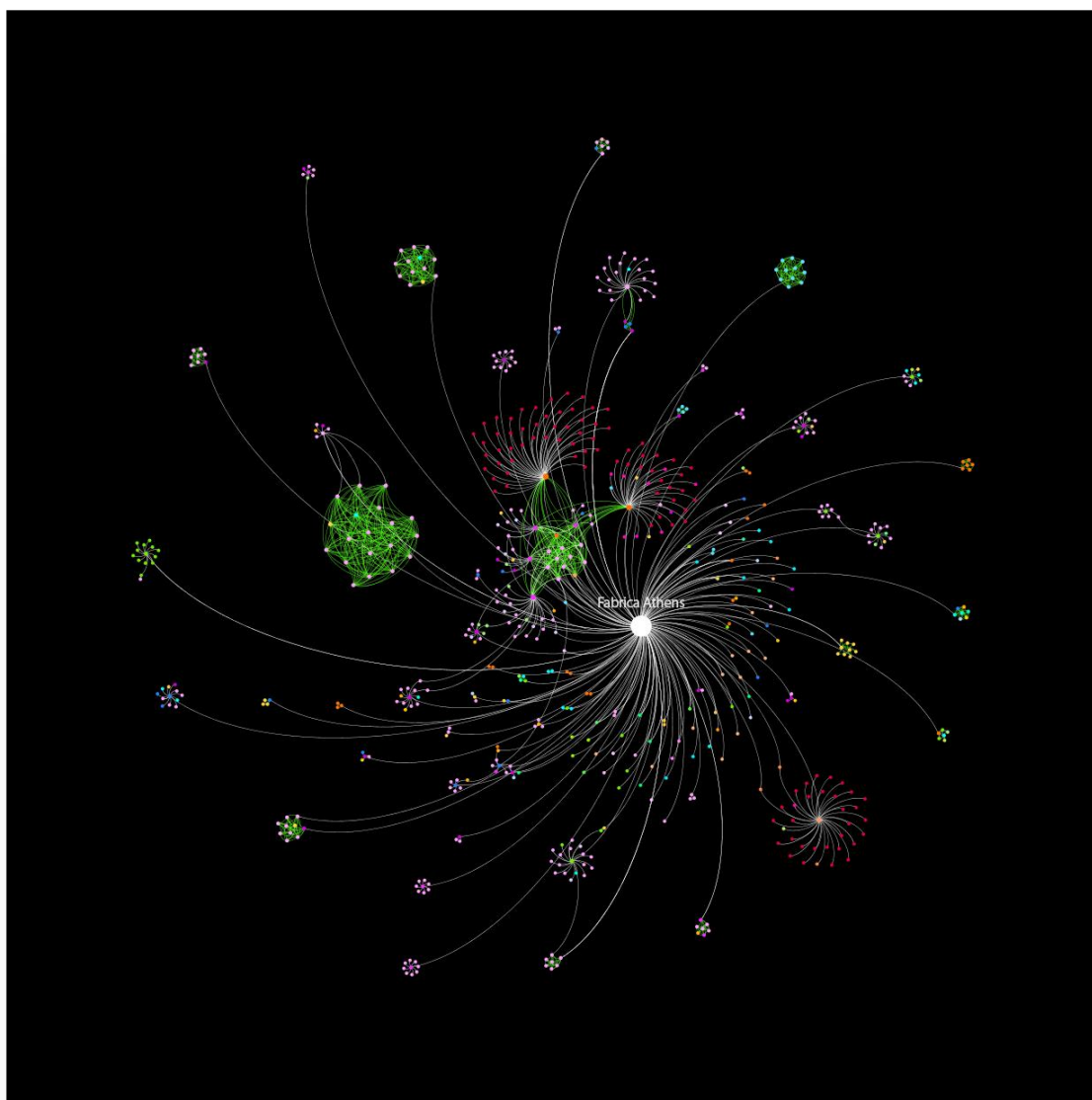


Τμήμα Επικοινωνίας Μέσων και Πολιτισμού  
ΠΜΣ Πολιτιστική Διαχείριση  
Μεθοδολογία Έρευνας στον Πολιτισμό και τις Πολιτισμικές Σπουδές  
Καθηγητής: Γιάννης Σκαρπέλος  
Συνεργάτης: Δρ. Ανδρέας Ζαχαριάδης

# Τεχνοχώρος Fabrica Athens

## Παρουσίαση & Ανάλυση Καλλιτεχνικού Δικτύου

Μυρτώ Δαυίδ | Παρασκευή Καλογεράκη | Γιώργος Κουλούρης | Πωλίνα Λαμπροπούλου



Φεβρουάριος 2017

# Περιεχόμενα

<b>Εισαγωγή: Μεθοδολογία έρευνας.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Η θεωρία των δικτύων .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Ο τεχνχώρος Fabrica.....</b>	<b>5</b>
2.1. Το district του Κεραμεικού .....	5
2.2. Γενική παρουσίαση .....	6
2.2.1. Το χειροποίητο φεστιβάλ.....	6
2.3. Η κουλτούρα και το όραμα του Τεχνχώρου.....	7
2.4. Το άτυπο μοντέλο μιας συνεργατικής οικονομίας που λειτουργεί.....	8
<b>3. Τα οικονομικό-κοινωνικά χαρακτηριστικά του Δικτύου Fabrica .....</b>	<b>9</b>
3.1. Η ομάδα Fabrica .....	9
3.1.1. Καλλιτεχνική δράση και προσφορά στην Ελλάδα της κρίσης.....	10
<b>4. Τα καλλιτεχνικά χαρακτηριστικά του Δικτύου .....</b>	<b>11</b>
4.1. Η απομόνωση του καλλιτέχνη και η συνεργατική εργασία.....	11
4.2. Η πολυκαλλιτεχνικότητα και η αξία του φουαγιέ.....	13
4.2.1. Ιδιαίτερη αναφορά στην ειδικότητα του ηθοποιού .....	14
4.3. Ο λειτουργικός ρόλος του κοινού .....	16
4.3.1. Η ελεύθερη είσοδος στα θεάματα.....	16
4.3.2. Οι social media engagers του Δικτύου .....	16
4.4. Ο ρόλος του δημοσιογράφου στο Δίκτυο .....	17
4.4.1. Το πλαίσιο προβολής του πολιτιστικού γεγονότος .....	17
4.4.2. Ο ρόλος του δημοσιογράφου στο Δίκτυο .....	20
<b>5. Στατιστική ανάλυση του Δικτύου (Metrics) .....</b>	<b>20</b>
<b>6. Αντί συμπεράσματος: Οι πολιτιστικές πολιτικές .....</b>	<b>21</b>
<b>Βιβλιογραφία .....</b>	<b>23</b>

# Εισαγωγή: Μεθοδολογία έρευνας

Στο πλαίσιο έρευνας και ανάλυσης ενός εν εξελίξει κοινωνικού καλλιτεχνικού Δικτύου, που έχει διαμορφωθεί στα τέσσερα έτη λειτουργίας του Τεχνοχώρου Fabrica Athens στον Κεραμεικό και περιλαμβάνει έναν αξιοσημείωτο αριθμό ανεξάρτητων καλλιτεχνών και καλλιτεχνικών σχημάτων, καθώς και περιφερειακές του πολιτιστικού γεγονότος ειδικότητες (δημοσιογράφοι, υπεύθυνοι οργάνωσης, τεχνικοί κ.λπ.), η μεθοδολογία ακολούθησε τα παρακάτω στάδια:

**Συλλογή πληροφοριών:** από το διαδίκτυο (ιστοσελίδα του Τεχνοχώρου, σελίδες στο Facebook, δημοσιεύσεις δελτίων τύπου σε ηλεκτρονικά περιοδικά), από έντυπο υλικό (αφίσες, προγράμματα εκδηλώσεων) και δημοσιεύσεις στον Τύπο. Το πρόσφατο της έναρξης λειτουργίας του Τεχνοχώρου διευκόλυνε εξαιρετικά τη διαδικασία γιατί η πληροφόρηση ήταν εύκολα προσβάσιμη και ενεργά δημοσιευμένη.

**Διεξαγωγή ελεύθερης συνέντευξης** στον Φάνη Κατέχο, ιδρυτικό μέλος του Τεχνοχώρου Fabrica: παραχώρησε μία ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα και οικεία δίωρη συνέντευξη σε μέλος της ερευνητικής ομάδας.

**Δομημένες συνεντεύξεις:** Στοχευμένα ερωτήματα τέθηκαν γραπτώς (λόγω μεγάλου φόρτου εργασίας του ιδίου) στον Μάξιμο Μουμούρη, σκηνοθέτη-ηθοποιό με την ιδιότητα του θεατρικού παραγωγού. Παράλληλα διενεργήθηκε τηλεφωνική συνέντευξη στον Μιχάλη Τσαντίλα, μουσικό, με την ιδιότητα του ραδιοφωνικού παραγωγού και δισκοκριτικού στον ηλεκτρονικό και έντυπο Τύπο (Ορφέας, Mix Grill, Avropolis, LiFO, Το Υπόγειο, Sonik, Δίφωνο, Μετρονόμος, Manifesto κ.ά.).

**Εξόρυξη δεδομένων (data mining)** της ψηφιακής κοινωνικής δικτύωσης του Τεχνοχώρου από το Facebook με την εφαρμογή netvizz.

**Επεξεργασία δεδομένων (data cleaning)** με χρήση Open Office Calc και εισαγωγή τους στην εφαρμογή Gephi για την στατιστική ανάλυση και οπτικοποίηση του Δικτύου.

## 1. Η θεωρία των δικτύων

Επιχειρώντας να ορίσουμε την έννοια του δικτύου, θα λέγαμε πως είναι ένα σύνολο αντικειμένων, συνδεδεμένα μεταξύ τους με κάποιο τρόπο (Easley & Kleinberg, 2010). Τέτοια συστήματα ή γραφήματα, υπό μαθηματικούς όρους, υπάρχουν παντού γύρω μας: στο internet, στις κοινωνικές μας σχέσεις, στις σχέσεις μεταξύ οργανισμών ή επαγγελματιών μεταξύ τους, ακόμα και στην ίδια τη φύση, στην αλυσίδα τροφής των ζώων και τη βιολογία, στο νευρικό μας σύστημα ή στο μεταβολισμό μας (Newman, 2003).

Η προέλευση της θεωρίας των δικτύων ανάγεται στα τέλη του 18ου αι., στο μαθηματικό Leonard Euler (Alexanderson, 2006). Από κει κι έπειτα και για πολλά χρόνια υπήρξε απλά ένα παρακλάδι των διακριτών μαθηματικών, στηριζόμενο κατά βάση στη θεωρία των γραφημάτων που διατύπωσε ο προαναφερόμενος Ελβετός μαθηματικός.

Στις αρχές της δεκαετίας του '30, κοινωνιολόγοι μελετούσαν ανθρωπινά δίκτυα αναζητώντας μοτίβα συνδεσιμότητας, ώστε να κατανοήσουν καλύτερα τη λειτουργία της κοινωνίας: τους ενδιέφερε το ποιος (centrality), πώς και αν δημιουργεί δεσμό (connectivity). Τα γραφήματα που έφτιαχναν στο χέρι για να εξάγουν τα συμπεράσματά τους περιείχαν δεκάδες ή ίσως και εκατοντάδες ακμές. Με την πάροδο του χρόνου και την πρόοδο της τεχνολογίας, η επεξεργασία σαφώς μεγαλύτερου όγκου δεδομένων (big data processing) επέβαλε και την αλλαγή στην ίδια τη μέθοδο ανάλυσης και απεικόνισης των δικτύων, ενώ παράλληλα χρειαζόταν να ληφθούν υπόψιν τρεις βασικοί παράγοντες: τα χαρακτηριστικά της δομής και της συμπεριφοράς των δικτύων, η δημιουργία μοντέλων ώστε να γίνουν κατανοητά τα παραπάνω χαρακτηριστικά και το κυριότερο, η πρόβλεψη της συμπεριφοράς των δικτύων με βάση όλα τα παραπάνω. Για να γίνει αυτό εφικτό, ταυτόχρονα έπρεπε να μελετηθούν τα δίκτυα στον πραγματικό κόσμο και με τη βοήθεια της θεωρίας των μαθηματικών να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα για τη θεωρία και πρακτική των δικτύων.

Η μαθηματική θεωρία των γραφημάτων, που αποτελεί το θεμελιώδη λίθο της θεωρίας των δικτύων, αναπτυσσόταν σχεδόν ταυτόχρονα. Η βάση της είναι το τυχαίο γράφημα (random graph), το οποίο επιχειρεί να συνδέσει ακμές μεταξύ τους, λαμβάνοντας ως δεδομένο ότι οι συγκεκριμένες ακμές συνδέονται κατά τυχαίο τρόπο και η διασπορά τους είναι επίσης τυχαία. Δηλαδή οι θεωρητικοί των μαθηματικών, θέλοντας να ενώσουν δέκα ακμές (nodes) με πενήντα διαφορετικούς δεσμούς (edges), έκαναν απλά την υπόθεση ότι σε κάθε ακμή αντιστοιχούν πέντε τρόποι διασύνδεσης.

Η εφαρμογή της παραπάνω θεωρίας στην πράξη από οικονομολόγους και κοινωνιολόγους, σε πραγματικά δίκτυα, οδήγησε στην αποκάλυψη πως δεν υπάρχει τυχαιότητα στη σχέση και τη σύνδεση των ακμών ενός δικτύου, αλλά αντίθετα μπορούν να αναγνωριστούν ορισμένοι μηχανισμοί που τα διέπουν. Ο Αμερικάνος φυσικός A. Barabási (2002) μάλιστα ανακάλυψε πως πολλές και διαφορετικές μορφές δικτύων μπορούν να ποσοτικοποιηθούν με τον ίδιο μαθηματικό, αλγοριθμικό τύπο γιατί στην ουσία έχουν τις ίδιες ιδιότητες.

Τα κοινά χαρακτηριστικά αφορούν δίκτυα συνεργασίας, κατά κύριο λόγο επαγγελματικής, όπως το δίκτυο που εξετάζει η παρούσα εργασία (και θεωρούνται τα πιο αξιόπιστα από τα κοινωνικά δίκτυα), δίκτυα πληροφοριών, που στοχεύουν στη διακίνηση πληροφοριών, τεχνολογικά δίκτυα, με σκοπό τη διανομή υπηρεσιών και αγαθών και βιολογικά δίκτυα, όπως το σύστημα μεταβολισμού ή η δράση των πρωτεϊνών στο ανθρώπινο σώμα.

Ο Newman (2003) αναλύει κάποια από αυτά τα κοινά τους χαρακτηριστικά χρησιμοποιώντας αντίστοιχους μαθηματικούς τύπους, η θεωρία των οποίων είναι:

- I. **Το φαινόμενο του μικρού κόσμου (small-world effect):** τη δεκαετία του 1960 ο Stanley Milgram έκανε ένα πείραμα για να αποδείξει πόσο μικρός είναι εν τέλει ο κόσμος μας. Ζήτησε από έναν αριθμό ατόμων να προωθήσουν ένα γράμμα που προοριζόταν για ένα τελείως άγνωστό τους άτομο. Πολλά από τα γράμματα δεν έφτασαν τον προορισμό τους, αλλά το 1/4 από τα γράμματα αυτά έφτασε στον τελικό παραλήπτη του και μάλιστα αφού είχε περάσει από ένα μέσο όρο έξι ατόμων. Αυτή είναι η θεωρία περί των έξι βαθμών

διαχωρισμού<sup>1</sup>, στην οποία βασίστηκαν πολλές μετέπειτα έρευνες. Παρόλο που με τα πειράματα αυτά δεν ανασυστάθηκαν πραγματικά δίκτυα, ωστόσο καταδεικνύεται ένα βασικό χαρακτηριστικό γνώρισμα των δικτύων, το γεγονός ότι σχεδόν όλες οι ακμές συνδέονται μεταξύ τους με το συντομότερο τρόπο, έστω και χωρίς να υπάρχει η συνειδητή επίγνωση αυτής της σύντομης διαδρομής μεταξύ των ίδιων των ακμών (ατόμων) που την απαρτίζουν.

- II. **Μεταβατικότητα (transitivity) και ομαδοποίηση (clustering):** το γνώρισμα αυτό αποτελεί ουσιαστικά την απόλυτη απόκλιση από τα χαρακτηριστικά ενός τυχαίου γραφήματος · η μεταβατικότητα εκφράζεται στα κοινωνικά δίκτυα ως εξής: ο φίλος του φίλου μου είναι πολύ πιθανό να γίνει και δικός μου φίλος. Οι Easley και Kleinberg (2010) το αποκαλούν τριαδικό “κλείσιμο” ή δυναμική της τριάδας<sup>2</sup> (triadic closure). Η ύπαρξη πολλών τέτοιων τριαδικών συστημάτων σε ένα δίκτυο είναι αυτή που καθορίζει τη δυναμική μεταβατικότητάς του και ορίζεται ως «συντελεστής ομαδοποίησης» (clustering coefficient).
- III. **Διασπορά βαθμού (degree distribution):** με τη λέξη «βαθμός» εννοούμε την ένταση της ακμής του δικτύου, δηλαδή πόσες διαφορετικές συνδέσεις διαθέτει. Τα δίκτυα που αφορούν τον πραγματικό κόσμο έχουν πολύ διαφορετικό βαθμό διασποράς από τα τεχνητά δίκτυα που βασίζονται στη θεωρία, δηλαδή δε συνδέονται με τον ίδιο τρόπο οι ακμές μεταξύ τους. Αντίθετα παρουσιάζουν μεγαλύτερη διασπορά ή διακύμανση βαθμού, γεγονός που καθιστά και πιο δύσκολο τον τρόπο υπολογισμού της τιμής του με μαθηματικές μεθόδους (Dorogontsev, Mendes, and Samukhin, 2000). Ο Barabási (2002) θεωρεί μάλιστα ότι οι σημαντικότεροι κόμβοι (big nodes) συνδέονται ευκολότερα με τις νέες ακμές του δικτύου, γιατί είναι πιο άμεσα προσβάσιμοι. Είναι αυτό που αποκαλεί: «οι πλούσιοι γίνονται πλουσιότεροι» (rich get richer).
- IV. **Ελαστικότητα του δικτύου (network resilience):** αναφέρεται ουσιαστικά στην ανθεκτικότητα του δικτύου, το κατά πόσο παραμένει ανέπαφο, αν του αφαιρεθούν οι κόμβοι του. Εδώ φυσικά το αποτέλεσμα εξαρτάται από το αν οι κόμβοι αφαιρούνται τυχαία ή στοχευμένα, άρα ποιοι κόμβοι αφαιρούνται. Κάτι τέτοιο φαίνεται ιδιαίτερα σημαντικό κατά τον Newman (2003) σε μελέτες επιδημιολογίας, αφού μπορεί να συντελέσει στη δημιουργία αποδοτικότερων στρατηγικών εμβολιασμού. Ο Barabási (2002) μελετώντας το φαινόμενο αυτό, αναφέρει το χαρακτηριστικό του σημείου αιχμής (tipping point), όπου, όταν ξεπεραστεί, όλοι οι κόμβοι αποκτούν τα χαρακτηριστικά ενός ενιαίου δικτύου (phase transition) που λειτουργεί δηλαδή σαν οργανισμός. Όπως το νερό, όταν θερμανθεί στην κατάλληλη θερμοκρασία, βράζει όλο μαζί και όχι μόνο το σημείο που έφτασε στη θερμοκρασία βρασμού πρώτο. Κατά τη γνώμη του Barabási, η ανθεκτικότητα του δικτύου αποδεικνύεται από την εφαρμογή σε αυτό του νόμου 20/80

---

<sup>1</sup> Ο ορισμός δεν ανήκει στον Milgram αλλά στον Guare (1990), διάσημο Αμερικάνο θεατρικό συγγραφέα.

<sup>2</sup> Ο ορισμός ανήκει στο Γερμανό κοινωνιολόγο Georg Simmel και διατυπώθηκε θεωρητικά το 1908 (Christakis, 2010).

- του Pareto<sup>3</sup>. Αν υποθέσουμε ότι καταστρέφεται τυχαία το 10% των ακμών και ισχύει ο παραπάνω νόμος, τότε το πιθανότερο θα είναι να έχουν καταστραφεί μικρής σημασίας ακμές, αφού μόνο το 20% των ακμών είναι σημαντικές.
- V. **Επιλεκτικός δεσμός (selective linking)**: στα κοινωνικά δίκτυα γίνεται λόγος για την επιλεκτική διασύνδεση ή ομοφιλία (assortative mixing or homophily, Christakis, 2009), δηλαδή την τάση μας να προτιμούμε και να συνδεόμαστε με τους ομοίους μας, με ανθρώπους που μας μοιάζουν, στη φυλή, στις πεποιθήσεις, στο επάγγελμα, στα χαρακτηριστικά κ.ο.κ. Ο συντελεστής επιλεκτικότητας (assortativity coefficient) καθορίζει την παραπάνω τάση αλλά κατά τον Newman επηρεάζεται κατά βάση και από τα ίδια τα χαρακτηριστικά του κόμβου στον οποίο αναφέρεται.
- VI. **Βαθμός συσχέτισης (degree correlation)**: αναφέρεται στο κατά πόσο σημαντικοί κόμβοι τείνουν να συνδεθούν με εξίσου σημαντικούς κόμβους ή όχι, δηλαδή κατά πόσο η επιλεκτική διασύνδεση που αναφέραμε παραπάνω έχει να κάνει και με το βαθμό διασύνδεσης ενός κόμβου. Και τα δύο φαινόμενα μπορούμε να τα συναντήσουμε στα δίκτυα του πραγματικού κόσμου, με διαφορετικά χαρακτηριστικά ανά περίπτωση.
- VII. **Πυκνότητα σχέσεων (density degree)**: έχει επικρατήσει η εντύπωση ότι τα κοινωνικά δίκτυα εμφανίζουν και τη δομή μιας μικρής κοινωνίας, δηλαδή αποτελούνται από ομάδες με υψηλή ή χαμηλή διασύνδεση μεταξύ τους, κάτι που ούτως ή άλλως φαίνεται λογικό σύμφωνα με την τάση της ομοφιλίας που περιγράψαμε παραπάνω. Ωστόσο δεν εμφανίζουν όλα τα δίκτυα τέτοια δομή και για να ανιχνευτεί κάτι τέτοιο πρέπει να γίνει ανάλυση ομαδοποίησης (cluster analysis) που βασίζεται στην απόδοση ενός βαθμού διασύνδεσης σε όλες τις ακμές που ουσιαστικά θα μετράει τη δυναμική με την οποία συνδέονται μεταξύ τους. Τα περισσότερα από τα κοινωνικά και βιολογικά δίκτυα έχουν κοινωνική δομή.
- VIII. **Προσανατολισμός δικτύου**: μια άλλη πτυχή του πειράματος του Milgram που αναφέραμε παραπάνω και που διατυπώθηκε πολλά χρόνια αργότερα από τον Kleinberg (2000). Σύμφωνα με τον τελευταίο, δεν έχει τόσο σημασία η ύπαρξη αυτών των σύντομων διαδρομών από εμάς σε ένα παντελώς άγνωστο παραλήπτη, αλλά η φυσική τάση των ατόμων του δικτύου να ανακαλύπτουν τη σύντομη αυτή τη διαδρομή χωρίς την πλήρη εποπτεία του δικτύου, εφόσον γνώριζαν μόνο τους φίλους τους και κάποιους από τους φίλους των φίλων τους. Σε ένα τυχαίο γράφημα κατά τον Kleinberg κάτι τέτοιο δε θα ήταν εφικτό, γεγονός που διαφοροποιεί τα δίκτυα του πραγματικού κόσμου από τα τεχνητά δίκτυα και αποτελεί παράλληλα για αυτά και τους δημιουργούς τους στόχο προς επίτευξη.

Όλοι οι παραπάνω παράγοντες λαμβάνονται υπόψιν, με την προσθήκη φυσικά και ενός σημαντικού μαθηματικού θεωρητικού υπόβαθρου, για το σχεδιασμό προγραμμάτων οπτικοποίησης δικτύων. Το Gephi είναι ένα τέτοιο, ανοιχτό σύστημα ανάλυσης και

---

<sup>3</sup> Ο νομός 20/80 ή των σημαντικών ολίγων του Ιταλού οικονομολόγου Vilfredo Pareto, εφαρμοζόμενος στο πεδίο των δικτύων υποστηρίζει πως μόνο το 20% των κόμβων είναι σημαντικοί και το 80% μικρής σημασίας.

οπτικοποίησης διαφόρων τύπων δικτύων που δημιουργήθηκε από Γάλλους φοιτητές και κυκλοφόρησε στην αγορά το 2008. Από τότε έχει χρησιμοποιηθεί ευρύτατα σε ακαδημαϊκές και δημοσιογραφικές έρευνες δικτύων, αποδίδοντας οπτικά δίκτυα με τεράστιο αριθμό κόμβων και συμβάλλοντας έτσι στην ουσιαστικότερη κατανόησή τους.

## 2. Ο τεχνοχώρος Fabrica

### 2.1. Το district του Κεραμεικού

Η κινητικότητα κι ο πολεοδομικός εξευγενισμός της ευρύτερης περιοχής (Κεραμεικός-Μεταξουργείο) ξεκίνησε στα μέσα της δεκαετίας του 1990 με διακριτό πολιτιστικό ύφος, μιας και έξι θεατρικές επιχειρήσεις εγκαταστάθηκαν εκεί. Το Θέατρο Αργώ, το Παραμυθίας, το Απομηχανής Θέατρο, το Θέατρο Καλυψώ, το Θέατρο Βασιλάκου και η Εντροπία. Τα χαμηλά ενοίκια, η άμεση πρόσβαση στο κέντρο της Αθήνας και οι άδεια και εκμεταλλεύσιμοι βιοτεχνικοί χώροι διαμόρφωσαν εξαιρετικές συνθήκες για την εγκατάσταση θεατρικών σκηνών και χώρων πολιτισμού. Αργότερα, το 2006-2007, εμφανίστηκαν τα πρώτα εναλλακτικά καφενεία (Αστάρι, Φίλοι, Ανθρωπος) κι οι πολυχώροι Bios και Nixon, καθώς και αρκετές γκαλερί.

Την ίδια περίοδο, τα διαθέσιμα διαμερίσματα νοικιάστηκαν από ροές καλλιτεχνών και η περιοχή πλέον κατοικείται από πλήθος μουσικών, εικαστικών, χορευτών, ηθοποιών, ακροβατών όλων των εθνικοτήτων, που έχουν δημιουργήσει τα δικά τους καλλιτεχνικά εργαστήρια, σ' ένα πολυπολιτισμικό περιβάλλον αποδοχής της διαφορετικότητας (εθνικότητας, θρησκείας, σεξουαλικών προτιμήσεων). Καλλιτεχνικά πλέον, η περιοχή έχει αποκτήσει τη φήμη του πυρήνα της εναλλακτικής τέχνης, της βερολινέζικης πειραματικής σκηνης, των καθημερινών συναυλιών μικρών μουσικών σχημάτων και των συλλογικών εκδηλώσεων, δράσεων και workshops.

Ο Βασίλης Αυδίκος (2014) καταγράφει πως στον καιρό της οικονομικής κρίσης, το αθηναϊκό κοινό έλκεται από την εναλλακτική πολιτιστική παραγωγή, την DIY (Do It Yourself) κουλτούρα και το πολυπολιτισμικό στοιχείο. Η DIY είναι μία ξεκάθαρη τάση συλλογικής προσπάθειας και εργασίας, κυρίως από τους καλλιτέχνες που επιθυμούν να πειραματιστούν και να συνεργαστούν με τους μη καλλιτέχνες θαμώνες και κατοίκους της γειτονιάς<sup>4</sup>. Κατά τη συλλογή δεδομένων, έγινε καταγραφή σταθερών (σε εξαμηνιαία βάση) σεμιναρίων DIY που διοργανώνονται στον Τεχνοχώρο, κυρίως για την αξιοποίηση των παλαιών αντικειμένων ενώ επιβεβαιώθηκε και ποσοτικά η πλήρης αποδοχή της συνεργατικής κουλτούρας, με τον χώρο να δρα ως τόπος συνάντησης και συνεργασίας των καλλιτεχνών από όλο το φάσμα της τέχνης αλλά και ελεύθερης συμμετοχής από το κοινό, αυξάνοντας χρόνο με το χρόνο το βαθμό επιρροής του στον Κεραμεικό. Στο δυναμικό δίκτυο gephι καταγράφεται η συμμετοχή 22 nodes (καλλιτεχνών) σε 2 εκδηλώσεις το 2012, 66 nodes σε 25 εκδηλώσεις το 2013, 141 nodes σε 48 εκδηλώσεις το 2014, 157 nodes σε 40 εκδηλώσεις το 2015 και 230 nodes σε 62 εκδηλώσεις το 2016.

---

<sup>4</sup> ΑΥΔΙΚΟΣ, Βασίλης, 2014. *Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα*. Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο.

## 2.2. Γενική παρουσίαση

Ο Τεχνοχώρος Fabrica Athens αποτελεί το δημιουργικό τέκνο της καλλιτεχνικής ομάδας Fabrica και εγκαινιάστηκε το Σεπτέμβριο του 2012. Βρίσκεται στην καρδιά του Κεραμεικού, Μεγ. Αλεξάνδρου 125 & Ευρυμέδοντος, στο κέντρο της Αθήνας. Πρόκειται για ένα πολιτιστικό πολυχώρο, ο οποίος φιλοξενεί ποικίλες καλλιτεχνικές δράσεις, της ομάδας καθώς και άλλων καλλιτεχνών.

Ο Τεχνοχώρος διαθέτει καφετέρια-μπαρ διαθέσιμη καθημερινά από τις 11:00 το πρωί μέχρι αργά το βράδυ, με ξεχωριστή, απέναντι αυλή για τους καλοκαιρινούς μήνες, ενώ λειτουργεί και ως φουαγιέ και χώρος εκδηλώσεων, διαθέτοντας βασικό αλλά επαρκή εξοπλισμό προβολών και ήχου και ελεύθερη wi-fi πρόσβαση. Διαθέτει υπόγεια θεατρική σκηνή που διατίθεται και ως χώρος προβών, που επίσης διαθέτει βασικό φωτιστικό εξοπλισμό, ενιαίο και άνετο καμαρίνι και μικρό αποθηκευτικό χώρο.

Ο ίδιος ο χώρος είναι ανακαινισμένος από την ομάδα, βασισμένος κατά αποκλειστικότητα στην ιδέα του χειροποίητου και ανακυκλώσιμου (DIY), τα έπιπλα του οποίου θυμίζουν σύγχρονα έργα τέχνης. Μαδέρια και γρανάζια που μετατράπηκαν σε τραπέζια, πολύχρωμα βαρέλια που μεταμορφώθηκαν σε καναπέδες, καρούλια από καλώδια της ΔΕΗ που μετασχηματίστηκαν σε αναπαυτικές κουνιστές καρέκλες, είναι λίγες μόνο από τις μεταμορφώσεις του χώρου. Γενικότερα, η ομαδική εργασία χαρακτηρίζει τις πρακτικές των ατόμων που διαχειρίζονται τον χώρο. Όλοι, ανάλογα με τις γνώσεις, τις εμπειρίες και τις ικανότητές τους, βοηθούν, μαθαίνουν και λειτουργούν αμεσοδημοκρατικά ως προς την λήψη των αποφάσεων, με μία μη-ιεραρχική δομή.

Ο Τεχνοχώρος φιλοξενεί και δραστηριοποιείται σε ποικίλα δρώμενα, ενδεικτικά των οποίων είναι:

- Θεατρικές παραστάσεις
- Συναυλίες
- Εκθέσεις εικαστικών και φωτογραφίας
- Εκθέσεις κοσμημάτων και χειροτεχνιών
- Προβολή ταινιών (μικρού και μεγάλου μήκους)
- Σεμινάρια και διαλέξεις
- Διεξαγωγή workshops και εργαστήριων
- Δράσεις για παιδιά
- Παρουσιάσεις βιβλίων
- Οργάνωση πάρτι (Dj sets)
- Οργάνωση φεστιβάλ τεχνών
- Οργάνωση κινηματογραφικών φεστιβάλ

### 2.2.1. Το χειροποίητο φεστιβάλ

Ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει στο Φεστιβάλ Χειροποίητου και Ανακυκλώσιμου Θεάτρου που πραγματοποιείται από το 2013, με πρωτοβουλία της ίδιας της ομάδας Fabrica. Πρόκειται



για μια προσπάθεια ανάδειξης και προώθησης της καλλιτεχνικής δημιουργίας ανεξάρτητων παραγωγών, οι οποίες χαρακτηρίζονται από την ιδιότητα του χειροποίητου και ανακυκλώσιμου.

Το Νοέμβριο του 2013 που οργανώθηκε το 1ο Φεστιβάλ, η ομάδα κάλεσε μια ειδική ομάδα κοινωνιολόγων, πολιτικών επιστημόνων και ανθρωπολόγων για να το καταγράψει, από την προετοιμασία έως την ολοκλήρωσή του, δημοσιοποιώντας τα αποτελέσματα της έρευνάς τους.

Η έρευνα διαπίστωσε ότι, ενώ το φεστιβάλ δεν αντιπροσώπευε μια συγκεκριμένη ταυτότητα αλλά αντίθετα οι συμμετέχοντες μοιράζονταν διαφορετικά αισθητικά ενδιαφέροντα, παραστάσεις και δραστηριότητες, ωστόσο το φεστιβάλ «ενθάρρυνε την ανάπτυξη των σχέσεων και των περαιτέρω συνεργασιών ανάμεσα σε ανθρώπους που υποστηρίζουν το ανοιχτό θέατρο και θέλουν να αποκτήσουν δύναμη και έλεγχο στη ζωή τους - έννοιες ανύπαρκτες ή ακόμη και απαγορευμένες»<sup>5</sup>.

### 2.3. Η κουλτούρα και το όραμα του Τεχνχώρου

Η Fabrica Athens, με δράση από το 2008, ως κολεκτίβα ιδρύθηκε επίσημα το 2010, έχει πλούσια πολιτιστική δραστηριότητα και τα ιδρυτικά μέλη της είναι επαγγελματίες ηθοποιοί, σκηνοθέτες και γενικότερα άνθρωποι των τεχνών. Πρόκειται για μία ανεξάρτητη ομάδα νέων καλλιτεχνών που, με κυρίαρχη ιδεολογία το θέατρο ως φάμπρικα, παράγουν πολιτιστικά αγαθά με έμφαση στο θέατρο και τις παραστατικές τέχνες.

Από το 2011 και έπειτα, η ομάδα μελετά το σύγχρονο θέατρο και διερευνά νέες μορφές παραστατικών τεχνών (σωματικό θέατρο, εγκατάσταση, αστικές και δημόσιες δράσεις) αφήνοντας τη δική της καλλιτεχνική πράξη να εκτεθεί. Σύμφωνα με τους ίδιους «πρόκειται για μια καλλιτεχνική ουτοπία ανοιχτού και ελεύθερου χώρου, η οποία θέλει την τέχνη να μελετά τις καινούργιες κρίσεις που προκύπτουν αναγνωρίζοντας τη συλλογική και ατομική ύπαρξη μέσα στην κάθε εποχή και κοινωνία»<sup>6</sup>.

Με αυτό το όραμα λειτουργεί και ο Τεχνχώρος Fabrica, ελεύθερος στην αξιοποίησή του από οποιαδήποτε καλλιτεχνική ομάδα ή ανεξάρτητους καλλιτέχνες. Η παραχώρηση του χώρου είτε ως φιλοξενία είτε ως ενοικίαση δεν έχει κανενός είδους όρους εκ των προτέρων αξιολόγησης βιογραφικού ή καλλιτεχνικής πρότασης ή περιορισμούς στα είδη των τεχνών και δημιουργικών εκφράσεων. Ως μόνοι όροι, σύμφωνα με τον Φάνη Κατέχο, ιδρυτικό και ενεργό μέλος της ομάδας διαχείρισης του Τεχνχώρου αποτελούν «ο σεβασμός στο κοινό πέρα από φυλετικές, σεξουαλικές, θρησκευτικές και άλλες πεποιθήσεις», σε πλήρη ταύτιση με το καλλιτεχνικό και δημιουργικό πεδίο που εξαπλώνεται στον Κεραμεικό.

---

<sup>5</sup> ΛΑΛΙΩΤΗ, Β., ΜΥΛΩΝΑ, Ρ., 2013. *Το 1ο Φεστιβάλ Χειροποίητου και Ανακυκλώσιμου Θεάτρου ως μέρος μίας αναδυόμενης DiY κουλτούρας στην Αθήνα*. Fabrica Athens. [online] [ανασύρθηκε 22/01/2017] <<http://www.fabricaathens.gr/festival/wp-content/uploads/sites/4/2015/07/Research-on-Handmade-Recycled-Theater-Festival-by-Rania-Mylona-Vicky-Lalioti.pdf>>

<sup>6</sup> Απόσπασμα από το δημοσιευμένο στην ιστοσελίδα της маниφέστο της Ομάδας Fabrica. [ανασύρθηκε 07/01/17] <<http://www.fabricaathens.gr/teamwork/intro>>.

Σύμφωνα με την επίσημη ιστοσελίδα του Τεχνοχώρου «το θέατρο είναι δικαίωμα και ψυχική ανάγκη. Όλοι θα έπρεπε να μπορούν να έχουν πρόσβαση σε αυτό. Το εισιτήριο είναι μια ψυχαναγκαστική διαδικασία και συχνά στερεί αυτό το δικαίωμα από τους ανθρώπους. Πιστεύουμε στην ελεύθερη βούληση του θεατή να αξιολογεί. Να καταξιώνει ή να απαξιώνει μια παράσταση.»

Υπό το πρίσμα αυτό, οι θεατές έχουν δικαίωμα δωρεάν εισόδου και κατά την έξοδό τους από το χώρο εκδήλωσης, αποφασίζουν ελεύθερα για το κατά πόσο επιθυμούν να καταθέσουν στο κουτί εισφοράς κάποιο χρηματικό ποσό αντί εισιτηρίου, ανώνυμα και χωρίς επίβλεψη από μέλος του Τεχνοχώρου.

#### **2.4. Το άτυπο μοντέλο μιας συνεργατικής οικονομίας που λειτουργεί**

Σύμφωνα με τον Φάνη Κατέχο «όλα τα πράγματα στη ζωή τα φέρνει η ανάγκη. Μετά η ανάγκη γίνεται στάση, η στάση ιδεολογία και η ιδεολογία φιλοσοφία. Είμαστε όλοι παιδιά δυτικών προαστίων, χωρίς οικογένεια και συγγενείς που μπορούσαν να μας στηρίξουν για να κάνουμε το όνειρό μας πραγματικότητα.»

Τα μέλη της ομάδας Fabrica, νοίκιασαν το χώρο, που ήταν σε ιδιαίτερα κακή κατάσταση, με την συμφωνία να μην καταβάλουν ενοίκια για ένα έτος. Έψαξαν στα σκουπίδια -κυριολεκτικά- και βρήκαν «μικρά αριστουργήματα, ένας σουρεαλιστικός χαμός!» Ξύλινες κολόνες της ΔΕΗ έγιναν πάγκοι για τους θεατές, τσουβάλια των ΕΛΤΑ έγιναν μαξιλάρια, λάμπες μηχανουργείου μετατράπηκαν σε φωτιστικά, οι παλιοί σωλήνες νερού μεταμορφώθηκαν σε θεατρικά σταγκόνια. «Όσο για την ηχομόνωση του πατώματος, χρησιμοποιήσαμε 1.000.000 καλαμάκια του φραπέ, που μας δώρισε ένας φίλος που διατηρούσε σχετική επιχείρηση!» Με εξαντλητική προσπάθεια και πολλά λάθη, έβρισκαν τη λύση, κατασκευάζοντας και ανακαινίζοντας το χώρο αποκλειστικά μόνοι τους. «Γίναμε υδραυλικοί, γίναμε πατωματζήδες, αλλά τουλάχιστον ελπίζουμε.»

Για τα μέλη της ομάδας, η εποχή της κρίσης αφήνει δύο επιλογές: την αποχή ή τη δράση. «Εμείς αποφασίσαμε να δημιουργήσουμε ένα φεστιβάλ ανοιχτό από τους καλλιτέχνες στο κοινό. Χωρίς κανένα κόστος καταφθάνουν ομάδες και συμπράξεις για να αναδείξουν τη δουλειά τους, καλούνται να πειραματιστούν, πέραν την ερμηνευτικής τους δράσης σε όλες τις ειδικότητες που εμπλέκονται σε μία παραγωγή.»

Τα λειτουργικά κόστη του χώρου και οι υποχρεώσεις προς το Δημόσιο καλύπτονται κατά κύριο λόγο από τη λειτουργία της καφετέριας-μπαρ που συγκεντρώνει ικανοποιητικό αριθμό πελατών ακόμα και τις ώρες που δε λειτουργεί ως φουαγιέ. Επιπρόσθετα έσοδα αποτελούν τα χαμηλά κόστη ενοικίασης του θεατρικού χώρου για πρόβες ή παραστάσεις (ενώ, όταν αυτές παρουσιάζονται στο πλαίσιο του ετήσιου φεστιβάλ, προσφέρεται δωρεάν).

Μετά από τέσσερα χρόνια λειτουργίας, το μοντέλο αυτό φαίνεται να λειτουργεί εξαιρετικά. Φαινόμενα εκμετάλλευσης των ελεύθερων και συνεργατικών σχέσεων είχαν παρατηρηθεί αλλά γρήγορα αποβάλλονται από το σύνολο της ομάδας, που με κουλτούρα κολεκτίβας, προσφέρει τις υπηρεσίες της στο χώρο αφίλοκερδώς, χρηματοδοτεί χωρίς προσύμφωνα και καταγεγραμμένα μερίδια τις καλλιτεχνικές της δράσεις και βασίζεται σημαντικά στην

εμπιστοσύνη και την αλληλεγγύη. Ο Φάνης Κατέχος χαρακτήρισε τη σχέση αυτή ως «οικογένεια» και το Τεχνοχώρο Fabrica ως «το πραγματικό μας σπίτι.»

### 3. Τα οικονομικό-κοινωνικά χαρακτηριστικά του Δικτύου Fabrica

Η αποτύπωση του Δικτύου και η συλλογή δεδομένων κατέγραψε την παρουσία 22 καλλιτεχνικών ειδικοτήτων: Ακροβάτης, Διευθυντής φωτογραφίας, Δραματουργός, Εικαστικός, Ενδυματολόγος, Ηθοποιός, Καλλιτέχνης τσίρκο, Καραγκοζοπαίχτης, Κινηματογραφιστής, Κουκλοπαίχτης, Μουσικός, Ποιητής, Σκηνογράφος, Σκηνοθέτης, Συγγραφέας, Συνθέτης, Φωτιστής, Φωτογράφος, Χορευτής, Χορογράφος, Performer, Video artist.

Παράλληλα, εμφανίζονται άλλες 22 ειδικότητες υποστηρικτικές της καλλιτεχνικής δημιουργίας που ανήκουν στα δημιουργικά επαγγέλματα: Web and Graphic Designer, Web developer, Προπονητής Grav Maga, Προπονητής Capoeira, Προπονητής Pilates, Μεταφραστής, Σχεδιαστής ενδυμάτων, Σχεδιαστής κοσμημάτων, Χειροτέχνης, Κατασκευή κούκλας, Κατασκευή μάσκας, Κατασκευές σκηνικών, Παραγωγός, Δημόσιες σχέσεις, Εμπυχωτής θεατρικού παιχνιδιού, Κινησιολόγος, Τεχνικός ήχου, Καθηγητής φωνητικής, Θεατρολόγος, Κομμωτής, Μακιγιέρ, DJ, Δημοσιογράφος. Τέλος εμφανίζονται, στο πλαίσιο έρευνας μεταπτυχιακών φοιτητών του Πάντειου Πανεπιστημίου για το «φαινόμενο» του συνεργατικού φεστιβάλ το 2013, οι ειδικότητες του κοινωνιολόγου και του ανθρωπολόγου.

Το πλήθος των ειδικοτήτων αποδεικνύει το γεγονός ότι το καλλιτεχνικό προϊόν και οι επιχειρήσεις που εμπλέκονται με αυτό, ανήκουν όλες στον ενιαίο κλάδο της Πολιτιστικής και Δημιουργικής Βιομηχανίας, όπως περιέγραψε το 1998 το Υπουργείο Πολιτισμού του Ην. Βασιλείου: «Στην Πολιτιστική και Δημιουργική Βιομηχανία ανήκουν όσες δράσεις έχουν προέλευση στην ατομική δημιουργικότητα, έχουν τις ικανότητες και το ταλέντο και δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας μέσω της παραγωγής και εκμετάλλευσης της πνευματικής ιδιοκτησίας»<sup>7</sup>.

#### 3.1. Η ομάδα Fabrica

Η καλλιτεχνική ομάδα Fabrica ασχολείται αποκλειστικά με τις παραστατικές τέχνες (θέατρο και performance) επαγγελματικά. Η αρχική ομάδα, με κοινό τόπο τη φοίτηση στην Ανώτερη Δραματική Σχολή Υποκριτικής Τέχνης «Ιάκωβος Καμπανέλλης», καθώς τα υπόλοιπα μέλη που προστίθενται ως το 2015, διαπίστωσαν κοινό καλλιτεχνικό όραμα και σημαντική ταύτιση απόψεων για την αισθητική του θεάτρου που οραματίζονται και αυτός ο συνδυαστικός κρίκος μεταξύ των μελών είναι ένας από τους πιο καθοριστικούς στην διατήρηση και διεύρυνση της ομάδας.

---

<sup>7</sup> ΑΥΔΙΚΟΣ, Βασίλης, 2014. *Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα*. Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο.

Από το 2008, που παρουσίασαν την πρώτη τους παράσταση, «Τα παιδιά του Κάιν» του Ανδρέα Θωμόπουλου, στο Θέατρο Βαφείο στο Βοτανικό, αποφάσισαν την κοινή καλλιτεχνική τους πορεία, ανεβάζοντας μέχρι σήμερα συνολικά 11 παραγωγές, κατά κύριο λόγο σε άλλα θέατρα της Αθήνας, αφενός μεν γιατί μέχρι το 2012 δεν είχε διαμορφωθεί ο Τεχνοχώρος Fabrica, αφετέρου δε γιατί σε πολλές περιπτώσεις οι ανάγκες της εκάστοτε παράστασης δεν εξυπηρετούνται από την υποδομή του Τεχνοχώρου.

Με μέσο όρο πάνω από μία θεατρική παραγωγή ανά έτος, τα μέλη της ομάδας, χωρίς κανένα οικονομικό πόρο από χορηγίες, δωρεές ή επενδυτές, χρηματοδοτούν τα κόστη του ανεβάσματος (ενοικίαση θεατρικού χώρου, κοστούμια, σκηνικά, φροντιστήριο, ενοικίαση ή χρήση φωτιστικού ή άλλου τεχνικού εξοπλισμού, εκτύπωση αφισών και εντύπων κ.ά) από έσοδα που προέρχονται από το ανά περίπτωση βιοποριστικό επάγγελμα των μελών. Με δεδομένο δε το γεγονός ότι οι εισπράξεις από εισιτήρια δεν υπερκαλύπτουν τα κόστη παραγωγής, η απόφαση αυτοχρηματοδότησης σε ατομικό επίπεδο οδηγεί σε μία επιλογή ζωής που δεν επιτρέπει αυτονότητα την βελτίωση του οικονομικού status με τους συνήθεις και διαδεδομένους όρους. Για τους ίδιους, η «ριζική» ανάγκη καλλιτεχνικής δημιουργίας διαγράφει τις όποιες καταναλωτικές επιθυμίες πέραν της κάλυψης των βασικών αναγκών, θεωρείται αυτονόητη και λειτουργεί ως ισχυρό αντίβαρο στην οικονομική δυσπραγία της καθημερινότητάς τους.

### **3.1.1. Καλλιτεχνική δράση και προσφορά στην Ελλάδα της κρίσης**

Η παραγωγή καλλιτεχνικής δημιουργίας παρατηρείται όχι μόνο σταθερή αλλά και αυξάνουσα ενώ είναι εξίσου αμείωτη η κοινωνική προσφορά σε ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού μέσω της τέχνης. Οι μέχρι σήμερα θεατρικές παραγωγές της ομάδας είναι:

- **Τα παιδιά του Κάιν** του Ανδρέα Θωμόπουλου, Θέατρο Βαφείο, 2008
- **Η Αλίκη στη Χώρα** της ομάδας, Θέατρο Χυτήριο, 2008
- **Η Πόλη** της Λούλας Αναγνωστάκη, Θέατρο Βαφείο, 2009
- **Shopping and Fucking** του Mark Ravenhill, Θέατρο Βαφείο, 2011
- **Undead** της Κυριακής Σπανού, Θέατρο Beton 7, 2012
- **Σε αγαπώ-Σε μισώ** του Ντάριο Φο, Τεχνοχώρος Fabrica, 2013
- **Επιμένω**, performance της Βάσιας Τσώτσου, Τεχνοχώρος Fabrica, 2014
- **Pulp Fiction** μετάφραση-θεατρική απόδοση του Μπάμπη Λουκόπουλου, Θέατρο Αλκμήνη, 2014
- **Villa Utopia** της Βιβής Πινιώτη, Θέατρο Βυρσοδεψείο, 2014-2015
- **Ξαφνικά Πέρσι του Καλοκαίρι** του Τέννεσι Ουίλλιαμς, Θέατρο Rabbithole, 2016
- **Τα 7 θανάσιμα αμαρτήματα**, performance της ομάδας, Τεχνοχώρος Fabrica, 2017

Το 2016, η παρακολούθηση ενός σεμιναρίου από μέλη της ομάδας στην πόλη Πότσταμ της Γερμανίας, με έμφαση στο Θέατρο του Καταπιεσμένου, οδήγησε τελικά στην συμφωνία συνεργασίας μεταξύ του φημισμένου καλλιτεχνικού φορέα «Εργαστήριο για την Ειρήνη Μόσταρ» και του Τεχνοχώρου Fabrica, με την χρηματοδότηση Ευρωπαϊκού Προγράμματος. Ο Έγκερτ Χάρντεν, καλλιτεχνικός διευθυντής του «Μόσταρ», ενθουσιασμένος από το επίπεδο και τη διαθεσιμότητα των ελλήνων καλλιτεχνών, πρότεινε για πρώτη φορά συνεργασία σε ελληνικό

φορέα. Όπως ανέφερε σε συνέντευξή του, ένα από τα κίνητρα για να προτείνει τη συνεργασία ήταν «η ένταση που επικρατεί ανάμεσα στη Γερμανία και την Ελλάδα. Ένα δεύτερο κίνητρο ήταν να προσελκύσουμε σε ευρωπαϊκά προγράμματα συνεργασίας νέους από το Βερολίνο που είναι ξένης καταγωγής. Οι αντιδράσεις τους τώρα μας δικαιώνουν. Νέοι με τουρκικές ρίζες που συμμετέχουν στο πρόγραμμα μου λένε γεμάτοι ενθουσιασμό πως θέλουν οπωσδήποτε να πάνε στην Αθήνα όταν την επισκεφτούμε. Και οι Έλληνες πάλι θέλουν να συνεχίσουν τα προγράμματα στο Βερολίνο. Όχι τόσο με νέους από ευκατάστατες γερμανικές οικογένειες αλλά από οικογένειες που είναι κοινωνικά αδύναμες.»<sup>8</sup>

Παράλληλα η ομάδα Fabrica έχει αναπτύξει το καλλιτεχνικό σχήμα Mr and Mrs Bubble<sup>9</sup>, για την ψυχαγωγία των παιδιών, με ευρύ δίκτυο πελατών όπως ο Δήμος Ελευσίνας, Μοσχάτου-Ταύρου, Διόνυσου, Δροσιάς, Αθηναίων, Τρικάλων, Ιωαννίνων, μεγάλα ξενοδοχεία και φεστιβάλ ενώ παράλληλα συμμετέχει ενεργά στην φιλανθρωπική καλλιτεχνική σύμπραξη τσίρκο Who Nose, υπό την αιγίδα της Ανθρωπιστικής Οργάνωσης Clowns Without Borders Sweden, με σκοπό την προσφορά «ευχάριστων εμπειριών με παραστάσεις και εργαστήρια σε κοινότητες που έχουν πληγεί από τον πόλεμο, τις συγκρούσεις, τις δύσκολες συνθήκες που εξαναγκάζονται να ζουν, δίνοντας χαρά, αγάπη και στιγμές ανακούφισης από προβλήματα που αντιμετωπίζουν, άλλοτε προσωρινά, άλλοτε μόνιμα και διαρκή.»<sup>10</sup>

## 4. Τα καλλιτεχνικά χαρακτηριστικά του Δικτύου

### 4.1. Η απομόνωση του καλλιτέχνη και η συνεργατική εργασία

Ο Howard Becker (2008) παρατηρεί πως κάθε καλλιτεχνική εργασία περιλαμβάνει την από κοινού δραστηριοποίηση ενός αριθμού ανθρώπων. Κάθε είδους καλλιτεχνικό αποτέλεσμα βασίζεται στη συνεργασία αυτή, που μπορεί να έχει εφήμερο χαρακτήρα, στις περισσότερες όμως περιπτώσεις διαμορφώνει σχήματα συνεργατικής καλλιτεχνικής δραστηριότητας που διαμορφώνουν κόσμους τέχνης (art worlds). Η ύπαρξη αυτών των καλλιτεχνικών κόσμων καθορίζουν και αναδομούν συνεχώς ένα τρόπο παραγωγής αλλά και κατανάλωσης της τέχνης. Και είναι γεγονός, αποδεδειγμένο ιστορικά, ότι ανεξαρτήτως των εκάστοτε πολιτικών ανελευθεριών ή των οικονομικών δυσκολιών, οι καλλιτέχνες θα καταφέρουν να βρουν τον τρόπο παραγωγής και επικοινωνίας του καλλιτεχνικού τους οράματος<sup>11</sup>.

---

<sup>8</sup> ΚΟΥΠΑΡΑΝΗΣ, Παναγιώτης, 2016. *Ελληνογερμανικό θέατρο για νέους*. Deutsche Welle, 2 Νοεμβρίου [online] [ανασύρθηκε 19/01/2017] <<http://dw.com/p/2S0vo>>

<sup>9</sup> Παρουσίαση του σχήματος Mr and Mrs Bubble στην επίσημη facebook page. [ανασύρθηκε 29/01/17] <<https://www.facebook.com/mrandmrsbubble>>

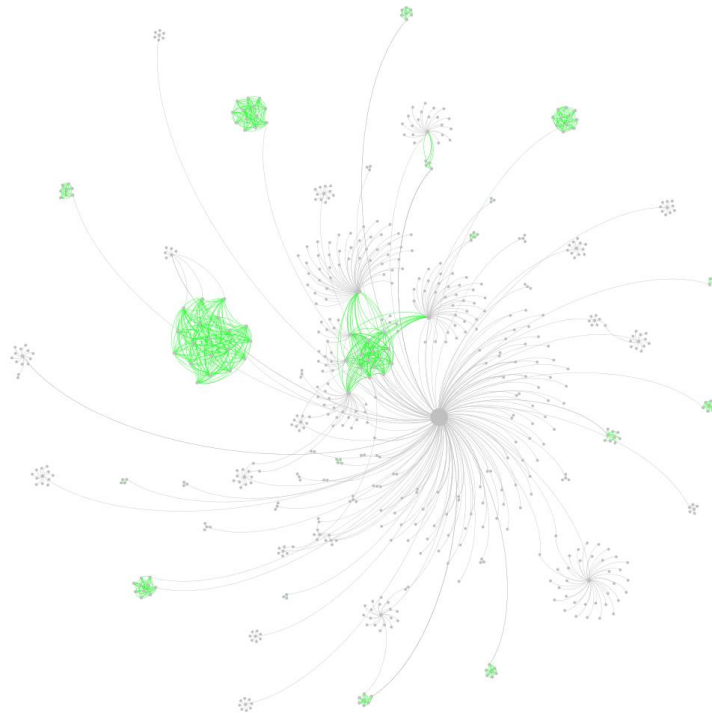
<sup>10</sup> Παρουσίαση του σχήματος Who Nose στην επίσημη facebook page. [ανασύρθηκε 29/01/17] <<https://www.facebook.com/Who-Nose-1075062322571671>>

<sup>11</sup> BECKER, Howard, S., 2008. *Art Worlds*. University of California Press.

Ο Τεχνοχώρος Fabrica, που προσφέρει τις υποδομές του στους ανεξάρτητους καλλιτέχνες και σχήματα είτε με χαμηλό κόστος φιλοξενίας είτε δωρεάν, ενώ στις περιόδους των φεστιβάλ αναλαμβάνει και προωθητικές ενέργειες για το σύνολο των φιλοξενούμενων δράσεων, στην δύσκολη περίοδο της οικονομικής κρίσης, δίνει τη δυνατότητα της έκφρασης και προβολής ενθαρρύνοντας τις συνεργασίες αλλά και ο ίδιος ο χώρος δρα συνεργατικά με άλλες συναφείς ή όχι επιχειρήσεις και φορείς στον καλλιτεχνικό κόσμο του Κεραμεικού, με την προσέλκυση όλο και περισσότερων καλλιτεχνών και υποψήφιου κοινού στην περιοχή.

Η συλλογή δεδομένων κι η αποτύπωση του Δικτύου εμφανίζει καλλιτεχνικές συνεργασίες που είναι στην αρχή ή που δεν αποδεικνύεται η διάρκειά τους στο μέλλον. Η συντριπτική πλειοψηφία των καλλιτεχνών στα τέσσερα χρόνια λειτουργίας του Τεχνοχώρου εμφανίζονται μία μόνο φορά να συμμετέχουν σε ένα καλλιτεχνικό γεγονός. Όμως, δεδομένου του πρόσφατου της έναρξης λειτουργίας, καθώς και του γεγονότος ότι κάθε καλλιτεχνικό εγχείρημα προϋποθέτει ένα σημαντικό χρονικό διάστημα ως την πρεμιέρα, χωρίς επενδυτικό χρηματικό κεφάλαιο και λιγότερο διαθέσιμο χρόνο των εμπλεκομένων, λόγω υποχρεώσεων επιβίωσης, δεν μπορούν να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα για το κατά πόσο οι καλλιτέχνες του Κεραμεικού δρουν απομονωμένα και σε κλειστό κύκλωμα ή όχι.

Με πράσινο χρώμα αποτυπώνονται οι ομάδες, οι σταθερές δηλαδή καλλιτεχνικές συμπράξεις, που διαθέτουν μία σταθερή πορεία τα τελευταία χρόνια (βάσει των δημοσιεύσεών τους στο διαδίκτυο). Με ποσοτικά δεδομένα, από τις 177 καταγεγραμμένες δράσεις που παρουσιάστηκαν στον Τεχνοχώρο, μόλις οι 27 έχουν πραγματοποιηθεί από ομάδες-καλλιτεχνικούς κόσμους, ενώ ακόμα κι η άμεση οπτική εξέταση του Δικτύου αποδεικνύει ότι η κινητικότητα των καλλιτεχνών από ένα εγχείρημα σε άλλο είναι αρκετά χαμηλή.



Ως ενεργές και πολυπληθείς ομάδες αναδεικνύονται δύο: η ομάδα Fabrica, που αποτελείται από 15 μέλη σε στενή συνεργασία σε πολλαπλά projects αλλά και με συμμετοχές μελών της σε δράσεις άλλων ομάδων ή ανεξάρτητων καλλιτεχνών, καθώς και η ομάδα Θέατρο του Καταπιεσμένου, που απαριθμεί 17 μέλη σε πολυετή συνεργασία, ενώ αρκετά μέλη της εμφανίστηκαν να συνεργάζονται σε άλλες θεατρικές και κινηματογραφικές παραγωγές. Στην παραπάνω αποτύπωση, το μέγεθος και η δυναμική των δύο ομάδων είναι εμφανή.

## 4.2. Η πολυκαλλιτεχνικότητα και η αξία του φουαγιέ

Στον Τεχνοχώρο Fabrica η τέχνη εξελίσσεται σε 38 διαφορετικές διαδρομές και τάσεις:

**Θέατρο:** Πρόζα, Μουσικό θέατρο, Performance, Music performance, Site specific performance, Σωματικό θέατρο, Θέατρο δρόμου, Παιδικό θέατρο, Αυτοσχεδιασμός, Αφήγηση.

**Χορός:** Σύγχρονος, Χοροθέατρο.

**Μουσική:** Συναυλίες, Dj sets, Μουσικές προβολές ταινιών (σε ζωντανή εκτέλεση).

**Κινηματογράφος:** Μεγάλου μήκους, Μικρού μήκους, Ντοκιμαντέρ.

**Εικαστικά:** Ζωγραφική, Κολάζ, Φωτογραφία, Αρχιτεκτονικό σχέδιο.

**Βιβλίο:** Παρουσίαση βιβλίου, Ανάγνωση βιβλίου.

**Ψηφιακή τέχνη:** Προβολές video art, Video performance, Video dance, Skype performance.

**Εμφύκωση:** Θέατρο σκιών, Κουκλοθέατρο.

**Τσίρκο:** Ακροβατικά, Aerial Skills, Ζογκλέρ, Κλόουν.

**Χειροτεχνία και σχέδιο:** Κόσμημα, Μάσκα, Κούκλα, Ένδυμα.

Ο πειραματισμός των νέων καλλιτεχνών χωρίς περιορισμούς και εμπόδια στον χώρο, η δημιουργική «αγωνία» που μετασηματίζει ευτελή υλικά και υφάσματα με υψηλή -στα δυσπρόσιτα όρια της παιδικής- φαντασία, η εκτεταμένη χρήση ψηφιακής τεχνολογίας με τρόπους που προσπερνούν κατά πολύ την απλή προβολή, για να περιγράψει την κατά την Claire Bishop (2012) «ανήσυχη και δύσκολη ταλάντωση μεταξύ της οικειότητας και της απόστασης που χαρακτηρίζει το νέο τεχνολογικό σύστημα»<sup>12</sup>, είναι κρίσιμα χαρακτηριστικά της εναλλακτικής τέχνης που συμβαίνει στον Τεχνοχώρο Fabrica και στον Κεραμεικό.

Μ' ένα πνεύμα επιστροφής στην από κοινού δράση, στην κίνηση του σώματος και στην υγεία, στο σεβασμό στον άνθρωπο ως ένδειξη του σεβασμού στη φύση, στην αξία του χειροποίητου, καταγράφονται ως μορφές συλλογικής κοινωνικής τέχνης εργαστήρια για τη δημιουργική απασχόληση των παιδιών, workshops γνωριμίας με τις φιλοσοφίες Grav Maga, Pilates και

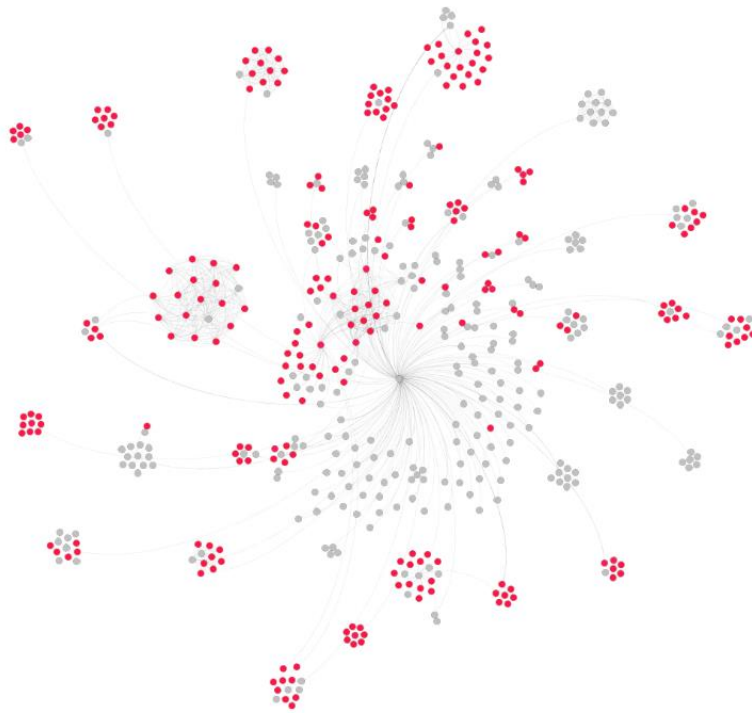
---

<sup>12</sup> BISHOP, Claire, 2012. *The Digital Divide: Contemporary Art and New Media*. Artforum.

Caroëira, οργανώνονται συζητήσεις πολιτικής, κοινωνικής και καλλιτεχνικής θεματολογίας στο φουαγιέ, συνηγορώντας υπέρ της άποψης του John Dewey (1934) «για τον πραγματικό εμπλουτισμό της συνήθους εμπειρίας, του ζώντος δημιουργήματος, μέσα στο ασφυκτικό αστικό τοπίο» με μία τέχνη ελεύθερης πρόσβασης σε όλους, στους δρόμους, συμμετοχική<sup>13</sup>.

#### 4.2.1. Ιδιαίτερη αναφορά στην ειδικότητα του ηθοποιού

Η συλλογή των δεδομένων και η αποτύπωση του Δικτύου του Τεχνοχώρου Fabrica οδήγησε στη «διά γυμνού οφθαλμού» διαπίστωση ότι παρόλο το πλήθος των καλλιτεχνικών ειδικοτήτων, σε αριθμούς η παρουσία ηθοποιών είναι σε ποσοστό 48,8%. Μία τέτοια ένδειξη, με δεδομένο το γεγονός ότι οι καλλιτεχνικές δράσεις στον Τεχνοχώρο Fabrica προέρχονται από ανεξάρτητες ομάδες και καλλιτέχνες και όχι από θεατρικές επιχειρήσεις, με σκοπό την αυθόρμητη καλλιτεχνική έκφραση χωρίς προοπτικές κέρδους, δηλώνει ξεκάθαρα την πραγματικότητα που επικρατεί στον κλάδο του επαγγέλματος του ηθοποιού, που είναι μία πραγματικότητα σοβαρής και βαθιάς κρίσης.



Σχήμα 3 | Οι ηθοποιοί στο Δίκτυο του Τεχνοχώρου Fabrica Athens

---

<sup>13</sup> FREELAND, Cynthia, 2005. *Μα είναι αυτό τέχνη;* Αθήνα: Εκδόσεις Πλέθρον.



Στην Ελλάδα λειτουργούν 2 δημόσιες (Εθνικό Θέατρο και Κρατικό Θέατρο Β. Ελλάδος) και 24 αναγνωρισμένες ιδιωτικές σχολές δραματικής τέχνης<sup>14</sup>, 4 πανεπιστημιακά τμήματα Θεατρικών Σπουδών (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα και Ναύπλιο) και δεκάδες εργαστήρια ελευθέρων σπουδών, που παρέχουν θεατρική εκπαίδευση. Η κατάργηση της Άδειας του Ηθοποιού το 1981, που υποχρέωνε τους θεατρικούς επιχειρηματίες να προσλαμβάνουν αποκλειστικά ηθοποιούς αδειοδοτημένους από σχετική γνωμοδοτική επιτροπή του Υπουργείου Πολιτισμού, η κατάργηση επίσης της υποχρέωσης να προσλαμβάνουν σε ποσοστό 80% μέλη του ΣΕΗ (Σωματείο Ελλήνων Ηθοποιών) και η εύκολη αδειοδότηση για την ίδρυση δραματικών σχολών, οδήγησε στο τεράστιο και ραγδαίο άνοιγμα της αγοράς, που για λόγους επιβίωσης και κέρδους, δέχεται χωρίς κρατικό έλεγχο και περιορισμούς υπερβάλλοντα των αναγκών αριθμό σπουδαστών και αποδίδει ετησίως πάνω από 500 απόφοιτους, νέους και φιλόδοξους ηθοποιούς, ενώ ο αριθμός των ερασιτεχνών από τα θεατρικά εργαστήρια υπολογίζεται ανεπίσημα εξίσου μεγάλος.

Οι πρωτοεμφανιζόμενοι πλέον ηθοποιοί αυτονότητα συμπράττουν σε καλλιτεχνικά εγχειρήματα, στο πλαίσιο της δημιουργικής ανάγκης και της επί σκηνής μαθητείας, όπως αυτά που φιλοξενούνται στον Τεχνοχώρο και αποτυπώνονται στο Δίκτυο, έχουν όμως φέρει ερήμην τους (ως ένα βαθμό) ένα μη αναστρέψιμο πλήγμα στο επάγγελμα του ηθοποιού, προς όφελος του επιχειρείν. Η τεράστια προσφορά, σε συνδυασμό με την μνημονιακή απελευθέρωση των εργασιακών σχέσεων και την κατάργηση των συλλογικών συμβάσεων στο Ελεύθερο Θέατρο, έχει οδηγήσει στην απαξίωση και φτωχοποίηση του κλάδου, σε βαθμό που πλέον το επάγγελμα του ηθοποιού θεωρείται περιστασιακό, τα έσοδα χαμηλά και απρόβλεπτα.

Τον Μάρτιο του 2016, το ΣΕΗ πραγματοποίησε μία διήμερη απεργία και περιέγραψε καθαρά την «καταστροφή» στο παρακάτω απόσπασμα από το δημοσιευμένο μανιφέστο της:

- *Η ΕΡΤ δεν παράγει πρόγραμμα ελληνικής μυθοπλασίας (σειρές - τηλεταινίες).*
- *Στην ιδιωτική τηλεόραση, οι ηθοποιοί με κόπο παλεύουν να πάρουν ένα ευρώ από σειρές παιγμένες κατ' επανάληψη εδώ και πολύ καιρό, ενώ, στις ελάχιστες που γυρίζονται, δεν ξέρουν εάν και πότε θα πληρωθούν.*
- *Στις μεταγλωττίσεις και τα σπηκάζ (όσα γίνονται) οι εταιρείες δίνουν ψίχουλα και χρησιμοποιούν ερασιτέχνες.*
- *Τα ΔΗΠΕΘΕ κάτω από το βάρος της οικονομικής τους ανέχειας είτε παραμένουν κλειστά είτε ανεβάζουν παραστάσεις με ερασιτέχνες ηθοποιούς.*
- *Στα κρατικά θέατρα η κρατική επιχορήγηση μειώνεται συνεχώς με αποτέλεσμα να συρρικνώνεται η δραστηριότητά τους.*
- *Η Εργατική Εστία καταργείται, με αποτέλεσμα και τα θέατρα να στερούνται ενός σημαντικού εσόδου και το κοινό να στερείται το προνόμιο που είχε για δωρεάν πρόσβαση στον πολιτισμό. Και ενώ το κράτος καταργεί τον θεσμό των Συλλογικών Συμβάσεων, οδηγώντας τον ίδιο τον πολιτισμό στη διάλυσή του, οι επιχειρηματίες του*

---

<sup>14</sup> Από τα δημοσιευμένα στοιχεία της ιστοσελίδας του ΥΠΠΟ. [ανασύρθηκε 29/01/17]  
<[http://www.yppo.gr/6/g6320.jsp?obj\\_id=3050](http://www.yppo.gr/6/g6320.jsp?obj_id=3050)>

ελεύθερου θεάτρου, εκμεταλλεόμενοι αυτή την κατάσταση συμβάλλουν στην εξαθλίωση των εργαζόμενων ηθοποιών.<sup>15</sup>

### 4.3. Ο λειτουργικός ρόλος του κοινού

#### 4.3.1. Η ελεύθερη είσοδος στα θεάματα

Οι ερευνήτριες μεταπτυχιακές φοιτήτριες του Παντείου Πανεπιστημίου Ράνια Μυλωνά και Βίκυ Λαλιώτη, που συμμετείχαν το 2013 ως εθελόντριες στο 1<sup>ο</sup> φεστιβάλ του Τεχνοχώρου αναφέρουν στην σχετική εργασία τους: «*Το κοινό που παρακολούθησε το φεστιβάλ ήταν κυρίως νέοι (21-30 ετών) καλλιτέχνες και φοιτητές. Το φεστιβάλ έδωσε στους συμμετέχοντες τη δυνατότητα να παίξουν, να χορέψουν, να παρακολουθήσουν, να τριγυρίσουν, να πιουν και να μιλήσουν και ίσως το πιο σημαντικό - όπως σε κάθε φεστιβάλ - να χαρούν την μεταξύ τους επαφή.*»

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat (2012) για την πολιτιστική κατανάλωση, η Ελλάδα έρχεται 27<sup>η</sup> σε σύνολο 30 ευρωπαϊκών χωρών, με ετήσια δαπάνη 2,3% του ετήσιου οικογενειακού προϋπολογισμού και μόλις 52 ευρώ για αγορές εισιτηρίων σε κινηματογράφους, θέατρα και συναυλίες<sup>16</sup>. Πιστός στο όραμα της ελεύθερης πρόσβασης χωρίς οικονομικούς περιορισμούς, ο Τεχνοχώρος, μέσα από ένα άτυπο μοντέλο οικονομίας που μπορεί και επιβιώνει ακόμα και σε συνθήκες ακραίας οικονομικής κρίσης, με όρους αξιοπρέπειας και ανωνυμίας, δίνει τη δυνατότητα στο κατά κύριο λόγο νεανικό κοινό του, που αποτελεί και το μεγάλο θύμα της ανεργίας, ν' απολαμβάνει πολιτιστικά αγαθά αυθεντικής δημιουργίας και όχι επιχειρηματικότητας.

#### 4.3.2. Οι social media engagers του Δικτύου

Με τη χρήση της εφαρμογής netvizz, πραγματοποιήθηκε η εξαγωγή (data mining) των δεδομένων της facebook page του Τεχνοχώρου, η οποία λειτούργησε πρώτη φορά στις 16 Απριλίου 2014, και στις 31 Ιανουαρίου 2017 παρουσίαζε 5.485 likers.

Σε σύνολο 808 post, υπολογίστηκε το Average Engagement Rate. Το Engagement Rate αποτελεί ένα τρόπο μέτρησης, που οι επιχειρήσεις digital marketing χρησιμοποιούν για τα social media, με σκοπό την καταγραφή της αποτελεσματικότητας της επικοινωνίας του πελάτη ή του προϊόντος με το κοινό του και πρόσφατα, το facebook ανακοίνωσε ότι θα εισάγει ένα νέο επικαιροποιημένο εργαλείο υπολογισμού του. Για την ορθή εξαγωγή του Average Engagement Rate απαιτείται η χρήση του εξής υπολογισμού: Engagement Rate = άτομα που έκαναν like ή reacted (love, ha-ha, wow) ή share / των ατόμων που είδαν το post<sup>17</sup>.

---

<sup>15</sup> Από το μανιφέστο της απεργίας 2016, δημοσιευμένο στην ιστοσελίδα του Σωματείου. [ανασύρθηκε 29/01/17] <<http://www.sei.gr/ανακοίνωση-δελτίο-τύπου-σεη-για-τη-48ωρη-1861>>

<sup>16</sup> ΑΥΔΙΚΟΣ, Βασίλης, 2014. Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα. Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο.

<sup>17</sup> Δημοσιευμένος τρόπος υπολογισμού από την αμερικανική εταιρία digital marketing Simply Measured. [ανασύρθηκε στις 30/1/2017] <<http://simplymeasured.com/blog/facebook-metrics-defined-engagement-rate/#sm.0001eba2oj2qrfa0psx2q4q7cvbprz>>

Η πληροφορία του ποιοι είδαν το post προστατεύεται και μόνο οι διαχειριστές της σελίδας είναι σε θέση να έχουν πρόσβαση σε αυτή (page insights). Παρόλα αυτά, σημαντικές ετήσιες μελέτες υπολογίζουν κι ανακοινώνουν το Average Facebook Page's Organic Reach<sup>18</sup>, το ποσοστό δηλαδή των φίλων μίας σελίδας που θα δουν ένα post. Για page με κάτω από 10.000 likers και όταν τα post περιλαμβάνουν φωτογραφία ή video, το Average Organic Reach υπολογίζεται σε 11%, και στην περίπτωση του Τεχνχώρου αυτό μεταφράζεται σε 603 likers και οδηγεί στο Average Engagement Rate του 0,0177%.

Κατά συνέπεια, οι φίλοι-engagers του Τεχνχώρου, που συμμετέχουν με τον δικό τους τρόπο στη διάδοση και προβολή των events, υπολογίζονται σε 97 άτομα. Δεδομένου ότι πρόκειται για μία κολεκτίβα με όρους ανοιχτής συμμετοχικότητας και ελλείπει ουσιαστικής προβολής από MME, οι engagers εμφανίζονται στην αποτύπωση Δικτύου.

## **4.4. Ο ρόλος του δημοσιογράφου στο Δίκτυο**

### **4.4.1. Το πλαίσιο προβολής του πολιτιστικού γεγονότος**

Στην πολιτιστική βιομηχανία και ειδικότερα στα πολιτιστικά γεγονότα (events), με management όρους, η διανομή του πολιτιστικού προϊόντος πραγματοποιείται μέσω της προβολής και πληροφόρησης του υποψήφιου κοινού, ενώ σε αντίθετη περίπτωση, οι πιθανότητες κέρδους περιορίζονται σημαντικά. Ελάχιστες οι περιπτώσεις που η προώθηση τύπου «στόμα με στόμα» (mouth-to-mouth) είχε το χρόνο να λειτουργήσει και να εμφανίσει θετικά εισπρακτικά αποτελέσματα.

Τα MME συνεχίζουν και σήμερα ν' αποτελούν τον καθοριστικότερο παράγοντα στην επικοινωνιακή σχέση καλλιτέχνη-κοινού, πολύ περισσότερο από την αφισοκόλληση, τη διανομή εντύπων και τα social media. Γιατί το κύρος της προβολής από ένα δημοφιλές MME και η κριτική από έναν καταξιωμένο δημοσιογράφο, συνεχίζει ν' αποτελεί τη μεγαλύτερη εγγύηση για μία μεγάλη μερίδα κοινού, ώστε να επιλέξει μία παράσταση, ειδικά όταν πρόκειται για καλλιτέχνες που δεν γνωρίζει και που αυτοί δρουν σε χώρους χωρίς ιδιαίτερα γνωστό σήμα.

Ακόμα και πριν την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης, που συρρίκνωσε το χώρο της ενημέρωσης και μείωσε δραστικά σε αριθμούς το δημοσιογραφικό προσωπικό και τις αμοιβές του, η προβολή απαιτούσε και απαιτεί την αγορά διαφημιστικών πακέτων υψηλού κόστους, απρόσιτα στα καλλιτεχνικά εγχειρήματα χωρίς ουσιαστικό budget. Σε κάθε άλλη περίπτωση, η όποια καταχώρηση στον Τύπο περιορίζεται στην εμφάνιση των βασικών πληροφοριών στις λίστες θεαμάτων. Από έρευνα στο διαδίκτυο για τις δημοσιεύσεις των δράσεων που φιλοξενούνται στον Τεχνχώρο Fabrica διαπιστώθηκε πως μόνο νέα, φιλόδοξα ηλεκτρονικά περιοδικά και blogs δημοσιεύουν αυτούσια το εκάστοτε δελτίο τύπου, χωρίς κριτική ή περαιτέρω πληροφορίες, με

---

<sup>18</sup> LOOMER, John, 2015. *Facebook Organic Reach is Changing: Should Brands Share More Links?* Jonloomer.com, 23 Μαρτίου [online] [ανασύρθηκε στις 30/1/2017] <<http://www.jonloomer.com/2015/03/23/facebook-organic-reach-links>>

μηδαμινά όμως αποτελέσματα στην προώθηση, καθώς αυτά δεν εμφανίζουν καν μετρήσιμες επισκεψιμότητες βάσει του Alexa Ranking<sup>19</sup>.

Από την άλλη, έχει περιοριστεί καθοριστικά ο ρόλος του δημοσιογράφου που θα παρακολουθήσει ένα καλλιτεχνικό γεγονός και θα αρθρογραφήσει με κριτική ή θα προβεί σε συνέντευξη των συντελεστών. Τα ΜΜΕ στα οποία εργάζεται, δεν ενδιαφέρονται να πληρώσουν αμοιβή για να προβληθεί ένας καλλιτέχνης που δεν είναι πελάτης, ενώ στις πιο πολλές περιπτώσεις, οι γνώστες του καλλιτεχνικού χώρου, με πολυετή εμπειρία, έχουν αντικατασταθεί από νέους, φιλόδοξους δημοσιογράφους, που συχνά εργάζονται αμισθί (σε πλαίσιο πρακτικής άσκησης) και δε διαθέτουν τον απλήρωτο χρόνο τους για να παρακολουθήσουν ένα καλλιτεχνικό γεγονός, που ο εργοδότης τους δε θα δημοσιεύσει.

Η αποτύπωση αυτής της δύσκολης επικοινωνίας μεταξύ των ανεξάρτητων καλλιτεχνών και των ΜΜΕ προέκυψε με σαφήνεια από τις σύντομες συνεντεύξεις δύο καλλιτεχνών, του Μιχάλη Τσαντίλα, μουσικού, με παράλληλη ιδιότητα ραδιοφωνικού παραγωγού και δισκοκριτικού και του Μάξιμου Μουμούρη, σκηνοθέτη-ηθοποιού, με την ιδιότητα του θεατρικού παραγωγού.

### **Μιχάλης Τσαντίλας**

*«Η κατάσταση είναι ζοφερή. Τα συστημικά ραδιόφωνα και περιοδικά<sup>20</sup> δεν θα παρουσιάσουν έναν «άγνωστο» καλλιτέχνη. Ο χώρος των δισκογραφικών εταιριών βρίσκεται σε τεράστια κρίση κι αυτό δυσκολεύει ακόμα περισσότερο την κατάσταση για τον ανεξάρτητο μουσικό. Οι συμφωνίες προβολής και διαφήμισης μεταξύ δισκογραφικής και ΜΜΕ περιλαμβάνει εκτός των άλλων, αν μιλάμε για ραδιόφωνο, την αναπαραγωγή καθημερινά ενός ή δύο νέων τραγουδιών, συνεντεύξεις και προβολή συναυλιών, παράλληλα όμως, άτυπα και από κάτω, αυτό σημαίνει πως δεν πρέπει να προβληθούν δωρεάν οι «ανταγωνιστές». Με απλά λοιπόν λόγια, για να προβληθείς, πρέπει να πληρώσεις.»*

Υπάρχουν έστω κάποιοι συναυλιακοί χώροι με καθαρό καλλιτεχνικό στίγμα που προβάλλουν νέους μουσικούς στο σταθερό τους κοινό;

*«Ελάχιστοι χώροι λειτουργούν ως μουσικό στίγμα και μπορούν να προσελκύσουν κοινό, που ως εγγύηση το χώρο, θα επέλεγε ίσως ν' ακούσει τη δουλειά του νέου καλλιτέχνη. Όμως κι αυτοί, δε διαθέτουν τμήμα ή έστω ένα άτομο υπεύθυνο για την έρευνα της μουσικής σκηνής και το ρίσκο της προώθησης. Για να κλείσεις συναυλία εκεί, πρέπει ένας γνωστός να σε προτείνει και να μεσολαβήσει. Αλλά και οι μικρές μουσικές σκηνές, απαιτούν από τους μουσικούς την εκ των προτέρων συμφωνία σ' ένα αριθμό: «πόσο κόσμο θα φέρεις;» Σε πολλές περιπτώσεις, για να*

---

<sup>19</sup> Από τα πολιτιστικά ηλεκτρονικά περιοδικά, μόνο τα Αθηνόραμα και Athensvoice βρίσκονται στα πρώτα 500, στη λίστα επισκεψιμότητας της Alexa Ranking, βάσει των μετρήσεων Ιανουαρίου 2017 (<http://www.alexa.com/topsites/countries/GR>). Κανένα από τα δύο δε δημοσιεύουν τα δελτία τύπου του Τεχνχώρου. Μόνο το Αθηνόραμα εμφανίζει τις δράσεις στο ευρετήριο βασικών πληροφοριών (λίστα θεαμάτων).

<sup>20</sup> Χαρακτηρίζει «συστημικά» όσα παρουσιάζουν σχετικά υψηλές ακροαματικότητες, επισκεψιμότητα ή αναγνωσιμότητα αντίστοιχα κι εμφανίζουν έσοδα από διαφημίσεις από δισκογραφικές εταιρίες και συναυλιακούς χώρους.

*δώσουν την ευκαιρία στον μουσικό, ζητούν μίνιμουμ 35 άτομα στο χώρο, για την κατανάλωση των οποίων αυτός δε θα εισπράξει κανενός είδους ποσοστό.»*

Τι μπορεί να κάνει λοιπόν ένας ανεξάρτητος καλλιτέχνης για να έρθει σε επαφή με το υποψήφιο κοινό του;

*«Για τον άγνωστο μουσικό, υπάρχουν σήμερα μόνο τα social media. Ποστάρεις το event, επαφύεσαι στους φίλους σου να διαδώσουν τη μουσική σου και το νέο της συναυλίας, με μηδαμινά όμως αποτελέσματα. Οι φίλοι, για να σε ενισχύσουν, δηλώνουν ότι θα παρευρεθούν, για να υπάρχει μία ψευδαίσθηση ότι θα έχεις κόσμο. Γιατί οι περισσότεροι, βρίσκονται σε έναν συναυλιακό χώρο όχι για να ακούσουν. Δεν παρακολουθούν, αντιμετωπίζουν τη συναυλία ως μουσική συνοδεία. Βρίσκονται εκεί γιατί είναι ένα event που πρέπει να έχουν πάει. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να είναι ένα event κύρους, ενός γνωστού καλλιτέχνη, με κόσμο.»*

*Εγώ προσωπικά δεν στέλνω πια δείγμα της δουλειάς μου στα ΜΜΕ. Επιλεκτικά, επικοινωνώ μόνο με κάποιους συναδέλφους που εκτιμώ και που οι ίδιοι εκτιμούν τη δουλειά μου. Ακόμα όμως κι έτσι, όταν μιλάμε για δημοφιλή ΜΜΕ μου ξεκαθαρίζουν εκ των προτέρων ότι δεν τους «επιτρέπεται» να προβάλουν την δουλειά ενός μη δημοφιλούς μουσικού.»*

Με την άλλη του ιδιότητα, αυτή του αρθογράφου και στην ερώτηση «Ποιος θα έπρεπε και ποιος είναι ο ρόλος του δημοσιογράφου;» ο Μιχάλης Τσαντίλας συνέχισε:

*«Ο δημοσιογράφος έπρεπε να έχει τη δυνατότητα και την οικονομική σταθερότητα να κάνει τη δουλειά του. Να ερευνά τη μουσική σκηνή και να προτείνει στους ακροατές τους ή στους αναγνώστες του. Ν' ακούει τους νέους δίσκους που του στέλνουν οι καλλιτέχνες και να κάνει αντικειμενική κριτική. Όμως, ο ρόλος του δημοσιογράφου έχει πλέον απαξιωθεί. Εργάζονται αμισθί για ηλεκτρονικά περιοδικά, πληρώνονται με το κομμάτι, με περιορισμούς, πολλά ΜΜΕ επιλέγουν «παιδάκια» που δέχονται να μην αμείβονται, δε γνωρίζουν το χώρο της ελληνικής μουσικής σκηνής και γράφουν προβλέψιμες κριτικές, π.χ. για έναν γνωστό καλλιτέχνη θα γράψουν και καλή κριτική.»*

Κλείνοντας τη συνέντευξη και στην ερώτηση «Πως το σκεπτόμενο κοινό θα μάθει για το νέο που συμβαίνει στη μουσική σκηνή;» ο Μιχάλης Τσαντίλας απάντησε:

*«Σε ένα κλειστό κύκλωμα, κάποιος πρέπει να ψάχνει από μόνος του...»*

### **Μάξιμος Μουμούρης**

Κατά την προώθηση της παράστασης Ερωφίλη το 2015, της οποίας ήσουν παραγωγός και σκηνοθέτης, η αναγνωρισιμότητά σου έπαιξε ρόλο στην επαφή σου με δημοσιογράφους;

*«Νομίζω πως ναι, σίγουρα κάποιοι ενδιαφέρθηκαν κι είχε νόημα γι' αυτούς να κάνουν ένα θέμα με κάποιον που γνωρίζουν ήδη τη δουλειά του. Επίσης, σε κάποιους δημοσιογράφους που γνώριζα, πήρα το θάρρος να τους ζητήσω εγώ να μιλήσουμε για την Ερωφίλη.»*

Σε προηγούμενες παραγωγές σου, παλαιότερα, πριν ν' αποκτήσεις αυτήν την αναγνωρισιμότητα, τα ΜΜΕ αξιοποίησαν τα δελτία τύπου σου, παρακολούθησαν, έγραψαν κριτική ή όχι;

«Τα δελτία τύπου χρησιμοποιήθηκαν μόνο έπειτα από δικό μου αίτημα και όσοι ήρθαν για να γράψουν δεν το έκαναν έπειτα από πρόσκληση<sup>21</sup>. Πάντως γενικά, μου ήταν δύσκολο να προσεγγίσω τα μεγάλα έντυπα και site. Λειτουργούν με τελείως άλλη νοοτροπία, εννών μέσω πληρωμής ή γνωριμιών.»

#### 4.4.2. Ο ρόλος του δημοσιογράφου στο Δίκτυο

Στην αποτύπωση του Δικτύου του Τεχνοχώρου, καταγράφονται συνολικά 9 nodes δημοσιογραφικά και τα 8 από αυτά εμφανίζονται μόνο το 2013 και το 2014, στην αρχή δηλαδή της λειτουργίας του. Το ενδιαφέρον τότε ήταν υψηλό, λόγω της πρωτοτυπίας του στην περιοχή του Κεραμεικού και την ανάδειξη της DIY κουλτούρας, αλλά όπως ανέφερε ο Φάνης Κατέχος, οι συνεντεύξεις και παρουσιάσεις του Τεχνοχώρου προέκυψαν λόγω φιλικής γνωριμίας με ένα παλαιό μέλος της ομάδας, που πλέον ζει εκτός Αθηνών.

Σταθερός υποστηρικτής αποτελεί ένα μόνο node, που συστηματικά παρακολουθεί, καταγράφει και προβάλλει τις δράσεις του Τεχνοχώρου: πρόκειται για τη γνωστή πολιτιστική δημοσιογράφο Μάνια Ζούζη, που αρθρογραφεί για την εφημερίδα Αυγή και διαχειρίζεται το ηλεκτρονικό πολιτιστικό περιοδικό artplay.gr. Η Μάνια Ζούση, αρθρογραφεί και συναλλάσσεται με τους καλλιτέχνες επί ίσους όρους, ανεξαρτήτως αναγνωρισιμότητας ή ύψους budget, πιστή επί σειρά ετών στο δημοσιογραφικό όραμά της και χαίρει μεγάλης εκτίμησης από τα μέλη της Fabrica που την αποκαλούν πλέον «φίλη»<sup>22</sup>.

## 5. Στατιστική ανάλυση του Δικτύου (Metrics)

Η στατιστική ανάλυση του Δικτύου με χρήση των metrics Gephi<sup>23</sup>, οδήγησε στα παρακάτω αποτελέσματα:

### Graph Density: 0,006

Υπολογίζει το πόσο κοντά είναι το δίκτυο είναι να ολοκληρωθεί. Ένα πλήρες γράφημα έχει όλες τις πιθανές ακμές και πυκνότητα ίση με 1. Ο χαμηλός βαθμός επιβεβαιώνει τη καταγεγραμμένη διαπίστωση ότι το Δίκτυο Fabrica παρουσιάζει χαμηλό βαθμό συνεργασίας μεταξύ των καλλιτεχνών μέχρι τώρα.

---

<sup>21</sup> Υπονοεί ότι ήρθαν δημοσιογράφοι να παρακολουθήσουν κάποια παράστασή του χωρίς να «αναγκαστεί» να τους προσκαλέσει ο ίδιος.

<sup>22</sup> Η ιδιαίτερη αναφορά στην Μάνια Ζούση, εκτός από ερευνητικά -ή και ηθικά- ορθή, ήταν προσωπική επιθυμία του Φάνη Κατέχου.

<sup>23</sup> Σύμφωνα με τις πληροφορίες που προσφέρει το Github.com, ο κατεξοχήν διαδικτυακός τόπος ανταλλαγής και διαλόγου της παγκόσμιας κοινότητας των προγραμματιστών, στο πλαίσιο του open source κινήματος: <https://github.com/gephi>.

### **Average Degree: 3,990**

Υπολογίζει το μέσο αριθμό των edges ενός node με άλλα nodes και στην περίπτωση του Δικτύου, είναι προφανές (ανά node degree, data laboratory) ότι η εξωστρέφεια των μελών της Ομάδας Fabrica και της Ομάδας Θέατρο του Καταπιεσμένου ανεβάζει τον μέσο όρο.

### **Eigenvector Centrality**

Υπολογίζει την σπουδαιότητα ενός node σε ένα δίκτυο και βασίζεται στα edges ενός node. Με αυτόνοτο νικήτη το node του Τεχνολόγου, ο Φάνης Κατέχος εμφανίζει το μεγαλύτερο βαθμό με 0.536781 έχοντας αναπτύξει τις περισσότερες σχέσεις με άλλους καλλιτέχνες.

### **Clustering Coefficient 0,703**

Ο συντελεστής ομαδοποίησης (Watts-Strogatz), όταν εφαρμόζεται σε ένα μόνο node, είναι ένα μέτρο του πόσο πλήρης είναι η «γειτονιά» του. Όταν εφαρμόζεται σε ένα ολόκληρο δίκτυο, είναι ο μέσος συντελεστής αυτής της ομαδοποίησης. Στο Δίκτυο εμφανίζονται 102 καλλιτέχνες με Clustering Coefficient 1.0 και ολοκληρωμένο καλλιτεχνικό κύκλο, μιας και αποτέλεσαν τον εμπνευστή που συσπείρωσε καλλιτέχνες κάτω από το δικό του καλλιτεχνικό όραμα στα πλαίσια ενός project.

## **6. Αντί συμπεράσματος: Οι πολιτιστικές πολιτικές**

Η Μυρσίνη Ζορμπά (2014) κατέγραψε τις βασικές πολιτιστικές πολιτικές της Ελλάδας και ενώ παρατήρησε πως το Β' ΚΠΣ της περιόδου 1994-2000 υπηρέτησε αποκλειστικά τον τουρισμό, με ενίσχυση μουσείων και αρχαιολογικών χώρων, θεωρεί το Γ' ΚΠΣ της περιόδου 2000-2006 μία «χαμένη ευκαιρία» για τον σύγχρονο πολιτισμό, με πλήρη έλλειψη εθνικής πολιτιστικής στρατηγικής. Στα χρόνια των μνημονίων, η απαίτηση για δραστική μείωση κρατικών δαπανών ουσιαστικά διέλυσε τα προγράμματα επιχορήγησης θιάσων, καλλιτεχνικών σχημάτων και μικρών πολιτιστικών φορέων. Η «αναγκαστική» στροφή μεγάλων πολιτιστικών ιδρυμάτων της χώρας προς τους ιδιώτες και τους στρατηγικούς εταίρους φέρει το σοβαρό κίνδυνο επανεμφάνισης φαινομένων ελίτ και επικράτησης της «υψηλής» τέχνης, ως προσωπική υπόθεση για λίγους και όχι ως συλλογικό αγαθό διασφάλισης της πολυπολιτισμικότητας και της ανεκτικότητας<sup>24</sup>.

Για την προγραμματική περίοδο 2014-2020, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για τον Πολιτισμό έθεσε ως στόχους, εκτός των άλλων, τη χρηματοδοτική ενίσχυση των δεξιοτήτων μέσω της κατάρτισης των καλλιτεχνών, την κινητικότητα τους σε ευρωπαϊκό επίπεδο, την εξυπηρέτηση της διακίνησης των δημιουργικών και πολιτιστικών έργων και τις πολιτιστικές ανταλλαγές<sup>25</sup>.

---

<sup>24</sup> ΖΟΡΜΠΑ, Μυρσίνη, 2014. Πολιτική του πολιτισμού. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

<sup>25</sup> ΑΥΔΙΚΟΣ, Βασίλης, 2014. Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα. Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο.

Τα μέλη του Τεχνοχώρου Fabrica, σύμφωνα με τον Φάνη Κατέχο, δεν ενδιαφέρθηκαν ποτέ να αναζητήσουν τρόπους κρατικής χρηματοδότησης θεωρώντας ότι εξαρχής αποκλείονται από τη διαδικασία επιλογής, με ή χωρίς οικονομική κρίση. Όμως, η σταθερή στο χρόνο καλλιτεχνική έκφραση, η εξασφάλιση ενός περιβάλλοντος που θα υποστηρίζει την έρευνα και τον πειραματισμό, η διά βίου κατάρτιση, η εκπλήρωση των καλλιτεχνικών οραμάτων, η διαφύλαξη της αποδοχής της διαφορετικότητας κι ο ανοιχτός διάλογος πρέπει να υποστηριχθούν και στην Ελλάδα, με όρους διαφανείς και αξιοκρατικούς. Η πολιτεία έχει τον πρώτο και τον τελευταίο λόγο σε αυτό, να αδράξει τουλάχιστον αυτήν την ευκαιρία και να επενδύσει με μέθοδο και δικαιοσύνη στο σύγχρονο ελληνικό πολιτισμό ενισχύοντας τους αυθεντικούς φορείς και πομπούς του.



## Βιβλιογραφία

- BARABÁSI, A., 2002. *Linked: The New Science of Networks*. New York: Perseus Books.
- BECKER, Howard, S., 2008. *Art Worlds*. University of California Press.
- CHRISTAKIS, Nicholas, FOWLER, A., JAMES, H., 2009. *Connected: The surprising power of our social networks and how they shape our lives*. New York: Little Brown.
- EASLEY, D., KLEINBERG, J. M., 2010. *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning About a Highly Connected World*. Cambridge University Press.
- FREELAND, Cynthia, 2005. *Μα είναι αυτό τέχνη;* Αθήνα: Εκδόσεις Πλέθρον.
- GUARE, J., 1990. *Six Degrees of Separation: A Play*. New York: Vintage.
- ΑΥΔΙΚΟΣ, Βασίλης, 2014. *Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα*. Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο.
- ΖΟΡΜΠΑ, Μυρσίνη, 2014. *Πολιτική του πολιτισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
- ADAMIC, L. & ADAR, E., 2005. *How to search a social network*. *Social Networks*, vol 27, no. 3, pp. 187-203. DOI: 10.1016/j.socnet.2005.01.007.
- ALEXANDERSON, Gerald, 2006. *Euler and Königsberg's bridges: a historical view*. *Bulletin of the American Mathematical Society* 43 (4): 567. doi:10.1090/S0273-0979-06-01130-X.
- DOROGOVTSSEV, S. N., MENDES, J. F. F., SAMUKHIN, A. N., 2000. *Structure of growing networks with preferential linking*. *Phys. Rev. Lett.*, 85, pp. 4633-4636.
- KLEINBERG, J. M., 2000. *The small-world phenomenon: An algorithmic perspective, in Proceedings of the 32nd Annual ACM Symposium on Theory of Computing*. Association of Computing Machinery New York, pp. 163-170.
- NEWMAN, M. E. J. , 2003. *The Structure and Function of Complex Networks*. *SIAM Review*, Vol. 45, No. 2, pp. 167-256.
- STROGATZ, S. H., 2001. *Exploring complex networks*. *Nature*, 410, pp. 268–276  
doi:10.1038/35065725
- LOOMER, John, 2015. *Facebook Organic Reach is Changing: Should Brands Share More Links?* Jonloomer.com, 23 Μαρτίου [online] [ανασύρθηκε στις 30/1/2017]  
<<http://www.jonloomer.com/2015/03/23/facebook-organic-reach-links>>
- ΚΟΥΠΑΡΑΝΗΣ, Παναγιώτης, 2016. *Ελληνογερμανικό θέατρο για νέους*. Deutsche Welle, 2 Νοεμβρίου [online] [ανασύρθηκε 19/01/2017] <http://dw.com/p/2S0vo>
- ΛΑΛΙΩΤΗ, Β., ΜΥΛΩΝΑ, Ρ., 2013. *Το 1ο Φεστιβάλ Χειροποίητου και Ανακυκλώσιμου Θεάτρου ως μέρος μίας αναδυόμενης DiY κουλτούρας στην Αθήνα*. Fabrica Athens. [online] [ανασύρθηκε 22/01/2017] <<http://www.fabricaathens.gr/festival/wp-content/uploads/sites/4/2015/07/Research-on-Handmade-Recycled-Theater-Festival-by-Rania-Mylona-Vicky-Lalioti.pdf>>