

**Δημιουργικότητα & τοπική ανάπτυξη:
Η Περίπτωση του Design District στο Μητροπολιτικό Ελσίνκι**

ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΛΑΚΡΙΝΤΗΣ

Μεταπτυχιακός φοιτητής, Τμήμα Γεωγραφίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

ΕΥΘΥΜΙΑ ΜΑΜΟΥΡΗ

Μεταπτυχιακή φοιτήτρια, Τμήμα Γεωγραφίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Περίληψη

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανακήρυξε το 2009 ως «Ευρωπαϊκό Έτος Δημιουργικότητας και Καινοτομίας», δίνοντας έμφαση στη δημιουργικότητα και στην καινοτομία για την προσωπική, κοινωνική και οικονομική εξέλιξη. Σήμερα, περισσότερο από ποτέ, βιώνουμε την εποχή της δημιουργικότητας όπου οι νέες οικονομικές πραγματικότητες και οι νέοι τρόποι παραγωγής επιβάλλουν νέα δεδομένα. Οι μητροπολιτικές περιοχές, στα πλαίσια του παγκόσμιου ανταγωνισμού, επιδιώκουν την προσέλκυση και συγκράτηση νέων ανθρώπων με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, ικανότητες και ταλέντο, οι οποίοι οδηγούν τις εξελίξεις και αποτελούν την λεγόμενη «δημιουργική τάξη».

Πριν από μερικές δεκαετίες απόψεις σαν και αυτές, που υποστηρίζουν ότι η συγκέντρωση ανθρωπίνου κεφαλαίου αποτελεί σημαντικότερο παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης από τη συγκέντρωση επιχειρήσεων και ότι οι πόλεις χρειάζονται ένα ανθρώπινο κλίμα πολύ περισσότερο από ένα επιχειρησιακό κλίμα, θα προκαλούσαν έντονη αμφισβήτηση. Ωστόσο, οι έντονοι οικονομικοί και κοινωνικοί μετασχηματισμοί που ακολούθησαν το τέλος του φορντικού μοντέλου παραγωγής, οδήγησαν πολλές αστικές οικονομίες σε κρίση. Η λύση για κάποιες βρέθηκε στην ανάπτυξη νέων μορφών οικονομίας βασισμένων στη γνώση, την τεχνολογία, την καινοτομία και το ταλέντο. Στον ευρωπαϊκό χώρο, η Φιλανδία θεωρείται μία από τις χώρες που συγκεντρώνει αρκετά από τα παραπάνω χαρακτηριστικά. Στην εργασία αυτή, μελετώντας την περίπτωση του Design District στο Ελσίνκι, θα γίνει μια απόπειρα διερεύνησης των παραγόντων εκείνων που συνιστούν τη «δημιουργική πόλη-περιοχή». Στόχος είναι να εξεταστούν οι λόγοι που οδήγησαν στη συγκέντρωση της «δημιουργικής τάξης» στην μητροπολιτική περιοχή του Ελσίνκι. Μια εξέλιξη που λειτουργεί αναπτυξιακά επανατοποθετώντας το στον παγκόσμιο χάρτη των ανταγωνιστικών και καινοτόμα «δημιουργικών περιοχών».

Για πολλούς το μητροπολιτικό Ελσίνκι αποτελεί το νέο «success story» της Ευρώπης, για άλλους η «δημιουργική τάξη» οδηγεί σε διαίρεση των κοινωνιών με δημιουργία νέων ταξικών διαφορών. Ενώ απαντήσεις αναμένονται και στο κρίσιμο ερώτημα, «θα συνεχίσουν να είναι οι γίγαντες του μέλλοντος τα κράτη του χαμηλού παραγωγικού κόστους ή οι περιοχές που κινητοποιώντας τις δημιουργικές ικανότητες των ανθρώπων τους προσελκύουν ταλέντα από όλο τον κόσμο;».

Λέξεις- κλειδιά: δημιουργικότητα, δημιουργική τάξη, δημιουργική πόλη – περιοχή, τοπική ανάπτυξη

Εισαγωγή

Στη διάρκεια του 20ου αιώνα, η κοινωνία και ο χώρος σηματοδοτήθηκαν από την οικονομική παγκοσμιοποίηση, τις νέες μετα-βιομηχανικές οικονομίες και τις νέες τεχνολογίες. Ξεκίνησε έτσι μια εποχή έντονου οικονομικού και κοινωνικού μετασχηματισμού. Η μετάβαση στην οικονομική διεθνοποίηση είναι ίσως μεγαλύτερη ακόμα και από εκείνη, της μετάβασης από την αγροτική οικονομία στο βιομηχανικό καπιταλισμό. Η μετατροπή της οικονομίας σε μια οικονομία βασισμένη στη γνώση και τις υπηρεσίες έχει θεμελιώδη σημασία και σηματοδοτεί μια περίοδο σαρωτικών οικονομικών και κοινωνικών μετασχηματισμών, αυτή τη φορά από μια βιομηχανική σε μια «δημιουργική οικονομία», η οποία βασίζεται ουσιαστικά στην ανθρώπινη γνώση, το ταλέντο, την καινοτομία και τη δημιουργικότητα (Florida and Tinagli, 2004: 11).

Σήμερα ο παγκόσμιος ανταγωνισμός δεν αφορά αποκλειστικά το εμπόριο αγαθών, υπηρεσιών και των ροών κεφαλαίων, αλλά τον ανταγωνισμό για τους ανθρώπους και η προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης και της απασχόλησης, στις πόλεις και τις περιφέρειες, δεν εξαντλείται στην προσέλκυση κεφαλαίων, αλλά επικεντρώνεται στην προσέλκυση των ανθρώπων με δεξιότητες (Atkinson and Easthope 2009: 64-5). Η ιδέα μιας οικονομίας που βασίζεται στη δημιουργικότητα και η σχέση της με την οικονομική ανάπτυξη έχει γίνει βασικό χαρακτηριστικό της θεωρητικής και πρακτικής της αστικής πολιτικής την τελευταία δεκαετία¹. Η εστίαση στην ανάπτυξη παραγόντων και χαρακτηριστικών που φαίνεται να προσελκύουν το ταλέντο και την καινοτομία, νομιμοποιούν ένα ευρύ φάσμα προγραμμάτων,

¹ Τα αίτια αυτής της στροφής γίνονται κατανοητά εντός του πλαισίου δυο μεγάλων οικονομικών αλλαγών. Η πρώτη αφορά την ανησυχία των πόλεων για επιβίωση, συνδέοντας τις ικανότητες τους με τις αλλαγές της παγκόσμιας οικονομίας και η δεύτερη την αναγνώριση της αυξανόμενης σημασίας της δημιουργικής οικονομίας σε σύγκριση με άλλες οικονομικούς τομείς (Moommaas, 2004: 21).

παρεμβάσεων και επενδυτικών αποφάσεων των αστικών ηγετών στην προσπάθεια οικοδόμησης του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος της προσέλκυσης και διατήρησης της νέας παγκόσμιας τάξης, της «δημιουργικής τάξης» (creative class) (Florida and Mellander, 2007).

1. Η θεωρίες της «Δημιουργικότητας» και η κριτική τους

1.1. Η έννοια της «Δημιουργικότητας»

*«Δεν μπορούμε να λύσουμε τα προβλήματα του 21^{ου} αιώνα με τη σκέψη και τα εννοιολογικά εργαλεία του 19ου αιώνα: η δυναμική των πόλεων και τα αστικά συστήματα έχουν δραματικά αλλάξει» Ch.Landry, (2000). *The Creative City: A toolkit for urban innovators*, (Εισαγωγή: xii)*

Η «δημιουργικότητα» αποτελεί βασικό στοιχείο της ανθρώπινης ύπαρξης. Κάθε άνθρωπος είναι εν δυνάμει δημιουργικός με κάποιο τρόπο. Πρόκειται για μια ευρεία κοινωνική διαδικασία, η οποία προϋποθέτει ομαδικότητα αφού προκύπτει από την αλληλεπίδραση μεταξύ των σκέψεων των ανθρώπων και του κοινωνικού, οικονομικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος και διαχέεται όταν κοινωνικοοικονομικοί και γεωγραφικοί παράγοντες το επιτρέπουν (Florida and Tinagli, 2004: 11).

Οι απόπειρες εννοιολογικής αποσαφήνισης του όρου², συγκλίνουν στο ότι, «δημιουργικότητα» σημαίνει προσέγγιση ενός προβλήματος με κύριο γνώμονα την πρωτοτυπία, την επανεγγραφή των κανόνων, την ολιστική και ευέλικτη εξέταση μιας κατάστασης. Η παραπάνω διαδικασία ενθαρρύνει την καινοτομία, τονίζει το καινούργιο, ενισχύει την πρόοδο, την αλλαγή, την οικονομική ευημερία, την τεχνολογική ανάπτυξη (Florida and Mellander, 2007: 25 -65; Landry, 2006: 15-9). Τα χαρακτηριστικά της εντοπίζονται στην «ανοιχτή» σκέψη, την ανάληψη ρίσκου, την επικέντρωση σε μακρόπνοους στρατηγικούς στόχους, την ικανότητα να δουλεύει κάποιος με τοπικά διακριτικά και να ακούει τις ανάγκες της κοινωνίας. Βασικά ζητήματα στοιχειοθέτησής της αναδεικνύονται, η δύναμη των σκέψεων και των ιδεών και η σημασία του πολιτισμού ως δημιουργικού πόρου (Landry, 2000).

Ως διαδικασία, η «δημιουργικότητα» έχει έντονη χωρική διάσταση. Η επίτευξή της προϋποθέτει τη συγκέντρωση στο χώρο και την αλληλεπίδραση ενός ποικίλου

² Ενδεικτικά ο Cai αναφέρει πως δημιουργικότητα είναι «η διανοητική διαδικασία της γένεσης νέων ιδεών και εννοιών ή νέων συσχετίσεων μεταξύ υπαρχουσών ιδεών ή εννοιών. Μια διαδικασία δημιουργίας του καινούργιου ή/και διαχείρισης του παλιού» (Cai et al., 2009: 1). Ο Csikszentmihalyi θεωρεί πως «δημιουργικότητα είναι οποιαδήποτε πράξη, ιδέα, ή προϊόν που αλλάζει έναν υπάρχοντα τομέα, ή μετατρέπει έναν υπάρχοντα τομέα σε ένα νέο ...» (Csikszentmihalyi, 1997: 28).

μείγματος ανθρώπων που έχουν διαφορετικά υπόβαθρα, φιλοδοξίες, δυναμική και καλλιέργεια. Από κοινού με την ανθρώπινη ευφυΐα, τις επιθυμίες, τις δραστηριότητες, και τη φαντασία, αντικαθιστά τη χωροθέτηση, τους φυσικούς πόρους και την πρόσβαση σε αγορές, που μέχρι πριν λίγες δεκαετίες ήταν οι κυρίαρχοι οικονομικοί αστικοί και περιφερειακοί παράγοντες (Landry, 2000: xiii). Το περιβάλλον εντός του οποίου εμφανίζεται και αναπτύσσεται η «δημιουργικότητα» (creative milieu)³ είναι ένας τόπος, μια πόλη στο σύνολό της ή ένα μέρος της πόλης, μια περιοχή, μια περιφέρεια, ο οποίος εμπεριέχει όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις και την υποδομή (hard & soft)⁴ για να αναπτυχθούν νέες ιδέες και καινοτομίες. Ένα τέτοιο περιβάλλον είναι ο φυσικός τόπος όπου μια κρίσιμη μάζα επιχειρηματιών, επιστημόνων, καλλιτεχνών, κοινωνικών ακτιβιστών, τοπικών αρχών, φοιτητών κ.ά., μπορούν να δημιουργήσουν ένα ανοικτό, κοσμοπολίτικο πλαίσιο και μέσω συνεργασιών και δικτύωσης να δημιουργηθούν νέες ιδέες, νέα προϊόντα και υπηρεσίες. Η «δημιουργικότητα» των ανθρώπων που ζουν και δραστηριοποιούνται στους παραπάνω χώρους θα καθορίσει τη μελλοντική τους επιτυχία (Landry, 2000: 132).

Η «δημιουργικότητα» συνδέεται με τις νέες τάσεις που χαρακτηρίζουν την οικονομική γεωγραφία και τη χωροθέτηση δραστηριοτήτων. Στη θεωρία του Florida (2002), η οικονομία διαχωρίζεται σε τρεις βασικούς τομείς, τον τομέα της βιομηχανίας, των υπηρεσιών και το «δημιουργικό» τομέα. Προσδιοριστικός παράγοντας χωροθέτησης των δυο τελευταίων οικονομικών τομέων είναι η παρουσία της «δημιουργικής τάξης»⁵. Μιας τάξης, η οποία αποτελείται από άτομα που βασικό χαρακτηριστικό της εργασίας τους είναι η δημιουργία νέων μορφών προϊόντων, στρατηγικών, ιδεών και θεωριών, με βασικά χαρακτηριστικά την ευελιξία και την ευρεία χρήση. Έχουν υψηλό επίπεδο γνώσεων και ικανοτήτων και καλούνται να λύσουν προβλήματα ενσωματώνοντας καινοτόμες λύσεις και ιδέες. Η τάξη αυτή μετακινείται προς τόπους με υψηλές συγκεντρώσεις ανάπτυξης καινοτομιών και παραγωγής «δημιουργικών προϊόντων», σε μέρη όπου ανατρέφεται και ευδοκίμει η δημιουργικότητά τους (Florida, 2002).

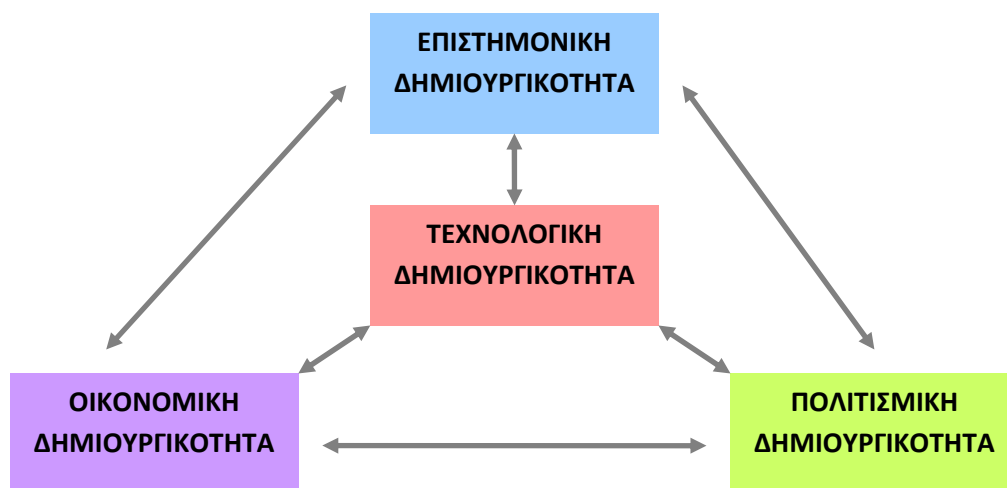
³ Το ενδιαφέρον διερεύνησης των στοιχείων που συνιστούν ένα περιβάλλον «δημιουργικότητας» ξεκινάει μετά από την επιτυχημένη παρουσία περιοχών που ανέπτυξαν δυναμικά και πρωτότυπα στοιχεία «δημιουργικότητας» και καινοτομίας, όπως οι περιοχές της Τρίτης Ιταλίας γύρω από την Emilia Romana, ή την περιοχή της Silicon Valley.

⁴ Ως Hard υποδομές νοούνται: κτίρια, ινστιτούτα, εξοπλισμός και ως Soft υποδομές: δίκτυα συνεργασιών, κοινωνικά δίκτυα, ανθρώπινες συνεργασίες και συνεργασίες οργανισμών (Landry, 2000: 132).

⁵ Ο Florida συμπεριλαμβάνει στη «δημιουργική τάξη» αυτούς που παραδοσιακά θεωρούνται δημιουργικοί: καλλιτέχνες, μουσικοί, συγγραφείς, αλλά και αυτούς που ονομάζονται "knowledge workers" or "information workers", δηλαδή προγραμματιστές Η/Υ, μηχανικούς, ακαδημαϊκούς, κοινωνικούς επιστήμονες, οικονομικούς αναλυτές, νομικούς, κτλ ενώ τονίζει ότι δεν είναι απαραίτητη η πανεπιστημιακή εξειδίκευση για να ανήκει κανείς στη τάξη (Florida, 2002: 68).

Η «δημιουργικότητα» (Σχ. 1) εμφανίζεται ως. οικονομική και αποτελεί μια δυναμική διαδικασία που οδηγεί στην καινοτομία στον τεχνολογικό τομέα, σε νέες επιχειρηματικές πρακτικές, νέους τρόπους διαχείρισης των πόρων και έτσι συνδέεται στενά με την απόκτηση ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων στην οικονομία. Εμφανίζεται ως επιστημονική και περιλαμβάνει την περιέργεια και την επιθυμία για πειραματισμούς και νέες πρακτικές στην επίλυση προβλημάτων, ενώ άλλες φορές εκφράζεται ως καλλιτεχνική και προϋποθέτει ικανότητα παραγωγής πρωτότυπων ιδεών και νέων τρόπων ερμηνείας του κόσμου μέσα από κείμενα, ήχους, εικόνες κ.ά. Ανεξάρτητα όμως από τον τρόπο με τον οποίο ερμηνεύεται, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι, εξ ορισμού, η «δημιουργικότητα» αποτελεί βασικό στοιχείο για τον καθορισμό του πεδίου εφαρμογής των «δημιουργικών βιομηχανιών» και της «δημιουργικής οικονομίας» (UNCTAD, 2008: 9).

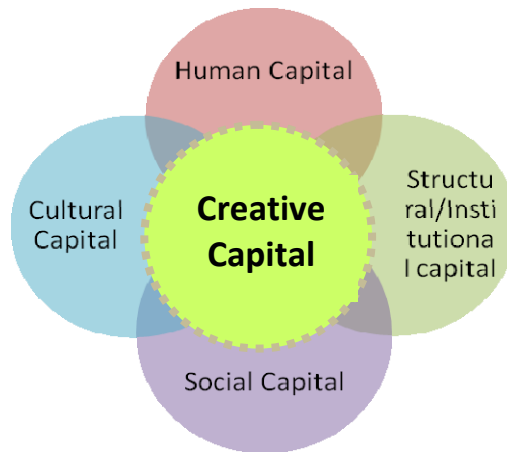
Σχ.1: Η «δημιουργικότητα» στη σημερινή οικονομία



Πηγή: UNCTAD, 2008, Creative Economy Report: 9

Περαιτέρω, μια άλλη προσέγγιση εξετάζει τη «δημιουργικότητα» ως μια μετρήσιμη κοινωνική διαδικασία. Στην περίπτωση αυτή, η δημιουργική δραστηριότητα προκύπτει μέσα από την αλληλεπίδραση των τεσσάρων μορφών κεφαλαίου – κοινωνικού, πολιτιστικού, ανθρώπινου, και θεσμικού – στην τομή των οποίων διαμορφώνεται το λεγόμενο «δημιουργικό κεφάλαιο» (Σχ. 2)(UNESCO, 2005: 40-2).

Σχ. 2: «Το Μοντέλο των 5Cs»



Πηγή: UNESCO, 2005, A Study on Creativity Index: 41

Η έννοια της καινοτομίας, καθώς αποτελεί προαπαιτούμενο για αυτήν. Η νέα πρωτότυπη ιδέα αναπτύσσεται μέσω της «δημιουργικότητας» και η δημιουργική διαδικασία παραμένει κενό γράμμα χωρίς τη ρεαλιστική, πραγματική εφαρμογή της μέσω της καινοτομίας. Υπό αυτή την έννοια, η «δημιουργικότητα» μπορεί να θεωρηθεί η ύστατη πηγή καινοτομίας – μετατροπή δημιουργικών ιδεών σε προϊόντα ή υπηρεσίες. Παράλληλα, γίνεται δεκτό ότι «δημιουργικότητα» και καινοτομία δεν μπορούν να οδηγήσουν σε βιώσιμες οικονομίες χωρίς σεβασμό προς την πολιτιστική ποικιλομορφία, που αποτελεί η ίδια μια μορφή «δημιουργικότητας» και καινοτομίας (Landry, 2000; Panorama Infoeregio, 2009: 3-5).

1.2. «Δημιουργικότητα» και οικονομική ανάπτυξη

“think creatively -plan creatively -act creatively”

*«σκέψου δημιουργικά-σχεδιάσε δημιουργικά-δράσε δημιουργικά»
Ch. Landry,(2000)*

Η οικονομική πτυχή της «δημιουργικότητας» αφορά το πως αυτή συμβάλλει στην επιχειρηματικότητα, ενισχύει την καινοτομία, αυξάνει την παραγωγικότητα και προωθεί την οικονομική ανάπτυξη. Ο Chatterton παρατηρεί ότι *«οι προσπάθειες για κοινωνική και οικονομική ανάκαμψη που σημειώνονται τις τελευταίες δεκαετίες εκφράζονται μέσα από σύγχρονες μορφές δημιουργικότητας»* (Chatterton, 2000: 394).

Η έννοια της «δημιουργικής οικονομίας»⁶ είναι μια εξελισσόμενη έννοια που κερδίζει έδαφος στη σύγχρονη σκέψη της οικονομική ανάπτυξης. Συνεπάγεται μια μετατόπιση από τα συμβατικά μοντέλα προς μια διεπιστημονική προσέγγιση που αναπτύσσεται στο χώρο μεταξύ οικονομίας, πολιτισμού και τεχνολογίας, και ασχολείται με την αλληλεπίδραση τους. Επικεντρώνεται στην επικράτηση των υπηρεσιών «δημιουργικού» περιεχομένου και προσφέρει μια εφικτή επιλογή ως μέρος μιας προσανατολισμένη στα αποτελέσματα αναπτυξιακής στρατηγικής για τις ανεπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες. Προτείνει την υιοθέτηση αποτελεσματικών διατομεακών μηχανισμών και καινοτόμων πολιτικών δράσεων. Έχει τη δυνατότητα να παράγει εισόδημα και θέσεις εργασίας και να συμβάλλει στην προώθηση της κοινωνικής ένταξης, της πολιτιστικής πολυμορφίας και της ανθρώπινης ανάπτυξης (UNCTAD, 2006: 7).

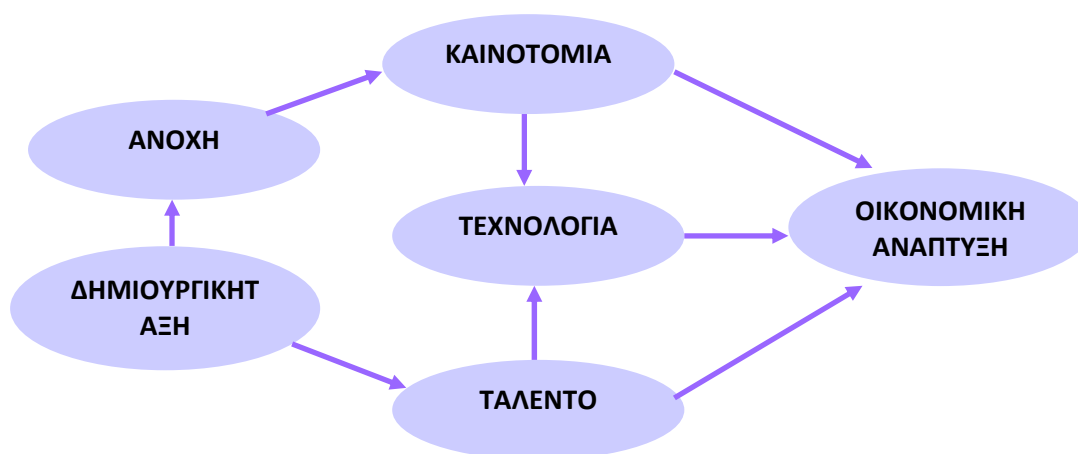
Η «δημιουργική οικονομία» έχει αυξηθεί σημαντικά κατά τη διάρκεια του περασμένου αιώνα, με την πιο ταχεία ανάπτυξη να σημειώνεται τις τελευταίες δύο δεκαετίες. Οι Florida and Tinagli (2004), αναφέρουν ενδεικτικά πως στην αυγή του 20ου αιώνα, λιγότερο από το 10% των εργαζομένων εργαζόταν στον «δημιουργικό τομέα» της οικονομίας και λιγότεροι από το 15% του εργατικού δυναμικού το 1950. Κατά τη διάρκεια των δύο τελευταίων δεκαετιών, η «δημιουργικότητα» έχει γίνει η κινητήριος δύναμη της οικονομίας και ο «δημιουργικός τομέας» γνωρίζει τεράστια άνθηση, με περισσότερο από το 30% των εργαζομένων στις προηγμένες βιομηχανικές χώρες να απασχολούνται σε αυτόν. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, ο «δημιουργικός τομέας» αντιπροσωπεύει σχεδόν το ήμισυ του συνόλου των

⁶ Η «δημιουργική οικονομία» περιλαμβάνει τη διαφήμιση, την αρχιτεκτονική, την τέχνη και τη χειροτεχνία, το design, τη μόδα, τη μουσική και τις ταινίες, τις τέχνες του θεάματος, εκδόσεις, Έρευνα και Ανάπτυξη, εφαρμογές λογισμικού, παιχνίδια, τηλεόραση, ραδιόφωνο, και video games (UNCTAD, 2006: 15).

εισοδημάτων που προέρχονται από μισθούς και αποδοχές, στους τομείς της μεταποίησης και των υπηρεσιών⁷ (Florida and Tinagli, 2004: 11).

Στη θεωρία του Florida, κλειδί στην οικονομικής ανάπτυξης μιας πόλης ή μιας περιφέρειας είναι η απόκτηση των χαρακτηριστικών που προσελκύουν τη «δημιουργική τάξη»: ανοιχτή κοινότητα με αδύναμους δεσμούς⁸, ποιότητα του περιβάλλοντος και ποιότητα ζωής. Η οικονομική ανάπτυξη προκαλείται από τα «3Τ⁹» «Technology-Τεχνολογία, Talent-Ταλέντο, Tolerance-Ανεκτικότητα» (Florida, 2002: 249-66). Τα «δημιουργικά άτομα», διαμορφώνουν αναβαθμισμένα και καινοτόμα περιβάλλοντα (creative milieu) για να καλύψουν τις ανάγκες τους, αυξάνουν τις συγκεντρώσεις «δημιουργικού κεφαλαίου» και δίνουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στους τόπους να προσελκύουν νέες επιχειρήσεις (Σχ. 3) (Florida et al., 2006).

Σχ.3: Ανοχή, Δημιουργικότητα & Οικονομική Ανάπτυξη



Πηγή: Florida and Tinagli, 2004, Europe in the Creative Age: 12.

⁷ Οι Florida και Tinagli στηρίζοντας το επιχειρήμα της μεγάλης σημασίας που έχει η «δημιουργικότητα» στην οικονομική ανάπτυξη, αναφέρουν ότι η πιο ισχυρή και δυναμική οικονομία στον κόσμο, αυτή των Η.Π.Α., οικοδομήθηκε κατά τη διάρκεια του περασμένου αιώνα προωθώντας εντελώς νέους βιομηχανικούς τομείς, διατηρώντας μια ελεύθερη και ανοιχτή κοινωνία, επενδύοντας στον τομέα της επιστημονικής και πολιτιστικής δημιουργίας, και πάνω απ' όλα στην κατάρτιση ενεργητικών και ευφυών ανθρώπων από όλες στις ακτές τους (Florida and Tinagli, 2004: 12).

⁸ Σύμφωνα με τον Florida η «δημιουργική τάξη» προτιμά τη «ημι-ανωνυμία» (quasianonymity), την παρουσία ελάχιστων ισχυρών κοινωνικών δεσμών και τη δυνατότητα να περιτριγυρίζεται από αγνώστους και διαφορετικών τύπων ανθρώπους. Στο σημείο αυτό η θεωρία του Florida έχει σαφείς αναφορές στη θεωρία του κοινωνικού κεφαλαίου του Robert Putnam, ο οποίος αναφέρει πως ένα μεγαλύτερο δίκτυο αδύναμων κοινωνικών δεσμών είναι χρησιμότερο στο να βρουν εργασία τα άτομα ή στη διακίνηση χρημάτων και αγαθών σε σχέση με μία ισχυρή και κλειστή κοινωνική ομάδα, καθώς οι κοινότητες που χαρακτηρίζονται από ισχυρούς κοινωνικούς δεσμούς έχουν την τάση να είναι αποκλεισμένες, ορθώνοντας αυστηρά όρια σε νεότερα μέλη που επιθυμούν να εισαχθούν σε αυτές (Putnam, 1995: 65-78; Florida, 2002: 30).

⁹ Η «Τεχνολογία» περιλαμβάνει υψηλές συγκεντρώσεις καινοτομίας και υψηλής τεχνολογίας σε μία περιφέρεια. Η «Ανοχή» αναφέρεται σε περιοχές ανοιχτές, χωρίς περιορισμούς, οι οποίες έχουν την ιδιότητα της ποικιλομορφίας και της συνύπαρξης πολλών εθνικοτήτων, φυλών και τρόπων ζωής. Το «Ταλέντο» αναφέρεται σε πληθυσμό που κατέχει υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Το καθένα από τα παραπάνω χαρακτηριστικά είναι απαραίτητο, αλλά από μόνο του ανεπαρκές. Χρειάζεται να συνυπάρχουν και τα τρία μαζί για την επίτευξη της οικονομικής ανάπτυξης μιας περιοχής/πόλης ή περιφέρειας (Florida; 2002).

Ο Florida (2002) ισχυρίζεται πως οι πόλεις χρειάζονται ένα ανθρώπινο κλίμα πολύ περισσότερο από ένα επιχειρησιακό κλίμα, εισάγοντας στη συζήτηση μια βασική παράμετρο αναπτυξιακής στρατηγικής. Αυτή της εξυπηρέτησης των αναγκών της «δημιουργικής τάξης», μέσω της οποίας θα επιτευχθεί η προσέλκυση και διατήρησή της στην περιοχή¹⁰. Εμπειρικές έρευνες των Marlets and Van Woerken (2004) και των Florida, Mellander and Stolarick (2007), καταλήγουν στο ότι η εμφάνιση της «δημιουργικής τάξης» στους πυρήνες των πόλεων προκαλεί αύξηση της απασχόλησης και της νέας επιχειρηματικότητας. Η καινοτομία και η υψηλή τεχνολογία που συνδέονται με τη «δημιουργική τάξη» παρέχουν σημαντικό πλεονέκτημα στη δημιουργία νέων εμπορικών προϊόντων, νέων θέσεων εργασίας και νέων εισοδημάτων καθώς και περαιτέρω ανάπτυξης. Η εμφάνιση και διατήρηση της «δημιουργικής τάξης» σε μια περιοχή αναπτύσσει ελκτικές δυνάμεις προς τις επιχειρήσεις της «δημιουργικής οικονομίας», οι οποίες «ακολουθούν» και εγκαθίστανται κοντά τους¹¹ (Florida, 2002: 249-66; COM (2009) 295, Final).

Ο ρόλος των «3Ts» στην τοπική/περιφερειακή ανάπτυξη μελετάται και στην έρευνα των Florida, Mellander and Stolarick (2007). Παρότι ο ρόλος των πανεπιστημίων και των υπηρεσιών προς καταναλωτές είναι καταλυτικός στην χωρική κατανομή των μορφωμένων και με ικανότητες ατόμων, εντούτοις τα «3Ts» αναδεικνύονται σε σημαντικότερους παράγοντες οικονομικής ανάπτυξης αφού συνδέονται με τα περιφερειακά εισοδήματα και τους μισθούς. Επιπρόσθετα, τόσο η

¹⁰ Ο Florida (2002, 2005) κατασκεύασε σειρά δεικτών που μετρούν, το σχετικό βαθμό στον οποίο οι πόλεις - περιοχές έχουν καταφέρει την καθιέρωση μιας τοπικής «δημιουργικής τάξης». Οι δείκτες αυτοί είναι οι:

- **«δείκτης δημιουργικής τάξης (creative class index)»:** ποσοστό του συνολικού εργατικού δυναμικού της περιοχής που απασχολείται στο "δημιουργικό πυρήνα" και σε "δημιουργικά επαγγέλματα".
- **«δείκτης καινοτομίας: (innovation index)»:** αριθμός νέων διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας που αποκτούνται από άτομα μιας περιοχής σε ορισμένο χρονικό διάστημα.
- **«δείκτης υψηλής τεχνολογίας (high tech index)»:** βιομηχανική παραγωγή υψηλής τεχνολογίας της περιοχής σε σχέση με την παραγωγή υψηλής τεχνολογίας της χώρας.
- **«δείκτης διαφορετικότητας – ποικιλομορφίας (diversity index-gay index)»:** ποσοστό των ζευγαριών ίδιου φύλου που ζουν σε μια περιοχή.
- **«δείκτης μποέμ (bohemian index)»:** ο ποσοστό των καλλιτεχνικά δημιουργικών ανθρώπων (π.χ. ηθοποιοί, ζωγράφοι, σκηνοθέτες, συγγραφείς, κα) στο σύνολο του έθνους που ζει σε μια περιοχή,.
- **«δείκτης ταλέντου (talent index)»:** το μερίδιο ανθρώπων της περιοχής με έναν πανεπιστημιακό τίτλο ή ακόμη υψηλότερο.
- **«δείκτης "melting pot"»:** ποσοστό των ανθρώπων της περιοχής που έχουν γεννηθεί εκτός αυτής. (Florida, 2002)
- **«δείκτης δημιουργικότητας (creativity index)»:** ο οποίος αποτελεί το συνδυασμό τεσσάρων δεικτών: του δείκτη καινοτομίας, του δείκτη υψηλής τεχνολογίας, του δείκτη ποικιλομορφίας και του δείκτη δημιουργικής τάξης.

¹¹ Τα ευρήματα της εργασίας των Stolarick & Florida (2006), ανέδειξαν τις συνδέσεις μεταξύ των καλλιτεχνικών / πολιτιστικών και τεχνολογικών / καινοτομικών κοινοτήτων στην πόλη του Montreal. Η ισχυρή παρουσία των πολιτισμικά «δημιουργικών ατόμων» λειτουργεί ως σημάδι ανοιχτότητας, περιφερειακής ανοχής και ένταξης, η οποία ενισχύει την ελκυστικότητα των τόπων σε άλλα ταλαντούχα άτομα. Πέραν της παραπάνω έμμεσης συνέπειας στην τοπική ανάπτυξη, η πολιτισμική οικονομία μπορεί να σχετίζεται με την κατανάλωση πολιτισμικών αγαθών καθιστώντας μια περιφέρεια, περιφέρεια αναψυχής που θα μπορούσε να προσελκύσει στην περιοχή νέα επιχειρηματικότητα και τουρισμό. Οι πολιτισμικές βιομηχανίες και οι επιχειρηματίες έχουν επίσης καθοριστικό ρόλο στην αναζωογόνηση πόλεων που έχουν πληγεί από την οικονομική παρακμή/αποβιομηχάνιση των τελευταίων δεκαετιών. Οι παραπάνω έμμεσες και άμεσες συνέπειες, καθιστούν την απελευθέρωση του πολιτισμού κλειδί για την οικονομική ανάπτυξη (Florida, 2002: 5).

παραπάνω όσο και μεταγενέστερη έρευνα, εμφανίζουν τη «δημιουργική τάξη» και το ανθρώπινο κεφάλαιο να παίζουν διαφορετικό αλλά αλληλοσυμπληρωμένο ρόλο στην τοπική ανάπτυξη. Η πρώτη-εκφρασμένη ως επαγγελματική ικανότητα- σχετίζεται με την αύξηση των μισθών και ασκεί επίδραση στην τοπική/περιφερειακή παραγωγικότητα της εργασίας, ενώ το ανθρώπινο κεφάλαιο-εκφρασμένο ως εκπαίδευση-αυξάνει το περιφερειακό εισόδημα και τον πλούτο (Florida, Mellander and Stolarick, 2007; Florida and Mellander, 2008).

Μια ειδική πτυχή της τοπικής ανάπτυξης μέσα στο αστικό περιβάλλον αφορά την «δημιουργική παραγωγή» και την εμφάνιση συμπλεγμάτων «δημιουργικών επιχειρήσεων» (clusters), παραγωγής πολιτιστικών προϊόντων, (μουσική, κινηματογράφο, εικαστικές τέχνες, μόδα, design). Η τάση των επιχειρήσεων να συγκλίνουν σε διακριτές ομάδες αντανακλά την οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική αλληλεπίδραση που αναπτύσσεται μεταξύ τους και καθίσταται ζωτικής σημασίας για την επιβίωση και την ανάπτυξή τους. Θεωρούνται κέντρα καινοτομίας τα οποία επωφελούνται από τις εξωτερικότητες και τις οικονομίες συγκέντρωσης. Χαρακτηρίζονται από υψηλό τεχνολογικό επίπεδο, έχουν άριστες δυνατότητες για εσωτερικές και εξωτερικές επικοινωνίες, διαθέτουν συστήματα πληροφόρησης τα οποία επιτρέπουν στις επιχειρήσεις τη γρήγορη πρόσβαση στις πηγές πληροφόρησης και την άμεση επικοινωνία με την αγορά. Παρουσιάζουν ευαισθησία στην αναγνώριση αναγκών και καθοδηγούνται από εκπαιδευτικά ιδρύματα, ερευνητικά κέντρα και πανεπιστήμια (UNCTAD, 2006: 7). Ο Porter (1990), υποστηρίζει ότι, η παραγωγή «δημιουργικών» αγαθών και υπηρεσιών κάτω από αυτές τις συνθήκες μπορεί να αποδειχθεί ζωτική για την ενίσχυση της αποδοτικότητας και της παραγωγικότητας, την ανάπτυξη και την προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης (Porter, 1990: 86).

1.3. Η κριτική στο μοντέλο της «Δημιουργικής τάξης»

Οι ιδέες του Florida είχαν σημαντική επιρροή μεταξύ των ακαδημαϊκών και πολιτικών, τόσο στις ΗΠΑ όσο και στην Ευρώπη. Το μοντέλο οικονομικής ανάπτυξης που εισήγαγε, γνώρισε μεγάλη απήχηση και επηρέασε τον σχεδιασμό πολιτικών σε πολλούς τόπους σε όλο τον κόσμο. Μητροπολιτικές περιφέρειες, πόλεις και περιοχές πόλεων, το χρησιμοποιούν ως εργαλείο σε μια προσπάθεια επανατοποθέτησης τους στον παγκόσμιο χάρτη.

Ανάλογη της απήχησης ήταν και η κριτική που το εν λόγω μοντέλο δέχτηκε. Πολλοί αριστεροί επικριτές βλέπουν τη «δημιουργική τάξη» ως μια ελιτίστικη έννοια, κάτι που θα επιδεινώσει την κοινωνικο-οικονομική ανισότητα και τον χωρο-κοινωνικό διαχωρισμό. Μέσα στις «δημιουργικές πόλεις» υφίσταται μια συνεχόμενη σύγκρουση μεταξύ των διαφορετικών κοινωνικών ομάδων για την απόκτηση της σφραγίδας της «δημιουργικότητας» και της «αυθεντικότητας», ως του πιο παραγωγικού και επικερδούς τμήματος, οδηγώντας την κοινωνία σε μια «δημιουργική ταξική πάλη» (Marlet and Van Woerden, 2004: 280-283). Ο ανταγωνισμός αυτός, προκαλεί διαίρεση σε διαφορετικές πόλεις, τη δημιουργία νέας ταξικής διαφοράς ανάμεσα στις μεγάλες μητροπολιτικές περιοχές, ενώ ταυτόχρονα υποβαθμίζει το αίτημα για δημοκρατία και χωρική συναίνεση (Peck, 2005: 758). Για την Merkusen «ο διαχωρισμός των ανθρώπων σε «δημιουργικούς» και μη «δημιουργικούς» εκτός από λανθασμένος είναι και σοβαρά επικίνδυνος» (Merkusen, 2006: 7). Η δεξιά νέο-συντηρητική κριτική, κατηγορεί τον Florida για επίθεση στα επιχειρηματικά συμφέροντα, απουσία οικονομικής σκέψης και επικίνδυνο για τις παραδοσιακές αξίες της κοινωνικής ζωής και της οικογένειας (Peck, 2005: 741).

Η θεωρία μεταξύ άλλων κατηγορήθηκε για έλλειψη αυθεντικότητας, σοβαρές ελλείψεις, προβληματικούς δείκτες μέτρησης, καθώς και για μεροληψία. Ο Glaeser, θεωρεί, ότι ο Florida χρησιμοποίησε πολύ εύκολα ιδέες άλλων και πως η «δημιουργική τάξη» είναι παρόμοια με τη θεωρία του ανθρώπινου κεφαλαίου διαφοροποιημένη μόνο ως προς την εστίαση της στην ανοχή (Glaeser, 2005: 593-6).

Κριτική ασκήθηκε αναφορικά με τα εμπειρικά στοιχεία που ο Florida παραθέτει στην προσπάθειά του να αποδείξει το σημαντικό ρόλο της «δημιουργικής τάξης» στην οικονομική ανάπτυξη. Τα δεδομένα του χαρακτηρίζονται ως «λεπτά» (thin) και η αναλυτική σαφήνεια τους τίθεται σε κίνδυνο από το απλό και «μη επιστημονικό» (casual) ύφος του βιβλίου του (Ibid.). Τα αποτελέσματα εμπειρικών

ερευνών¹² που διεξήχθησαν από άλλους μελετητές στις ίδιες χώρες που εξέτασε και ο Florida, εμφάνισαν αδύναμες συσχετίσεις μεταξύ των δεικτών και των μεγεθών της απασχόληση, του εισοδήματος και της οικονομική απόδοση των πόλεων που δεν επιτρέπουν την ασφαλή γενίκευση συμπερασμάτων. Ενώ δηλαδή υπάρχουν ενδείξεις υπέρ των ιδεών του Florida δεν είναι τόσο πιστικιές και τούτο διότι ο ίδιος, υπερεκτιμά ή υπεραπλουστεύει τη σημασία σειράς παραγόντων όπως για παράδειγμα της υποομάδας των μποέμ ή των ομοφυλόφιλων (Ibid.: 595-596, Scott 2006: 11).

Ο τρόπο μέτρησης θεωρείται αμφιλεγόμενος διότι δεν επιτυγχάνει τη λογική ισορροπίας μεταξύ ακρίβειας και πληρότητα¹³. Το ενδιαφέρον του Florida, εστιάζεται στην «δημιουργική τάξη» αγνοώντας την «τάξη των εργαζομένων» (working class) ή την «τάξη των αγροτών» (agricultural class). Το προϊόν της συμβολής αυτών των τάξεων στην οικονομική ανάπτυξη πιθανότατα προσμετράτε σε εκείνο της «δημιουργικής τάξης» και έτσι ίσως το αποτέλεσμα να πάσχει ακρίβειας¹⁴. (Merkusen, 2006: 4-7). Περαιτέρω, το έργο του Florida υφίσταται κριτική ως προς την ικανότητα συγκρισιμότητας των αποτελεσμάτων μεταξύ των χωρών. Ο Trip υπογραμμίζει ότι η σύγκριση μεταξύ Η.Π.Α. και Ε.Ε. θα πρέπει να αντιμετωπίζεται με προσοχή όταν για παράδειγμα, εξετάζεται η τεχνολογική καινοτομία (αριθμός διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας υψηλής τεχνολογίας στον πληθυσμό) μιας και ο συγκεκριμένος δείκτης είναι προφανώς εμπνευσμένος από την επιτυχία της Silicon Valley την οποία και χρησιμοποιεί ως πηγή άντλησης δεδομένων (Trip, 2007: 506).

Τελευταία αλλά όχι λιγότερο σημαντική η κριτική που ασκεί η Merkusen (2006), η οποία αμφισβητεί την ίδια την κατασκευή της «δημιουργικής τάξης». Το βασικό της επιχείρημα έγκειται στον τρόπο προσδιορισμού της έννοιας με βάση τα επαγγέλματα και την επίπτωσή τους στο αστικό περιβάλλον. Θεωρεί πως η όλη «κατασκευή» έχει ελάχιστη σχέση με τη «δημιουργικότητα» και χαρακτηρίζει προβληματική την ομαδοποίηση των επαγγελματιών τονίζοντας τον διαφορετικό

¹² Οι Rausch και Negrey (2006), όπως αναφέρει ο Trip, δεν βρήκαν καμία σχέση μεταξύ της «δημιουργικής τάξης και της οικονομικής απόδοσης των αμερικανικών πόλεων. Στην Ολλανδία, οι Marlet και van Woerkens (2004), βρήκαν μια πολύ μικρή σχέση μεταξύ του σχετικού μεγέθους της «δημιουργικής τάξης» και της αύξησης της απασχόλησης μεταξύ 1996 και 2002, ενώ ο Nathan (2005) που ερεύνησε πόλεις της Βρετανίας, απέδειξε ότι οι σχέσεις μεταξύ των δεικτών και της οικονομικής ανάπτυξης είναι ως επί το πλείστον σωστές αλλά όχι τόσο ασφαλείς για να οδηγήσουν σε γενικεύσεις (Trip, 2007: 504-505).

¹³ Ο Trip (2007), υπογραμμίζει ενδεικτικά το πρόβλημα μέτρησης της «ποιότητας του τόπου» και σημειώνει πως το κύριο πρόβλημα δεν είναι αν η ποιότητα του τόπου μετριέται αλλά το πώς μετριέται. Μερικά από τα βασικά στοιχεία της ποιότητας του τόπου όπως για παράδειγμα, τα στοιχεία για την αυθεντικότητα ή την αστικότητα είναι μάλλον απίθανο να βρεθούν από τυποποιημένες στατιστικές ή άλλες ποσοτικές πηγές. Έτσι, η δυσκολία χρήσης μετρήσιμων ποσοτικών ή ποιοτικών κριτηρίων, και συμπερίληψης των υλικών και άυλων συστατικών της ποιότητας του τόπου ενδεχομένως να οδηγήσει σε απώλεια ζωτικής σημασίας πληροφοριών (Ibid.: 505-506).

¹⁴ Προβληματική καθίσταται και η μέτρηση της «ποικιλομορφίας» η οποία εκφράζεται με το ποσοστό των ομοφυλόφιλων ζευγαριών ενώ για τους περισσότερους Αμερικανούς, ο όρος περιλαμβάνει διαφορές φυλής, εθνικότητας, οικονομική τάξη και την παρουσία μεταναστών (Merkusen, 2006: 4-7).

πολιτικό και οικονομικό ρόλο τους στην αστική ανάπτυξη. Χρησιμοποιώντας ως μελέτη περίπτωσης τους καλλιτέχνες, αποδεικνύει ότι ο σχηματισμός, η θέση, η επίπτωση στο αστικό περιβάλλον και η πολιτική τοποθέτηση τους είναι πολύ πιο περίπλοκη από ό, τι προτείνεται ο Florida¹⁵.

Η θεωρία της «δημιουργικότητας» και της «δημιουργικής τάξης» εμπνέει και προκαλεί σχεδόν στον ίδιο βαθμό, ακαδημαϊκούς, πολιτικούς, κοινωνίες. Οι θιασώτες της συμφωνούν πως μετασχηματίζει τον αστικό χώρο προσδίδοντας του μια νέα αναπτυξιακή δυναμική ενώ οι επικριτές της βλέπουν σε αυτήν νεοφιλελεύθερα προστάγματα και την θεωρούν επικίνδυνη για την κοινωνική συνοχή. Όποιο όμως κι αν είναι το επιχείρημα κι όπου κι αν καταλήγει οφείλει να αφουγκραστεί με προσοχή αυτό που γράφει στο *Le mythe de Sisyphe*, (1942) ο *Albert Camus* «το να δημιουργείς είναι σαν να ζεις δυο φορές».

¹⁵ Η Merkusen υποστηρίζει ότι οι καλλιτέχνες ως ομάδα έχουν σημαντική, θετική συμβολή στην ποικιλομορφία και τη ζωτικότητα των πόλεων, και δεν μπορούν να συγχέονται με τις νεοφιλελεύθερες πολιτικές των αστικών καθεστώτων. Υποστηρίζει τη δυνατότητα των καλλιτεχνών ως πολιτική δύναμη η οποία μπορεί να οδηγήσει σε κοινωνικό και αστικό μετασχηματισμό και την απίθανη σχέση με τα με άλλα μέλη της δημιουργικής τάξης του Florida, όπως επιστήμονες, διευθυντές και δικηγόρους. Θέτει επίσης σειρά ερωτημάτων που αποδεικνύουν τις αδυναμίες όπως λέει της θεωρίας όπως: γιατί δεν χαρακτηρίζεται ως «δημιουργικό» το επάγγελμα π.χ. του πιλότου και για ποιο λόγο. (Ibid.: 5-8).

2. «Δημιουργική» Φινλανδία :Η περίπτωση Design District Helsinki

2.1 Η «Δημιουργικότητα» και πόλεις στον Ευρωπαϊκό χώρο

«Βασικός παράγοντας για τη μελλοντική οικονομική πρόοδο είναι η πλήρης ανάπτυξη των δυνατοτήτων καινοτομίας και δημιουργικότητας των Ευρωπαίων πολιτών με βάση τον ευρωπαϊκό πολιτισμό και την επιστημονική αριστεία» (Council of the European Union, 20/05/2008: 4-6).

Τα αστικά κέντρα κατείχαν πάντα σημαντική θέση στις θεωρίες και τις πολιτικές ανάπτυξης. Ως αποτέλεσμα, στο σύγχρονο περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από τη «νέα περιφερειακότητα», οι πόλεις αντιμετωπίζονται όχι μόνο ως πεδίο άσκησης των πολιτικών αλλά και ως μέσα που θα κινητοποιήσουν την αναπτυξιακή διαδικασία (Θωίδου και Φουτάκης, 2006: 29-30) . Από τη δεκαετία του 1980 το ενδιαφέρον της Ευρωπαϊκής Ένωσης να συμπεριλάβει στις πολιτικές της την διάσταση της αστικής ανάπτυξης είναι πλέον έκδηλο καθώς το μεγαλύτερο μέρος του ευρωπαϊκού πληθυσμού κατοικεί στον αστικό χώρο (Ανδρικοπούλου et al., 2007: 192). Στα μέσα της δεκαετίας του 1990 οι δράσεις για την αστική ανάπτυξη από τη διατοπική ισότητα¹⁶ περνούν σε οικονομικούς στόχους, όπως η ανταγωνιστικότητα και η προσέλκυση επενδύσεων. (Θωίδου και Φουτάκης, op.cit.: 27-28)

Τα δεδομένα που τίθενται από την παγκοσμιοποιημένη οικονομία και οι νέες μορφές ανταγωνισμού που προκαλούνται εντός της, θα οδηγήσουν το 2000 την Ε.Ε. στην υιοθέτηση της Στρατηγικής της Λισαβόνας. Η στρατηγική έχει σαν βασικό στόχο την δεκαετία 2000-2010 να γίνει η ανταγωνιστικότερη και δυναμικότερη οικονομία της γνώσης. Δίνεται έμφαση στην ανάπτυξη οικονομικών υποδομών, την ενίσχυση της καινοτομίας και την οικονομική μεταρρύθμιση των συστημάτων κοινωνικής προστασίας και εκπαίδευσης (Νικολακοπούλου-Στεφάνου, 2002: 105).

Οι νέες πολιτικές για τον αστικό χώρο «βασίζονται στον επαναπροσδιορισμό των πόλεων και των μητροπολιτικών περιοχών στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης του καπιταλισμού και εξειδικεύονται ανάλογα με τη θεώρηση των παραγόντων της χωρικής ανταγωνιστικότητας» (Θωίδου και Φουτάκης, op. cit.: 28). Ο εμφατικός χαρακτήρας της ανάπτυξης ενισχύεται καθώς οι οικονομικοί και κοινωνικοί μετασχηματισμοί του Ευρωπαϊκού οικοδομήματος λαμβάνουν χώρα σταδιακά μέσα

¹⁶ Η πολιτική συνοχής θεσμοθετείται το 1987 με την Ενιαία Ευρωπαϊκή Πράξη και στοχεύει στη μείωση των ανισοτήτων, προωθώντας την κοινωνική, οικονομική και εδαφική συνοχή, ώστε να επιτευχθεί βιώσιμη ανάπτυξη. Ομάδες στόχου είναι οι περιφέρειες που παρουσιάζουν υστέρηση προόδου, όπως συνέβη σε περιοχές με βιομηχανική παρακμή. Οι αστικές παρεμβάσεις, σύμφωνα με τους Γιαννάκου, Ανδρικοπούλου, Καυκαλά και Πιτσιάβα, διαχωρίζονται στις δράσεις στα πλαίσια της πολιτικής συνοχής, στα Αστικά Πιλοτικά Σχέδια και στην Κοινοτική Πρωτοβουλία URBAN (Ανδρικοπούλου et al., 2007:192-194).

σε ένα περιβάλλον οικονομικής κρίσης και ύφεσης. Η καινοτομία, αποτελεί το νέο πόλο οικονομικής ανάπτυξης και η δημιουργικότητα αναδεικνύεται σε μία από τις κινητήριες δυνάμεις οικονομικής και κοινωνικής ευημερίας¹⁷ (COM (2009) 295 Final: 3-10).

Τέλος, με επίκεντρο την πεποίθηση πως «η δημιουργία και η καινοτομία συμβάλλουν στη οικονομική ευμάρεια και την κοινωνική και ατομική ευδαιμονία», σε μια συμβολική κίνηση, η Ε.Ε. θα ανακηρύξει το 2009, σε «Ευρωπαϊκό Έτος Δημιουργικότητας και Καινοτομίας»¹⁸ (Euroopa, 10/2/2010).

¹⁷ Στην «έκτη έκθεση προόδου σχετικά με την οικονομική και κοινωνική συνοχή» του 2009, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, θα τονίσει την περιφερειακή διάσταση της δημιουργικότητας και της καινοτομίας και θα θέσει μια σειρά ζητημάτων αναφορικά με την ανάπτυξη του τοπικού ταλέντου, την προσέλκυση νέων ταλέντων και επισκεπτών στις «δημιουργικές» περιοχές καθώς και στα στοιχεία προσέλκυσης αυτών. Ενώ, θα δώσει έμφαση και στο ρόλο των νέων επιχειρήσεων αλλά και στη σημασία της συσχέτισης των υφιστάμενων με την έρευνα, την ανάπτυξη, και την τεχνολογία (COM (2009) 295 Final: 3-10).

¹⁸ Στις 16 Δεκεμβρίου του 2008 το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο της Ευρώπης με την Απόφαση Αρ. 1350/2008/EC υπογραμμίζουν πως «η Ευρώπη χρειάζεται να ενισχύσει την ικανότητα δημιουργικότητας και καινοτομίας για κοινωνικούς και οικονομικούς λόγους, προκειμένου να ανταποκριθεί αποτελεσματικά στην ανάπτυξη της κοινωνίας της γνώσης» και ορίζουν το 2009 ως «Ευρωπαϊκό Έτος Δημιουργικότητας και Καινοτομίας» (OJ L 348/1, 24/12/20: 115-117).

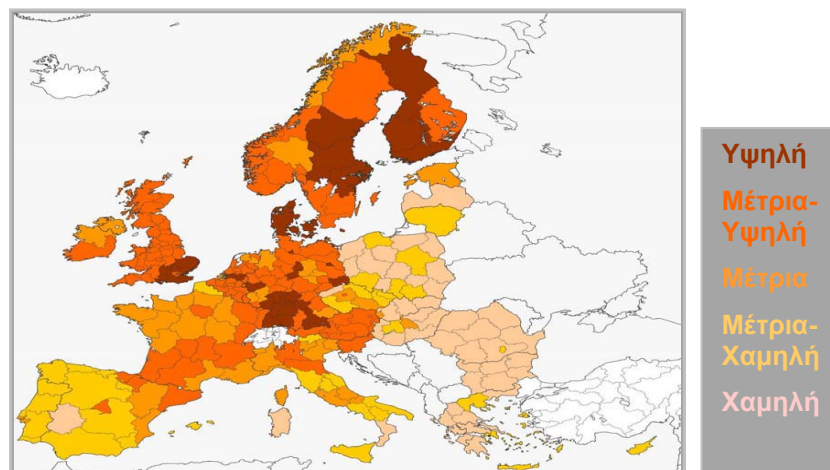
2.2 Το καινοτόμο παράδειγμα της Φινλανδίας

« Είναι αδύνατο να ανταγωνιστούμε το «μαζικό». Πρέπει να αναπτύξουμε κάτι εξαιρετικό! Το Ελσίνκι οφείλει να αναπτύξει κέντρα αριστείας, Η κυβέρνηση πρέπει να έχει την πρόθεση ανάληψης ρίσκου» (Research Director, Urban Facts Helsinki)¹⁹.

Στον Ευρωπαϊκό χώρο οι συνθήκες που εύνουν τη «δημιουργικότητα» και οι κρίσιμοι παράγοντες χωρικής συγκέντρωσης της «δημιουργικής τάξης», εμφανίζονται πρωτίστως στις πρωτεύουσες ή στον ευρύτερο μητροπολιτικό χώρο τους. Τα υψηλότερα ποσοστά συγκέντρωσης «δημιουργικών ατόμων» σημειώνονται στις χώρες της Benelux, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ιρλανδία και τη Σκανδιναβία (COM (2009), op.cit.: 6).

Η Φινλανδία (Χάρτης 1) ήταν από τις πρώτες χώρες, η οποία ανέπτυξε και εφάρμοσε στρατηγικές, για την οικονομία της γνώσης και την καινοτομία. Οι οικονομικές κρίσεις που σημειώθηκαν στη χώρα στις αρχές των δεκαετιών του 1980 και 1990, δεν λειτούργησαν περιοριστικά, άλλα αντιθέτως θεωρήθηκαν ευκαιρία για την ανάπτυξη του σχεδιασμού και την υλοποίηση των ανάλογων προγραμμάτων (Van den Berg et al., 2005: 130-131). Σήμερα, η Φινλανδία βρίσκεται στις πρώτες θέσεις των ευρωπαϊκών χωρών στην καινοτομία, τη «δημιουργικότητα» και την οικονομία της γνώσης (Regional Innovation Scoreboard, 2009: 3). Με γνώμονα τις συνεχείς αξιολογήσεις των αποτελεσμάτων, το θεσμικό σύστημα καινοτομίας της Φινλανδίας μεταρρυθμίζεται συνεχώς επαναπροσδιορίζοντας την στρατηγική και τους στόχους του²⁰ (OECD, 2012: 288).

Χάρτης 1: Καινοτομία στις Περιφέρειες της ΕΕ το 2006



Πηγή: Regional Innovation Scoreboard (RIS), 2009: 3.

¹⁹ Απόσπασμα συνέντευξης (Bontje and Musterd, 2009: 849).

²⁰ Η Φινλανδία στη βάση των αποτελεσμάτων της αξιολόγησης του θεσμικού πλαισίου της το 2009, με σκοπό τον επαναπροσδιορισμό της στρατηγικής και των στόχων του, αποφάσισε να δημιουργήσει ένα από τα καλύτερα συστήματα Επιστήμης, Τεχνολογίας και Βιομηχανίας του κόσμου μέχρι το 2015 (OECD, 2012: 288).

Αν και οι περισσότερες περιφέρειες της Φινλανδίας εμφανίζουν υψηλά ή μεσαία προς υψηλά επίπεδα καινοτομίας, η μητροπολιτική περιοχή του Ελσίνκι²¹ (Χάρτης 2) θεωρείται ένα από τα παγκόσμια κέντρα καινοτομίας (Καο, 2009: 1). Διατηρεί το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα, κυρίως λόγω των δραστηριοτήτων επιχειρήσεων ΤΠΕ, με περιπτώσεις σαν τη Nokia²² και τη Rovio²³ να αποτελούν τις ναυαρχίδες της φινλανδικής οικονομίας. Στο διάστημα 1996 - 2000, οι θέσεις εργασίας στην περιφέρεια του Ελσίνκι αυξήθηκαν κατά 44% στον τομέα της εκπαίδευσης, 40% στον τομέα των υπηρεσιών, 24% στον τομέα των τηλεπικοινωνιών και 20% στην κατασκευή ηλεκτρονικών (OECD, 2003: 162).

Χάρτης 2: Η Μητροπολιτική Περιοχή του Ελσίνκι



Πηγή: Hussein et al., 2006:1429

Παράλληλα με την αναπτυξιακή δυναμική που έδωσαν στην περιφέρεια, οι επιχειρήσεις ΤΠΕ, οι θεσμικοί φορείς έθεσαν το 2005 ευρύτερους στόχους²⁴ που σχετίζονται με την καινοτομία και την ανάπτυξη του μητροπολιτικού χώρου (Χάρτης 3). Σύμφωνα με ανακοίνωση της Συμβουλευτικής Επιτροπής για το μητροπολιτικό Ελσίνκι, το βασικό όραμα αφορά την δημιουργία ενός κέντρου παγκόσμιας κλάσης με δυναμική για τις επιχειρήσεις και την καινοτομία· ενώ μεγάλη έμφαση δίνεται στις υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, τις τέχνες, την επιστήμη και τα «δημιουργικά επαγγέλματα» (Helsinki Metropolitan Area Innovation Strategy, 2005: 5).

²¹ Το μητροπολιτικό Ελσίνκι περιλαμβάνει τις πόλεις Helsinki, Espoo, Kauniainen και Vantaa. Ο πληθυσμός το 2009 ήταν 1.022.139 κάτοικοι (City of Helsinki Urban Facts, 2009: 5-6).

²² Η NOKIA αποτέλεσε μία από τις βασικές επιχειρήσεις που συνέβαλλαν τη δεκαετία του 90 στην δημιουργία ενός δυναμικού ICT cluster (Wilenius, 2006: 48).

²³ Η Rovio, εταιρία στο χώρο των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, ιδρύθηκε το 2003 και έγινε ευρέως γνωστή με την έκδοση του ηλεκτρονικού παιχνιδιού Angry Birds. Απασχολεί 500 άτομα στη Φινλανδία και είχε το 2011 κύκλο εργασιών που άγγιξε τα 100 εκατομμύρια \$ (The Economist, 02/02/2013; Rovio, 2013).

²⁴ Η στρατηγική του μητροπολιτικού Ελσίνκι για την Καινοτομία στηρίζεται σε τέσσερις πυλώνες: 1. Βελτίωση της διεθνούς έκκλησης της έρευνας και της τεχνολογίας, 2. Ενίσχυση της γνώσης σε συστάδες (clusters) για τη δημιουργία κοινής ανάπτυξης σε «πλατφόρμες», 3. Μεταρρύθμιση και καινοτομίες στις δημόσιες υπηρεσίες και 4. Υποστήριξη για τις καινοτόμες δραστηριότητες (Helsinki Metropolitan Area Innovation Strategy, 2005: 4).

Χάρτης 3: Η Μητροπολιτική Περιοχή του Ελσίνκι



Πηγή: Hussein et al., 2006:1429

Η Φινλανδία, κατατάσσεται από τον Florida σε μια από τις υψηλότερες θέσεις μεταξύ των Ευρωπαϊκών χωρών με γνώμονα τις «δημιουργικές» δυνατότητες της. Συγκεκριμένα, εμφανίζει υψηλό επίπεδο συνολικής «δημιουργικής» ανταγωνιστικότητας, σημειώνει αύξηση των «δημιουργικών» δυνατοτήτων της, και βρίσκεται στην κορυφή των χωρών με βάση το ταλέντο (Talent Index). Αξιοσημείωτο είναι ότι το ποσοστό των εργαζομένων της «δημιουργικής οικονομίας» αγγίζει το 28,6 %. (Florida and Tingali, op.cit.: 6;13;16). Εντυπωσιακή συγκέντρωση «δημιουργικών επιχειρήσεων» λαμβάνει χώρα στην περιοχή του Design District, χαρακτηρίζοντας την ως μία από τις πιο «δημιουργικές» περιοχές του μητροπολιτικού Ελσίνκι.

2.3 To Design District Helsinki



«To Design District Helsinki είναι μία γειτονία και μια διανοητική κατάσταση. Είναι δημιουργικότητα, μοναδικότητα, εμπειρίες, design και Φιλανδική αστική κουλτούρα»

(Design District Helsinki, 2013a)

Το πρώτο μισό του 20ού αιώνα στα κέντρα των πόλεων κυριάρχησε ένα μοντέλο κατανάλωσης στα πλαίσια του οποίου εμφανίστηκαν πολυκαταστήματα προς ικανοποίηση της ζήτησης που προέρχονταν από τη μεσαία τάξη. Ωστόσο, τα υψηλότερης ποιότητας και αξίας προϊόντα που απευθύνονταν στα ανώτερα κοινωνικά στρώματα²⁵ ήταν συγκεντρωμένα σε συγκεκριμένες περιοχές του κέντρου. Στη μεταπολεμική περίοδο αναδύεται ένας νέος τύπος πολυτελών εμπορικών συνοικιών και απευθύνονται στη νέα ανώτερη μεσαία τάξη. Τα ενδύματα, αξεσουάρ υψηλής αισθητικής και καλλυντικά παίρνουν την παλαιότερη πρωτοκαθεδρία των κοσμημάτων και των ειδών πολυτελείας που αφορούσαν τις παραδοσιακά ανώτερες τάξεις. Τέτοιου είδους δρόμοι και γειτονιές βρίσκονται πλέον σε όλο τη κόσμο από το Σαν Φραντσίσκο και το Σύδνεϋ μέχρι τη Βαρκελώνη και το Ελσίνκι (Koskinen, 2007:2-3; 2009: 3-4).

Τα τελευταία είκοσι χρόνια, τα design districts εμφανίζονται σε αρκετές πόλεις και είναι διακριτά κυρίως λόγω του πληθυσμού και του είδους των επιχειρήσεων που συγκεντρώνουν. Εξειδικεύονται στην παραγωγή και πώληση προϊόντων των οποίων η αξία και η λιανική τιμή καθορίζονται με βάση τη σημειωτική τους ιδιότητα. Στον πυρήνα των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων βρίσκονται τα καταστήματα τέχνης, design, μόδας, τα οποία «ενώνονται» κάτω από διακριτικά «σημάδια» (logos) ώστε να ξεχωρίσουν από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις (Koskinen, 2007: 1-2). Οι επιχειρηματίες και απασχολούμενοι των περιοχών αυτών ανήκουν στη «δημιουργική τάξη», ενώ οι ίδιες οι επιχειρήσεις εντάσσονται στον τομέα της «δημιουργικής οικονομίας» (Hutton, 2004: 106). Σε πολλές περιπτώσεις παράλληλα με τα design districts και προκειμένου να συντονιστεί η δράση και προβολή τους, προς εξασφάλιση της βιωσιμότητας και περαιτέρω ανάπτυξή τους, αναπτύσσεται σειρά οργανισμών και εφαρμόζονται προγράμματα δημοσίων παρεμβάσεων. Ως αποτέλεσμα, τα design districts να αποτελούν ορόσημο της πόλης στην οποία βρίσκονται (Koskinen, op.cit.).

²⁵ Μερικοί από αυτούς τους δρόμους έχουν υπάρξει για αιώνες έχουν συνήθως τις ρίζες τους στις βασιλικές αυλές και στην αριστοκρατική κατανάλωση στην Ευρώπη, ή στις καπιταλιστικές ισοδύναμα τους κοινωνίες στη Βόρεια Αμερική (Koskinen, 2007: 2-3).

Χάρτης 4: Design District Helsinki



Πηγή: Design District Helsinki, 2013c

Στους 25 δρόμους που αποτελούν την περιοχή, συγκεντρώνονται 200 περίπου επιχειρήσεις της «δημιουργικής βιομηχανίας».²⁸ Σημειακό κέντρο του Design District αποτελεί το πάρκο Diana, όμως η ανάπτυξη του προσδιορίζεται από τη δυναμική των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται εντός του. Σήμερα η περιοχή (Χάρτης 5) περιλαμβάνει τις συνοικίες²⁹ Punavuori, Kaartinkaupunki, Ullanlinna και Kamppi, ενώ αναπτύσσεται δυναμικά και προς το θαλάσσιο μέτωπο της πόλης (Design District Helsinki, 2013a; 2013b).

Το 1875 ιδρύεται στη Φινλανδία ο εθνικός φορέας προώθησης του εγχώριου design, το σημερινό Design Forum Finland²⁶. Η δραστηριοποίηση και δυναμική της κεντρικής αυτής κρατικής δομής έπεξε καταλλητικό ρόλο στην δημιουργία και ανάπτυξη του Design District Helsinki²⁷ (Χάρτης 4), το οποίο ιδρύθηκε το 2005 στα πλαίσια των δράσεων για τον εορτασμό του «Φινλανδικού Έτους Design» (Koskinen, *op.cit.*: 5-6 ; Design Forum Finland, 09/09/2009).

Χάρτης 5: Design District Helsinki



Πηγή: The Design Sheppard, 2011

²⁶ Το Design Forum Finland αποτελεί τον εθνικό φορέα προώθησης του Φινλανδικού design. Ιδρύθηκε το 1875 ως Finnish Society of Crafts and Design και πήρε το σημερινό του όνομα το 1980. Αρχές του 2000 θα μεταφέρει την έδρα του στο κέντρο του Ελσίνκι και η μετεγκατάσταση αυτή θα είναι ουσιαστικά το εφελτήριο της δημιουργίας του Design District (*Ibid.*: 5-6; Design Forum Finland, 09/09/2009).

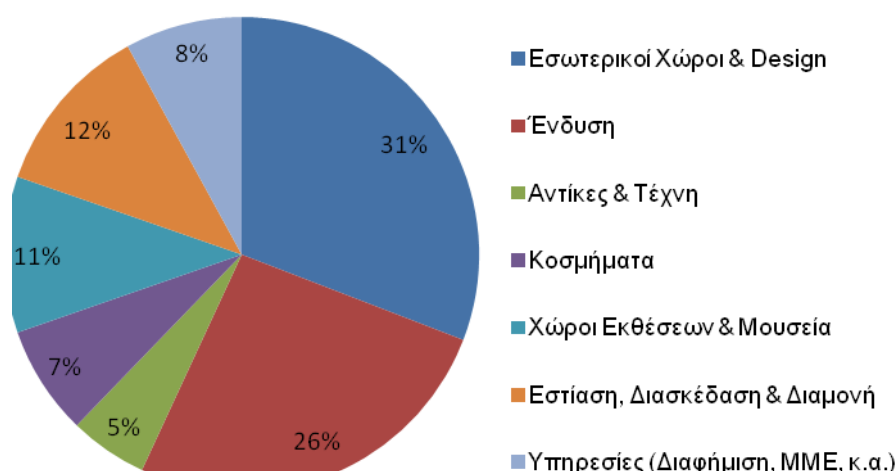
²⁷ Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο Design District συνιστούν την Ένωση Design District Helsinki η οποία λειτουργεί ως μη-κερδοσκοπικός οργανισμός και οι πόροι της προέρχονται από τις εισφορές των μελών της. Για τις μικρές επιχειρήσεις οι ετήσιες εισφορές ανέρχονται σε 120 € ενώ για τις μεγαλύτερες σε 550 €. Οι αποφάσεις λαμβάνονται από το συμβούλιο του, έναν εκτελεστικό διευθυντή και οργανισμό Design Forum Finland. (Koskinen, *op.cit.*: 5, Design Forum Finland, 09/11/2005)

²⁸ Το 2005 τα μέλη της ένωσης ήταν 60 και το 2007 ανήλθαν στα 130, ενώ σήμερα έχουν φτάσει τα 188 (Koskinen, *op.cit.*:5; Design District Helsinki, 2013c).

²⁹ Στις περιοχές κατοικούσαν παλιότερα μέλη της εργατικής τάξης. Όταν κάποια στιγμή παρήκμασαν περίπου το 1960 εφαρμόστηκαν πολιτικές εξευγενισμού (Koskinen, *op.cit.*: 8-9). Μετά τις παρεμβάσεις σε πολλά σημεία ξεκίνησε η συγκεντρωση επιχειρηματικής δραστηριότητας σχετικής με την τέχνη ήδη από το 1980 και 1990 (Koskinen, 2002: 16).

Η πλειονότητα των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην περιοχή, αφορούν το design (αρχιτεκτονικά, δημιουργικά γραφεία, σχεδιασμό και παραγωγή αντικειμένων, επίπλων, τέχνης, ένδυσης, υπόδησης, κοσμημάτων, κ.ά.). Παράλληλα αναπτύσσονται στην περιοχή γκαλερί, εκθεσιακοί χώροι, χώροι εστίασης, ψυχαγωγίας και ξενοδοχεία που χαρακτηρίζονται από υψηλή αισθητική και ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών και ποιότητας (Διάγραμμα 1). Εκεί βρίσκονται και τρία σημαντικά μουσεία: το Μουσείο Design, το Μουσείο Αρχιτεκτονικής και το Μουσείο Ιστορίας του Φινλανδικού τύπου. (Design District Helsinki, 2013c).

Διάγραμμα 1: Τομείς Δημιουργικών Βιομηχανιών στο Design District Helsinki



Πηγή: Design District Helsinki, 2013c

Το Design District Helsinki, με τη συνδρομή της τοπικής αυτοδιοίκησης και άλλων φορέων³⁰, καταφέρνει να αξιοποιεί την επιχειρηματική του δυναμική, την καινοτομία, και το δημόσιο χώρο³¹, ως μέσο προσέλκυσης των κατοίκων και επισκεπτών της πόλης. Μέσα από εκδηλώσεις όπως οι «Helsinki Design Week», «The Night of the Arts», «Late Night Shopping», τα street parties και τα διάφορα events, αναδεικνύεται σε σημαντικό παράγοντα τοπικής ανάπτυξης συμβάλλοντας ενεργά στην ενίσχυση του πολιτιστικού τουρισμού της πόλης. (Koskinen op.cit.: 4; Hospers, op.cit.; Design Forum Finland, 09/11/2005).

³⁰ Οι δραστηριότητες σχεδιάζονται σε στενή συνεργασία με τοπικούς φορείς και οργανισμούς όπως οι Helsinki City Tourist & Convention Bureau, Helsinki Expert, The Finnish Tourist Board κ.α. (Design Forum Finland, 09/11/2005).

³¹ Το Design District Helsinki συνέβαλε στην ανάπτυξη του πάρκου Diana που βρίσκεται στο κέντρο της περιοχής. Επίσης, έχει κάνει προτάσεις στην τοπική αυτοδιοίκηση για τον εξωραϊσμό και τον φωτισμό των δρόμων που αναπτύσσεται (Koskinen, 2007: 11-12).

Τέλος, ενδεικτικά αναφέρεται ότι στη διάρκεια του 2012 που το Ελσίνκι ανακηρύχτηκε «World Design Capital» (WDC), το μητροπολιτικό Ελσίνκι επισκέφθηκαν 2,5 εκατομμύρια άνθρωποι και πλήθος επισκεπτών εισέρευσε στο Design District. Παράλληλα, η «δημιουργική βιομηχανία» του design αποτέλεσε θέμα δημοσιευμάτων του παγκόσμιου τύπου (Monocle, 2011; 2012), επανατοποθετώντας έτσι την πόλη στον παγκόσμιο χάρτη. Στην έκθεση αποτελεσμάτων του WDC Helsinki 2012 αναφέρεται ότι το Φινλανδικό κράτος στήριξε τη διοργάνωση καθώς διέκρινε τη συμπληρωματικότητά της στην εθνική οικονομία και καινοτομία³² (WDC Helsinki 2012, 20/03/2013: 2).

³² Το Φινλανδικό κράτος συμμετείχε στη διοργάνωση του WDC Helsinki 2012, μέσω του Υπουργείου Εργασίας και Οικονομίας και του Υπουργείου Παιδείας και Πολιτισμού, δαπανώντας το ποσό των 5 εκατομμυρίων € (WDC Helsinki 2012 Final Report, 20/03/2013: 7).

3. Αντί Επιλόγου

Design District Helsinki: ένα νέο success story?

Η προσπάθεια αξιολόγησης του Design District Helsinki προϋποθέτει τη εξέταση των παραμέτρων που συνιστούν το συγκείμενο εντός του οποίου αναπτύσσεται. Τα αποτελέσματα που εμφανίζονται στο 2013 είναι απόρροια μιας στρατηγικής σχεδιασμού ανάπτυξης που για τη Φινλανδία ξεκινά τουλάχιστον από 1875 με την ίδρυση του εθνικού φορέα design. Μια κίνηση που σηματοδοτεί τη θέση που το design κατέχει στην καθημερινή ζωή της φινλανδικής κοινωνίας.

Σε μία πρώτη ανάγνωση, το Design District αναβάθμισε παραπάνω τις συνοικίες στις οποίες αναπτύχθηκε, προσέλκυσε, τα «δημιουργικά άτομα» και τις «δημιουργικές επιχειρήσεις» του τομέα του design, σημειώνοντας αυξητικές τάσεις στην εν λόγω συγκέντρωση (Koskinen, op.cit.: 5-6; Design District Helsinki, 2013c). Σημαντική καθίσταται και η συμβολή της περιοχής στην διεκδίκηση και ανακήρυξη του Ελσίνκι σε «World Design Capital». Παράλληλα και η ίδια η διοργάνωση λειτούργησε θετικά τόσο στην κατάταξη του Ελσίνκι στις πρώτες θέσεις των παγκόσμιων «δημιουργικών πόλεων», όσο και στην περαιτέρω ανάπτυξη της ήδη υψηλά ανταγωνιστικής «δημιουργικής βιομηχανίας» της περιοχής. Αξίζει να σημειωθεί πως στη διοργάνωση συμμετείχαν 290 φορείς με συνολικό αριθμό προσωπικού τα 14.500 άτομα (City of Helsinki, 20/03/2013).

Σε ένα περιβάλλον οικονομικής κρίσης και αβεβαιότητας, η περίπτωση του Design District μπορεί να λειτουργήσει παραδειγματικά. Ευρήματα ερευνών δείχνουν ότι, οι κλάδοι της «δημιουργικής οικονομίας» επιβιώνουν λόγω του εγγενούς δυναμισμού σε σχέση με άλλους τομείς της οικονομίας (De Propriis, 2013: 26). και οι εργαζόμενοι σε αυτούς αποδεικνύονται λιγότερο ευάλωτοι εμφανίζοντας μικρότερο κίνδυνο ανεργίας (Gabe et al., 2013: 50-51; Currid-Halkett and Stolarick, 2013: 66-68) Κατά την περίοδο της ύφεσης του '90 στη Φινλανδία, ο τομέας των ΤΠΕ, της διαφήμισης, των νομικών υπηρεσιών που αποτελούν μέρος της «δημιουργικής οικονομίας» του Florida, αποτέλεσαν τη βάση της «νέας οικονομίας», δίνοντας μαζί με την στήριξη του κοινωνικού κράτους μια επιπλέον διέξοδο από την κρίση (Vaattovaara and Kortteinen 2003: 2134; Vanolo, 2008: 233).

Η δυναμική του Design District δεν μπορεί να αποδοθεί μόνο στην συγκέντρωση της «δημιουργικής τάξης» και των «δημιουργικών βιομηχανιών». Η στήριξη και συμμετοχή τοπικών φορέων, κεντρικού κράτους και το θεσμικό πλαίσιο αναδεικνύονται σε σημαντικότερους παράγοντες ρύθμισης. Σύμφωνα με την

Vinodrai, η δυναμική της «δημιουργικής εργασίας» μπορεί εκ πρώτης να φαίνεται παρόμοια σε διάφορα γεωγραφικές περιοχές όμως εν τέλει διαμορφώνεται σε μεγάλο βαθμό από το θεσμικό πλαίσιο του κράτους εντός του οποίου λαμβάνει χώρα (Vinodrai, 2013: 172-173). Πολλά από τα προγράμματα του Design District χρηματοδοτούνται από κρατικούς φορείς και οργανισμούς της τοπικής αυτοδιοίκησης (Koskinen, op.cit.: 18), καθώς το «σκανδιναβικό μοντέλο» λειτουργεί προστατευτικά με διαφορετική λογική επενδύσεων (Greve, 2007: 45-46). Η δημιουργική ανάπτυξη στον μητροπολιτικό χώρο βασίστηκε τόσο στην επίδραση των επιχειρήσεων του κλάδου ΤΠΕ όσο και στις συνδέσεις με τους φορείς εκπαίδευσης, έρευνας και ανάπτυξης της περιοχής (Vaattovaara and Kortteinen, op. cit.; Inkinen and Vaattovaara, 2007: 61). Το Φινλανδικό κράτος ακόμα και στα χρόνια της βαθιάς του ύφεσης (1992-1994) επένδυε το 10,2% του κρατικού προϋπολογισμού στην εκπαίδευση, ποσοστό που ένα από τα υψηλότερα των χωρών του ΟΟΣΑ (UNESCO, 2000).

Στην περίπτωση της Φινλανδίας εμφανίζεται μια αντιστροφή της ροής της «δημιουργικής τάξης» που περιγράφει ο Florida. Η χώρα είναι απομακρυσμένη και δεν καταφέρνει να προσελκύσει μεγάλα ποσοστά της παγκόσμιας «δημιουργικής τάξης» (Bontje and Musterd, op. cit.: 848). Έτσι, σε μια προσπάθεια εξωτερίκευσης, το «τοπικό» γίνεται παγκόσμιο γεγονός και η φυσική ανάγκη των Φινλανδών για design ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Σύμφωνα με τη δήλωση του Φινλανδού πρωθυπουργού Matti Vanhanen το 2005, «η Φινλανδία...χρειάζεται νέα *success stories* και το *design* αποτελεί το όχημα για την επιτυχία στον παγκόσμιο ανταγωνισμό» (Helsinki News, March 2005: 4).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

Ανδρικοπούλου, Ε. et al., (2007). *Πόλη και Πολεοδομικές Πρακτικές για τη Βιώσιμη Αστική Ανάπτυξη*, Αθήνα: Κριτική.

Θωίδου, Ε. και Φουτάκης, Δ., (2006). Μητροπολιτική Θεσσαλονίκη και Αστική Ανταγωνιστικότητα. Προγραμματισμός, Μετασχηματισμός και Υλοποίηση ενός 'Οράματος' για την Πόλη», *Γεωγραφίες*, 12, σσ. 25-46.

Νικολακοπούλου-Στεφάνου, Η., (2002). *Η Κοινωνική Ευρώπη. Ελλείμματα και Προοπτικές*, Αθήνα: Ι. Σιδέρης.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Atkinson, R. and Easthope, H., (2009). The Consequences of the Creative Class: The Pursuit of Creativity Strategies in Australia's Cities, *International Journal of Urban and Regional Research*, 33 (1), pp.64–79.

Bontje, M. and Musterd, S., (2009). Creative Industries, Creative Class and Competitiveness: Expert Opinions Critically Appraised, *Geoforum*, 40, pp. 843–852.

Cai, J.D. et al., (2009). REM, Not Incubation, Improves Creativity, *Priming Associative Networks*, pp.1-5, διαθέσιμο στο <<http://www.pnas.org/content/early/2009/06/05/09002711106.full.pdf+html>>, τ.ε. 12/4/2013.

Chatterton, P., (2000). Will the Real Creative City Please Stand up?, *City*, 4(3), pp. 390-397, διαθέσιμο στο <<http://www.paulchatterton.com/wp-content/uploads/2009/05/chatterton-creative-city-stand-up.pdf>>, τ.ε. 08/04/2013.

City of Helsinki Urban Facts, (2009), The State of Helsinki Region 2009: European Comparisons, στο *City of Helsinki*, διαθέσιμο στο <http://www.hel.fi/hel2/tietokeskus/julkaisut/pdf/09_09_01_state_of_helsinki_region.pdf>, τ.ε. 15/04/2013.

City of Helsinki, (20/03/2013). Helsinki as World Design Capital 2012 Achieved Goals and Grew Larger than Planned, στο *City of Helsinki*, διαθέσιμο στο <<http://www.hel.fi/hki/helsinki/en/current/wdc-reports>>, τ.ε. 15/04/2013.

Commission of the European Communities, (25 June 2009). COM(2009) 295 Final: Report from the Commission to the European Parliament and the Council Sixth Progress Report on Economic and Social Cohesion {SEC(2009) 828 Final}, στο *Europa*, διαθέσιμο στο <http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/reports/interim6/com_2009_295_en.pdf>, τ.ε. 10/04/2013,

Council of the European Union, (20 May 2008). 7652/1/08 Rev 1: European Council Presidency Conclusions, Brussels 13/14 March 2008, στο *Europa*, διαθέσιμο στο <<http://register.consilium.europa.eu/pdf/en/08/st07/st07652-re01.en08.pdf>>. τ.ε. 19/04/2013.

Csikszentmihalyi, M., (1997). *Creativity - Flow and the Psychology of Discovery and Invention*, pp.1-12., διαθέσιμο στο <<http://www.harpercollins.com/browseinside/index.aspx?isbn13=9780060928209>>, τ.ε. 08/04/2013.

- Currid-Halkett, E. and Stolarick, K., (2013). Baptism by Fire: Did the Creative Class Generate Economic Growth During the Crisis?, *Cambridge Journal of Regions Economy and Society*, 6 (1), pp. 55-69.
- De Propriis, L., (2013). How Are Creative Industries Weathering the Crisis?, *Cambridge Journal of Regions Economy and Society*, 6 (1), pp. 23-35.
- Design District Helsinki, (2013a). Design District Helsinki: Press Release Winter 2013, στο *Design District*, διαθέσιμο στο <<http://www.designdistrict.fi/design-district/press-releases>>, τ.ε. 05/04/2013.
- Design District Helsinki, (2013b). Design District is Shopping in Helsinki, στο *Design District*, διαθέσιμο στο <<http://www.designdistrict.fi/design-district> >, τ.ε. 05/04/2013.
- Design District Helsinki, (2013c). Design District Map, στο *Design District*, διαθέσιμο στο <http://www.designdistrict.fi/files/district/pdf/DDH_netikartta.pdf>, τ.ε. 05/04/2013.
- Design Forum Finland, (09/09/2009). Design Forum Finland: History, στο *Design Forum Finland*, διαθέσιμο στο <<http://www.designforum.fi/history>>, τ.ε. 06/04/2013.
- Design Forum Finland, (09/11/2005). Design District Helsinki, in *Design Forum Finland*, retrieved on 10/04/2013, <http://www.designforum.fi/designdistrict_en>.
- Europa (12/02/2010). European Year of Creativity and Innovation 2009: About the Year, στο *Europa*, διαθέσιμο στο <http://create2009.europa.eu/about_the_year.html>, τ.ε. 09/04/2013.
- European Parliament and the Council (16 December 2008). OJ L 348/1, 24/12/20: Decision No 1350/2008/EC Concerning the European Year of Creativity and Innovation (2009), στο *Europa*, διαθέσιμο στο <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:348:0115:0117:EN:PDF>>, τ.ε. 10/04/2013.
- Florida, R. and Mellander, C., (2007). *The Creative Class or Human Capital? - Explaining Regional Development in Sweden*, *CESIS Electronic Working Paper Series*, (79), διαθέσιμο στο <<http://www.infra.kth.se/cesis/documents/WP79.pdf>>, τ.ε. 01/04/2013.
- Florida, R. and Tinagli, I. (2004). Europe in the Creative Age, στο *Demos*, διαθέσιμο στο <<http://www.demos.co.uk/publications/creativeeurope>>, τ.ε. 08/04/2013.
- Florida, R. et al., (2006). The University and the Creative Economy, στο *Creative Class Group*, διαθέσιμο στο <<http://www.creativeclass.org/rfcgdb/articles/University%20For%20City%20and%20Community%204.pdf> >, τ.ε. 08/04/2013.
- Florida, R., (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York: Perseus Book Group
- Florida, R., (2005). *Cities and the Creative Class*, London and New York: Routledge.
- Florida, R., Mellander, C., and Stolarick, K., (2007). Inside the Black Box of Regional Development: Human Capital, the Creative Class and Tolerance, *Journal of Economic Geography*, 8, (5), pp. 615-649.
- Gabe, T. et al., (2013). The Creative Class and the Crisis, *Cambridge Journal of Regions Economy and Society*, 6 (1), pp. 37-53.

- Glaeser, E.L., (2005). Review of Richard Florida's 'The rise of the creative class', *Regional Science and Urban Economics*, 35 (5), pp. 593–596.
- Greve, B., (2007). What Characterizes the Nordic Welfare State Model, *Journal of Social Sciences*, 3 (2), pp. 43-51.
- Helsinki Metropolitan Area Innovation Strategy, (2005), στο *Helsinki Region*, διαθέσιμο στο <http://www.hel.fi/hel2/Helsinginseutu/Pks/PKS_InnovationStrategy_011009.pdf>, τ.ε. 11/04/2013.
- Hospers, G.J. , (2010). Lynch's The Image of the City after 50 Years: City Marketing Lessons from an Urban Planning Classic, *European Planning Studies*, 18 (12), pp. 2073-2081.
- Hussein, T. et al., (2006). Meteorological Dependence of Size-Fractionated Number Concentrations of Urban Aerosol Particles, *Atmospheric Environment*, 40 (8), pp. 1427–1440.
- Hutton, T.A., (2004). The New Economy of the Inner City, *Cities*, 21 (2), pp. 89-1.
- Inkinen, T. and Vaattovaara, M., (2007). Technology and Knowledge-Based Development. Helsinki Metropolitan Area as a Creative Region., ACRE Report 2.5 - University of Amsterdam, στο *ACRE*, διαθέσιμο στο http://acre.socsci.uva.nl/results/documents/WP2.5Helsinki_FINAL.pdf >, τ.ε. 12/04/2013.
- Kao, J., (2009). Tapping the World's Innovation Hot Spots, *Harvard Business Review*, March 2009, pp. 1-8.
- Koskinen, I., (2002). Semiotic Neighborhoods: The Case of Helsinki", στο *National Consumer Research Centre* (Kuluttajatutkimuskeskus), pp. 1-25, διαθέσιμο στο <<http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/4456/TYOSELOSTE-73-semioticneighborhoods.pdf>>, τ.ε. 11/04/2013.
- Koskinen, I., (2009). Design Districts, *Design Issues*, 25 (4), pp. 3-12.
- Koskinen, I., (2007). Avenues of Art and Design: How Design Districts Work, Abstract for the International Association for Semiotic Studies-IASS-AIS World Congress, Helsinki/Imatra, June 11-16 2007, pp. 1-23, στο *Aalto University* (Aalto Yliopisto), διαθέσιμο στο <http://www2.uiah.fi/~ikoskine/recentpapers/semiotic_neighborhoods/IASS_Koskinen_v10.pdf>, τ.ε. 11/04/2013.
- Landry, C., (2000). *The Creative City: a Toolkit for Urban Innovators*, London: Earthscan Publications.
- Landry, C., (2006). Lineages of the Creative City, *Research Journal for Creative Cities*, 1 (1), pp. 15-23, διαθέσιμο στο <<http://charleslandry.com/resources-downloads/documents-for-download/>> τ.ε. 06/04/2013.
- Marlet, G. and Van Woerkens, C., (2004). Skills and Creativity in a Cross-section of Dutch Cities, Discussion Paper Series 04-29, στο *Tjalling C. Koopmans Research Institute*, διαθέσιμο στο <<http://igitur-archive.library.uu.nl/USE/2005-1129-200137/04-29.pdf>>, τ.ε. 13/04/2013.
- Merkusen, A., (2006). Urban Development and the Politics of a Creative Class: Evidence from the Study of Artists, *Environment and Planning A*, 38 (10), pp. 1921-1940.
- Mommaas, H., (2004). Cultural Clusters and the Post-industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy, *Urban Studies*, 41 (3), pp. 507–532.

- OECD, (2003). OECD Territorial Reviews: Helsinki Finland, στο *OECD*, διαθέσιμο στο <http://www.oecd-ilibrary.org/fr/urban-rural-and-regional-development/oecd-territorial-reviews-helsinki-finland-2003_9789264199620-en;jsessionid=deef3p3f9fcpg.delta>, τ.ε. 12/04/2013.
- OECD, (2012). OECD Science, Technology and Industry Outlook, στο *OECD*, διαθέσιμο στο <<http://www.oecd.org/finland/sti-outlook-2012-finland.pdf>>, προσπελάστηκε στις 16/04/2013.
- Peck, J., (2005). Struggling with the Creative Class, *International Journal of Urban and Regional Research*, 29 (4), pp. 740-770.
- Porter, E.M., (1990). The Competitive Advantage of Nations, *Harvard Business Review*, March-April 1990, pp. 71-91.
- Putnam, R.D., (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital, *Journal of Democracy*, January 1995, pp. 65-78.
- Regional Innovation Scoreboard (RIS), (2009), στο *Proinno –Europe*, διαθέσιμο στο <http://www.proinnoeurope.eu/sites/default/files/page/10/03/RIS_2009-Regional_Innovation_Scoreboard.pdf>, τ.ε. 12/04/2013.
- Rovio,(2013). Rovio Company: Who We Are, στο *Rovio*, διαθέσιμο στο <<http://www.rovio.com/en/about-us/Company>>, τ.ε. 17/04/2013.
- Scott, A.J., (2006), Creative cities: Conceptual Issues and Policy Questions, *Journal of Urban Affairs*, 28(1), pp. 1–17.
- Trip, J., (2007). Assessing Quality of Place: A Comparative Analysis of Amsterdam and Rotterdam, *Journal of Urban Affairs*, 29 (5), pp. 501–517.
- UNCTAD, (2006). Culture and Development: Strategies of the ACP Group Second Meeting of the Ministers of Culture of the African, Caribbean and Pacific (ACP), στο *ACP-CULTURES.EU*, διαθέσιμο στο <http://www.acpcultures.eu/pdf/STRATEGIES_ACP_en.pdf>, τ.ε. 17/04/2013.
- UNCTAD, (2008). Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy Making, στο *UNCTAD*, διαθέσιμο στο <http://unctad.org/fr/Docs/ditc20082cer_en.pdf>, τ.ε. 17/04/2013.
- UNESCO, (2000). The EFA 2000 Assessment: Country Reports Finland, στο *UNESCO : Homepage of the World Education Forum*, διαθέσιμο στο <http://www.unesco.org/education/wef/countryreports/finland/rapport_1.html>, τ.ε. 12/04/2013.
- UNESCO, (2005). A Study on Creativity Index, στο *UNESCO*, διαθέσιμο στο <<http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/Hui.pdf>> τ.ε. 17/4/2013>, τ.ε. 16/04/2013.
- Vaattovaara, M. and Kortteinen, M., (2003). Beyond Polarisation versus Professionalisation? A Case Study of the Development of the Helsinki Region, Finland, *Urban Studies*, 40 (11), pp. 2127 – 2145.
- Van den Berg, L. et al., (2005). European cities in the Knowledge Economy, Aldershot: Euricur –Ashgate.
- Vanolo, A., (2008). Internationalization in the Helsinki Metropolitan Area: Images, Discourses and Metaphors, *European Planning Studies*, 16 (2), pp. 229-252.

Vinodrai, T., (2013). Design in a Downturn? Creative Work, Labour Market Dynamics and Institutions in Comparative Perspective. *Cambridge Journal of Regions Economy and Society*, 6 (1), pp. 159-176.

WDC Helsinki 2012, (20/03/2013). Summary of the World Design Capital Helsinki 2012 Final Report, pp. 1-7, στο *City of Helsinki*, διαθέσιμο στο <<http://www.hel.fi/static/helsinki/wdc/WDC-summary-en.pdf>>, τ.ε. 15/04/2013.

Wilenius, M., (2006). Cultural Competence in the Business World: A Finnish Perspective, *Journal of Business Strategy*, 27 (4), pp. 43-49.

Περιοδικός Τύπος

Helsinki News, (March 2005). Finnish National Importance of Design, στο *City of Helsinki*, διαθέσιμο στο <http://www.hel.fi/wps/wcm/connect/1e5564004a152ab7b32af7b546fc4d01/HelsinkiNews_march_05.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=1e5564004a152ab7b32af7b546fc4d01>, τ.ε. 15/04/2013.

Macdonald, H., (2012). Helsinki: A Monocle City Survey, *MONOCLE*, 6 (53), May 2012, pp. 99-120.

Morris, T. and Hill, D., (2011). The Top 25 Most Livable Cities, *MONOCLE*, 5 (45), July - August 2011, pp.21-36.

Panorama Inforegio, (2009). Creativity and Innovation. Driving Competitiveness in the Regions, τεύχος 29 (ελληνική έκδοση), στο *Euroopa*, διαθέσιμο στο <http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/panorama/pdf/mag29/mag29_el.pdf>, τ.ε. 12/04/2013.

The Economist, (02/02/2013). If Doubt, Innovate, στο *The Economist* (ηλεκτρονική έκδοση), διαθέσιμο στο <<http://www.economist.com/news/special-report/21570834-nordic-region-becoming-hothouse-entrepreneurship-if-doubt-innovate>>, τ.ε. 15/04/2013.

Διαδικτυακοί Τόποι

Comedia, διαθέσιμο στο <<http://www.comedia.org.uk/>>, τ.ε. 07/04/2013.

Creative Class Group, διαθέσιμο στο <<http://www.creativeclass.com/>>, τ.ε. 07/04/2013.

The Design Sheppard, διαθέσιμο στο <<http://www.thedesignsheppard.com/tag/helsinki-design-district>>, τ.ε. 12/04/2013.