

Please cite the Published Version

Kalandides, A (2017) Notes on Place identity. Geographies (), 30. pp. 53-65. ISSN 1109-186X

Publisher: Isis editions

Version: Accepted Version

Downloaded from: <https://e-space.mmu.ac.uk/620374/>

Usage rights: © In Copyright

Additional Information: This is an Author Accepted Manuscript of a paper accepted for publication in Geographies (). Main text in Greek.

Enquiries:

If you have questions about this document, contact openresearch@mmu.ac.uk. Please include the URL of the record in e-space. If you believe that your, or a third party's rights have been compromised through this document please see our Take Down policy (available from <https://www.mmu.ac.uk/library/using-the-library/policies-and-guidelines>)

Σημειώσεις για την ταυτότητα του τόπου*

Αρης Καλαντίδης
Manchester Metropolitan University
ares@placemanagement.org

Περίληψη

Στη συζήτηση για το μάρκετινγκ των τόπων, τίθεται συχνά το ζήτημα της ταυτότητάς τους, κυρίως σε αντιπαράθεση με την εικόνα τους. Ασαφές παραμένει όμως το τι ακριβώς μπορεί να σημαίνει αυτή η ταυτότητα όταν δεν αναφερόμαστε σε ένα σκεπτόμενα όντα που μπορούν να σκεφτούν τον εαυτό τους. Στο παρόν άρθρο γίνεται κατ'αρχάς μια προσπάθεια αποσαφήνισης της έννοιας ταυτότητα τόπου για να καταδειχθεί πως μπορεί να σημαίνει πολύ διαφορετικά πράγματα. Στο δεύτερο μέρος, μέσα από μια επισκόπηση της βιβλιογραφίας για τον τόπο και το χώρο, επιχειρείται ένα άνοιγμα σε εναλλακτικές αναγνώσεις των δύο εννοιών, ενώ στο τρίτο μέρος το άρθρο επικεντρώνεται και πάλι σε μία προσέγγιση, αυτήν της Doreen Massey, που συνδέει τον τόπο με το χώρο (και τον χρόνο). Στο τέταρτο μέρος, προτείνω να δούμε ποιά μπορεί να είναι τα στοιχεία αυτά που συγκροτούν τόπο και χώρο κλείνοντας με σκέψεις για τις επιπτώσεις που έχει μια τέτοια αντίληψη στο μάρκετινγκ των τόπων.

Λέξεις-κλειδιά: Χώρος, τόπος, ταυτότητα τόπου, μάρκετινγκ τόπων.

Abstract

In the debate on the marketing of places, the question of their identity is often raised, usually in contrast to their image. It is unclear, however, what exactly this identity may mean when we do not refer to thinking beings who can think of themselves. This article first attempts to clarify the concept of place identity to show that it can be used to mean very different things. In the second part, through an overview of the literature

* Ευχαριστώ την Μπέκυ Μπλουμ για την προσεκτική γλωσσική επιμέλεια του άρθρου.

on the place and the space, an opening is made to alternative readings of the two concepts, while in the third part the article focuses again on one approach, that of Doreen Massey, linking place with space (and time). In the fourth part, I propose to see what the elements, which constitute place and space may be, and conclude with thoughts about the impact of such a perception on place marketing.

Keywords: Place; Space; Place Identity; Place Marketing.

Εισαγωγή

Μέσα στην επιστημονική αλλά και επαγγελματική συζήτηση για την προβολή των τόπων, τίθεται πολύ συχνά το ζήτημα της *ταυτότητάς* τους από μια συγκεκριμένη οπτική γωνία: Τι είναι *τυπικό, χαρακτηριστικό, παραδοσιακό* για το συγκεκριμένο τόπο και οφείλει να αναδειχθεί; Αντίστροφα, τι είναι *ξένο ή εξωτερικό* προς αυτόν. (Ενδεικτικά: Lecompte *et al.* 2017, Lindstedt 2011, Καραχάλης σε αυτό το τεύχος, Kavaratzis σε αυτό το τεύχος, Müller και Schade 2012, Skinner 2011 και σε αυτό το τεύχος). Για τους ειδικούς στο μάρκετινγκ τόπων σημασία έχει πώς μπορούν να κατασκευαστούν, να επηρεαστούν, να μεταβληθούν ή να πωληθούν οι ιδιαιτερότητες των τόπων (Ashworth και Voogd 1990, Dematteis 1994, Anholt 2007 και 2010, Kavaratzis 2004, 2007 και 2017).

Το τί ακριβώς όμως είναι αυτή η ταυτότητα, το πώς ορίζουμε το εσωτερικό/εξωτερικό όταν αναφερόμαστε στον τόπο, το πώς μπορούμε να κατανοήσουμε την αλλαγή ή τη σταθερότητα είναι ζητήματα που παραμένουν αρκετά ασαφή. Από τη μια μεριά αναγνωρίζουμε πως ο κάθε τόπος έχει κάτι το ιδιαίτερο και ξεχωριστό (το τοπίο του, τις οικονομικές και κοινωνικές σχέσεις που τον διέπουν, τον τρόπο ζωής των κατοίκων του κλπ.) κι από την άλλη, κάθε προσπάθεια να ορίσουμε αυτήν την ιδιαιτερότητά του μοιάζει στερεοτυπική, αντιδραστική και σχεδόν κλειστοφοβική, επειδή ακούγεται στάσιμη και αποκλειστική.

Υπάρχει κάτι το παράδοξο σε αυτήν τη συζήτηση περί ταυτότητας των τόπων, όταν ταυτόχρονα η εμπειρία της παγκοσμιοποίησης μας δίνει αντίστροφα μηνύματα: η σημασία των τόπων μοιάζει κατ'αρχάς να έχει ελαττωθεί, όταν αυτό που μετράει είναι ροές, διασυνδέσεις και αλληλεξαρτήσεις. Πολλά άλλωστε φαινόμενα δεν εμφανίζονται σε ένα μόνον τόπο, αλλά είναι κομμάτια μιας παγκόσμιας λογικής πολύ ευρύτερων διαδικασιών που διαπερνούν το τοπικό. Όμως, «ενώ είναι αναμφισβήτητα σημαντικό να αναζητεί και να υπογραμμίζει κανείς τί είναι γενικό και κοινό σε μια πληθώρα διαφορετικών γεωγραφικών/χωρικών αποτελεσμάτων, η αποκλειστική έμφαση στο γενικό οδηγεί σε υποβάθμιση της σημασίας της γεωγραφικής διαφοροποίησης» (Βαΐου και Χατζημιχάλης 1997, 25). Μοιάζει δηλαδή να είναι σημαντικό να μελετήσει κανείς τους τρόπους που συνδέονται το τοπικό με το μη-τοπικό, και πώς διαπλέκονται οι ιδιαιτερότητες των τόπων με τις πολύπλοκες σχέσεις που τους συνδέουν μεταξύ τους.

Τέλος, ίσως επειδή η συζήτηση για την προβολή των τόπων ξεκινάει από το μάρκετινγκ, στις περισσότερες προσεγγίσεις λείπει ένα θεωρητικό πλαίσιο κατανόησης για το τί είναι αυτό το οποίο προβάλλεται – ο τόπος. (Βλ. προσπάθειες προσέγγισης του τόπου και της ταυτότητας τόπου στους Boisen *et al.* 2011, Greenop και Darchen 2016, Kavaratzis & Hatch 2013, Kavaratzis & Kalandides 2015, Kalandides 2011, Kerr και Oliver 2015, Warnaby & Medway 2013). Πέρα δηλαδή από τις επιπτώσεις που έχει το μάρκετινγκ τόπων, (βλ. Colomb σε αυτό το τεύχος), κεντρικό παραμένει το ερώτημα: Μπορούμε να κατανοήσουμε τον τόπο ως ένα αντικείμενο όπως όλα τ'άλλα, μπορεί δηλαδή να προβληθεί ο τόπος όπως π.χ. ένα σαμπουάν;

Στο πρώτο μέρος του άρθρου γίνεται κατ'αρχάς μια προσπάθεια αποσαφήνισης της έννοιας *ταυτότητα τόπου* για να καταδειχθεί πως δεν είναι πάντοτε ξεκάθαρο το πώς αυτή χρησιμοποιείται. Στο δεύτερο μέρος, μέσα από μια (περιορισμένη) επισκόπηση της βιβλιογραφίας για τον τόπο (και το χώρο), επιχειρείται ένα άνοιγμα σε εναλλακτικές αναγνώσεις των

δύο εννοιών, ενώ στο τρίτο μέρος το άρθρο επικεντρώνεται και πάλι σε *μία* προσέγγιση, αυτήν της Doreen Massey, που συνδέει τον τόπο με το χώρο (και τον χρόνο). Στο τέταρτο μέρος, προτείνω να δούμε ποιά μπορεί να είναι τα στοιχεία αυτά που συγκροτούν τόπο και χώρο κλείνοντας με σκέψεις για τις επιπτώσεις που έχει μια τέτοια αντίληψη στο μάρκετινγκ των τόπων.

Αποσαφήνιση εννοιών: Ταυτότητα και τόπος

Το νόημα που δίνουν οι άνθρωποι στον τόπο μοιάζει να παίζει κεντρικό ρόλο στον τρόπο που κατανοούν τον εαυτό τους, δηλαδή στην ταυτότητά τους, κατά την Gilian Rose (Rose 1995). Η ταυτότητα με αυτόν τον τρόπο συνδέεται με τις βιωμένες εμπειρίες της καθημερινότητας, οι οποίες με τη σειρά τους είναι ενταγμένες σε ένα ευρύτερο πλαίσιο κοινωνικών σχέσεων. Η βιωμένη εμπειρία μπορεί να αποτελέσει *ένα* σημείο αφετηρίας για να εξετάσουμε τί είναι αυτό που δένει τους ανθρώπους με τους τόπους, τί είναι *η αίσθηση του τόπου*, ενώ πρέπει να εξετάσουμε πώς αυτή συνδέεται με ευρύτερες σχέσεις ισχύος που διαπερνούν όλη μας τη ζωή. Η Rose προτείνει μια συστηματική μελέτη της αίσθησης του τόπου, μιας σχέσης πολύπλοκης, γιατί μπορεί να ταυτιστεί κανείς *με* έναν τόπο, αλλά βρίσκεται *σε αντίθεση μαζί* του ή επίσης να *μην* ταυτιστεί καθόλου. Ταύτιση *μέ* τον τόπο σημαίνει πως νιώθουμε πως ανήκουμε κάπου, νιώθουμε άνετα, νιώθουμε στο σπίτι μας. Αυτό μπορεί να συμβαίνει σε διάφορες κλίμακες, ξεκινώντας από το σπίτι, περνώντας στη γειτονιά, στην χώρα ή και στον κόσμο. Όμως αυτό που για τον ένα είναι χώρος ασφάλειας, π.χ. το σπίτι, μπορεί να είναι για τον άλλον τόπος εκμετάλλευσης ή καταπίεσης. Η φεμινιστική κριτική έχει μιλήσει επανειλημμένα για το σπίτι ως τόπο καταπίεσης γυναικών ή και βίας εις βάρος τους. Όμως μπορεί να συγκροτεί κανείς ταυτότητα και σε *αντίθεση* με έναν τόπο όπως αναπτύσσει ο Said (1978)¹. Τέλος, μπορεί και να μην υπάρχει καμία ταύτιση με ένα συγκεκριμένο τόπο, όπως συχνά συμβαίνει στην περίπτωση των

¹ Ο E. Said ισχυρίζεται πως ο δυτικός κόσμος κατασκέυασε την ταυτότητά του σε αντίθεση με μια φανταστική Ανατολή.

μεταναστών που η σύνδεση τους είναι πιο έντονη με τον τόπο που μεταναστεύοντας άφησαν πίσω τους.

Αυτή η τριπλή συσχέτιση ταυτότητας και τόπου μας βάζει να σκεφτούμε δημιουργικότερα πάνω στο τί σημαίνει η αίσθηση πως ανήκει κανείς σε έναν τόπο (Rose 1995). Ένας τρόπος για να γίνει κατανοητή η αίσθηση του τόπου είναι ως προϊόν δομών εξουσίας. Διαφορετικές κοινωνικές ομάδες ορίζουν τον εαυτό τους ισχυριζόμενες πως ανήκουν σε ένα τόπο από τον οποίο αποκλείουν άλλες, όπως δείχνει το ακραίο παράδειγμα των κάθε λογής εθνικών εκκαθαρίσεων. Με αυτόν τον τρόπο τα χωρικά όρια, για παράδειγμα τα διαφόρων ειδών σύνορα, αποκτούν κεντρική σημασία για να τονίσουν αυτήν τη διαφορά. Τα σύνορα ορίζουν ταυτόχρονα το ποιός ανήκει και το ποιός δεν ανήκει σε ένα συγκεκριμένο τόπο. Όμως οι κοινωνικές ομάδες δεν συνυπάρχουν απλώς η μία δίπλα στην άλλη, αλλά ανάμεσά τους αναπτύσσονται πολύπλοκες σχέσεις εξουσίας που ορίζουν *τίπος* η αίσθηση του τόπου επικρατεί.

Μια παρόμοια προσπάθεια αποσαφήνισης της σχέσης χώρου και ταυτότητας κάνει ο Weichhart² (Weichhart και Weixelbaumer 1988, Weichhart 1990α, 1990β, 1997, 2000, Weichhart *et al.* 2006). Ξεκαθαρίζει πως η χωρική ταυτότητα δεν αφορά το φυσικό υλικό κόσμο (ο χώρος δηλαδή δεν έχει από μόνος του ταυτότητα), αλλά υπάρχει μόνον ως αναπαράσταση του κόσμου στον ανθρώπινο νου και σε ό,τι αυτός παράγει, π.χ. έργα τέχνης, βιβλία κλπ. (Weichhart *et al.* 2006). Οι Weichhart *et al.* (2006) μιλούν για τρεις χρήσεις της λέξης ταυτότητα και την σχετίζουν με το χώρο ως: α) ταυτοποίηση³ (identification of), β) ταυτοποιούμαι ως (being identified as) και γ) ταύτιση (identification with, και τα τρία Αγγλικά στο πρωτότυπο).

² Raumbezogene Identität. Καθώς στα Ελληνικά δεν υπάρχει τρόπος να το μεταφράσω με μια λέξη, θα χρησιμοποιήσω το *χωρική ταυτότητα*.

³ Όρος στα Ελληνικά δανεισμένος από τις φυσικές επιστήμες όπου σημαίνει την αναγνώριση και κατάταξη ενός οργανισμού, πετρώματος κλπ. βάσει των υπάρχοντων συστημάτων ταξινόμησης. Βλ. Μπαμπινιώτης, Γ. (1998), *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*, Κεντρο Λεξικολογίας, Αθήνα

Η *ταυτοποίηση* αναφέρεται στο γεγονός πως οι άνθρωποι αναγνωρίζουν ένα αντικείμενο ως αυτό που είναι (το σπίτι Χ ο άνθρωπος Ψ) αλλά και και σε γενικεύσεις του τύπου 'οι Γερμανοί', 'η πόλη της Αθήνας'. Σε αυτήν την περίπτωση ο όρος 'χωρική ταυτότητα' περιγράφει την αναπαράσταση τόπων «στη συνείδηση ενός ατόμου ή στη συλλογική συνείδηση μιας ομάδας» (Weichhart *et al.* 2006, 33). Πρόκειται δηλαδή για τη νοητική διαδικασία που επιτρέπει στους ανθρώπους να αναγνωρίζουν τους τόπους για αυτό που είναι, κατασκευάζοντας μια νοητική τους εικόνα και προσδίδοντάς τους χαρακτηριστικά.

Η ταυτότητα με την έννοια του ρήματος *ταυτοποιούμαι* (being identified as, αναγνωρίζομαι ως) αναφέρεται στη διεργασία με την οποία ο κάθε άνθρωπος γίνεται κι ο ίδιος αντικείμενο αναγνώρισης από άλλους, όπως ο ίδιος αναγνωρίζει αντικείμενα. Έτσι του προσδίδονται και χαρακτηριστικά π.χ. νέα, γυναίκα – κάποια από τα οποία θα είναι και χωρικά π.χ. η Γερμανίδα, η Αθηναία κλπ. Και στην ομάδα προσδίδονται χαρακτηριστικά που έχουν σχέση με τη θέση της στο χώρο (τόπος γέννησης, κατοικίας κλπ.). Πρόκειται για υποθέσεις που κάνουμε σε σχέση με την ατομική/συλλογική ταυτότητα και το χώρο (Weichhart *et al.* 2006).

Τέλος η χωρική ταυτότητα ως ταύτιση (*identification with*) αναφέρεται στον τρόπο που τα άτομα ταυτίζονται με τόπους. Οι άνθρωποι συνήθως ταυτίζονται με άλλους ανθρώπους ή με ομάδες, καμιά φορά και με ιδέες, αξίες ή υλικά αντικείμενα, μια ταύτιση που αλλάζει με το χρόνο. Τον ίδιο ρόλο μπορεί να παίξει και ο χώρος. Υπό αυτήν την έννοια η χωρική ταυτότητα περιγράφει πώς ο τόπος γίνεται κομμάτι της ατομικής ταυτότητας, πώς δηλαδή δημιουργείται μια σχέση ανάμεσα στο αντικείμενο και την ατομική ταυτότητα. Κατά κάποιον τρόπο το αντικείμενο – ο τόπος – ενσωματώνεται στο υποκείμενο ή αλλιώς το υποκείμενο ιδιοποιείται το αντικείμενο (τον τόπο), το κάνει δικό του. «Στο επίπεδο ομάδων η έννοια της 'χωρικής ταυτότητας' (*identification with*) περιγράφει τον τρόπο που μια ομάδα αντιλαμβάνεται ένα κομμάτι του χώρου ως συστατικό της

συλλογικότητας και μιας αντίληψης για το ποιοί είμαστε» (Weichhart *et al.* 2006, 36).

Η Löw (Berking και Löw 2005, 2008, Löw 2008β) αποφεύγει τον όρο ταυτότητα, ισχυριζόμενη πως ο όρος μπορεί να αφορά μόνον τον άνθρωπο και όχι κάτι άψυχο (σε προσωπική επικοινωνία), και μιλάει για την «ιδία λογική» των πόλεων. Μπορούμε όμως να θεωρήσουμε πως όντως μιλάει για την ταυτότητα της πόλης με την ετυμολογική έννοια δηλαδή «αυτό που είναι ίδιο με τον εαυτό του»: Αναζητά να βρει τί είναι αυτό που κάνει μια πόλη να είναι αυτό που είναι. Ως ερευνήτρια που προσπαθεί να εισαγάγει χωρική αντίληψη στην κοινωνιολογία, δανείζεται από τον Bourdieu την έννοια της *ιδίας λογικής*, την οποία αυτός χρησιμοποιεί σε σχέση με τα *πεδία* τα οποία έχουν το καθένα τη δική του λογική (Bourdieu και Wacquant 1992). Ο τόπος, με αυτόν τον τρόπο, γίνεται για τη Löw από μόνος του ένα πεδίο. Κάθε πόλη είναι ένα σύστημα που με τη «δική του λογική» μπορεί να δώσει πολύ διαφορετικές εκφάνσεις σε παγκόσμια φαινόμενα. Σε σχέση με την «ιδία λογική των πόλεων» ο Berking (2008) βασιζόμενος και πάλι στον Bourdieu (1979) προτείνει την έννοια της *δόξας* την οποία κατανοεί ως ένα σύστημα από άδηλους κανόνες, ως βάση για την κατανόηση του κόσμου: αυτό το 'αυτονόητο' για το πώς λειτουργεί, αυτό που οδηγεί τις πράξεις μας, την κρίση ή την αξιολόγησή μας. Σε αντίθεση με το Bourdieu, ο Berking δίνει στη *δόξα* χωρική διάσταση. Γνωρίζουμε ασυνείδητα τους διαφορετικούς κανόνες που διέπουν την καθημερινότητά μας σε έναν τόπο ή σε άλλο. Αυτοί οι κανόνες ενσωματώνονται στο *habitus* που γίνεται έτσι κι αυτό χωρικό (Löw 2008α): Το ζευγάρι αυτό *δόξα/habitus* ισχυρίζονται μπορεί να μας βοηθήσει να καταλάβουμε πώς παράγονται και αναπαράγονται οι τοπικές ιδιαιτερότητες που διέπουν και δομούν τις ανθρώπινες πρακτικές.

Κάθε προσπάθεια διερεύνησης της ταυτότητας του τόπου (ή της ίδιας λογικής των πόλεων) προϋποθέτει μια – ρητή ή άρρητη – άποψη για το τί

είναι ο τόπος (και ο χώρος). Ποια προσέγγιση των δύο εννοιών μπορεί να είναι χρήσιμη στη συζήτηση για την προβολή των τόπων;

Χώρος και τόπος

Ο Agnew (1987) διακρίνει τρεις τρόπους με τους οποίους χρησιμοποιείται η έννοια του τόπου: ως τοποθεσία (*location*), με την έννοια της αίσθησης του τόπου (*sense of place*), και ως μέρος (*locale*).

Ο τόπος ως τοποθεσία (*place as location*) αναφέρεται σε ένα συγκεκριμένο σημείο στην επιφάνεια της γης. Η απάντηση στο ερώτημα «πού;» είναι οι σταθερές, αντικειμενικές, γεωγραφικές συντεταγμένες του τόπου πάνω στον πλανήτη γη. Η αίσθηση του τόπου (*sense of place*), αφορά τα συναισθήματα που τρέφουν οι άνθρωποι για τους τόπους, όπως και το ρόλο που παίζει ο τόπος στην ατομική ή ομαδική ταυτότητα (βλ. παραπάνω Rose και Weichhart). Τέλος ο τόπος ως μέρος (*place as locale*) αναφέρεται στην κλίμακα των καθημερινών δραστηριοτήτων και διάδρασης ανάμεσα στους ανθρώπους, το υλικό περιβάλλον των κοινωνικών σχέσεων – το σχήμα του τόπου μέσα στον οποίο οι άνθρωποι ζούν τη ζωή τους.

Ο Castree (2009) παίρνει τη διάκριση αυτή του Agnew και την αναπτύσσει παραπάνω, παρακολουθώντας κατ'αρχάς τη γενεαλογία του όρου στην ιστορική εξέλιξη της γεωγραφίας, και τοποθετώντας τις τρεις έννοιες σε χρονολογική σειρά: Ο τόπος ως τοποθεσία λέει (*place as location*) αφορά περιπτώσεις όπου οι τόποι μελετώνται ως διαφορετικές οριοθετημένες οντότητες, ο ένας σε αντιπαράθεση με τον άλλον. Ο κόσμος, όπως τον μελετά η περιφερειακή γεωγραφία π.χ. υφίσταται έτσι ως ένα «μωσαϊκό από τόπους». Σε αυτήν την αντίληψη της γεωγραφίας είναι που αντιτίθενται κι όσοι θέλουν να μελετήσουν όχι το μοναδικό, το ιδιαίτερο ή τις διαφορές των τόπων, αλλά τους κοινούς νόμους και κανόνες πίσω από το *χώρο*. Παράλληλα, κυρίως μετά τη δεκαετία του 1950, γίνεται προσπάθεια να αναπτυχθεί μια γεωγραφία στα χνάρια των φυσικών επιστημών, μια «χωρική επιστήμη», με ποσοτικές μεθόδους και μετρήσιμα

μεγέθη (βλ. Schaefer 1953). Ο άνθρωπος με τα συναισθήματά του, τα βιώματά του, τον τρόπο που νοηματοδοτεί τον τόπο κλπ., επανέρχεται στη δεκαετία του 1970 στο κέντρο της ενασχόλησης με τον τόπο, ως μια αντίδραση σε αυτήν την «γεωγραφία χωρίς άνθρωπο» (Rowles 1978). Η αίσθηση του τόπου (sense of place) αναφέρεται ταυτόχρονα στον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται και νοηματοδοτούν τον τόπο, αλλά και στον τρόπο με τον οποίο ο τόπος υπεισέρχεται στη συγκρότηση ατομικών και συλλογικών ταυτοτήτων. Τέλος ο τόπος ως μέρος (place as locale), δηλαδή ως κλίμακα των καθημερινών δραστηριοτήτων και διάδρασης ανάμεσα στους ανθρώπους, απασχολεί ιδιαίτερα τους γεωγράφους την δεκαετία του 1980, που προσπαθούν να γεφυρώσουν τις ιδιαιτερότητες του τοπικού με τις σχέσεις ανάμεσα στους τόπους (π.χ. Massey 1984, Gregory 1982, Pred 1986). Πρόκειται ταυτόχρονα για ένα μέρος έντονα τοπικό αλλά και επίμονα μη τοπικό, με την έννοια πως εξωτερικές δυνάμεις εισβάλλουν στις αντικειμενικές και υποκειμενικές πλευρές της τοπικής ζωής, σε έναν αλληλοεξαρτώμενο κόσμο. Έτσι κάθε μέρος είναι ταυτόχρονα μοναδικό και ξεχωριστό, αλλά και μοιράζεται χαρακτηριστικά με μυριάδες άλλα μέρη με τα οποία συνδέεται σε όλον τον κόσμο.

Με παρόμοιο τρόπο ο Cresswell (2004) προτείνει να κατατάξουμε τις προσεγγίσεις για τον τόπο σε α) περιγραφικές, β) σε φαινομενολογικές και γ) σε προσεγγίσεις που βλέπουν τον τόπο ως κοινωνική κατασκευή. Στις περιγραφικές προσεγγίσεις του τόπου ο κόσμος αποτελείται από διακριτούς τόπους που μπορούν να μελετηθούν ως μοναδικές οντότητες (ο κόσμος-μωσαϊκό όπως προτείνει ο Castree). Αυτό που ενδιαφέρει εδώ είναι η *διακριτότητα* (distinctiveness) και η *ιδιαιτερότητα* των τόπων. Στις φαινομενολογικές προσεγγίσεις του τόπου δεν ενδιαφέρουν οι ιδιαιτερότητες του τόπου, αλλά κυρίως ο *τόπος* ως κομμάτι της ανθρώπινης ύπαρξης η οποία κατανοείται ως «μέσα σε τόπο». Τέλος, στις προσεγγίσεις που βλέπουν τον τόπο ως κοινωνική κατασκευή, ενδιαφέρουν και πάλι οι τόποι, αλλά μόνον ως περιπτώσεις ευρύτερων κοινωνικών φαινομένων.

Εδώ οι ιδιαιτερότητες του τόπου εξηγούνται ως εκφάνσεις ευρύτερων διαδικασιών, υπό καπιταλιστικές, ετεροσεξιστικές και μετα-αποικιοκρατικές συνθήκες.

Ο Hubbard (2005) προτείνει μια ανάγνωση των όρων *τόπος* και *χώρος* μέσα από δύο διαφορετικές παραδόσεις της γεωγραφίας: της ουμανιστικής και της υλιστικής/μαρξιστικής. Η πρώτη, ισχυρίζεται, επικεντρώνεται στην 'αίσθηση του τόπου' (sense of place) και τον τρόπο που αυτή εκδηλώνεται σε διαφορετικές περιπτώσεις. Ασχολείται με τον *τόπο*, τον οποίο βλέπει ως μια ξεχωριστή (και οριοθετημένη) τοποθεσία, και τον τρόπο που αυτός ορίζεται από τις βιωμένες εμπειρίες των ανθρώπων. Αυτό που απασχολεί τη δεύτερη, τη μαρξιστική, είναι ο τρόπος με τον οποίο ο *χώρος* παράγεται και καταναλώνεται. Στην ουμανιστική παράδοση κατατάσσει κυρίως τους Yi-Fu Tuan και Edward Relph ενώ στην μαρξιστική τους Henri Lefebvre και David Harvey.

Η ουμανιστική παράδοση κατά τον Hubbard ξεκινά από τη θέση πως ο οριοθετημένος τόπος είναι βασικός παράγοντας που παρέχει μια αίσθηση του 'ανήκειν' σε όσους κατοικούν σε αυτόν, και προτείνει μια σύνθετη σχέση ανάμεσα στο χαρακτήρα συγκεκριμένων τόπων και στις ταυτότητες αυτών που τους κατοικούν – συνδέει δηλαδή την ταυτότητα του τόπου με τις ταυτότητες των ανθρώπων έτσι όπως είδαμε να χρησιμοποιείται ο όρος και παραπάνω κι από την Rose ή τον Weichhart.

Στο έργο του ο Yi-Fu Tuan, επηρεασμένος από τον υπαρξισμό και τη φαινομενολογία αναζητά το νόημα της ανθρώπινης ύπαρξης (Tuan 1971, 1974, 1976, 1977). Αναλύει τις σχέσεις των ανθρώπινων όντων με το περιβάλλον από υλική άποψη, αλλά κυρίως συναισθηματικά και πνευματικά. Αναπτύσσοντας τις έννοιες της *τοποφιλίας* και *τοποφοβίας* (Tuan 1974), ανδεικνύει με ποιους τρόπους οι επιθυμίες και οι φόβοι των ανθρώπων τους συνδέουν με τους τόπους. Στόχος της έρευνάς του είναι να αποκαλύψει τα κοινά παγκόσμια χαρακτηριστικά του τί σημαίνει *να είναι*

κάνεις μέσα στον κόσμο (being in the world). Συγκρίνει το χώρο με την κίνηση και τον τόπο με τη στάση (Tuân 1977). Παρατηρεί πως οι δυο έννοιες χρειάζονται η μια την άλλη για να οριστούν (που εξηγεί και τη μεγάλη δυσκολία στον ορισμό τους).

Στην ίδια φαινομενολογική παράδοση ο Hubbard εντάσσει και τον Relph, ο οποίος στο *Place and placelessness* (Relph 1976) αναζητά τα ουσιαστικά συστατικά του τόπου και της έλλειψης τόπου (placelessness), αναλύοντας το τοπίο. Η προσέγγιση του προσπαθεί να αναγνωρίσει τους τρόπους με τους οποίους ο τόπος κάνει την εμφάνισή του στο βιωμένο κόσμο. Ο στόχος του είναι να κατανοήσει τη σχέση ανάμεσα στον άνθρωπο και τον τόπο μέσα από την εμπειρία και το συναίσθημα. Κεντρική στη σκέψη του Relph (1976) είναι η ιδέα της αυθεντικότητας: οι άνθρωποι δημιουργούν αυθεντικές σχέσεις με τους τόπους, μια ειλικρινή και βαθειά σχέση μαζί τους. Η σχέση αυτή αλλοτριώνεται (ανάμεσα στα άλλα) μέσα από τα μίντια που αναπαριστούν τους χώρους έτσι ώστε να μοιάζουν ίδιοι μεταξύ τους «και να προσφέρουν τις ίδιες δυνατότητες εμπειριών» (Relph 1976, 90). Αυτή η μη αυθεντική σχέση σημαίνει «μια άγνοια της βαθύτερης και συμβολικής σημασίας του τόπου και μια ανικανότητα να εκτιμήσει κανείς την ταυτότητά του» (Relph 1976, 82). Επίσης σημαντική είναι για τον Relph η διάκριση μέσα/έξω σε σχέση με την ταυτότητα: «Το να είναι κανείς μέσα στον τόπο σημαίνει να του ανήκει και να ταυτίζεται μαζί του. Όσο πιο βαθειά μέσα στον τόπο είναι κανείς τόσο πιο έντονη είναι η ταύτιση με τον τόπο» (Relph 1976, 49). Από την άλλη πλευρά, ο χώρος είναι άμορφος και άπιαστος – κάτι που δεν μπορεί κανείς να ορίσει ή και να περιγράψει άμεσα. «Κάθε φορά που πάμε να περιγράψουμε το χώρο αυτό που κάνουμε είναι να αναφερόμαστε σε συγκεκριμένους τόπους» (Relph 1976, 8).

Σε αντίθεση με την παραπάνω θεώρηση, οι υλιστικές προσεγγίσεις μιλούν για τις ανισότητες στους τρόπους με τους οποίους ο χώρος καταλαμβάνεται και χρησιμοποιείται από μέλη διαφορετικών ομάδων⁴.

Μέσα στην μαρξιστική παράδοση ίσως ξεχωρίζει ο Henri Lefebvre (1974) που μιλάει για την τριαλεκτική του χώρου: *espace conçu*, (ο υλικός χώρος της εμπειρίας και της αντίληψης μέσα από τη φυσική αίσθηση) *espace perçu* (αναπαράσταση του χώρου, ο χώρος όπως συλλαμβάνεται και αναπαρίσταται) και *espace vécu* (οι χώροι της αναπαράστασης, ο βιωμένος χώρος των αισθήσεων, της φαντασίας και των νοημάτων που ενσωματώνονται στην καθημερινή ζωή). Για τον Lefebvre ο απόλυτος χώρος δεν υπάρχει, γιατί μέσα από την κοινωνική δραστηριότητα γίνεται πάντοτε σχετικός και ιστορικός. Ο τόπος για τον Lefebvre είναι μια ιδιαίτερη μορφή χώρου, μια μορφή που κατασκευάζεται μέσα από την ονομασία, όπως και μέσα από πρακτικές και φαντασίες σε σχέση με συγκεκριμένους κοινωνικούς χώρους.

Ο Harvey (1973), πάντοτε μέσα στη μαρξιστική παράδοση, προτείνει ένα ακόμα αναλυτικό τρίπτυχο για να σκεφτούμε το χώρο: ως *απόλυτο*, *σχετικό* και *σχεσιακό*. Ο *απόλυτος* χώρος είναι ένα «πράγμα καθ' εαυτό» ανεξάρτητος από την ύλη, είναι ο χώρος του Νεύτωνα και του Descartes, ο χώρος της ιδιωτικής ιδιοκτησίας, ο οριοθετημένος χώρος των κρατών, των διοικητικών ενοτήτων κλπ.. Η προσέγγιση του χώρου ως *σχετικού* προτείνει να καταλάβουμε το χώρο ως σχέση ανάμεσα σε αντικείμενα, όπου η οπτική του παρατηρητή/της παρατηρήτριας παίζει κρίσιμο ρόλο. Ο *σχεσιακός* τόπος (δανεισμένος από το Leibniz) περιέχεται στα αντικείμενα, με την έννοια ότι κάθε αντικείμενο περιέχει και αναπαριστά στο εσωτερικό του σχέσεις με άλλα αντικείμενα – μια ιδιαίτερα χρήσιμη οπτική για να μελετηθεί ο «πολιτικός ρόλος της συλλογικής μνήμης» (Harvey, 2005). Ο χώρος γίνεται «ένα ή όλα αυτά ταυτόχρονα, ανάλογα με τις περιστάσεις» (Harvey 1973, 13) και είναι ανάγκη να τον μελετούμε μέσα από τη

⁴ Για μια διεξοδική ανασκόπηση για το χώρο στην αριστερή σκέψη βλ. το Βαΐου και Χατζημιχάλης 2012

διαλεκτική ένταση που δημιουργείται ανάμεσα σε αυτές τις τρεις του διαστάσεις.

Ο Harvey (1996) κάνει σφοδρή κριτική στον τρόπο που τοπικές κοινότητες, συχνά προσπαθούν να προστατέψουν τον τόπο τους, καθώς νιώθουν να απειλούνται από φαινόμενα που δεν μπορούν να ελέγξουν. Έτσι στρέφονται συχνά σ'αυτούς που βρίσκονται απέξω ή που νοσηματοδοτούνται ως ξένοι προς την κοινότητα. Αυτή η αντιδραστική στροφή, ισχυρίζεται ο Harvey, συνδέεται άμεσα με την ομογενοποίηση της επιταχυμένης παγκοσμιοποίησης που ισοπεδώνει το τοπικό αλλά και χρησιμοποιεί τις διαφορές ανάμεσα στους τόπους για τα συμφέροντα της ευέλικτης συσσώρευσης κεφαλαίου. Ο τόπος εδώ έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά: «Έχει όνομα, σύνορο και ξεχωριστά κοινωνικά και φυσικά χαρακτηριστικά. Έχει πετύχει μια κάποια 'μονιμότητα' ανάμεσα στις αλλαγές της αστικής ζωής [...] Και έχει ένα συμβολικό νόημα που κατασκευάζεται από το λόγο (discursive), νόημα που ξεπερνά αυτό της απλής τοποθεσίας» (Harvey 1996, 293). Για τον Harvey το σύνορο μαζί με το όνομα είναι απαραίτητα στοιχεία για την κατανόηση του τόπου. Ο τόπος είναι, μας λέει ο Harvey, κοινωνικό κατασκεύασμα, όπως ο χρόνος και ο χώρος. Προτείνει να δούμε τον τόπο με δύο τρόπους: «α) Ως μια απλή θέση ή τοποθεσία μέσα σε ένα χάρτη χωροχρόνου που συγκροτείται μέσα από μια κοινωνική διαδικασία ή β) μια οντότητα ή 'μονιμότητα' που προκύπτει μέσα από το κατασκεύασμα του χωροχρόνου και τον μεταμορφώνει» (Harvey 1996, 294). Ο χωροχρόνος δηλαδή είναι κίνηση, ο τόπος στάση (βλ. και Tuan 1977). Η κατασκευή του τόπου «κόβει 'μόνιμα' κομμάτια από τις ροές που συγκροτούν τη χωρο-χρονικότητα» (Harvey 1996, 293-294). Όμως για τον Harvey το ερώτημα είναι κυρίως πολιτικό. Τον ενδιαφέρει να κατανοήσει πώς λειτουργεί ο χωροχρόνος και οι τόποι του καπιταλισμού. Ενώ το κεφάλαιο είναι ελεύθερο να κινηθεί ανά τον κόσμο, ο τόπος είναι σταθερός. Οι τόποι αναγκάζονται να προσαρμόζονται σε πράγματα που συμβαίνουν πέρα από τα όριά τους. Με αυτόν τον τρόπο οι τόποι ανταγωνίζονται μεταξύ τους, τονίζοντας τη

διαφορετικότητά τους, για να προσελκύσουν το κινητικό κεφάλαιο. Οι τόποι πωλούνται, με όλα τα εργαλεία της διαφήμισης.

Σε αυτό το πλαίσιο παρατηρούμε και μια εμμονή σε ζητήματα «τοπικής αυθεντικότητας», η οποία όμως πωλείται και αυτή στους ντόπιους και τους τουρίστες: μουσεία τοπικής ιστορίας, ιστορικές πινακίδες δρόμων κλπ.. Αυτή η εμμονή, λέει ο Harvey, δείχνει πως δεν είναι πλέον αυτονόητη η αίσθηση του τόπου, αλλά απαιτείται συνειδητή προσπάθεια για να κατασκευαστεί. Είναι προβληματική η σύνδεση του τόπου με τη μνήμη και την ταυτότητα μιας συγκεκριμένης ομάδας ανθρώπων (Harvey 1996, 306). Μπορεί να είναι αλήθεια πως η συλλογική μνήμη παίρνει υλική μορφή σε συγκεκριμένους τόπους, αλλά αυτό είναι απλώς η αναπαραγωγή μιας συγκεκριμένης κοινωνικής τάξης πραγμάτων, που θέλει να καταγράψει κάποιες μνήμες σε βάρος άλλων. «Οι τόποι είναι το αμφισβητούμενο έδαφος ανταγωνιστικών ερμηνειών» (Harvey 1996: 309).

Μοιάζει πως οι έννοιες του χώρου και τόπου θα πρέπει να ερευνηθούν η μία σε σχέση με την άλλη, καθώς και οι δύο συγκροτούνται μέσα από δίκτυα που εμπλέκουν ανθρώπους, πρακτικές, γλώσσα και αναπαραστάσεις. Το κύριο ερώτημα άλλωστε ως προς τις έννοιες χώρος και τόπος δεν είναι το τί σημαίνουν, αλλά το ποιές *επιπτώσεις* έχει η μία ή η άλλη κατανόησή τους (Hubbard 2005, 47). Όπως αναφέρει ο Agnew ο «διαχωρισμός δε στέκει ούτε διανοητικά ούτε πολιτικά. Ο ένας όρος χρειάζεται τον άλλον για να αποκαλύψει όλο του το δυναμικό». Χρειαζόμαστε μια κατανόηση που «αρνείται τη λογική του ή το ένα ή το άλλο» (Agnew 2005, 92-93).

Τόπος και χώρος στο έργο της Doreen Massey

Για την Massey είναι σημαντική η κατανόηση του χώρου και του τόπου ως αλληλοσυγκροτούμενων εννοιών (Massey 2002), έτσι που σε κάποιες περιπτώσεις μπορεί να έχει νόημα να μιλάμε για χώρο/τόπο (Massey 2008).

Η Massey μιλάει για την «παγκόσμιοότητα του τοπικού» (1995) θέτοντας το εξής ερώτημα: «Δεν μπορούμε να ξανασκεφτούμε τον τρόπο που κατανοούμε την αίσθηση του τόπου; Δεν γίνεται η αίσθηση του τόπου να είναι προοδευτική, όχι κλεισμένη στον εαυτό της και αμυντική, αλλά εξωστρεφής;» (Massey 1994a). Προτείνει να ξανασκεφτούμε τον τόπο με τους εξής όρους: Πρώτον πως ο τόπος δεν είναι στατικός. Αν κατανοήσουμε τον τόπο ως κάτι που συγκροτείται μέσα από κοινωνικές διάδρασεις, τότε είναι προφανές πως αυτές οι διαδράσεις δεν είναι ακίνητες, παγωμένες στο χρόνο: Είναι διαδικασίες. Δεύτερον οι τόποι δεν έχουν σύνορα με την έννοια αδιαπέραστων διαχωρισμάτων που τους περικλείουν. Τα όρια (boundaries) δεν είναι απαραίτητα για την κατανόηση του τόπου. Τρίτον, οι τόποι δεν έχουν μοναδικές 'ταυτότητες', αντίθετα χαρακτηρίζονται από εσωτερικές συγκρούσεις. Κάθε κοινωνική ομάδα και κάθε άτομο εντάσσεται διαφορετικά σε σχέση με τις ροές και τις διασυνδέσεις που συγκροτούν τόπο, μια σχέση που η Massey ονομάζει «γεωμετρικές δύναμης». Τέλος, «τίποτα από τα παραπάνω δεν αρνείται τον τόπο ή τη σημασία της μοναδικότητας του τόπου. Η ιδιαιτερότητα του τόπου αναπαράγεται συνεχώς, αλλά δεν είναι μια ιδιαιτερότητα που προέρχεται από κάποια μακρυνά, εσωτερικευμένη ιστορία.» (Massey 1994a). «Αυτό που δίνει στον τόπο την ιδιαιτερότητά του [...] είναι [...] το γεγονός πως κατασκευάζεται μέσα από ένα συγκεκριμένο συνδυασμό κοινωνικών σχέσεων, που συναντώνται και διαπλέκονται σε συγκεκριμένη τοποθεσία» (Massey 1994a). Αν μπορούμε λοιπόν να προσεγγίσουμε και να αντιληφθούμε τους τόπους ως τα σημεία όπου αρθρώνονται συνδέσεις, μπορούμε να κατανοήσουμε και τη διαφορά και την ταυτότητα: «Οι ταυτότητες των υποκειμένων αλλά και οι ταυτότητες των τόπων» (Massey 1999, 288) συγκροτούνται όχι μέσα από την αντιπαράθεση κλειστών οντοτήτων, αλλά μέσα από τις μεταξύ τους σχέσεις και συνδέσεις. Οι ταυτότητες των υποκειμένων δεν υπάρχουν a priori, πριν δηλαδή εμπλακούν σε διάδραση με άλλα υποκείμενα, αλλά συγκροτούνται μέσα από τη διάδραση (Massey 2006, 93). Με τον ίδιο τρόπο μπορούν να γίνουν

κατανοητές και οι ταυτότητες των τόπων – ως συγκροτημένες μέσα από τη διάδραση. Η ιδιαιτερότητα των τόπων λοιπόν προέρχεται από το γεγονός πως κάθε τόπος είναι το σημείο συνάντησης ενός ξεχωριστού μείγματος από ευρύτερες και πιο τοπικές κοινωνικές σχέσεις, ιδιαιτερότητα που εντείνεται περισσότερο από την «συσσωρευμένη ιστορία του τόπου, μια ιστορία που γίνεται κατανοητή με τη σειρά της ως το προϊόν διαστρωμάτωσης διαφορετικών συνδέσεων, τόσο τοπικών αλλά και με τον ευρύτερο κόσμο» (Massey, 1994a, 156).

Μια έρευνα για την ταυτότητα του τόπου είναι μια έρευνα για τον τρόπο που αυτός συγκροτείται μέσα από τοπικές και παγκόσμιες σχέσεις. Τι σημαίνει εδώ αυτή η (εν μέρει) αναίρεση της αντιπαράθεσης τοπικού και παγκόσμιου ή μάλλον η ανασύνδεσή τους στον τόπο;

Η Massey προτείνει να κατανοήσουμε τον τόπο εντελώς διαφορετικά, για να του δώσουμε και πάλι τη σημασία που χρειάζεται χωρίς να πέσουμε σε αντιδραστικές αποκλειστικότητες (π.χ. Massey 1993a, 1993β, 1994β, 1995β, 1997a, 2001). Δεν είναι αλήθεια, επισημαίνει η Massey, πως ο χρόνος είναι κίνηση κι ο χώρος στάση ούτε έχουμε λόγο να συνδέσουμε τόπο, κοινότητα και σύνορα (Massey 1995a, 46). Αν κατανοήσουμε τον τόπο ως το σημείο που διασταυρώνονται «χώροι δράσης» (οι χώροι δηλαδή που συγκροτούνται από τις δραστηριότητες των ανθρώπων) τότε μπορούμε να υπερβούμε τη διχοτομία που θέτει ο Harvey. Για να μας χρησιμεύσει όμως ο τόπος ως «ευριστικό εργαλείο» (Massey 1995a, 55) είναι αναγκαίο να κατανοήσουμε τους τόπους με τις ιδιαιτερότητες τους και την ένταξή τους σε σχέσεις πολύ πέρα από τα όριά τους. Αυτές οι μακρινές σχέσεις επηρεάζουν το χαρακτήρα του τόπου, όπως δείχνουν π.χ. τα μεγάλα λιμάνια που είναι τόποι συνάντησης διασυνδέσεων με όλο τον κόσμο (Massey 1995a, 61). Από αυτήν όμως τη συνάντηση μπορεί να γεννηθεί κάτι νέο, ίσως διαφορετικό, και νέες σχέσεις. Τα χωρικά όρια δεν είναι σταθερά, αλλά «πορώδη», προϊόντα κοινωνικών διαδικασιών (Massey 1995a, 67). Αυτό, όπως τονίζει η Massey, δεν σημαίνει πως τα όρια δεν

έχουν σημασία. Κάθε άλλο. Τα όρια είναι ένας τρόπος να κατασκευαστεί τόπος (place making). Έχει πολύ μεγάλη σημασία από ποιά πλευρά π.χ. εθνικών συνόρων βρίσκεται κανείς για το ποιά δικαιώματα έχει. Απλώς τα σύνορα δεν «είναι η αιώνια αλήθεια των τόπων, είναι γραμμές που χαράζει η κοινωνία με συγκεκριμένους στόχους» (Massey 1995a, 68). Τα ίδια σύνορα, μπορεί να τέμνουν άλλου είδους σχέσεις που συγκροτούν κοινωνικό χώρο. Τέλος οι τόποι είναι αλληλένδετοι και αλληλοεξαρτώμενοι, με άνισους όμως όρους. Οι τόποι είναι και αυτοί εμπλεγμένοι σε σχέσεις δύναμης.

Η Massey αμφισβητεί τη διάκριση που θέλει τον χώρο αφηρημένο και τον τόπο ως καθημερινότητα (Massey 2008) ή τον χώρο ταυτόσημο με την κοινωνία και τον τόπο με την κοινότητα. Κατ'αρχάς ξεκινούμε από μια ευρέως αποδεκτή (λέει η Massey) κατανόηση του χώρου ως σχεσιακού – προϊόν δηλαδή κοινωνικών σχέσεων και διαδικασιών, πρακτικών ή συνδέσεων (Massey 2006). Κατασκευάζουμε χώρο με τον τρόπο που ζούμε τη ζωή μας, σε όλες τις κλίμακες, από το προσωπικό μέχρι το παγκόσμιο. Όμως πρέπει να γίνει και το αντίστροφο κατανοητό: πως και ο ίδιος ο χώρος συγκροτεί κοινωνικές σχέσεις και διεργασίες. Αλλιώς, λέει η Massey, φτάνουμε σε μια αχωρική κοινωνική επιστήμη όπου ο χώρος θα ήταν πάντα αποτέλεσμα και ποτέ μέρος της ερμηνείας. Δεν είναι όμως η «χωρική μορφή από μόνη της (ούτε η απόσταση ούτε η κίνηση) που έχει αυτές τις επιπτώσεις, αλλά η χωρική μορφή συγκεκριμένων κοινωνικών διαδικασιών και κοινωνικών σχέσεων» (Massey 1984, 4-5). Κοινωνικές διαδικασίες/σχέσεις και χώρος βρίσκονται σε μια αμοιβαία σχέση και πρέπει να γίνουν κατανοητά αναφορικά με τον τρόπο που αλληλοσυγκροτούνται.

Σε πρακτικό επίπεδο τα παραπάνω έχουν βαρύτητα στο πώς κατανοούμε τους επιμέρους τόπους σε σχέση με το παγκόσμιο. Αυτό που ονομάζουμε τόσο εύκολα παγκοσμιοποίηση είναι η ανασυγκρότηση χωρικής ισχύος, με πολύ άνισους όρους (Massey 1996, 120), προϊόν «υλικών πρακτικών εξουσίας» (Massey 2008, 85). Οι τόποι, και συγκεκριμένα οι πόλεις, είναι

συνδεδεμένες μεταξύ τους σε παγκόσμια δίκτυα, δίκτυα που συγκροτούν ένα σχεσιακό χώρο. Αν και τα κυρίαρχα δίκτυα μπορεί να είναι περισσότερο τα οικονομικά, μπορούμε να φανταστούμε και πολύ διαφορετικά δίκτυα, π.χ. πολιτιστικά, τα δίκτυα ανάμεσα σε ΛΑΟΤ κοινότητες ή ακόμη και θρησκευτικά. Έχει σημασία να σκεφτούμε τις πόλεις εμπλεγμένες με διαφορετικούς τρόπους σε μια πολλαπλότητα δικτύων (Massey 2000, 139). Αυτό που επίσης σημαίνει, είναι πως μπορεί το τοπικό να επηρεάζεται (και να συγκροτείται) μέσα από σχέσεις που βρίσκονται πολύ μακριά του (από το παγκόσμιο), και αντίστροφα «δεν υπάρχει παγκόσμιο φαινόμενο που δεν έχει τοπική προέλευση» (Massey 2004β, 99). Η παγκοσμιοποίηση παράγεται σε τόπους, σε τοπικές οικονομίες (Massey 1997β, 1998, 2004α, 2004β, 2008).

Αυτή η κατανόηση του χώρου έχει όμως και επίδραση στο πώς κατανοούμε την ταυτότητα των υποκειμένων. Η ταυτότητα δεν υφίσταται πριν εμπλακούν τα υποκείμενα σε διάδραση με άλλα, αλλά συγκροτείται μέσα από αυτές τις κοινωνικές διαδράσεις, μέσα από μια «γεωγραφία σχέσεων» (Massey 2008). Οι ταυτότητες έχουν χρονικότητα και χωρικότητα (Massey 2006). Και εφόσον στον τόπο συναντώνται το τοπικό και το παγκόσμιο, με τον ίδιο τρόπο θα διαπλέκονται και στην ταυτότητα των υποκειμένων. Δεν είναι απαραίτητο να νοούνται οι ταυτότητες πάντοτε σε αντίθεση με το Άλλο, το όχι-εγώ/εμείς (Massey 2008). Όμως η συγκρότηση της ταυτότητας είναι και μια βαθειά πολιτική πράξη: «Μια κοινωνική ομάδα όχι μόνο παράγει τόπο σύμφωνα με τη δική της (άρα προκατασκευασμένη) εικόνα. Η διαδικασία παραγωγής τόπου είναι συστατικό κομμάτι της φαντασίας κι επιβεβαίωσης της ίδιας της κοινωνικής ταυτότητας» (Massey 1995β, 338).

Τέλος, αν ο χώρος είναι η ταυτόχρονη ύπαρξη των μέχρι τώρα ιστοριών, τότε οι τόποι είναι οι συλλογές αυτών των ιστοριών, αρθρώσεις μέσα στις ευρύτερες γεωμετρικές δυνάμεις του χώρου (Massey 2008). Η παραπάνω κατανόηση του χώρου μας επιτρέπει να κατανοήσουμε και τις πόλεις ως

«ανοιχτές εντάσεις» (open intensities), δηλαδή ως τον τόπο ιδιαίτερα έντονων δικτύων και κοινωνικών σχέσεων. Αυτές οι σχέσεις διαφοροποιούνται εσωτερικά από χρόνους και χώρους (Massey 2000, 140). Ο χαρακτήρας τους θα είναι προϊόν αυτών των διαδράσεων μέσα σε αυτό το ευρύτερο πλαίσιο, όπως όμως θα είναι και προϊόν της έλλειψης δισυνδέσεων και των αποκλεισμών. «Η ταυτότητα του τόπου μπορεί να προέρχεται σε μεγάλο βαθμό από τη θέση που κατέχει αυτός ο τόπος σε ένα ευρύτερο και πιο γενικό πλέγμα (κοινωνικών) σχέσεων» (Massey και Thrift 2003, 280) . Όλα αυτά μαζί δίνουν στους τόπους την ιδιαιτερότητά τους. Δεν πρόκειται για σημεία στο χάρτη αλλά για «χωρο-χρονικά γεγονότα» (Massey 2008). Τέτοια κατανόηση του τόπου δεν αντιτίθεται στην ιδέα της ιδιαιτερότητας, απλώς καταλαβαίνει διαφορετικά το πώς αυτή συγκροτείται. Κατασκευάζουμε συνεχώς χώρους και τόπους, *περαστικές συνοχές και προσωρινά όρια*, που αντανakλούν τις ανάγκες για μια σχετική σταθερότητα που απαιτούν η κοινότητα και η ταυτότητα.

Τα στοιχεία που συγκροτούν το χώρο

Αν ο χώρος/τόπος συγκροτείται μέσα από υλικές ή κοινωνικές σχέσεις (τις οποίες έχει και δυνατότητα και να παράγει) μια διερεύνηση για το χώρο/τόπο (και εν συνεχεία για την ταυτότητά του), θα αναζητά *ποιά* είναι αυτά τα στοιχεία και *πώς* σχετίζονται μεταξύ τους.

Εδώ δίνει μια σειρά από χρήσιμες απαντήσεις ο Lärple (1991). Πρώτα απ'όλα τον απασχολεί η σχέση ανάμεσα στον υλικό κόσμο και τις κοινωνικές σχέσεις. Ο κοινωνικός χώρος, αναφέρει, εξηγείται μέσα από το πλαίσιο της κοινωνικής παραγωγής, χρήσης και οικειοποίησης της ύλης. Ως αποτέλεσμα της υλικής οικειοποίησης της φύσης ο κοινωνικός χώρος είναι – όπως και για τους Harvey και Massey – κατ'αρχήν ένας *κοινωνικά παραγόμενος χώρος*. Ο κοινωνικός του χαρακτήρας εκδιπλώνεται μόνο μέσα από τις κοινωνικές πρακτικές των ανθρώπων που ζουν σ'αυτόν, τον χρησιμοποιούν και τον αναπαράγουν. Μέσω αυτής της άμεσης κοινωνικής διάστασης εξηγείται και ο χαρακτήρας του ως 'χώρος-μήτρα (matrix)',

δηλαδή ως ένας χώρος που δομείται και μορφοποιείται από μόνος του (Lärple 1991, 197). Αυτή η σχέση υλικό υπόβαρθρο/κοινωνικός χώρος αρθρώνεται με βάση τέσσερα σχηματοποιημένα συστατικά τα οποία προτείνει ως βάση για να μελετήσουμε τις σχέσεις που συγκροτούν το χώρο:

α) Το υλικό υπόστρωμα των κοινωνικών σχέσεων ως υλική έκφανση του κοινωνικού χώρου. β) Οι κοινωνικές δομές δράσης και διάδρασης, καθώς και οι κοινωνικές πρακτικές που σχετίζονται με την παραγωγή, χρήση και οικειοποίηση του υλικού υποστρώματος. Αυτές οι κοινωνικές πρακτικές διαφέρουν ανάλογα με τις ιδιαίτερες τοπικές σχέσεις ισχύος και τάξεων, και χαρακτηρίζονται, με πολύπλοκους τρόπους, από τοπικές παραδόσεις και ταυτότητες. γ) Το θεσμοθετημένο σύστημα κανόνων ως μεσάζον ανάμεσα στο υλικό υπόστρωμα και τις κοινωνικές πρακτικές (ιδιοκτησιακές σχέσεις, νομικούς κανονισμούς, σχεδιασμό, κοινωνικές και αισθητικές νόρμες). Σε αυτό το σύστημα διαπλέκονται διάφορα επίπεδα και χωρικές κλίμακες εξουσίας, και δ) Ένα σύστημα συμβόλων, σημείων και αναπαραστάσεων που συνδέεται με το υλικό υπόστρωμα.

Τα παραπάνω τέσσερα στοιχεία συνδέονται μεταξύ τους κυρίως μέσα από το υλικό υπόστρωμα, στο οποίο ο Lärple δίνει προνομιακή θέση (ό. π. 196-197). Σε αυτό καταγράφεται ο κοινωνικός χώρος, αλλά και αυτό είναι που τον αναπαράγει. Η υλική δομή του κοινωνικού χώρου είναι παράλληλα αποκρυσταλλωμένη ιστορία και συλλογική μνήμη. Δε θα μπορούσαμε να καταλάβουμε το παρελθόν αν δεν το συντηρούσε το πλούσιο υλικό που μας περιβάλλει (ό. π. 197). Όμως και τα τέσσερα αυτά συγκροτητικά στοιχεία του χώρου διέπονται από μια χρονικότητα. Για να κατανοήσουμε το παρόν σε σχέση με το ιστορικό παρελθόν, χρειαζόμαστε μια ανάλυση των χωρικών και χρονικών εξελίξεων της κοινωνίας. Χρειαζόμαστε δηλαδή τόσο μια «δυναμική χωρική αντίληψη» όσο και μια «ιστορική ανασυγκρότηση κοινωνικο-χωρικών δομών» καθώς οι ιστορικά υπάρχουσες δομές είναι η

ιστορική υλοποίηση παλαιότερων διαδικασιών, πρακτικών και αποφάσεων (ό. π. 200).

Τέλος, πέρα από αυτά τα τέσσερα συγκροτητικά στοιχεία του χώρου, η χωρική αντίληψη δεν εξαρτάται μόνον από τις αισθήσεις, αλλά και από μια πολυσύνθετη διαδικασία επιλογής, ερμηνείας και σύνθεσης, στην οποία η κοινωνικά δεδομένη κατανόηση του χώρου χρησιμεύει ως μέσο προσανατολισμού και επικοινωνίας. Το χώρο, λέει ο Lärple, δεν μπορούν οι άνθρωποι να τον αντιληφθούν άμεσα, αλλά μόνο μέσα από αυτή τη διαδικασία σύνθεσης, κάτι σαν μια «σύνοψη των μεμονωμένων τόπων» (ό. π. 202). Με αυτήν την παρατήρηση, ανάγει τον χώρο σε αφηρημένη οντότητα, κατανοητή μόνο μέσα από μια νοητική διεργασία, σε αντίθεση με τους τόπους που είναι συγκεκριμένοι.

Ο Lärple, μας εφιστά την προσοχή στο γεγονός πως καμία έκφανση της ανθρώπινης ύπαρξης δεν είναι α-χωρική. Ο χώρος είναι παράλληλα δομημένη ύλη (με κανόνες, πρακτικές, σύμβολα κλπ.) και προϊόν σύνθεσης στην ανθρώπινη αντίληψη. Το δοκίμιο αυτό του Lärple είναι πολύ σύντομο και προσανατολίζεται κυρίως προς μια αναδρομή στις αντιλήψεις για το χώρο στη γερμανική επιστημονική παράδοση. Η πρότασή του για το πώς μπορούμε να καταλάβουμε τη συγκρότηση του τόπου είναι για αυτό το λόγο πολύ συνοπτική και αφήνει πολλά από τα ερωτήματα ανοιχτά.

Η αντίληψη της Löw (2001) για το χώρο αναζητά να γεφυρώσει το χάσμα ανάμεσα σε ένα κοινωνικό μη-υλικό χώρο (όπως τον χρησιμοποιεί π.χ. ο Bourdieu) και ένα φυσικό μη κοινωνικό. Υποστηρίζει πως πρέπει να μιλάμε για ένα χώρο με διαφορετικές συνιστώσες. Δεν μπορεί, ισχυρίζεται, να υπάρξει κοινωνικός χώρος πέρα από την υλικότητα, όπως δεν μπορεί να υπάρξει χώρος που γίνεται αντιληπτός, χωρίς αυτή η ανθρώπινη αντίληψη να είναι κοινωνικά δομημένη. Ο χώρος κατά την Löw συγκροτείται μέσα από δύο διαδικασίες που ονομάζει *spacing*⁵ και *σύνθεση* και τις οποίες

⁵ Στα Αγγλικά στο πρωτότυπο και χωρίς μετάφραση

διαχωρίζει αναλυτικά. Ο χώρος συγκροτείται πρώτον «μέσα από την τοποθέτηση κοινωνικών αγαθών⁶ και ανθρώπων καθώς και κυρίως συμβολικών σηματοδοτήσεων, που κάνουν αναγνωρίσιμες ομάδες αγαθών ή ανθρώπων (π.χ. οι πινακίδες στην είσοδο ή έξοδο ενός χωριού)» (Löw 2001, 158). Τη διαδικασία αυτή, την οποία η Löw ονομάζει *spacing*, την συνδέει με τα συγκροτητικά στοιχεία του χώρου όπως τα έχει προτείνει παραπάνω ο Lärple.

Όμως η συγκρότηση του χώρου χρειάζεται (όπως και για τον Lärple) μια ακόμη διαδικασία, τη σύνθεση: «μέσα από τις αισθήσεις, την αντίληψη και τη μνήμη συντίθενται αγαθά και άνθρωποι σε χώρους» (Löw 2001, 159). Μόνο μέσα από τη διαδικασία της σύνθεσης μπορούμε να καταλάβουμε πώς διαφορετικά μεταξύ τους πράγματα γίνονται αντιληπτά ως μία ενότητα. Έχουμε ανάγκη αυτής της διαδικασίας για να κατανοήσουμε πώς π.χ. κτίρια, δρόμοι, πλατείες και άνθρωποι συντίθενται στο μυαλό μας σε μια γειτονιά. Έτσι, *spacing* και *σύνθεση* είναι δύο όροι που χρησιμοποιεί η Löw για να διαχωρίσει εννοιολογικά τις δύο διαφορετικές διαδικασίες που έχει περιγράψει ο Lärple στη συγκρότηση του χώρου: μια υλική και μια νοητική. Στόχος της Löw είναι να δείξει πώς αυτές οι διαδικασίες (που δεν είναι χωριστές αλλά μόνο αναλυτικά έχει νόημα να τις ξεχωρίσουμε) συνδέονται μεταξύ τους.

Spacing και *σύνθεση* δεν είναι τίποτα άλλο από κοινωνικές πρακτικές (Löw 2001, 158ff). Δεν πρόκειται δηλαδή για στατικά μεγέθη, αλλά για διαδικασίες που παράγονται διαρκώς μέσα από ανθρώπινες πρακτικές και που διαποτίζονται από σχέσεις εξουσίας, στοιχείο κάθε σχέσης.

Πουλώντας τόπους σε παγκόσμιες αγορές

Οι παραπάνω προσεγγίσεις για τον τόπο και την ταυτότητα τόπου έχουν επιπτώσεις στην κατανόηση, αλλά και στην κριτική που γίνεται στο μάρκετινγκ τόπων.

⁶ soziale Güter

Παρακολουθώντας την Massey, τον χώρο μπορούμε να τον κατανοήσουμε ως την ταυτόχρονη συνύπαρξη της *διαφοράς*. Στο χώρο υπάρχουν πάντοτε ανοιχτές μελλοντικές δυνατότητες. Όταν λέμε χώρο μιλάμε πάντοτε για *χωρο-χρόνο*, μέσα στη διαδικασία του *γίνεσθαι*. Με τον ίδιο τρόπο η ανθρώπινη ταυτότητα συγκροτείται μέσα από μια «γεωγραφία σχέσεων», οι ταυτότητες έχουν χρονικότητα και χωρικότητα. Κι εφόσον στον τόπο συναντώνται το τοπικό και το παγκόσμιο, με τον ίδιο τρόπο θα διαπλέκονται και στην ταυτότητα των υποκειμένων. Αν ο χώρος είναι η *σφαίρα* στην οποία συναντώνται διαφορετικές διαδρομές, ο τόπος είναι η *τοποθεσία* της συνάντησής τους. Αν ο χώρος είναι η ταυτόχρονη ύπαρξη των μέχρι τώρα ιστοριών, τότε οι τόποι είναι οι συλλογές αυτών των ιστοριών, αρθρώσεις μέσα στις ευρύτερες γεωμετρικές εξουσίες του χώρου. Έτσι όταν μιλάμε για την ταυτότητα του τόπου, έχει σημασία να ξεκαθαρίζουμε αν μιλάμε για τους τρόπους με τους οποίους η συγκρότηση ατομικών ή συλλογικών ταυτοτήτων συνδέεται με τον τόπο (Rose, Weichhart) ή αν μιλάμε γι' αυτό που «κάνει τον τόπο να είναι αυτό που είναι»: για το *genius locii*, για το διακριτό και ιδιαίτερο, για την *ιδία λογική* του τόπου.

Το μάρκετιγκ τόπων ξεκινά συνήθως από μια κατανόηση του τόπου ως *αντικείμενο* αγνοώντας τον τόπο ως κοινωνική κατασκευή. Αν τόπος είναι μια ανοιχτή διαδικασία που εξελίσσεται στο χρόνο και η ιδιαιτερότητα του τόπου αναπαράγεται συνεχώς και χαρακτηρίζεται από γεωμετρικές δύναμης, τότε η προσπάθεια να πωληθεί ως αντικείμενο κάτι που είναι διαδικασία είναι από μόνο του αντιφατικό.

Επίσης αν κατανοήσουμε την ιδιαιτερότητα των τόπων ως το μοναδικό τρόπο που συναντώνται διαφορετικές κοινωνικές σχέσεις, κοντινές ή μακρινές, που διαπλέκονται με την ιστορία του, το μάρκετιγκ τόπων θα είναι αναγκαστικά αφαιρετικό, θα περιορίζει την πολλαπλότητα σε λίγα, αναγνωρίσιμα και πωλήσιμα στοιχεία. Όμως η διαδικασία επιλογής δεν

είναι ουδέτερη, αλλά εμπλεγμένη στις σχέσης δύναμης που διέπουν τον τόπο. Η προβολή συγκεκριμένων χαρακτηριστικών του τόπου είναι επιλογή μιας συγκεκριμένης ομάδας με δικούς της στόχους και συμφέροντα.

Κατασκευάζουμε συνεχώς χώρους και τόπους, *περαστικές συνοχές και προσωρινά όρια*. Τα χωρικά όρια δεν είναι σταθερά, αλλά «πορώδη», προϊόντα κοινωνικών διαδικασιών, και μπορούμε να εξακολουθούμε να κατανοούμε τη διαφορά ανάμεσα στους τόπους, χωρίς απαραίτητα η ανάμεσά τους σχέση να είναι σχέση ανταγωνισμού. Αυτό σημαίνει πώς το τοπικό συγκροτείται και μέσα από σχέσεις που βρίσκονται πολύ μακριά του και αντίστροφα κάθε παγκόσμιο φαινόμενο παράγεται σε τόπους. Οι τόποι είναι αλληλένδετοι και αλληλοεξαρτώμενοι, εμπλεγμένοι μέσα σε σχέσεις δύναμης. Το μάρκετιγκ τόπων, περιχαράκωνει τους τόπους, βάζει πάγια όρια και περιορίζει τη σχέση ανάμεσα τους σε σχέσεις ανταγωνισμού, αγνοώντας τους τρόπους με τους οποίους οι τόποι αλληλοσυγκροτούνται.

Ο χώρος/τόπος είναι προϊόν κοινωνικών σχέσεων και διαδικασιών, όμως και αντίστροφα ο χώρος/τόπος συγκροτεί κοινωνικές σχέσεις και διεργασίες. Για να κατανοήσουμε πραγματικά το χώρο/τόπο υπάρχει ανάγκη να κοιτάξουμε τις πολύπλοκες σχέσεις εξουσίας και τον τρόπο που αυτές εκφράζονται χωρικά. Το μάρκετιγκ τόπων δεν είναι μια τεχνοκρατική, πολιτικά ουδέτερη διαδικασία, αλλά κατασκευάζει τόπο με το δικό του τρόπο (βλ. παραπάνω Lärple και Löw για τη διαδικασία σύνθεσης), παράγοντας και αναπαράγοντας σχέσεις εξουσίας.

Είναι πολύ εύκολο να πέσει κανείς σε ερμηνείες που θέλουν την ταυτότητα του τόπου σταθερή, ομοιογενή και κλειστή – μια συνηθισμένη τοπικιστική ή εθνικιστική προσέγγιση. Αυτός είναι και ένας λόγος που είναι μάλλον πιο ακριβές να μιλούμε για τις «ιδιαιτερότητες» ή για τη «διαφοροποίηση» των τόπων, παρόλο που και αυτές οι λέξεις κρύβουν παγίδες. Αν κατανοήσουμε όμως τον τόπο (και την ταυτότητα του) ως το σημείο που διαπλέκονται μυριάδες ιστορίες με – κοντινές ή μακρυνές – διαδρομές,

εμπλεγμένες μέσα σε σχέσεις δύναμης, αν κατανοήσουμε τον τόπο ως μια διαδικασία με βάθος χρόνου, αλλά ανοιχτή στο μέλλον, μπορούμε να καταδείξουμε την επιλεκτική, και βαθειά πολιτική φύση του μάρκετιγκ τόπων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Agnew, J. (1987), *Place and Politics*, Routledge, Oxon and NY.
- Agnew, J. (2005), «Space: Place», στο Cloke, P. και Johnston, R. (επ.) *Spaces of geographical thought*, Sage, London, Thousand Oaks, New Dehli, σσ. 81-96.
- Anholt, S. (2007), *Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, Pelgrave Macmillan, UK.
- Anholt, S. (2010), *Places. Identity, Images and Reputation*, Palgrave Macmillan, UK.
- Ashworth, G.J. και Voogd, H. (1990), *Selling the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning*, Belhaven Press, London.
- Berking, H. (2008), «Städte lassen sich an ihrem Gang erkennen wie Menschen – Skizzen zur Erforschung der Stadt und der Städte», στο Berking, H. and Löw, M. (επ.) (2008), *Die Eigenlogik der Städte*, Campus, Frankfurt & New York, σσ. 15-31.
- Berking, H. και Löw, M. (επ.) (2005), *Die Wirklichkeit der Städte, Soziale Welt, Sonderband 16*, Nomos, Baden-Baden.
- Berking, H. και Löw, M. (επ.) (2008), *Die Eigenlogik der Städte*, Campus, Frankfurt & New York.
- Boisen, M., Terlouw, K., και van Gorp, B. (2011), «The selective nature of place branding and the layering of spatial identities», *Journal of Place Management and Development*, 4(2): 135-147.
- Bourdieu, B. (1979), *La distinction. Critique sociale du jugement*, Les éditions de minuit, Paris.
- Bourdieu, P. και Wacquant, L. (1992), *Réponses : pour une anthropologie réflexive*, Seuil, Paris.
- Castree, N. (2003), «Place: connections and boundaries in an interdependent world», στο Clifford, N., Holloway, S., Rice, S. και

- Valentine, G., (επ.) *Key Concepts in Geography*, Sage, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, σσ. 153-172.
- Cresswell, T. (2004), *Place: A Short Introduction*, Blackwell, Malden/Oxford/Carlton.
- Dematteis, G. (1994), «Urban identity, City image and Urban marketing», *Abhandlungen – Anthropogeographie. Institut für Geographische Wissenschaften, FU Berlin*, 52: 29-439.
- Greenop, K., & Darchen, S. (2016), «Identifying 'place' in place branding: core and periphery in Brisbane's 'New World City'», *GeoJournal*, 81(3): 379-394.
- Gregory, D. (1982), *Regional Transformation and Industrial Revolution*, Macmillan, London.
- Harvey, D. (1973), *Social Justice and the City*, Edward Arnold, London.
- Harvey, D. (1996), *Justice, Nature and the Geography of Difference*, Blackwell Publishers, Cambridge, MA.
- Harvey, D. (2005), «Ο χώρος ως λέξη-κλειδί», *Γεωγραφίες*, Τεύχος 10.
- Hubbard, P. (2005), «Space/Place» στο Atkinson, D., Jackson, P. Sibley, D. και Washborne, N. *Cultural Geography. A critical Dictionary of Key Concepts*, I.B. Tauris, London, New York, σσ. 41-48.
- Kalandides, A. (2011), «The problem with spatial identity: revisiting the 'sense of place'», *Journal of Place Management and Development*, 4 (1): 28-39.
- Kavaratzis, M. (2004), «From city marketing to city branding: towards a theoretical framework for developing city brands», στο *Place branding and Public Diplomacy*, 1 (1): 58-73.
- Kavaratzis, M. (2007), «City marketing: the past, the present and some unresolved issues», στο *Geography Compass*, 1 (3): 695-712.
- Kavaratzis, M. (2017), «The participatory place branding process for tourism: linking visitors and residents through the city brand», στο Bellini, N. και Pasquinelli, C. (επ.) *Tourism in the City*, Springer International Publishing, New York, σσ. 93-107.

- Kavaratzis, M., και Hatch, M. J. (2013), «The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory», *Marketing theory*, 13(1): 69-86.
- Kavaratzis, M., και Kalandides, A. (2015), «Rethinking the place brand: the interactive formation of place brands and the role of participatory place branding», *Environment and Planning A*, 47(6): 1368-1382.
- Kerr, G., και Oliver, J. (2015), «Rethinking place identities», στο Kavaratzis, M., Warnaby, G. και Ashworth, G. (επ.) *Rethinking Place Branding*, Springer International Publishing, NYC, σσ. 61-72.
- Läpple, D. (1991), «Essay über den Raum», στο Häußermann, H., Ipsen, D., Krämer Badoni, T., Läpple, D., Siebel, W. und Rodenstein, M. (επ.), *Stadt und Raum. Soziologische Analysen*, Centaurus, Pfaffenweiler, σσ. 157-207.
- François Lecompte, A., Trelohan, M., Gentric, M., και Aquilina, M. (2017), «Putting sense of place at the centre of place brand development», *Journal of Marketing Management*, online first.
- Lefebvre, H. (1974), *La production de l'espace*, Anthropos, Paris.
- Lindstedt, J. (2011), «Place, identity and the socially responsible construction of place brands», *Place Branding and Public Diplomacy*, 7(1), 42-49.
- Löw, M. (2001), *Raumsoziologie*, Suhrkamp, Frankfurt.
- Löw, M. (2008α), «Eigenlogische Strukturen», στο Berking, H. and Löw, M. (επ.), *Die Eigenlogik der Städte*, Campus, Frankfurt & New York, σσ. 33-53.
- Löw, M. (2008β), *Soziologie der Städte*, Suhrkamp, Frankfurt.
- Massey, D. (1984), «Introduction: Geography matters», στο Massey, D. και Allen, J. (επ.) *Geography Matters!*, Cambridge University Press/The Open University, Cambridge, σσ. 1-11.
- Massey, D. (1993α), «Politics and Space/Time», στο Keith, M., Pile, S. (επ.), *Place and the of Politics of Identity*, Routledge, London and New York, σσ. 141-161.

- Massey, D. (1993β), «Power-geometry and a progressive sense of place», στο Bird, J. et al. (επ.) *Mapping the Futures*, Routledge, London.
- Massey (1995), «Η παγκοσμιότητα του τοπικού», (μτφρ. Γ.Παρασκευόπουλος), *Νέα Οικολογία*, 134, σσ. 56- 61.
- Massey, D. (1994α), «A global Sense of Place», στο Massey, D. *Space, Place and Gender*, Polity Press, Cambridge, σσ. 146-156.
- Massey, D. (1994β), Double articulation. A place in the world, στο Bammer, A. (επ.) *Displacements. Cultural Identites in Question*, Indiana University Press, Bloomington και Indianapolis, σσ. 110-121.
- Massey, D. (1995α), «The Conceptualization of Place», στο Massey, D. και Jess, P. (επ.) *A Place in the World?*, The Open University/Oxford University Press, Oxford, σσ. 45-132.
- Massey, D. (1995β), «Reflections on gender and geography», στο Butler, T. και Savage, M. (επ.), *Social Change and the middle classes*, Routledge, London, σσ. 330-343.
- Massey, D. (1996), «Politicising space and place», *Scottish Geographical Magazine*, 112 (2): 117-123.
- Massey, D. (1997α), «Spatial Disruption» στο Golding, S. (επ.), *The eight technologies of otherness*, Routledge, London, σσ. 218-225.
- Massey, D. (1997β), «Problems with globalization», *Soundings*, 7: 7-12.
- Massey, D. (1998), «Imagining Globalisation: power-geometries of time-space», στο Brah, A., Hickman, M.J. MacanGhail, M. (επ.) *Future Worlds: Migration, Environment and Globalization*, Mcmillan, Basingstoke.
- Massey, D. (1999), «Spaces of Politics», στο Massey, D., Allen, J., Sarre, P. *Human Geography Today*, Polity Press, Cambridge, σσ. 279-294.
- Massey, D. (2000), «Understanding cities», *City*, 4 (1): 135-144.
- Massey, D. (2001), «Living in Wythenshawe», στο Borden, I., Kerr, J., Rendell, J. και Pivaro, A. (επ.) *The unknown city: contesting architecture and social spaces*, MIT Press, Cambridge MA, σσ. 458-475.

- Massey, D. (2002), «Don't Let's Counterpose Place and Space», *Development*, τόμος 45, τεύχος 1, σσ. 24-25.
- Massey, D. (2004α), «Geographies of responsibility», *Geografiska Annaler, σειρά B*, 86B (1): 5-18.
- Massey, D. (2004β), «The Responsibilities of Place», *Local Economy*, 19 (2), σσ. 97-101.
- Massey, D. (2006), «Space, time and the political responsibility on the midst of global inequality», *Erdkunde*, 60 (2): 89-95.
- Massey, D. (2008), *Για το χώρο* (μτφρ. Ι. Μπιλμπή), Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα.
- Massey, D. και Thrift, N. (2003), «The passion of place», στο Johnston, R. και Williams, M. (επ.), *A century of British geography*, Oxford University Press, Oxford, σσ. 275-301.
- Müller, A., και Schade, M. (2012), «Symbols and place identity», *Journal of Place Management and Development*, 5(1): 81-92.
- Pred, A. (1986), *Place, Practice and Structure*, Polity Press, Oxford.
- Relph, E. (1976) *Place and Placenessness*, Pion, London.
- Rose, G. (1995), «Place and identity: a sense of place», στο Massey, D. και Jess, P. (επ.), *A Place in the World? Places Cultures and Globalization*, Open University/Oxford UP, Milton Keynes, σσ. 87-132.
- Rowles, G. (1978), *The prisoners of Space?*, Westview Press: Boulder, CO.
- Said, E. (1978), *Orientalism*, Routledge, London.
- Schaefer, F. (1953), «Exceptionalism in geography», στο *Annals of the Association of American Geographers*, 43 (3): 229-249.
- Skinner, H. (2011), «In search of the genius IOCI: The essence of a place brand», *The Marketing Review*, 11(3): 281-292.
- Tuan, Y.F. (1971), «Geography, phenomenology and the study of human nature», *The Canadian Geographer*, 15: 181 -192.
- Tuan, Y.F. (1974), *Topophilia: A study of Environmental Perception, Attitudes and Values*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.

- Tuan, Y.F. (1976), «Humanistic Geography», *Annals of the Association of American Geographers*, 66 (2): 266-276.
- Tuan, Y.F. (1977), *Space & Place: The Perspective of Experience*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Warnaby, G., και Medway, D. (2013), «What about the 'place' in place marketing?», *Marketing Theory*, 13(3): 345-363.
- Weichhart, P. (1990α), *Raumbezogene Identität, Bausteine zu einer Theorie räumlich-sozialer Kognition und Identifikation*, *Erdkundliches Wissen*, 102.
- Weichhart, P. (1990β), «Regionale Identität - ein sinnvoller Forschungsansatz für die Humangeographie?», στο Aufhauser, E., Giffinger R., και Hatz, G. (επ.), *Regionalwissenschaftliche Forschung. Fragestellungen einer empirischen Disziplin. Beiträge zur 3. Tagung für Regionalforschung und Geographie. Zell am Moos, 12.-15. Oktober 1988*, *Mitteilungen des Arbeitskreises für Regionalforschung*, τόμος 19, Wien, σσ. 371-378.
- Weichhart, P. (1997), «Identität und Lebensraum», στο Steiner, D. (επ.) *Mensch und Lebensraum. Fragen zu Identität und Wissen*, Leske und Budrich, Opladen, σσ.167-181.
- Weichhart, P. (2000), «Raumbezogene Identität als Problemstellung der Regionalentwicklung», στο *Beiträge zur theoretischen Grundlegung der Raumentwicklung*, *Arbeitsmaterial der ARL*, 254: 51-68.
- Weichhart, P. και Weixelbaumer N. (1988), «Lebensqualität und Stadtteilbewusstsein in Lehen – ein stigmatisiertes Salzburger Stadtviertel im Urteil seiner Bewohner», στο Riedel, H. (επ.) *Beiträge zur Geographie von Salzburg. Zum 25-jährigen Bestehen des Instituts für Geographie der Universität Salzburg und zum 21. Deutschen Schulgeographentag in Salzburg*, Salzburg, σσ. 271-310.
- Weichhart, P., Weiske, C. και Werlen, B. (2006), *Place Identity und Images. Das Beispiel Eisenhüttenstadt*, Institut für Geographie und Regionalforschung der Universität Wien, Vienna.

Βαΐου, Ντ. Και Χατζημιχάλης, Κ. (1996), *Με τη ραπτομηχανή στην κουζίνα και τους Πολωνούς στους αγρούς. Πόλεις, περιφέρειες και άτυπη εργασία*, Εξάντας, Αθήνα.

Βαΐου, Ντ. και Χατζημιχάλης, Κ. (2012), *Ο χώρος στην αριστερή σκέψη*, Ινστιτούτο Νίκος Πουλατζάς και εκδόσεις Νήσος, Αθήνα.