στους επαγγελματίες που δραστηριοποιούνταν στα πανηγύρια είχαν οι μουσικοί και οι τραγουδιστές καθώς ήταν υπεύθυνοι για την διασκέδαση του κοινού. Ορισμένοι από αυτούς ήταν επαγγελματίες μουσικοί, ενώ άλλοι ήταν ερασιτέχνες οι οποίοι συμμετείχαν, αποδεχόμενοι την πρόσκληση των ντόπιων που ήθελαν να τους θαυμάσουν από κοντά (Κακαμπούρα, 1999).

Συνήθως το ενδιαφέρον των μουσικών, κυρίως ορισμένων κατηγοριών όπως οι κλαρινίστες, στρεφόταν στην αποκόμιση ολοένα και μεγαλύτερου κέρδους, καθώς οι γιορτές αυτές αποτελούσαν την κύρια πηγή εισοδήματός τους. Οι τραγουδιστές είχαν ακόμη την δυνατότητα να διαφημίσουν τα τραγούδια τους και να κερδίσουν επιπλέον χρήματα εκμεταλλευόμενοι εμπορικά την γιορτή, πουλώντας τους δίσκους τους στο συγκεντρωμένο κοινό και αναρτώντας αφίσες προβάλλοντας την εμφάνισή τους. Τα μέλη της ορχήστρας μοιράζονταν ισόποσα τα κέρδη μετά την εμφάνισή τους ενώ στην περίπτωση που στο μουσικό σχήμα υπήρχε τραγουδιστής, λάμβαναν μεγαλύτερο μερίδιο. Συχνά η ορχήστρα διαπραγματευόταν την αμοιβή της με τον δήμαρχο του χωριού και απαιτούσε μεγαλύτερο χρηματικό ποσό σε περίπτωση που συνοδευόταν από χορευτές. Η αμοιβή των μουσικών παρουσίαζε διακυμάνσεις φανερώνοντας τις διαφορές μεταξύ των «πρώτων» και των «δεύτερων ονομάτων», των επαγγελματιών και των ερασιτεχνών. Πολλές φορές οι μουσικοί πληρώνονταν προκαταβολικά φοβούμενοι μια πιθανή αποτυχία, η οποία ερμηνεύεται με τον μικρό αριθμό συμμετεχόντων και επισκεπτών στο πανηγύρι (Delaporte, 2006, Davanelos, 1989).

Το ύψος της αμοιβής των μουσικών ήταν άμεσα συνδεδεμένο με την περιοχή στην οποία θα διεξαγόταν το πανηγύρι και επομένως τους κατοίκους της και τους επισκέπτες που θα παρευρίσκονταν. Για τους επαγγελματίες μουσικούς, οι οποίοι

βιοπορίζονταν από τα πανηγύρια τα παραπάνω στοιχεία έπαιζαν σημαντικό ρόλο στην επιλογή της εκδήλωσης στην οποία θα εμφανίζονταν. Συχνά επιθυμούσαν να εξασφαλίσουν εκ των προτέρων την συμμετοχή των εύπορων οικογενειών καθώς αυτό θα επηρέαζε άμεσα το ύψος της αμοιβής τους (Delaporte, 2006).

Ακόμη η αμοιβή των μουσικών επηρεαζόταν από τα κεράσματα των χορευτών. Στον Χαρακόπουλο (2006) διαβάζουμε ότι ο αρχηγός κάθε οικογένειας έριχνε χρήματα στα όργανα για να παίξουν το τραγούδι που ήθελε να χορέψει αυτός και η οικογένεια του. Στη συνέχεια σηκώνονταν για χορό και άλλες οικογένειες και με τη σειρά τους έδιναν και αυτές χρήματα στους οργανοπαίχτες και έτσι το γλέντι προχωρούσε. Οι πιο μερακλήδες δε, έριχναν όλα τους τα χρήματα για να χορέψουν τους αγαπημένους τους χορούς και να εντυπωσιάσουν.

Σε πολλές περιοχές, κυρίως στην Ήπειρο το επάγγελμα του οργανοπαίκτη εξασκούσαν συνήθως τσιγγάνοι (Ράφτης, 1985) οι οποίοι ασκούσαν ταυτόχρονα και το επάγγελμα του σιδηρουργού διότι η αμοιβή τους δεν ήταν ικανοποιητική και δεν μπορούσαν να καλύψουν τα έξοδα για την επιβίωσή τους. Είναι γεγονός πως το επάγγελμα του οργανοπαίκτη στην Ήπειρο θεωρούνταν υποδεέστερο και οι τσιγγάνοι οργανοπαίχτες αντιμετωπίζονταν με περιφρόνηση (Δήμας, 1993).

Σε πολλές περιοχές οι οργανοπαίχτες αμείβονταν σε είδος, συνήθως σε τρόφιμα. Στην Κάρπαθο οι μουσικοί αμείβονταν με κριθάρι. Κάθε οικογένεια προσέφερε τέσσερις οκάδες κριθάρι για τα όργανα και η ποσότητα που συγκεντρωνόταν μοιραζόταν ίσα στους μουσικούς. Η αμοιβή αυτή δεν ήταν μεγάλη καθώς οι οργανοπαίχτες έβλεπαν το επάγγελμα τους σαν λειτούργημα που σκοπό είχε την ψυχαγωγία της κοινότητας (Εθνογραφικά, 1992).

Σύμφωνα με τον Davanelos (1989), στα ελληνικά πανηγύρια οι μουσικοί ήταν σε μεγάλο βαθμό υπεύθυνοι για την άριστη παρουσίαση των πανηγυρικών εκδηλώσεων, ενώ φροντίζουν πάντα να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των χορευτών. Σύμφωνα με μαρτυρίες των συμμετεχόντων, οι μουσικοί παρουσίαζαν αξιοσημείωτη αντοχή στην διάρκεια των εκδηλώσεων, ενώ ποτέ δεν αρνούνταν να δουλέψουν περισσότερες ώρες. Αντίθετα οι τραγουδιστές φρόντιζαν να σταματούν συχνά για να ξεκουράζονται και να μην χάνουν τα διαλείμματά τους Κάποια από τα επαγγέλματα που εμφανίζονταν τις προηγούμενες δεκαετίες στα ελληνικά

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:
Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

πανηγύρια έχουν πλέον εξαλειφθεί (φωτογράφος, παγοπώλης), ωστόσο τα περισσότερα έχουν διατηρηθεί και θα μπορούσαμε να πούμε πως στη ελληνική επαρχία επιζούν λόγω της επιβίωσης του θεσμού των πανηγυριών (Davanelos, 1989).

Σύμφωνα με τους Walcot (1970) και Cambell (1964), το πανηγύρι, προάγει την επικοινωνία, την αλληλεγγύη και την αλληλοβοήθεια. Ωστόσο παρέχει και ένα πλαίσιο στο οποίο αναπτύσσονται και ανταγωνιστικές σχέσεις. Το στοιχείο αυτό είναι πιο έντονο σε επίπεδο χωριών και μπορεί να αφορά το ύψος των κερδών που αποκομίζει η κάθε κοινότητα από το πανηγύρι, η την επιτυχία της εκδήλωσης, κάτι που μετριέται με τον αριθμό των επισκεπτών. Ακόμη τα έργα υποδομής (επισκευή εκκλησίας ή κατασκευή κοινοτικού κέντρου) τα οποία πραγματοποιούνται χάρη στα κέρδη που αποφέρει το πανηγύρι αποτελούν παράδειγμα για τα γειτονικά σχετικά με την εκμετάλλευση πόρων που προέρχονται από παρόμοιες εκδηλώσεις (Walcot, 1970; Weiner, 1985).

Σύμφωνα με τον Κάβουρα (2000), στη σημερινή εποχή είναι έντονο το φαινόμενο της εμπορευματοποίησης των πανηγυριών και κυρίως του γλεντιού που τα συνοδεύει. Με το πέρασμα των χρόνων και την ανάδειξη των πανηγυριών σε κεντρικό εορταστικό δρώμενο, οι μαγαζάτορες διοργάνωναν μεγάλες μουσικές βραδιές εισάγοντας ένα νέο είδος ψυχαγωγίας με αστικά χαρακτηριστικά και μορφή παράστασης. Η διασκέδαση εμπορευματοποιήθηκε και απαιτείται πλέον χρηματική αμοιβή ή συμμετοχή. Η νεότερη μορφή διασκέδασης εισήγαγε νέα χαρακτηριστικά: α) ο τραγουδιστής/τραγουδίστρια κατέχει κεντρικό ρόλο στην σκηνή σε σχέση με το υπόλοιπο μουσικό σύνολο, β) συνακόλουθα, συγκεκριμένα μουσικά όργανα έχουν κεντρικό ρόλο καθώς θεωρούνται απαραίτητα για την ερμηνεία του ρεπερτορίου, γ) η μουσική υποστηρίζεται ηλεκτρικά (ενισχυτές, μικρόφωνα, μεγάφωνα) και δ) παλαιές μουσικές και εορταστικές πρακτικές έχουν εμπορευματοποιηθεί λόγω της καταναλωτικής νοοτροπίας που έχει επηρεάσει και την ψυχαγωγία. (Κάβουρας, 2000).

Έχοντας πλέον ως πρωταρχικό στόχο την συγκέντρωση πόρων, τα πανηγύρια έχουν χάσει τον παραδοσιακό τους χαρακτήρα κάτι που δυσχεραστεί πολλές φορές

την τοπική κοινότητα. Η δυσaráσκεια αυτή αντικατοπτρίζεται στις παρακάτω φράσεις των κατοίκων του χωριού Όλυμπος στην Κάρπαθο (Εθνογραφικά, 1992, σελ 59-60).

«Οι σημερινοί οργανοπαίκτες ούτε πατρίδα έχουν ούτε θρησκεία. Αυτοί μονάχα το χρήμα προσκυνάνε».

«Σήμερα οι νέοι και οι νέες δεν ενδιαφέρονται να μάθουν τα έθιμά μας. Οι άντρες δεν τραγουδάνε πια κι οι κοπέλες βγάλανε τη φορεσιά. Να γιατί ξένεψεν η Όλυμπος».

«Με τα λεφτά που 'φεραν απ' έξω οι μετανάστες χάλασαν το γλέντι, το χορό κι όλα τα έθιμά μας. Αυτοί κατάστρεψαν την Όλυμπο». (Εθνογραφικά, 1992, σελ 59-60).

Τέλος θα πρέπει να τονίσουμε πως αν και τα πανηγύρια παρουσιάζουν έκδηλα οικονομικά χαρακτηριστικά, δεν χάνουν τον κοινωνικό τους χαρακτήρα. Σε ολόκληρη την Ελλάδα, τα πανηγύρια οφείλονται σε μεγάλο βαθμό στην εθελοντική εργασία των κατοίκων που διοργανώνουν την γιορτή. Όλοι δουλεύουν έχοντας ένα κοινό στόχο και χωρίς υλική ανταμοιβή, προσφέροντας ο καθένας ό,τι μπορεί. Οι γυναίκες μαγειρεύουν, οι βοσκοί προσφέρουν ζώα, οι τυροκόμοι τυριά, οι ψαράδες ψάρια, οι αγρότες οπωροκηπευτικά, οι αμπελουργοί κρασιά κ.λπ. Προωθείται με αυτόν τον τρόπο ένα κλίμα αλληλεγγύης και ομαδικότητας καθώς και το αίσθημα κοινής καταγωγής που «δένει» την κοινότητα και ενισχύει τις σχέσεις (Πίττας, 2011).

2.9.1 Τουριστική διάσταση των πανηγυριών

Τα πανηγύρια εκτός των άλλων συμβάλλουν στην προώθηση του τουρισμού και των παραδόσεων ενός τόπου καθώς και στις πολιτισμικές ανταλλαγές μεταξύ των ξένων που επισκέπτονται την περιοχή και της ντόπιας κοινότητας. Σύμφωνα με τον Λουκάτο (2003), παρά τις πολιτιστικές τους διαφορές, οι Έλληνες και ξένοι που θα επισκεφθούν ένα πανηγύρι έχουν ως κοινό ενδιαφέρον να γνωρίσουν όλο το φάσμα της παράδοσης του κάθε τόπου. Οι Έλληνες συχνά παρακινούνται από τα ενδιαφέροντα των τουριστών, ενδιαφέρονται περισσότερο να γνωρίσουν την αρχαιολογική παράδοση (Καμπερίδου, 1993α), ενώ οι τουρίστες έρχονται σε επαφή με τη νεότερη παράδοση της Ελλάδας.

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

Οι Έλληνες παρακολουθώντας τους ξένους τουρίστες ενδιαφέρθηκαν για τ' αρχαιολογικά μνημεία τους. Σύντομα κατάλαβαν ότι μπορούσαν να εκμεταλλευτούν το αρχαιολογικό αυτό ενδιαφέρον και να αναπτύξουν τον τουρισμό περιοχών που βρίσκονται κοντά σε τέτοια σημεία. Κοντά στους Δελφούς αναπτύχθηκε η Αράχοβα, κοντά στη Δήλο η Μύκονος και κοντά στη Θάσο η Σκιάθος, το νησί του Παπαδιαμάντη αναπτύσσοντας έτσι και τον τουρισμό με έντονο το λαογραφικό στοιχείο (Λουκάτος 2003).

Κατά τα τελευταία χρόνια, οι ξένοι τουρίστες δεν ενδιαφέρονται μόνο για την αρχαιολογική παράδοση της χώρας μας αλλά και για τα λαϊκά εκείνα στοιχεία που παραμένουν ζωντανά στις μέρες μας. Για τον λόγο αυτό πλέον αποφεύγουν τις τυποποιημένες εκδρομές και τα αξιοθέατα που προτείνουν τα γραφεία τουρισμού και τείνουν να ανακαλύπτουν μόνοι νέα και πιο ενδιαφέροντα στοιχεία της νεότερης παράδοσης, επισκεπτόμενοι καινούργια μέρη και συμμετέχοντας στην ζωή της τοπικής κοινωνίας (έθιμα, πανηγύρια).

Ο Λουκάτος (2003) στο βιβλίο του αναφέρει τη συζήτησή του με ένα τουρίστα: *«Ένας Γάλλος τουρίστας, όταν γυρνούσε από τοπικά ταξίδια του στις επαρχίες μας: «Αν ένα ελικόπτερο μ' έφερνε στην Ακρόπολη και με ξανάπαιρνε αμέσως για τη χώρα μου, δεν θα μάθαινα εκεί πάνω πολλά περισσότερα από όσα είχα μάθει στα βιβλία. Με το να έχω πάει όμως στην Κρήτη και στα νησιά, στη Ρούμελη και στον Μοριά, με το να έχω δει τούς ανθρώπους στα έργα και στις ψυχαγωγίες τους, στις χαρές και στα μοιρολόγια τους, στις πολιτικές συζητήσεις και στους εμπορικούς ανταγωνισμούς των, στην εκκλησιά, στο θέατρο, στον γιαλό, πλαισίωσα τοπικά και χρονικά, μ' έναν τέλειο τρόπο, το μάθημα της Ακρόπολης. Μπόρεσα να βαδίσω αναδρομικά από το σήμερα στο τότε και να καταλάβω τη σύσταση και τα βιώματα του αρχαίου ελληνισμού... Με τα σπίτια της Αίγινας εξήγησα τον Αριστοφάνη και με τις κολονίτσες της αστικής βεράντας σας κατάλαβα, ναι, την Κνωσό και τον Παρθενώνα ...»* (Λουκάτος, 2003, σελ. 130-131)

Εκτός από τους ξένους τουρίστες, και οι Έλληνες οι «αποξενωμένοι αστοί», συμμετέχοντας σε τοπικές γιορτές και πανηγύρια, μπορούν να έρθουν πιο κοντά

στην παράδοσή τους και να γνωρίσουν πολιτιστικά στοιχεία που ακόμα είναι ζωντανά:

«Το πλατάνι του χωριού με τη βρύση και τα καφενεία ολόγυρα, το φιλόξενο χωρικό σπίτι με την αυλή και το νοικοκυριό του, την αγορά με τις δοσοληψίες της, την τεχνική των λαϊκών μεταφορών, τούς τρόπους της συγκομιδής, τα παλιά σύνεργα της γεωργίας και της κτηνοτροφίας μας, τα νέα, που έχουν αποδεχτεί οι χωριάτες, τις τοπικές καλλιέργειες της σταφίδας και τού καπνού, τη φωνή του ντελάλη και τού ψαρά, το νανούρισμα της μάνας και το παραμύθι της γιαγιάς, το ντύσιμο της σύγχρονης χωρικής, το κουβάλημα τού νερού, τη βιοπάλη του νοικοκυριού, τη λαϊκή ζωή της εκκλησίας, την κηδεία, τον γάμο, το πανηγύρι (το αληθινό πανηγύρι με το κουρμπάνι και τη χορευτική σύναξη, αυτό που ζει από παράδοση και δεν το οργανώνουν τουριστικά)» (Λουκάτος, 2003, σελ. 129-130).

Κατά τον Λουκάτο (2003) η στροφή του ενδιαφέροντος προς την ελληνική λαογραφία και παράδοση καθώς και η επίδραση της επιστημονικής λαογραφίας έχει συμβάλλει στην αναπαράσταση τοπικών εθίμων και στην οργάνωση πανηγυριών και εορτών όπου αναβιώνει το παραδοσιακό στοιχείο (δημοτικά τραγούδια και χοροί, λαϊκή τέχνη, παραδοσιακό ντύσιμο κ.α.).

Πολλά από αυτά τα πανηγύρια δεν διοργανώνονται προς τιμήν κάποιου αγίου, ή λόγω μιας θρησκευτικής γιορτής αλλά έχουν ως στόχο την οικονομική εκμετάλλευση του θεσμού αυτού. Μόλις οι κάτοικοι των τουριστικών περιοχών, κυρίως των ελληνικών νησιών, καθώς διαχρονικά δέχονται μεγαλύτερο αριθμό τουριστών, διαπίστωσαν ότι οι ξένοι τουρίστες ενδιαφέρονταν για την λαογραφία του τόπου ήθη και έθιμα τα οποία ίσως και οι ίδιοι θεωρούσαν οπισθοδρομικά ή ξεπερασμένα, σκέφτηκαν ότι θα μπορούσαν να τα προβάλλουν και να τα εκμεταλλευτούν ώστε να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες και να τονώσουν την οικονομία. Η προβολή του λαϊκού πολιτισμού κάθε τόπου αποτέλεσε κυρίαρχο παράγοντα της τουριστικής ανάπτυξης οδηγώντας στην υιοθέτηση των επιταγών του φολκλοριστικού κινήματος, που είχε εμφανιστεί στην Ευρώπη ήδη μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο (Βαρβούνης, 2013).

Αναπτύχθηκαν επομένως διάφορες γιορτές ανά την Ελλάδα όπως οι «γιορτές του πατέρα» ή «γιορτές» που σχετίζονται με τα διάφορα τοπικά γεωργικά προϊόντα

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

κάθε περιοχής (κεράσια, πατάτες, μανιτάρια, φιστίκια κ.λπ.), αλλά και τα διάφορα τοπικά πανηγύρια τα οποία δεν συμπίπτουν με τον εορτασμό της μνήμης κάποιου αγίου. Η σύνθεση των πανηγυρικών εκδηλώσεων περιλαμβάνει διασκέδαση με την παραδοσιακή μουσική και τοπικούς χορούς, παραστάσεις τοπικών χορευτικών συγκροτημάτων διαφόρων συλλόγων, κατανάλωση χαρακτηριστικών τοπικών φαγητών που παρασκευάζονται στην περιοχή κ.λπ. Με αυτό τον τρόπο τα πανηγύρια απομακρύνονται από τις παραδοσιακές μορφές τους και δημιουργείται μια νεότερη μορφή με στοιχεία που είναι άξια λαογραφικής μελέτης (Βαρβούνης, 2013).

Ακόμη και σε αυτό το πλαίσιο, οι επισκέπτες ενός τόπου τόσο οι Έλληνες, αλλά κυρίως οι ξένοι γνωρίζουν και άλλες πτυχές της ελληνικής παράδοσης εκτός από τις τυπικές και «πολυδιαφημισμένες» όπως η Ακρόπολη, η Πλάκα ή τα μεγάλα ελληνικά νησιά όπως η Κέρκυρα, η Μύκονος και η Σαντορίνη. Η αναβίωση εορτών και εθίμων και το μεγάλο ενδιαφέρον του κοινού προς αυτά ανυψώνει το αίσθημα περηφάνιας της τοπικής κοινωνίας για την πολιτιστικής της κληρονομιάς, καθώς και αποτελεί σημαντική πηγή εσόδων, τονώνοντας την τοπική οικονομία (Λουκάτος, 2003).

Πανηγύρια, ίσως πιο εκμοντερνισμένα γίνονται όχι μόνο στην ελληνική επαρχία αλλά και την πρωτεύουσα και άλλα μεγάλα αστικά κέντρα. Χαρακτηριστικό είναι το πανηγύρι της Αγίας Μαρίνας που πραγματοποιείται κάθε καλοκαίρι (16-17 Ιουλίου) στο χώρο του Θησείου στην Αθήνα. Το πανηγύρι αυτό αλλά και άλλα παρόμοια αναβιώνουν παραδοσιακά στοιχεία στην σύγχρονη πραγματικότητα και δίνουν την ευκαιρία στους επισκέπτες, Έλληνες και τουρίστες, να πάρουν μια γεύση της ελληνικής θρησκευτικότητας κι εκκλησιαστικής λατρείας (Λουκάτος, 2003).

Στην σημερινή εποχή, ο θρησκευτικός και λατρευτικός χαρακτήρας του πανηγυριού αυτού έχει δώσει την θέση του στον εμπορικό. Στον Λουκάτο διαβάζουμε:

«...στη σειρά, προς τον μεγάλο δρόμο που κατηφορίζει από την Ακρόπολη, πάγκοι μικροπωλητών με πανηγυριστικά είδη, από εικόνες αγίων ως εικόνες

καλλονών κι από κούκλες και παιγνίδια ως σταυραλυσίδες και αφιερώματα Τα χρώματα τους μοντέρνα, χτυπητά, σαν των λουλουδιών οπού τραβούν τις μέλισσες, δίνουν μια έντονη χαρά, καθώς προβάλλονται στα πεύκα του Αρείου Πάγου, κάτω από τον ατάραχο και καταδεχτικό βράχο της Ακρόπολης. Ό ήλιος, γέρνοντας στη δύση του, περνάει ροδοκόκκινος πάνω από τα χρώματα και τα παιγνίδια και πάει να τελειώσει χρυσός στην αιώνια τοπιακή γνωριμία του στα πλάγια του βράχου, στα λευκά μνημεία του και στους νταντελένιους κίονες του Παρθενώνα» (Λουκάτος, 2003, σελ. 95-96)

Τα πανηγύρια των πόλεων αποτελούν απογόνους των ψυχαγωγιών του χωριάτικου πανηγυριού (της κούνιας στα δέντρα, τις καβάλες στα γαϊδουράκια κ.λπ.) ή του μεγάλου προσκυνήματος με τους πλανόδιους θαυματοποιούς. Επομένως μια πιο οργανωμένη προσπάθεια προβολής τους, και όχι μόνο των χωριάτικων πανηγυριών, κρίνεται αναγκαία (Λουκάτος, 2003).

2.9.2 Πολιτιστική διαχείριση και πολιτιστικό marketing

Ο τομέας της πολιτιστικής διαχείρισης είναι κεντρικής σημασίας για την διαφύλαξη και την προώθηση του πολιτισμού. Ο όρος «διαχείριση» (management) «έχει εξελιχθεί σχεδόν σε κοινό τόπο, που σχετίζεται με κάθε μορφή οργάνωσης και διοίκησης η οποία θέλει να παρουσιάσει την εικόνα του μοντέρνου και του σύγχρονου» (Μπιτσάνη, 2004, σελ. 89).

Η πολιτιστική διαχείριση στοχεύει πρωτίστως στην παραγωγή πολιτιστικής δραστηριότητας και έπειτα στο οικονομικό όφελος. Απορρέει από τον πολιτισμό, ώστε να οδηγήσει στην εύρεση τρόπων που θα ενδυναμώσουν και θα προωθήσουν τον πολιτισμό και την τέχνη. Απαραίτητο είναι να καθορίσουμε ποια «προϊόντα» απαιτούν διαχείριση. Είναι λογικό πως δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στην καθημερινή ζωή δεν χρήζουν πολιτιστικής διαχείρισης, σε αντίθεση με τις πολιτιστικές δραστηριότητες. Με αυτή την έννοια, αντικείμενο της πολιτιστικής διαχείρισης αποτελεί ο καθορισμός, ο σχεδιασμός και η πραγματοποίηση των στόχων της πολιτιστικής πολιτικής, η αξιοποίηση των πολιτιστικών αγαθών και του

πολιτιστικού κεφαλαίου και η διοργάνωση δραστηριοτήτων με σκοπό την ανάδειξη του πολιτισμού (Μπιτσάνη, 2004).

Σε αυτό το σημείο πρέπει να επισημανθεί πως σημαντικό ρόλο στην επιτυχία των στόχων της πολιτιστικής διαχείρισης είναι η τοποθέτηση ικανών ατόμων σε κατάλληλες θέσεις. Οι φορείς ή τα άτομα (διαχειριστές) που αναλαμβάνουν αυτή την ευθύνη πρέπει να διαθέτουν γνώσεις γύρω από διάφορους πολιτιστικούς τομείς, να χαρακτηρίζονται από καλλιτεχνικό αισθητήριο, και να μπορούν να προβούν στις απαραίτητες ενέργειες για την προώθηση του πολιτισμού. Σε περίπτωση που ο πολιτιστικός διαχειριστής δεν είναι κατάλληλος, υποβόσκει το ρίσκο η πολιτιστική πολιτική να στραφεί προς δευτερεύοντες στόχους (οικονομικούς) (Μπιτσάνη, 2004).

Με τον όρο marketing εννοούμε την κοινωνική διαδικασία και τη διαδικασία διοίκησης, με την οποία άτομα και ομάδες αποκτούν ό,τι χρειάζονται και επιθυμούν, μέσω της παραγωγής, της προσφοράς και της ανταλλαγής προϊόντων που έχουν αξία γι' αυτούς, με άλλα (Kotler, 2000).

Η λογική του marketing δεν αφορά μόνο τους τομείς της αγοράς και των επιχειρήσεων αλλά μπορεί να επεκταθεί και σε μεγάλο φάσμα των ανθρώπινων δραστηριοτήτων συμπεριλαμβανομένου και του πολιτισμού. Το marketing αφορά ακόμα και κοινωφελείς οργανισμούς καθώς αποτελεί μια διαδικασία, η οποία στοχεύει στην ικανοποίηση των αναγκών του ατόμου (Kotler & Levy, 1969)

Όπως είναι φανερό και από τον ίδιο τον όρο, το marketing εμφανίστηκε με τη γέννηση του εμπορίου, ωστόσο, ως επιστημονική θεωρία αναπτύσσεται σταδιακά τα τελευταία εβδομήντα χρόνια. Έχοντας ως αφετηρία την αρχή της απλής ανταλλαγής, σταδιακά αρχίζει να εστιάζει στην παραγωγή, στις πωλήσεις, στην δημιουργία τμημάτων μάρκετινγκ και, από το 1960 και έπειτα, στον συντονισμό δράσεων. Το πολιτιστικό μάρκετινγκ εμφανίζεται στα τέλη της δεκαετίας του '70 με αρχές της δεκαετίας του '80 στις ΗΠΑ, όπου εντάσσεται δυναμικά στη δράση των πολιτιστικών οργανισμών καθώς η ιδιωτική πρωτοβουλία στον τομέα του πολιτισμού είναι πιο αναπτυγμένη σε σχέση με την κρατική (Κουρή, 2008β).

Η έννοια του πολιτιστικού marketing συνίσταται στην προσέγγιση των τμημάτων της αγοράς που πιθανώς ενδιαφέρονται για κάποιο προϊόν παράλληλα με τον καθορισμό των εμπορικών μεταβλητών του προϊόντος όπως τιμή, διανομή και προβολή. Οι ενέργειες αυτές, στοχεύουν στη σύνδεση του προϊόντος με ικανοποιητικό αριθμό καταναλωτών και την επίτευξη στόχων σύμφωνων με την δράση της πολιτιστικής οργάνωσης (Colbert, 2001).

Ο τομέας του πολιτιστικού marketing στην Ελλάδα αλλά και σε άλλες χώρες είναι υποβιβασμένος και εκλαμβάνεται ως περιττό έξοδο. Λίγοι οργανισμοί διαθέτουν ισχυρά τμήματα marketing, συχνά όμως με περιορισμένη δράση χωρίς να αξιοποιούν όλες τις δυνατότητες τους για την προώθηση του έργου της, λόγω έλλειψης ανθρώπινου δυναμικού οικονομικών και υλικοτεχνικών πόρων (Κουρή, 2008α).

Ωστόσο το 1959, ο θεωρητικός του management Peter F. Drucker δήλωσε πως το marketing στοχεύει στο να «κάνει τις πωλήσεις περιττές», εννοώντας πως η εκάστοτε οργάνωση «οφείλει όχι να δίνει έμφαση στην εκτεταμένη χρήση προωθητικών και διαφημιστικών μέσων για την επίτευξη γρήγορου κέρδους (sales orientation - εστίαση στις πωλήσεις), αφού μια τέτοια στρατηγική δεν εγγυάται μακροπρόθεσμα την διατήρηση των πελατών και την αύξηση των πωλήσεων, αλλά να τοποθετεί στο επίκεντρο τον πελάτη επιδιώκοντας την ουσιαστική ικανοποίηση των αναγκών του στα πλαίσια των δυνατοτήτων και της αποστολής της (customer orientation - εστίαση στον πελάτη)» (Κουρή, 2008α).

Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι δεν επιδιώκει γρήγορο κέρδος, αλλά την ικανοποίηση των αναγκών του αγοραστικού κοινού. Άλλωστε, ετυμολογικά ο όρος marketing προέρχεται από την λέξη market (αγορά), ο οποίος μπορεί να οριστεί ως «ομάδα δυνητικών πελατών με παρόμοιες ανάγκες ή επιθυμίες, πρόθυμους και σε θέση να ανταλλάξουν κάτι αξίας με εκείνους που προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες, που ικανοποιούν τις ανάγκες και τις επιθυμίες αυτές» (Κουρή, 2008α).

Επομένως, οι στόχοι του πολιτιστικού marketing είναι ως επί το πλείστον ποιοτικής φύσεως, εν αντιθέσει με τους ποσοτικούς στόχους που θεσπίζει η αγορά, ενώ η οπτική γωνία των οργανώσεων και οργανισμών αυτού του είδους δεν πρέπει

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

να είναι αυτή της προσφοράς και της ζήτησης, δηλαδή του καταναλωτή των πολιτιστικών προϊόντων (Meler, 2005).

Σύμφωνα με το «Μανιφέστο του Πολιτιστικού Marketing» (Fillis, 2002), το προφίλ του πολιτιστικού marketing συντίθεται από την ικανότητά του να παράγει αξίες και να τις περνά στις επόμενες γενιές, να συμβάλλει στη διαμόρφωση των απόψεων του κοινού, καθώς επίσης να πρωτοπορεί διατυπώνοντας καινοτόμες ιδέες και επιχειρηματικές προτάσεις. Εξίσου σημαντικές είναι η δυνατότητά του να κατανοεί τη μεταβλητή φύση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος, να λειτουργεί αποτελεσματικά υπ' αυτές τις συνθήκες και να αξιοποιεί αντί να αντιμάχεται την αλλαγή. Άκρως σημαντική θεωρείται και η ικανότητά του όχι απλώς να μεταδίδει ιδέες αλλά να δημιουργεί τις κατάλληλες συνθήκες για περαιτέρω προβληματισμό πέρα από στεγανά και προκαταλήψεις.

2.10 Η θρησκευτική διάσταση των πανηγυριών και οι άγιοι προστάτες των επαγγελματικών κλάδων

Στην Ελλάδα η πλειοψηφία των πανηγυριών είναι τα θρησκευτικά πανηγύρια, τα οποία πραγματοποιούνται την ημέρα της ονομαστικής εορτής του πολιούχου αγίου της περιοχής και έχουν ως πυρήνα την εκκλησία που είναι αφιερωμένη στον άγιο. Η κάθε περιοχή έχει την δική της ξεχωριστή θρησκευτική γιορτή όπου συχνά εκτός από τους ντόπιους κατοίκους συμμετέχουν και επισκέπτες. Άλλωστε η μετακίνηση με σκοπό το προσκύνημα δεν αποτελεί φαινόμενο της σύγχρονης περιόδου. Το προσκύνημα και η μετάβαση σε ιερούς τόπους αποτελούν την παλαιότερη μορφή μετακίνησης στην ιστορία της ανθρωπότητας, καθώς πάντοτε οι άνθρωποι επιζητούσαν την επικοινωνία με το Θείο τόπους (Μοίρα, 2009). Το θρησκευτικό συναίσθημα και η επιθυμία επίσκεψης ιερών χώρων αποτελούν κίνητρα για την πραγματοποίηση του ταξιδιού (Jackowski & Smith, 1992, Metreveli & Dallen, 2010, Olsen & Dallen, 2006).

Σε πολλά μέρη του κόσμου, ανεξαρτήτως θρησκείας, τα ταξίδια για θρησκευτικούς λόγους εμπεριείχαν και ψυχαγωγικό χαρακτήρα. Στην Ελλάδα, η μετακίνηση με σκοπό το προσκύνημα παρατηρείται από την αρχαιότητα, όταν

πολλοί ταξιδιώτες επισκέπτονταν κέντρα λατρείας και ιερούς τόπους και συμμετείχαν σε ιερές εκδηλώσεις ή τελετές με σκοπό τη λήψη χρησμού για το μέλλον, την αναζήτηση θεραπείας κ.λπ (Dillon, 1997, Σφακιανάκης, 2000).

Σύμφωνα με τους Nolan & Nolan (1989) το προσκύνημα σε ιερούς τόπους αποτελεί το κυρίαρχο κίνητρο των προσκυνητών. Οι πιστοί επισκέπτονται ιερά μέρη τα οποία συνδέουν με κάποιο ιερό πρόσωπο ή κάποιο ιερό αντικείμενο που συνδέεται με αυτό. Συχνά σε αυτά τα μέρη είχε λάβει μέρος ένα θαύμα και το προσκύνημα στο μέρος αυτό συμβολίζει την προσδοκία για ένα καινούργιο θαύμα (Turner & Turner 1978). Τα προσκυνήματα και οι ιεροί τόποι έχουν κατηγοριοποιηθεί με διάφορους τρόπους ανάλογα με την θρησκευτική σημασία και το αντικείμενο της αφοσίωσης (π.χ. θαύματα, εικόνες, λείψανα), την τοποθεσία και τα κίνητρα των επισκεπτών (π.χ. ιερά βουνά, ενεργοί θρησκευτικοί χώροι, μη ενεργοί, ιερές πηγές) τη λειτουργία τους, την ιστορία τους κ.λπ. (Moir, Mylonopoulos, & Parthenis, 2009a; Moira, Parthenis, Kontoudaki, & Katsoula, 2009; Nolan & Nolan, 1989; Sackley, 2001).

Τα ιερά αντικείμενα (εικόνες, λείψανα) στα οποία μάλιστα έχουν αποδοθεί και θαυματουργές ιδιότητες αυξάνουν συνήθως την δημοτικότητα και την επισκεψιμότητα των θρησκευτικών πανηγυριών. Αυτά συνδέονται με τις θείες δυνάμεις του ιερού προσώπου και επομένως αποτελούν κεντρικά αντικείμενα ενδιαφέροντος των πιστών (περιφορά, προσκύνημα) (Terzidou, 2010).

Τα πανηγύρια και οι εορταστικές εκδηλώσεις προς τιμή κάποιου αγίου/ας δεν έχουν μόνο θρησκευτικό χαρακτήρα. Έντονο είναι το κοινωνικό καθώς και το οικονομικό στοιχείο. Στα θρησκευτικά πανηγύρια συγκεντρώνονται πολλοί επισκέπτες, όπου εκτός από το θρησκευτικό συναίσθημα που θέλουν να εκπληρώσουν, συνδυάζουν και τις αγορές τους, αφού υπάρχει και το στήσιμο μιας λαϊκής αγοράς (Βαρβούνης, 1995)

Γενικά στο πανηγύρι παρατηρούμε ξανά το συμμίγνυμα εκείνο χαρακτήρα θρησκευτικών, καταρχήν, εκδηλώσεων, που μεταβάλλονται σε κοινωνικές, οικονομικές, ψυχαγωγικές εκδηλώσεις, ενώ δεν παύει να αναγνωρίζεται το αρχικό ιδεολογικό στοιχείο τους, ως στοιχείο μάλιστα καθοριστικό. (Μερακλής, 1986). Κατά τον Σιέττο (1975), ο σκοπός για τον οποίο καθιερώθηκαν τα πανηγύρια ήταν

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

τόσο θρησκευτικός όσο και κοινωνικός. Οι πιστοί συνήθιζαν να επισκέπτονταν την εκκλησία και προσκυνούσαν (θρησκευτικός χαρακτήρας) και έπειτα συμμετείχαν στις τελετές και στα πανηγύρια που ακολουθούσαν (κοινωνικός χαρακτήρας). Αυτές οι θρησκευτικές εορτές, ιδιαίτερα αυτές που λαμβάνουν χώρα κατά τις λαμπρότερες στιγμές του Χριστιανισμού (Χριστούγεννα, Πάσχα, Δεκαπενταύγουστος) καλύπτουν τις ανάγκες των πιστών να ξεφύγουν από την πεζή καθημερινότητα και τα προβλήματά τους (Σιέττος, 1975).

Παλαιότερα κατά την ονομαστική εορτή κάποιων αγίων γιόρταζαν και οι επαγγελματικοί κλάδοι των οποίων θεωρούνταν προστάτες. Το γεγονός αυτό είναι άμεσα συνυφασμένο με τον κοινωνικό και θρησκευτικό χαρακτήρα των θρησκευτικών γιορτών. Ο κάθε επαγγελματικός κλάδος επέλεγε έναν ομότεχνο άγιο και τον τιμούσε ως Άγιο Προστάτη την ημέρα της ονομαστικής του εορτής. Οι επαγγελματίες του κάθε κλάδου κατά την ημέρα εκείνη ενώνονταν, με οικονομική σκοπιμότητα και προέβαλαν τον κοινωνικό τους ρόλο και την επαγγελματική χρησιμότητα τους, αναλαμβάνοντας φιλανθρωπίες και κοινωνικά έργα (ίδρυναν νοσοκομεία, άσυλα, ορφανοτροφεία, ή συντηρούσαν σχολεία) (Λουκάτος, 2003).

Οι προστάτες άγιοι επιλέγονταν με διαφορετικά κριτήρια, γι' αυτό και παρουσιάζονταν αλλαγές από τόπο σε τόπο ή από τα παλιότερα χρόνια στα σημερινά. Στις μέρες μας δεν τηρείται το έθιμο των προστατών αγίων, τουλάχιστον όχι σε ευρεία κλίμακα. Ορισμένες γιορτές που ακόμα γιορτάζονται είναι: των Τριών Ιεραρχών (30 Ιαν.) για τα Σχολεία και τούς εκπαιδευτικούς, του άγ. Τρύφωνα (1 Φεβρ.) για τούς κηπουρούς και ανθοπώλες την Καθαρή Δευτέρα για τούς γαλατάδες, του άγ. Χριστόφορου (9 Μαΐου) για τους σωφέρ, των Αγ. Αποστόλων (30 Ιαν.) για τούς ψαράδες, του προφήτη Ηλία (20 Ιουλ.) για τούς γουναράδες, των άγ. Αναργύρων (1 Νοεμβρ.) για τους γιατρούς, των Ταξιαρχών (8 Νοεμβρ.) για τούς κρεοπώλες, του άγ. Νικολάου (6 Δεκεμβρ.) για τούς ναυτικούς, του άγ. Σπυρίδωνος (12 Δεκεμβρ.) για τους τσαγκάρηδες ή αγγειοπλάστες, του Αγ. Ελευθερίου (15 Δεκεμβρ.) για τις μαμμές κλπ. (Λουκάτος, 2003)

Αυτό το λαϊκό έθιμο υιοθετήθηκε και από ορισμένους κρατικούς οργανισμούς που έχουν ως προστάτες συγκεκριμένους αγίους σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά τους. Το Πυροβολικό έχει προστάτρια την αγία Βαρβάρα, καθώς σύμφωνα με την παράδοση ο θεός κεραύνωσε τον πατέρα της. Η αεροπορία έχει τους Ταξιάρχες και το πεζικό του Στρατού έχει τον Αη-Γιώργη λόγω των ιδιοτήτων που του αποδίδονται, καβαλάρης, μαχητής και «τροπαιοφόρος» (Λουκάτος, 2003).

Στην καθολική παράδοση τα σύγχρονα επαγγέλματα συνδέονται με αγίους προστάτες οι οποίοι θεωρούνται «συνάδελφοι» ή των οποίων το όνομα θυμίζει την συγκεκριμένη εργασία. Έτσι στις ευρωπαϊκές χώρες συναντάμε συχνά άγιο προστάτη π.χ. για τούς βιβλιοπώλες, τούς δικηγόρους, τούς ποδοσφαιριστές κ.α. (Λουκάτος, 2003).

Σύμφωνα με τον Λουκάτο κάτι παρόμοιο θα μπορούσε να γίνεται και στην Ελλάδα. Ο κάθε κλάδος θα μπορούσε να επιλέγει έναν άγιο προστάτη σύμφωνα με την ετυμολογία του ονόματός του και να γιορτάζει την ημέρα της ονομαστικής του εορτής, π.χ. ο άγιος Νέστορας για τούς αθλητές, ο άγιος Ευστάθιος για τούς κυνηγούς, ο άγιος Ανθέμιος ή Υάκινθος για τούς ανθοπώλες, ο ευαγγελιστής Λουκάς για τούς ζωγράφους, η οσία Μελάνη για τούς δημοσιογράφους και τούς τυπογράφους ή τούς συγγραφείς, και ο άγιος Προκόπιος για τούς φοιτητές (Λουκάτος, 2003).

2.11 Η κοινωνική διάσταση των πανηγυριών

Τα πανηγύρια αποτελούν αφορμή για ψυχαγωγία, για επικοινωνία, για γνωριμίες των νέων του χωριού ή και της περιοχής, για προξενιά, για επαγγελματικές και εμπορικές συναλλαγές και γενικά για τη σύσφιξη των σχέσεων και τη διατήρηση και ανάπτυξη φιλικών σχέσεων. Είναι ακόμα μια ευκαιρία κοινωνικής συνάθροισης, που υπενθυμίζει την κοινή καταγωγή και ενδυναμώνει τη συνοχή της κοινότητας μέσα από την παράδοση. Παλαιότερα, τα πανηγύρια τους κατοίκους των χωριών αποτελούσαν μια από τις λιγοστές διεξόδους στη διασκέδαση.

Ο Χαρακόπουλος (2006) περιγράφει το πανηγύρι του «Αγίου Νικολάου του εν Βουναίνους» ως ένα από τα λαμπρότερα στην περιοχή της Θεσσαλίας με έντονο το

θηρσκευτικό στοιχείο αλλά και το οικονομικό-εμπορικό (εμποροπανήγυρη). Ωστόσο το πανηγύρι αυτό αποτελούσε και ευκαιρία ψυχαγωγίας και απόδρασης στη φύση λόγω της εποχής που λάμβανε χώρα, στις 9 Μαΐου, και του τόπου του προσκυνήματος.

Κατά την διάρκεια του πανηγυριού οι κάτοικοι βρίσκουν την ευκαιρία να συσπειρωθούν και να επικοινωνήσουν. Έτσι προωθούνται και επαναπροσδιορίζονται οι κοινωνικές, οικογενειακές και φιλικές σχέσεις. Σύμφωνα με τον Παπακώστα (2014), το πανηγύρι και η συγγένεια είναι δύο έννοιες αλληλοσυμπληρωματικές. Φίλοι και συγγενείς συνυπάρχουν, συνεργάζονται για την οργάνωση του πανηγυριού και έπειτα διασκεδάζουν όλοι μαζί με τους επισκέπτες στον τόπο. Όπως διαβάζουμε, σημαντικό παράδειγμα αποτελούν τα χωριά Τυχερό και Φέρες του Έβρου, δύο συγγενικά χωριά των οποίων οι κάτοικοι επισκέπτονται και συμμετέχουν στις εκδηλώσεις του άλλου χωριού (Παπακώστας, 2014).

Οι κοινωνικές σχέσεις ενισχύονται με τις επισκέψεις κατοίκων κατά την διάρκεια των πανηγυρικών εκδηλώσεων και με την αμοιβαία φιλοξενία. Παρά τη μεγάλη κόπωση το πανηγύρι αποτελεί ένδειξη κοινωνικής ισχύος και υπεροχής στην ευρύτερη κοινωνία. Δεν αφορά μόνο την κοινότητα που διοργανώνει τις εκδηλώσεις αλλά και τις υπόλοιπες κοντινές επιβεβαιώνοντας τις σχέσεις τους. (Παπακώστας, 2014).

Παλαιότερα κυρίως, μέσα από τις διάφορες δραστηριότητες που λάμβαναν χώρα (για παράδειγμα, χορός) διευκολύνονταν οι επαφές μεταξύ των δύο φύλων καθώς και οι γνωριμίες. Είναι χαρακτηριστικό ότι πολλά προξενιά γίνονταν κατά την διάρκεια του χορού του πανηγυριού, αναδεικνύοντας την εκδήλωση αυτή ως ένα βασικό παράγοντα στη διεύρυνση και την αναπαραγωγή του θεσμού της οικογένειας (Παπακώστας, 2014).

Ένα σημαντικό γνώρισμα των πανηγυριών είναι πως κατά την διάρκειά τους οι συμμετέχοντες, στα πλαίσια του εορτασμού και της γιορτινής ατμόσφαιρας έχουν την διάθεση να αφήσουν πίσω τους τις διαφορές και να ξαναχτίσουν την σχέση τους (Bakhtin 1989). Το παραπάνω γνώρισμα ενισχύεται από την ανάγκη

συνεργασίας για την επιτυχή διεξαγωγή του πανηγυριού. Πολλές φορές αυτή η συλλογική δουλειά των κατοίκων οδηγεί σε ολοκλήρωση έργων υποδομής σημαντικών για την κοινότητα. Σε περίπτωση αναβολής κάποιου δρώμενου, χωρίς να συντρέχει σοβαρός λόγος (π.χ. πρόσφατος θάνατος) αποτελεί ένδειξη ανικανότητας των συμμετεχόντων να παραμερίσουν τις διαφορές τους και να συνεργαστούν για το κοινό καλό. Επομένως, η ικανότητα συνεργασίας των κατοίκων ακόμη και σε ανταγωνιστικό πλαίσιο, η επιτυχής διοργάνωση του πανηγυριού καθώς και τα έργα υποδομής που πραγματοποιούνται αποτελούν ζητήματα τιμής για την κοινότητα (Beidelman, 1989; Elias, 1997).

Πολλές φορές ολόκληρη η κοινότητα μετακινείται ώστε να πραγματοποιήσει το πανηγύρι σε ένα μέρος ιδιαίτερης σημασίας. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί το χωριό Όλυμπος στην Κάρπαθο. Σύμφωνα με τον Παπακώστα (2014), οι κάτοικοι του χωριού μετακινούνται με όλα τα διαθέσιμα μέσα, με τα πόδια, με ζώα ή με καΐκια στην τοποθεσία Βρουκούντα για να γιορτάσουν το πανηγύρι του Αϊ-Γιάννη του Βαπτιστή, στις 29 Αυγούστου. Η πράξη αυτή έχει συμβολικό χαρακτήρα καθώς η Όλυμπος γνώρισε μεγάλο μεταναστευτικό κύμα, κυρίως προς την Αμερική, κατά τις δεκαετίες του 1950 και 1960 και με αυτό τον τρόπο αναπαριστάται η συλλογική βούληση της κοινότητας για επανασύνδεση των μελών της, τόσο των ντόπιων όσο και των ξενιτεμένων.

Κατά τον Godelier (1999), οι κάτοικοι μέσω της συμμετοχής τους στα πανηγυρικά δρώμενα, επιβεβαιώνουν την κοινή τους ταυτότητα και δημιουργούν άρρηκτες σχέσεις με τον τόπο τους. Παρόμοια άποψη εκφράζει και ο Wiener (1985), παρομοιάζοντας το πανηγύρι ως το μέσο που μεταφέρει το παρελθόν στο μέλλον, βοηθώντας το άτομο να κατανοήσει την ιστορία και την παράδοση του τόπου του, που αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της ταυτότητάς του. Οι Dietler και Hayden (2001), υποστηρίζουν ότι το πανηγύρι αποτελεί «μία κεντρική αρένα που έχει μία βαθιά επίδραση στην πορεία των ιστορικών μεταβολών» (σελ. 16). Το πανηγύρι έχει την δυνατότητα να αναδημιουργήσει κοινωνικό-οικονομικές δομές και να κατευθύνει την αλλαγή σε νέες κατευθύνσεις (Kapferer, 2004).

Ο θεσμός των πανηγυριών είναι ένας ζωντανός και διαχρονικός θεσμός που εξελίσσεται μαζί με την κοινωνία. Ο Β΄ Παγκόσμιος πόλεμος αποτέλεσε χρονικό

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

ορόσημο για τον θεσμό των πανηγυριών. Την περίοδο εκείνη παρατηρήθηκε έντονη μετανάστευση κατοίκων από τα χωριά προς τα μεγάλα αστικά κέντρα αλλά και το εξωτερικό. Παράλληλα, η εκμηχάνιση των μέσων παραγωγής άλλαξε οριστικά το κοινωνικό και οικονομικό πεδίο. Οι αγροτικές κοινότητες χάνουν τον παραδοσιακό τους χαρακτήρα, όπως επίσης και τα πανηγύρια καθώς νεωτερικά στοιχεία όπως, παραστάσεις χορευτικών συγκροτημάτων, φεστιβάλ και συναυλίες, ενσωματώνονται στις εκδηλώσεις. Παρόλα αυτά ο θεσμός του πανηγυριού επιζεί και χωρίς να χάνει το συνεκτικό του ρόλο, στη σχέση του ατόμου με τον τόπο του. Οι «ξενιτεμένοι» στην Ελλάδα και το εξωτερικό επανέρχονται στην πατρίδα τους, έρχονται σε επαφή με την παράδοση και την ταυτότητά τους και έχουν την ευκαιρία να δραπετεύσουν από το άγχος που διέπει την σύγχρονη ζωή (Παπακώστας, 2014).

2.12 Έννοια και σημασία της εθνοτικής και τοπικής ταυτότητας

Ο όρος «ταυτότητα» μπορεί να χρησιμοποιήθηκε ευρέως από τις ανθρωπολογικές επιστήμες αλλά στην πραγματικότητα είναι δάνειος όρος από την ψυχολογία, όπου συναντάται τη δεκαετία του 1950, ως μέρος του ασυνειδήτου και ως μία σταθερή και ανθεκτική στο χρόνο αίσθηση του εαυτού. Η ταυτότητα, ατομική, εθνοτική, εθνική, τοπική, θρησκευτική ή έμφυλη, σχετίζεται στενά τις έννοιες του «εαυτού», του «άλλου» και του «ανήκειν». Ο Bauman (1992) θεωρεί ότι η ταυτότητα του ατόμου χαρακτηρίζεται από μία αέναη προσπάθεια αυτοσυγκρότησης, ενώ και οι περισσότερες μελετητές υποστηρίζουν ότι η έννοια της ταυτότητας δεν μπορεί να υπάρξει μόνη, αλλά η αλληλεπίδραση του «εαυτού», του «άλλου» και του «ανήκειν» της δίνουν υπόσταση και νόημα. Η Γκέφου – Μαδιανού (2003) επισημαίνει ότι η αίσθηση του εαυτού είναι στενά συνδεδεμένη τόσο με την επίγνωση της παρουσίας του «άλλου» όσο και με το «ανήκειν» σε μία ευρύτερη συλλογικότητα.

Τις τελευταίες δεκαετίες, οι ανθρωπολόγοι, εθνολόγοι και κοινωνιολόγοι ασχολούνται συστηματικά με τη μελέτη της συλλογικής ταυτότητας, η οποία βρίσκεται σε αντιδιαστολή με την έννοια της ατομικής ταυτότητας. Σύμφωνα με τον Αλεξάκη (2006), η συλλογική ταυτότητα συνδέεται με την αντίληψη του

«εμείς» σε αντιδιαστολή με τους «άλλους», τους «ξένους» και διαμορφώνεται με τα κοινά βιώματα και την ιστορία της ομάδας αυτής. Το κύριο χαρακτηριστικό στις συλλογικές ταυτότητες είναι πάντα η ύπαρξη στερεοτύπων. Ο Berque (1978), διακρίνει σε μία συλλογική ταυτότητα πέντε βασικά χαρακτηριστικά:

- α) η συνέχεια και ο μετασχηματισμός
- β) το υποκειμενικό και το αντικειμενικό τα οποία μέσα στην ταυτότητα συνδέονται κάθε στιγμή
- γ) η ταυτότητα ως ενεργή διαδικασία
- δ) η ταυτότητα ως ολότητα
- ε) η μεταβλητότητα της ταυτότητας ως προς όλες τις πλευρές της, όλους τους παράγοντες και τις κατηγορίες της.

Κατά τον Βρύζα (2005), η έννοια της συλλογικής ταυτότητας συνδέεται στενά με την έννοια της κουλτούρας, αφού κάθε κουλτούρα τείνει να μορφοποιηθεί γύρω από μία συλλογική ταυτότητα. Συνεχίζοντας ο Βρύζας επισημαίνει ότι τόσο η κουλτούρα όσο και η ταυτότητα είναι συνεχής διαπραγμάτευση. Η κουλτούρα ως συλλογική ταυτότητα είναι διαρκώς το αντικείμενο αγώνων για αναγνώριση, συνεπώς, υπόκειται σε συνεχή επαναπροσδιορισμό. Η ταυτότητα μιας ομάδας δεν μπορεί να οριστεί παρά μέσα σε ένα σύστημα σχέσεων και αντιπαραθέσεων με τις ταυτότητες γειτονικών ομάδων. Η συνειδητοποίηση της ταυτότητάς μας περνά μέσα από κατανόηση και την αποδοχή της ταυτότητας του άλλου. Για το λόγο αυτό, το άνοιγμα σε άλλες κουλτούρες μας επιτρέπει να συνειδητοποιήσουμε καλύτερα τον εαυτό μας και μας κάνει να μην είμαστε προκατειλημμένοι απέναντι στους άλλους.

Σύμφωνα με τους Phinney & Rotheram (1987) ο όρος «εθνοτική ταυτότητα» χρησιμοποιείται για να περιγράψει την αίσθηση του «ανήκειν» σε μία εθνοτική ομάδα, καθώς και τις αντιλήψεις, σκέψεις, συναισθήματα και συμπεριφορές που απορρέουν από τη συμμετοχή του ατόμου στη συγκεκριμένη ομάδα. Πρόκειται για ένα κοινωνικό-γνωστικό δημιούργημα, με σύνθετη δομή, το οποίο σύμφωνα με τον Phinney (2003) περιλαμβάνει την αναγνώριση του εαυτού ως μέλος μίας εθνοτικής

ομάδας, τη θετική αξιολόγηση της ομάδας αυτής, το ενδιαφέρον και τη γνώση των πολιτισμικών της χαρακτηριστικών και των παραδόσεών της. Κατά κάποιο τρόπο λοιπόν, η εθνοτική ταυτότητα αποτελεί την ταυτότητα που αποκτά κανείς μέσα από την ταύτιση με την πολιτισμική ομάδα στην οποία γεννιέται, διαμορφώνεται και ταυτίζεται με αυτή. Στην περίπτωση της παρούσας έρευνας, η αρβανίτικη εθνοτική ταυτότητα των κατοίκων της Βάρης, αναδεικνύεται να κατέχει κυρίαρχο ρόλο στα ήθη, τα έθιμα και τις παραδόσεις που αναβιώνουν στο πλαίσιο του πανηγυριού της περιοχής.

Οι τοπικές ταυτότητες σχηματίζονται κυρίως από τη δυναμική των ίδιων των κοινοτήτων, αφού αποκτούν τη σημασία τους μέσα από τις έννοιες τις οποίες τα ίδια τα μέλη τους βλέπουν και αποδίδουν σε αυτές (Cohen, 1985). Τα άτομα διεκδικούν την ταυτότητα και με την μορφή της εντοπιότητας όταν σε αυτήν διαβλέπουν το καταλληλότερο μέσο για την έκφραση του ακέραιου εαυτού τους. Συνεχίζοντας ο Cohen (1985) αναφέρει ότι η κοινότητα επανεμφανίζεται από μία επίμονη διεργασία ενεργούς διατήρησης της ταυτότητας. Οι κοινότητες αποτελούν έτσι συνειδητούς κοινωνικούς σχηματισμούς, εσωτερικά διαιρεμένους και διαφοροποιημένους, που εντάσσουν όμως την πολυπλοκότητα τους μέσα σε κοινές και σχετικά απλές μορφές για τους σκοπούς της αλληλεπίδρασης με τον έξω κόσμο.

Η ταυτότητα επομένως ενδέχεται να εξαρτάται από τη δυναμική διαπραγμάτευση που λαμβάνει χώρα σε συγκεκριμένες πολιτισμικές συνθήκες. Η αίσθηση του «ανήκειν» δεν είναι μία και αμετάβλητη. Η Γκέφου – Μαδιανού (2003) σημειώνει ότι οι ταυτότητες εξαρτώνται από το ιστορικό γίνεσθαι και είναι σε φάση συνεχούς αλλαγής και μεταμόρφωσης. Ο τόπος και ο χρόνος της κοινωνικής δράσης, η μνήμη και η υποκειμενική εμπειρία αποτελούν κάποια από τα στοιχεία με βάση τα οποία συγκροτείται η ταυτότητα.

Η τοπική κοινότητα έτσι θα μπορούσε ως χαρακτηριστεί ως μία «φαντασιακή κοινότητα», ως ένα ζωντανός οργανισμός που δεν περιορίζεται στην οικιστική, κοινωνική, οικονομική και διοικητική πραγματικότητα την οποία εκφράζει, αλλά που φέρει την αίσθηση του «κοινού ανήκειν». Η τοπική κοινότητα διαθέτει έντονα στοιχεία κοινωνικής συνοχής και αλληλεγγύης που διαμορφώνονται χάρη σε

συγκεκριμένες δομές και σχέσεις και αντιστοιχούν σε ένα συγκεκριμένο σύνολο αξιών, κανόνων και τρόπων συμπεριφοράς που διέπει την κοινοτική ζωή (Νιτσιάκος, 2003).

2.13 Βάρη Αττικής - Ιστορικά στοιχεία

Η Βάρη είναι οικισμός της Αττικής, που βρίσκεται 26 χιλιόμετρα νότια του κέντρου της Αθήνας. Είναι χτισμένη ανάμεσα στους νότιους ορεινούς όγκους του Υμηττού, πολύ κοντά στις ακτές του Σαρωνικού. Μεταξύ των ακτών και του οικισμού παρεμβάλλεται ο οικισμός Βάρκιζα. Στην αρχαιότητα η περιοχή της Βάρης αντιστοιχούσε στον Δήμο Αναγυρούντος της Αρχαίας Αθήνας. Διοικητικά ο οικισμός υπάγεται στον Δήμο Βάρης-Βούλας-Βουλιαγμένης.

Η Βάρη υπήρξε οικισμός του δήμου Κρωπίας μέχρι το 1912, χρονιά στην οποία εντάχθηκε στην νεοσύστατη κοινότητα Κορωπίου, στην οποία παρέμεινε μέχρι το 1929. Το 1929 αποτέλεσε έδρα ξεχωριστής κοινότητας, η οποία περιλάμβανε επίσης τους οικισμούς Βουλιαγμένη και Βούλα. Η Βούλα αποσπάστηκε από την κοινότητα Βάρης το 1934 και αποτέλεσε ξεχωριστή κοινότητα, ενώ η Βουλιαγμένη το 1935. Το 1940 μέσα στα όρια της κοινότητας Βάρης αναγνωρίστηκε ο οικισμός Βάρκιζα. Ο οικισμός Βάρκιζα αποτέλεσε ξεχωριστή κοινότητα για ένα έτος, την περίοδο 1952-53 και στην συνέχεια επανήλθε στην κοινότητα Βάρης. Το 1990 η κοινότητα Βάρης αναγνωρίστηκε σε Δήμο, ο οποίος διατηρήθηκε μέχρι το 2010, οπότε καταργήθηκε με την εφαρμογή του προγράμματος «Καλλικράτης» και εντάχθηκε στον Δήμο Βάρης-Βούλας-Βουλιαγμένης. Ο Δήμος Βάρης καταλάμβανε έκταση 22,189 τ.χλμ και είχε πληθυσμό 10.998 κατοίκους σύμφωνα με την απογραφή του 2001 και συνόρευε με τους δήμους Βούλας, Βουλιαγμένης και Κρωπίας.

Η περιοχή της Βάρης στην αρχαιότητα αντιστοιχούσε στον δήμο Αναγυρούντος της αρχαίας Αθήνας. Ο δήμος Αναγυρούς ήταν ένα από τους μεγαλύτερους δήμους της Αττικής και ανήκε στη σημαντικότερη από τις δέκα φυλές, την «Ερεχθίδα». Στον δήμο Αναγυρούντος όπως ονομαζόταν η περιοχή από τον 6ο αιώνα π.Χ., υπήρχε το σπήλαιο των Νυμφών και του Πανός (αρχαίος Θεός των δασών, με

τριχωτό σώμα, πρόσωπο και πόδια τράγου. Έπαιζε ωραία μουσική και εφηύρε το αυλό. Ακολουθούνταν από τις Νύμφες). Στο σπήλαιο αυτό, οι κάτοικοι (Αναγυράσιοι) έκαναν λατρεία προς τιμή του Θεού και της ακολουθίας του. Σε αυτό το δήμο είχε γεννηθεί ο τριήραρχος Ευμένης ο Σαλαμινομάχος, που είχε λάβει μέρος στη ναυμαχία της Σαλαμίνας (Παϊζη-Πρόκου, 1993).

Μία εξήγηση που δίνεται για την ονομασία του Δήμου είναι κάποιο φυτό (ανάγυρος ή βρωμόχορτο ή αζόγερας) που φυτρώνει στην περιοχή και αποπνέει φοβερή δυσοσμία μόλις το αγγίζει κανείς ή ο αέρας κουνήσει δυνατά τα φύλλα του. Εξ'ού και η παροιμία «μή κίνει τον ανάγυρον». Μία άλλη εξήγηση που δίνεται είναι ότι στην περιοχή ζούσε ένας αττικός ήρωας ο Ανάγυρος, ο οποίος ήταν τόσο σκληρός, που όταν θύμωνε έκανε τα σπίτια να τρέμουν και να γκρεμίζονται και οι κάτοικοι για να τον ηρεμήσουν έκαναν θυσίες και προσφορές. Σε μία στιγμή οργής λέγεται ότι αφάνισε μία ολόκληρη οικογένεια επειδή ο γενάρχης της, ένας γέρος ξυλοκόπος, έκοψε δέντρα από το ιερό δάσος του. Για αυτό επικρατεί η παροιμία «Αναγυράσιος Δαίμων», που αναφέρεται σε ανθρώπους σκληρούς και άκαρδους (Παϊζη-Πρόκου, 1993).

Ανασκαφές στα βόρεια της Βάρης έγιναν από το Βαλέριο Στάη, τον Γεώργιο Οικονόμου και τον Φοίβο Σταυρόπουλο, οι οποίοι ανακάλυψαν την ύπαρξη πολλών τάφων. Μεγάλοι ζωγραφισμένοι κρατήρες, πλήθος λεκανών, αμφορείς διαφόρων ζωγράφων και ο αμφορέας του Νέσσου του 7^{ου} αιώνα π.Χ., είναι κάποια από τα ευρήματα. Ο αμφορέας αυτός αναπαριστά τη μάχη του Ηρακλή με τον Κένταυρο Νέσσο, απ' όπου πήρε και το όνομά του ο αμφορέας και αποτελεί ένα ξεχωριστό και αντιπροσωπευτικό αγγείο της Αττικής (Παϊζη-Πρόκου, 1978).

Στα ανατολικά της Βάρης, κοντά στο εκκλησάκι των Αγίων Πάντων, βρέθηκαν κομμάτια από κίονες και εκεί πιστεύεται ότι υπήρχε το ιερό της Μητέρας των Θεών και ο ναός του Διονύσου. Νεότερες ανασκαφές στη θέση Καμίνια, νοτιοδυτικά της Βάρης, από τον Ιωαν. Παπαδημητρίου και τον Δημ. Θεοχάρη, έφεραν στο φως νεκρόπολη του 15^{ου} και 14^{ου} αιώνα π.Χ. Λίγο πιο βόρεια από την περιοχή Καμίνια, σώζεται τείχος όπου διατηρεί τον πύργο και την πύλη του. Μέσα στον περίβολο σώζεται πέτρινος βωμός που ανήκε σε ναό. Από τα όστρακα (κομμάτια αγγείων)

που έχουν βρεθεί, το τείχος χρονολογείται το 5^ο αιώνα π.Χ. Στο λόφο Λαθούριζα, ακόμα πιο βόρεια, σώζονται ερείπια οικισμού, με σπίτια σε κυκλικό και ορθογώνιο σχήμα (Παΐζη-Πρόκου, 1978).

2.13.1 Θρησκευτικά στοιχεία

Στο κέντρο της πόλης της Βάρης, υπάρχει ο ιερός ναός των Εισοδίων της Υπεραγίας Θεοτόκου. Ο παλιός ναός ήταν εξωκλήσι της ιεράς μονής Πετράκη. Σήμερα το παρεκκλήσιο αυτό βρίσκεται δίπλα από το μεγάλο ναό και στο τέμπλο του γράφει χρονολογία 1868. Για άγνωστους λόγους, οι παλιές αγιογραφίες του παλιού αυτού ναού είχαν καλυφθεί με ασβέστη και αποκαλύφθηκαν ύστερα από πρόσφατες εργασίες καθαρισμού. Δύο έγγραφα, τα οποία βρίσκονται στο αρχείο του ναού μας δείχνουν τη λειτουργία του ναού από το 1830. Το ένα αφορά σε ένα πιστοποιητικό βαπτίσεως υπογεγραμμένο από κάποιον ιερομόναχο Αλέξιο Παυλή της ιεράς μονής Ασωμάτων Πετράκη. Το δεύτερο έγγραφο, έτους 1941, αφορά την επίσημη αναφορά του πατρός Γεωργίου Σκουρλά προς τον Αρχιεπίσκοπο Αθηνών Δαμασκηνό (Παπανδρέου), όπου αναφέρει για την ταφή ενός Γερμανού στρατιώτη (Ημερολόγιον, 2016).

Με την ανάπτυξη της Βάρης, οι κάτοικοι θέλησαν να αναγείρουν ένα μεγαλύτερο ναό, με πρωτεργάτη τον αιδεσιμότατο πρεσβύτερο Φώτιο Παπαδήμα και τα μέλη του εκκλησιαστικού συμβουλίου. Στις 24 Απριλίου 1950 μαζί με το σύλλογο αποκαταστάσεως ακτημόνων Κρωπίας (Σ.Α.Α.Κ.) θεμελίωσαν δίπλα από τον μικρό παλιό ναό, έναν πετρόκτιστο μεγαλοπρεπή ναό σε ρυθμό τρίκλιτης βασιλικής. Με τη βοήθεια των κατοίκων της Βάρης ο ναός ολοκληρώνεται το 1956, οπότε εκδόθηκε το Φ.Ε.Κ. με το βασιλικό διάταγμα για τη δημιουργία και επισήμως της ενορίας των Εισοδίων της Θεοτόκου Βάρης. Ο ναός τη δεκαετία του 1960 αγιογραφείται υπό την επίβλεψη του αγιογράφου Γεωργίου Πανούτσου. Στον ιερό ναό φυλάσσονται τμήματα των λειψάνων του Αγίου Μοδέστου, των αγίων τεσσάρων εν Ρεθύμνι μαρτύρων και του αγίου Νεκταρίου. Επίσης, φυλάσσεται η εικόνα των Εισοδίων της Θεοτόκου του 1870 και η εικόνα του Χριστού, ρωσικής τεχνοτροπίας. Ένα ανεκτίμητης αξίας κειμήλιο είναι η μαρμάρινη πλάκα της Αγίας Τράπεζας του κοιμητηρίου του παλιού ναού, η οποία χρονολογείται προ Χριστού.

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

Πιθανότατα να υπήρχε εκεί αρχαίος ναός και να χρησιμοποιήθηκε η μαρμάρινη πλάκα με την αρχαία επιγραφή, ως Αγία Τράπεζα (Ημερολόγιόν Ιεράς Μητροπόλεως Γλυφάδας, Ελληνικού, Βούλας, Βουλιαγμένης και Βάρης, 2016).

2.13.2 Η θρησκευτική εορτή ως αφορμή του πανηγυριού

Με αφορμή το θρησκευτικό εορτασμό του συγκεκριμένου Ιερού Ναού, πραγματοποιείται παράλληλα εμποροπανήγυρη με μεγάλο αριθμό επισκεπτών και εμπόρων. Η έκφραση λοιπόν του θρησκευτικού συναισθήματος συνδυάζεται και σήμερα, όπως και σε μεγαλύτερο ακόμα βαθμό παλαιότερα, ζωντανά και με το στήσιμο μιας ευκαιριακής «λαϊκής αγοράς», κατά κανόνα πολυσύχναστης» και έτσι το θρησκευτικό στοιχείο συμπλέκεται με το οικονομικό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

3.1 Συλλογή των εθνογραφικών δεδομένων

Οι ερευνητικές μέθοδοι χωρίζονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες: τις ποσοτικές και τις ποιοτικές, ενώ είναι το ίδιο το ερευνητικό αντικείμενο που οδηγεί στην επιλογή της μεθόδου. Η ποιοτική μέθοδος προσφέρεται για την κατασκευή και αναπαράσταση της κοινωνικής πραγματικότητας και διαθέτει το πλεονέκτημα της ευέλικτης δομής, ώστε να τροποποιείται ο αρχικός σχεδιασμός, όπου κρίνεται απαραίτητο. Σύμφωνα με τον Φίλια (2000), η ποιοτική μέθοδος προσφέρεται για την έρευνα φαινομένων που βρίσκονται σε δυναμική διαδικασία, όπως η ανθρώπινη συμπεριφορά και θέματα κοινωνικού και πολιτισμικού χαρακτήρα. Συνεχίζοντας ο Φίλιας (2000), αναφέρει ότι στις κοινωνικές έρευνες υπάρχουν μόνο τρεις τρόποι συλλογής πληροφοριών:

- ο ερευνητής θέτει ερωτήματα στους πληροφορητές
- παρατηρεί τη συμπεριφορά τους
- χρησιμοποιεί γραπτά κείμενα και στοιχεία που έχουν συλλεχθεί παλαιότερα.

Η παρούσα έρευνα, για την ολιστική και καλύτερη ανάλυση του υπό διερεύνηση θέματος, χρησιμοποιεί και τις τρεις αυτές μεθόδους, που συνδυαστικά μπορούν να προσδώσουν μεγαλύτερη εγκυρότητα και αξιοπιστία.

Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με βάση την εθνογραφική μέθοδο (Kaeppler, 1999; Koutsouba, 1999, 2015) με τη χρήση πρωτογενών και δευτερογενών πηγών. Οι πρωτογενείς πηγές αποτελούνται από τα δεδομένα που συγκεντρώθηκαν κατά τη διάρκεια της επιτόπιας έρευνας με τη μορφή συνέντευξης (Thompson, 2002) και συμμετοχικής παρατήρησης (Λυδάκη, 2001; Κυριακίδου-Νέστορος, 1981).

Η επιτόπια έρευνα αποτελεί βασική επιστημονική μέθοδο για τη μελέτη των λαογραφικών φαινομένων, αφού προσφέρεται για τη δημιουργία νέου υλικού, αλλά και για την επιβεβαίωση, εξακρίβωση και διασταύρωση του υπάρχοντος υλικού.

Συνεπώς, συνιστά μια αξιόπιστη μέθοδο για την συγκέντρωση έγκυρων και αξιόπιστων ερευνητικών δεδομένων (Clammer, 1984).

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στη Βάρη Αττικής από το Νοέμβριο του 2016 έως τον Σεπτέμβριο του 2017. Κατά το διάστημα αυτό, πραγματοποιήθηκαν τρεις (3) επιτόπιες επισκέψεις και πλήθος τηλεφωνικών συνομιλιών. Το δείγμα αποτέλεσαν ντόπιοι κάτοικοι της Βάρης όλων των ηλικιών, καθώς επίσης και επαγγελματίες, έμποροι και επισκέπτες που συμμετείχαν στην εμποροπανήγυρη. Η θρησκευτική εορτή και η οικονομική δραστηριότητα που αυτή προκαλεί στην πόλη της Βάρης, εξελίσσονται και αναλύονται τόσο με την επαφή της ερευνήτριας με τους συμμετέχοντες όσο και με την ίδια την τέλεσή τους. Η επαφή της ερευνήτριας έγινε σε δημόσιους και ιδιωτικούς χώρους της περιοχής της Βάρης.

Το υλικό αποτελείται από προφορικές μαρτυρίες, οι οποίες προήλθαν από ερωτήσεις ανοιχτού τύπου για ημι-δομημένη συνέντευξη, καθώς επίσης και στην επιτόπια καταγραφή του πανηγυριού της Βάρης. Στη συμμετοχική παρατήρηση, χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική μέθοδος, η οποία αφορά έρευνα που έγινε σε άτομα που εμπλέκονταν στα δρώμενα και χαρακτηρίζονται ως πληροφορητές (Γκέφου - Μαδιανού 1999). Οι πληροφορητές επιλέχθηκαν με βάση την εντοπιότητα και το ρόλο τους στο δρώμενο. Οι δευτερογενείς πηγές βασίστηκαν στην ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, καθώς επίσης σε φωτογραφικό υλικό και υλικό βιντεοσκόπησης της ερευνήτριας.

3.1.1. Επιτόπια έρευνα: Η συνέντευξη

Στην ποιοτική μέθοδο, οι συνεντεύξεις χαρακτηρίζονται από το στοιχείο της ευελιξίας, ώστε να είναι συμβατές με τη δυναμική που χαρακτηρίζει κάθε κοινωνική διάδραση, αφού το προκατασκευασμένο σενάριο θα ήταν πιο άκαμπτο. Οι συνεντεύξεις, στην εθνογραφική επιτόπια έρευνα μπορεί να ποικίλουν από υψηλά δομημένες συνεντεύξεις μέχρι ημι-δομημένες συνεντεύξεις (Crang, & Cook, 2007). Οι Caldwell και Burger (1998) αναφέρονται στις ποιοτικές συνεντεύξεις ως «συζητήσεις με κάποιο σκοπό».

Η συνέντευξη αποτελεί έτσι την άμεση επαφή του ερευνητή με τον πληροφορητή ή με μεγαλύτερη ομάδα πληροφορητών. Με την συνέντευξη ο

ερευνητής κατανοεί καλύτερα τα πράγματα και είναι ένας τρόπος να πάρει πληροφορίες για την κοινωνική, πολιτιστική και καθημερινή διάσταση της ζωής τους (Robson, 2007).

Στην εθνογραφική επιτόπια έρευνα, συνήθως ακολουθείται η διαδικασία της ημι-δομημένης συνέντευξης, η οποία ανάλογα με το πεδίο έρευνας, απαιτεί τον προσχεδιασμό κάποιων συγκεκριμένων ερωτήσεων που ο ερευνητής τους έχει ως οδηγό, που μπορούν όμως να τροποποιηθούν ανάλογα με τις συνθήκες της έρευνας. Στις ημι-δομημένες συνεντεύξεις ο ερευνητής χρησιμοποιεί κάποιες προκαθορισμένες ερωτήσεις και μπορεί να προσθέσει ή να αφαιρέσει ερωτήσεις ανάλογα με την πορεία της συνέντευξης (Robson, 2007).

Στην παρούσα έρευνα η ημιδομημένη συνέντευξη κρίθηκε ως ο προσφορότερος τρόπος για την συλλογή των δεδομένων. Στη συγκεκριμένη εργασία ακολουθείται η διαδικασία της ημι-δομημένης συνέντευξης, κατά την οποία υπάρχει ένας οδηγός-πλάνο ερωτήσεων που ακολουθείται καθ' όλη τη διάρκεια της έρευνας, ενώ σε κάποια σημεία της εργασίας υπάρχει και η ελεύθερη συνέντευξη, που γίνονται με τη μορφή συζήτησης (Crang & Cook, 2007). Η ελεύθερη συνέντευξη προκύπτει κατά τη διάρκεια της συνομιλίας, όπου ο ερευνητής ξεφεύγει από το στενό πλαίσιο των ερωτήσεων και αφήνει ελευθερία λόγου στον συνομιλητή του (Crang & Cook, 2007). Οι προφορικές μαρτυρίες των πληροφορητών μέσω της συνέντευξης αποτελούν σημαντικό στοιχείο της συλλογής των εθνογραφικών δεδομένων. Ειδικά οι πληροφορητές μεγαλύτερης ηλικίας, ανακαλούν στη μνήμη τους γεγονότα και καταστάσεις που κάνουν έντονη τη διήγηση και αποτελούν το σημείο αναφοράς πάνω στο οποίο στηρίζεται η ζωή της κοινότητας (Crang & Cook, 2007).

Οι ερωτήσεις διαμορφώνονταν με βάση τις ζητούμενες πληροφορίες και το προφίλ του ερωτώμενου. Σε αρκετές περιπτώσεις, οι πληροφορητές έρχονταν σε δεύτερο χρόνο σε επαφή μαζί μου τηλεφωνικά, για να προσθέσουν κάποιο στοιχείο που τους είχε διαφύγει κατά τη διάρκεια της συνέντευξης, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις, που η δια ζώσης συνέντευξη δεν ήταν εφικτή, επιλέχθηκε η τηλεφωνική συνέντευξη (Ισαρη & Πουρκός, 2015).

Η σχέση που θα αναπτυχθεί μεταξύ ερευνητή/τρια και πληροφορητών και η εμπιστοσύνη που θα δείξουν οι πληροφορητές στο πρόσωπο του ερευνητή/τριας,

αποτελούν βασικό στοιχείο για την επιτυχία της συνέντευξης (Robson, 2007). Για το λόγο αυτό, προσπαθούσα καθ'όλη τη διάρκεια των συνεντεύξεων να χρησιμοποιώ την ενεργητική ακρόαση, να δίνω κατάλληλο χρόνο στον ερωτώμενο για να δομήσει την απάντηση του, να είναι οι ερωτήσεις μου σύντομες και να τους ευχαριστώ στο τέλος για τη συμμετοχή τους στην έρευνά μου.

3.1.2. Επιτόπια έρευνα: η συμμετοχική παρατήρηση

Ο ερευνητής προκειμένου να κατανοήσει και να ερμηνεύσει τις δραστηριότητες και τις συμπεριφορές της υπό μελέτη κοινότητας, δεν αρκεί να είναι απλός παρατηρητής, αλλά και συμμετέχων στα δρώμενα της κοινότητας. Ο ερευνητής έχει ενεργή συμμετοχή προκειμένου να κατανοήσει και να ερμηνεύσει τα νοήματα που προκύπτουν από τις δράσεις των μελών της κοινότητας (Γκέφου - Μαδιανού, 1999). Σύμφωνα με τη Λυδάκη (2001), η προσωπική εμπειρία, η αμεσότητα που βιώνει ο ερευνητής στη συνδιαλλαγή του με τους ντόπιους πληθυσμούς καθώς και η άμεση συλλογή των δεδομένων, αποτελούν τη βάση για τη διατύπωση της θεωρίας.

Η έρευνα στις ανθρωπολογικές επιστήμες περιλαμβάνει συμμετοχική παρατήρηση, κατά την οποία υπάρχει η συμμετοχική του ερευνητή στην κοινωνική και τελετουργική ζωή της κοινότητας. Η συμμετοχική παρατήρηση είναι βασική μέθοδος της επιτόπιας έρευνας, κατά την οποία ο ερευνητής παρατηρεί αυτά που του είναι χρήσιμα για την έρευνά του. Μία άλλη παράμετρος της συμμετοχικής παρατήρησης είναι ότι ο ερευνητής δεν βλέπει απλά ό,τι συντελείται μπροστά του αλλά το παρατηρεί σε βάθος και εστιάζει σε αυτά που του είναι χρήσιμα (Robson, 2007).

Σύμφωνα με την Λυδάκη (2001) η συμμετοχική παρατήρηση μπορεί να γίνει με τέσσερις τρόπους. Συγκεκριμένα:

α) ο ερευνητής αποκρύπτει την ταυτότητά του και τους στόχους του από την ομάδα που θέλει να μελετήσει.

β) Εξαρχής ανακοινώνει στην ομάδα που θέλει να μελετήσει την ιδιότητά του, την πρόθεσή του να τους γνωρίσει, να συμμετάσχει στις δραστηριότητές τους και να καταγράψει τις παρατηρήσεις τους. Θεωρείται ο προσφορότερος τρόπος συμμετοχής, γιατί μόνο μέσα από την άμεση επαφή, τη συμβίωση, την επικοινωνία, την είσοδο στον κόσμο των «άλλων», θα τους γνωρίσει και θα τους κατανοήσει.

γ) Καταγράφει τις παρατηρήσεις του κρατώντας απόσταση από τα υποκείμενα της έρευνας, έχοντας όμως από πριν ανακοινώσει την ιδιότητά του σε αυτά.

δ) Δεν γνωρίζει κανείς ότι παρατηρεί και καταγράφει.

Η Γκέφου – Μαδιανού (1999) αναφέρει ότι η «συμμετοχική παρατήρηση» αποτελεί οξύμωρο σχήμα, αφού προσπαθεί να συνταιριάξει δύο αντιθετικές μεταξύ τους έννοιες, την παρατήρηση και τη συμμετοχή. Ο μελετητής πρέπει να είναι ταυτόχρονα και παρατηρητής και συμμετέχων. Η έννοια της συμμετοχής απαιτεί στενή σχέση, συναίσθηση και επαφή με τον εντόπιο τρόπο ζωής και σκέψης, ενώ αντίθετα η παρατήρηση απαιτεί κάποια απόσταση, αμεροληψία και αντικειμενικότητα. Ο Bourdieu υποστηρίζει ότι ο ερευνητής που εμφανίζεται ως «συμμετέχων παρατηρητής», προβάλλει τις δικές του αντιλήψεις σε όσα βλέπει, θεωρώντας έτσι ότι η παρατήρηση δομείται μέσα σε προκαταλήψεις και αυταπάτες, ενώ συχνά η διάθεση για αμεροληψία μεταμορφώνουν τον παρατηρούμενο σε κάτι πολύ πιο στατικό και αφηρημένο απ' ότι πραγματικά είναι (Σκουτέρη – Διδασκάλου, 1998).

Με τη συμμετοχική παρατήρηση μου δόθηκε η ευκαιρία να μελετήσω τις διαδικασίες και τις συμπεριφορές στο φυσικό τους χώρο και στην πραγματική τους διάσταση και να εστιάσω στη δράση των υποκειμένων σε κανονικές συνθήκες. Ταυτόχρονα, είχα τη δυνατότητα να παρατηρήσω λεκτικές και μη – λεκτικές συμπεριφορές. Η συμμετοχή μου στους χορούς και στα τραγούδια του πανηγυριού και η βιωματική σχέση που απέκτησα, με βοήθησαν να δομήσω μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα για το υπό διερεύνηση θέμα. Τέλος, κατά τη βιντεοσκόπηση και τη φωτογράφιση των πληροφορητών και των δρωμένων, δεν αντιμετώπισα κάποιο ιδιαίτερο πρόβλημα. Θα έλεγα μάλιστα ότι μετά την ενημέρωση για το

σκοπό της παρουσίας μου εκεί, πρόθυμα δέχθηκαν όλοι να συνδράμουν στην έρευνα.

3.2 Επισκέψεις στη Βάρη

Η πρώτη επίσκεψή μου στη Βάρη Αττικής έγινε την παραμονή της θρησκευτικής εορτής των Εισοδίων της Θεοτόκου (20/11/2016). Σκοπός της επίσκεψής μου ήταν η καταγραφή των εκδηλώσεων του πανηγυριού, η γνωριμία μου με τους συντελεστές του και η επαφή με τους κατοίκους, τους επισκέπτες και τους επαγγελματίες. Σημαντικό ρόλο έπαιξε η τυχαία επαφή μου με ντόπιους κατοίκους μεγαλύτερης ηλικίας, οι οποίοι είχαν βαθιά γνώση των ιστορικών στοιχείων του πανηγυριού και της περιοχής. Η επαφή μου έγινε με ανθρώπους που εμπλέκονταν στο θρησκευτικό, εμπορικό και καλλιτεχνικό μέρος του πανηγυριού, όπως επίσης και με κατοίκους της περιοχής που συμμετείχαν στις εκδηλώσεις. Η πρώτη προσέγγισή μου, ήταν στον Ιερό Ναό των Εισοδίων της Θεοτόκου, όπου συνομίλησα με τον ιερέα, με μια από τις νεωκόρους και με τον μοναχό, που βρισκόταν στον προαύλιο χώρο. Στη συνέχεια, κατευθύνθηκα προς το χώρο της εμποροπανήγυρις όπου οι επαφές μου συνεχίστηκαν με τους εμπόρους. Τέλος, στο χώρο των πολιτιστικών εκδηλώσεων, συνομίλησα με κατοίκους και με τους μουσικούς-μέλη της παραδοσιακής ορχήστρας, που είχαν αναλάβει την ψυχαγωγία των παρευρισκόμενων. Κατά τη δεύτερη επίσκεψή μου, ήρθα σε επαφή με την υπεύθυνη και χοροδιδάσκαλο του τοπικού πολιτιστικού συλλόγου «ΣΕΜΕΛΗ», η οποία με υποδέχθηκε στο χώρο της και μου παρείχε χρήσιμες πληροφορίες για τις ανάγκες της έρευνάς μου. Στην τρίτη επίσκεψη, είχα την ευκαιρία να έρθω σε επαφή με δύο ντόπιες κατοίκους της περιοχής, οι οποίες μου έδωσαν περαιτέρω διευκρινίσεις, σε σχέση με αυτά που είχαν αναφέρει κατά την πρώτη μας συνάντηση.

Κατά τις τρεις επισκέψεις μου στη Βάρη, πραγματοποίησα συνεντεύξεις με 14 συνολικά άτομα, εμπλεκόμενα με διάφορες διαστάσεις του πανηγυριού της Βάρης. Από τα άτομα αυτά, έξι (6) ήταν γυναίκες και οκτώ (8) άνδρες, ηλικίας από 35 ετών η μικρότερη (τραγουδίστρια ορχήστρας) μέχρι 88 ετών η μεγαλύτερη (κάτοικος

Βάρης), ενώ πραγματοποιήθηκαν και δύο (2) τηλεφωνικές συνεντεύξεις με κάτοικο και επαγγελματία της πόλης.

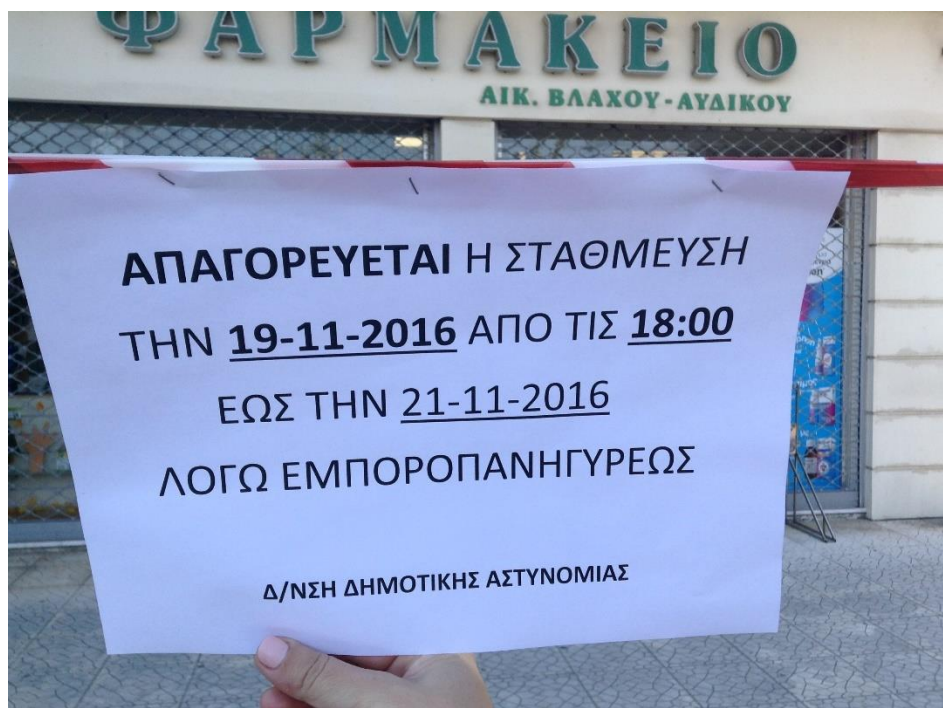
ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

4.1. Αποτελέσματα επιτόπιας έρευνας

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η παρούσα εργασία εστιάζει στη σχέση του πανηγυριού και της τοπικής οικονομίας. Ειδικότερα, ασχολείται με την περίπτωση του πανηγυριού των Εισοδίων της Θεοτόκου (21/11) στην Βάρη Αττικής.

Παρά την οικονομική κρίση, το πανηγύρι (εμποροπανήγυρη) εξακολουθεί να αποτελεί σημαντικό κοινωνικό και οικονομικό γεγονός για την τοπική κοινωνία. Κατά τη διάρκεια του συγκεκριμένου πανηγυριού παρατηρείται αύξηση της ζήτησης των τοπικών προϊόντων και των προσφερόμενων υπηρεσιών της τοπικής κοινωνίας και καταγράφεται μεγάλος αριθμός επισκεπτών από πολλές περιοχές της Αττικής. Δεν επωφελούνται μόνο οι επαγγελματίες που συμμετέχουν άμεσα στο πανηγύρι, όπως μικροπωλητές, μικροέμποροι, μουσικοί αλλά και άλλοι κλάδοι, όπως καταστήματα εστίασης, καταστήματα παιχνιδιών και δώρων, καταστήματα ειδών διατροφής (τυριά και κρέατα της περιοχής), τουριστικά λεωφορεία κλπ.

Όλη η τοπική οικονομία της περιοχής εμπλέκεται οικονομικά με το πανηγύρι αυτό (Εικόνα 4.1.). Με αφορμή το θρησκευτικό εορτασμό των Εισοδίων της Θεοτόκου, έμποροι διάφορων κατηγοριών συγκεντρώνονται για να πουλήσουν τα προϊόντα τους και οργανώνεται η αγορά (Εικόνες 4.2, 4.3, 4.4). Φαίνεται ότι η τοπική κοινωνία και ειδικά οι ντόπιοι παραγωγοί επωφελούνται από την τέλεση του πανηγυριού, αφού παρατηρείται μεγάλη κατανάλωση ντόπιων προϊόντων, κυρίως γαλακτοκομικών, καθώς οι κτηνοτρόφοι από την ευρύτερη περιοχή έχουν την ευκαιρία να πουλήσουν τα προϊόντα τους στους εορταστές και τους επισκέπτες του πανηγυριού της Βάρης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την τόνωση της τοπικής οικονομικής δραστηριότητας.



Εικόνα 4.1.: Διευκολύνσεις Δημοτικής Αρχής για τη διεξαγωγή του πανηγυριού. (Πηγή: Μαρία Καρέλλα, 2016).



Εικόνα 4.2. Παρατήρηση στο χώρο του πανηγυριού. (Πηγή: Μαρία Καρέλλα, 2016).

*Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:
Η περίπτωση της Βάρης Αττικής*



Εικόνα 4.3. Παρατήρηση στο χώρο των μικροπωλητών του πανηγυριού. (Πηγή: Μαρία Καρέλλα, 2016).



Εικόνα 4.4. Παρατήρηση στο χώρο των μικροπωλητών του πανηγυριού. (Πηγή: Μαρία Καρέλλα, 2016).

4.2. Συνεντεύξεις

Στις 21 Νοεμβρίου εορτάζει ο Καθεδρικός Ιερός Ναός των Εισοδίων της Θεοτόκου της Βάρης Αττικής. Στις 20/11/2016, την παραμονή της εορτής, βρέθηκα στη Βάρη, για τους σκοπούς της μεταπτυχιακής μου διατριβής. Εκείνη τη μέρα πραγματοποιούνταν θρησκευτικές εκδηλώσεις, παράλληλα με πολιτιστικά δρώμενα και εμποροπανήγυρη. Την παραμονή το απόγευμα, πραγματοποιήθηκε εσπερινός και λιτάνευση της ιερής εικόνας. Στο κεντρικό δρόμο της Βάρης και γύρω από τον Ιερό Ναό, υπήρχαν στημένοι πάγκοι μικροπωλητών με τρόφιμα και μικροπράγματα. Το πρωί της ίδιας μέρας, υπήρχε μουσικοχορευτική εκδήλωση στο προαύλιο του Δημοτικού Σχολείου (Εικόνα 4.5).



Εικόνα 4.5. Η ερευνήτρια Μαρία Καρέλλα (στο κέντρο) ως παρατηρητής στις πολιτιστικές εκδηλώσεις. (Πηγή: Μαρία Καρέλλα, 2016).

«..Η συμμετοχή μου στους χορούς και στα τραγούδια του πανηγυριού και η βιωματική σχέση που απέκτησα, με βοήθησαν να δομήσω μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα για το υπό διερεύνηση θέμα...»

Κατά την παραμονή μου εκεί (11:00 έως 21:00) είχα την ευκαιρία να παρακολουθήσω τα διάφορα δρώμενα και να συνομιλήσω με τους κατοίκους, τους επισκέπτες και τους εμπόρους, να περιηγηθώ στους δρόμους που ήταν στημένοι οι πάγκοι των μικροπωλητών, να παρακολουθήσω τις αγορές των κατοίκων και των

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

επισκεπτών και γενικότερα να παρατηρήσω το εμπορικό κομμάτι της εορτής. Στη συνέχεια, κατευθύνθηκα στο Ιερό Ναό που βρισκόταν σε κοντινή απόσταση με την υπαίθρια αγορά (Εικόνα 4.6). Ο ναός ήταν στολισμένος, από τα μεγάφωνα ακούγονταν εκκλησιαστικοί ύμνοι και πλήθος πιστών εισέρχονταν στο Ιερό Ναό.



Εικόνα 4.6. Παρατήρηση και συμμετοχική παρατήρηση στο χώρο του Ιερού Ναού. (Πηγή: Μαρία Καρέλλα, 2016).

Μετά την εκκλησία, βρέθηκα στο προαύλιο του Δημοτικού Σχολείου της Βάρης, όπου ο τοπικός λαογραφικός όμιλος «ΣΕΜΕΛΗ» σε συνεργασία με το Δήμο και τους κατοίκους, διοργάνωσε μουσικοχορευτική εκδήλωση. Υπήρχε ζωντανή ορχήστρα με παραδοσιακή μουσική, οι χορευτές του ομίλου άνοιξαν το χορό και ακολούθησε στο χορό ο συγκεντρωμένος κόσμος, ο οποίος καθόταν σε τραπέζια με τοπικά εδέσματα και ποτά. Το γλέντι κράτησε μέχρι αργά το απόγευμα και το πρωί θα ξαναβρίσκονταν στον εκκλησιασμό για την εορτή των Εισοδίων της Θεοτόκου.

4.2.1. 1^η επίσκεψη στη Βάρη Αττικής, Κυριακή 20/11/2016

Πληροφορητής α/α 1: εφημέριος Ιερού Ναού

Η πρώτη μου επαφή έγινε με τον εφημέριο του Ιερού Ναού των Εισοδίων της Θεοτόκου, πατέρα Μελέτιο (καταγωγή από Σύρο, διαμένει στο Ίλιον Αττικής, διακονεί 7 χρόνια στον Ι.Ν. Εισοδίων Θεοτόκου Βάρη Αττικής). Με υποδέχτηκε στο γραφείο του, εντός του Ιερού Ναού (Εικόνα 4.7). Κατά τη συνομιλία μαζί του, ανέφερε θρησκευτικά και ιστορικά στοιχεία του ναού.

Με βάση τα λεγόμενά του, το πρωί της παραμονής της εορτής (20 Νοεμβρίου) τελείται Θεία Λειτουργία στον παλαιό Ι.Ν. των Εισοδίων της Θεοτόκου. Το απόγευμα της ίδιας μέρας, τελείται ο πανηγυρικός εσπερινός. Το πρωί της εορτής 21 Νοεμβρίου, τελείται η Θεία Λειτουργία, κατόπιν η λιτάνευση της εικόνας και πολλών λειψάνων (Αγίου Δημητρίου, Αγίου Γεωργίου) όπου φυλάσσονται στην κρύπτη του ναού. Το απόγευμα της ίδιας μέρας, τελείται η παράκληση στην Παναγία, καθώς επίσης και μνημόσυνο για τον κτήτορα του ναού. Ο μεγάλος ναός χτίστηκε το 1956, ο παλιός ναός χτίστηκε πριν το 1830. Και στις δύο ημέρες, στις ακολουθίες του ναού παρευρίσκεται ο Μητροπολίτης Γλυφάδας καθώς επίσης και άλλοι Επίσκοποι (π.χ. αύριο, 21 Νοεμβρίου, στο ναό θα παρευρίσκεται ο Επίσκοπος Ελαίας κ. Θεοδώρητος από το Οικουμενικό Πατριαρχείο Κωνσταντινουπόλεως).

Στη συνέχεια, οι ερωτήσεις μου επικεντρώθηκαν στο εμπορικό μέρος των εορτασμών και στα πολιτιστικά δρώμενα που λαμβάνουν χώρα στη Βάρη τις ημέρες αυτές. Ζήτησα από τον πατέρα Μελέτιο να μου μιλήσει για το πανηγύρι και μου ανέφερε πως η εμποροπανήγυρις, γίνεται κάθε χρόνο, γιατί είναι ελληνικό έθιμο (παραμονή και ανήμερα). Οι περισσότεροι πραγματευτάδες έρχονται οι ίδιοι κάθε χρόνο. Τα τελευταία χρόνια έρχονται και πολλοί αλλοδαποί (σύμφωνα με την προσωπική του γνώμη δεν του αρέσει η εικόνα αυτή με τους εμπόρους και τις στημένες παράγκες κατά τη λιτάνευση της εικόνας).

Στην ερώτηση για τα έσοδα που φέρνει η εορτή αυτή στην εκκλησία, μου ανέφερε ότι κατά την ημέρα του πανηγυριού, στην εκκλησία συρρέουν πολλοί πιστοί, τόσο από τη Βάρη, όσο και από τις γύρω περιοχές και ενισχύουν οικονομικά

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

την εκκλησία. Επίσης, μου ανέφερε ότι εκτός από την εκκλησία οικονομικά ενισχύεται και η τοπική αγορά της Βάρης. Ο εσπερινός και η λιτάνευση της εικόνας είναι μια ευκαιρία για τους ντόπιους να βγουν από τα σπίτια τους, να συναντηθούν και να επισκεφτούν τα μαγαζιά της πόλης. Το ίδιο γίνεται και ανήμερα της εορτής, όπου ο κόσμος μετά τον εκκλησιασμό περνάει τη μέρα του στην αγορά της Βάρης. Έτσι λοιπόν, η μέρα αυτή για τους επαγγελματίες αποτελεί ευκαιρία για αύξηση των εσόδων τους.



Εικόνα 4.7. Συνέντευξη με τον εφημέριο του Ι.Ν. Εισοδίων της Θεοτόκου Βάρης. (Πηγή: Μαρία Καρέλλα, 2016).

Πληροφορητής α/α 2: νεωκόρος Ιερού Ναού

Στη συνέχεια συνομίλησα με την νεωκόρο του Ιερού Ναού, η οποία βρισκόταν στον πρόναο, πίσω από ένα πάγκο όπου πουλούσε βιβλία θρησκευτικού περιεχομένου, εικόνες και ημερολόγια. Στην ερώτησή μου για τις ημέρες της εορτής των Εισοδίων, μου απάντησε ότι την παραμονή και ανήμερα, αυξάνεται πολύ ο κόσμος που επισκέπτεται την εκκλησία και κατά συνέπεια και τα έσοδα της

εκκλησίας και αυτό δίνει τη δυνατότητα να έχουν γεμάτο ταμείο και να κάνουν κάποιες δουλειές που χρειάζεται η εκκλησία.

Η επόμενη ερώτηση μου ήταν σχετικά με το πανηγύρι και τη σημασία του για τον κόσμο της Βάρης. Μου απάντησε ότι το πανηγύρι το περιμένουν σαν ημέρα γιορτής και χαράς, του θυμίζει τις παλιές εποχές που περίμεναν το πανηγύρι για να βγουν και να διασκεδάσουν, γιατί παλαιότερα δεν είχαν άλλο τρόπο διασκέδασης.

Ακολούθησε η ερώτησή μου για το πώς βιώνει η ίδια την εμποροπανήγυρη. Μου απάντησε πως αν και αυτές τις μέρες έχει πολλή δουλειά στην εκκλησία, θα ξεκλέψει λίγο χρόνο για να πάει μία βόλτα στην εμποροπανήγυρη και να ψωνίσει μικροπράγματα για το σπίτι. Υπάρχουν φθηνά πράγματα που μπορεί να πάρει και να βοηθήσει έτσι και τους εμπόρους που τους ξέρει από όλα αυτά τα χρόνια που έρχονται στο πανηγύρι.

Για το χαρακτήρα της εμποροπανήγυρης τα παλαιότερα χρόνια μου απάντησε ότι τα προηγούμενα χρόνια στην εμποροπανήγυρη υπήρχε περισσότερος κόσμος, που έφευγαν γεμάτοι τσάντες με πράγματα και περισσότεροι έμποροι και ήταν μία ευκαιρία για τους κατοίκους της Βάρης να ψωνίσουν τα απαραίτητα για το σπίτι τους. Τώρα και ο κόσμος έχει μειωθεί και οι έμποροι είναι λιγότεροι, ενώ οι περισσότεροι είναι πια αλλοδαποί.

Πληροφορητής α/α 3: μοναχός

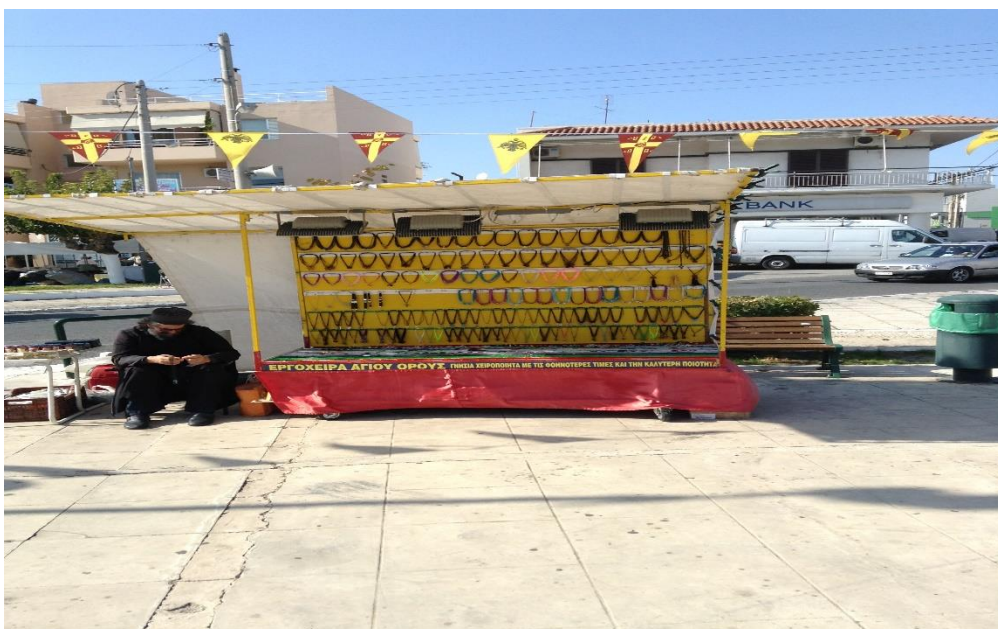
Εξερχόμενη του ναού, στον προαύλιο χώρο, βρισκόταν στημένος πάγκος όπου ένας ρασοφόρος πουλούσε κομποσκοίνια, φυλακτά, σταυρούς, βότανα. Μου ανέφερε ότι ήταν μοναχός και ονομαζόταν Χαράλαμπος (κοσμικό όνομα Χρυσόστομος) και είχε έρθει από την Μονή Κουτρουμευσίου του Αγίου Όρους (μονή που έζησε και ο Άγιος Παΐσιος) (Εικόνα 4.8).

Τον ρώτησα αν πρώτη φορά βρίσκεται στον εορτασμό της εκκλησίας και μου είπε ότι κάθε χρόνο έρχεται στο πανηγύρι αυτό, για να πουλήσει τα πράγματα που φτιάχνει μόνος του όλο το χρόνο στο κελί του. Πηγαίνει και σε άλλα πανηγύρια ανά την Ελλάδα, αλλά στο συγκεκριμένο πανηγύρι έρχεται κάθε χρόνο μαζί με έναν άλλο μοναχό του Αγίου Όρους, γιατί γνωρίζει από παλιά τους ιερείς της εκκλησίας.

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

Στη συνέχεια τον ρώτησα αν είναι ικανοποιημένος από τα έσοδα που έχει από τις πωλήσεις των θρησκευτικών ειδών. Μου είπε ότι είναι αρκετά ικανοποιημένος και ότι με τα χρήματα που βγάζει από αυτά που πουλάει, καλύπτει ανάγκες της μονής και αγοράζει τα υλικά για την κατασκευή των προϊόντων του. Παλαιότερα, τα έσοδα από τις πωλήσεις των χειροποίητων ειδών του ήταν μεγαλύτερα, ίσως γιατί η οικονομική κρίση δεν ήταν τόσο έντονη. Τώρα, έχουν μειωθεί κατά πολύ τα χρήματα που βγάζει, αλλά θα συνεχίσει να έρχεται γιατί έχει δέσιμο με αυτή την εκκλησία. Ο κόσμος, σύμφωνα με τον μοναχό, παρόλο που πιέζεται οικονομικά προσπαθεί να τον βοηθήσει αγοράζοντας τα είδη του, γιατί τον γνωρίζει από παλιά.



Εικόνα 4.8. Μοναχός Χαράλαμπος (Άγιο Όρος). (Πηγή: Μαρία Καρέλλα, 2016).

Πληροφορητής α/α 4: αλλοδαπός έμπορος

Στο χώρο της εμποροπανήγυρις συνάντησα τον Ζένιο, έμπορο, που πωλούσε ψεύτικα κοσμήματα. Ζήτησα να του κάνω κάποιες ερωτήσεις και δέχθηκε με ευχαρίστηση. Μου είπε ότι η καταγωγή του είναι από το Μπαγκλαντές, έμενε για χρόνια στη Βάρη και τώρα μένει στο Ελληνικό.

Τον ρώτησα αν έρχεται χρόνια σε αυτό το πανηγύρι και μου είπε ότι είναι η πρώτη φορά που έρχεται στη Βάρη. Στην ερώτηση μου για το πώς έμαθε για το πανηγύρι μου απάντησε ότι του το πρότεινε ένας παλιός του γείτονας από τη Βάρη.

Όταν ρωτήθηκε για το αν είναι ευχαριστημένος από τις εισπράξεις, μου ανέφερε ότι δυσκολεύτηκε πολύ να πάρει άδεια από το Δήμο και πληρώνει 60 ευρώ την ημέρα ενοίκιο για τον πάγκο του. Για δύο μέρες που θα μείνει θα πληρώσει 120 ευρώ και δεν είναι σίγουρος ότι θα βγάλει αυτά τα χρήματα. Έχει σημασία η θέση στο χώρο του πανηγυριού για να περνάει περισσότερος κόσμος, για αυτό όμως θα πρέπει να έχεις γνωστό στο Δήμο για να σε βοηθήσει, όπως αναφέρει χαρακτηριστικά.

Στη συνέχεια τον ρώτησα αν είναι πολύς ο κόσμος που ψωνίζει και μου είπε ότι η κίνηση είναι πολύ πεσμένη και απ' ότι του είπαν και οι διπλανοί έμποροι και αυτοί δεν είναι ευχαριστημένοι από τις εισπράξεις. Του είπαν ότι τα προηγούμενα χρόνια έβγαζαν πιο πολλά χρήματα. Ελπίζουν ότι την επόμενη μέρα (ανήμερα της εορτής) θα έχουν περισσότερο κόσμο. Οι επιπτώσεις της οικονομική κρίσης είναι έντονες, αφού ο κόσμος αποφεύγει να ψωνίζει πράγματα που δεν του είναι τόσο απαραίτητα. Θα περιμένει την άνοιξη και το καλοκαίρι που γίνονται περισσότερα πανηγύρια για να βγάλει κάποια χρήματα. Το χειμώνα είναι πιο δύσκολα τα πράγματα.

Πληροφορητής α/α 5: ημεδαπός έμπορος

Η δεύτερη συνέντευξη στο χώρο της εμποροπανήγυρις, έγινε με έναν Έλληνα έμπορο, το Γιώργο, ο οποίος πωλούσε δερμάτινα είδη. Μου είπε ότι διατηρούσε μαγαζί με δερμάτινα είδη (ζώνες, τσάντες, θήκες κινητών, μπρελόκ) καθώς επίσης και με δερμάτινα είδη ρουχισμού (σακάκια, παλτό, παντελόνια, φούστες) στα Κάτω Πετράλωνα, το μοναδικό που του απέμεινε σήμερα από τα τρία που διατηρούσε πριν την οικονομική κρίση. Το δεύτερο από τα τρία μαγαζιά που διατηρούσε ήταν στη Ν. Σμύρνη, στην οδό Αγίας Φωτεινής κοντά στην ομώνυμη εκκλησία και το τρίτο στην Καλλιθέα, αλλά αναγκάστηκε να τα κλείσει λόγω της κρίσης.

Τον ρώτησα πώς βρέθηκε στο πανηγύρι της Βάρης και μου απάντησε ότι πια αναγκάζεται να πηγαίνει σε πολλά ανάλογα πανηγύρια για να πουλάει τα προϊόντα του, ύστερα από το κλείσιμο των δύο καταστημάτων του. Ήταν στο πανηγύρι με

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

την γυναίκα του όπου εκτός από τα μικροπράγματα δερμάτινων ειδών που πουλούσε επισκεύαζε και ζώνες στην προσπάθεια του να αυξήσει τα έσοδά του. Επίσης, μου είπε ότι τα τελευταία χρόνια στα πανηγύρια υπάρχει μεγάλη εισροή αλλοδαπών εμπόρων και αυτό έχει μειώσει κατά πολύ τα έσοδά των Ελλήνων εμπόρων.

Ήταν πολύ απογοητευμένος και δεν είχε διάθεση να μου μιλήσει περισσότερο. Τέλος, μου ανέφερε χαρακτηριστικά: «εγώ ήμουν άρχοντας και είχα βιοτεχνία με δερμάτινα όπου έχει περάσει όλη η Αθήνα και μας κατάντησαν να πουλάμε ζώνες στα πανηγύρια. Εδώ μας κατάντησαν...». Είναι η δεύτερη φορά που συμμετέχει σε αυτό το πανηγύρι.

Πληροφορητής α/α 6: αλλοδαπός έμπορος

Ο τρίτος έμπορος που πλησίασα, ήταν ο Έντι, από την Κίνα. Το εμπόρευμα του ήταν παιδικά παιχνίδια. Τον ρώτησα αν είναι χρόνια στην Ελλάδα, αν έχει κάπου μαγαζί και αν πηγαίνει συχνά σε πανηγύρια. Μου απάντησε ότι είναι στην Ελλάδα πάνω από είκοσι χρόνια. Δεν έχει σταθερό μαγαζί και πηγαίνει σε πανηγύρια και υπαίθριες αγορές.

Στην ερώτησή μου για το αν είναι ευχαριστημένος με τα χρήματα που κερδίζει, μου είπε ότι παλαιότερα έβγαζε περισσότερα χρήματα. Τώρα με τα πολυκαταστήματα παιδικών παιχνιδιών τα έσοδά του έχουν μειωθεί. Έχει μειώσει τις τιμές για να μπορεί να έχει κάποιες πωλήσεις και να μπορεί να συντηρηθεί. Τα παιχνίδια έχουν σχετικά περισσότερες πωλήσεις, από άλλα είδη, γιατί πάντα οι γονείς στερούνται κάτι από τις δικές του αγορές για να ικανοποιήσουν τα παιδιά τους. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι η επικοινωνία μαζί του ήταν δύσκολη, αφού δεν γνώριζε καλά ελληνικά.

Τελευταίος μου σταθμός στην πρώτη επίσκεψή μου στη Βάρη, ήταν το προαύλιο του Δημοτικού Σχολείου όπου πραγματοποιούνταν μουσικοχορευτική εκδήλωση. Διάσπαρτα στο χώρο υπήρχαν τραπέζια, όπου προσφέρονταν τοπικά εδέσματα και ποτά. Την διοργάνωση ανέλαβε ο τοπικός λαογραφικός όμιλος «ΣΕΜΕΛΗ» με επικεφαλής και χοροδιδάσκαλο την κα Βάνα Σαλαπίδα. Οι ντόπιες γυναίκες τις προηγούμενες μέρες είχαν ετοιμάσει το τοπικό

χαρακτηριστικό έδεσμα (κολοκυθόπιτα) και το πρόσφεραν σε κάθε τραπέζι. Στο χώρο υπήρχε παραδοσιακή ορχήστρα, όπου έπαιζαν δωρεάν για τον κόσμο. Το κόστος για την ορχήστρα κάλυψε ο Δήμος της Βάρης. Οι καλλιτέχνες, δέχτηκαν πρόθυμα να απαντήσουν στις ερωτήσεις μου για τη συμμετοχή τους στη συγκεκριμένη εκδήλωση.

Πληροφορητής α/α 7: επισκέπτης

Στο χώρο με τους πάγκους των μικροπωλητών, συνάντησα την Γεωργία, νεαρή μητέρα με το παιδί της. Κάτοικος γειτονικού Δήμου (Γλυφάδας) μου ανέφερε ότι επισκέπτεται συνεχώς τα τελευταία χρόνια το πανηγύρι της Βάρης, αφού αρέσει στην ίδια αλλά και στη μικρή της κόρη η βόλτα στην υπαίθρια αυτή αγορά. Οι αγορές που έκανε, ήταν κάποια παιχνίδια για τη μικρή της κόρη, μικρού κόστους.

Θεωρεί τη σημερινή μορφή του πανηγυριού, ευκαιρία να δουν οι νεότεροι κάποιες συνήθειες από τον τρόπο ζωής παλαιότερων εποχών (προμήθεια καθημερινών ειδών από το πανηγύρι) και δεν πιστεύει πια ότι έχει σημαντικό ρόλο στα νοικοκυριά της πόλης.

Πληροφορητής α/α 8: μουσικός

Ρωτώντας τον για τη συμμετοχή του στο συγκεκριμένο πανηγύρι, μου είπε ότι εξαιτίας της γνωριμίας του με τη δασκάλα του χορευτικού ομίλου «ΣΕΜΕΛΗ», κα Β. Σαλταπίδα, προσκλήθηκε με την ορχήστρα του στην εκδήλωση αυτή. Επαγγελματίας βιολιτζής εδώ και χρόνια, επιδιώκει να συμμετάσχει σε μουσικοχορευτικές εκδηλώσεις, που γίνονται με αφορμή θρησκευτικές εορτές, αφού μέσω αυτών εξασφαλίζει μια ικανοποιητική αμοιβή.

Στην ερώτησή μου για την πληρωμή του από την εκδήλωση αυτή, μου απάντησε ότι και σε αυτή – όπως και σε άλλες ανάλογες περιπτώσεις- οι Δήμοι είναι αυτοί που καλύπτουν το κόστος της ορχήστρας, θέλοντας έτσι να ψυχαγωγήσουν τους δημότες και τους επισκέπτες τους, σε συνεργασία με τους τοπικούς λαογραφικούς συλλόγους. Καταλήγοντας ο Γιάννης μου ανέφερε ότι το ίδιο ισχύει και σε άλλους Δήμους της Αττικής, αλλά και της υπόλοιπης Ελλάδας, όπου με αφορμή

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

θρησκευτικές εορτές, διοργανώνονται πολιτιστικές εκδηλώσεις και εμποροπανηγύρεις.

Πληροφορητές α/α 9 και α/α 10: μουσικοί (τραγουδι και κλαρίνο)

Συνεχίζοντας την συνομιλία μου με τα υπόλοιπα μέλη της ορχήστρας, τη Σταυρούλα (τραγουδι) και το Θοδωρή (κλαρίνο) και στην ερώτησή μου για την σημασία των πανηγυριών για αυτούς, απάντησαν ότι πέρα από την αγάπη τους για αυτό που κάνουν και τη λαϊκή παράδοση, είναι μέσο βιοπορισμού για αυτούς. Τραγουδώντας και παίζοντας σε διάφορα πανηγύρια και εκδηλώσεις, εξασφαλίζουν ικανοποιητική αμοιβή, αν και η οικονομική κρίση έχει μεταβάλλει τις συνήθειες των συμμετεχόντων. Έτσι, ενώ παλαιότερα συνήθιζαν να πληρώνουν οι ίδιοι οι χορευτές την ορχήστρα (χαρτούρα), τώρα είναι οι Δήμοι, τα πολιτιστικά σωματεία ή κάποιοι χορηγοί που αναλαμβάνουν το κόστος της ορχήστρας.

Η βιντεοσκόπηση, η φωτογράφιση και οι συνεντεύξεις μου με τα μέλη της ορχήστρας, προκάλεσαν το ενδιαφέρον των παρευρισκόμενων και κάποιοι ντόπιοι κάτοικοι, αφού τους ενημέρωσα για το σκοπό της παρουσίας μου εκεί, με προσκάλεσαν στο τραπέζι τους.

Πληροφορητής α/α 11: κάτοικος Βάρης

Ο προηγούμενος πληροφορητής (κος Γρηγόρης) με συνέστησε στην κα Αγγελική, κάτοικο της Βάρης από παλιά, η οποία θα μου έδινε περαιτέρω πληροφορίες για το πανηγύρι της Βάρης (Εικόνα 4.9). Την πλησίασα και με μεγάλη χαρά δέχτηκε να απαντήσει στις ερωτήσεις μου. Ξεκινώντας τη ρώτησα τι έχει να μου πει για το πανηγύρι της Βάρης. Ξεκινώντας την αφήγησή της, μου είπε ότι από πολύ μικρή θυμάται το συγκεκριμένο πανηγύρι. Πριν το '50, συγκεντρώνονταν σε μία πλατεία με δέντρα, όπου τραγουδούσαν με το στόμα και χόρευαν. Αργότερα μπήκαν τα όργανα, ο ζουρνάς και το νταούλι. Τα σπίτια όλα εκείνη τη μέρα ήταν ανοιχτά. Ήταν μέρα γιορτής και παράλληλα διασκέδασης για τους κατοίκους, που περίμεναν τη μέρα αυτή για να γλεντήσουν, καθώς παλιά στα χωριά δεν υπήρχε άλλος τρόπος διασκέδασης.

Στην ερώτησή μου για το τί θυμάται σχετικά με την εμποροπανήγυρη μου είπε ότι δεν θυμάται από πολύ παλιά να γινόταν εμποροπανήγυρις. Το πανηγύρι για αυτούς ήταν η λειτουργία στην εκκλησία την παραμονή και ανήμερα και τα γλέντια. Η εμποροπανήγυρις πρέπει να ξεκίνησε μετά το '50, όπου ήρθε και το λεωφορείο στη Βάρη, γιατί μέχρι τότε έφτανε μέχρι τη Βούλα.



Εικόνα 4.9. Η ερευνήτρια Καρέλλα Μαρία (δεξιά) με κάτοικο της Βάρης. (Πηγή: Μαρία Καρέλλα, 2016).

4.2.2. 2^η επίσκεψη στη Βάρη Αττικής, Τετάρτη 10/05/2017

Πληροφορητής α/α 12: μέλος πολιτιστικού συλλόγου

Στη δεύτερη επίσκεψή μου στη Βάρη, συναντήθηκα με την κα Βάνα Σαλαπίδα, χοροδιδάσκαλο του χορευτικού ομίλου «ΣΕΜΕΛΗ», στο χώρο του ομίλου (Εικόνα 4.10). Η κουβέντα μαζί της, αφορούσε την εμπειρία της από το πανηγύρι της Βάρης. Σύμφωνα με όσα της έχουν μεταφέρει οι μεγαλύτερες κάτοικοι της Βάρης, το πανηγύρι παλιά είχε γλέντι, χορό και κυρίαρχο για τις νοικοκυρές της Βάρης ήταν η εμποροπανήγυρη, όπου όλο το χρόνο την περίμεναν για να προμηθευτούν τα απαραίτητα για το νοικοκυριό τους, καθώς και είδη ένδυσης και υπόδησης για τα υπόλοιπα μέλη της οικογένειας. Εκτός από το θρησκευτικό μέρος όπου οι

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

κάτοικοι εκείνη τη μέρα τιμούσαν την Παναγία, ευκαιρία για ψυχαγωγία προσέφερε το γλέντι που γινόταν παραμονή και ανήμερα με πίπιζες και νταούλια στο προαύλιο της εκκλησίας και στην πλατεία της πόλης. Μεγάλη σημασία επίσης για τους ντόπιους είχε και το εμπορικό πανηγύρι, αφού τα χρόνια εκείνα δεν υπήρχαν στην περιοχή πολλά εμπορικά καταστήματα.

Στην ερώτηση μου για τη σημερινή μορφή του πανηγυριού, μου απάντησε ότι πολλά πράγματα έχουν αλλάξει τόσο στα έθιμα (στο γλέντι, στο χορό, στα τραγούδια) όσο και στην εμποροπανήγυρη. Σήμερα οι άνθρωποι δεν τραγουδούν με το στόμα, δεν χορεύουν τους παλιούς αρβανίτικους χορούς, ενώ τα γλέντια δε γίνονται στο περίβολο της εκκλησίας, στην πλατεία και σε κάθε σπίτι χωριστά. Όλα αυτά έχουν αντικατασταθεί από ορχήστρες με επαγγελματίες μουσικούς, οι χοροί και τα τραγούδια που επικρατούν είναι από όλη την Ελλάδα και όχι τα τοπικά της Βάρης. Τα τελευταία χρόνια μάλιστα δεν υπάρχει καθόλου μουσικοχορευτικό μέρος. Φέτος, για πρώτη φορά, ο σύλλογος «ΣΕΜΕΛΗ» έκανε μια προσπάθεια για αναβίωση του παλιού πανηγυριού της Βάρης. Το δε εμπορικό μέρος του πανηγυριού, έχει μειωθεί κατά πολύ. Υπάρχουν λιγότεροι έμποροι, στην πλειοψηφία τους αλλοδαποί και η εμποροπανήγυρη έχει χάσει τον παλιό της χαρακτήρα, αφού ο κόσμος ψωνίζει από τα εμπορικά καταστήματα της Βάρης και των όμορων δήμων.



Εικόνα 4.10. Η ερευνήτρια Καρέλλα Μαρία (δεξιά) με την κα. Βάνα Σαλταπίδα, χοροδιδάσκαλο του λαογραφικού ομίλου «ΣΕΜΕΛΗ». (Πηγή: Μαρία Καρέλλα, 2016).

4.2.3. 3^η επίσκεψη στη Βάρη Αττικής, Δευτέρα 12/06/2017

Πληροφορητής α/α 13: κάτοικος Βάρης

Στην πρώτη επίσκεψη μου στη Βάρη την Κυριακή 20/11/2016, στο προαύλιο του σχολείου που γινόταν το γλέντι, γνώρισα την κα Ευγενία Παπαδημητρίου-Αναστασίου, η οποία όταν αντιλήφθηκε το σκοπό της εκεί επίσκεψής μου, ήταν πολύ πρόθυμη να με βοηθήσει και να μου δώσει πληροφορίες και μάλιστα, με προσκάλεσε στο σπίτι της. Έτσι, τη Δευτέρα 12 Ιουνίου, επισκέφθηκα το σπίτι της στη Βάρη και μου έδωσε πληροφορίες για το πανηγύρι. Μετά τον εκκλησιασμό μαζεύονταν στα σπίτια που γινόταν γλέντι με πίπιζες, νταούλια, αρβανίτικα τραγούδια, χορούς και φαγοπότι (η πίπιζα είναι το βασικό όργανο των Αρβανιτών – οι παλαιότεροι συνήθιζαν να λένε ότι «χωρίς πίπιζα δεν γλεντάμε»).

Στη συνέχεια τη ρώτησα τι γνωρίζει για το εμπορικό μέρος του πανηγυριού και μου είπε ότι οι κάτοικοι το περίμεναν όλη τη χρονιά, γιατί ήταν ο μόνος τρόπος για αυτούς να ψωνίσουν, καθώς τα ελάχιστα μαγαζιά που υπήρχαν τότε, δεν κάλυπταν τις ανάγκες τους και δεν υπήρχε εύκολη μετάβαση προς το κέντρο της Αθήνας. Οι κάτοικοι προμηθεύονταν διάφορα είδη, για όλη τη χρονιά. Πολύ σημαντικό ήταν το γεγονός ότι ντόπιοι έμποροι, κτηνοτρόφοι και αγρότες της περιοχής, περίμεναν το πανηγύρι της Βάρης για να πουλήσουν τα εμπορεύματά τους, αλλά και οι κάτοικοι περίμεναν τους συγκεκριμένους εμπόρους, καθώς ήταν γνώριμοι τους, τους είχαν εμπιστοσύνη και είχε αναπτυχθεί μαζί τους μια σχέση φιλίας. Αντίθετα, στη σημερινή εποχή, οι έμποροι του πανηγυριού κάθε φορά μπορεί να είναι διαφορετικοί, δεν υπάρχει προσωπική σχέση με τους κατοίκους και οι περισσότεροι από αυτούς είναι αλλοδαποί. Σήμερα που οι περισσότεροι έχουν αυτοκίνητα, υπάρχει καλή σύνδεση της Βάρης με την υπόλοιπη Αττική και έχει αναπτυχθεί η τοπική αγορά, οι κάτοικοι δεν έχουν ανάγκη την εμποροπανήγυρη και δεν υπάρχει προσμονή για αυτή, όπως παλαιότερα.

Πληροφορητής α/α 14: κάτοικος Βάρης

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

Στη συνέχεια με την κα Ευγενία πήγαμε σε διπλανό σπίτι όπου ζούσε η θεία του συζύγου της, η κα Βασιλική, 88 ετών.

Η ηλικιωμένη αυτή κυρία συγκινήθηκε από τις αναμνήσεις που της έφερε η κουβέντα για το πανηγύρι της Βάρης και ξεκίνησε την εξιστόρησή της. Προσπάθησα να επικεντρώσω την κουβέντα στην εμποροπανήγυρη και της ζήτησα να μου μιλήσει για την εμπειρία της από εκείνες τις μέρες.

Μου είπε ότι αυτή και οι φίλες της περίμεναν με ανυπομονησία την έναρξη της εμποροπανήγυρης για να δουν τα εμπορεύματα. Όλο το χρόνο έκαναν οικονομίες για να έχουν χρήματα να ψωνίσουν στο πανηγύρι, καθώς σπάνια βρίσκονταν κοντά σε εμπορικά μαγαζιά. Η εμποροπανήγυρη ήταν για αυτούς καλύτερα από εμπορικά καταστήματα. Υπήρχαν πολλοί έμποροι, με διάφορα είδη εμπορευμάτων. Μπορούσες να ψωνίσεις τα πάντα και να καλύψεις όλες σου τις ανάγκες. Επειδή οι έμποροι έρχονταν κάθε χρόνο στο πανηγύρι, ήταν για αυτούς γνώριμα πρόσωπα και ήξεραν ότι θα αγοράσουν καλής ποιότητας πράγματα και σε καλή τιμή. Με την ίδια ανυπομονησία περίμενε και η μητέρα της την εμποροπανήγυρη και όλο το χρόνο σχεδίαζε τα ψώνια που θα κάνει για το νοικοκυριό της και την οικογένειά της.

Της κα Βασιλικής ο πατέρας, είχε καφενείο στη Βάρη και οι μέρες του πανηγυριού ήταν μεγάλη χαρά για αυτόν, αφού εκείνες τις μέρες αυξάνονταν τα έσοδά του. Λόγω της αυξημένης κίνησης των ημερών, ο πατέρας της έπαιρνε ντόπια νεαρά παιδιά να τον βοηθήσουν. Και τα νεαρά παιδιά της Βάρης, κυρίως αγόρια, περίμεναν το πανηγύρι για να εργαστούν σε κάποιες παροδικές δουλειές που προκύπταν για τις ανάγκες του πανηγυριού. Έτσι εξασφάλιζαν κάποια μεροκάματα με τα οποία κάλυπταν κάποιες ανάγκες τους και με τον τρόπο αυτό, πολλά από αυτά, βοηθούσαν οικονομικά τις οικογένειές τους.

4.3. Τηλεφωνικές συνεντεύξεις

Πληροφορητής α/α 15: επαγγελματίας Βάρης

Τηλεφωνική συνέντευξη πραγματοποιήθηκε με το Γιώργο, 42 ετών, επαγγελματία της περιοχής, ο οποίος διατηρεί κατάστημα υγειονομικού

ενδιαφέροντος (καφετέρια), δίπλα στην κεντρική πλατεία της Βάρης. Γεννήθηκε και μεγάλωσε στη Βάρη, απόφοιτος Τ.Ε.Ι., αποφάσισε να δημιουργήσει τη δική του επιχείρηση από αγάπη για την πόλη του και για να εκμεταλλευτεί τις προσωπικές και κοινωνικές σχέσεις που είχε αναπτύξει στην πόλη, όπως μας είπε. Ξεκίνησε την επιχείρηση το 2008, αρχικά με συνέταιρο και στη συνέχεια μόνος του. Γενικά είναι ευχαριστημένος με την επιλογή του, αφού η επιχείρηση πάει καλά.

Τα τελευταία χρόνια, οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης είναι πιο έντονες, αλλά έχει καταφέρει να έχει σταθερή πελατεία, κυρίως από κατοίκους της Βάρης. Οι μέρες του πανηγυριού, σίγουρα αποτελούν ευκαιρία για αύξηση των εσόδων, αφού πολλοί είναι οι επισκέπτες της πόλης, ενώ και για τους κατοίκους η τοπική εορτή και το πανηγύρι αποτελούν αφορμή για έξοδο. Οι μέρες όμως της αυξημένης κίνησης λόγω του πανηγυριού είναι ελάχιστες και δεν μπορεί να βασιστεί κάποιος επαγγελματίας μόνο σε αυτές. Προτείνει ο Δήμος να διαφημίσει περισσότερο το πανηγύρι και τα πολιτιστικά δρώμενα να διαρκούν περισσότερες μέρες, ώστε να αυξηθούν οι επισκέπτες και η κίνηση στα τοπικά καταστήματα.

Πληροφορητής α/α 16: κάτοικος Βάρης

Η δεύτερη τηλεφωνική συνέντευξη έγινε με κάτοικο της Βάρης (κύριο Γιώργο). Του ζήτησα να μου δώσει κάποιες πληροφορίες για το πανηγύρι της Βάρης. Ξεκινώντας την εξιστόρηση του, μου είπε ότι αυτό το πανηγύρι το θυμάται από παλιά, από το 1975-1980, με διαφορετική όμως μορφή απ' ό,τι σήμερα. Θυμάται να συγκεντρώνεται ο κόσμος στο «καφενείο του Άγγελου» και να γλεντάνε από την παραμονή. Στην πλατεία, υπήρχαν σούβλες με αρνιά, μεζέδες και κρασιά, όπου ο κόσμος συγκεντρωνόταν για να διασκεδάσει.

Για την οικονομική διάσταση του πανηγυριού, μου ανέφερε ότι, σύμφωνα με αυτά που θυμάται, σε όλα τα μαγαζιά υπήρχε κόσμος και όλα δούλευαν εκείνη τη μέρα. Η εμποροπανήγυρις εκτεινόταν σε μεγάλη έκταση στους δρόμους της Βάρης και ο κόσμος περίμενε τη μέρα αυτή για να ψωνίσει διάφορα είδη (ρουχισμός,

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

σκεύη, εξοπλισμό για το σπίτι, παιχνίδια για τα παιδιά), μιας και την εποχή εκείνη τα μαγαζιά ήταν λιγοστά στη Βάρη και στην ευρύτερη περιοχή.

Στην ερώτησή μου για το τι άλλο θυμάται από εκείνη τη μέρα μου είπε να σημειώσω ότι πολύς κόσμος, άντρες και γυναίκες, ήταν ντυμένοι με παραδοσιακές στολές και υπήρχαν ζυγιές με όργανα στην πλατεία και στα καφενεία, όπου στήνονταν αυθόρμητα γλέντια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ V. ΣΥΖΗΤΗΣΗ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε στη Βάρη Αττικής από το Νοέμβριο του 2016 έως τον Σεπτέμβριο του 2017 και με αφορμή το θρησκευτικό εορτασμό του Ιερού Ναού των Εισοδίων της Υπεραγίας Θεοτόκου στο κέντρο της πόλης της Βάρης, μελέτησε την εμποροπανήγυρη που πραγματοποιείται παράλληλα, με μεγάλο αριθμό επισκεπτών και εμπόρων. Συγκεκριμένα, μελετήθηκαν η σημασία και ο ρόλος του πανηγυριού, οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης σε αυτό και η αλλαγή του οικονομικού χαρακτήρα του σε σχέση με παλαιότερα. Για τον σκοπό αυτό, πραγματοποιήθηκαν τρεις επιτόπιες επισκέψεις και τηλεφωνικές συνομιλίες με ντόπιους κατοίκους της Βάρης όλων των ηλικιών, καθώς επίσης και επαγγελματίες, εμπόρους και επισκέπτες που συμμετείχαν στην εμποροπανήγυρη.

Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με βάση την εθνογραφική μέθοδο (Kaeppler, 1999; Koutsouba, 1999, 2015) με τη χρήση πρωτογενών και δευτερογενών πηγών. Τα δεδομένα αποτελούνται από προφορικές μαρτυρίες, οι οποίες προήλθαν από ερωτήσεις ανοιχτού τύπου για ημι-δομημένη συνέντευξη, καθώς επίσης και στην επιτόπια καταγραφή του πανηγυριού της Βάρης.

Στη συμμετοχική παρατήρηση, χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική μέθοδος, η οποία αφορά έρευνα που έγινε σε άτομα που εμπλέκονταν στα δρώμενα και χαρακτηρίζονται ως πληροφορητές (Γκέφου-Μαδανιού, 1999) οι οποίοι επιλέχθηκαν με βάση την εντοπιότητα και το ρόλο τους στο δρώμενο. Οι δευτερογενείς πηγές βασίστηκαν στην ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, καθώς επίσης σε φωτογραφικό υλικό και υλικό βιντεοσκόπησης της ερευνήτριας.

Από την ανάλυση των δεδομένων που προέκυψαν από τα μεθοδολογικά εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν (συνεντεύξεις, συμμετοχική παρατήρηση) διαπιστώνεται ότι παρά την οικονομική κρίση, το πανηγύρι εξακολουθεί και στη σημερινή εποχή να αποτελεί σημαντικό κοινωνικό και οικονομικό γεγονός για την τοπική κοινωνία. Τα αποτελέσματα, όπως οι μαρτυρίες της κα. Σαλαπίδα, της κα. Ευγενίας και της κα. Βασιλικής, συνάδουν με προηγούμενες μελέτες (Koutsouba, 1999; Μπιτσάνη, 2002) σχετικά με τον ρόλο των πανηγυριών που εκτός από

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

ψυχαγωγικό ρόλο έχουν και θρησκευτικό, κοινωνικό και οικονομικό αλλά και την σπουδαιότητα τους ως αναπόσπαστο κομμάτι της παράδοσης. Οι εμποροπανηγύρεις συμπίπτουν συχνά με τα θρησκευτικά πανηγύρια λόγω του μεγάλου αριθμού επισκεπτών που συρρέει για να προσκυνήσει και των εορτασμών που λαμβάνουν χώρα. Παρά το γεγονός πως είναι κυρίως οικονομικοί θεσμοί, διαφοροποιούνται από τις παραδοσιακές αγορές και λόγω του κοινωνικού τους χαρακτήρα καθώς είναι συνδεδεμένες με στιγμές ανάπαυλας και εορτασμού και οι επισκέπτες δεν έχουν μόνο σκοπό να αγοράσουν προϊόντα αλλά και να γλεντήσουν στα υπαίθρια κέντρα (Ζωγράφου, 1999). Οι εκδηλώσεις αυτές δεν προάγουν μόνο τις διαπροσωπικές και εθνοτοπικές σχέσεις αλλά τονώνουν και την τοπική αγορά διότι με αφορμή το θρησκευτικό εορτασμό των Εισοδίων της Θεοτόκου, έμποροι διάφορων κατηγοριών συγκεντρώνονται για να πουλήσουν τα προϊόντα τους και οργανώνεται η τοπική αγορά. Ταυτόχρονα, το πανηγύρι αποτελεί σημαντική πηγή εσόδων και για τους πολιτιστικούς συλλόγους, οι οποίοι σε πολλές περιπτώσεις με τα πανηγύρια αποκτούν την οικονομική δυνατότητα για την χρηματοδότηση των δράσεων τους.

Η οικονομική διάσταση όμως του πανηγυριού εμφανίζεται να μειώνεται συνεχώς τα τελευταία χρόνια, με κυρίαρχη την μείωση της εμπορικής κίνησης και των κερδών για τους εμπόρους και τους μικροπωλητές που συμμετέχουν σε αυτά. Οι παράγοντες που ευθύνονται για την κατάσταση αυτή σχετίζονται τόσο με την οικονομική κρίση όσο και με την αλλαγή του τρόπου ζωής και των καταναλωτικών συνηθειών και προτύπων τις τελευταίες δεκαετίες.

Η οικονομική κρίση που αντιμετωπίζει η χώρα μας τα τελευταία δέκα χρόνια είναι προφανές ότι έχει σημαντικές επιπτώσεις στην κατανάλωση και στη διάθεση των ατόμων να ξοδέψουν χρήματα (όπως δείχνουν τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής -ΕΛΣΤΑΤ-, η πτώση του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος – ΑΕΠ- την περίοδο 2009-2017 στην Ελλάδα ανήλθε σε 25% περίπου).

Την πραγματικότητα αυτή επισημαίνουν όλοι οι εμπλεκόμενοι με το πανηγύρι της Βάρης που συμμετείχαν στις συνεντεύξεις. Ταυτόχρονα, από τις συνεντεύξεις προκύπτει ότι η αλλαγή στις καταναλωτικές συνήθειες και στον τρόπο ζωής των

ανθρώπων σήμερα, ειδικά στις μεγάλες πόλεις, έχει ως συνέπεια τη μείωση της σημασίας των εμπορικών πανηγυριών για την προμήθεια των ειδών που χρειάζονται τα νοικοκυριά.

Πέρα από το καθαρά εμπορικό κομμάτι, η συμβολή του πανηγυριού στην οικονομική ζωή της τοπικής κοινωνίας δεν είναι αμελητέα. Η τόνωση της τοπικής οικονομίας είναι σημαντική, αφού πλήθος επαγγελματιών εμπλέκονται άμεσα (άμεσα είναι τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν αποκλειστικά από την τέλεση των πανηγυριών, όπως τα κέρδη των προμηθευτών, των εμπόρων, των επαγγελματιών, οι αμοιβές των μουσικών κλπ) ή έμμεσα (έμμεσα είναι τα κέρδη που προκύπτουν από την κυκλοφορία του πανηγυριώτικου χρήματος, αλλά και από την κίνηση που παρουσιάζεται από την έλευση των επισκεπτών), με το πανηγύρι και αποτελεί γι' αυτούς σημαντική πηγή εσόδων, εύρημα που συμφωνεί και με ανάλογες μελέτες για άλλες περιοχές της Ελλάδας, π.χ. για την Ικαρία (Καλαμπόγιας, 2014).

Εξετάζοντας τον θεσμό των πανηγυριών μέσα από διαφορετικά πλαίσια και χρονικά διαστήματα διαπιστώνουμε πως συνεχίζουν να είναι ένας δυναμικός και ζωντανός θεσμός καθώς συμβάλλουν στην ψηλάφηση της ιστορίας του τόπου, των ανθρώπων και των παραδόσεων, ενισχύοντας τη συλλογική συνείδηση και αυτογνωσία. Απ' άκρη σ' άκρη της Ελλάδας, τα πανηγύρια συγκινούν και γοητεύουν ακόμη και σήμερα, διατηρώντας μέσα στο χρόνο την πολιτιστική μας ταυτότητα και γίνονται πόλος για τουρίστες και για Έλληνες. Είναι μια ευκαιρία κοινωνικής συνάθροισης, που υπενθυμίζει την κοινή καταγωγή και ενδυναμώνει τη συνοχή της κοινότητας μέσα από την παράδοση.

Τα τελευταία χρόνια και σε πολλές περιπτώσεις παράλληλα με την εξέλιξή τους παρατηρείται αλλοίωση του παραδοσιακού τους χαρακτήρα κάτι που δυσαρεστεί τους ντόπιους και απομακρύνει τους επισκέπτες: *«Χάσαμε κι εμείς την παιδική μας αθωότητα. Τα χρόνια περνούν, αλλάζουν οι εποχές και σίγουρα το μόνο που μπορούμε να κάνουμε όσοι έχουμε ζήσει τέτοιες όμορφες στιγμές είναι να τις διατηρούμε ζωντανές στη μνήμη μας και να αναπολούμε το μοναδικό και αξέχαστο πανηγύρι των παιδικών μας χρόνων»* (Χαρακόπουλος, 2006, σελ 24).

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

Ωστόσο, ακόμα και κάτω από αυτές τις συνθήκες βλέπουμε πως βασικά χαρακτηριστικά τους έχουν διατηρηθεί. Παράλληλα με το συμφέρον και την επιθυμία για κέρδος, υπάρχει η συνεργασία και η αλληλεγγύη των κατοίκων καθώς και η γενναιοδωρία προς τον επισκέπτη, που βίωσε και επιβεβαιώνει η ερευνήτρια. Παρά την οικονομική και εμπορική εκμετάλλευση το μέρος διεξαγωγής των εορτασμών παραμένει ιερό. Τέλος, παραμένει ακόμα ο σεβασμός προς την παράδοση και την πολιτιστική κληρονομιά και μπορεί να συνυπάρχει με τον εκσυγχρονισμό.

Η ενίσχυση του θεσμού αυτού μέσω της πολιτείας και των τοπικών κοινοτήτων κρίνεται απαραίτητη δεδομένης της επίδρασης που ασκεί στις τοπικές κοινωνίες. Τα πανηγύρια τονώνουν την οικονομία της περιοχής στην οποία διοργανώνονται, δημιουργούν θέσεις εργασίας και προσελκύουν τουρισμό. Αυτά τα στοιχεία δίνουν κίνητρο στον νέο πληθυσμό που έχει εγκαταλείψει την γενέτειρά του να επιστρέψει, να εργαστεί και να αναδείξει το τοπικό πανηγύρι ως ένα κορυφαίο δρώμενο, ενισχύοντας τον τόπο του. Τα παραπάνω θα πρέπει να συνδυάζονται με την διατήρηση των ιδιαίτερων γνωρισμάτων του κάθε πανηγυριού από τα οποία εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό η επιτυχία του και η διαχρονικότητά του.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Angelova, M., & Stoyanova, T. (2018). Cultural and creative business through investment plan for Europe. *Proceedings of the 2018 International Conference on High Technology for Sustainable Development (HiTech)* (pp. 1-4).
- Βαρβούνης, Μ. Γ. (2013). *Ελληνικός λαϊκός πολιτισμός και τουρισμός*. Αθήνα: Πεδίο Α.Ε.
- Βαρβούνης, Μ. Γ. (1995). *Παραδοσιακή, θρησκευτική συμπεριφορά και θρησκευτική λαογραφία*. Αθήνα: Οδυσσέας.
- Bauman, G. (1992). *Intimations of postmodernity*. London and N.Y.: Routledge.
- Beidelman, T.O. (1989). *Agonistic exchange: Homeric reciprocity and the heritage of Simmel and Mauss in cultural anthropology* (Vol. 4, No 3, pp. 227-259). Houston: American Anthropological Association.
- Berque, J. (1978). *L'Intérieur du Maghreb*. Paris: Gallimard.
- Berg, L.D., Borg, J., & Meer, J.V. (1995). Urban tourism: performance and strategies in eight European cities. *The European Institute for Comparative Urban Research*. UK: Avebury.
- Branding Heritage (2020). *Branding Heritage*. Ανακτήθηκε στις 01/02/2022 από το διαδικτυακό τόπο: <https://brandingheritage.org/>.
- Γκέφου – Μαδιανού, Δ. (1999). *Πολιτισμός και εθνογραφία. Από τον Εθνογραφικό Ρεαλισμό στην Πολιτισμική Κριτική*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Γκέφου – Μαδιανού, Δ. (2003). *Εαυτός και «άλλος»: Εννοιολογήσεις, ταυτότητες και πρακτικές στην Ελλάδα και την Κύπρο*. Αθήνα: Gutenberg.
- Caldwell, D. & Burger, J. (1998). Personality characteristics of job applicants and success in screening interviews. *Personnel Psychology*, 51, 119 – 136.
- Clammer, J. (1984). Approaches to ethnographic research. *Ethnographic Research: A Guide to General Conduct*, 1, 63-85.
- Cohen, A.P. (1985). *The symbolic construction of community*. Tavistock: Ellis Horwood.
- Colbert F. (2001). *Marketing culture and the arts*. Montreal: HEL.

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

- Crang, M., & Cook, I. (2007). *Doing ethnographies*. London, UK: Sage.
- Davanelos, N. (1989). Les Tsiganes et la musique populaire grecque. In P. Williams (ed), *Tsiganes: identities, evolution. Actes du colloque pour le trentiene anniversaire des etudes tsiganes* (pp. 489-495). Paris: Syros.
- Delaporte, H. (2006). *Quand les chanteurs sont grecs et les musiciens tsiganes. La musique traditionnelle en Epire*. Université Paris X - Nanterre. Paris.
- Dietler, M. & Hayden, B. (2001). *Feasts, archaeological and ethnographic perspectives on food politics and power*. Washington, DC: Smithsonian Institution Press.
- Dillon, M. (1997). *Pilgrims and pilgrimage in ancient Greece*. London, UK: Routledge.
- Ebert, M. (2005). *To a different canoe: a study of cultural pragmatics and continuity* (doctoral dissertation), University of Aberdeen.
- Einarsson, A. (2016). *Cultural economics*. Bifrost University.
- Elias, N. (1997). *Η εξέλιξη του πολιτισμού. Κοινωνιογενετικές και Ψυχογενετικές έρευνες* (Μτφρ. Ε. Βαϊκούση). Αθήνα: Νεφέλη.
- European Travel Commission. (2005). *City tourism & culture: the European experience*. World Tourism Organization (WTO).
- Fillis, I. (2002). Creative Marketing and the art organisation: What can the artist offer? *International Journal of Non-profit and Voluntary Sector Marketing*, Vol 7, No 2.
- Fleischer, A., (2000), The tourist behind the pilgrim in the Holy Land. *International Journal of Hospitality Management*, 19(3), 311-326.
- Ζήκος Γ. & Παναγιωτοπούλου Α. (1990). *Φαινομενολογία του ελληνικού παραδοσιακού χορού*, Αθήνα: Τελέθριον.
- Ζωγράφου Μ. (1999). *Ο χορός στην ελληνική παράδοση*. Αθήνα: Art. Work
- Godelier, M. (1999). *The enigma of the gift*. Cambridge: Polity Press.
- Ηγουμενάκης, Ν. & Κραβαρίτης, Κ. (2004). *Τουρισμός: Βασικές έννοιες*. Αθήνα: Interbooks.

- Ημερολόγιον (2016). Ιερά Μητρόπολη Γλυφάδας, Ελληνικού, Βούλας, Βουλιαγμένης και Βάρης. Ιστορία της Πόλης μας: Ιστοσελίδα Δήμου Βούλας, Βάρης, Βουλιαγμένης. <http://www.vvv.gov.gr/index.php/i-poli-mas-fp/archives-and-city-history>.
- Hendry, J. (2011). Τουρισμός και διαπολιτισμικές συναντήσεις. Στο Ε. Πετρίδου (Επιμ.), *Οι κόσμοι που μοιραζόμαστε. Εισαγωγή στην πολιτισμική και κοινωνική ανθρωπολογία*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Ίσαρη, Φ., & Πουρκός, Μ. (2015). *Ποιοτική μεθοδολογία έρευνας*. Αποθετήριο Κάλλιπος.
- Jackowski, A. & Smith, V. (1992). Polish pilgrim - Tourists. *Annals of Tourism Research*, 19, 92 -106.
- Κάβουρας, Π. (2000). Το γλέντι. Στο Σ. Χτούρης (Επιμ.), *Μουσικά Σταυροδρόμια στο Αιγαίο* (σελ. 210-212). Αθήνα: Εξάντας.
- Κακαμπούρα, Ρ. (1999). *Ανάμεσα στο αστικό κέντρο και τις τοπικές κοινωνίες: Οι σύλλογοι της επαρχίας Κόνιτσας στην Αθήνα*. Κόνιτσα: Πνευματικό Κέντρο Δήμου Κόνιτσας.
- Καλαμπόγιας, Δ. (2014). Η συμβολή των πανηγυριών στην οικονομική ζωή της Ικαρίας. *Εισήγηση στο συνέδριο με θέμα την «Ανάδειξη τοπικών πανηγυριών και ευζωίας στην Ικαρία»*. Αγ. Κήρυκος Σεπτέμβριος 2014.
- Καμηλάκης, Π.Ι (2002). Η εμποροπανήγυρη και η εβδομαδιαία αγορά του Βελεστίνου: Λαογραφική και Ιστορική Θεώρηση. *Πρακτικά Γ' Διεθνούς Συνεδρίου «Φέραι-Βελεστίνο-Ρήγας»*, Υπέρεια, 3.
- Καμπερίδου, Ειρ. (2021). Πετυχημένη γήρανση ή ηλικιακός αποκλεισμός/ρατσισμός: Το μέλλον των νέων στις δυτικές κοινωνίες. *Πανεπιστημιακές σημειώσεις, e-learning: Εργαστήριο Προσαρμοσμένης Κινητικής Δραστηριότητας/Αναπτυξιακών και Κινητικών Διαταραχών*, ΣΕΦΑΑ, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΕΚΠΑ). Pergamos: <https://pergamos.lib.uoa.gr/uoa/dl/object/2969338> , <https://pergamos.lib.uoa.gr/uoa/dl/frontend/file/lib/default/data/2969338/theFile> Βλ. επίσης, Συνέντευξη της Ειρήνης Καμπερίδου, Καθηγήτριας

Κοινωνιολογίας του ΕΚΠΑ, στο Data Project «Υπογεννητικότητα» - Hub
ΕΚΠΑ (uoa.gr).

- Καμπερίδου, Ε. (2014). *Επιτέλους αναπνέω ελεύθερη! Γυναικείες Μαρτυρίες*. Εκδόσεις Τελέθριον, Εκδοτικός Όμιλος ΙΩΝ.
- Καμπερίδου, Ε., & Παπαδοπούλου, Σ. (2015). Κοινωνικό κεφάλαιο, φύλο και αθλητισμός. *Γυναίκα & Άθληση*. IX , τεύχος 2013/2014, 7-14. Έκδοση της Πανελλήνιας Ένωσης για τον Αθλητισμό και τα Σπορ (ΠΕΠΓΑΣ).
- Καμπερίδου, Ε. (2012). *Κοινωνικό φύλο, κοινωνικό κεφάλαιο, πολιτισμικότητα και αθλητισμός*. Επιστημονικές Εκδόσεις Τελέθριο, Α. Πιτέρης & ΣΙΑ ΕΕ.
- Καμπερίδου, Ε. (2006). Η χορευτική «μανία» των Ποντίων της Σινώπης το 1870, και η επιβαλλόμενη μουσικό-χορευτική εκπαίδευση των εξισλαμισμένων σκλάβων. *ΜΑΚΕΔΟΝΩΝ, Περιοδική Επιστημονική Έκδοση της Παιδαγωγικής Σχολής Φλώρινας του Π.Δ.Μ.* 15, 305-316
<https://pergamos.lib.uoa.gr/uoa/dl/object/2775441>
- Καμπερίδου, Ε. (2003). Οι χοροί των εξισλαμισμένων σκλάβων στην Οθωμανική αυτοκρατορία: Ο χορός και η φυσική κίνηση ως σύμβολα κοινωνικής κατωτερότητας. *Γυναίκα και Άθληση*, II (2), 153-164
- Καμπερίδου, Ε. (2002). Η ταύτιση των περιηγητριών με το «Άλλο». *ΜΑΚΕΔΟΝΩΝ, Περιοδική Επιστημονική Έκδοση της Παιδαγωγικής Σχολής Φλώρινας του Α.Π.Θ.*, 10, 149-160.
- Καμπερίδου, Ε. (1993α). Ελληνικός Χορός: Όργανο Ενότητας Σώματος και Πνεύματος. *ΓΡΑΜΜΑ-GRAMMA, Griechische Zeitschrift fur Deutschland und Europa. Attika Press, Frankfurt*, 30-31.
- Καμπερίδου, Ε. (1993β). Η μαγειρική τέχνη στην Αρχαία Ελλάδα. Ο πολιτισμός του φαγητού. *ΓΡΑΜΜΑ-GRAMMA Griechische Zeitschrift fur Deutschland und Europa. Attika Press, Frankfurt*, 32-34.
- Καμπερίδου, Ε. (1993γ). Ο Πολιτισμός του Φαγητού στην Βυζαντινή Αυτοκρατορία: Ψυχαγωγία και Απόλαυση. *Εκκλησία και Χορτοφαγία. ΓΡΑΜΜΑ- GRAMMA Griechische Zeitschrift fur Deutschland und Europa. Attika Press, Frankfurt*, 28-31.

- Kamberidou, I. (2020a). “Distinguished” Women Entrepreneurs in the Digital Economy and the Multitasking Whirlpool. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Springer Open, 9(3), 1-26. Springer Nature <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0114-y> Link: <https://rdcu.be/b4sWF>
- Kamberidou, I. (2020b). Revealing experiences hidden from history: Through the eyes of women travelers in the Eastern Mediterranean and Black Sea regions in the 17th to early 20th centuries. In *Port cities and maritime routes in Eastern Mediterranean and Black Sea 18th–21st centuries* (1st ed., pp. 1063-1083). Thessaloniki: University of Macedonia, Thessaloniki (Editors: E.G. Gavra and E.N. Geogitsoyanni). <https://pergamos.lib.uoa.gr/uoa/dl/object/2916218>
- Kamberidou, E. (2018). Revealing experiences hidden from history: Through the eyes of women travelers in the Eastern Mediterranean and Black Sea regions in the 17th to early 20th centuries. Presentation at the International Conference: Port cities and maritime routes in Eastern Mediterranean and Black Sea (18th–21st century). Co-organized by the University of Macedonia and Harokopio University 22-24 Nov. 2018. Athens. Full presentation/article in: <https://pergamos.lib.uoa.gr/uoa/dl/object/2775161>
- Kamberidou, I (2013). Women entrepreneurs: ‘we cannot have change unless we have men in the room’ *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, A Springer Open Journal, 2:6. <https://doi.org/10.1186/2192-5372-2-6>, <https://rdcu.be/cZCfx>
- Kamberidou, I. (2016) Interacting, sharing and bonding: ‘notes of personal experience’ by nineteenth-century women travellers, *Gender, Place & Culture*, 23:3, 381-397. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2015.1013451>.
- Kamberidou, I., & Pascall, N. (2020). The digital skills crisis: engendering technology-empowering women in cyberspace. *European Journal of Social Sciences Studies*, 4(6), 1–33. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3558799>.
- Kamberidou, I., Bonias, A., & Patsantaras, N. (2019). Sport as a means of inclusion and integration for “those of us with disabilities”. *European Journal of*

- Physical Education and Sport Science*, 5(12), 99-128. Open Access Publishing Group. <https://doi: 10.5281/zenodo.3464696>
- Kapferer, Br. (2004). Ritual dynamics and virtual practice. Beyond representation and meaning. *Social Analysis*, 48(2), 35-54.
- Καρέλλα, Μ. (2018). Η Οικονομική Διάσταση των Πανηγυριών. *Φιλοσοφία και Παιδεία, Περιοδική Έκδοση της Ένωσης Καθηγητών για την Προαγωγή της Φιλοσοφίας στην Εκπαίδευση (ΕΚΔΕΦ)*, 75-76, 33-34.
- Καρέλλα, Μ., Καμπερίδου, Ε., & Παπακώστας, Χ. (2017). Ο οικονομικός χαρακτήρας των πανηγυριών: Επιτόπια έρευνα στη Βάρη Αττικής. *Πρακτικά του 4ου Συνεδρίου Αθλητικής Επιστήμης «Η Φυσική Αγωγή και ο Αθλητισμός στο Σύγχρονο Κόσμο: Παιδεία - Κοινωνία – Πολιτισμός*, σελ. 92-93. Σχολή Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΕΚΠΑ).
<https://pergamos.lib.uoa.gr/uoa/dl/object/2918623>
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., & Γκρίμπα, Ε. (2011). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού – Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Κουρή Μ. (2008α). Εστιάζοντας στον άνθρωπο. Στο *Πολιτιστική διαχείριση-Από την ερμηνεία στη διοίκηση*. ΤΕΙ Ηπείρου: Τμήμα Λαϊκής και Παραδοσιακής Μουσικής, Άρτα.
- Κουρή Μ. (2008β). Πολιτιστικοί οργανισμοί και εκπαίδευση. Στο *Μουσική σε πρώτη Βαθμίδα*, 4, Αθήνα: Fagotto.
- Κυριακίδου – Νέστορος, Α. (1981). *Λαογραφία και ανθρωπιστικές σπουδές*. Θεσσαλονίκη: Αυτοέκδοση.
- Kaeppler, A. L. (1999). The mystique of fieldwork. In *Dance in the field* (pp. 13-25). Palgrave Macmillan, London.
- Kea European Affairs (2006). *The economy of culture in Europe*. Study prepared for the European Commission. Brussels: European Commission.

- Kefi-Chatzichamperi, E. (2014). Customs and Traditions of a “Sunken City” Kato Kalentini. *Journal “Sustainable Development, Culture, Traditions”*. 1a, (2a), 168-179.
- Kefi-Chatzichamperi, E., & Kamberidou, I. (2021). The National Action Plan for gender equality: Women, sports and military institutions. *European Journal of Physical Education and Sport Science*, 7(3), 90-116. <https://doi.org/10.46827/ejpe.v7i3.3959>.
<https://oapub.org/edu/index.php/ejep/article/view/3959/6595>
<https://pergamos.lib.uoa.gr/uoa/dl/object/2961752>
- Khamouna, M; Zeiger, J (1995). *Peace through Tourism*. Parks & Recreation.
- Kotler, P and Levy, S (1969). Broadening the concept of marketing. *Journal of Marketing*, 33.
- Kotler P. (2000). *Μάρκετινγκ μάνατζμεντ: Ανάλυση, σχεδιασμός, υλοποίηση και έλεγχος*. (9^η έκδ.). Αθήνα: Interbooks.
- Koutsouba, M. (1997). *Plurality in motion: Dance and cultural identity on the Greek Ionian Island of Lefkada*. Doctoral dissertation, Goldsmiths, University of London.
- Koutsouba, M. (1999). “Outsider” in an “inside” world, or dance ethnography at home. In T. J. Buckland, (Ed.), *Dance in the field, theory methods and issues in dance ethnography*. First published in Great Britain by Macmillan Press LTD
- Koutsouba, M. (2015). Greek perspectives on the intangible cultural heritage of dance. In E.I. Dunin (editor), *Dance and Narratives & Dance as Tangible and Intangible Cultural Heritage, Proceedings of 28th Symposium of the International Council for Traditional Music (ICTM) Study Group on Ethnochoreology* (pp. 303-308). Croatia: Institute of Ethnology and Folklore Research.
- Λιάβας Λ. (1996), Το τοπικό μουσικό ρεπερτόριο από τη διάσωση στη διάδοση. Στο *Παράδοση*, 14. Αθήνα.
- Λουκάτος Δ.Σ. (2003). *Σύγχρονα λαογραφικά*. Αθήνα: Σ.Γ. Φιλιπότης.

Λυδάκη, Α. (2001). *Ποιοτικές μέθοδοι της κοινωνικής έρευνας*. Αθήνα: Καστανιώτης.

Lenzerini, F. (2011). Intangible cultural heritage: The living culture of peoples. *The European Journal of International Law*, 22(1), 101-120.

Μερακλής, Μ. Γ. (1986). *Ελληνική λαογραφία: Ήθη και έθιμα*. Odysseas.

Μερακλής, Μ. (1989). *Λαογραφικά ζητήματα*. Αθήνα: Εκδόσεις Μπούρα.

Μερακλής Γ.Μ. (2011). *Ελληνική λαογραφία κοινωνική συγκρότηση. Ήθη και έθιμα - Λαϊκή τέχνη*. Αθήνα: Καρδαμίτσα.

Μοίρα Π. (2009). *Θρησκευτικός τουρισμός*. Αθήνα: Interbooks

Μοίρα Π. (2008). Η παράμετρος της θρησκείας στον πολιτισμικό τουρισμό. *Αγορά χωρίς σύνορα*, 13(2).

Μπαξεβάνη, Ε., & Κουθούρης, Χ. (2016). Διερεύνηση των κινήτρων που ωθούν στην συμμετοχή των ατόμων σε δράσεις θρησκευτικού τουρισμού. *e-Περιοδικό Επιστήμης & Τεχνολογίας*, 35-46.

Μπιτσάνη Ε.(2001). *Πολιτισμική διαχείριση & περιφερειακή ανάπτυξη*, Αθήνα: Διονικός.

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

Μπιτσάνη, Ε. (2002). *Πολιτισμός και τοπική κοινωνία: Η τοπική πολιτιστική ανάπτυξη στην Ελλάδα και ο ρόλος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης. 1980-2000*. Doctoral dissertation, Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών. Τμήμα Κοινωνιολογίας. Τομέας Νεοελληνικής Κοινωνίας).

Μπόνιας, Α. (2019). *Κοινωνικός αποκλεισμός και κοινωνικός πόνος: Ο αθλητισμός ως μέσο κοινωνικής ενσωμάτωσης/ένταξης αθλητών/τριών με κινητική αναπηρία*. Μεταπτυχιακή διατριβή. Σχολή Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού. Κατεύθυνση Κοινωνικές και Ανθρωπιστικές Σπουδές-Κοινωνιολογία του Αθλητισμού. Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

- Metreveli, M., & Dallen, T.J. (2010). Religious heritage and emerging tourism in the Republic of Georgia. *Journal of Heritage Tourism*, 5(3), 237.
- Moira, P., Parthenis S., Kontoudaki, A., & Katsoula O. (2009). Religious tourism in Greece: The necessity to classify religious resources for their rational valorization, international Congress: Tourism, Religious & Culture: Regional Tourism Development through Meaningful Experiences, Lecce, Tricase, Poggiardo 27-29 October 2009, In Trono, Anna (2009). (2009). Proceedings "of the International Conference, "Tourism, Religion and Culture". University of Salento/Mario Congredo Publ. pp. 465-480.
- Moira, P., -Mylonopoulos, D., & Parthenis, Sp. (2009a). The valorization of religious resources in the development of cultural tourism: The case of Greece (pp. 603-620). University of Central Lancashire, International Conference: Tourist Experiences: Meanings, Motivations, Behaviours, Preston. UK.
- Νιτσιάκος Β. (2003). *Χτίζοντας το χώρο και το χρόνο*. Αθήνα: Οδυσσέας.
- Nas, P. M. (2002). Masterpieces of oral and intangible culture: Reflections on the UNESCO World Heritage List. *Current Anthropology*, 43(1), 139-148.
- Nolan, M. & Nolan, S. (1992). Religious sites as tourism Attractions in Europe. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 68 - 78.
- Παϊζη-Πρόκου Δ. (1993). *Περιπέτεια σε κάποιον άλλο κόσμο*. Αθήνα: Νέοι Ακρίτες.
- Παϊζη-Πρόκου Δ. (1978). Βάρη (Αναγυρούς). *Μία πολιτεία 2.500 χρόνων*. Βάρη.
- Παπακώστας Χ. (2014). *Ελληνική λαϊκή παράδοση, από το παρελθόν στο μέλλον*. Διαβατήριες τελετές και Λαϊκά Δρώμενα. Αθήνα: Αλέξανδρος.
- Πατσαντάρας, Ν (2014). *Αθλητισμός και κοινωνιολογική σκέψη*. Αθήνα: Τελέθριον Α. Πιπέρης & ΣΙΑ ΕΕ.
- Πατσαντάρας, Ν. (2007). *Το ολυμπιακό φαινόμενο. Ολυμπισμός-κοινωνικά νοήματα-ηθικά νοήματα-μεταβολή των ολυμπιακών αξιών- διαφοροποίηση-εμπορευματοποίηση- πολιτική εργαλειοποίηση- ΜΜΕ- γυναικείο ζήτημα-ντόπινγκ*. Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη.
- Πίττας Γ. (2011). *Πανηγύρια στο Αιγαίο*. Πάρος: Κοιλάδα Λευκών Α.Ε.

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

- Πούχγερ Β. (1985). Θεωρία του λαϊκού θεάτρου. *Λαογραφία*, 9, Αθήνα
- Page, S. (1995). *Urban Tourism*. London, UK: Routledge
- Pavlogeorgatos, G., & Constantoglou & M. (2004). *Cultural tourism: The case of Greece. Cultural industries*. Athens: Kritiki publications.
- Patsantaras, N. (2020). Virtual bodies (avatars) and sport exercises: some important thoughts. *European Journal for Sport and Society*, 17(4), 339-356.
- Patsantaras, N., & Kamberidou, I. (2017). Virtual bodies and sport activities: The case of the avatars in second life fitness club. Presentation in *13th Conference of the European Sociological Association “(Un)Making Europe: Capitalism, Solidarities, Subjectivities”*. Panteion University of Social & Political Sciences, 01-05 Sept. 2017, Athens, Greece.
- Phinney, J. (2003). Ethnic identity and acculturation. In K. Chun, P.B. Organista, & G. Marin (Eds.), *Acculturation: Advances in theory, measurement and applied research* (pp. 63-81). Washington, D.C.: APA.
- Phinney, J.S., & Rotheram, M.J. (1987). *Children's ethnic socialization: Pluralism and development*. New York, CA: Sage Publications.
- Ράφτης Α. (1985). *Ο κόσμος του ελληνικού χορού*. Αθήνα: Πολύτυπο.
- Ράφτης, Α. (1992). *Χορός, πολιτισμός και κοινωνία*. Αθήνα: Θέατρο Ελληνικών Χορών «Δόρα Στράτου»
- Robson, C. (2007). *How to do a research project: A guide for undergraduate students*. Oxford, UK: Blackwell Publishing.
- Robson, J. (2007). *Teacher professionalism in further and higher education: Challenges to culture and practice*. London, UK: Routledge.
- Σαραντίδης, Σ. (2013). *Πολιτισμός, κρατικός πολιτισμός 2014. Μεγάλες περικοπές των κοβδυλίων για τον πολιτισμό*. Ανακτήθηκε στις 25/5/2018 από το διαδικτυακό τόπο: rizospastis.gr.
- Σιέττος Γ.Β. (1975). *Εθιμα στις γιορτές*. Πειραιάς: Αυτοέκδοση.
- Σκουτέρη-Διδασκάλου Ε. (1992). Όψεις του παραδοσιακού πολιτισμού της Μακεδονίας (19^{ος} –αρχές 20^{ου} αιώνα). Στο Κολιόπουλος Ι & Χασιώτης Ι.

- (επιμέλεια), *ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ Ιστορία-Οικονομία-Κοινωνία-Πολιτισμός*, (σελ. 402-403). Θεσσαλονίκη: Παπαζήση.
- Σφακιανάκης, Μ. (2000). *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Αθήνα: Έλλην.
- TERA Consultants (2010). *Building a digital economy: The importance of Saving Jobs in the EU's Creative Industries*. Brussels, 2010
- Thompson, P. (2002). *Φωνές από το παρελθόν. Προφορική Ιστορία* (Μτφ. Ρ. Β. Μπουσχότεν και Ν. Ποταμιάνος). Αθήνα: Πλέθρον.
- Throsby, D (2011): The economics of cultural policy. *Journal of Cultural Economics*, 35(3), 237-240.
- Turner, V & Turner, E. (1978). *Image and pilgrimage in christian culture; Anthropological perspectives*. New York: Columbia University Press.
- Υπουργείο Πολιτισμού (2003). *Ενδιάμεση έκθεση αξιολόγησης Ε.Π. «ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ» 2000-06*. Ανακτήθηκε από το διαδικτυακό τόπο: <http://ep.culture.gr/el/Documents/%CE%95%CE%A0%20%CE%A0%CE%9F%CE%9B%CE%99%CE%A4%CE%99%CE%A3%CE%9C%CE%9F%CE%A3%202000-2006/Endiamesi.Axiologisi.GR.ENG.Oct.2003.pdf>
- UNESCO (1992). International Conference, 43rd Session Geneva 14-19 September 1992. UNESCO International Bureau of Education. [Education transforms lives \(unesco.org\)](http://unesco.org)
- UNWTO (2014). *AM reports, volume ten-global benchmarking for city tourism measurement*. Madrid: World Tourism Organisation.
- Walcot, P. (1970). *Creek Peasants. Ancient and Modern*. Manchester, UK: Manchester University Press.
- Weiner, B. A. (1985). Inalienable Wealth. *American Ethnologist*, 12(2), 210-227.
- Williams R. (1983) *Keywords: A vocabulary of a culture and society*, London, UK: Fontana Press.
- Χαρακόπουλος, Μ. (2006). *Ενθύμιον πανηγύρεως, Μια νοσταλγική ματιά στο πανηγύρι του Αγίου Νικολάου του εν Βουναίνους και στη διασκέδαση στην ελληνική επαρχία του χθες*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

Η οικονομική διάσταση των πανηγυριών στην Ελλάδα:

Η περίπτωση της Βάρης Αττικής

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: Ερωτήσεις ημι-δομημένης συνέντευξης

1	Πώς βιώνετε το πανηγύρι; Ποια είναι η συμμετοχή σας σε αυτό και ποια η σημασία του για εσάς;	Ιερέας, κάτοικοι, μέλη πολιτιστικών σωματείων, επισκέπτες, πλανόδιοι πωλητές, επαγγελματίες μουσικοί
2	Πώς σας βοηθάει οικονομικά το πανηγύρι;	Ιερέας, νεωκόρος, μοναχός, πλανόδιοι πωλητές, επαγγελματίες, μουσικοί
3	Τι θυμάστε από το πανηγύρι της Βάρης; Πώς βοηθούσε οικονομικά την περιοχή;	Κάτοικοι, μέλη πολιτιστικών σωματείων
4	Πώς βρεθήκατε στο συγκεκριμένο πανηγύρι; Ποιες είναι οι οικονομικές σας απολαβές;	Μουσικοί, πλανόδιοι πωλητές
5	Πρώτη φορά έρχεστε στο πανηγύρι της Βάρης; Πηγαίνετε και σε άλλα πανηγύρια; Πώς είναι η κίνηση και τα έσοδά σας;	Πλανόδιοι πωλητές, μουσικοί
6	Θα εξακολουθήσετε και τα επόμενα χρόνια να έρχεστε στο πανηγύρι της Βάρης;	Πλανόδιοι πωλητές, επισκέπτες
7	Πόσο έχει αλλάξει η μορφή του πανηγυριού σε σύγκριση με παλιότερα;	Κάτοικοι, μέλη πολιτιστικών σωματείων
8	Τι γινόταν τα παλαιότερα χρόνια;	Κάτοικοι, μέλη πολιτιστικών σωματείων
9	Πόσο έχει αλλάξει η μορφή του πανηγυριού σε σύγκριση με παλιότερα;	Πλανόδιοι πωλητές, κάτοικοι, επισκέπτες
10	Πώς βιώνετε το πανηγύρι ως μικρό παιδί; Τι αναμνήσεις έχετε από αυτό;	Κάτοικοι
11	Μιλήστε μου για το θρησκευτικό πλαίσιο της εορτής	Ιερέας