

## Γεωγραφίες

Αρ. 28 (2016)

Γεωγραφίες, Τεύχος 28, 2016



### ΝΕΕΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΕΣ ΤΗΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ: ΑΠΟ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΚΟΛΕΚΤΙΒΟΠΟΙΗΣΗ

*Βασίλης Αυδίκος*

# ΝΕΕΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΕΣ ΤΗΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ: ΑΠΟ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΚΟΛΕΚΤΙΒΟΠΟΙΗΣΗ

**Βασίλης Αυδίκος<sup>1</sup>**

## Περίληψη

Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά γνωρίσματα των δημιουργικών βιομηχανιών είναι τα υψηλά επίπεδα εργασιακής επισφάλειας, τόσο για τους μισθωτούς εργαζόμενους όσο και για τους ελεύθερους επαγγελματίες. Το άρθρο αναλύει την ανάπτυξη των ευέλικτων και επισφαλών συνθηκών εργασίας στη δημιουργική οικονομία και προβάλλει το παράδειγμα των τρίτων τόπων (συνεργατικοί χώροι εργασίας) ως ένα αντίδοτο στις παραπάνω συνθήκες. Μέσα από ανώνυμες προσωπικές συνεντεύξεις εργαζομένων σε τέσσερα συνεργατικά γραφεία αναλύονται οι λόγοι για τους οποίους ελεύθεροι επαγγελματίες στη δημιουργική οικονομία επιλέγουν την εργασία σε συνεργατικά γραφεία, καθώς και τις οικονομίες κλίμακας που αναπτύσσονται εκεί. Επίσης, το άρθρο αναλύει τον τρόπο οργάνωσης των συνεργατικών γραφείων στο εσωτερικό τους και με βάση αυτό προχωρά στον διαχωρισμό των σχέσεων που αναπτύσσονται στα συνεργατικά γραφεία, οι οποίες μπορούν να εκτείνονται από την απλή συστέγαση των συν-εργαζόμενων μέχρι και την κολεκτιβοποίηση του μεγαλύτερου μέρους της εργασίας σε αυτά.

## New geographies of creative labour in the period of economic crisis: from collaboration to collectivism

Vasilis Avdikos

## Abstract

One of the main features of creative industries is the high levels of job insecurity for both waged labour and self-employed. The paper analyzes the development of flexible and precarious working conditions in the creative economy and shows in what ways the example of third places (coworking spaces) can act as antidote to the precarious conditions. Through personal anonymous interviews with employees in four coworking offices, it analyzes the reasons why freelancers in the creative economy choose to work in coworking offices and in what ways do economies of scale develop in such places. The article also analyzes the everyday organization of coworking offices and on that basis, the paper develops a typology of coworking relations, which can range from the simple co-location and collaboration of co-workers up to the collectivization of most of the work.

## Εισαγωγή<sup>2</sup>

Οι δημιουργικές και πολιτιστικές βιομηχανίες θεωρούνται από τους πιο επισφαλείς τομείς της οικονομίας, όσον αφορά την εργασία και τις εργασιακές συνθήκες, κύρια για αυτούς που απασχολούνται ως ελεύθεροι επαγγελματίες, καθώς η φύση της εργασίας (εργοληπτικές συμφωνίες), οι συνθήκες εργασίας (πολλές ώρες εργασίας με μικρές αποδοχές, μεγάλοι περίοδοι ανεργίας κ.ά.) και η έλλειψη συνδικαλιστικής εκπροσώπησης, εξατομικεύουν τον κίνδυνο και δημιουργούν ένα πολύ ευέλικτο και επισφαλές εργασιακό περιβάλλον. Ένα από τα αντίδοτα στην επι-

1. Λέκτορας Τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πάντειο Πανεπιστήμιο, v.avdikos@gmail.com

σφάλεια των δημιουργικών επαγγελματιών, το οποίο αναδείχθηκε λίγο πριν από την οικονομική κρίση του 2007-2008 και αναπτύχθηκε ιδιαίτερα μέσα στην περίοδο της κρίσης είναι η δημιουργία των λεγόμενων τρίτων τόπων (third places, Oldenburg, 1989). Ως τρίτοι τόποι μπορούν να νοηθούν οι συνεργατικοί χώροι (coworking spaces), οι θερμοκοιτίδες νεοφυών επιχειρήσεων κ.ά. Επί της ουσίας, οι τρίτοι τόποι βοηθούν στην αποκόλληση του ελεύθερου επαγγελματία από την κατ' οίκον εργασία και το αίσθημα μοναχικότητας που καλλιεργεί στον εργαζόμενο αυτή, ενώ αναπτύσσουν συνεργατικά περιβάλλοντα που βοηθούν τον εργαζόμενο με νέες ροές πληροφοριών, νέες ευκαιρίες για εργασία και συνεργασία, βοηθώντας τον στην ελαχιστοποίηση του ατομικού κινδύνου που αναλαμβάνει ως ελεύθερος επαγγελματίας. Στην Ελλάδα έχουμε δει την ανάπτυξη τρίτων τόπων κατά την τελευταία πενταετία, κύρια στα μεγάλα αστικά κέντρα. Μια νέα μορφή συνεργατικότητας είναι και αυτή των συνεργατικών γραφείων, που αναπτύσσονται όταν ένας μικρός αριθμός ελεύθερων επαγγελματιών του ίδιου ή συγγενικού αντικειμένου αποφασίζουν να λειτουργήσουν κάτω από κοινή στέγη, ελαχιστοποιώντας τα κόστη λειτουργίας ενός εργασιακού χώρου. Οι σχέσεις των συνεργαζόμενων που αναπτύσσονται στα συνεργατικά γραφεία μπορεί να εκτείνονται από την απλή συστέγαση παραγωγικών δραστηριοτήτων μέχρι την κολεκτιβοποίηση ενός μεγάλου μέρους των εργασιών ενός γραφείου.

Το άρθρο αναλύει τις επισφαλείς συνθήκες εργασίας της δημιουργικής οικονομίας, καθώς και την επισφάλεια της τηλεεργασίας και παρουσιάζει τους λόγους για τους οποίους οι τρίτοι τόποι μπορούν να νοηθούν ως αντίδοτο στα παραπάνω. Μέσα από τέσσερις περιπτώσεις μελέτης συνεργατικών γραφείων στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, αναλύονται οι λόγοι για τους οποίους οι ελεύθεροι επαγγελματίες των δημιουργικών τομέων επιλέγουν την εργασία σε συνεργατικά γραφεία, καθώς και τις οικονομίες κλίμακας που αναπτύσσονται μέσα από την ενίσχυση οικονομιών εντοπιότητας στις γειτονιές όπου χωροθετούνται τα συνεργατικά γραφεία. Επίσης, το άρθρο αναφέρεται στον τρόπο οργάνωσης των συνεργατικών γραφείων στο εσωτερικό τους και με βάση αυτό προχωρά στον διαχωρισμό των συνεργατικών γραφείων, τα οποία μπορούν να εκτείνονται από την απλή συγκατοίκηση των

συν-εργαζόμενων μέχρι και την κολεκτιβοποίηση του μεγαλύτερου μέρους της εργασίας σε αυτά.

### *Δημιουργικές βιομηχανίες και εργασία: οι κυρίαρχες αφηγήσεις*

Οι δημιουργικές βιομηχανίες περιλαμβάνουν τις βιομηχανίες των εκδόσεων και εκτυπώσεων, την αρχιτεκτονική και το ειδικευμένο σχέδιο (design), την τηλεόραση και το ραδιόφωνο, την παραγωγή μουσικής και κινηματογραφικών ταινιών, τις αναπαραστατικές και εικαστικές τέχνες, την παραγωγή διαφημίσεων, τα μουσεία και τις βιβλιοθήκες, τη φωτογραφία και την παραγωγή λογισμικού. Έτσι, μπορεί να περιλαμβάνουν αμιγώς πολιτιστικά αγαθά, αλλά και αγαθά τα οποία είναι προϊόντα μιας ευρύτερης δημιουργικής διαδικασίας. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, τα δύο κύρια χαρακτηριστικά των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών είναι ότι τα αγαθά και υπηρεσίες που παράγουν α) αποτελούν σύμβολα, β) που προστατεύονται από νόμους για την πνευματική ιδιοκτησία (Αυδίκος, 2014).

Η εμφάνιση του όρου «δημιουργικές βιομηχανίες», και η εν μέρει αντικατάσταση του όρου των «πολιτιστικών βιομηχανιών», πραγματοποιήθηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1990, όταν η κυβέρνηση των Νέων Εργατικών στο Ηνωμένο Βασίλειο εισήγαγε το νέο παράδειγμα της «δημιουργικότητας» ως ένα από τα κεντρικά σημεία της νέας οικονομικής ατζέντας που προωθούσαν εκείνο τον καιρό (Caves, 2000, Flew, 2002, Potts and Cunningham, 2008). Έτσι, η δημιουργικότητα (και κατ' επέκταση οι δημιουργικές βιομηχανίες) «δένονται» στο άρμα της νέας οικονομίας της γνώσης και των τεχνολογικών εξελίξεων που σηματοδοτούσαν τη νέα ανάπτυξη του παγκόσμιου καπιταλισμού εκείνη την περίοδο και τη νέα αρένα συσσώρευσης του κεφαλαίου (βλέπε την άνοδο των εταιρειών dot-com). Ο Nicholas Garnham (2005) αναφέρει ότι η αλλαγή του όρου από «πολιτιστική» σε «δημιουργική» σηματοδοτεί μια καλλιτεχνικοκεντρική στροφή των πολιτικών (προς την πλευρά της προσφοράς), ενώ η χρήση του όρου «πολιτιστικές» εστίαζε περισσότερο στη ζήτηση και την κατανάλωση. Την ίδια περίπου περίοδο (αρχές της δεκαετίας του 2000) αναδείχθηκε η επόμενη κυρίαρχη αφήγηση για τη δημιουργική οικονομία, αυτή του Richard Florida, ο οποίος υποστήριξε ότι η δημιουργικότητα είναι πλέον ο κεντρικός παράγοντας στη

νέα οικονομία της γνώσης, στην οποία έχει αναπτυχθεί μια νέα τάξη, η «δημιουργική τάξη». Η δημιουργική τάξη συμπεριλαμβάνει στον πυρήνα της μηχανικούς, ερευνητές, εκπαιδευτικούς, αρχιτέκτονες, καλλιτέχνες και διασκεδαστές, ενώ σε ένα δεύτερο στάδιο περιλαμβάνει τους δημιουργικούς επαγγελματίες των επιχειρήσεων και των χρηματοοικονομικών, τους δικηγόρους κ.λπ., καθώς και μια κατηγορία που περιλαμβάνει τους «μποέμ τύπους» (Florida, 2002). Για τον Florida, η κινητήρια δύναμη πίσω από την ανάπτυξη μιας πόλης είναι η ικανότητά της να προσελκύει και να διατηρεί τη «δημιουργική τάξη», η οικονομική λειτουργία της οποίας είναι η ανάπτυξη νέων ιδεών, νέων τεχνολογιών και νέων δημιουργικών περιεχομένων. Ο Florida πιστεύει ότι οι ταλαντούχοι άνθρωποι μεταναστεύουν στις περιφέρειες και στις πόλεις που έχουν συγκεκριμένες ιδιότητες, όπως πολυπολιτισμικότητα, ανεκτικότητα και διαφορετικότητα. Έτσι, οι πόλεις και οι περιφέρειες δεν θα πρέπει να έχουν ως μοναδικό στόχο την προσέλκυση δημιουργικών εταιρειών ή εταιρειών έντασης γνώσης, αλλά ο πρωτεύων στόχος τους θα πρέπει να είναι η προσέλκυση των ανθρώπων που εργάζονται για αυτές τις εταιρείες ή αυτών που δύνανται να ξεκινήσουν τη σύσταση τέτοιων εταιρειών. Στη συνέχεια, η συγκέντρωση των δημιουργικών ανθρώπων σε αυτές τις πόλεις μαγνητίζει τις καινοτόμες εταιρείες και τη βιομηχανία υψηλής τεχνολογίας, με αποτέλεσμα τη μετανάστευση τέτοιων εταιρειών και την αύξηση του τοπικού παραγόμενου προϊόντος (Florida, 2005).

Τα δύο σημειακά παραδείγματα που αναφέρθηκαν στο πεδίο της πολιτικής (Νέοι Εργατικοί) και στο επιστημονικό πεδίο (Richard Florida) εισήγαγαν, ίσως για πρώτη φορά τόσο καθαρά, στο επίκεντρο της συζήτησης τον δημιουργό και την ατομική δημιουργικότητα, συνδέοντας τη (τον) με τις διάφορες άμεσες και έμμεσες οικονομικές αξίες που αυτός/ή παράγει. Έτσι, θα περίμενε κάποιος οι συζητήσεις να στραφούν και σε ένα άλλο κεντρικό ζήτημα της προσφοράς: αυτό της επισφαλούς εργασίας στις δημιουργικές βιομηχανίες. Παρ' όλα αυτά, και στις δύο περιπτώσεις οι νέες αφηγήσεις περί δημιουργικότητας, δημιουργικής οικονομίας και δημιουργικής τάξης φαίνεται πως αφομοίωσαν σχεδόν άκριτα τις επισφαλείς συνθήκες εργασίας των δημιουργικών εργαζομένων και τις ανήγαγαν σε κυρίαρχο εργασιακό μοντέλο για τη νέα οικονομία της γνώσης και της δημιουργικότητας. Από τη μία πλευρά, οι Νέοι Εργατικοί εισήγαγαν πολιτικές για την εργα-

σία κύρια στο κομμάτι της ενίσχυσης των δεξιοτήτων (skills) των δημιουργικών εργαζομένων που αποσκοπούσε στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας της δημιουργικής οικονομίας, ενώ ενίσχυσε περαιτέρω και το μοντέλο της «δημιουργικής ατομικότητας», δηλαδή την εργασία πέρα από κάθε έννοια συλλογικότητας που θα μπορούσε δυνητικά να περιορίσει ή και να εξαλείψει τους εργασιακούς κινδύνους και την εργασιακή ανασφάλεια. Μια πολιτική που «δανείστηκε» στη συνέχεια η Ευρωπαϊκή Ένωση, τόσο μέσα από την Πολιτική Συνοχής σε θέματα πολιτισμού και δημιουργικότητας, όσο και μέσα από τα πιο εξειδικευμένα προγράμματα ενίσχυσης της πολιτιστικής και δημιουργικής οικονομίας (Culture-Media, Creative Europe).

Από την άλλη πλευρά, η ρητορική του Florida αποτέλεσε τη «σημαία» κάτω από την οποία πολλές πόλεις και περιφέρειες της ΕΕ και των ΗΠΑ προσπάθησαν να διαμορφώσουν στρατηγικές, που στηρίζονται στην εγχώρια δημιουργικότητα, για την προώθηση της εικόνας της πόλης ή της περιφέρειας (city branding, city marketing). Οι δημιουργικοί εργαζόμενοι (καλλιτέχνες, σχεδιαστές κ.λπ.) νοούνται, στο πιο πάνω παράδειγμα, ως κεφάλαια (assets) της πόλης και το τοπικό συλλογικό συμβολικό κεφάλαιο (Harvey, 2002, Avdikos, 2015) που παράγεται στις πόλεις υφαρπάσσεται ως ένα νέο είδος υπεραξίας από τις κατασκευαστικές εταιρείες, την αγορά ακινήτων και την τουριστική οικονομία, ενώ την ίδια στιγμή οι δημιουργικοί εργαζόμενοι όχι μόνο δεν λαμβάνουν «μερίδιο» από τις διαδικασίες παραγωγής του συμβολικού κεφαλαίου, αλλά πολλές φορές οι αυξήσεις των τιμών των ακινήτων τους εκτοπίζουν μακριά από τις γειτονιές που οι ίδιοι έχουν αναζωογονήσει με την καλλιτεχνική τους εργασία και την έκθεσή της στον δημόσιο χώρο (το φαινόμενο του εξευγενισμού).

### *Επισφαλής εργασία και οικονομική κρίση*

Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά της εργασίας στις δημιουργικές βιομηχανίες είναι η εργασιακή ανασφάλεια που πηγάζει από το ύψος της εργασίας, η οποία συνήθως είναι στη βάση εργοληπτικών συμφωνιών (project based work, βλέπε Gill & Pratt, 2008) και άρα είναι προσωρινή. Δεδομένου ότι ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των εργαζομένων στις δημιουργικές βιομηχανίες (περίπου 40-60%, ανάλογα τον δημιουργικό

τομέα) είναι ανταπασχολούμενοι ή ελεύθεροι επαγγελματίες (freelancers) και άλλο ένα 20-30% αποτελείται από πολύ μικρές επιχειρήσεις των δύο ή τριών ατόμων, αυτό σημαίνει ότι το ρίσκο που αναλαμβάνει ο ελεύθερος επαγγελματίας ή η πολύ μικρή επιχείρηση είναι πολύ μεγάλο.

Στα παραπάνω θα πρέπει να προστεθούν τα συνήθη φαινόμενα της ανασφάλιστης και αδήλωτης εργασίας και οι πολύ μικρές απολαβές (Finkel, 2009, Jenkins, 2009), όπως επίσης οι συχνές προσλήψεις-απολύσεις, η δεύτερη εργασία (το φαινόμενο του moonlighting) που συνήθως δεν έχει δημιουργικό περιεχόμενο (Menger, 1999, Bain, 2005) και η απουσία συλλογικών οργάνων διαπραγμάτευσης των εργασιακών δικαιωμάτων. Έτσι, παράγεται ένα μοντέλο «εξατομίκευσης του κινδύνου» που απαιτεί από τους εργαζομένους, κυρίως τους ελεύθερους επαγγελματίες, των δημιουργικών βιομηχανιών να καλύπτουν μόνοι τους τα έξοδα της εκπαίδευσής τους, της επαγγελματικής τους ανάπτυξης (σεμινάρια κατάρτισης), των επιδομάτων ασθένειας και μητρότητας κ.ά. (Gill, 2002) και παράλληλα να είναι καινοτόμοι μέσα σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον (Christopherson, 2008). Οι Bain & McLean (2013) ονομάζουν τους δημιουργικούς εργαζόμενους και τους καλλιτέχνες, «καλλιτεχνικό πρεκαριάτο<sup>3</sup>».

Στην πρόσφατη έρευνα για την αγορά του ειδικευμένου σχεδιασμού (design) στην Ελλάδα (Αυδίκος κ.ά., 2015) έγινε εμφανές το μέγεθος της επισφάλειας της δημιουργικής εργασίας σε αυτόν τον τομέα. Η έρευνα έδειξε ότι 28,5% των ελλήνων σχεδιαστών έχει ετήσιο ατομικό εισόδημα κάτω από 5.000 ευρώ, ενώ άλλο 25,5% έχει εισόδημα κάτω από 10.000 ευρώ. Άλλα σημεία της παραπάνω έρευνας ανέδειξαν τις πολλές ώρες εργασίας των ελλήνων σχεδιαστών (30,1% πάνω από 50 ώρες εργασίας την εβδομάδα), τα υψηλά ποσοστά ανασφάλιστης εργασίας (15,5% στο σύνολο, το οποίο ανεβαίνει στο 25% στην περίπτωση των ελεύθερων επαγγελματιών), την απλήρωτη υπερωριακή εργασία (84% των μισθωτών) και το επίσης υψηλό ποσοστό της δεύτερης εργασίας (80% των μισθωτών). Τέλος, η έρευνα έδειξε ότι οι τρεις πιο πιεστικοί παράγοντες στον εργασιακό βίο ενός σχεδιαστή είναι οι μικρές χρηματικές απολαβές (68,3%), ο χρόνος εργασίας (61,2%) και η εργασιακή ανασφάλεια (48,1%).

Η οικονομική κρίση του 2007-2008 φαίνεται πως έχει επηρεάσει τη δημιουργική εργασία και τον βαθμό της επισφάλειας αυτής σε πολλές διαστάσεις. Γενικά, αν και παρατηρήθηκε μια μικρή αύξηση της απασχόλησης στους δημιουργικούς τομείς στην ΕΕ (1,1% σε δέκα τομείς για την περίοδο 2008-2014, Avdikos and Kalogeresis, 2014), το γεγονός αυτό δεν στάθηκε ικανό να αλλάξει την εικόνα των μεγάλων μειώσεων της απασχόλησης σε συγκεκριμένα κράτη μέλη, όπως για παράδειγμα η Ελλάδα, που συνολικά την εξαετία 2008-2014 έχασε περίπου 30.000 ή το 30,5% των απασχολούμενων στους δημιουργικούς τομείς. Την ίδια περίοδο σημειώθηκε μια ποιοτική αλλαγή στη διάρθρωση της εργασίας στις δημιουργικές βιομηχανίες. Η De Propris (2013), αναλύοντας στατιστικά δεδομένα για το Ηνωμένο Βασίλειο, έδειξε ότι υπάρχει μείωση των μισθωτών στα δημιουργικά επαγγέλματα και ταυτόχρονα αύξηση του αριθμού των αυτοαπασχολούμενων, καθώς το 75% των νέων θέσεων εργασίας που δημιουργήθηκαν την περίοδο 2008-2011 είναι θέσεις αυτοαπασχολούμενων και ελεύθερων επαγγελματιών. Περίπου το ίδιο φαίνεται να συμβαίνει και στην περίπτωση των ΗΠΑ, καθώς η Christopherson (2013) αναφέρει ότι στην περίοδο της οικονομικής κρίσης έχει αναπτυχθεί και πάλι μια “Do-It-Yourself” αντίληψη για την εργασία, ιδιαίτερα στους τομείς των media. Η «νέα» αυτή εξέλιξη της αύξησης της αυτοαπασχόλησης και του freelancing στον τομέα των μέσων έχει να κάνει με: α) την αυξανόμενη συγκέντρωση της αγοράς στα χέρια των ομίλων διανομής των μέσων ενημέρωσης, που πλέον συνιστούν ολιγοπώλιο και β) τη συνεχιζόμενη τάση συρρίκνωσης της καθετοποιημένης παραγωγής και την αντίστοιχη αύξηση των υπεργολαβιών. Παρόλο που η οικονομική κρίση αποτέλεσε το έναυσμα για πολλούς εργαζόμενους να «επιλέξουν» την αυτοαπασχόληση έναντι της μισθωτής εργασίας, η τάση για εργασιακή αυτονομία, είναι κάτι που είχε παρατηρηθεί πολύ πριν την οικονομική κρίση και έχει να κάνει περισσότερο με την αλλαγή της φύσης της εργασίας μέσω της τηλεργασίας και της αυξανόμενης τάσης των υπεργολαβιών που αναφέρθηκε παραπάνω.

Το φαινόμενο της τηλεργασίας αναδείχθηκε όταν η ψηφιακή τεχνολογία και το διαδίκτυο έδωσαν τη δυνατότητα στους εργαζόμενους να εργάζονται με φορητούς υπολογιστές από οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη. Οι εργαζόμενοι, ιδιαίτερα οι ελεύθεροι επαγγελ-

ματίες και οι αυτοαπασχολούμενοι που εργάζονται στη δημιουργική και ψηφιακή οικονομία, μπορούν πλέον να διαπραγματεύονται τα χωρο-χρονικά όρια μεταξύ των τυπικών εργασιακών χώρων, του σπιτιού τους, των μη-χώρων (non places, όπως τα αεροδρόμια και τα λόμπι ξενοδοχείων, Auge, 1995) και των τρίτων τόπων, καθώς και μεταξύ του χρόνου εργασίας και του χρόνου μη εργασίας (Αυδίκος, 2016).

Η νέα αυτή τάση έδωσε τη δυνατότητα στους εργαζόμενους να επαναπροσδιορίσουν ακόμη και τα όρια μεταξύ της μισθωτής εργασίας και του ελεύθερου επαγγέλματος, ιδιαίτερα στις βιομηχανίες έντασης γνώσης. Έτσι, πολλοί εργαζόμενοι πλέον επιλέγουν την αυτονομία του ελεύθερου επαγγελματία (αυτόνομοι εργαζόμενοι), αντί της μισθωτής εργασίας (Huws 2014). Η αυτονομία του ελεύθερου επαγγέλματος είναι μια απόφαση που λαμβάνεται σε μια πράξη αυτοδιάθεσης και ως συνειδητή απόρριψη της ρουτίνας της μισθωτής εργασίας (de Peuter, 2011, Hardt και Negri, 2000, Lorey, 2006, Lazzarato, 1996).

Παράλληλα, η αναδυόμενη τάση αυτονόμησης του εργαζομένου συνέφερε, και τις μεγάλες επιχειρήσεις, για τις οποίες, πλέον είναι λιγότερο δαπανηρό να αναθέτουν εργασίες έντασης γνώσης και τεχνολογίας σε τρίτους, παρά να τις «κρατούν» μέσα στις ίδιες τις εταιρείες, καθώς το μη μισθολογικό κόστος της εργασίας βαραίνει πλέον τους αυτόνομους εργαζομένους-υπεργολάβους.

Συνεπώς, η μετάβαση από τη μισθωτή εργασία στην αυτοαπασχόληση και το ελεύθερο επάγγελμα, που κύρια βασίζεται στις εργοληπτικές συμφωνίες (project based work) και αναθέσεις εργασιών από εταιρείες, δεν είναι ομαλή, αφού αυξάνει κατακόρυφα το ρίσκο που πλέον καλείται ο ελεύθερος επαγγελματίας να αναλάβει μόνος/η του/ης. Η αυτονόμηση από τη μισθωτή εργασία μπορεί να δίνει ένα αίσθημα ελευθερίας στον εργαζόμενο, την ίδια στιγμή όμως, αναδεικνύει τις επισφαλείς συνθήκες του ελεύθερου επαγγέλματος. Μία ακόμη μορφή κόστους που αναλαμβάνει ο ελεύθερος επαγγελματίας της τηλεργασίας είναι το αίσθημα μοναχικότητας και απομόνωσης «από τον έξω κόσμο» που δημιουργείται, λόγω της διάβρωσης των ορίων μεταξύ του σπιτιού και του επαγγελματικού βίου (Spinuzzi, 2012, Gurstein, 2001, Kylin & Karlsson, 2008). Η κατ' οίκον εργασία είναι βασικό στοιχείο του ελεύθερου επαγγέλματος και της αυτοαπασχόλησης και, ενώ

δίνει αίσθηση ευελιξίας, απομονώνει τον εργαζόμενο και του αφαιρεί τα οφέλη της κοινωνικής και επαγγελματικής αλληλεπίδρασης που παράγει, υπό συνθήκες, η γεωγραφική εγγύτητα με άλλους εργαζόμενους (Αυδίκος, 2016).

Η ανακατάκτηση της κοινωνικής και επαγγελματικής αλληλεπίδρασης μέσω της γεωγραφικής εγγύτητας είναι ένας από τους κύριους λόγους της ανάπτυξης των λεγόμενων τρίτων εργασιακών τόπων. Ο άλλος κύριος λόγος είναι η μείωση του ατομικού ρίσκου του ελεύθερου επαγγελματία μέσα από τον διαμοιρασμό του κόστους εγκατάστασης και λειτουργίας ενός κοινού χώρου με άλλους επαγγελματίες παρεμφερούς αντικείμενου, ιδιαίτερα μέσα στην περίοδο της οικονομικής κρίσης.

#### *Η συνεργατικότητα και το φαινόμενο των τρίτων τόπων*

Η συνεργατικότητα υπήρξε πάντα μια εναλλακτική διεξοδος στη δημιουργική οικονομία, όπως και σε άλλους τομείς της οικονομίας. Τα τελευταία δέκα χρόνια έχουν αναπτυχθεί χιλιάδες συνεργατικοί χώροι (coworking spaces, θερμοκοιτίδες νεοφυών επιχειρήσεων, fab labs, hackerspaces κ.ά.), κύρια στις ΗΠΑ, στην Ευρώπη και στη Νοτιοανατολική Ασία, οι οποίοι υποστηρίζουν τους ελεύθερους επαγγελματίες και τους νέους δημιουργούς που βρίσκονται στο ξεκίνημα μιας νέας επιχείρησης ή του εργασιακού τους βίου. Στην Ελλάδα, αντίστοιχοι χώροι έχουν εμφανιστεί τα τελευταία έξι χρόνια κυρίως στην Αττική (για μία πιο διεξοδική ανάλυση βλέπε Αυδίκος, 2016). Σύμφωνα με τον Oldenburg (1989) οι παραπάνω χώροι καλούνται τρίτοι τόποι (third spaces). Ο Oldenburg διαχώρισε την κατ' οίκον εργασία (πρώτος τόπος), από την εργασία σε έναν τυπικό εργασιακό χώρο (δεύτερος τόπος) και την εργασία σε έναν κοινόχρηστο χώρο όπου μπορούν να συναντηθούν και να εργάζονται με ευέλικτους ρυθμούς επαγγελματίες, δημιουργώντας επαγγελματικές συνεργασίες και κοινωνικούς δεσμούς (τρίτος τόπος). Οι αρχικοί τρίτοι τόποι κατά τον Oldenburg μπορεί να είναι οι καφετέριες και οι χώροι εστίασης των μεγάλων αλυσίδων γρήγορου φαγητού στις ΗΠΑ, ενώ ο Moriset (2013) επισημαίνει ότι οι τρίτοι τόποι, όπως για παράδειγμα οι συνεργατικοί χώροι (coworking spaces), μπορούν να παρομοιαστούν με τα λογοτεχνικά καφέ (*cafés*

*littéraires*) που άνθισαν τις πρώτες δεκαετίες του 20ού αιώνα. Ένα κύριο χαρακτηριστικό των τρίτων τόπων είναι ότι, πέρα από το γεγονός ότι οι χρήστες τους μοιράζονται διάφορους πόρους, η ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ των εργαζομένων-χρηστών, που μπορεί να οδηγήσει στη λεγόμενη «συμπτωματική παραγωγή» (*serendipity production*). Δηλαδή, η τυχαία συνάντηση δύο ή περισσότερων επαγγελματιών σε έναν τέτοιο χώρο μπορεί να οδηγήσει στην παραγωγή μιας νέας ιδέας που αργότερα μπορεί να μετουσιωθεί σε μια νέα υπηρεσία ή προϊόν. Έτσι, οι τρίτοι τόποι και η γεωγραφική εγγύτητα που προσφέρουν στους χρήστες τους διευκολύνουν την ανταλλαγή γνώσεων και ενθαρρύνουν τη διαδραστική μάθηση, μέσω της ενίσχυσης άλλων μορφών εγγύτητας, όπως η γνωστική και η κοινωνική εγγύτητα (Boschma, 2005), με αποτέλεσμα να δημιουργείται ένα κλίμα συνεργατικότητας, το οποίο είναι ζωτικής σημασίας για την κινητοποίηση της συμπτωματικής παραγωγής αλλά και για την ανάπτυξη σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ των εργαζομένων των τρίτων τόπων.

Μια άλλη μορφή τρίτου τόπου, που έχει αναπτυχθεί στην Ελλάδα κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης, είναι η δημιουργία συνεργατικών γραφείων. Τα συνεργατικά γραφεία σχηματίζονται όταν ένας μικρός αριθμός (συνήθως 2-10 άτομα) ελευθέρων επαγγελματιών και αυτοαπασχολούμενων ομοειδούς ή συγγενούς επαγγελματικού αντικειμένου ενοικιάζουν από κοινού έναν εργασιακό χώρο, μοιράζονται το ενοίκιο και τα λειτουργικά έξοδα του χώρου, και επωφελούνται από το συνεργατικό περιβάλλον που δημιουργείται. Συνήθως τα μέλη ενός συνεργατικού γραφείου λειτουργούν μέσω ενός κοινού δικτύου, έχουν μια επαγγελματική αλλά και κοινωνική εγγύτητα και πλέον των λειτουργικών εξόδων του χώρου, μπορεί να μοιράζονται projects, τεχνολογικό εξοπλισμό, γνώσεις, προσωπικά και επαγγελματικά δίκτυα και μέρος του ελεύθερου χρόνου τους.

Πέρα από τη μείωση του ατομικού ρίσκου, την κοινωνική και επαγγελματική αλληλεπίδραση του δημιουργικού εργαζομένου και τις πιθανότητες για συμπτωματική παραγωγή, η δημιουργία τρίτων τόπων στη δημιουργική οικονομία, και δη συνεργατικών γραφείων, πολλές φορές είχε και πολιτικό υπόβαθρο, αν κοιτάξουμε πέρα από την τελευταία δεκαετία. Για παράδειγμα, οι χώροι που δημιούργησαν οι καλλιτέχνες των loft στη Νέα Υόρκη της δεκαετίας του 1980 που διεξο-

δικά ανέλυσε η Zukin (1989), οι κατειλημμένοι πολιτιστικοί χώροι στην Ιταλία (Bailey and Marcucci, 2013), οι συνεταιρισμοί καλλιτεχνών και τα κέντρα καλλιτεχνικής παραγωγής (*artist-run centers*) αποτελούν εγχειρήματα κολεκτιβισμού της δημιουργικής εργασίας, που λειτούργησαν ως αντιπαράδειγματα απέναντι στον ατομικισμό της μετανεωτερικότητας, στην εξατομίκευση του κινδύνου (Gill, 2002) και στον κορπορατισμό της πολιτιστικής και δημιουργικής παραγωγής. Οι De Peuter και Cohen (2015) αποκαλούν αυτά τα εγχειρήματα, τα οποία συνήθως αυτοδιοικούνται με διαδικασίες άμεσης δημοκρατίας, «θεσμούς αμοιβαίας υποστήριξης». Έτσι αναδεικνύεται και μια μεγάλη διαφορά ανάμεσα στον συνεργατισμό, που προβάλλεται μέσα από το παράδειγμα των τρίτων τόπων (και κύρια των συνεργατικών χώρων και των θερμοκοιτίδων) στην πρόσφατη βιβλιογραφία, και την κολεκτιβοποίηση της δημιουργικής εργασίας. Η διαφορά των δύο εδράζεται στην πολιτικοποίηση των εγχειρημάτων. Στα μεν συνεργατικά εγχειρήματα, η συνεργασία έχει τη βάση της στον διαμοιρασμό (κοινών) πόρων (τεχνολογικών, χώρων κ.λπ.), ενώ προστατεύει την ιδιωτικότητα και την ατομική ιδιοκτησία των εργαζομένων που εργάζονται εκεί, καθώς και ενισχύει την επιχειρηματικότητα και τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Στις κολεκτίβες εργασίας τα μέλη μοιράζονται όχι μόνο κοινούς πόρους αλλά και πολιτικές ιδέες, λειτουργούν κάτω από ένα κοινό brand name, χωρίς να ιδιοποιούνται την εργασία τους και χωρίς να καρπώνονται υπεραξία από μισθωτή εργασία.

#### *Ερευνητικά ερωτήματα και μεθοδολογία*

Στην Ελλάδα, όπως προαναφέρθηκε, πέρα από τους τυπικούς συνεργατικούς χώρους (κύρια *coworking spaces* και θερμοκοιτίδες) που αναπτύχθηκαν τα τελευταία χρόνια, έχουμε δει τη δημιουργία πολλών άτυπων συνεργατικών γραφείων και κολεκτίβων εργασίας, κύρια στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη. Ο στόχος του άρθρου είναι η αναζήτηση α) των λόγων για τους οποίους οι δημιουργικοί εργαζόμενοι συσπειρώνονται σε κολεκτίβες εργασίας και συνεργατικά γραφεία, β) ο ρόλος της γεωγραφίας κυρίως στη χωροθέτηση αυτών των εγχειρημάτων στις γειτονιές της πόλης και γ) οι τρόποι με τους οποίους τα εγχειρήματα αυτά οργανώνονται στο εσωτερικό τους, κάτι το οποίο θα βοηθήσει

στην αποσαφήνιση της έννοιας της εργασιακής κολεκτίβας έναντι της έννοιας του συνεργατικού γραφείου.

Το δείγμα της έρευνας ήταν τέσσερα συνεργατικά εγχειρήματα, τρία από αυτά στην Αθήνα και ένα στη Θεσσαλονίκη. Συνολικά ο ερευνητής έκανε κρούση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε έξι συνεργατικά εγχειρήματα, από τα οποία απάντησαν τα τέσσερα από αυτά. Με τους εργαζόμενους έγιναν επτά ανώνυμες συνεντεύξεις, μέσω τεσσάρων συναντήσεων στο διάστημα 2/12/2015 με 20/12/2015, που διήρκεσαν κατά μέσο όρο περίπου μια ώρα. Πιο ειδικά, στην Αθήνα έγιναν συνεντεύξεις με δύο εργαζόμενους του συνεργατικού εγχειρήματος Α, με δύο εργαζόμενους του Β και με δύο εργαζόμενους του Γ. Στη Θεσσαλονίκη έγινε μια συνέντευξη με έναν εργαζόμενο στο συνεργατικό εγχείρημα Δ. Οι συνεντεύξεις έγιναν με βάση ένα ημιδομημένο ερωτηματολόγιο. Η μέθοδος των ανώνυμων προσωπικών συνεντεύξεων προτιμήθηκε έναντι άλλων μεθόδων (π.χ., ομάδες εστίασης), επειδή οι προσωπικές συνεντεύξεις συνήθως προχωρούν σε μεγαλύτερο βάθος στην ανάλυση των σχέσεων που αναπτύσσονται σε συνεργατικά περιβάλλοντα.

#### *Προφίλ συνεργατικών εγχειρημάτων*

Πιο συγκεκριμένα, το συνεργατικό εγχείρημα Α βρίσκεται στην οδό Λεωχάρους στο κέντρο της Αθήνας και δημιουργήθηκε το 2008 από πέντε γραφίστες και αρχιτέκτονες οι οποίοι είχαν γνωριστεί σε έναν αρχιτεκτονικό διαγωνισμό, ενώ σήμερα εργάζονται εκεί τρεις ελεύθεροι επαγγελματίες στους χώρους της αρχιτεκτονικής, της γραφιστικής και του σχεδιασμού κοσμήματος, εκ των οποίων ο ένας διατηρεί εταιρεία που απασχολεί τρία άτομα προσωπικό.

Το συνεργατικό εγχείρημα Β βρίσκεται στην οδό Σαχτούρη στου Ψυρρή, δημιουργήθηκε το 2009 από μια εταιρεία διακόσμησης και επικοινωνίας που είχε δημιουργηθεί από τέσσερις συμφοιτητές, η οποία έπαψε να λειτουργεί, λόγω και της κάθετης πτώσης του κατασκευαστικού κλάδου. Έτσι, οι εναπομείναντες ελεύθεροι επαγγελματίες, για να μειώσουν το κόστος λειτουργίας του χώρου, προσφέρουν θέσεις εργασίας (γραφεία) σε άλλους ελεύθερους επαγγελματίες. Τέλη του 2015 εργάζονται εκεί 10 ελεύθεροι επαγγελματίες, κυρίως γραφίστες, φωτογράφοι, διακοσμητές και επαγγελματίες του μάρκετινγκ.

Το συνεργατικό εγχείρημα Γ βρίσκεται στην οδό Πραξιτέλους στο κέντρο της Αθήνας και δημιουργήθηκε το 2011 από δύο αρχικά ελεύθερους επαγγελματίες στο χώρο της αρχιτεκτονικής. Τέλη του 2015 εργάζονται εκεί τέσσερις αρχιτέκτονες.

Τέλος, το συνεργατικό εγχείρημα Δ βρίσκεται σε οδό παραπλεύρως της Ρωμαϊκής Αγοράς στη Θεσσαλονίκη. Ξεκίνησε το 2012 και παραμένει ως συνεργατικό εγχείρημα επτά αρχιτεκτόνων πάνω στα αντικείμενα της αρχιτεκτονικής, της διακόσμησης εσωτερικών χώρων και της γραφιστικής.

#### *Λόγοι συσπειρώσεων σε συνεργατικά εγχειρήματα*

Ο κυριότερος λόγος για τον οποίο οι εργαζόμενοι του δείγματος έχουν αποφασίσει να εργάζονται σε έναν συνεργατικό χώρο είναι το μειωμένο κόστος λειτουργίας που προσφέρει ένας τέτοιος χώρος. Ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης η απόφαση για πολλούς ελεύθερους επαγγελματίες να έχουν έναν ατομικό επαγγελματικό χώρο είναι πολύ δαπανηρή, σε αντίθεση με τον χώρο που μπορεί να προσφέρει ένα συνεργατικό γραφείο, μέσα στο οποίο τα κόστη λειτουργίας επιμερίζονται στα άτομα που εργάζονται εκεί και άρα μειώνεται ο ατομικός επιχειρηματικός κίνδυνος. Αυτό ήταν κάτι που επισημάνθηκε από όλους τους συνεντευξιζόμενους, ενώ το εύρος του κόστους λειτουργίας μιας θέσης εργασίας σε ένα συνεργατικό γραφείο στο συγκεκριμένο δείγμα κυμαίνεται από 70-150 ευρώ ανά μήνα.

Παρ' όλα αυτά, το μειωμένο κόστος λειτουργίας ενός εργασιακού χώρου σε ένα συνεργατικό γραφείο δεν είναι ο μόνος λόγος για τον οποίο οι ελεύθεροι επαγγελματίες προτιμούν τους παραπάνω χώρους. Ένας ακόμη λόγος είναι η αποκόλληση από την κατ' οίκον εργασία. Όπως δήλωσαν δύο συνεντευξιζόμενοι:

«Τελείωσα σπουδές το 2001 και για πέντε χρόνια εργαζόμουν σε ένα δάμα, πάνω από το σπίτι μου... είχα λοιπόν ανάγκη να έρθω σε έναν χώρο αμιγώς επαγγελματικό» (Α1).

«Λόγω χαρακτήρα δεν μπορώ να συνδυάσω σπίτι και δουλειά... δεν έψαχνα κάτι σταθερό-μόνιμο, έρχομαι κάποιες μέρες στην Αθήνα και έψαχνα έναν χώρο» (Γ1).

Η τηλεργασία, όπως προαναφέρθηκε, μπορεί να δίνει μια αίσθηση αυτονομίας στον εργαζόμενο, την

Ίδια στιγμή δημιουργεί το φαινόμενο της α-χωρικής εργασίας, δηλαδή της εργασίας που μπορεί να επιτελεστεί σε όλους τους χώρους στους οποίους υπάρχει σύνδεση διαδικτύου (κατ' οίκον, σε τυπικό εργασιακό χώρο, στο μετρό και στο τρένο, σε χώρους διασκέδασης και εστίασης κ.λπ.). Η ευελιξία που παρέχει η τηλεργασία διαβρώνει τα χωρικά σύνορα των παραπάνω τόπων και μπορεί να κάνει τον εργαζόμενο περισσότερο μοναχικό (το φαινόμενο του μοναχικού αετού, βλέπε Αυδίκος, 2016), αφαιρώντας του όλα τα οφέλη της γεωγραφικής εγγύτητας με άλλους εργαζομένους που μόνο οι τυπικοί εργασιακοί χώροι μπορούν να δημιουργήσουν. Ακόμη, η αποκόλληση από την κατ' οίκον εργασία αυξάνει την παραγωγικότητα του εργαζομένου όπως ανέφερε ένας συνεντευξιαζόμενος, καθώς:

«Το να έρθω σε έναν καθαρά χώρο εργασίας και να δουλέψω 5-6 ή 7 ώρες είναι πιο παραγωγικό από το να είμαι σπίτι και να προσπαθώ να κάνω την ίδια δουλειά μια ολόκληρη μέρα». (Δ1)

Επίσης, ο χώρος ενός συνεργατικού γραφείου δίνει την ευκαιρία για την παραγωγή νέων συνεργασιών μεταξύ των ελεύθερων επαγγελματιών, ενώ δεν αποκλείεται και η λεγόμενη συμπτωματική παραγωγή. Όπως αναφέρθηκε κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων:

«Υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ μας, υπάρχουν επιρροές γιατί οι σχέσεις μας κυφορούνται στον ίδιο χώρο» (Α2).

«Στον χώρο περνάει κόσμος, είτε προγραμματισμένα είτε απρογραμματίστα, ακούει ή ενημερώνεται για το τι τρέχει αυτό τον καιρό και βάζει το δικό του λιθαράκι... και αυτό έπαιξε ρόλο και δημιουργικά και καινοτομικά... ακόμα και με άτομα με άσχετες ειδικότητες προς τις δικές μας, μπορεί να προκύψει η συμμετοχή κάποιων... να κάνει εύστοχες παρατηρήσεις και να βοηθήσει κάπως» (Β2).

«Αυτό που για μένα είναι τροφή είναι άμα σηκώνομαι και κάνω ένα διάλειμμα, το μάτι μου πέφτει στην οθόνη του άλλου, κάτι το οποίο δεν το θεωρώ private, εγώ θεωρώ ότι όποιος έρχεται μπορεί να κοιτάξει την οθόνη μου και να με ρωτήσει "Α, τι κάνεις εδώ;"... μπορεί να τον ενδιαφέρει και να παραχθεί ένας ενδιαφέρων διάλογος» (Γ1).

Οι ευκαιρίες για συνεργασία ή για ενδιαφέροντες διαλόγους δίδονται μέσω της γεωγραφικής εγγύτητας των εργαζομένων. Έτσι, μπορούν να προκύψουν νέες ιδέες που μπορούν να οδηγήσουν μετέπειτα σε κοινά project. Μεγάλη σημασία πάνω σε αυτό έχει το θέμα της ιδιωτικότητας του χώρου. Όπως δήλωσε ο συνεντευξιαζόμενος Γ1, το κλίμα συνεργατικότητας που

αναπτύσσεται σε τέτοιους χώρους διαβρώνει τα σύνορα του ιδιωτικού χώρου των εργαζομένων. Η οθόνη του υπολογιστή θεωρείται ότι βρίσκεται πάντα σε κοινή θέα δίνοντας το έναυσμα για ενδιαφέροντες διαλόγους μέσα σε ένα κοινοτικό κλίμα. Το κοινοτικό κλίμα φαίνεται πως καλλιεργείται στις περισσότερες των περιπτώσεων μελέτης, μέσω διαφόρων διαδικασιών, όπως η κοινή μεσημεριανή ώρα του φαγητού, όπου οι εργαζόμενοι σε κάθε συνεργατικό εγχείρημα τρώνε μαζί. Άλλη διαδικασία είναι ο κοινός κοινωνικός ελεύθερος χρόνος όπου η συνεργατικότητα μπορεί να επεκτείνεται στην κοινωνική ζωή πέρα από τον χώρο εργασίας (για ποτά σε ένα διπλανό μπαρ), αλλά και τα κοινά συμβάντα (events) που μπορούν να μαγνητίζουν τους συν-εργαζομένους. Όπως δήλωσε η συνεντευξιαζόμενη Β2:

«Ο χώρος είναι θεματοφύλακας, πάντα υπάρχει μια κοινωνική ατζέντα, κάποια tasks, οπότε ο χωροχρόνος μας δεν είναι αδόμητος».

Έτσι, η κοινή δόμηση του ελεύθερου χρόνου και του κοινοτικού χρόνου των εργαζομένων ενός συνεργατικού εγχειρήματος επαυξάνουν το κλίμα συνεργατικότητας και φαίνεται να λειτουργούν ως αντίδοτο στο αίσθημα της μοναχικότητας του εργαζομένου που εργάζεται κατ' οίκον ή σε άλλους απομονωμένους χώρους.

Ωστόσο, οι συνεργασίες που μπορούν να αναπτυχθούν σε ένα συνεργατικό εγχείρημα δεν αποτελούν κοινό γνώρισμα για όλους τους εργαζομένους. Ο συνεντευξιαζόμενος Α1 ήταν κατηγορηματικός:

«Όχι, δεν συνεργάζομαι με συγκατοίκους, γιατί δεν θέλω να τσακωθώ με τον συγκατοίκο».

Η χρήση του όρου «συγκατοίκος» για τον συγκεκριμένο εργαζόμενο ξαναφέρει στη συζήτηση τα όρια μεταξύ ιδιωτικού και κοινού, αφού φαίνεται πως η χρήση του συνεργατικού χώρου στη συγκεκριμένη περίπτωση μένει στην απλή συνύπαρξη με τους υπόλοιπους εργαζομένους και δεν επεκτείνεται στο επαγγελματικό κομμάτι.

Τέλος, θα πρέπει να σημειώσουμε ακόμη δύο χαρακτηριστικά που φαίνονται κοινά στις τέσσερις περιπτώσεις μελέτης και έχουν να κάνουν με τους λόγους για τους οποίους τα συνεργατικά γραφεία προτιμώνται από ελεύθερους επαγγελματίες. Το πρώτο χαρακτηριστικό είναι ότι όλοι οι συνεντευξιαζόμενοι δήλωσαν ότι οι ηλικίες των συν-εργαζομένων στα τέσσερα συ-

νεργατικά εγχειρήματα είναι από τα 30 μέχρι τα 40 έτη. Οι εργαζόμενοι σε αυτά τα εγχειρήματα συνήθως εισέρχονται μετά από μερικά έτη εργασίας, είτε ως ελεύθεροι επαγγελματίες που εργάζονται κατ' οίκον, είτε ως μισθωτοί σε μια μεσαία ή μεγάλη εταιρεία. Έτσι, η απόφαση να εισέλθουν σε ένα συνεργατικό γραφείο έρχεται έπειτα από μερικά έτη μέσα από τα οποία ουσιαστικά δοκιμάζουν τον εργασιακό βίο μετά την αποφοίτηση από το πανεπιστήμιο. Αν κατά τη διάρκεια της συμμετοχής τους στο συνεργατικό γραφείο αποκτήσουν τη δική τους εταιρεία με μισθωτό προσωπικό, συνήθως χρειάζονται επιπλέον χώρο και έτσι αυτονομούνται και εξέρχονται του συνεργατικού χώρου, όπως ανέφερε μια συνεντευξιαζόμενη. Έτσι, φαίνεται πως υπάρχουν δύο συγκεκριμένα στάδια εισροών και εκροών στα συνεργατικά γραφεία, που συσχετίζονται με τον βαθμό επαγγελματικής ωριμότητας-εξέλιξης του ελεύθερου επαγγελματία και το αντίστοιχο επαγγελματικό ρίσκο που αναλαμβάνει: Το στάδιο της εισροής, όπου ο ελεύθερος επαγγελματίας είναι νέος ηλικιακά, με λίγα χρόνια στον εργασιακό βίο, όπου καλείται να δημιουργήσει το δικό του πελατολόγιο και portfolio και να επωμιστεί τον μεγαλύτερο κίνδυνο μελλοντικής αποτυχίας και προσωπικής επισφαλούς εργασίας, από ό,τι ένας μεγαλύτερος ηλικιακά εργαζόμενος, ο οποίος έχει –και μέσα από την εργασία σε συνεργατικό χώρο– δημιουργήσει ένα επαρκές πελατολόγιο, που μετουσιώνεται σε ένα πιο σταθερό εισόδημα. Ο τελευταίος έχει μειώσει κατά πολύ τον προσωπικό επαγγελματικό κίνδυνο, ενώ πολλές φορές ο όγκος των εργασιών που αναλαμβάνει δημιουργεί την ανάγκη για προσλήψεις έμμισθου προσωπικού και άρα επιπλέον χώρων γραφείου.

Ο επιπλέον χώρος δεν είναι όμως ο μόνος λόγος για να λάβει ο εργαζόμενος την απόφαση να εξέλθει του συνεργατικού χώρου:

«Με ενοχλεί η φασαρία του co-working, δεν με βολεύει να είμαι πλέον έτσι... ακόμη, το πολύ χύμα (του χώρου) πειράζει κάποιους πελάτες μου, θα ήταν καλύτερα να είχα ένα πιο ντιζαϊνάτο δικό μου γραφείο... καθαρά για θέμα πρεστίτζ με τους πελάτες, έτσι θα ανέβαζα την αμοιβή μου κατά 10-15%».

Για τον συγκεκριμένο συνεντευξιαζόμενο, οι εργασίες που λαμβάνουν χώρο στο συνεργατικό γραφείο και οι κοινοτικές σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των εργαζομένων δημιουργούν φασαρία και ο χώρος νοείται ως «χύμα», κάτι που έχει επίπτωση στον τρόπο

που οι πελάτες αντιλαμβάνονται το επαγγελματικό κύρος του ελεύθερου επαγγελματία, σε αντίθεση με τον ιδιωτικό χώρο ενός τυπικού γραφείου το οποίο φέρει μια «ντιζαϊνάτη» υπογραφή, που μπορεί να βοηθήσει στην ανέλιξη του κύρους του επαγγελματία και να μετουσιωθεί σε μεγαλύτερες αμοιβές. Έτσι, η φάση του συνεργατικού εγχειρήματος, που ένας ελεύθερος επαγγελματίας επιλέγει να εργασθεί, φαίνεται να είναι μια φάση επαγγελματικής ενηλικίωσης, η οποία τον βοηθά να «σταθεί στα πόδια του», επιμερίζοντας το προσωπικό ρίσκο του ελεύθερου επαγγέλματος και δίνοντάς του τις ευκαιρίες για συνεργασίες και κοινωνικοποίηση μέσω της γεωγραφικής εγγύτητας με άλλους εργαζόμενους που προσφέρουν τα συνεργατικά εγχειρήματα. Από τη στιγμή που θα ενηλικιωθεί επαγγελματικά, οι παραπάνω ανάγκες που το συνεργατικό εγχείρημα μπορεί να του καλύψει, παύουν να υφίστανται ή ελαχιστοποιούνται, και νέες ανάγκες ανακύπτουν (π.χ., θέματα κύρους), με αποτέλεσμα το πέρασμα στον ιδιωτικό χώρο που περιλαμβάνει μια νέου είδους ιδιωτική, αυτή τη φορά, αυτονομία και την πιθανή υπαρπαγή υπεραξίας από τη μισθωτή εργασία τρίτων. Το τελευταίο είναι κάτι που θα απασχολήσει την ανάλυση στο τελευταίο μέρος του άρθρου.

#### *Ο ρόλος της γεωγραφίας στη χωροθέτηση των συνεργατικών εγχειρημάτων*

Όπως αναφέρθηκε στη περιγραφή της μεθοδολογίας, όλα τα συνεργατικά εγχειρήματα του δείγματος χωροθετούνται στο παραδοσιακό εμπορικό και βιοτεχνικό τρίγωνο του κέντρου της Αθήνας (Πειραιώς, Σταδίου, Ερμού), ενώ στην περίπτωση του γραφείου της Θεσσαλονίκης, αυτό βρίσκεται στο κέντρο της πόλης. Όλα τα εγχειρήματα ενοικιάζουν χώρους από 20 μέχρι 150 τετραγωνικά σε ορόφους παλαιών πολυκατοικιών, που στις προηγούμενες δεκαετίες στέγαζαν μικρές βιοτεχνίες και γραφεία. Η απόφαση να επιλέξουν τους συγκεκριμένους χώρους πηγάζει από δύο παράγοντες. Ο πρώτος είναι τα φθηνά ενοίκια σε αυτές τις περιοχές, που είναι μεταξύ των 3-5 ευρώ ανά τετραγωνικό, αφού τα κτήρια είναι παλαιά (δεκαετίας 1960 και 1970), κάποια χωρίς βασικές υποδομές (π.χ., θέρμανση, είτε κεντρική είτε αυτόνομη) και σε γειτονίες που αν και δεν θεωρούνται κακόφημες, ο φόβος του εγκλήματος είναι παρών. Όπως δήλωσαν δύο συνεντευξιαζόμενες δια-

φορετικών συνεργατικών γραφείων έχουν νιώσει πολλές φορές απειλούμενες από την παρουσία «έγχρωμων μεταναστών», ειδικά κατά τις βραδινές ώρες που θα πρέπει να επιστρέψουν στο σπίτι τους. Όπως απειλή έχουν νιώσει και πολλοί πελάτες που προσεγγίζουν τα συνεργατικά γραφεία για κάποια συνάντηση. Παρ' όλα αυτά η απόφαση να εγκαταλείψουν τους συνεργατικούς χώρους για κάποια άλλη γειτονιά δεν είναι εύκολη υπόθεση, καθώς έχουν αναπτυχθεί αισθήματα οικειοποίησης των χώρων, λόγω του ότι όταν τους ενοικίασαν, τους ανακαίνισαν με προσωπική εργασία. Όπως δήλωσε ο συνεντευξιαζόμενος A1:

«Όταν ήρθαμε εδώ μέσα γινόταν ένας χαμός, πρέπει να υπήρχε μια εταιρεία τηλεφωνικών κλήσεων εδώ και υπήρχαν παντού καλώδια, τα βγάλαμε όλα... όλο το γραφείο το φτιάξαμε με τα χέρια μας, μέσα από προσωπική εργασία».

Ενώ η συνεντευξιαζόμενη B1 ανέφερε:

«Ο,τι βλέπεις το φτιάξαμε εμείς και αργότερα και οι υπόλοιποι που ήρθαν έφτιαξαν από κάτω».

Ο δεύτερος λόγος είναι η ύπαρξη οικονομιών εντοπιότητας (localization economies) στις συγκεκριμένες γειτονιές. Οι οικονομίες εντοπιότητας σχηματίζονται όταν επιχειρήσεις με συγγενείς δραστηριότητες συγκεντρώνονται γεωγραφικά σε μια συγκεκριμένη περιοχή, με αποτέλεσμα τη μείωση του κόστους παραγωγής λόγω της ευκολότερης πρόσβασης σε εξειδικευμένα προϊόντα, σε πληροφορίες κ.λπ. Όλοι οι συνεντευξιαζόμενοι αναφέρθηκαν στις διευκολύνσεις που τους παρείχαν οι συγκεκριμένες γειτονιές στις οποίες έχουν επιλέξει να εγκατασταθούν:

«Όλοι οι προμηθευτές και οι πελάτες μας είναι σε μια ακτίνα 30 μέτρων από εδώ, τυπογραφεία, χαρτικά κ.λπ., όλα βρίσκονται στη γειτονιά, αυτός με τα σαπούνια ήταν πελάτης σου, ο Αντώνης ήταν προμηθευτής σου, υπάρχει μια μικροοικονομία» (B2).

«Η γειτονιά βοηθά... υπάρχουν laserscuts, 3D printers και οτιδήποτε άλλο χρειαζομαι» (Γ2).

Ακόμη, οι γειτονιές στις οποίες είναι εγκατεστημένα τα συνεργατικά εγχειρήματα αποτέλεσαν μια νέα αγορά για τους εργαζόμενους σε αυτά. Σύμφωνα με δηλώσεις των συνεντευξιαζόμενων:

«Όλες τις ανάγκες μου σε πρώτες ύλες τις εξυπηρετεί η περιοχή, όπου κάνω και υπεργολαβίες, όλα είναι σε πέντε τετράγωνα, αλλά βρίσκω και πελάτες μέσα από τον κόσμο που μπαίνουν εδώ» (A1).

«Από τους άλλους ενοικιαστές στο κτήριό μας προέκυψαν πολλοί πελάτες (αναφέρει τρία παραδείγματα)... μας βοηθάει πολύ το ίδιο το κτήριο» (B1).

«Με τροφοδοτούν και οι συναντήσεις με άλλους στο κτήριο, όσο βρίσκεσαι σε εγγύτητα, ο άλλος θα σε έχει στο πλάνο του αν προκύψει κάτι» (Γ1).

«Από τη γειτονιά έχουν προκύψει πολλοί πελάτες, οι οποίοι μετά μας σύστησαν σε άλλους κ.λπ.» (Δ1).

Συνεπώς, τα συνεργατικά εγχειρήματα μπορούν να βρίσκουν νέους πελάτες, είτε από τον κόσμο που μπαίνει στο συνεργατικό γραφείο είτε από άλλους ενοικιαστές στο κτήριο όπου εργάζονται είτε μέσα από τις επιχειρήσεις και τους επαγγελματίες που υπάρχουν στη γειτονιά. Με αυτόν τον τρόπο ενισχύουν τις ήδη υπάρχουσες οικονομίες εντοπιότητας στην κάθε γειτονιά, συνεισφέροντας στη δημιουργία ενός τοπικού «βόμβου» (local buzz).

Ένας ακόμη λόγος που τους προέτρεψε να εγκατασταθούν σε γειτονιές του κέντρου της Αθήνας είναι οι ιδιαίτερες «χωρικές ατμόσφαιρες» που έχουν δημιουργηθεί εκεί, λόγω της βιοτεχνικής ιστορίας του ιστορικού τριγώνου και των παραδοσιακών κτηρίων, αλλά και λόγω των αυξημένων συγκεντρώσεων των καταστημάτων εστίασης και διασκέδασης που υπάρχουν εκεί.

«Μας άρεσε το κτήριο που ήταν βιοτεχνικό, ήταν φθηνό το ενοίκιο... είχε μεγάλους χώρους, με τζαμαρίες κ.λπ. και η γειτονιά που είναι βιοτεχνική... ήταν ένας εναλλακτικός χώρος» (A1).

«Όταν ήρθαμε εδώ, όλος ο Ψυρρής ήταν σαν ένα coworking space σε λίγο μεγαλύτερη κλίμακα, εδώ βγαίναμε, εδώ τρώγαμε... τουλάχιστον παλαιότερα... υπήρχαν και περισσότερα γραφεία και ήταν και τα τυπογραφεία πιο ενεργά» (Γ2).

### *Η οργάνωση των συνεργατικών εγχειρημάτων*

Μία τελευταία περιοχή διερεύνησης του περιβάλλοντος των συνεργατικών εγχειρημάτων είναι οι τρόποι διαχείρισης των γραφείων στο εσωτερικό τους, καθώς και οι εργασιακές σχέσεις που αναπτύσσονται εκεί. Στα τρία από τα τέσσερα εγχειρήματα οι αρχικοί ενοικιαστές του χώρου είναι αυτοί που κάνουν τη διαχείριση της συλλογής των μεριδίων από τους υπόλοιπους συνεργάτες για τις πληρωμές των ενοικίων, κοινοχρήστων κ.λπ. Ο κυριότερος λόγος για αυτό είναι ότι οι υπόλοι-

ποι ενοικιαστές του συνεργατικού χώρου εναλλάσσονται με άλλους μέσα στο πέρασμα του χρόνου, οπότε δεν υπάρχει μια σταθερή ομάδα συν-εργαζομένων. Επίσης, οι αρχικοί ενοικιαστές είναι αυτοί που αποφασίζουν για την είσοδο ενός νέου εργαζομένου στο συνεργατικό εγχείρημα. Έτσι, οι αρχικοί ενοικιαστές παίζουν το ρόλο του «φύλακα» του συνεργατικού εγχειρήματος, υπενουκιάζοντας, άτυπα στην ουσία, μέρος του γραφειακού χώρου. Διάφορες άλλες αποφάσεις, που έχουν να κάνουν με την καθημερινή διαχείριση του χώρου συνήθως παίρνονται συλλογικά.

Στο τέταρτο εγχείρημα παρουσιάζονται μεγάλες διαφοροποιήσεις όσον αφορά την οικονομική διαχείριση του χώρου, οι οποίες επεκτείνονται (ή έχουν βάση) στις εργασιακές σχέσεις των εργαζομένων εκεί. Στο συνεργατικό εγχείρημα Δ η διαχείριση καθώς και η διοίκηση του χώρου και η διαχείριση των κοινών γίνονται μέσα από τη γενική συνέλευση των συν-εργαζομένων που γίνεται τουλάχιστον μία φορά κάθε μήνα, στην οποία κάθε μέλος έχει μία ψήφο. Στη συνέλευση, πέρα από τη διαχείριση, οι συζητήσεις περιλαμβάνουν θέματα που έχουν να κάνουν με τη λειτουργία του γραφείου, καθώς:

«Το γραφείο έχει βάρδιες... κάποιος πάντα είναι εδώ, οπότε λειτουργούμε σχεδόν καθημερινά από τις 9 το πρωί μέχρι αργά το βράδυ»(Δ1).

Ακόμη, η γενική συνέλευση αποφασίζει σχετικά με εργασιακά ζητήματα, όπως την κατανομή των εργασιών, τις άδειες των μελών και τις ώρες εργασίας του κάθε εργαζομένου, αλλά και το θέμα των «ισότιμων αμοιβών». Όπως δήλωσε ο συνεντευξιζόμενος Δ1:

«Ο στόχος του γραφείου είναι να έχουμε όλοι δουλειά (μια σταθερή ροή εργασιών)... οι προσωπικές μας αμοιβές βγαίνουν από τις ώρες που έχει δουλέψει ο καθένας... δηλαδή υπάρχουν δύο ειδών σχέσεις: τα προσωπικά project, από τα οποία δίνει ο καθένας 5% για το κοινό ταμείο και τα κοινά, από τα οποία πάει στο ταμείο το 30%... μια φορά τον χρόνο κοιτάμε τι έχει βγάλει ο καθένας και αναλόγως πράττουμε... αν η Μαρία δεν είχε δουλειά, τη βάζουμε σε ένα project... προσπαθούμε να μην κάνει κάποιος μόνο προσωπικές δουλειές ή μόνο κοινές...».

Τα παραπάνω διαφοροποιούν το συγκεκριμένο συνεργατικό εγχείρημα από τα υπόλοιπα τρία, καθώς οι σχέσεις που αναπτύσσονται σε αυτό δεν εδράζονται μόνο στο μοίρασμα ενός γραφειακού χώρου, στις υπεργολαβικές σχέσεις και στο κοινωνικό επίπεδο, όπως είδαμε παραπάνω, αλλά επεκτείνονται και έχουν τη βάση τους στην κολεκτιβοποίηση της εργασίας. Έτσι, η προ-

τεραιότητα δίδεται στην ανάπτυξη της συλλογικότητας έναντι του ατόμου και της ατομικής εργασίας, η οποία παίζει πρωταρχικό ρόλο στα υπόλοιπα τρία συνεργατικά εγχειρήματα. Σύμφωνα με τον συνεντευξιζόμενο Δ1 η κολεκτιβοποίηση που παρατηρείται εκεί έχει ένα πολιτικό υπόβαθρο, καθώς τα μέλη του γραφείου υπήρξαν συμφοιτητές και μέλη συγκεκριμένης αριστερής πολιτικής φοιτητικής παράταξης. Πλέον της κοινωνικής εγγύτητας που είχαν ως συμφοιτητές κατά το παρελθόν, εδώ παρατηρούμε ότι η πολιτική εγγύτητα που είχε αναπτυχθεί ανάμεσά τους οδηγεί τις αποφάσεις τους στο εργασιακό επίπεδο, αναδεικνύοντας την κολεκτιβοποίηση ως τη βάση των μεταξύ τους εργασιακών σχέσεων. Συνεπώς, δημιουργείται ένα νέο υβρίδιο συνεργατικού γραφείου, αυτό της κολεκτίβας εργασίας που έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, τα οποία φτάνουν μέχρι την άρνηση της μίσθωσης εργασίας τρίτων:

«Δεν θέλουμε υπαλλήλους, δεν θέλουμε να καρπωνόμαστε υπεραξίες, οπότε λέμε όχι στην εξαρτημένη εργασία... αν έχουμε ανάγκη για νέο μέλος, τότε θα δούμε το προφίλ του και, αν κολλάει με εμάς, τότε μπορεί να μπει στον χώρο και να δουλέψει».

Πέρα από την κοινή τεχνολογία και τεχνολογικό εξοπλισμό και τον κοινωνικό χρόνο που μοιράζονται μεταξύ τους, τα μέλη της κολεκτίβας μοιράζονται το portfolio, καθώς «κατεβαίνουν» ως ομάδα σε εκθέσεις και διαγωνισμούς. Ακόμη, φαίνεται πως υπάρχει μια μορφή αλληλεγγύης με αντίστοιχες κολεκτίβες, μέσω της ανάθεσης (ή ανάληψης) εργασιών σε (από) άλλα συνεργατικά εγχειρήματα, καθώς διαφαίνεται πως υπάρχει μια προτίμηση σε γραφεία που δουλεύουν με αντίστοιχους κολεκτιβικούς όρους.

### *Συμπεράσματα*

Όπως αναδείχθηκε από την ανάλυση των παραπάνω περιπτώσεων, η δημιουργία συνεργατικών γραφείων αποτελεί μία εναλλακτική εργασιακή διεξόδο, κυρίως για νέους ηλικιακά ελεύθερους επαγγελματίες που επιδιώκουν την ελαχιστοποίηση του κόστους λειτουργίας ενός τυπικού γραφειακού χώρου, τη γεωγραφική και κοινωνική εγγύτητα με άλλους συν-εργαζομένους και την κατ' επέκταση ελαχιστοποίηση του ατομικού ρίσκου που καλούνται να αναλάβουν. Τα πλεονεκτήματα ενός τέτοιου χώρου φαίνονται να επεκτείνονται πέρα

από την ελαχιστοποίηση του κόστους λειτουργίας του χώρου, καθώς οι συνεργασίες και το κλίμα συνεργατικότητας που αυτές ενισχύουν, δημιουργεί εσωτερικές και εξωτερικές οικονομίες κλίμακας. Κυρίως στις δεύτερες, τα συνεργατικά γραφεία ενισχύονται από τις διάφορες οικονομίες εντοπιότητας που βρίσκουν σε συγκεκριμένες αγορές στις γειτονιές όπου εγκαθίστανται, ενώ στο εσωτερικό τους οι κοινοί πόροι που μπορούν να χρησιμοποιούν οι συν-εργαζόμενοι μειώνουν το μέσο κόστος δημιουργώντας εσωτερικές οικονομίες κλίμακας.

Τα συνεργατικά γραφεία μπορούν να νοηθούν ως τρίτοι τόποι, ενώ ο βαθμός συνεργασίας των εργαζομένων σε αυτά μπορεί να εκτείνεται από την απλή συστέγαση (συγκατοίκηση) στον ίδιο χώρο μέχρι και την κολεκτιβοποίηση της εργασίας. Βασικός προσδιοριστικός παράγοντας είναι οι εργασιακές σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των εργαζομένων, οι οποίες αντικατοπτρίζονται στη χρήση του χώρου. Οι σχέσεις αυτές μπορούν να παραμένουν στη συστέγαση των εργαζομένων και στη χαλαρή κοινωνική συναναστροφή, χωρίς να υπάρχουν εργοληπτικές συμφωνίες ή εργασιακές διευκολύνσεις μεταξύ των εργαζομένων. Εδώ ο χώρος του γραφείου εξατομικεύεται και τα χωρικά όρια μεταξύ των εργαζομένων είναι ορατά. Από την άλλη, υπάρχουν περιπτώσεις όπου οι συν-εργαζόμενοι ανταλλάσσουν επαγγελματικές πληροφορίες, επιδιώκουν την ύπαρξη εργοληπτικών συμφωνιών μεταξύ τους και δημιουργούν συνεργατικά περιβάλλοντα που επεκτείνονται στη συλλογική αντιμετώπιση των επαγγελματικών κινδύνων. Ο βαθμός ριζοσπαστικοποίησης αυτών ποικίλλει και μπορεί να φθάσει μέχρι την κολεκτιβοποίηση της εργασίας, μέσα στην οποία ο χώρος αναπαράγεται συλλογικά και αυτή η αναπαραγωγή εδράζεται στην ιδεολογική εγγύτητα των συν-εργατών.

Το άρθρο προσπάθησε να συνδράμει στην καλύτερη κατανόηση του νέου φαινομένου των συνεργατικών εγχειρημάτων στη δημιουργική οικονομία, τα οποία έχουν κάνει την εμφάνισή τους στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Φυσικά, το μικρό μέγεθος του δείγματος δεν αφήνει περιθώρια για γενικεύσεις των κοινωνικο-οικονομικών χαρακτηριστικών των εργαζομένων στα συνεργατικά εγχειρήματα, των χαρακτηριστικών οργάνωσής τους και των σχέσεων που αναπτύσσονται στο επίπεδο της γειτονιάς και της πόλης. Μελλοντικές έρευνες πάνω στους τρίτους τόπους στην Ελλάδα και αλλού θα μπορούσαν να επεκταθούν α) στις

εσωτερικές σχέσεις των συνεργατικών εγχειρημάτων, δίνοντας περισσότερη έμφαση στους τρόπους που οι τρίτοι τόποι οργανώνονται, στις διαδικασίες ανάπτυξης της συμπωματικής παραγωγής και στον βαθμό επαγγελματικής και κοινωνικής συνεργατικότητας και β) στις εξωτερικές σχέσεις των τρίτων τόπων, όπως στην επιρροή που έχουν στη γειτονιά που εγκαθίστανται, στις εξωτερικές οικονομίες κλίμακας που αναπτύσσονται, και στους τρόπους με τους οποίους οι τρίτοι τόποι πλαισιώνουν (ή αντιτίθενται σε) στρατηγικές αστικής ανάπτυξης (με κυρίαρχο το μοντέλο της επιχειρηματικής πόλης-entrepreneurial city) και διαδικασίες πρόωθησης τόπου.

### Σημειώσεις

2. Ο συγγραφέας θα ήθελε να ευχαριστήσει την Μαρία Κούτσαρη για την βοήθειά της στην διεξαγωγή των συνεντεύξεων.
3. Σύνθεση της γαλλικής λέξης *précarité* (αβεβαιότητα) και του *proletariat* (προλεταριάτου) (-> *precarariat*).

### Βιβλιογραφία

#### Ελληνόγλωσση

- Αυδίκος, Β. (2016). «Τρίτοι (εργασιακοί) τόποι στη δημιουργική οικονομία: θερμοκοιτίδες νεοφυών επιχειρήσεων, συνεργατικοί χώροι και συνεργατικά γραφεία» στο Αυδίκος, Β και Καλογερέσης, Αθ. *Κείμενα για τη δημιουργική οικονομία: αγορές, εργασία, πολιτικές*. Αθήνα: Επίκεντρο.
- Αυδίκος, Β. (2014). *Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα*. Αθήνα: Επίκεντρο, σελ., 224
- Αυδίκος, Β., Καλογερέσης, Αθ., Δημητριάδης, Κ. Πενλιδής, Κ. (2015). «Το design στην Ελλάδα: Προσφορά, ζήτηση και συνθήκες εργασίας». Αθήνα, διαθέσιμο στο [www.creativesurvey.gr](http://www.creativesurvey.gr)

#### Ξενόγλωσση

- Avdikos, V. (2015). "Processes of creation and commodification of local collective symbolic capital; a tale of gentrification from Athens", *City, Culture and Society*, 6 (4), pp. 117-123.
- Avdikos, V. and Kalogeresis, Ath. (2014). "The Creative and Cultural Industries in Europe during the times of recession; a statistical cross-country and sectoral analysis", *Regional Studies Association European Conference*, 24-27 May 2014. Σμύρνη, Τουρκία.
- Auge, M. (1995). *Non Places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity*. London: Verso.
- Bailey, S. & Marcucci, M. E. (2013). "Legalizing the Occupation: The Teatro Valle as a Cultural Commons". *South Atlantic Quarterly*, vol .112, is .2, ss. 396-405.
- Bain, A. (2005). "Constructing an artistic identity", *Work, Employment, and Society*, 19.

- Bain, A. & Mclean, H. (2013). "The artistic precariat". *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 6.
- Boschma, R. A. (2005). "Proximity and innovation: a critical assessment". *Regional Studies* 39, pp. 61-74.
- Caves, R. (2000). *Creative Industries: Contracts between art and commerce*. Harvard University Press.
- Christopherson, S. (2008). "Beyond the self-expressive creative worker: an industry perspective on entertainment media". *Theory, Culture, and Society*, 25.
- Christopherson, S. (2013). "Hollywood in decline? US film and television producers beyond the era of fiscal crisis". *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 6, pp. 141-157.
- De Peuter, G. (2011). "Creative Economy and Labor Precarity: A Contested Convergence". *Journal of Communication Inquiry* 35 4 417-425. doi: 10.1177/0196859911416362.
- De Propris, L. (2013). "How are creative industries weathering the crisis?". *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 6, pp. 23-35.
- Finkel, R. (2009). "A picture of the contemporary combined arts festival landscape". *Cultural Trends*, 18, pp. 3-21.
- Flew, T. (2002). "Beyond ad hocery: Defining Creative Industries". *Cultural Sites Cultural Theory Cultural Policy the Second International Conference on Cultural Policy Research*, 6, pp. 1-30.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How Its Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2005). *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge
- Harvey, D. (2002). "The art of rent: Globalisation, monopoly and the commodification of culture". *Socialist Register*, 38: 93-110.
- Huws, U. (2014). *Labor in the Global Digital Economy: The Cybertariat Comes of Age*. New York: Monthly Review Press.
- Garnham, N. (2005). "From cultural to creative industries; an analysis of the implications of the 'creative industries' approach to arts and media policy making in the United Kingdom". *International Journal of Cultural Policy*, vol. 11, no. 1.
- Garnham, N. (1990). *Capitalism and Communication*. London: Sage.
- Gill, R. (2002). "Cool, creative, and egalitarian? Exploring gender in project-based new media work in Europe". *Information, Communication, and Society*, 5.
- Gill, R. & PRATT, A. (2008). "In the social factory? Immaterial labour, precariousness and and cultural work". *Theory, Culture and Society*, 25:1-30.
- O'Connor, J. (2007). *The cultural and creative industries: A review of the literature*. Creative Partnership Series, Arts Council, UK, Διαθέσιμο στο <http://goo.gl/IGSUdA> (19/3/2015).
- Oldenburg, R. (1989). *The Great Good Place*. New York: Paragon House.
- Jenkins, B. (2009). "Cultural spending in Ontario, Canada: trends in public and private funding". *International Journal of Cultural Policy*, 15: 329-342.
- Kylin, C., & Karlsson, J. C. (2008). "Re-establishing boundaries in home-based telework". In A. Haunschild (Ed.), *Work less, live more?* (σ. 173-190). Νέα Υόρκη: Palgrave Macmillan.
- Lorey, I. (2006). "Governmentality and self-precariation: On the normalization of cultural producers". In L. Rosenblatt & D. Fink, *Transversal*. Διαθέσιμο στο <http://goo.gl/4EIrHV>.
- Menger, P. M. (1999). «Artistic labor markets and careers», *Annual Review of Sociology*, 25.
- Merkel, J. (2015). «Coworking in the City», *Ephemera: theory & politics in organization*, 15(1): 121-139.
- Moriset, B. (2013). *Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces* <halshs-00914075>.
- Potts, J. & Cunningham, S. (2008). «Four models of the creative industries». *International Journal of Cultural Policy*, 14 (3), pp.233-247.
- Spinuzzi, Cl. (2012). "Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity". *Journal of Business and Technical Communication*, vol. 26 is. 4, pp. 399-441.
- Zukin, S. (1989). *Loft living: culture and capital in urban change*. Rutgers University Press, Piscataway, NJ.