

Ο Ρόλος του Μουσείου στην Αστική Αναγέννηση.



ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ-ΤΜΗΜΑ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ-ΑΚΑΔ. ΕΤΟΣ: 2016-2017

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΝΑΣΟΥΦΗ ΕΛΓΚΕΡΤ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΓΙΑΝΝΟΥΔΗΣ ΣΩΚΡΑΤΗΣ

Περιεχόμενα.

1. Εισαγωγή.....	5
1.1 Περίληψη.....	6
1.2 Υπόθεση εργασίας και ερωτήματα.....	7
1.3 Μεθοδολογία.....	8
2. Πλαίσιο Ανάπτυξης της Μεταβιομηχανικής Πόλης.....	9
2.1 Πολιτικές Αστικής Ανάπτυξης.....	12
2.2 Το Μουσείο ως Δυναμικό Εργαλείο Αστικής Αναγέννησης.....	14
2.3 Αστική Αναγέννηση ή Εξευγενισμός ;	16
3. Ο Νέος Ρόλος του Μουσείου στην Μεταβιομηχανική Πόλη.....	21
3.1 Χρηματοδότηση και Εμπορευματοποίηση του μουσείου.....	24
3.2 Η σημασία της συγκέντρωσης πολιτιστικών ιδρυμάτων σε μια περιοχή.	30
3.3 Ο Ρόλος της Εντυπωσιακής Αρχιτεκτονικής και των «Star Architects» στην Αστική Αναγέννηση (ή τον πολιτιστικό τουρισμό)	33
4. Παραδείγματα.....	39
4.1 Το παράδειγμα της Tate Modern.....	42
4.2 Το παράδειγμα του Centre Pompidou-Metz.....	58
4.3 Το παράδειγμα του Louvre-Lens.....	72
5. Συμπεράσματα.....	89
Βιβλιογραφικές Αναφορές.....	95
Ελληνική Βιβλιογραφία.....	96
Ξένη Βιβλιογραφία.....	98
Διαδικτυακές Πηγές.....	103
Πηγές εικόνων.....	105

ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ-
ΤΜΗΜΑ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ
ΑΚΑΔ. ΕΤΟΣ: 2016-2017

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΙΤΛΟΣ:

Ο Ρόλος του Μουσείου στην Αστική Αναγέννηση.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΝΑΣΟΥΦΗ ΕΛΓΚΕΡΤ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΓΙΑΝΝΟΥΔΗΣ ΣΩΚΡΑΤΗΣ

ΧΑΝΙΑ, 2017

Πρώτα από όλους θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κύριο Σωκράτη Γιαννούδη, για τις συμβουλές, την καθοδήγηση αλλά και την υποστήριξη που μου παρ είχε καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της ερευνητικής εργασίας. Στη συνέχεια και με την ίδια θερμή θα ήθελα να ευχαριστήσω την καθηγήτρια μου, Δέσποινα Διμέλλη, για όλες τις πολύτιμες συμβουλές και συζητήσεις, τόσο για την πάrouσα εργασία όσο και στα πλαίσια των μαθημάτων. Τον αδελφό μου, Λεωνίδα, για την πολύτιμη βοήθεια ώστε να ολοκληρωθεί η παρούσα εργασία. και τέλος ένα μεγάλο ευχαριστώ στους γονείς μου για την στήριξη που μου παρέχουν όλα αυτά τα χρόνια.

1. Εισαγωγή.

1.1 Προοίμιο.

Το πέρασμα από την βιομηχανική στην λεγόμενη «μετά-βιομηχανική κοινωνία» έχει επιφέρει μετασχηματισμό στις πόλεις και τα αστικά τους τοπία. Ορισμένες ευρωπαϊκές πόλεις που ανέκαθεν στήριζαν την οικονομία τους στη βιομηχανία ήρθαν αντιμέτωπες με την αύξηση της ανεργίας και την υποβάθμιση. Για την αναβάθμιση των υποβαθμισμένων περιοχών, οι πόλεις εφάρμοσαν την λεγόμενη «στρατηγική αναγέννησης» μέσω του πολιτισμού αναζητώντας την οικονομική και κοινωνική τους ανάπτυξη. Στην στρατηγική αυτή που εφαρμόζεται πολύ συχνά σε διεθνή κλίμακα, πρωτεύοντα ρόλο παίζουν τα μουσεία, ιδιαίτερα τα μουσεία σύγχρονης τέχνης. Παρατηρείται όμως ότι αυτή η στρατηγική επιφέρει φαινόμενα «εξευγενισμού» στις περιοχές όπου εφαρμόζεται. Η υποβάθμιση των πρώην βιομηχανικών περιοχών αποτελούν αρχικά πόλο έλξης για τα ασθενέστερα κοινωνικά στρώματα και στην συνέχεια τους τοπικούς καλλιτέχνες «μποέμ». Ενίοτε, στόχος αυτής της στρατηγικής είναι και η απομάκρυνση συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων όπως η εργατική τάξη και οι τοπικοί καλλιτέχνες.

Η αξία που αποδίδεται στον πολιτισμό μαζί με την νέα ιδιότητα των μουσείων ως δυναμικών εργαλείων αστικής αναγέννησης αλλάζουν τον ρόλο τους στην σύγχρονη κοινωνία. Ο ρόλος αυτός γίνεται εξωστρεφής και δυναμικός λαμβάνοντας υπόψη τις αισθητικές και λειτουργικές ανάγκες των επισκεπτών τους. Επιπλέον, η μεγάλη σημασία του αστικού τουρισμού στην μεταβιομηχανική κοινωνία οδήγησε στην κατασκευή εμβληματικών μουσείων. Για τον λόγο, αυτό τα μουσεία που χρησιμοποιούνται ως εργαλεία για την αστική αναγέννηση συνηθίζεται να σχεδιάζονται από έναν παγκοσμίως φήμης αρχιτέκτονα με πρωτοποριακή μορφή. Για να είναι πάντως πιο αποτελεσματική η αστική αναγέννηση μέσω του μουσείου θα πρέπει να υποστηρίζεται από την ύπαρξη άλλων πολιτιστικών ιδρυμάτων της περιοχής ή να σχεδιάζεται εξαρχής ολόκληρη συνοικία μουσείων.

1.2 Υπόθεση εργασίας και ερωτήματα.

Υπόθεση της εργασίας αποτελεί η χρήση του πολιτισμού και συγκεκριμένα των μουσείων στην αστική αναγέννηση υποβαθμισμένων περιοχών και πρώην βιομηχανικών πόλεων. Με την ολοένα και μεγαλύτερη τάση να θέλει τα μουσεία να εμφανίζονται ως δυναμικά εργαλεία σε στρατηγικές αστικής αναγέννησης, η παρούσα μελέτη εξετάζει την δραστική αλλαγή τους στην μεταβιομηχανική κοινωνία ως προς το ρόλο, το χαρακτήρα, τη φύση και το σχεδιασμό τους.

Τα μουσεία πλέον, εκτός από τη συγκέντρωση, τη φύλαξη και την έκθεση των έργων τέχνης, θα πρέπει να ικανοποιούν τις αισθητικές και λειτουργικές ανάγκες των επισκεπτών τους. Επίσης, η μείωση της δημόσιας χρηματοδότησης τα ανάγκασε να αλλάξουν στάση απέναντι σε πολλές απόψεις και να προσανατολιστούν προς τους καταναλωτές και την αναζήτηση εταιρικών χορηγιών. Ο σχεδιασμός των μουσείων για την αστική αναγέννηση μιας περιοχής ή πόλης είναι επιπρόσθετα ένα νέο φαινόμενο. Τα μουσεία θα πρέπει να γίνουν τουριστικά αξιοθέατα και ο πιο διαδεδομένος τρόπος για να επιτευχθεί αυτό είναι με την εμβληματική αρχιτεκτονική ενός παγκοσμίου φήμης αρχιτέκτονα. Συν τοις άλλοις, η σημασία της συγκέντρωσης πολιτιστικών ιδρυμάτων σε μια περιοχή είναι επίσης ζωτικής σημασίας. Απώτερος σκοπός, είναι να προσελκύσουν επισκέπτες, επενδύσεις και να δημιουργήσουν νέες θέσεις εργασίας τόσο στην περιοχή που θα εγκατασταθούν όσο και σε κοντινές περιοχές. Ο νέος τους ρόλος ως δυναμικό εργαλείο σε στρατηγικές αστικής αναγέννησης έχει επιφέρει λοιπόν τις παραπάνω αλλαγές, οι οποίες αποτελούν ταυτόχρονα και προϋποθέσεις για την «επιτυχία» ή την «αποτυχία» τους όσον αφορά το οικονομικό αντίκτυπο. Βέβαια, σε τέτοιες στρατηγικές παρατηρούνται φαινόμενα κοινωνικού αποκλεισμού και εκτοπισμού, οπότε, για να θεωρηθούν «πλήρως επιτυχημένα», τα εν λόγω μουσεία θα πρέπει να εξεταστούν και ως προς το βαθμό της κοινωνικής του συνεισφοράς.

Στο πλαίσιο των παραπάνω υποθέσεων, τίθενται τα εξής ερωτήματα:

- Ποιες αλλαγές έχει επιφέρει στο μουσείο ο νέος του ρόλος ως δυναμικό εργαλείο αστικής αναγέννησης ;
- Ποιος είναι ο κοινωνικός αντίκτυπος στις περιοχές που εφαρμόζεται μια τέτοια στρατηγική;
- Ποιες είναι οι προϋποθέσεις για την «επιτυχία» ενός σύγχρονου μουσείου ως δυναμικό εργαλείο αστικής αναγέννησης ;

1.3 Μεθοδολογία.

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιείται για την εξέταση του μουσείου ως εργαλείο αστικής αναγέννησης είναι: Πρώτον, η ελληνική και διεθνής βιβλιογραφική έρευνα. Βασικά βιβλία που χρησιμοποιήθηκαν είναι το “*Μνήμη-Μουσείο-Πόλη*” (Πετρίδου και Πάγκαλος, 2013) το οποίο αποτέλεσε αφορμή για την επιλογή του θέματος, αφού μέσα από την ανάγνωση του γεννήθηκε η απορία για το ποιος είναι ο νέος ρόλος του μουσείου στην μεταβιομηχανική πόλη. Επιπλέον χρησιμοποιήθηκαν και τα βιβλία “*Τα νέα αστικά τοπία και η ελληνική πόλη*” (Γοσποδίνη και Μπεριάτος 2006), “*Museums as ‘Flagships’ of Urban Development*” “*Tate Modern: pushing the limits of regeneration.*” (Hamnett και Shoval 2003) κτλ. Δεύτερον, η διαδικτυακή έρευνα με κυριότερες πηγές την διαδικτυακή πύλη επιστημονικών άρθρων “*researchgate.net*” και άρθρα σε αρχιτεκτονικά περιοδικά. Τρίτον, η εξέταση τριών μουσείων στον ευρωπαϊκό χώρο: η Tate Modern, το Louvre-Lens και το Centre Pompidou-Metz ως προς το οικονομικό και κοινωνικό τους αντίκτυπο στην νέα τους τοποθεσία.

Η στρατηγική αστικής αναγέννησης μέσω του μουσείου έχει πολλούς υποστηρικτές που την εξετάζουν σχετικά με βάση το οικονομικό αντίκτυπο, αλλά και πολλούς επικριτές που την εξετάζουν με βάση το κοινωνικό αντίκτυπο. Ο διχασμός αυτός ίσως προέκυψε από τον μονοδιάστατό τρόπο εξέτασης της συγκεκριμένης στρατηγικής από τους μεν και τους δε. Σε πολλά σημεία του κειμένου επιχειρείται να παρατίθενται και οι δυο απόψεις ώστε να προκύψουν κάποια συμπεράσματα.

2. Πλαίσιο Ανάπτυξης της Μεταβιομηχανικής Πόλης.

Ο πολιτισμός θεωρείται τώρα «το μαγικό υποκατάστατο για όλα τα εργοστάσια και τις αποθήκες που χάθηκαν...» ^[1]

¹ Hall (2000) στο Γοσποδίνη και Μπεριάτος (2006: 32)

Με την αποβιομηχάνιση των πόλεων, δόθηκε ιδιαίτερη σημασία στην ανάπτυξη της οικονομίας με βάση την «πολιτιστική βιομηχανία» και την «κατανάλωση». Η εποχή της μεγάλης κλίμακας της βιομηχανικής παραγωγής και της απασχόλησης κατά τον 19ο αιώνα και αρχές του 20ου έχει δώσει την θέση, από τα μέσα της δεκαετίας του 1960, στις «μετά-βιομηχανικές» υπηρεσίες και στην οικονομία αυτών των υπηρεσιών. Ενώ η βιομηχανική παραγωγή εξακολουθεί να είναι σημαντική, η απασχόληση στον τομέα αυτόν έχει μειωθεί σημαντικά. Αύξηση της απασχόλησης παρατηρείται στις οικονομικές, επιχειρηματικές και προσωπικές υπηρεσίες, δηλαδή τις «πολιτιστικές» και «δημιουργικές βιομηχανίες» (Hamnett και Shoval 2003: 2). Πολλές ευρωπαϊκές χώρες που ανέκαθεν στήριζαν την οικονομία τους στην βιομηχανία, τις τελευταίες δεκαετίες ήρθαν αντιμέτωπες με την πολύ μεγάλη αύξηση της ανεργίας και με την αστική υποβάθμιση (Ανδριακοπούλου κ.ά 2014: 101, Βλ. επίσης Couch κ.α, 2003). Ο μετασχηματισμός αυτός είχε πιο έντονη μορφή σε παλιές πόλεις του 19ου αιώνα, που έγιναν τόποι μεγάλης κλίμακας αποβιομηχάνισης και οικονομικής αναδιάρθρωσης (Hamnett και Shoval 2003: 2).

Η σημασία των εξελίξεων δεν έχει περάσει απαρατήρητη καθώς τις τελευταίες τέσσερις δεκαετίες αρκετοί ερευνητές έχουν τεκμηριώσει τις επιπτώσεις της οικονομικής παγκοσμιοποίησης στις μεταβιομηχανικές πόλεις και στα αστικά τους τοπία. Κατά τον Μπεριάτο και την Γοσποδίνη (2006) σε αυτό το πλαίσιο, τις τρεις τελευταίες δεκαετίες οι μεταβιομηχανικές αστικές κοινωνίες γίνονται «μάρτυρες νέων αλληλό-εξαρτώμενων οικονομικό-κοινωνικο-χωρικών φαινομένων» όπως, η κυριαρχία των νέων βιομηχανιών πολιτισμού και αναψυχής στις νέες αστικές κοινωνίες (Γοσποδίνη και Μπεριάτος 2006: 15).

Η Zukin (1995: 1) επισημαίνει ότι: «Με την εξαφάνιση των τοπικών βιομηχανιών, τις περιοδικές κρίσεις στην κυβέρνηση και τη χρηματοδότηση, ο πολιτισμός γίνεται όλο και περισσότερο, η επιχείρηση των πόλεων: η βάση των τουριστικών αξιοθέατων γίνεται το μοναδικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα τους.»

Ομοίως ο Scott (1997: 323) υποστηρίζει ότι «ο ίδιος ο καπιταλισμός κινείται σε μια φάση κατά την οποία οι πολιτιστικές μορφές και σημασίες των αποτελεσμάτων του γίνονται κρίσιμες εάν όχι κυρίαρχα στοιχεία της παραγωγικής στρατηγικής». Ο ίδιος αναφέρει ότι «η πολιτιστική οικονομία έρχεται στο προσκήνιο ως ένα από τα πιο δυναμικά σενάρια του καπιταλισμού στην αρχή του εικοστού πρώτου αιώνα» και αυτό είναι «ιδιαίτερα εμφανές σε μια σειρά γιγαντιαίων πόλεων που εκπροσωπούν τις εμβληματικές πρωτοβουλίες της νέας παγκόσμιας καπιταλιστικής πολιτιστικής οικονομίας» (Scott 1997: 324).

Ο David Harvey (1989: 9) από την άλλη, διέκρινε τέσσερις δυνατότητες ανάπτυξης ανάμεσα στις ανταγωνιστικές οικονομίες και γεωπολιτικές ενότητες, στο πλαίσιο της καπιταλιστικής γεωγραφίας της εναλλασσόμενης άνισης ανάπτυξης. Πιο συγκεκριμένα στην τέταρτη υποστηρίζει ότι η αστική περιοχή «προσπαθεί να βελτιώσει την ανταγωνιστική της θέση σε σχέση με την χωρική κατανομή της κατανάλωσης». Ειδικότερα, υποστήριξε ότι: «Ο εξευγενισμός, η πολιτιστική καινοτομία, η φυσική αναβάθμιση του αστικού περιβάλλοντος (συμπεριλαμβανομένης της στροφής προς το μεταμοντέρνο στυλ της αρχιτεκτονικής και της πολεοδομίας), αξιοθέατα προς κατανάλωση (τα αθλητικά στάδια, τα εμπορικά κέντρα, οι μαρίνες, τα εξωτικά μέρη για φαγητό) και η διασκέδαση (η οργάνωση αστικών θεαμάτων σε προσωρινή ή μόνιμη βάση) έχουν γίνει πολύ πιο εμφανείς πτυχές των στρατηγικών για την αστική αναγέννηση. Πάνω από όλα, η πόλη πρέπει να είναι συναρπαστική, δημιουργική και ασφαλής χώρος διαβίωσης, επίσκεψης και κατανάλωσης.» (Harvey 1989: 9).

Ο Harvey ως επικριτής της στρατηγικής αναγέννησης μέσω του πολιτισμού, στο απόσπασμα αυτό επιχειρεί να εντοπίσει έναν αριθμό διαφορετικών αλλά ταυτόχρονα συναφών τρόπων, με τους οποίους οι πόλεις αντιμετωπίζονται σαν επιχείρηση για να αποκτήσουν ισχυρότερη ανταγωνιστική θέση στη χωρική κατανομή της κατανάλωσης. Ομοίως, ο Mellor (1997: 61) παραθέτει παρόμοια επιχειρήματα σχετικά με την χρήση του πολιτισμού όσο αφορά τη προσπάθεια του Μάντσεστερ να προβληθεί ως κέντρο της μουσικής για τη νεολαία, της νυχτερινής ζωής και της λαϊκής κουλτούρας. Ανάλογη στρατηγική έχει υιοθετηθεί σε μια σειρά από αποβιομηχανοποιημένες πόλεις στη Βρετανία, όπως το Νιούκαστλ, το Νότινγκχαμ και τη Γλασκώβη με μεταβλητό βαθμό επιτυχίας. Λαμβάνοντας υπόψη αυτές τις τάσεις, δεν αποτελεί πλέον έκπληξη το γεγονός ότι οι πολιτιστικές βιομηχανίες και οι «πολιτιστικές στρατηγικές» έχουν γίνει σημαντικά στοιχεία της αστικής αναγέννησης.

2.1 Πολιτικές Αστικής Αναγέννησης.

Στην προσπάθεια των πόλεων για την προαγωγή της θέσης τους στην «ιεραρχία του παγκόσμιου αστικού δικτύου», η αναβάθμιση των υποβαθμισμένων κεντρικών περιοχών, της εγκαταλειμμένης βιομηχανικής γης, βιομηχανικών κτιρίων των παλιών λιμανιών κτλ. έπαιξε καθοριστικό ρόλο. Για την αναβάθμιση της εικόνας των περιοχών αυτών οι πόλεις καλούνται να βελτιώσουν τις αστικές και περιβαλλοντικές συνθήκες ώστε να αυξηθεί η ελκυστικότητα τους (Ανδριακοπούλου κ.ά 2014: 103, Βλ. επίσης Couch κ.α 2003). Για να θεωρηθούν επιτυχημένες και πλήρεις όμως, οι αναπλάσεις δεν πρέπει να αφορούν μόνο την αρχιτεκτονική και περιβαλλοντική αποκατάσταση του κτιριακού συνόλου, αλλά να ικανοποιούν ταυτόχρονα κοινωνικούς και πολιτιστικούς στόχους. Λόγω αυτού, τις τελευταίες δεκαετίες, οι αναπλάσεις και οι πολιτικές επανάχρησης των υποβαθμισμένων περιοχών στη μεταβιομηχανική πόλη κινούνται κυρίως με άξονα την πολιτιστική δραστηριότητα (Νικόλας Καραχάλης 2007: 1).

Η αναβάθμιση της εικόνας των πόλεων συνδέεται με τον αγώνα τους για την εκπλήρωση δυο στόχων, πρώτον την ενίσχυση της ταυτότητας του χώρου και την προώθηση της «πώλησης» της πόλης ως προϊόν κατανάλωσης στον χρήστη. «Ο επισκέπτης ή ο κάτοικος έχει μετατραπεί σε αστικό περιηγητή που αναζητά την απόλαυση του χώρου» (Γοσποδίνη και Μπεριάτος 2006: 16, Βλ. επίσης Boyle και Rogerson 2001). Για τον λόγο αυτό παρατηρείται μια ταχύτατη εξέλιξη των πολιτικών που χρησιμοποιούνται σε τέτοιες περιοχές όπως αστική ανάπλαση ή αναγέννηση, marketing τόπου, city branding, αστική διακυβέρνηση κτλ.

Η πιο ευρέως διαδεδομένη πολιτική που χρησιμοποιούν οι πόλεις για την αναβάθμιση των υποβαθμισμένων περιοχών είναι η αστική αναγέννηση. Πρόκειται για επεμβάσεις που επιχειρούν να τονώσουν την οικονομική ζωή στις περιοχές αυτές αλλά και σε ολόκληρη την πόλη, που έχασαν την αρχική τους λειτουργία λόγω οικονομικό-κοινωνικών αλλαγών, με την ενίσχυση του τριτογενούς τομέα, προσελκύοντας επενδυτές για χρήσεις πολιτιστικές, εμπορίου και αναψυχής. Οι επεμβάσεις της αστικής αναγέννησης πρωτοεμφανίζονται στο τέλος της δεκαετίας του 1980 και τις αρχές της δεκαετίας του 1990. Μια επέμβαση αστικής αναγέννησης είναι μια μακροχρόνια και ακριβή διαδικασία και κανείς δεν μπορεί να εγγυηθεί την επιτυχία της. Συνεπώς δεν μπορεί από μόνη της να ακυρώσει τις εικόνες εγκατάλειψης και βιομηχανικής παρακμής. (Ανδριακοπούλου κ.ά 2014: 103-107, Plaza και Haarich 2009: 1).

Επομένως, έπρεπε να βρεθεί μια στρατηγική marketing για την προώθηση της «πώλησης» της πόλης και την αύξηση της ελκυστικότητας της. Αυτό, θα άλλαζε την αρνητική άποψη που υπήρχε στο υποσυνείδητο της τοπικής και διεθνούς γνώμης για τις περιοχές αυτές και θα προσέλκυε τις επενδύσεις. Το «marketing τόπου», και η αστική αναγέννηση είναι δύο «αλληλοσυνδεόμενες όψεις» της αστικής πολιτικής που χρησιμοποιούν οι πόλεις για να μπορέσουν να ανταγωνιστούν η μία την άλλη στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης και ιδιαίτερα για την αποτελεσματικότητα και την αποδοχή των επεμβάσεων που περιλαμβάνουν. Το marketing τόπου ξεκίνησε να προβάλλεται ως εργαλείο σχεδιασμού και διαχείρισης του χώρου από την δεκαετία του 1980. Πολλά είναι τα παραδείγματα από σλόγκαν του marketing τόπου σε μπλούζες, διαφημίσεις κτλ.

Για την ενίσχυση της ταυτότητας του τόπου οι πόλεις χρησιμοποιούν το city branding που λειτουργεί ως συμπληρωματικό εργαλείο για την αστική αναγέννηση καθώς και το μάρκετινγκ τόπου (Καβαραντζής 2010, Αγγελοπούλου κ.α 2012). Προκειμένου να πετύχει, η πολιτική αυτή χρησιμοποιεί την αρχιτεκτονική κληρονομιά (κτιριακό απόθεμα που έχει μείνει με την αποβιομηχάνιση) και τον καινοτόμο σχεδιασμό, αφού συνεχώς εμφανίζονται διεθνώς πρωτοποριακές μορφές χώρου στον αρχιτεκτονικό και τον αστικό σχεδιασμό. Σύμφωνα με την Γοσποδίνη (2001), η αρχιτεκτονική κληρονομιά και ο καινοτόμος σχεδιασμός του χώρου έχουν αναλάβει έναν σημαντικό ρόλο στην μεταβιομηχανική πόλη, το ρόλο της οικονομικής ανάπτυξης και της ανάπτυξης του τουρισμού (Γοσποδίνη και Μπεριάτος 2006: 16).



Εικόνα 4: Λογότυπο της πόλης Άμστερνταμ, με φόντο το μουσείο Rijksmuseum.

2.2 Το Μουσείο ως Δυναμικό Εργαλείο Αστικής Αναγέννησης.

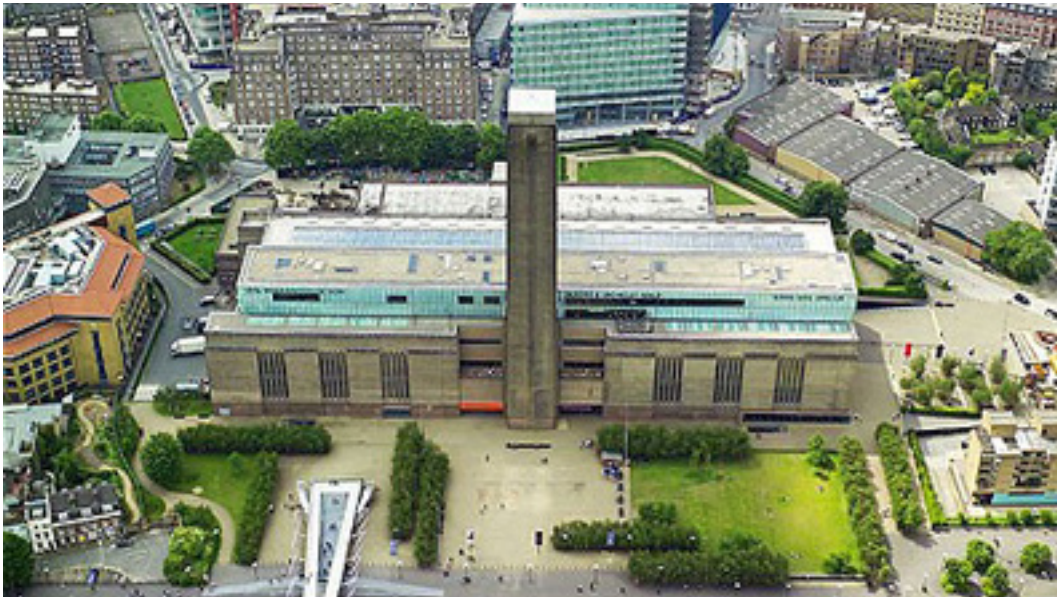
Τις τρεις τελευταίες δεκαετίες η στρατηγική «αστικής αναγέννησης μέσω του πολιτισμού» (urban regeneration through culture) εφαρμόζεται διεθνώς από μεγάλες και μικρές πόλεις που επιζητούν την οικονομική και κοινωνική αναζωογόνηση τους. Στην σύγχρονη στρατηγική των πόλεων για την αστική αναγέννηση μέσω του πολιτισμού, πρωτεύοντα ρόλο παίζουν τα μουσεία, μερικά από τα οποία, λόγω της εμβληματικής τους μορφής, έχουν μεταβληθεί σε τουριστικούς μαγνήτες. Η σύνδεση των μουσείων με τον τουρισμό, ιδιαίτερα με τον πολιτιστικό, τον αστικό αλλά και τον συνεδριακό είναι πολύ στενή. Αρκετές μελέτες εξάλλου έχουν αποδείξει ότι τα μουσεία αποτελούν εξαιρετικά δημοφιλείς πολιτιστικούς προορισμούς στον αστικό τουρισμό (Κόνσολα 2011).



Εικόνα 5: Πρίν και μετά την αστική ανάπλαση 1992-2000, περιοχή Abandoibarra, Μπιλμπάο, Ισπανία.

Ο Τσιώμης (2013: 153) στο βιβλίο *Μνήμη-Μουσείο-Πόλη*, υποστηρίζει ότι: το μουσείο έχει αναλάβει ένα νέο ρόλο, το ρόλο αυτού που θα φέρει την αναγέννηση του αστικού ιστού, ως αντικείμενο αυτό κάθε αυτό και ανεξάρτητα από το περιεχόμενο του. «Ένα σπάνιο αντικείμενο που από μόνο του μπορεί να αναζωογονήσει αποβιομηχανοποιημένες περιοχές, να τραβήξει τουρίστες, όχι να δουν καλλιτεχνικά ή ιστορικά, αντικείμενα αλλά το ίδιο το μουσείο.»

Λόγω της επιτυχίας μερικών νέων θεαματικών και ανακαινισμένων μουσείων στην προσέλκυση μεγάλου αριθμού επισκεπτών και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, τα μουσεία έχουν μετατραπεί σε δυναμικό εργαλείο αστικής αναγέννησης, εργαλείο δημοτικής ή κρατικής πολιτικής για τη διαμόρφωση ή αναβάθμιση προσώπου ολόκληρων μεγαλουπόλεων όπως το Λονδίνο, η Φρανκφούρτη, το Παρίσι, το Βερολίνο, ή και περιφερειακών πρωτευουσών όπως το Μπιλμπάο (Κόνσολα 2011, Βλ. επίσης Πετρίδου και Πάγκαλος 2013). Όμως, η στρατηγική αυτή βρίσκει αντίθετους πολλούς άλλους ερευνητές, που υποστηρίζουν ότι τέτοιες πολιτικές προκαλούν κοινωνικούς αποκλεισμούς και ευνοούν αποκλειστικά τα ανώτερα κοινωνικά στρώματα. Επομένως, το αμέσως επόμενο ερώτημα που προκύπτει, είναι ποιος πραγματικά ωφελείται από την εφαρμογή μιας νέας αστικής πολιτιστικής πολιτικής.



Εικόνα 6: Αεροφωτογραφία, 2011, της Tate Modern στην περιοχή Bankside, Νότιο Λονδίνο, ύστερα από την ανάπλαση της περιοχής.

2.3 Αστική Αναγέννηση ή Εξευγενισμός ;

«Η πόλις ήταν το ό άνθρωπος, ο άνθρωπος η πόλις, το να είσαι εξορισμένος από την πόλιν ήταν σαν να υφίστασαι μίαν εξόντωση χειρότερη από τον θάνατο.»
(Murray Bookchin: 28)^[2]

Η αστική αναγέννηση αποτελεί μια διαδικασία σύνθετου αστικού μετασχηματισμού που επιφέρει κοινωνικές, οικονομικές και πολιτιστικές ανακατατάξεις στην περιοχή που εφαρμόζεται, οι οποίες αποτελούν απόρροια της εισαγωγής ιδιωτικών επενδύσεων και προσωπικού κεφαλαίου σε αυτή. Λόγω των πολλαπλών διαστάσεων της, η έννοια του όρου καθίσταται διφορούμενη, αφού η διαδικασία επηρεάζει ανθρώπινες ζωές, αναδιατυπώνει κοινωνικές σχέσεις, θέτει νέους οικονομικούς όρους και γενικά μεταβάλλει το αστικό τοπίο. Το φαινόμενο αυτό ονομάστηκε αρχικά «gentrification» (επινοήθηκε από την κοινωνιολόγο Ruth Glass το 1964) στη διεθνή βιβλιογραφία και έχει αποδοθεί ως «εξευγενισμός» στην ελληνική. Οι υποστηρικτές της, για να μετριάσουν τις συγκρούσεις κατέφυγαν σε μια ανώδυνη ορολογία όπως: «αναγέννηση», «αναζωογόνηση», «ανακύκλωση γειτονιάς», «αναβάθμιση», πάντως ο Smith (1982: 1-2) χαρακτηρίζει τους ορισμούς αυτούς άκρως προσβλητικούς.

Αρχικά, συναντάμε το φαινόμενο του «εξευγενισμού» στα ιστορικά κέντρα των μεγάλων πόλεων και στη συνέχεια σε πρώην βιομηχανικές περιοχές και περιφερειακές πόλεις. Παράλληλα με την διαδικασία της ανάπλασης (ανακαινίσεις, πεζοδρομήσεις κτλ.) σε υποβαθμισμένες περιοχές (ιστορικά κέντρα ή πρώην βιομηχανικές περιοχές), παρατηρείται κυρίως η εγκατάσταση πολιτιστικών ιδρυμάτων όπως μουσεία, γκαλερί, πολιτιστικά κέντρα κτλ. με στόχο να ενισχύσουν την τουριστική «βιομηχανία». Τέτοια παραδείγματα συναντάμε στη Φρανκφούρτη, στο Βερολίνο, στο Ρότερνταμ, στο Παρίσι, στο Λονδίνο, στη Γλασκώβη, στο Μπιλμπάο, στη Βαρκελώνη κτλ.

² Bookchin, M., (1996) Τα όρια της πόλης (μετάφρ. Γ. Γκλαρνέτατζης), Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής



Εικόνα 7: Διαμαρτυρία «anti-gentrification» (11/17/15), έξω από το Brooklyn Museum για την 6η Σύνοδο Κορυφής Brooklyn Estate Real που πραγματοποιήθηκε μέσα στο μουσείο.



Εικόνα 8: CULTURE KILLER? Gentrification Awareness - but at what cost? Stencil graffiti

Η υποβάθμιση των βιομηχανικών περιοχών είναι αποτέλεσμα της αποβιομηχάνισης και της μετεγκατάστασης των εργοστασίων σε άλλες περιοχές. Τα κέντρα των πόλεων που φιλοξενούσαν τα εργοστάσια καθώς και οι εργατικές συνοικίες που είχαν αναπτυχθεί γύρω τους, πολύ σύντομα ερημώθηκαν και εγκαταλείφθηκαν. Αυτές οι περιοχές επομένως αποτελούν πόλο έλξης για τα ασθενέστερα κοινωνικά στρώματα και τους μετανάστες λόγω της πτώσης των τιμών των ενοικίων. Η οικονομική δυσκολία αυτών των ανθρώπων να συντηρήσουν τα κτίρια δημιουργεί μια εικόνα εγκατάλειψης και ερήμωσης των εν λόγω περιοχών καθώς και την «αυτόματη» ενεργοποίηση συντηρητικών αντανakλαστικών ενός μεγάλου μέρους της κοινωνίας απέναντι τους όπου συμβάλλει στον αποκλεισμό της περιοχής. Πέρα από τις περιπτώσεις που οι περιοχές αυτές είναι πολιτισμικά υποανάπτυκτες πριν τον εξευγενισμό, πολλές είναι οι περιπτώσεις που υφίστανται εσκεμμένα πολιτισμική αποδυνάμωση, από τα ανώτερα κοινωνικά στρώματα, τις μεσιτικές εταιρίες, τις τράπεζες, τα ΜΜΕ, από τους κρατικούς φορείς κτλ. Η εσκεμμένη υποβάθμιση και απαξίωση των κεντρικών περιοχών έχει ως απώτερη συνέπεια τις ευνοϊκές συνθήκες κερδοφορίας για επενδύσεις κεφαλαίου επί της αστικής γης. Η γη πλέον μπορεί να αγοραστεί πολύ φθηνά, προσελκύοντας κυρίως το επενδυτικό κεφάλαιο.

Συνήθως οι υποβαθμισμένες κεντρικές περιοχές αρχικά ανακαλύπτονται από ανήσυχες καλλιτεχνικές ομάδες «μποέμ». Στις «ανήσυχες» αυτές ομάδες ανήκουν κυρίως φοιτητές καλών τεχνών, ομοφυλόφιλοι, άτομα μαχητικών πολιτικών πεποιθήσεων κτλ. με όχι και τόσο υψηλό εισόδημα. Οι ομάδες αυτές δεν εκφράζονται από το κατεστημένο τρόπο ζωής των προαστίων, και μέσα από τον δικό τους τρόπο ζωής και τις δημιουργικές τους τάσεις επιχειρούν να αμφισβητήσουν και να έρθουν σε ρήξη με τις κυρίαρχες κοινωνικοπολιτικές δομές.

Μετά την άφιξη των μποέμ ομάδων οι περιοχές αυτές προσελκύουν και τα μεσαία αστικά στρώματα, με αποτέλεσμα η αξία της γης να αυξάνεται συνεχώς. Στη νέα μεσαία τάξη ανήκουν κυρίως φωτογράφοι, ηθοποιοί, αρχιτέκτονες, παραγωγοί θεάτρου, υψηλόμισθα διοικητικά στελέχη πολιτιστικών επιχειρήσεων, εταιριών κτλ. και επιδιώκουν να κατοικήσουν στο κέντρο της πόλης, κοντά στους τόπους εργασίας τους και μακριά από τα προάστια που έχουν μεγαλώσει. Αυτή η ομάδα συνδέεται περισσότερο με την τέχνη και φέρνει νέα αισθητικά δεδομένα και συνήθειες στην περιοχή, όπως τις κατοικίες «loft»^[3]. Με τον ερχομό τους, οι διαφοροποιήσεις είναι μεγάλες στην οικιστική φυσιογνωμία της περιοχής και το φαινόμενο του εκτοπισμού είναι πλέον εμφανές κυρίως στην εργατική τάξη.

Με την εδραίωση των νέων μεσαίων στρωμάτων και τον εκτοπισμό της εργατικής τάξης παρατηρείται η προσέλκυση των υψηλότερων εισοδηματικών στρωμάτων. Στις ομάδες αυτές ανήκουν κυρίως γιατροί, δικηγόροι, επιχειρηματίες, χρηματιστές, τραπεζίτες κτλ. αποκαλούμενοι *yuppies* (young urban professional- νεαροί αστικοί επαγγελματίες). Η στροφή τους προς το κέντρο των πόλεων έγινε με την εδραίωση των νέων καταναλωτικών προτύπων και την προώθηση του νέου «lifestyle» που δίνει περισσότερο έμφαση στην τέχνη και την αισθητική που έχει επιφέρει η μεσαία αστική τάξη. Η άφιξη τους έχει σαν αποτέλεσμα τον αυτόματο εκτοπισμό των καλλιτεχνικών ομάδων «μποέμ», που έχουν υψηλό πολιτιστικό κεφάλαιο αλλά χαμηλό εισόδημα. Όλα τα παραπάνω, σε συνδυασμό με την αναζήτηση από τη νέα μορφωμένη μεσαία τάξη για μια περιοχή που θα της δώσει την δυνατότητα να αυξήσει το πολιτισμικό της κεφάλαιο και την αξία της κοινωνικής της ταυτότητας, κατέστησαν τις περιοχές αυτές βασικούς υποψήφιους για εξευγενισμό.

³ Η μετατροπή αποθηκών σε κατοικίες, σε πρώην βιομηχανικές περιοχές από καλλιτέχνες «μποέμ» ονομάστηκαν κατοικίες «loft». Οι καλλιτέχνες μπορούσαν να συνδυάζουν κατοικία και εργασία στους χώρους αυτούς, καθώς πρόσφεραν μεγάλα ανοίγματα για περισσότερο φυσικό φωτισμό και χαμηλό ενοίκιο. Αυτός ο τύπος κατοικίας αποτέλεσε την αισθητική έκφραση του εξευγενισμού παγκοσμίως.

Αναμφίβολα το ενδιαφέρον και η υποστήριξη της νέας μορφωμένης αστικής τάξης παίζει καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη του πολιτισμού και των τεχνών. Ωστόσο, μέσω της διαδικασίας του εξευγενισμού ή της «αναγέννησης» που είναι μια από τις εναλλακτικές «ανώδυνες» ορολογίες των υποστηρικτών της, κάποιες κοινωνικές ομάδες ωφελούνται ενώ άλλες εκτοπίζονται από την περιοχή (Νικόλας Καραχάλης 2007: 14). Ενίοτε, στόχος (και όχι παρενέργεια) του εξευγενισμού ή της αναγέννησης μέσω του μουσείου και γενικότερα του πολιτισμού, είναι επίσης ο εκτοπισμός συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων είτε με έμμεσο τρόπο (π.χ αυξάνοντας το φόρο στην κατοικία) ή με άμεσο τρόπο (π.χ απομακρύνοντας τες με την άσκηση βίας). Βέβαια, θα περίμενε κανείς ότι, με την παρουσία του πολιτισμού και ιδιαίτερα των μουσείων σύγχρονης τέχνης στις πόλεις, η δημιουργικότητα και το τοπικό πνεύμα των καλλιτεχνών θα προωθηθούν περισσότερο. Αντιθέτως όμως, παρατηρείται ότι με την εμφάνιση ενός παγκόσμιου φήμης μουσείου, οι τοπικοί καλλιτέχνες περισσότερο παρεμποδίζονται και φυσικά είναι από τα πρώτα θύματα του εξευγενισμού όπως για παράδειγμα στο Μπιλμπάο με το ίδρυμα Guggenheim και στο Λίβερπουλ με το ίδρυμα Tate (Dean κ.α 2010). Για να εξασφαλιστεί η βιώσιμη ανάπτυξη στις περιοχές αυτές και να αποφευχθεί το φαινόμενο εξευγενισμού, ύστερα από την ανάπλαση θα πρέπει οι τοπικές αρχές να τις υπερασπιστούν. Τέλος, η μεταμόρφωση της μεταβιομηχανικής οικονομίας των πόλεων, η μεγάλη σημασία που δίνεται από τις κυβερνήσεις τους στις νέες μορφές πολιτιστικής κατανάλωσης, η αύξηση του αριθμού των επισκεπτών στα μουσεία σε συνδυασμό με την ανάπτυξη μιας νέας μορφωμένης μεσαίας τάξης με πολιτιστικές απαιτήσεις υπήρξαν καθοριστικές για την ενίσχυση του ρόλου του μουσείου στην μεταβιομηχανική πόλη.

3. Ο Νέος Ρόλος του Μουσείου στην Μεταβιομηχανική Πόλη.

Τα μουσεία είναι εκκινητές της αντλίας, η παρουσία τους μπορεί να συγκριθεί με το άνοιγμα ενός σταθμού του μετρό ή ακόμα και ενός αεροδρόμιου: μια επένδυση η οποία έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση των τιμών των ακινήτων. Έχουν τη δυνατότητα να αυξήσουν το προφίλ της ανάπτυξης, φέρνοντας ζωή σε μια περιοχή (Sudjic 1993: 141)^[4].

⁴ Sudjic, D., (1993), "The 100 Mile City", London: Flamingo.

Η ίδρυση του Βρετανικού μουσείου το 1753 και η μετατροπή του Λούβρου σε μουσείο το 1793 σηματοδότησε μια νέα εποχή στην αστική πολιτιστική ανάπτυξη, όπου τα μουσεία τέχνης, τα αρχαιολογικά και τα μουσεία φυσικών επιστημών άρχισαν να εμφανίζονται σχεδόν σε όλες τις μεγάλες πόλεις της Ευρώπης και της Αμερικής. Η κατασκευή μουσείων την περίοδο αυτή έγινε ισχυρή εθνική και δημοτική επιθυμία για την πολιτιστική αναγνώριση της πόλης στον παγκόσμιο χάρτη. Επομένως ξεκινάει μια έκρηξη εθνικής πολιτιστικής περηφάνειας, όπου μια πόλη που σέβεται τον εαυτό της θα πρέπει να έχει γκαλερί τέχνης και μουσεία με κύρος (Hamnett και Shoval 2003: 5, Βλ. επίσης Baniotopoulou 2001).

Τις τελευταίες δεκαετίες πραγματοποιήθηκε ένας δραστικός ανασχεδιασμός των μουσείων σε όλο τον κόσμο (Wu 1998: 30). Οι πρωτοβουλίες που προβάλλουν πολιτιστικές καινοτομίες όπως μουσεία, σε απροσδόκητες θέσεις ολοένα και αυξάνονται. Το πιο χαρακτηριστικό και διεθνώς γνωστό παράδειγμα είναι το μουσείο Guggenheim στο Μπιλμπάο. Επίσης, πόλεις της Γαλλίας (όπως Ρουμπαί, Λανς, Λιλ, Μετς) έχουν αναπτύξει νέες πνευματικές εκφράσεις, κυρίως σε βιομηχανικές περιοχές, οι οποίες μέχρι πρόσφατα ήταν γνωστές για τον πλούτο της υλικής παραγωγής τους παρά για το πολιτιστικό προφίλ τους. Ο ρόλος των μουσείων στην μεταβιομηχανική κοινωνία αλλάζει, γίνεται εξωστρεφής και δυναμικός. Στο πλαίσιο επαναπροσδιορισμού του ρόλου τους, τα μουσεία παύουν να είναι «μουσεία τέμπλο» με μονοσήμαντο προσανατολισμό την φύλαξη, συγκέντρωση και παρουσίαση των συλλογών τους, αλλά λαμβάνουν υπόψη τους επίσης την ικανοποίηση των αισθητικών και λειτουργικών αναγκών των επισκεπτών τους (Κόνσολα 2011).

Μέχρι πρόσφατα τα μουσεία απευθύνονταν σε εξειδικευμένο κοινό που ήταν γνώστες των εκθεμάτων. Για ένα τέτοιο κοινό δεν χρειάζονταν κομψές εκθέσεις ή πινακίδες πληροφοριών. Τις τελευταίες τέσσερις δεκαετίες όμως, έχει προκύψει μια δραστική αλλαγή τόσο στον ρόλο, το χαρακτήρα, την φύση και το σχεδιασμό των μουσείων όσο και των επισκεπτών τους. Από τα τέλη του 20^{ου} αιώνα ένας σχετικά μεγάλος αριθμός μουσείων έχουν γίνει «κέντρα του στίλ και του σχεδιασμού», διοργανώνοντας εκθέσεις υπερπαραγωγής (blockbuster) και εξασφαλίζοντας εταιρικές χορηγίες (Richards 1996: 8 Βλ. επίσης Bourdieu και Darbel 1991).



Εικόνα 9: Το μουσείο Μοντέρνας και Σύγχρονης Τέχνης Guggenheim, στη πρώην βιομηχανική πόλη Μπιλμπάο, Ισπανία, Frank Gehry, 1997



Εικόνα 10: Το μουσείο Τέχνης και Βιομηχανίας, στη πρώην βιομηχανική πόλη Roubaix, Βόρεια Γαλλία, Jean-Paul Philippon, 2000

3.1 Χρηματοδότηση και Εμπορευματοποίηση του μουσείου.

Η χρηματοδότηση των μουσείων αρχικά προερχόταν κυρίως από κρατικούς οργανισμούς ή από πλούσιους ιδιώτες με φιλανθρωπικές δραστηριότητες. Η συρρίκνωση της κρατικής χορηγίας, οδήγησε στην ανάγκη αναζήτησης νέων πηγών εσόδων κυρίως από ιδιωτικούς φορείς. Τα μουσεία επομένως, έχουν πλούσιες συλλογές έργων τέχνης αλλά φτωχούς προϋπολογισμούς για την λειτουργία τους (Feldstein 1991: 2). Ο φτωχός προϋπολογισμός σε συνδυασμό με το μεγάλο ενδιαφέρον του κοινού για την τέχνη, ανάγκασε το μουσείο να αλλάξει στάση από πολλές απόψεις. Εφαρμόστηκαν νέοι τρόποι απεικόνισης των εκθεμάτων, υιοθετήθηκαν νέες επιχειρηματικές στρατηγικές, με απώτερο στόχο την εξεύρεση νέων πηγών χρηματοδότησης (όπως εταιρική χρηματοδότηση), πραγματοποιούνται blockbuster εκθέσεις^[5] και γενικότερα τα μουσεία προσανατολίζονται περισσότερο προς τους «καταναλωτές».

Διευρύνουν τις υπηρεσίες τους αποκτώντας εμπορικές λειτουργίες, παρά το γεγονός ότι ο κυρίως στόχος τους δεν είναι κερδοσκοπικός, όπως άλλωστε ορίζει και το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων^[6]. Πλέον τα μουσεία προσφέρουν συμπληρωματικές υπηρεσίες αναψυχής (καφετέριες, εστιατόρια) αλλά και πωλητήρια αναμνηστικών, βιβλιοπωλεία, κτλ., τα οποία τους αποφέρουν σημαντικά έσοδα. Τα καταστήματα των μουσείων, από μικρά σημεία πώλησης βιβλίων και μικρών αντικειμένων, μετατράπηκαν σε βασικούς εμπορικούς χώρους. Συνήθως τοποθετούνται σε κεντρικό τμήμα του μουσείου και διαθέτουν ένα ευρύ φάσμα προϊόντων, από τα οποία πολλά δεν σχετίζονται άμεσα με το μουσείο, ενώ μερικά μεγάλα μουσεία έχουν αναπτύξει ακόμα και αλυσίδες καταστημάτων εκτός των εσωτερικών χώρων τους. (Κόνσολα 2011 Βλ. επίσης Hamnett και Shoval 2003). Ακόμα και στα παλιά κλασσικά κτίρια μουσείων που δεν είχαν προβλεφθεί τέτοιοι χώροι, γίνονται επεκτάσεις για τον σκοπό αυτό. Τέτοια παραδείγματα είναι το Βρετανικό Μουσείο και το μουσείο του Λούβρου. Ο Sudjic (1993: 138) αναφέρει ότι «Στο Λούβρο ένα από τα σημαντικότερα αποτελέσματα των πυραμίδων που σχεδίασε ο I.M.ΠΕΙ ήταν να δημιουργηθεί ένα εντυπωσιακός τρόπος φυσικού φωτισμού για ένα υπόγειο εμπορικό κέντρο.» Αποτέλεσμα όλων των παραπάνω είναι ότι τα μουσεία εξελίχθηκαν σε πολυσύνθετους οργανισμούς, πολιτιστικούς, ψυχαγωγικούς και εκπαιδευτικούς πόλους έλξης.

⁵ Πρόκειται για εκθέσεις υπερπαραγωγής που έχουν εστιάσει στην μείωση της πολυπλοκότητας ώστε να γίνει πιο προσιτή στον μέσο επισκέπτη. Οι εκθέσεις αυτές επιτυγχάνουν να προσελκύουν επαναλαμβανόμενους επισκέπτες με αποτέλεσμα της αύξησης του αριθμού των επισκεπτών των μουσείων. Για να εξασφαλιστεί η επιτυχία τους συμβάλουν οι διαφημίσεις που δημιουργούν μια εικόνα «must see» για την έκθεση. Αποτελούν ίσως το σημαντικότερο θέμα της σύγχρονης μουσειακής διαχειρίσεις και επιμέλειας.

⁶ Ως μουσείο ορίζεται «ένα μόνιμο ίδρυμα, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξης της, ανοικτό στο κοινό, που έχει ως έργο του τη συλλογή, τη μελέτη, τη διατήρηση, τη γνωστοποίηση και την έκθεση τεκμηρίων του ανθρώπινου πολιτισμού και περιβάλλοντος, με στόχο τη μελέτη, την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία» (Wikipedia)



Εικόνα 11: Εσωτερική άποψη από την Πυραμίδα του Λούβρου, Παρίσι, ΙΜ Ρεϊ, 1989



Εικόνα 12: Το εστιατόριο στη στεγασμένη πλατεία Great Court του Βρετανικού Μουσείου, Foster and Partners, 2000

Δεν είναι άλλωστε τυχαίο ότι, το έργο του διευθυντή της Tate, Nichola Serota^[7] έχει χαρακτηριστεί ως «ο καλύτερος χώρος διασκέδασης στην Ευρώπη». Παρομοίως ο Wu (1998: 40) αναφέρει σχετικά με τον Thomas Hoving διευθυντή του Μητροπολιτικού Μουσείου τέχνης της Νέας Υόρκης ότι:

«σκοπίμα διακινδύνευσε σε δαπανηρές νέες πτέρυγες, εκθέσεις υπερπαραγωγής και ακριβές εξαγορές, εξαναγκάζοντας το μουσείο σε μια απελπισμένη αναζήτηση νέων πηγών εσόδων. Το σύστημα του Hoving στο μητροπολιτικό μουσείο τέχνης μετασχηματίστηκε με επιτυχία από την παραδοσιακή λειτουργία του μουσείου, δηλαδή από αποθήκη αντικειμένων τέχνης, σε επιχείρηση».

Μια άλλη πτυχή που αποδεικνύει την εμπορευματοποίηση του μουσείου είναι η μίσθωση των χώρων του σε ιδιώτες ή για εταιρικές εκδηλώσεις διασκέδασης τα βράδια και τα σαββατοκύριακα. Έτσι τα μουσεία χρησιμοποιούν τους χώρους τους για την έκθεση των αντικειμένων και την ενοικίαση τους για μια εταιρική εκδήλωση, γάμο, γενέθλια, πάρτι κτλ. Μια τέτοια εκδήλωση (ή κάτι παρόμοιο) δίνει την δυνατότητα για ιδιωτική πρόσβαση σε μια πολιτιστική έκθεση, πράγμα που διαφορετικά δεν θα ήταν εφικτό. Δεν είναι τυχαίο εξάλλου ότι τα περισσότερα μουσεία στις ιστοσελίδες τους έχουν ειδική υπηρεσία για τέτοιες περιπτώσεις. Τέλος μια άλλη εμπορική στρατηγική που εφαρμόζεται τις τελευταίες δεκαετίες μεταξύ των μουσείων είναι το franchising.

Το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα της στρατηγικής αυτής είναι το μουσείο Guggenheim της Νέας Υόρκης. Ο διευθυντής του Thomas Kren έχει παραχωρήσει δικαιόχρηση του ονόματος του μουσείου και ενός μέρους της συλλογής σε διάφορες πόλεις όπως, το Μπιλμπάο, το Βερολίνο, το Λάς Βέγκας, το Αμπού Ντάμπι και το Ελσίνκι^[8] πιο πρόσφατα (McNeil 2000: 480).

⁷ Ο Nicholas Serota επικράτησε έναντι των άλλων δυο υποψήφιων για την διεύθυνση της Tate, (Εθνικής Πινακοθήκης Μοντέρνας και Βρετανικής Τέχνης) το 1988 με την πρόταση “Grasping the Nettle” παρουσιάζοντας λύσεις για την εξασφάλιση εταιρικών χορηγιών μετά την κρίση με την δημόσια χρηματοδότηση.

⁸ Η διαδικασία του διαγωνισμού, για το νέο κτίριο βρίσκεται ακόμα σε εξέλιξη (2016).

Οι τοπικές αρχές αυτών των πόλεων αναλαμβάνουν τα έξοδα για τις εγκαταστάσεις του νέου μουσείου καθώς και πληρώνουν το μουσείο Guggenheim της Νέας Υόρκης για τις υπηρεσίες της επιμέλειας που θα αναλάβουν ^[9] (McNeil 2000: 481, Βλ. επίσης Baniotopoulou 2001). Ο McNeil (2000: 474) και άλλοι επικριτές έχουν χαρακτηρίσει αυτή την διαδικασία «McGuggenisation», υπονώνοντας την παγκόσμια στρατηγική του franchising αλλά και της ακραίας εμπορευματοποίησης της τέχνης.



Εικόνα 13: Το νέο μουσείο Guggenheim, Abu Dhabi, Frank Gehry, 2017

⁹ Για παράδειγμα η τοπική αυτοδιοίκηση στη χώρα των Βάσκων πείστηκε από την διεύθυνση του Guggenheim της Νέας Υόρκης να πληρώσει το ποσό των 100 εκατομμυρίων δολαρίων για το νέο κτίριο-ορόσημο, 20 εκατομμύρια για τις υπηρεσίες από το Guggenheim της Νέας Υόρκης και επιπλέον το ποσό των 50 εκατομμυρίων για να αποκτήσει την δικιά του συλλογή τέχνης. (Το ίδρυμα Guggenheim της Νέας Υόρκης, την περίοδο εκείνη βρίσκονταν σε εξαιρετικά δύσκολη κατάσταση. Η συμφωνία με τις τοπικές αρχές του Μπιλμπάο έσωσε ταυτόχρονα και το ίδρυμα της Νέας Υόρκης.)

Σήμερα τα μοντέλα χρηματοδότησης των μουσείων διαφέρουν σημαντικά κατά περίπτωση. Στην Αμερική για παράδειγμα το μουσείο Getty, η γκαλερί Armand Hammer στο Λος Άντζελες, το μουσείο Rock and Roll στο Σιάτλ κτλ. έχουν χρηματοδοτηθεί άμεσα ή έμμεσα από κρατικούς οργανισμούς τέχνης. Κάτι τέτοιο είναι ασυνήθιστο σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες. Στην Μεγάλη Βρετανία, το Συμβούλιο τεχνών, μη κυβερνητική οργάνωση, και η Εθνική Λοταρία έχουν διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στην χρηματοδότηση των τεχνών. Η επιτροπή εθνικής λοταρίας διέθεσε το ποσό των 50,000,000 λιρών για την κατασκευή του Tate Modern. Επίσης, έχει διαθέσει και άλλα μεγάλα χρηματικά ποσά για την ανοικοδόμηση της Covent Garden Opera, το νέο μουσείο τέχνης στο Εδιμβούργο της Σκωτίας αλλά και για την κατασκευή της νέας γκαλερί τέχνης στο Salford.

Φυσικά, αυτός ο υπερβολικός ζήλος για χορηγίες από το κεφάλαιο έχει προκαλέσει σκεπτικισμό και αρκετές επικρίσεις. Μήπως εν τέλει χειραγωγείται η τέχνη, μέσα από τις χορηγίες; Εφόσον ο ρόλος του μουσείου έχει στραφεί προς τον οικονομικό αντίκτυπο, θα έπρεπε ίσως να χρηματοδοτείται εξολοκλήρου από δημόσιες χορηγίες, ως επένδυση για την αστική και περιφερειακή οικονομία. Με τον τρόπο αυτό θα δοθεί και η ευκαιρία στο μουσείο να επικεντρωθεί αποκλειστικά στις βασικές του δραστηριότητες. Παραδείγματος χάρη η περίπτωση της Γαλλίας, όπου οι κυβερνήσεις έχουν αναλάβει σημαντικότερο ρόλο στη χρηματοδότηση των τεχνών.

Βέβαια, λόγω των διαφορετικών συστημάτων, δημοτικών οργανισμών, οικονομικών και νομοθετικών μορφών, δεν έχουν όλες οι πόλεις την ίδια δυνατότητα προώθησης και ανάπτυξης μουσείων (Tait 2008: 12). Επίσης, παρά την επιθυμία για πολιτιστική αναγέννηση μέσω του μουσείου, ο βαθμός επιτυχίας φαίνεται να είναι μεταβλητός, ιδιαίτερα έξω από τις μεγάλες πόλεις. Στα μουσεία των πόλεων όπως, Salford^[10], Sheffield^[11], Newcastle upon Tyne^[12] (Ηνωμένο Βασίλειο), Milwaukee (Η.Π.Α.), Leon (Ισπανία), Herford (Γερμανία), ο αριθμός των επισκεπτών

¹⁰ Η απομακρυσμένη θέση του από το κέντρο του Μάντσεστερ και η αδυναμία να δημιουργηθεί ένα κέντρο στη περιοχή που βρίσκεται η γκαλερί, οδήγησε τελικά στην αποτυχία του μουσείου όσο αφορά των αριθμό των επισκεπτών (Salford museum and Art Gallery).

¹¹ Η μη συμμετοχή της τοπικής κοινότητας και η απουσία της εξέτασης της τοπικής και περιφερειακής ταυτότητας έκριναν την αποτυχία στο μουσείο Rock μουσικής στο Sheffield (National Center for Popular Music).

¹² Η αποδοκimasία από την τοπική κοινότητα για άσκοπη και υπερβολική δημόσια επένδυση σε πολιτιστικά κτίρια έκρινε την αποτυχία τους.

ήταν απογοητευτικός σε σχέση με τον αναμενόμενο (Plaza και Haarich 2009: 4). Με βάση τις εν λόγω αρνητικές επιπτώσεις, εκτιμάται από ορισμένους ότι ένα σύμπλεγμα πολιτιστικών ιδρυμάτων και άλλων αξιοθέατων στην περιοχή είναι απαραίτητα για την προσέλκυση μεγάλου αριθμού επισκεπτών.



Εικόνα 14: National Center for Popular Music, Sheffield, Αγγλία, Nigel Coates Architects, Άνοιξε το 1999 και έκλεισε το 2000

3.2 Η σημασία της συγκέντρωσης πολιτιστικών ιδρυμάτων σε μια περιοχή.

Ύστερα από την διαδικασία των αναπλάσεων σε υποβαθμισμένες περιοχές, στη μεταβιομηχανική πόλη, συναντάμε έντονα την τάση διάρθρωσης των χρήσεων γης στην κατεύθυνση δημιουργίας επιλεκτικών χωρικών συγκεντρώσεων νέων οικονομικών δραστηριοτήτων (clustering). Η δημιουργία των clusters ενισχύεται συνήθως από τους φορείς των πόλεων μέσω ανάπλασης αστικών χώρων που έχουν ως στόχο τη δημιουργία ενός «συμβολικού αστικού τοπίου αίγλης, εξουσίας και ανάπτυξης» «Ως προς την αστική και την αρχιτεκτονική μορφολογία, αυτά τα τοπία χαρακτηρίζονται από τη μίξη καινοτόμου σχεδιασμού και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς» (Γοσποδίνη 2006: 28, Βλ. επίσης Νικόλας Καραχάλης 2007). Η κατεύθυνση αυτή μπορεί να διαχωριστεί σε δυο είδη επιλεκτικών χωρικών συγκεντρώσεων^[13]. Στο πρώτο είδος υπάγονται οι θύλακες επιχειρήσεων παροχής οικονομικών υπηρεσιών υψηλού επιπέδου^[14] και εταιριών υψηλής τεχνολογίας και τεχνογνωσίας^[15] (clusters καινοτομίας), ενώ στο δεύτερο είδος υπάγονται οι θύλακες πολιτιστικών βιομηχανιών^[16] και χώρων κατανάλωσης και ψυχαγωγίας (clusters πολιτιστικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων)^[17] (Γοσποδίνη 2006: 28).

Οι πόλεις ανέκαθεν επιδίωκαν να αναπτύσσουν κέντρα πολιτιστικών δραστηριοτήτων και να παράγουν πολιτισμό υπό την μορφή καλών τεχνών και τεχνοτροπιών. Πολλοί είναι οι πολεοδόμοι, αρχιτέκτονες αλλά και πολιτικοί που έχουν διατυπώσει πριν την δεκαετία του 1980 ότι η ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων στην πόλη είναι ένα μέσο βελτίωσης της ποιότητας του αστικού χώρου, αλλά και ο σημαντικότερος παράγοντας μεγέθυνσης της αστικής οικονομίας. Μετά την δεκαετία του 1990 παρατηρείται μια τάση για χωρική συγκέντρωση και ομαδοποίηση των πολιτιστικών βιομηχανιών (Cultural clustering. Παραδείγματα στον διεθνή χώρο από πρώην βιομηχανικές περιοχές που έχουν αποκτήσει πολιτιστική χρήση σε συνδυασμό με υποδομές αναψυχής και διασκέδασεις (μπαρ, εστιατόρια, χώροι συναυλιών, καταστήματα κ.ά.) καθώς και με χρήσεις κατοικίας συναντάμε στο Λονδίνο, τη Βιέννη, το Ρότερνταμ, τη Χάγη, το Μπιλμπάο κ.α. (Νικόλας Καραχάλης 2007: 1). Στην περιοχή South Bank του Λονδίνου έχει δημιουργηθεί ένα από τα μεγαλύτερα πολιτιστικά cluster της Ευρώπης που συμπεριλαμβάνει και τη διεθνούς εμβέλειας γκαλερί Tate Modern. Στο συγκεκριμένο πολιτιστικό cluster

¹³ Ο Hutton (2004) χρησιμοποιεί τον όρο «σημαίνοντες θύλακες» (signifying precincts) και τους ερμηνεύει ως καθορισμένα επίκεντρα της νέας οικονομίας της μεταβιομηχανικής πόλης.

¹⁴ Στους θύλακες αυτούς περιλαμβάνονται διεθνείς τράπεζες, ασφαλιστικές εταιρίες, χρηματο-οικονομικές υπηρεσίες κ.α

¹⁵ Περιλαμβάνουν επιχειρήσεις ΜΜΕ, μέσων έντυπης και ηλεκτρονικής ενημέρωσης, υπηρεσίες ίντερνετ, σχεδιασμό ρούχων μόδας κ.α

¹⁶ Περιλαμβάνουν ιδρύματα και εταιρίες παραγωγής πολιτιστικών προϊόντων, υψηλές σχεδιαστικές αξίες με δημιουργικό και συμβολικό περιεχόμενο όπως μουσεία, γκαλερί, θέατρα, αίθουσες μουσικής κ.α

¹⁷ Περιλαμβάνουν επιχειρήσεις υπηρεσιών αναψυχής όπως bars, clubs, καφετέριες, εστιατόρια κ.α

παρατηρείται να δημιουργούνται σταδιακά υποενότητες με ομοειδείς δραστηριότητες (Γοσποδίνη 2006: 33).

Σε ορισμένες πόλεις, με την εφαρμογή των προγραμμάτων πολιτιστικής συγκέντρωσης (culture clusters) δημιουργούνται και συγκεντρώσεις μουσείων (museum clusters) ή συνοικίες μουσείων. Τέτοια συναντάμε αρχικά στο Λονδίνο και την Ουάσιγκτον και στη συνέχεια σε άλλες πόλεις όπως την Φρανκφούρτη το Ρότερνταμ κτλ. (Mommaas 2004: 508, Βλ. επίσης Κόνσολα 2011). Βέβαια, η ομαδοποίηση και η δημιουργία συνοικίας δεν είναι πάντα εφικτή, εφόσον τα περισσότερα υφιστάμενα ιδρύματα-μουσεία είναι διάσπαρτα στην πόλη και η μετεγκατάστασή τους έχει τεράστιο κόστος και σε μερικές περιπτώσεις ίσως είναι και αδύνατη.

Πιο συγκεκριμένα, η συγκέντρωση τουριστικών αξιοθέατων, πολιτιστικών ιδρυμάτων και οι συνοικίες μουσείων συμβάλλουν στην αισθητική αναβάθμιση του δομημένου περιβάλλοντος, στην αναζωογόνηση τόσο των υποβαθμισμένων κέντρων των πόλεων όσο και των αποβιομηχανοποιημένων περιοχών. Αυτό συνήθως επιτυγχάνεται με μια ευρύτερη ανάπτυξη των περιοχών και με την δημιουργία φιλόδοξου «πολιτιστικού εμβλήματος» πράγμα που θα αποτελέσει σημείο αναφοράς για την πόλη ή την περιοχή, καθώς συμβάλλει στην αισθητική βελτίωση της εικόνας της πόλης και ισχυροποιεί την ιδιαίτερη ταυτότητα της. Τέτοιες συγκεντρώσεις επιτυγχάνουν την αναγέννηση και κοντινών περιοχών όπου συνήθως αναπτύσσονται δευτερογενείς τουριστικές υπηρεσίες όπως ξενοδοχεία, εστιατόρια γκαλερί τέχνης καταστήματα κτλ. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι ο βαθμός στον οποίο οι δευτερεύουσες εξελίξεις θα πετύχουν έχει ζωτική σημασία στην αξιολόγηση της επιτυχίας των μουσείων όσο αφορά την αστική αναγέννηση. Συμπερασματικά, η συγκέντρωση τουριστικών αξιοθέατων, πολιτιστικών ιδρυμάτων και μουσείων σε ένα σημείο της πόλης αυξάνει την συνολική ελκυστικότητα τους (Mommaas 2004, Βλ. επίσης Aalst 2002, Plaza και Haarich 2009). Η πιθανότητα να επισκεφτούν οι επισκέπτες τουλάχιστον ένα από τα μουσεία είναι μεγαλύτερη, αφού δημιουργείται μια κρίσιμη μάζα η οποία μετατρέπει το σύμπλεγμα ιδρυμάτων σε μεγαλύτερο πόλο έλξης από ότι το καθένα μεμονωμένα. Ωστόσο, υπό αυτήν την έννοια η δημιουργία μιας νέας τέτοιας συνοικίας στην πόλη μπορεί να αποτελέσει κίνδυνο για μεμονωμένα υφιστάμενα μουσεία σε άλλες περιοχές της (Βλ. Aalst 2002: 208).



Εικόνα 15: Το εκθεσιακό πάρκο γλυπτικής στη συνοικία των μουσίων στο Ρότερνταμ, Ολλανδία, OMA, 2001



Εικόνα 16: Η συνοικία των μουσίων στη Βιέννη, αποτελείται απο 20 μουσεία και πολιτιστικά ιδρύματα.

3.3 Ο Σημασία της Εντυπωσιακής Αρχιτεκτονικής και των «Star Architects» στην Αστική Αναγέννηση.

Τα νέα μουσεία και οι γκαλερί τέχνης που χτιζόντουσαν τον 19^ο και στις αρχές του 20^{ου} αιώνα ήταν μνημειώδης και είχαν νεοκλασικές γραμμές. Εμπεριείχαν την σταθερότητα και την ευπρέπεια. Τις τελευταίες δεκαετίες όμως, η κατασκευή ενός μουσείου είναι αναμφισβήτητα ένα νέο φαινόμενο, αφού τα περισσότερα σχεδιάζονται με φουτουριστική αρχιτεκτονική. Η τεράστια σημασία του πολιτισμού στη σύγχρονη κοινωνία, σε συνδυασμό με την αυξανόμενη σημασία του τουρισμού στην οικονομία των μεταβιομηχανικών πόλεων έχει οδηγήσει τις τελευταίες δεκαετίες στην κατασκευή «Μουσείων-Ναυαρχίδων» (Hamnett και Shoal 2003: 16, Βλ. επίσης Πετρίδου και Πάγκαλος 2013).

Κάθε πρωτεύουσα κράτους, προσπαθεί να προωθήσει σχέδια αστικής αναγέννησης για την πόλη, τα περισσότερα από τα οποία έχουν σχέση με τον πολιτισμό και τον τουρισμό. Στην περίπτωση αστικής αναγέννησης μέσω των νέων μουσείων, ελπίζουν ότι με την κατασκευή τους θα προσελκύσουν επισκέπτες τόσο από το εξωτερικό όσο και από τις άλλες πόλεις της χώρας και ότι αυτό θα συμβάλει στην τοπική και περιφερειακή οικονομία. Τα νέα μουσεία «Ναυαρχίδες» γίνονται αξιοθέατα («must-see») με αποτέλεσμα να προσελκύουν περισσότερους επισκέπτες και ίσως να επεκτείνουν την χρονική διάρκεια της διαμονής αφήνοντας περισσότερα έσοδα στις πόλεις. Επίσης, τα μουσεία που εμπλουτίζουν συνεχώς ή ανταλλάσσουν τις συλλογές τους, επιτυγχάνουν να έχουν σταθερούς επισκέπτες από το εξωτερικό. Το γεγονός αυτό, δεν συμβαίνει τόσο συχνά με άλλα αξιοθέατα όπως για παράδειγμα ο πύργος του Eiffel ή το London Eye, που τα επισκέπτονται συνήθως μόνο μια φορά. Συχνά τα εντυπωσιακά Μουσεία-Ναυαρχίδες, πέρα από τις συλλογές τέχνης που εμπεριέχουν, γίνονται πόλοι έλξης ως κτίρια και μέσω της εικόνας τους προβάλλουν ολόκληρη την πόλη.

Επίσης, ιδιαίτερη σημασία δίνουν τόσο οι κρατικές και δημοτικές αρχές όσο και τα ιδιωτικά πολιτιστικά ιδρύματα στην «έκρηξη» πρωτοποριακής κατασκευής των νέων μουσείων, ιδιαίτερα εκείνων της σύγχρονης τέχνης, από άποψη αρχιτεκτονικού σχεδίου. Οι περισσότεροι διάσημοι αρχιτέκτονες του «star system» έχουν συνδέσει το όνομα τους με το σχεδιασμό μεγάλων μουσείων, τα οποία έχουν μεταβληθεί σε μέσα επίδειξης της οικονομικής και πολιτιστικής ισχύος των αντίστοιχων πόλεων, τα λεγόμενα «έργα ναυαρχίδες» (flagships), ή σε «πολιτιστικές λατρευτικές εικόνες» (cultural icons), μετατρέποντας τα σε τουριστικούς μαγνήτες (Κόνσολα 2011, Βλ. επίσης Πετρίδου και Πάγκαλος 2013, Plaza και Haarich 2009).

Πολλοί υποστηρίζουν ότι ένα εμβληματικό μουσείο σχεδιασμένο από έναν «starchitect» σαν τον Frank Gehry, Norman Foster, Renzo Piano, Rem Koolhaas, γραφείο Zaha Hadid κτλ. μπορεί να εγγυηθεί την αστική αναγέννηση από μόνο του (Plaza και Haarich 2009: 12). Ο Frank Gehry από την άλλη, με αφορμή το «φαινόμενο Μπιλμπάο», σε συνέντευξη του απαντάει σε σχετική ερώτηση πώς «Είναι αφελές να πιστεύει κανείς ότι ένα κτίριο μπορεί να καταφέρει κάτι τέτοιο. Ένα κτίριο μπορεί να κάνει πολλά, αλλά χρειάζεται την προσεγμένη μελέτη και την υποστήριξη από τους ηγέτες μιας κοινότητας προκειμένου να λειτουργήσει σωστά και να πετύχει, ακριβώς όπως έγινε με την κυβέρνηση των Βάσκων. Το σχέδιο περιελάμβανε αλλαγές στις υποδομές και στην πολιτική κατεύθυνση της οικονομίας. Από εμένα ζητήθηκε ένα κτίριο εφάμιλλο της Όπερας του Σίδνεϋ» (Αστραπέλλου 2014).

Υποστηρίζεται επίσης ότι τα κτίρια αυτά, λόγω της δραματικής και θεαματικής αρχιτεκτονικής τους λειτουργούν ως αξιοθέατα από μόνα τους, πέρα από τα έργα τέχνης που εμπεριέχουν (Hamnett και Shoval 2003: 17). Ο Sudjic (1993: 145) έχει υποστηρίξει ότι η συλλογή έχει σαφώς λάβει την δεύτερη θέση στο σχεδιασμό του μουσείου ως προς το που θα είναι όπως επίσης και ως προς τον χώρο που καταλαμβάνει (με αναλογία 2:9 έναντι 1:2 στο παρελθόν, Τσακαλίδου 2013: 114). Ο Juan Ignacio Vidarte διευθυντής του μουσείου Guggenheim στο Μπιλμπάο, αναφέρει σχετικά ότι «Το αρχιτεκτόνημα από μόνο του δεν αρκεί, χρειάζεται να φιλοξενούμε εξαιρετικές εκθέσεις. Για να διατηρήσουμε τα υψηλά ποσοστά επισκεπτών, περίπου ένα εκατομμύριο το χρόνο, πρέπει να βρίσκουμε συνεχώς τρόπους να επανεφεύρουμε τον εαυτό μας...» (Πουρνάρα 2011).

Τα εμβληματικά μουσεία χαρακτηρίζονται τόσο από το μέγεθος τους όσο και από την εντυπωσιακή αρχιτεκτονική τους. Στόχος των παραπάνω μουσείων τους είναι να αιχμαλωτίσουν τη φαντασία των επισκεπτών τους. Ο Frank Lloyd Wright με το μουσείο Guggenheim στη Νέα Υόρκη κατόρθωσε να σπάσει την κλασική μορφή, από αρχιτεκτονικής άποψης, που επικρατούσε για τα μουσεία και τις γκαλερί τέχνης (Hamnett και Shoval 2003: 16). Η κατασκευή του μουσείου Guggenheim στο Μπιλμπάο, σχεδιασμένο από τον Frank Gehry, κατόρθωσε μέσα από την εντυπωσιακή και εμβληματική αρχιτεκτονική, με την συμβολή και άλλων έργων μεγάλης κλίμακας, σχεδιασμένα και αυτά από αρχιτέκτονες του «star system», να μετατρέψει την προκατάληψη και την αρνητική εικόνα της αποβιομηχανοποιημένης επαρχιακής πόλης και να τη μετατρέψει σε διεθνή τουριστικό

προορισμό (McNeill 2000: 479, Βλ. επίσης Κόνσολα, 2011). Τα νέα μουσεία, όπως, το MAXXI στη Ρώμη, ο πύργος New Tate (επέκταση της Tate Modern) που άνοιξε πρόσφατα στο Λονδίνο (17 Ιουνίου 2016) κτλ., αλλά και ανακατασκευασμένα μουσεία όπως το μουσείο Orsay στο Παρίσι, το μουσείο Reina Sofia στη Μαδρίτη κτλ. χαρακτηρίζονται επίσης από εντυπωσιακή αρχιτεκτονική και έχουν οδηγήσει σε μια νέα «αστική πολιτιστική κατανάλωση» που εμπεριέχει την αρχιτεκτονική, το θέαμα και την τέχνη.



Εικόνα 17: Μουσείο Τέχνης Solomon R. Guggenheim, Νέα Υόρκη, Frank Lloyd Wright, 1937



Εικόνα 18: Εθνικό Μουσείο Τεχνών του 21ου αιώνα, Ρώμη, Zaha Hadid, 2010

Παράδειγμα άλλου πολιτιστικού κτιρίου με πρωτοποριακή και εντυπωσιακή αρχιτεκτονική είναι η όπερα του Σίδνεϋ του Jorn Utzon. Το κτίριο αυτό κατόρθωσε να γίνει αξιοθέατο «must-see» και σύμβολο του Σίδνεϋ αλλά και ολόκληρης της Αυστραλίας. Δεν θεωρείται τόσο γνωστό για τις πολιτιστικές εκδηλώσεις του, αφού μόνο ένα μικρό μέρος των τουριστών θα το επισκεφτεί για αυτές αλλά ως τοποθεσία τουριστικού προορισμού για την εντυπωσιακή αρχιτεκτονική του. Συνεπώς, για μια πόλη η δημιουργία μιας τέτοιας εικόνας είναι πολύ σημαντική, αν αναλογιστεί κανείς ότι οι περισσότεροι άνθρωποι που δεν έχουν επισκεφτεί την πόλη συνδέουν την εικόνα της με τα κτίρια αυτά.

Εν κατακλείδι, η χρήση της αρχιτεκτονικής υπογραφής είναι πάντα ένα αμφιλεγόμενο σημείο στοναστικό σχεδιασμό και την ανάπτυξη. Όπως υποστηρίζεται από πολλούς, το να κατασκευαστεί ένα απλά μεγάλο κτίριο για να φιλοξενήσει μια συλλογή τέχνης δεν είναι αρκετό. Αντίθετα ο πρωτοποριακός σχεδιασμός των κτιρίων αυτών είναι πολύ σημαντικός, αν όχι και πιο σημαντικός από τις συλλογές τέχνης που θα στεγάσει. Ωστόσο, οι επικριτές αυτής της τάσης (Βλ. Dean κ.α 2010, McNeill 2000, Plaza και Haarich 2009) επισημαίνουν ότι, πρώτον, ένα εμβληματικό κτίριο από μόνο του δεν μπορεί να εγγυηθεί την επιτυχία, δεύτερον το κόστος κατασκευής του είναι τεράστιο, τρίτον ένα τέτοιο έργο θα μπορούσε να αλλάξει τον χαρακτήρα του αστικού τοπίου και φυσικά να οδηγήσει σε φαινόμενα κοινωνικού αποκλεισμού.

Στον πίνακα φαίνεται η τεράστια σημασία των μουσείων στην τουριστική προσφορά της πόλης. Παρατηρείται ότι από τα δέκα πιο διάσημα αξιοθέατα του Λονδίνου, του Παρισιού και της Νέας Υόρκης τα περισσότερα είναι μουσεία.

	London		Paris		New York	
1	British Museum	6.7	Notre Dame	14	Metropolitan Museum of Art	6.2
2	National Gallery	6	Montmartre	10	American Museum of Natural History	5
3	Natural History Museum	5.3	City of Science, La Villette	10	World Trade Center Observation Deck	3.8
4	Tate Gallery	4.8	Musee du Louvre	9.2	Empire State Building	3.6
5	Science Museum	3.3	Versailles	7.5	Ellis Island & Statue of Liberty	3
6	Madame Tussauds	2.8	Eiffel Tower	7	Museum of Modern Art (MOMA)	2.5
7	Tower of London	2.7	Centre Pompidou	5.5	Guggenheim Museum	1
8	Chessington World of Adventure	1.8	Musée D'Orsay	3.5	Brooklyn Museum of Art	0.6
9	St Paul's Cathedral	1.6	Natural History Museum	2	Museum of the city of New York	0.4
10	Westminster Abbey	1.6	L'Arc de Triomphe	1.2	National Museum of the American Indian	0.2

Τα δέκα αξιοθέατα με τους περισσότερους επισκέπτες, στο Λονδίνο, το Παρίσι και την Νέα Υόρκη το 2013-2014

38 | Ο Ρόλος της Εντυπωσιακής Αρχιτεκτονικής και των «Star Architects» στην
Αστική Αναγέννηση.

4. Παραδείγματα.

Συνοψίζοντας, ο πολιτισμός και στην περίπτωση μας το μουσείο φαίνεται να παίζουν καταλυτικό ρόλο στην «αναγέννηση» μιας υποβαθμισμένης περιοχής ή μιας πρώην βιομηχανικής πόλης. Για να πετύχει όμως ένα μουσείο ως προς τον οικονομικό αντίκτυπο θα πρέπει να ικανοποιεί κάποιες προϋποθέσεις. Πρωτίστως, θα πρέπει να προσελκύσει επισκέπτες, επενδύσεις και να δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας. Για να μπορέσει να προσελκύσει επισκέπτες και επενδύσεις θα πρέπει να γίνει τουριστικό αξιοθέατο. Ο πιο διαδεδομένος τρόπος μέχρι τώρα είναι μέσα από ένα εμβληματικό κτίριο με την υπογραφή ενός «starchitect». Δευτερευόντως, η θέση και η ευκολία πρόσβασης στο μουσείο είναι επίσης σημαντικοί. Το πολιτιστικό ίδρυμα θα πρέπει να βρίσκεται σε κεντρική περιοχή ή να δημιουργήσει «κέντρο» με τη συγκέντρωση ενός ευρύτερου φάσματος χρήσεων και αστικών λειτουργιών. Να υπάρχει ασφαλής χρήση του δημόσιου χώρου και καλή προσβασιμότητα για τους πεζούς και τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Ειδικότερα, περιφερειακές πόλεις της δυτικής και κεντρικής Ευρώπης ενδείκνυται να επιλέγονται για τον σκοπό αυτό, εφόσον μπορούν να υποδεχτούν επισκέπτες από γειτονικές χώρες σε λιγότερο από τρεις ώρες οδήγησης. Τρίτον, αλλά επίσης πολύ σημαντικό, η ύπαρξη σπάνιων αντικειμένων τέχνης στις συλλογές του, ο σχεδιασμός και η διαχείριση των εκθέσεων παίζουν καθοριστικό ρόλο. Οι εκθέσεις θα πρέπει να είναι ελκυστικές και πρωτοποριακές αιχμαλωτίζοντας το ενδιαφέρον τόσο των ξένων επισκεπτών όσο και των κατοίκων της περιοχής.

Όσον αφορά την τοπική αυτοδιοίκηση, της περιοχής ή της πόλης, απαιτείται πρώτον, ευρύτερος στρατηγικός σχεδιασμός, βελτίωση των δημόσιων μεταφορών, των αστικών και περιβαλλοντικών υποδομών, με πρότυπα υψηλής ποιότητας. Δεύτερον, η ύπαρξη άλλων πολιτιστικών ιδρυμάτων (ή οι συνοικίες μουσείων) στην περιοχή που θα τοποθετηθεί το νέο μουσείο είναι επίσης καθοριστικός παράγοντας για την επιτυχία του. Τρίτον, η συνεργασία της τοπικής αυτοδιοίκησης για την κατασκευή ενός παραρτήματος με την επωνυμία κάποιου από τα παγκοσμίου φήμης ιδρύματα (όπως Prestige, Guggenheim, Louvre, Hermitage και Tate) είναι επίσης ζωτικής σημασίας για την επιτυχία, καθώς αυτά συμβάλλουν με τη γνώση, τον επαγγελματισμό και μια τεράστια συλλογή έργων τέχνης.

Για να θεωρηθεί όμως πλήρως επιτυχημένο το μουσείο ως βασικό εργαλείο αστικής αναγέννησης, σύμφωνα με την οπτική της παρούσας εργασίας, θα πρέπει να εξεταστεί και ο κοινωνικός αντίκτυπος. Όπως ειπώθηκε στην εισαγωγή, η διαδικασία της αστικής αναγέννησης επιφέρει φαινόμενα κοινωνικού αποκλεισμού και εκτοπισμού. Για να αποφευχθούν τέτοια φαινόμενα, θα πρέπει να κρίνεται ως προς τον βαθμό συμμετοχής σε αυτό της τοπικής κοινότητας, τον βαθμό ελεύθερης πρόσβασης στους εκθεσιακούς χώρους και γενικότερα ως προς την κοινωνική προσφορά του.

Με βάση τις παραπάνω προϋποθέσεις, θα εξεταστούν στο τέταρτο κεφάλαιο τρία παραδείγματα μουσείων στον ευρωπαϊκό χώρο, ως προς τον οικονομικό και κοινωνικό τους αντίκτυπο. Τα παραδείγματα που επιλέχτηκαν είναι παραρτήματα των παγκοσμίου φήμης μουσείων Tate, Louvre και Centre Pompidou. Τα τρία μουσεία βασίστηκαν αρκετά στην επωνυμία και την παγκόσμια αναγνώριση τους για την επιτυχία των νέων παραρτημάτων τους, αλλά και για την αποδοχή τους από την τοπική κοινότητα στη νέα τοποθεσία. Το ίδρυμα Tate άνοιξε το νέο παράρτημα στη πρώην βιομηχανική περιοχή Bankside του Λονδίνου, ενώ το Louvre και το Centre Pompidou στις πρώην βιομηχανικές πόλεις Λανς και Μετς αντίστοιχα. Αν και στις εν λόγω περιπτώσεις ο κύριος στόχος δεν ήταν η αστική αναγέννηση, υπήρχε η κρυφή ελπίδα ότι η άφιξη των νέων παραρτημάτων θα έφερνε την οικονομική ανάπτυξη τόσο στην περιοχή Bankside του Λονδίνου όσο και στις διοργανώτριες πόλεις Λανς και Μετς. Οι διοικήσεις των μουσείων έδωσαν ιδιαίτερη σημασία τόσο στην αρχιτεκτονική όσο και την αρχιτεκτονική υπογραφή των νέων παραρτημάτων διοργανώνοντας διεθνείς αρχιτεκτονικούς διαγωνισμούς. Και τα τρία φέρουν την υπογραφή διάσημων αρχιτεκτόνων όπως Jacques Herzog και Pierre de Meuron, SANAA και Shigeru Ban. Ένας άλλος βασικός λόγος επιλογής των συγκεκριμένων παραδειγμάτων είναι ότι δεν εντάσσονται στην εμπορική στρατηγική franchising όπως συνηθίζεται με το ίδρυμα Guggenheim και άλλα. Αντιθέτως, και τα τρία παραρτήματα ήταν επιθυμία της διοίκησης των αντίστοιχων μουσείων χωρίς να απαιτήσουν κάποιο οικονομικό αντίτιμο από τις πόλεις Λανς και Μετς ή την περιοχή του Bankside. Τέλος, θεωρήθηκε ότι θα ήταν ενδιαφέρον να εξεταστούν παραδείγματα μουσείων με διαφορετική αρχιτεκτονική προσέγγιση και με διαφορετικά συστήματα χρηματοδότησης.

4.1 Το παράδειγμα της Tate Modern.

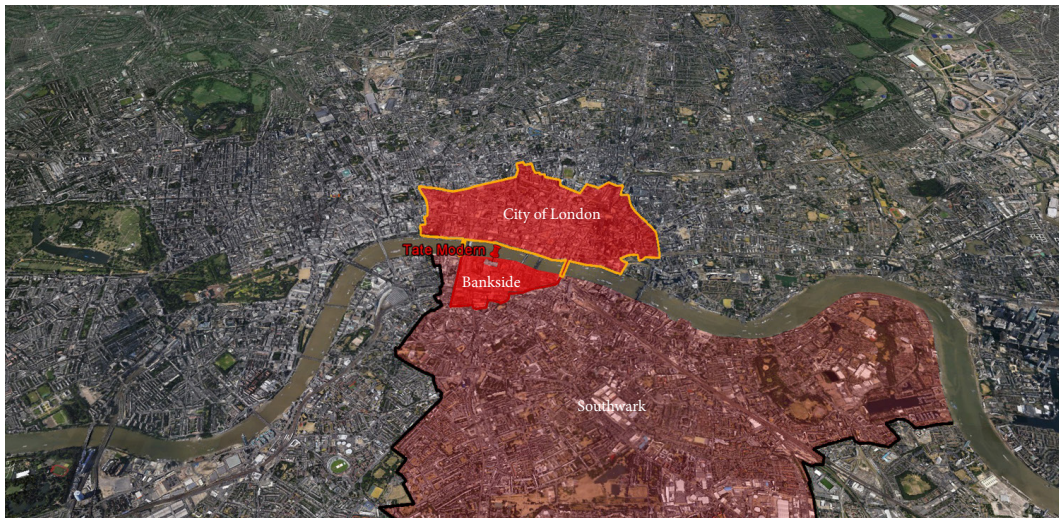


Εικόνα 19: Tate Modern, Jacques Herzog και Pierre de Meuron, 2000

Η περιοχή Bankside βρίσκεται στον δήμο Southwark του νότιου Λονδίνου. Η τοποθεσία δίπλα στον ποταμό Τάμεση είχε καταστήσει την περιοχή ιδανική για βιομηχανικές δραστηριότητες. Οι βομβαρδισμοί στη διάρκεια των δυο παγκοσμίων πολέμων σε συνδυασμό με την αποβιομηχάνιση τη δεκαετία του 1980, τις νέες τεχνολογίες και την ατμοσφαιρική ρύπανση οδήγησαν από κοινού στην υποβάθμιση, την παρακμή και την περιθωριοποίηση της περιοχής από το υπόλοιπο Λονδίνο. Η απόφαση της διοίκησης της Tate να ανοίξει μια νέα γκαλερί σύγχρονης τέχνης ουσιαστικά έσωσε την περιοχή του Bankside από την παρακμή ή και ενδεχομένως από την κατεδάφιση (Δασκαλάκη 2002: 369).



Εικόνα 20: Αεροφωτογραφία της περιοχής Bankside, Μάρτιος, 1963



Χάρτης του δήμου Southwark, 2016

Η Tate Gallery Ιδρύθηκε το 1897 από τον Sir Henry Tate ως μουσείο της βρετανικής τέχνης και πολύ σύντομα έγινε και ο κύριος χώρος φιλοξενίας της διεθνούς σύγχρονης τέχνης στο Λονδίνο, με αποτέλεσμα να έχει αποκτήσει έργα τοπικών καλλιτεχνών αλλά και μεγάλων ξένων καλλιτεχνών όπως του Matisse, του Picasso, του Rothko κτλ. Λόγω του περιορισμένου χώρου, η Tate gallery μπορούσε να εκθέσει μόνο το 15 τοις εκατό από τα 6.000 έργα ζωγραφικής, τα 1.300 γλυπτά και τα 50.000 χειρόγραφα που κατείχε.

Η δημιουργία μιας «νέας» Tate, στη συνέχεια, φάνηκε καλή ιδέα, όχι μόνο για να διευκολύνει στον διαχωρισμό των σπάνιων διαφορετικών θεματικών αντικειμένων, αλλά και επειδή το νέο κτίριο θα στέγαζε συλλογές συγκρίσιμες με εκείνες του Centre Pompidou στο Παρίσι και του Μουσείου Μοντέρνας Τέχνης της Νέας Υόρκης. Επίσης, το κόστος συντήρησης ήταν πολύ υψηλό στις αποθήκες του υπάρχοντος κτιρίου και, όπως σε άλλα πολιτιστικά ιδρύματα, θα ήταν πολύ πιο εύκολο να εξασφαλίσουν χορηγίες για νέο κτίριο παρά για τα λειτουργικά τους έξοδα (Feldstein, 1991: 3).

Ο Sir Nicholas, διευθυντής της Tate, αναφέρει ότι η αναζήτηση για την εύρεση της νέας τοποθεσίας πήρε δύο χρόνια. Η απόφαση τελικά προήλθε από το σκεπτικό ότι το κέντρο του Λονδίνου ήταν ήδη ένα από τα κορυφαία κέντρα μουσείων, τέχνης και πολιτισμού, στον κόσμο, οπότε γιατί να μην δοθεί μια ευκαιρία στις υποβαθμισμένες περιοχές της περιφέρειας για την χωροθέτηση της νέας γκαλερί (Gayford κ.α, 2005).

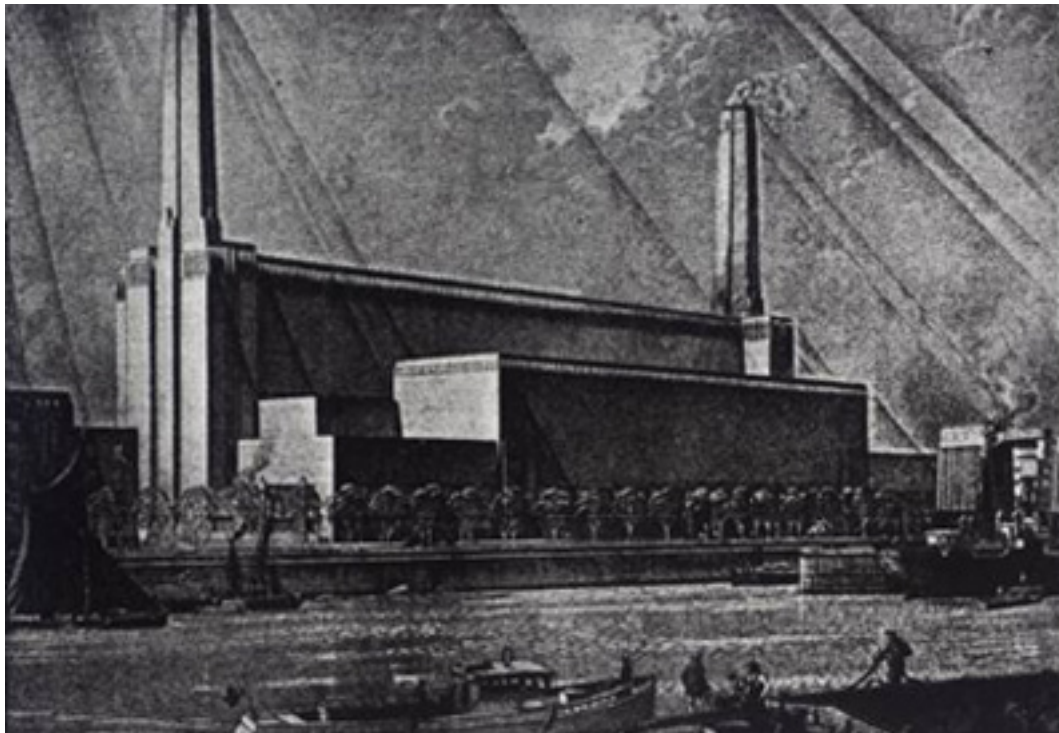
Σε αυτήν την περίπτωση, η πρώην βιομηχανική ζώνη του Λονδίνου (νότιο Λονδίνο) ήταν η καλύτερη επιλογή. Επιπρόσθετα η διοίκηση της Tate έψαχνε ταυτόχρονα για τοποθεσία ορόσημο, γεγονός που την οδήγησε στις όχθες του ποταμού Τάμεση και σύμφωνα με τον Sir Nicholas «τι καλύτερο ορόσημο από απέναντι από τον Άγιο Παύλο». Όλα τα παραπάνω, οδήγησαν στο να επιλεχτεί ως τοποθεσία του νέου παραρτήματος της Tate ο πρώην σταθμός ηλεκτρικής ενέργειας στην περιοχή *bankside* του νότιου Λονδίνου (Riding, 2000).

Ο σταθμός ηλεκτρικής ενέργειας (*Bankside Power Station*) σχεδιάστηκε από τον Sir Giles Gilbert Scott^[18] το 1947. Το επιβλητικό κτίριο κατασκευάστηκε σε δυο φάσεις μεταξύ 1947 και 1963 (Dean κ.α 2010). Συγκεκριμένα, βρίσκεται στην περιοχή του *Bankside*, στη νότια όχθη του Τάμεση απέναντι από τον καθεδρικό ναό του Αποστόλου Παύλου και συνδέεται με αυτόν και το κέντρο του Λονδίνου μέσω της νέας πεζογέφυρας *millennium*. Ξεκίνησε να λειτουργεί ως μονάδα παραγωγής ενέργειας το 1963 και μετά από 18 χρόνια λειτουργίας έκλεισε το 1981. Η κατεδάφιση του αποφεύχθηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1980. Για αρκετές δεκαετίες ο παραμελημένος γιγαντιαίος σταθμός ηλεκτροπαραγωγής αντανάκλασε την αδιαφορία του μεταπολεμικού Λονδίνου (Riding, 2000, Βλ. Επίσης Δασκαλάκη 2002).

Από την ολοκλήρωση της κατασκευής του θεωρήθηκε τοπόσημο για την πόλη. Η σύνθεση του Sir Giles Gilbert Scott με το επιβλητικό μέγεθος, την καθαρότητα στις όψεις, την αυστηρή συμμετρία και τη μνημειακή σχεδίαση το καθιστούν βιομηχανικό μνημείο. Το κτίριο έχει μήκος 152 μ., πλάτος 70 μ. και το αρχικό του ύψος ήταν 26 μ. Οι δυο αρχικές επιβλητικές καμινάδες είχαν ύψος 99 μ, λίγο χαμηλότερα από το ύψος του καθεδρικού ναού, που φτάνει στα 114 μ. Ο φέρων οργανισμός του είναι μεταλλικός με τούβλινους τοίχους. Οι εσωτερικοί χώροι του κτιρίου διακρίνονται σε τρεις, το *Boiler House* στη βόρεια πλευρά, το *Switch House* στη νότια πλευρά και τη *Turbine Hall*, που βρίσκεται ανάμεσα τους.

Η πρόταση των αρχιτεκτόνων Jacques Herzog και Pierre de Meuron διακρίθηκε ανάμεσα σε 148 συνολικά συμμετοχές, μεταξύ των οποίων εκείνες διάσημων αρχιτεκτόνων όπως ο Renzo Piano, ο Rafael Moneo, ο Tadao Ando και ο Rem Koolhaas. Η απλότητα της πρότασης και ο σεβασμός στην αρχιτεκτονική αξία του υπάρχοντος κτιρίου έκριναν το αποτέλεσμα του διαγωνισμού. Ο διευθυντής της Tate, Sir Nicholas, αναφέρει χαρακτηριστικά: «Εμείς δεν θέλαμε απλά να αποκαταστήσουν το κτίριο, αλλά να το μετατρέψουν ταυτόχρονα και η πρόταση του ήρθε με μοναδικές λύσεις». «Ήμουν πολύ ενθουσιασμένος με τον τρόπο που χρησιμοποίησαν τα υλικά, το ξύλο, το γυαλί, το τσιμέντο και το σίδηρο. Το έργο τους είναι εξαιρετικά σαφές, αισθητικό και πολύ καθαρό.» (Riding, 2000).

¹⁸ Ο αρχιτέκτονας Sir Giles Gilbert Scott έχει σχεδιάσει το κόκκινο τηλεφωνικό θάλαμο, σήμα κατατεθέν του Λονδίνου.



Εικόνα 21: Ο παλιός σταθμός παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας στην αρχική του κατάσταση, 1947 (The Architects' Journal, Ιανουάριος, 16, 1947)



Εικόνα 22: Ο παλιός σταθμός παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας πριν από την μετατροπή του σε Πινακοθήκη Μοντέρνας Τέχνης, 1985



Εικόνα 23: Ο παλιός σταθμός παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας μετά την αποκατάση απο τους Jacques Herzog και Pierre de Meuron.

Σε αντίθεση με την περίπτωση του Guggenheim στο Bilbao (ή στο Αμπού Ντάμπι, στο Λας Βέγας κ.α), που η τοπική αυτοδιοίκηση αναζητούσε απεγνωσμένα ένα εμβληματικό κτίριο για τη διεθνή προβολή της πόλης τους αλλά και μια νέα ταυτότητα, ο παλιός σταθμός του Sir Giles Gilbert Scott αποτελούσε ήδη τοπόσημο για την περιοχή αλλά και την πόλη του Λονδίνου. Οι αρχιτέκτονες Herzog και de Meuron αποφάσισαν να διατηρήσουν το βιομηχανικό κέλυφος και το χαρακτήρα του κτιρίου όσο το δυνατόν πιο ανέπαφο ήταν εφικτό, αποδεχόμενοι τη φυσική δύναμη της περιοχής με τα επιβλητικά τούβλινα κτίρια και ενισχύοντας την περισσότερο, αντί να την «σπάσουν» ή να προσπαθήσουν να τη μειώσουν. Η επιλογή αυτή αποτελεί μια τάση που παρατηρείται έντονα τις τελευταίες δεκαετίες στην μετατροπή παλιών βιομηχανικών κελυφών σε μουσεία, διατηρώντας τον βιομηχανικό χώρο, απογυμνώνοντας τον όμως από το μηχανολογικό εξοπλισμό.

Προτού ξεκινήσει η διαδικασία της ανοικοδόμησης, έπρεπε να απομακρυνθεί ο βαρύς εξοπλισμός από την Turbine hall. Στον χώρο αυτόν βρίσκονταν οι γεννήτριες του σταθμού, ένας χώρος που μαρτυρά όλο το μήκος και το ύψος του κτιρίου. Ο χώρος αυτός μετατράπηκε σε στεγασμένη πλατεία, γύρω από την οποία διατάσσονται όλες οι δημόσιες λειτουργίες του μουσείου. Επιπρόσθετα ο χώρος αυτός λειτουργεί και ως συνδετικός κρίκος του εξωτερικού με τον εσωτερικό χώρο του μουσείου, εφόσον η ράμπα εισόδου που έχει διαμορφωθεί καταλαμβάνει μεγάλο μέρος του δαπέδου του.

Η ράμπα αποτελεί μια από τις βασικές αρχιτεκτονικές τροποποιήσεις του βιομηχανικού κτιρίου. Η κάθοδος της ξεκινάει από το εξωτερικό του κτιρίου, έτσι ώστε να αναγνωρίζεται ευκολότερα από τους επισκέπτες ως η δυτική είσοδος. Η ράμπα δεν αποτελεί μόνο μια είσοδο αλλά και ένα εξωτερικό σημείο συνάντησης, όπως ο νέος πύργος στον βορά και η νότια πύλη που άνοιξαν πρόσφατα. Αυτό οφείλεται κυρίως στο ότι οι αρχιτέκτονες δεν αντιμετώπισαν το κτίριο ως κλειστό κέλυφος όπως είχε αρχικά σχεδιαστεί από τον Scott αλλά ως ένα τοπίο με διαφορετικές ποιότητες που οι επισκέπτες μπορούν να τις προσεγγίσουν και από τις τέσσερις κατευθύνσεις. Η ράμπα οδηγεί στο επίπεδο της βάσης του κτιρίου, στο δάπεδο της αίθουσας Turbine hall, που βρίσκεται κάτω από την στάθμη του νερού του ποταμού Τάμεση.

Η πλατφόρμα αποτελεί το απομεινάρι του παλιού δαπέδου που απλώνονταν σε όλο το μήκος της αίθουσας Turbine hall. Με την αφαίρεση της, οι επισκέπτες έχουν την δυνατότητα να βιώσουν το σύνολο της εξαιρετικής κλίμακας και των διαστάσεων της αίθουσας Turbine hall. Μέσω της πλατφόρμας σήμερα, επιτυγχάνεται η σύνδεση μεταξύ του Boiler house που φιλοξενεί τις γκαλερί και του Switch house που μετατράπηκε σε επιπλέον εκθεσιακό χώρο πρόσφατα. Ο περίπατος κατά μήκος του ποταμού Τάμεση οδηγεί απευθείας στο κέντρο της Tate Modern από την βόρεια είσοδο και διασχίζοντάς την αίθουσα Switch house μέσω της πλατφόρμας θα καταλήγει στη νέα Tate garden της περιοχής Southwark. Επομένως, η πλατφόρμα δεν αποτελεί μόνο τον συνδετικό κρίκο μεταξύ Boiler house και Switch house, αλλά και ένα σημαντικό σταυροδρόμι, τόσο για το ίδιο το κτίριο αλλά και όσο και για ολόκληρη την περιοχή.

Η πλατφόρμα δίνει την δυνατότητα στους επισκέπτες να έχουν απεριόριστη θέα στην αίθουσα Turbine hall. Αποτελεί μια στεγασμένη πλατεία ανοιχτή προς όλο το κοινό. Επιπλέον, είναι ένας χώρος δημιουργίας τόσο για τους τοπικούς όσο και για τους ξένους καλλιτέχνες να κάνουν εξαμηνιαίες εκθέσεις ειδικά σχεδιασμένες για αυτόν τον χώρο. Η βόρεια πρόσοψη που γειτνιάζει με την Turbine hall ήταν μια ανοιχτή κατασκευή από χάλυβα χωρίς δάπεδα, που φιλοξενούσε διάφορα μηχανήματα και λέβητες. Σήμερα, η κατασκευή αυτή έχει αντικατασταθεί από μια νέα πρόσοψη επτά ορόφων, όπου στα δυο πρώτα επίπεδα βρίσκονται εκδοτήρια εισιτηρίων, πληροφορίες για το κοινό, βιβλιοθήκη και καφετέρια. Οι επισκέπτες από την Turbine hall κοιτάζοντας την τεράστια σε κλίμακα πρόσοψη μπορούν να πάρουν μια πρώτη γεύση από τις δραστηριότητες των εκθεσιακών ορόφων. Σε αντίθεση με την βόρεια πρόσοψη, η νότια έχει μείνει ανέπαφη μαρτυρώντας τον πλούσιο βιομηχανικό χαρακτήρα του παλιού σταθμού.



Εικόνα 24: Η είσοδος απο την δυτική ράμπα.



Εικόνα 25: Άποψη της δυτικής ράμπας απο την πλατφόρμα.



Εικόνα 26: Γλυπτό από τον Abraham Cruzvillegas, Turbine hall, 2015.

Από την αίθουσα Turbine hall οι επισκέπτες διακρίνουν στη βόρεια πρόσοψη τα παράθυρα bay των εκθεσιακών χώρων. Τα παράθυρα αυτά είναι αυτόνομοι αρχιτεκτονικοί χώροι με πιο οικίες αναλογίες και με διαφορετική κλίμακα από τους γειτονικούς χώρους συνάντησης ή από τις γκαλερί. Ο ειδικός φωτισμός τους, δίνει την εντύπωση στους επισκέπτες από την αίθουσα Turbine hall ότι είναι επιπρόσθετα σώματα φωτός που επιπλέουν στον χώρο. Αποτελούν σημεία στάσεις από την μια έκθεση στην άλλη και λειτουργούν ως παρατηρητήριο προσφέροντας εκπληκτική θέα στην αίθουσα Turbine hall και στα έργα τέχνης που φιλοξενεί (Vischer, 2000).

Συμπερασματικά, διαπιστώνεται ότι τόσο η διοίκηση της Tate (που το είχε θέσει ως ζήτημα) όσο και οι αρχιτέκτονες με την πρόταση τους, έδωσαν ιδιαίτερη σημασία στην ελεύθερη πρόσβαση από όλους χωρίς αποκλεισμούς. Κάτι που φυσικά επιτεύχθηκε μέσω της αρχιτεκτονικής με την μετατροπή της αίθουσας Turbine Hall σε «δημόσιο προσβάσιμο χώρο». Η αίθουσα έχει σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι δημόσιο πέραςμα, εκθεσιακός χώρος αλλά και μια υπενθύμιση της πρώην βιομηχανικής χρήσης του κτιρίου. Αν και δεν εφαρμόστηκε, αρχική πρόθεση ήταν ο χώρος να παραμένει ανοιχτός 24 ώρες το εικοσιτετράωρο. Επιπλέον, η δυνατότητα που δίνει η αίθουσα Turbine Hall σε συνδυασμό με την πλατφόρμα, ως εκθεσιακοί χώροι, ενθαρρύνει και προωθεί τους τοπικούς καλλιτέχνες για νέες δημιουργίες αλλά και τη δυνατότητα για διεθνή αναγνώριση.

Μια σημαντική προϋπόθεση για την επιτυχία του μουσείου είναι ο σχεδιασμός και η διαχείριση των εκθέσεων και φυσικά το να φιλοξενεί σπάνιες συλλογές τέχνης. Όπως ειπώθηκε προηγουμένως, η Tate Modern φημίζεται για τις σπάνιες συλλογές της (συγκρίσιμες με εκείνες του Λούβρου και του Center Pompidou) αλλά και για τη διαχείριση των εκθέσεων από τον Nicholas Serota που έχουν χαρακτηριστεί επιτυχημένες. Η μόνιμη συλλογή του νέου μουσείου στεγάζεται στον τρίτο και πέμπτο όροφο, ενώ οι περιοδικές εκθέσεις βρίσκονται στον τέταρτο όροφο. Για τον σχεδιασμό των εκθεσιακών χώρων οι αρχιτέκτονες είχαν να επιλέξουν ανάμεσα σε δύο τάσεις: στο σχεδιασμό γλυπτικών και εντυπωσιακών εκθεσιακών χώρων ή σε εκθεσιακούς χώρους «Super Market», όπως τις ονομάζουν, που τους δίνουν καλό προσανατολισμό φωτίζοντας τους με τον ίδιο τρόπο. Αντί να επιλέξουν μια από τις δυο τάσεις, προσπάθησαν να ενσωματώσουν τα θετικά στοιχεία και των δυο. Απέφυγαν να σχεδιάσουν διαφορετικούς εκθεσιακούς χώρους για τα μεγάλα έργα τέχνης και διαφορετικούς για μικρότερα όπως φωτογραφίες ή πίνακες. Όλοι οι χώροι έχουν τουλάχιστον πέντε μέτρα ύψος ή και περισσότερο και διαφέρουν αρκετά μεταξύ τους σε μέγεθος και αναλογίες. Επίσης, οι τοίχοι έχουν την δυνατότητα να προστεθούν ή να αφαιρεθούν σε ορισμένα σημεία ανάλογα με τις ανάγκες των ειδικών εγκαταστάσεων.

Ο φωτισμός των εκθεσιακών χώρων είναι κύριος παράγοντας για την αντίληψη των έργων τέχνης. Ανάλογα με τους εκθεσιακούς χώρους υπάρχει μόνο τεχνητός φωτισμός ή μείξη τεχνητού και φυσικού φωτισμού. Ο φωτισμός διαφοροποιείται ελάχιστα από τον ένα εκθεσιακό χώρο στον άλλο. Ο τεχνητός φωτισμός προέρχεται από τους υαλοπίνακες που είναι ενσωματωμένοι στην οροφή. Ο φυσικός φωτισμός από την άλλη εισέρχεται μέσα από την διώροφη γυάλινη προσθήκη που αιωρείται πάνω από την Tate Modern. Η εισροή αυτή στους εκθεσιακούς χώρους δίνει την αίσθηση στους επισκέπτες ότι βρίσκονται σε εξωτερικό χώρο χωρίς παρόλα αυτά να παρεμποδίζει την αντίληψη των έργων τέχνης.

Η ιδέα για την γυάλινη προσθήκη (light beam) προήλθε κατά την διάρκεια του διαγωνισμού το 1994. Είναι ένας διώροφος γυάλινος όγκος που επεκτείνεται κατά μήκος και πάνω από την βαριά τούβλινη κατασκευή. Φιλοξενεί το εστιατόριο και άλλους δημόσιους χώρους του μουσείου. Εκτός από τον φωτισμό των εκθεσιακών χώρων στο τέταρτο και στο πέμπτο επίπεδο, τη νύχτα η κατεύθυνση του τεχνητού φωτισμού από το light beam αντιστρέφεται φωτίζοντας προς τον ουρανό του Λονδίνου. Επίσης, με τον σχεδιασμό του light beam επιχειρήθηκε να διατηρηθεί η ισορροπία με την κάθετη επιβλητική καμινάδα (Vischer, 2000).



Εικόνα 26: Ο φυσικός φωτισμός που εισέρχεται από το light beam, τέταρτο επίπεδο, 2016 (προσωπικό αρχείο).



Εικόνα 27: Ο τεχνητός φωτισμός από τους ναλοπίνακες, 2016 (προσωπικό αρχείο).

Παρόλο που η γκαλερί «Tate modern» σχεδιάστηκε πρωτίστως ως ένας νέος χώρος για να υποδεχτεί τη συλλογή σύγχρονης τέχνης του μουσείου Tate gallery, έπαιξε καθοριστικό ρόλο για την πολιτιστική αναγέννηση της περιοχής. Εξάλλου όπως αναφέρθηκε πριν, τα πολιτιστικά έργα θεωρούνται ως βασικά εργαλεία για την επιτυχία της αστικής αναγέννησης. Η Tate Modern θεωρείται ένα από τα πιο επιτυχημένα πολιτιστικά έργα των μοντέρνων καιρών για την οικονομική και κοινωνική ανανέωση. Κατάφερε να σταθεροποιήσει την ευρύτερη αναγέννηση στην περιοχή του Bankside και επέτρεψε τη οικονομική ανάπτυξη να εξαπλωθεί βαθιά στον εσωτερικό νότιο Λονδίνο. (Gayford κ.α, 2005).

Το 1994 ταυτόχρονα με τον αρχιτεκτονικό διαγωνισμό για το νέο μουσείο, ανατέθηκε στην εταιρία McKinsey & Company μελέτη, για να εκτιμηθεί ο πιθανός οικονομικός αντίκτυπος της Tate Modern στην περιοχή. Η μελέτη τους ανέφερε ότι η άφιξη της Tate Modern θα μπορούσε να αλλάξει ριζικά την τοπική οικονομία. Οι εκτιμήσεις, το 1994, προέβλεπαν ένα συνολικό οικονομικό όφελος της τάξης των £ 50 εκατομμυρίων, εκ των οποίων £ 16 - 35.000.000 θα ήταν τοπικό όφελος στην περιοχή του Southwark. Προέβλεψαν επίσης ότι μεταξύ 2.000 και 4.000 θέσεις εργασίας θα δημιουργηθούν στο Λονδίνο, από τις οποίες περίπου οι μισές θα βρίσκονταν στην περιοχή του Southwark. Επιπλέον η μελέτη έδειξε ότι ο αριθμός των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και επιχειρήσεων εστίασης θα αυξηθούν κατά 23 τοις εκατό μεταξύ 1997 και 2000, δημιουργώντας 1.800 θέσεις εργασίας σε τέτοιου είδους υπηρεσίες στην περιοχή του Southwark (Holden and Jones, 2006: 31).

Οι επιπτώσεις από την εγκατάσταση και την λειτουργία της γκαλερί για την τοπική οικονομία έχουν υπερβεί κατά πολύ τις αρχικές προσδοκίες. Το οικονομικό όφελος εκτιμάται σήμερα μεταξύ 75 και 140 εκατομμυρίων £ ετησίως, από τα οποία περίπου το 50% είναι όφελος για την περιοχή του Southwark. Υπάρχουν 21.300 νέοι απασχολούμενοι σε πολιτιστικές βιομηχανίες στην περιοχή του Bankside, τη γειτονική Bermondsey και τη Νότια Westminster. Εξάλλου μόνο η ίδια η Tate Modern δημιούργησε 467 νέες θέσεις εργασίας πέραν των 283 που δημιουργήθηκαν κατά τη διάρκεια των κατασκευαστικών φάσεων. Τριάντα τοις εκατό αυτών των εργαζομένων προήλθαν από την περιοχή του Bankside. Αν και θα ήταν δύσκολο να αποδοθεί μια άμεση σύνδεση μεταξύ όλων των εξελίξεων εντός της περιοχής με την Tate Modern, δημοσκοπήσεις υποστηρίζουν ότι ένα μεγάλο μέρος των οικονομικών δραστηριοτήτων μπορεί να συνδεθεί με την Tate (Gayford κ.α, 2005).

Στα 16 χρόνια από την έναρξη λειτουργίας της Tate Modern, η περιοχή έχει φιλοξενήσει εκατομμύρια επισκέπτες από όλο τον κόσμο, οι κάτοικοι έχουν διπλασιαστεί και χιλιάδες νέοι εργαζόμενοι βρήκαν δουλειά καθώς μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις έχουν μετεγκατασταθεί στην περιοχή. Νέα ξενοδοχεία, καφετέριες, καταστήματα και εστιατόρια έχουν επίσης δημιουργηθεί για να καλύψουν αυτές τις νέες κοινότητες (Hyslop 2012, 2014). Η Tate Modern βοήθησε επίσης στην αναγέννηση της υπό κατάρρευση περιοχής του Southwark και river-front αλλά και πολιτιστικών ιδρυμάτων της περιοχής, όπως το Globe Theatre του Σαίξπηρ, το Εθνικό θέατρο, τη γκαλερί Hayward, το μουσείο κινούμενης εικόνας, το κοντινό κέντρο τεχνών Jerwood Space και το Royal Festival Hall, την κύρια αίθουσα συναυλιών του Λονδίνου (Riding, 2000). Τα δυο πετυχημένα πολιτιστικά αξιοθέατα, το London Eye και το νέο μουσείο Tate, λειτούργησαν ως δυο πόλοι που συνδέουν τα αξιοθέατα της περιοχής του South Bank. (Το London Eye και το μουσείο Tate είχαν 3,5 και 5 εκατομμύρια επισκέπτες τον πρώτο χρόνο λειτουργίας τους, αντίστοιχα.) Κατόρθωσαν να επεκτείνουν την τουριστική εμβέλεια πέρα από το κέντρο του Λονδίνου στην υποβαθμισμένη έως τότε περιοχή του South Bank, μέσω της νέας γέφυρας millennium bridge και της Westminster bridge. Βέβαια αυτό δεν σημαίνει ότι και η Tate Modern δεν βοηθήθηκε η δεν εξασφάλισε επισκέπτες από τα ιδρύματα που προαναφέρθηκαν, ιδιαίτερα από τον καθεδρικό ναό του Αγίου Παύλου που αποτελεί ένα από τα πιο γνωστά αξιοθέατα του Λονδίνου.



Εικόνα 28: Άποψη από το «μπαλκόνι» του μουσείου στην βόρεια πλευρά. Στο βάθος φαίνεται ο καθεδρικός ναός του Αγίου Παύλου και πάνω από τον ποταμό τάμεση η νέα γέφυρα millennium.

Όπως αναφέρει ο Donald Hyslop, επικεφαλής της αναγέννησης και συνεργάτης στην Tate Modern του Λονδίνου «η αστική και η κοινωνική αλλαγή δεν ήταν φυσικά θέμα τύχης». Η οικοδόμηση και η διεύρυνση των σχέσεων με την τοπική κοινότητα, η καλή ποιότητα ζωής, οι συγκοινωνιακές συνδέσεις, οι εγκαταστάσεις και η ξεχωριστή ταυτότητα που βασίζεται γύρω από το φαγητό, η παγκοσμίου φήμης αγορά Borough και ο πολιτισμός έκριναν την επιτυχία.

Όλα τα παραπάνω έχουν επιτευχθεί μέσα από μια σειρά έργων που αποσκοπούν στη διατήρηση της ισορροπίας μεταξύ των αναγκών των τοπικών κοινοτήτων, των επιχειρήσεων και των τουριστών. Τα έργα αυτά περιλαμβάνουν την απασχόληση και την εκπαίδευση, τον αστικό σχεδιασμό, την βελτίωση των επιχειρήσεων, ταξιδιωτικά προγράμματα, φεστιβάλ τεχνών, περιβαλλοντικό σχεδιασμό και σχεδιασμό γειτονιάς. Η ηγεσία της Tate και το συμβούλιο του Southwark εργάστηκαν με τους κατοίκους της περιοχής για να εξασφαλίσουν ότι, από την αρχή, τα οικονομικά οφέλη θα διατηρηθούν εντός της περιοχής (Hyslop, 2012, 2014). Εκτιμάται ότι η ύπαρξη πολιτιστικών ιδρυμάτων στην περιοχή, ο ευρύτερος στρατηγικός σχεδιασμός, η συμμετοχή και οι συζητήσεις με τους κατοίκους και τους τοπικούς φορείς είναι κύριοι παράγοντες στην επιτυχία μιας τέτοιας προσπάθειας.

Σε αντίθεση με τη Γαλλία, όπου το κράτος χρηματοδοτεί και οργανώνει μεγάλα πολιτιστικά έργα αυτού του είδους, στην Βρετανία απαιτείται η δημιουργία ενός πιο σύνθετου ιστού από δημόσια, ιδιωτικά και μη κερδοσκοπικά ιδρύματα, που μεταξύ τους πρέπει να καθοδηγήσουν το νέο σώμα από την έναρξη έως την ολοκλήρωση του έργου. Η διοίκηση της Tate χρειάζονταν το ποσό των 214 εκατομμυρίων για να μετατρέψει το εγκαταλελειμμένο εργοστάσιο σε μουσείο. Σύντομα απέκτησε μια επιχορήγηση των 90 εκατομμυρίων από την εθνική λαχειοφόρο αγορά και μια άλλη χορηγία των 19 εκατομμυρίων από την κυβέρνηση για την αφαίρεση των ηλεκτρικών τουρμπινών και άλλου βαρύ εξοπλισμού.

Για να βρεθεί το υπόλοιπο ποσό, η διοίκηση της Tate έπρεπε να στραφεί σε ιδιωτικές χορηγίες και στην υποστήριξη της τοπικής κοινότητας. Παρόλο που το ίδρυμα το κατάφερε με μεγάλη επιτυχία, όπως αντιλαμβάνεται κανείς σε μια τέτοια στρατηγική η ένταξη της τοπικής κοινότητας δεν είναι καθόλου εύκολη, επειδή υπάρχουν διαφωνίες και συγκρούσεις λόγω συμφερόντων. Για την ευαισθητοποίηση της τοπικής κοινότητας και των επιχειρήσεων έπαιξαν καθοριστικό ρόλο πολλοί παράγοντες. Πρώτον, η μελέτη που εκπονήθηκε από τους συμβούλους διαχείρισης McKinsey and Company, δεύτερον ότι το νέο παράρτημα φέρει την ονομασία του ιδρύματος Tate Gallery, τρίτον ο διεθνής αρχιτεκτονικός διαγωνισμός και η

υπογραφή των Herzog και de Meuron για την εκτέλεση του έργου (Dean Donnellan κ.α. 2010).

Συμπερασματικά, η απόφαση της διοίκησης του ιδρύματος Tate να μετατρέψει ένα βιομηχανικό μνημείο, τοπόσημο της περιοχής, σε μουσείο σύγχρονης τέχνης σε συνδυασμό με την πρόταση των αρχιτεκτόνων να αναδείξουν τον χαρακτήρα του κτιρίου και να ενισχύσουν την ταυτότητα της περιοχής, το κατέστησαν τουριστικό αξιοθέατο. Επίσης, η χωροθέτηση του σε ένα ευρύ φάσμα χρήσεων στην περιοχή, η ευκολία πρόσβασης από όλες τις κατευθύνσεις, η επωνυμία του ιδρύματος Tate και οι σπάνιες συλλογές τέχνης που διαθέτει, ο κατάλληλος σχεδιασμός και η σωστή διαχείριση των εκθέσεων, η ύπαρξη άλλων πολιτιστικών ιδρυμάτων και ο ευρύτερος στρατηγικός σχεδιασμός ήταν καθοριστικοί παράγοντες για την επιτυχία του εγχειρήματος όσον αφορά τον οικονομικό αντίκτυπο. Από την άλλη, η ένταξη της τοπικής κοινότητας, η ελεύθερη πρόσβαση, η μετατροπή της αίθουσας Turbine Hall σε προσβάσιμο δημόσιο χώρο χωρίς αποκλεισμούς, η ενθάρρυνση των τοπικών καλλιτεχνών για πειραματικές εκθέσεις, η οργάνωση εκπαιδευτικών και κοινωνικών προγραμμάτων αναδεικνύουν την κοινωνική προσφορά του Ιδρύματος στην περιοχή αλλά και σε ολόκληρη την πόλη του Λονδίνου.

Παρατηρείται ότι η διοίκηση του μουσείου επέλεξε συνειδητά την τοποθεσία του παραρτήματος και εξασφάλισε να πληροί όλες τις προϋποθέσεις. Θα μπορούσε κάποιος να καταλήξει εύκολα στο συμπέρασμα ότι αυτό δεν προέκυψε, αλλά αντίθετα οφείλεται στην εμπειρία που αποκτήθηκε από τα δυο προηγούμενα παραρτήματα, το Tate Liverpool (1988) και το Tate St Ives (1993), αφού και τα τρία έγιναν υπό την πρωτοβουλία και την διαχείριση του Sir Nicholas Serota. Εξετάζοντας κάποιος τις άλλες δυο περιπτώσεις (που θεωρούνται εξίσου επιτυχημένες ως προς τον οικονομικό αντίκτυπο), θα αντιληφθεί ότι τότε δεν είχαν τεθεί κοινωνικά θέματα. Αντιθέτως, η Tate Liverpool, για παράδειγμα, έχει κατηγορηθεί για φαινόμενα εξευγενισμού, αφού η στρατηγική αστικής ανάπτυξης στα docks, όπου συμμετείχε και το ίδρυμα Tate, είχε στόχο μεταξύ άλλων τον εκτοπισμό των μαύρων κατοίκων για να χτιστούν πολυτελείς πολυκατοικίες για τα νέα υψηλόμισθα κοινωνικά στρώματα (Βλ. Thompson 1996: 148). Βέβαια, αυτό είναι αποτέλεσμα των συστημάτων χρηματοδότησης, αφού η συμμετοχή των μουσείων σε στρατηγικές πολιτιστικής αναγέννησης θεωρείται το μοναδικό μέσο για την προσέγγιση των επενδυτών. Στην περίπτωση της Tate Modern, φαίνεται ότι η διοίκηση αντιλήφθηκε τη σημασία της στήριξης από την τοπική κοινότητα ως προς τη συμμετοχή και ως προς τη χρηματοδότηση. Με αυτόν τον τρόπο κατάφερε να αποφύγει φαινόμενα εκτοπισμού και κοινωνικού αποκλεισμού. Παρόλα αυτά, όπως ομολογούν και οι ίδιοι οι κάτοικοι της περιοχής Southwark στο προσωπικό τους φόρουμ (Southwark Notes) η αύξηση

των τιμών στα ενοίκια, στους χώρους αναψυχής και στο λιανικό εμπόριο δεν αποφεύχθηκε όπως ήταν αναμενόμενο. Βέβαια, αυτό ίσως δεν θα ήταν σωστό να χρεωθεί στο μουσείο αλλά στους τοπικούς φορείς. Επιτυχία χωρίς θύματα εξάλλου, όπως μας διδάσκει η καθημερινότητα, δυστυχώς δεν υπάρχει.

Τέλος, πρέπει να αναφερθεί ότι η μεγάλη οικονομική επιτυχία της Tate Modern έχει γίνει πηγή έμπνευσης για πολλά άλλα πολιτιστικά ιδρύματα τόσο στη Βρετανία όσο και σε χώρες του εξωτερικού, όπως στη Γαλλία με το Centre Pompidou-Metz και το Louvre-Lens καθώς γίνεται σαφές πως αν είναι αποτελεσματικά, μπορούν να δημιουργήσουν ένα οικονομικό αντίκτυπο που θα ωφελήσει τόσο την ευρύτερη περιοχή όσο και τον εαυτό τους. Ωστόσο, η επιλογή της θέσης και η διαχείριση του προγράμματος είναι ζωτικής σημασίας για να διασφαλιστεί ότι τα οικονομικά οφέλη θα παραμείνουν σε τοπικό επίπεδο.

4.2 Το παράδειγμα του Centre Pompidou-Metz.



Εικόνα 29: Centre Pompidou-Metz, Shigeru Ban, Jean de Gastines και Philip Gumuchdjian, 2010.

Η πόλη Μετς είναι πρωτεύουσα της περιφέρειας της Λωρραίνης, με ιστορία που χρονολογείται από τη ρωμαϊκή εποχή και έχει περίπου 125.000 κατοίκους. Βρίσκεται στη Βόρεια-Ανατολική Γαλλία κοντά στα σύνορα με τη Γερμανία, το Βέλγιο και το Λουξεμβούργο. Η σύνδεση με το Παρίσι επιτυγχάνεται με την σιδηροδρομική γραμμή υψηλής ταχύτητας TGV και η διαδρομή διαρκεί 83 λεπτά (Hawthorne, 2010). Πριν το Centre Pompidou ανοίξει εκεί παράρτημα, η πόλη είχε σχετικά πολύ μικρό αριθμό τουριστών που την επισκέπτονταν κυρίως για τον γοτθικό καθεδρικό ναό σχεδιασμένο από τον Marc Chagall. Στο παρελθόν ήταν περισσότερο γνωστή ως στρατιωτική βάση και βιομηχανική πόλη. Τις τελευταίες δεκαετίες όμως, τα ανθρακωρυχεία, τα κλωστοϋφαντουργικά εργοστάσια και οι χαλυβουργίες της έκλεισαν και ένας πολύ μικρός αριθμός βιομηχανιών λειτουργούν ακόμα (Walt, 2010).

Το Εθνικό Κέντρο Georges Pompidou, στο Παρίσι, γνωστό και ως Μπομπούρ, είναι ένα πολλαπλών χρήσεων πολιτιστικό συγκρότημα που εμπεριέχει δημόσια βιβλιοθήκη, ερευνητικό κέντρο μουσικής (IRCAM) και το Εθνικό Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης, το οποίο κατατάσσεται ως δεύτερο μεγαλύτερο παγκοσμίως σε συλλογή μοντέρνας και σύγχρονης τέχνης μετά το MOMA (Νέα Υόρκη). Το Centre Pompidou θεωρείται εθνικό αλλά και σύγχρονο «εργαλείο», γιατί για πρώτη φορά στη Γαλλία άνοιξε ένα αποκεντρωμένο παράρτημα στην περιφερειακή πόλη Μετς.

Η απόφαση για «εκδημοκρατισμό» του πολιτισμού προήλθε από την κυβέρνηση. Στην Γαλλία, μέχρι τότε, ο πολιτισμός, ο πλούτος και η δύναμη ήταν συντριπτικά συγκεντρωμένα στην πρωτεύουσα. Πολλοί ερευνητές θεωρούν την απόφαση αυτή μια μικρή επανάσταση για την Γαλλία. Η πρωτοβουλία για το νέο παράρτημα οφείλεται κυρίως στον τότε Πρόεδρο του Centre Pompidou, Jean-Jacques Aillagon, και στον διευθυντή του Εθνικού Μουσείου Μοντέρνας Τέχνης (Baudelle και Krauss 2014). Ο διευθυντής του Centre Pompidou-Metz, Lauren Le Bon αναφέρει χαρακτηριστικά: «Είμαστε ένα εργαλείο πολιτιστικού εκδημοκρατισμού, για τους ανθρώπους εδώ στη Metz είναι σαν ένα όνειρο να δουν έναν πραγματικό πίνακα του Matisse ή του Picasso.» (Walt, 2010).

Συγκεκριμένα, υπήρχαν τρεις βασικοί λόγοι που οδήγησαν το Centre Pompidou στην δημιουργία του νέου παραρτήματος. Πρώτον, η υπερβολική συγκέντρωση των πολιτιστικών ιδρυμάτων στο Παρίσι δημιουργούσε ανισότητες πρόσβασης στον πολιτισμό. Δεύτερον, δημιουργώντας ένα παράρτημα Centre Pompidou έξω από το Παρίσι σήμαινε ότι ο πολιτισμός θα ήταν στη διάθεση και άλλου πληθυσμού στις περιφέρειες, επεκτείνοντας με αυτόν τον τρόπο το κοινό. Τρίτον, οι υπεύθυνοι εμπνεύστηκαν από τα υφιστάμενα πετυχημένα παραδείγματα κορυφαίων μουσείων του κόσμου, που έχουν δημιουργήσει θυγατρικά παραρτήματα, όπως η Tate Gallery στο Liverpool, στη St Ives και στη περιοχή Bankside, και το Ίδρυμα Guggenheim στη Βενετία και στο Μπιλμπάο (Baudelle και Krauss 2014).

Ήδη από το 2002, το Centre Pompidou εξέταζε μια σειρά από πόλεις που θα μπορούσαν να φιλοξενήσουν το νέο παράρτημα, όπως η Caen, το Montpellier, η Lyon, η Nancy, η Lille για να καταλήξει τελικά στην Metz. Οι κύριοι παράγοντες που οδήγησαν σε αυτήν την επιλογή της διοίκησης του Centre Pompidou, ήταν: πρώτον, ότι θα μπορούσε να προσφέρει την πρόσβαση σε ένα νέο μεγάλο δυναμικό κοινό από τη βόρεια Γαλλία, το Βέλγιο, το Λουξεμβούργο και τη δυτική Γερμανία, δεύτερον, η έλλειψη πολιτιστικών χώρων στην πόλη της Metz, τρίτον, οι φορείς της πόλης είχαν είδη εργαστεί για τον επαναπροσδιορισμό του ρόλου της, ως «κέντρου τεχνολογικής βιομηχανίας», κάνοντας έτσι το πρώτο βήμα στη διαδικασία της «αναγέννησης» (Walt, 2010).



Εικόνα 30: Η θέση της πόλης σε σχέση με την Γερμανία, το Βέλγιο και το Λουξεμβούργο.

Το μουσείο είναι τοποθετημένο νότια του σιδηροδρομικού σταθμού με απώτερη συνέπεια να είναι αποκομμένο από το αστικό κέντρο της πόλης προς τον βορρά. Η επιλογή αυτή είναι ένα ενδιαφέρον πολεοδομικό πείραμα για την σχέση που μπορεί να αναπτυχθεί ανάμεσα στην αρχιτεκτονική υψηλού σχεδιασμού και τα μέσα μεταφοράς υψηλής ταχύτητας. Ο σταθμός αποτελεί ένα σημαντικό μέρος της ιστορίας της πόλης, ένα μνημείο για τους πολλούς πολέμους του παρελθόντος μεταξύ της Γαλλίας και της Γερμανίας. Η σύνδεση μεταξύ του σταθμού και του μουσείου επιτυγχάνεται μέσω μιας μεγάλης επικλινούς πλατείας (Hawthorne, 2010).

Η πρόταση των αρχιτεκτόνων Shigeru Ban, Jean de Gastines και Philip Gumuchdjian διακρίθηκε στον αρχιτεκτονικό διαγωνισμό του 2003 για το νέο παράρτημα, μεταξύ γνωστών ονομάτων όπως τους Herzog και de Meuron, FOA και Nox Architects. Η αρχιτεκτονική τους πρόταση υποσχόταν να δημιουργήσει μια εντυπωσιακή αντίθεση σε σχέση με την παλιά πόλη της Μετς (Walt, 2010). Ως γνωστόν, το Centre Pompidou του Παρισιού χαρακτηρίζεται από την καινοτόμα και την εμβληματική αρχιτεκτονική του Renzo Piano και του Richard Rogers. Υπό αυτήν την έννοια, ήταν σαφές από την αρχή ότι αυτή η σύνδεση (από αρχιτεκτονικής άποψης) θα έπρεπε να διατηρηθεί και στο νέο Centre Pompidou-Metz (Baudelle και Krauss 2014). Θα μπορούσε να υποστηρίξει κανείς ότι ήταν ένα από τα κύρια κριτήρια που καθόρισαν το αποτέλεσμα του διαγωνισμού.



Εικόνα 31: Το Εθνικό Κέντρο d'Art et de Culture Georges Pompidou, Παρίσι, Renzo Piano και Richard Rogers, 1977

Όπως αναφέρει ο Shigeru Ban, κατά την διάρκεια του σχεδιασμού του μουσείου, οι πρώτες σκέψεις του, ήταν δύο πρόσφατα φαινόμενα, που αφορούν σήμερα τα μουσεία τέχνης σε όλο τον κόσμο. Το πρώτο είναι το ευρέως γνωστό ως «Μπιλμπάο Effect», που γεννήθηκε από το Μουσείο Guggenheim στο Μπιλμπάο της Ισπανίας, σχεδιασμένο από τον Frank O. Gehry. Η στρατηγική ήταν να δημιουργηθεί γλυπτική αρχιτεκτονική σε μια άγνωστη βιομηχανική πόλη για την προσέλκυση τουρισμού. Παρά την επιτυχία του, πιστεύει πως αυτό το είδος αρχιτεκτονικής δεν συμβαδίζει με την λειτουργικότητα, αντιθέτως, παράγεται ένα προσωπικό μνημείο με αποτέλεσμα τις κακές συνθήκες για την προβολή της τέχνης.

Το δεύτερο φαινόμενο, που είχε στο μυαλό του, ήταν η αρχιτεκτονική μέθοδος ανακαίνισης παλιού βιομηχανικού κτιρίου, για να παράγει τον βέλτιστο εκθεσιακό χώρο. Η Tate Modern στο Λονδίνο και η Dia Beacon του Ιδρύματος Dia Art στη Νέα Υόρκη είναι τέτοια επιτυχημένα παραδείγματα σύμφωνα με τον αρχιτέκτονα. Αντί να επιλέξει την πρώτη ακραία τάση, σκέφτηκε να σχεδιάσει ένα κτίριο που θα διευκολύνει την εμφάνιση και την προβολή της τέχνης, ενώ αρχιτεκτονικά να αφήνει μια βαθιά εντύπωση στους επισκέπτες.

Το κέλυφος αποτελεί ένα από τα βασικότερα στοιχεία του κτιρίου. Έχει κατασκευαστεί από fiberglass και teflon, με αποτέλεσμα να είναι διαφανές, επιτρέποντας περίπου το 15 τοις εκατό του φυσικού φωτός να διαπεράσει στους εσωτερικούς χώρους. Κατά τη διάρκεια της ημέρας αυτό μειώνει την εντύπωση της τεράστιας κλίμακας στο εσωτερικό, ενώ το βράδυ ο εσωτερικός φωτισμός διαπερνά το κέλυφος του κτιρίου, αποκαλύπτοντας στους περαστικούς την όμορφη εξαγωνική γεωμετρία του.



Εικόνα 32: Βραδινή λήψη.

Το κέλυφος δίνει την εντύπωση ότι αιωρείται πάνω από όλους τους όγκους ενώ ταυτόχρονα τους ενοποιεί. Όπως επισημαίνει ο αρχιτέκτονας για τους Γάλλους, το εξαγωνο είναι ένα εθνικό σύμβολο, καθώς το γεωγραφικό σχήμα της χώρας τους παραπέμπει σε αυτό. Η ιδέα του ήλθε όταν αντίκρισε ένα παραδοσιακό κινέζικο καπέλο σε ένα κατάστημα με αντίκες στο Παρίσι το 1999, ενώ σχεδίαζε το Japan Pavilion για την Hanover Expo. Σκέφτηκε να αναπαράγει αυτήν την μορφή χρησιμοποιώντας κοντραπλακέ ξύλο που μπορεί εύκολα να καμφθεί σε δύο διαστάσεις και να τοποθετηθεί απευθείας στην στέγη. Συνήθως σε τέτοιου είδους κατασκευές είναι προτιμότερος ο σχηματισμός τριγώνων για να δημιουργηθεί ακαμψία εντός του επιπέδου. Παρόλα αυτά, διαιρώντας το σύνολο της επιφάνειας της ξύλινης στέγης σε τρίγωνα, κατέληξαν ότι έξι στοιχεία ξύλου θα συγκλίνουν σε κάθε διασταύρωση δημιουργώντας εξαιρετικά πολύπλοκες αρθρώσεις. Με τον συνδυασμό όμως εξαγώνων και ισόπλευρων τριγώνων μόνο τέσσερα στοιχεία ξύλου τέμνονται. Στα σημεία που τέμνονται απέφυγαν να χρησιμοποιήσουν μεταλλικές αρθρώσεις, διότι αν είχαν χρησιμοποιηθεί, η επιφάνεια θα γινόταν ογκώδης, θα αυξάνονταν η πολυπλοκότητα και επίσης το κόστος των αρθρώσεων. Προτιμήθηκε, κάθε μέλος να επικαλύπτει το άλλο με μπαμπού με την μέθοδο της καλαθοπλεχτικής.

Με βάση τα παραπάνω αντιλαμβάνεται κανείς, ότι η πρωτοποριακή και εμβληματική αρχιτεκτονική ήταν ένα από τα κύρια ζητούμενα για το νέο Centre Pompidou-Metz. Κάτι που φαίνεται να το πετυχαίνει με εξαιρετικό τρόπο ο Shigeru Ban με το εξαγωνικό κέλυφος που αιωρείται πάνω από τους άλλους όγκους καθιστώντας το κτίριο τουριστικό αξιοθέατο.



Εικόνα 33: Κατασκευαστική λεπτομέρεια του κελύφους.

Όπως αναφέρθηκε στην θεωρία, ο σχεδιασμός και η διαχείριση των εκθέσεων και φυσικά η φιλοξενία σπάνιων συλλογών έργων τέχνης αποτελούν σημαντικές προϋποθέσεις για την επιτυχία ενός μουσείου. Η συμφωνία μεταξύ του Centre Pompidou στο Παρίσι και του Centre Pompidou-Metz ήταν το πρώτο να φέρει την τεχνογνωσία και 65.000 έργα από τις συλλογές του για προσωρινές εκθέσεις. Επομένως, η συλλογή για το νέο μουσείο θα αποτελείται μόνο από δανειζόμενα έργα τέχνης, που θα αποτελούν ιδιοκτησία του Centre Pompidou στο Παρίσι. Αυτό δεν σημαίνει κατά ανάγκη μια σχέση εξάρτησης. Αντίθετα, το Centre Pompidou-Metz θα είχε σχετικά υψηλή καλλιτεχνική, εννοιολογική και επιστημονική αυτονομία. Η διαχείριση κάθε έκθεσης θα γινόταν από την επιστημονική ομάδα του και θα παρουσιαζόταν αποκλειστικά στο νέο μουσείο εκθέτοντας κυρίως έργα σύγχρονης τέχνης, προκειμένου να επιτευχθεί μεγαλύτερη προσέλκυση κοινού (-Baudelle και Krauss 2014).

Για τον σχεδιασμό λειτουργικών εκθεσιακών χώρων, διαχωρίστηκε το κτιριολογικό πρόγραμμα σε απλούς όγκους με σαφή κυκλοφορία μεταξύ τους. Η διάταξη έγινε σε τρεις διαστάσεις, προκειμένου να απλοποιήσει τη λειτουργική αλληλεξάρτησή τους. Οι βασικοί όγκοι που συνθέτουν το κτίριο είναι τρεις ορθογώνιοι, ένας σφαιρικός και ένας τετράγωνος. Οι εκθέσεις που απαιτούν χώρους με μεγάλο μήκος στεγάζονται στις τρεις Gallery Tube που είναι οι ορθογώνιοι όγκοι με μήκος 90 μ. και πλάτος 15 μ. Οι τρεις όγκοι στοιβάζονται κατακόρυφα ο ένας πάνω στον άλλον και διατάσσονται γύρω από ένα εξαγωνικό πύργο από χάλυβα. Οι ενδιάμεσοι χώροι που δημιουργούνται μεταξύ των δωματίων των στοιβαγμένων όγκων και της ξύλινης στέγης έχουν διαφορετικές λειτουργίες. Τα δώματα των Gallery Tube 1 και 2 συνθέτουν τη Grande Nef Gallery, που ήταν ένα από τα βασικά ζητούμενα του διαγωνισμού, η δημιουργία δηλαδή μιας αίθουσας που μπορεί να υποδεχτεί έργα τέχνης μεγάλων διαστάσεων. (Το Centre Pompidou στο Παρίσι λόγω του χαμηλού ύψους των 5,5 μ της οροφής εκθέτει μόνο το 20% από τα μεγάλων διαστάσεων έργα τέχνης από την συλλογή της.) Για τον σκοπό αυτό δημιουργήθηκε λοιπόν η Nef Gallery με το συνολικό ύψος της να φτάνει τα 18 μ. Στην αίθουσα αυτή εκτίθονται κυρίως γλυπτά, αξιοποιώντας το φιλτράρισμα του φυσικού φωτός από την οροφή. Στο δώμα της Gallery Tube 3 τα σχέδια του διαγωνισμού προέβλεπαν το εστιατόριο που ακυρώθηκε λόγω προϋπολογισμού. Οι ενδιάμεσοι κενοί χώροι που δημιουργούνται έχουν επίσης μια άλλη σημαντική λειτουργία. Αποτελούν πρόκληση για πειραματισμό τοπικών και άλλων καλλιτεχνών, δημιουργώντας εξαμηνιαίες εκθέσεις σχεδιασμένες αποκλειστικά για αυτούς τους χώρους, όπως και με την αίθουσα Turbine Hall της Tate Modern στο Λονδίνου, αλλά ίσως με

πολύ πιο πολύπλοκες συνθήκες για να εξετάσουν και να απαντήσουν.

Ο σφαιρικός όγκος περιέχει το Creation Studio και το εστιατόριο ενώ ο όγκος με σχήμα τετραγώνου περιέχει ένα αμφιθέατρο, γραφεία, και άλλους βοηθητικούς χώρους. Τέλος ο εξαγωνικός πύργος στο κέντρο του κτιρίου περιέχει την κάθετη κυκλοφορία και φτάνει τα 77m ύψος, ως αναφορά στο ότι το αρχικό Centre Pompidou άνοιξε το 1977.

Συμπερασματικά, το Centre Pompidou-Metz έχει χαρακτηριστεί από πολλούς επιτυχημένο ως προς τον σχεδιασμό και την διαχείριση των εκθεσιακών χώρων. Όμως, η αδυναμία του να αποκτήσει την δική του μόνιμη συλλογή τέχνης, που είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχία ενός μουσείου, θα μπορούσε να οδηγήσει στην απώλεια επισκεπτών. Αξιοσημείωτη είναι η υιοθέτηση της στρατηγικής για την δημιουργία εκθεσιακών χώρων για πειραματισμό, ενθάρρυνση και προβολή των τοπικών καλλιτεχνών, όπως και στην περίπτωση της Tate Modern στην αίθουσα Turbine Hall.



1. Entry
2. The Grande nef
3. Administration
4. Loading dock
5. Storage
6. Creative studio
8. Cafe
9. The forum
10. The tower
11. Gallery

ΚΑΤΩΦΗ ΙΣΟΓΕΙΟΥ

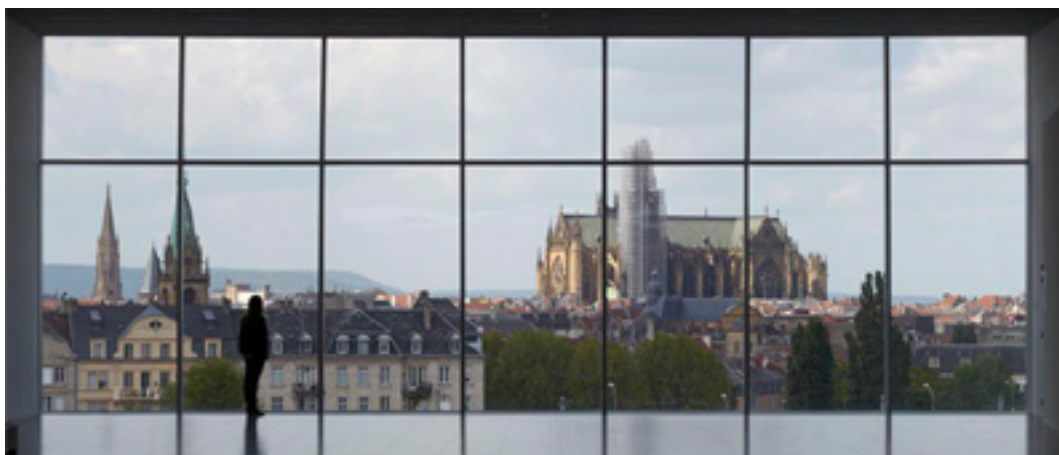


TOMH A-A

Λόγω της τοποθεσίας έξω από το αστικό κέντρο και νότια του σιδηροδρομικού σταθμού, ο αρχιτέκτονας έπρεπε να απαντήσει σε δυο ζητούμενα. Το πρώτο είναι η σύνδεση μεταξύ του μουσείου και της πόλης. Για να το πετύχει αυτό, η διάταξη των τριών ορθογώνιων όγκων που προεξέχουν από το κέλυφος στρέφεται σε τρεις διαφορετικές κατευθύνσεις και δίνει την δυνατότητα για διαφορετικό καδράρισμα κάθε φορά. Η Gallery Tube 3, για παράδειγμα, στον τελευταίο όροφο έχει καρέ τον καθεδρικό ναό που αποτελεί σύμβολο της πόλης ενώ η Gallery Tube 2 τον κεντρικό σιδηροδρομικό σταθμό.

Για την καλύτερη σύνδεση των εσωτερικών με τους εξωτερικούς χώρους χρησιμοποιήθηκαν γυάλινες προσόψεις που μπορούν να αφαιρεθούν εύκολα. Οι επισκέπτες ήδη από τον μεγάλο χώρο του φόρουμ έχουν την δυνατότητα να απολαύσουν τα γλυπτά που υπάρχουν εκεί, να ρίξουν μια γρήγορη ματιά από τις στοές στα έργα τέχνης που εκτίθονται στους εσωτερικούς χώρους ή να απολαύσουν ένα ρόφημα χωρίς να χρειαστεί να πληρώσουν εισιτήριο.

Ωστόσο, παρά την προσπάθεια του αρχιτέκτονα για οπτική σύνδεση με την πόλη μέσω των Gallery Tube, ενδέχεται να αδυνατεί να προσελκύσει τους κατοίκους της περιοχής. Φαίνεται ότι η διοίκηση με την απόφαση της να επιλέξει για την χωροθέτηση του μουσείου μια περιοχή έξω από το κέντρο της πόλης έδωσε περισσότερο έμφαση στους επισκέπτες που έρχονται από το εξωτερικό είτε με το τρένο είτε με το αυτοκίνητο. Αναμφίβολα, η επιλογή της πόλης Μετς ήταν επιτυχής και σε ευνοϊκή θέση θα έλεγε κανείς, αφού προσφέρει πρόσβαση σε ένα μεγάλο εν δυνάμει κοινό από τις γειτονικές χώρες. Όμως η επιλογή της περιοχής στην πόλη θα έπρεπε να γίνει με κριτήρια που θα έδιναν προτεραιότητα στους κατοίκους της, ώστε να δημιουργηθεί ένας δημόσιος χώρος εύκολα προσβάσιμος από αυτούς.



Εικόνα 36: Η θέα προς τον καθεδρικό ναό από την Gallery Tube 3.



Εικόνα 37: Ο εξαγωνικός πύργος στην αίθουσα φόρουμ.



Εικόνα 38: Άποψη από το φόρουμ.

Αρχικός στόχος του Centre Pompidou μέσω της δημιουργίας του νέου παραρτήματος ήταν ο εκδημοκρατισμός του πολιτισμού. Όμως, ο στόχος αυτός δεν μπορεί να διαχωριστεί από τις κοινωνικοοικονομικές πτυχές. Η περιοχή της Λωρραίνης είχε να αντιμετωπίσει τα υψηλά ποσοστά ανεργίας στους παραδοσιακούς κλάδους της μεταποίησης και στον στρατιωτικό τομέα. Αυτό είχε ως συνέπεια, η διοίκηση του μουσείου και η τοπική αυτοδιοίκηση να αρχίσουν να ελπίζουν ότι η πολιτιστική πρωτοβουλία θα δημιουργήσει δευτερογενείς οικονομικές επιπτώσεις. Επίσης, ήλπιζαν στη βελτίωση της κοινωνικής συνοχής, της ταυτότητας, της φήμης και της εικόνας της πόλης αλλά και της περιφέρειας. Ο πρώην πρόεδρος της δημοκρατίας, Νικολά Σαρκοζί χαρακτήρισε το άνοιγμα του μουσείου στις 12 Μαΐου 2010, ως μέρος μιας ευρύτερης στρατηγικής για την οικονομική ανάπτυξη, η οποία θα οδηγήσει στην αναγέννηση αυτού του παραμελημένου τμήματος της χώρας (Walt, 2010).

Τα πρώτα χρόνια μετά την επίσημη έναρξη της λειτουργίας του, το Centre Pompidou-Metz θεωρήθηκε ένα από τα πιο δημοφιλή σε επίπεδο επισκεψιμότητας μουσεία, με προσωρινές εκθέσεις στις Γαλλική περιφέρεια. Κατά το πρώτο έτος λειτουργίας του (Μάιος-Δεκέμβριος 2010) το επισκέφτηκαν 600.000 άτομα (περίπου 500.000 ετησίως κατά μέσο όρο, ο οποίος αναφέρεται στα τρία πρώτα χρόνια λειτουργίας του). Περίπου 25.000 επισκέπτες πέρασαν τις πόρτες του μουσείου μόνο τις τρεις πρώτες ημέρες, ορισμένοι από τους οποίους προέρχονταν ακόμα και από την Αυστραλία. Η τοπική εφημερίδα L'Express είχε ανακοινώσει ότι οι οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού του Centre Pompidou-Metz εκτιμήθηκαν στα € 70 εκατομμύρια μόνο το πρώτο έτος λειτουργίας του (η ανακοίνωση της L'Express αποτελεί την μοναδική πληροφορία, καθώς δεν έχει γίνει κάποια επίσημη έρευνα). Ωστόσο, η συνολική δημόσια επένδυση σε υποδομές υπολογίζεται σε € 250 εκατομμύρια (Martinet, 2012). Ο Jean-Luc Bohl, πρόεδρος της τοπικής αυτοδιοίκησης Μητρόπολη-Μετς επισημαίνει ότι η άφιξη του νέου μουσείου είναι μια τεράστια αλλαγή για την πόλη της Μετς (Walt, 2010).

Φαίνεται ότι αρχικά τα αποτελέσματα των εκδηλώσεων στο Centre Pompidou-Metz και η μίσθωση των χώρων σε εταιρείες είχαν θετικό οικονομικό αντίκτυπο τόσο στο μουσείο όσο και στην πόλη. Επίσης, η συνεργασία με τους τοπικούς φορείς διασφάλισε ότι το Centre Pompidou-Metz με την άφιξη του από το Παρίσι στην περιοχή, δεν θα απειλήσει τα άλλα περιφερειακά πολιτιστικά ιδρύματα. Αντίθετα, η συνεργασία μεταξύ τους αύξησε των αριθμό επισκεπτών των πολιτιστικών ιδρυμάτων γύρω από το Centre Pompidou-Metz. Ένας σημαντικός παράγοντας που συνέβαλε να επιτευχθεί αυτό είναι η ανάπτυξη μετρό στην περιοχή και έπαιξε κεντρικό ρόλο στη διαμόρφωση της σχετικής οικονομίας των ιδρυμάτων γύρω από το μουσείο. Παρόλα αυτά δεν είναι σαφές ακόμα αν ο πολιτισμός θα αποτελέσει τον καταλύτη για τη δημιουργικότητα, την καινοτομία και την οικονομική ανάπτυξη σε μακροπρόθεσμη βάση (Baudelle και Krauss 2014).

Οι τοπικές αρχές συμφώνησαν με την διοίκηση του μουσείου να αναλάβουν την χρηματοδότηση για την υλοποίηση και τη μακροπρόθεσμη επιβίωση του νέου Centre Pompidou. Η επίσημη κατανομή όριζε ότι τα τρία τέταρτα του προϋπολογισμού έπρεπε να παρέχονται από τις τοπικές αρχές (περιφέρεια, μητροπολιτική περιοχή, δήμος).

Η τοπική αυτοδιοίκηση της Μετς πλήρωσε περίπου 58 εκατομμύρια \$ ενώ το υπόλοιπο του συνολικού κόστους του μουσείου των 91 εκατομμυρίων \$ προήλθε από περιφερειακή, εθνική και ευρωπαϊκή χρηματοδότηση (Walt, 2010). Το Centre Pompidou του Παρισιού ανέλαβε να συμβάλει μόνο με την τεχνογνωσία και με 65.000 έργα από τις συλλογές του για προσωρινές εκθέσεις, χωρίς να υποχρεώνει το νέο μουσείο να του πληρώσει τέλη. Η μη κερδοφόρα αυτή προσέγγιση είναι χαρακτηριστική της γαλλικής λογικής, όσο αφορά τη συνεργασία μεταξύ του διοικητικού κέντρου (Παρίσι) και της περιφέρειας σε πολιτιστικά θέματα, σε αντίθεση με το εμπορικό μοντέλο franchising του Ιδρύματος Guggenheim (Baudelle και Krauss 2014).

Η δυσανάλογη χρηματοδότηση είχε σαν αποτέλεσμα διαρκείς συγκρούσεις στις σχέσεις μεταξύ των τοπικών φορέων και του Παρισιού. Η μείωση των επισκεπτών σε 550.000 το 2011, 475.000 το 2012 και 335.000 το 2013 οδήγησε στις πρώτες σημαντικές απώλειες εσόδων και σε συζήτηση σχετικά με τη χρηματοδότηση. Το ετήσιο κόστος συντήρησης δεν είναι πλέον εφικτό να αποπληρωθεί από το αντίτιμο των εισιτηρίων. Οι τοπικές αρχές και το περιφερειακό συμβούλιο αρνήθηκαν να πληρώσουν οποιαδήποτε πρόσθετα ποσά. Εν τέλει, στις αρχές του 2014 αποφάσισαν να μειώσουν τη συνεισφορά του επιχειρησιακού προϋπολογισμού του Centre Pompidou-Metz κατά 4 με 3 εκατομμύρια ευρώ ετησίως, αυξάνοντας έτσι την πίεση για την εξεύρεση εναλλακτικών πηγών ιδιωτικής χρηματοδότησης.

Παρατηρήθηκε δε, πως οι μεγάλες απώλειες εσόδων του μουσείου οφείλονται καταρχήν στην απογοήτευση των επισκεπτών που προέρχονταν από το εξωτερικό ή από άλλες περιοχές της Γαλλίας όταν επισκέφτηκαν το μουσείο σε περιόδους, στη διάρκεια των οποίων, δεν υπήρχαν εκθέσεις. Η διοίκηση του μουσείου με μια νέα στρατηγική, έρχεται να λύσει το πρόβλημα αυτό επεκτείνοντας σημαντικά την περίοδο δανεισμού των έργων τέχνης.

Επίσης φαίνεται να απουσιάζουν η ένταξη της τοπικής κοινότητας, πολιτιστικά ιδρύματα και γενικότερα δημιουργικές βιομηχανίες που αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες για την επιτυχία ενός μουσείου. Αρκετοί ερευνητές συγκρίνοντας το Centre Pompidou-Metz με το παράδειγμα του Μπιλμπάο αμφιβάλλουν αν το μουσείο θα φέρει την πολιτιστική αναγέννηση στην πόλη της Μετς. Παρόλα αυτά όμως, οι φορείς της πόλης είναι πεπεισμένοι ότι οι επενδύσεις τους θα αποσβεστούν σε βάθος χρόνου.

Ο διευθυντής του Centre Pompidou-Metz Le Bon σχολιάζει για τις κριτικές αυτές ότι δεν είναι δυνατόν να αναπαραχθεί η ίδια επιτυχία στο Μετς, αφού ο προϋπολογισμός κατασκευής του μουσείου Centre Pompidou-Metz ήταν ο μισός από ότι στο Μπιλμπάο. Επιπλέον, το μουσείο Guggenheim στο Μπιλμπάο έφτιαξε την δική του συλλογή, σε αντίθεση με το Centre Pompidou-Metz που χρησιμοποιεί μόνο μία γκαλερί τον χρόνο. Ο Le Bon καταλήγει λέγοντας ότι: «Κάθε φορά που κάποιος προσπαθεί να αντιγράψει το Μπιλμπάο, αποτυγχάνει». Η διοίκηση του μουσείου και η τοπική αυτοδιοίκηση πιστεύουν ότι παρά την παροδική κρίση, το μουσείο θα εξασφαλίσει την μακροζωία και θα βρίσκεται τουλάχιστον για τα προσεχή 20 χρόνια εκεί. Τονίζει δε, πως μετά από ένα διάστημα λειτουργίας μπορεί να κρίνει κάποιος την επανάσταση, την αναγέννηση και την επιβίωση του μουσείου (Walt, 2010). Η γαλλική κυβέρνηση παρακολουθώντας αυτές τις εξελίξεις, δεν σχεδιάζει να κατασκευάσει περισσότερα πολιτιστικά κτίρια στο άμεσο μέλλον, προτιμώντας πρώτα να αφήσει να αναπτυχθούν και να ωριμάσουν το Centre Pompidou-Metz και το Louvre-Lens προκειμένου να αξιολογήσει τις επιπτώσεις τους.

4.3 Το παράδειγμα του Louvre-Lens.



Εικόνα 39: Louvre-Lens, Sejima & Nishizawa and Associates (SANAA), Imrey Culbert και Catherine Mosbach, 2012.

Η πόλη Λανς ανήκει στην περιφέρεια Nord Pas de Calais και συγκεκριμένα στο περιφερειακό διαμέρισμα Pas de Calais, με ιστορία που χρονολογείται από τους προϊστορικούς χρόνους και έχει περίπου 35.000 κατοίκους. Βρίσκεται στη βόρεια Γαλλία, περίπου 200 χιλιόμετρα από το Παρίσι ή 75 λεπτά με το τρένο υψηλής ταχύτητας TGV και μόλις 50 χιλιόμετρα από τα Βελγικά σύνορα. Η πόλη Λανς, η Liénin που Βρίσκεται στα δυτικά της και η Loos-en-Gohelle που Βρίσκεται βόρεια της, αποτελούν τις τρεις πιο παλιές πόλεις ορυχείων στη Γαλλία (Buică 2012, Βλ. επίσης Morel 2014).

Οι καταστροφές από τους δυο Παγκόσμιους πολέμους¹⁹ σε συνδυασμό με το τέλος της εξορυκτικής βιομηχανίας την δεκαετία του 1980 άφησαν μια βαθιά πληγή στην οικονομική δραστηριότητα της περιφέρειας, στο περιβάλλον και στον αστικό ιστό της. Στην πόλη Λανς η βιομηχανία εξόρυξης άνθρακα υπήρξε η μοναδική ασχολία των κατοίκων. Το κλείσιμο και του τελευταίου ανθρακωρυχείου το 1986 είχε σαν αποτέλεσμα να είναι χαμηλό το βιοτικό επίπεδο και το ποσοστό ανεργίας (15,8%) να είναι πολύ υψηλότερο από τον εθνικό μέσο όρο. Η πρώτη εντύπωση που αποκομίζει ένας επισκέπτης από την πόλη Λανς είναι τα έντονα αποτυπώματα που έχει αφήσει πίσω της η βιομηχανία εξόρυξης. Σύμφωνα με τον Γαλλικό τύπο η υποβαθμισμένη και λεηλατημένη περιοχή σε καμία περίπτωση δεν θεωρείται ελκυστική. Επομένως το ερώτημα που έθεσε το Λούβρο ήταν πως θα μπορούσε να αναπτυχθεί ο τουρισμός, δεδομένου ότι η περιοχή δεν είχε καμία εμπειρία ή τη φήμη τουριστικού προορισμού και ότι το ποσοστό των επισκεπτών έως τότε ήταν χαμηλό έως μηδενικό (Morel 2014, Βλ. επίσης Buică 2012, Bravo 2013).

Το μουσείο του Λούβρου βρίσκεται στο κέντρο του Παρισιού, στις όχθες του Σηκουάνα και αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα και παλαιότερα μουσεία τέχνης στον κόσμο. Η μετατροπή του σε μουσείο οφείλεται κυρίως στην γαλλική επανάσταση του 1789 όπου μετά από τέσσερα χρόνια άρχισε να λειτουργεί (τον Αύγουστο του 1793). Εκθέτει 35.000 έργα, κάτι λιγότερο από το 8% από την συλλογή του, αφού υπολογίζεται συνολικά πως διαθέτει πάνω από 445.000 έργα τέχνης. Σύμφωνα με την δήλωση του πρώην πρωθυπουργού της Γαλλίας, Jean-Pierre Raffarin, το 2002, οι «θησαυροί» του Λούβρου δεν θα έπρεπε να εκτίθονται μόνο για τους κατοίκους του Παρισιού και τους τουρίστες του (Borina και Raunović 2015: 249, Βλ. επίσης Bjerring 2013).

¹⁹ Οι καταστροφές που προκάλεσαν οι νάρκες στην περιοχή Courrieres ανατολικά της πόλης Λανς, θεωρούνται οι χειρότερες από όλες στον Ευρωπαϊκό χώρο.



Εικόνα 40: Louvre Museum, Paris, 1793.

Όπως και στην περίπτωση του Centre Pompidou-Metz ο κύριος λόγος για την εύρεση νέου παραρτήματος ήταν ο «εκδημοκρατισμός» του πολιτισμού. Η πρωτοβουλία για το νέο παράρτημα ήταν κυρίως του Henri Loyrette, διευθυντή του Λούβρου στο Παρίσι έως το 2013 και του Daniel Percheron, προέδρου του περιφερειακού συμβουλίου Nord-Pas-de-Calais έως το 2015, που μοιράστηκαν την ίδια ανησυχία για την ανάγκη της διάδοσης του πολιτισμού σε νέες κοινότητες. Επίσης, ένα νέο παράρτημα θα έδινε την ευκαιρία για έκθεση έργων τέχνης που το Λούβρο στο Παρίσι, λόγω έλλειψης χώρου, ήταν υποχρεωμένο να τα κρατάει στις υπόγειες αποθήκες του, όπου ήταν επικίνδυνα εκτεθειμένα σε πιθανή υπερχειλίση του Σηκουάνα (Baudelle και Krauss, 2014: 5, Βλ. επίσης Bravo 2013). Τέλος, τόσο η τοπική αυτοδιοίκηση όσο και η διοίκηση του μουσείου είχαν αντιληφθεί την καθοριστική σημασία του πολιτισμού στην στρατηγική αναγέννησης, έχοντας ως παραδείγματα την επιτυχία της Lille (πρωτεύουσα της περιφέρειας Nord-Pas de Calais) που ανακηρύχτηκε Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 2004, του Λίβερπουλ και του Μπιλμπάο (μελέτη Gilles Pette).

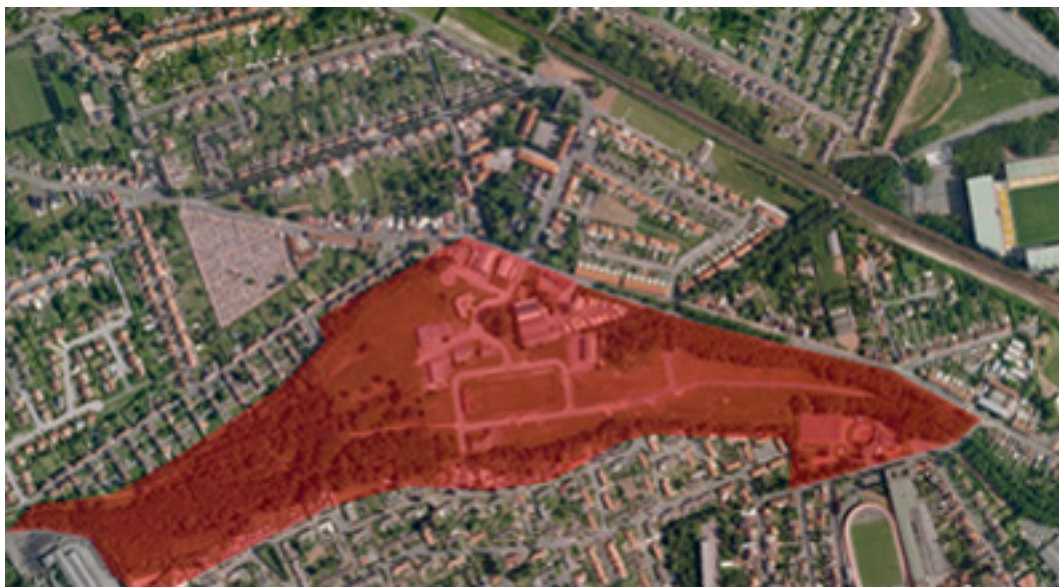
Το 2003, το Υπουργείο Πολιτισμού και η διοίκηση του Λούβρου απευθύνθηκαν προς τις 22 Περιφέρειες της Γαλλίας για την εύρεση της νέας τοποθεσίας. Η περιφέρεια Nord Pas de Calais με πρωτοβουλία του Daniel Percheron ανταποκρίθηκε και πρότεινε έξι πόλεις: τις Lille, Lens, Valenciennes, Calais, Béthune και Boulogne-sur-Mer. Το ίδιο ενδιαφέρον έδειξαν και άλλες πόλεις όπως η Amiens, η Arras, η Bordeaux, η Aix-en-Provence και η Lyon, από άλλες περιφέρειες της χώρας (Τσαντάκη 2012, Βλ. επίσης Buică 2012). Στις 29 του Νοέμβρη του 2004, ύστερα από συζητήσεις και μεγάλο ανταγωνισμό μεταξύ των ενδιαφερόμενων πόλεων, ο Jean-Pierre Raffarin, Πρωθυπουργός τότε της Γαλλίας, ανακοίνωσε επίσημα την Λανς ως τοποθεσία για το νέο παράρτημα του Λούβρου. Η επιλογή της πρώην βιομηχανικής πόλης βασίστηκε στους εξής λόγους που δεν ήταν κατά κύριο λόγο οικονομικοί:

Η επιθυμία για την έκφραση ευγνωμοσύνης από το Έθνος για τη σκληρή εργασία του πληθυσμού στη βιομηχανία εξόρυξης. Η έλλειψη άλλων μεγάλων περιφερειακών πολιτιστικών ιδρυμάτων. Η στρατηγική γεωγραφική θέση της πόλης, στα σύνορα με το Βέλγιο, θα έδινε την δυνατότητα προσέλκυσης επισκεπτών από τη Βόρειο-Ανατολική Ευρώπη (Βέλγιο, Γερμανία, Λουξεμβούργο) αλλά και από την Αγγλία καθώς απέχει μόλις μια ώρα από την είσοδο του Euro-tunnel. Η καλή προσβασιμότητα μέσω του αυτοκινητόδρομου και του δικτύου σιδηροδρομικών γραμμών υψηλής ταχύτητας TGV. Η κεντρική θέση της πόλης στην πυκνοκατοικημένη περιφέρεια Nord-Pas de Calais -Picardie των 4 εκατομμυρίων κατοίκων. Επίσης, ο Daniel Percheron και το περιφερειακό συμβούλιο του Nord-Pas-de-Calais ήταν πρόθυμοι να επενδύσουν στην περιοχή, ενώ το μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι έψαχνε για νέες πηγές χρηματοδότησης. Τέλος υπήρχαν 20 εκτάρια ανεκμετάλλευτα από την πρώην περιοχή εξόρυξης, μετά το κλείσιμο της το 1960, κοντά στο κέντρο της πόλης, ακριβώς δίπλα στο σιδηροδρομικό σταθμό (Borina και Paunović 2015: 249, Βλ. επίσης Baudelle και Krauss 2014, Bravo 2013, Buică 2012).

Η απόφαση για την χωροθέτηση του νέου μουσείου Louvre-Lens «στην ερημική περιοχή εξόρυξης», όπως την αποκαλούν οι κάτοικοι, αποδεικνύει εκτός από την βούληση για οικονομική ανάκαμψη, την επιθυμία για την μετατροπή της περιοχής των ορυχείων, την αποκατάσταση του εδάφους και την διατήρηση της μνήμης του πλούσιου βιομηχανικού παρελθόντος της (Rosenfield 2012, Βλ. επίσης Frearson 2012).



Εικόνα 41: Η θέση της πόλης σε σχέση με το Βέλγιο και το Ηνωμένο Βασίλειο.



Εικόνα 42: Πρώην ζώνη εξόρυξης (20 εκτάρια) που τοποθετήθηκε το μουσείο.

Η πρόταση των SANAA (Sejima & Nishizawa and Associates) σε συνεργασία με το αρχιτεκτονικό γραφείο Imrey Culbert, την Γάλλίδα αρχιτέκτονα τοπίου Catherine Mosbach και το μουσειογραφικό Studio Adrien Gardère επικράτησαν στον διεθνή αρχιτεκτονικό διαγωνισμό του 2005, στο σύνολο συμμετοχών έναντι του γραφείου Zaha Hadid, Steven Holl κτλ. Σε αυτήν την περίπτωση φαίνεται πως η απλότητα των σχεδίων τους έκρινε το αποτέλεσμα του διαγωνισμού (Bjerring 2013). Ο Henri Loyrette τονίζει πως η επιθυμία τους δεν ήταν να εντυπωσιάσουν όπως στην περίπτωση του Μπιλμπάο με το νέο Guggenheim του Frank Gehry. Σχολίασε πως: «Είμαι πολύ χαρούμενος με πιο απλά κτίρια, στη Λανς έχουμε ένα μουσείο με τοίχους και φεγγίτες είναι ακριβώς αυτό που ήθελα» (Τσαντάκη 2012). Η Kazuyo Sejima (ιδρυτής των SANAA) επισημαίνει: «Θέλαμε να δημιουργήσουμε ένα νέο είδος δημόσιου χώρου, ένα όμορφο αντικείμενο που τονίζει το διάχυτο φως της περιοχής. Μια πιο συγκρατημένη πρόταση σε σύγκριση με τα τολμηρά σχήματα του Guggenheim του Μπιλμπάο και τις εντυπωσιακές καμπύλες του Pompidou-Metz.»

Οι αρχιτέκτονες SANAA, Kazuyo Sejima και Ryue Nishizawa θέλησαν να αποφύγουν τον σχεδιασμό ενός επιβλητικού έργου, επιλέγοντας μια χαμηλή σε ύψος κατασκευή των 8 μέτρων, εύκολα προσβάσιμη, που να ενσωματώνεται στην περιοχή χωρίς να επιβάλεται σε αυτή με την παρουσία της. Το κτίριο είναι 360 μέτρα σε μήκος και αποτελείται από πέντε όγκους, τέσσερις ορθογώνιους και έναν κεντρικό τετράγωνο (Rosenfield 2012). Οι επιφάνειες φαίνονται να είναι ευθείες, αλλά στην πραγματικότητα διαθέτουν μικρές καμπύλες (Frearson 2012). Οι επενδυμένες προσόψεις των τριών ορθογώνιων όγκων από οξειδωμένο, γυαλισμένο αλουμίνιο, χάρη στη μικρή καμπυλότητα δημιουργούν θολές αντανάκλασεις του περιγράμματος της περιοχής, που αλλάζουν ανάλογα με την αρχιτεκτονική του τοπίου, τον καιρό και την θέση του ατόμου που το βλέπει (David McManus 2014, Popp and Margaretha 2013).

Οι Sejima και Nishizawa σχολιάζουν: «Μέσα από το μέγεθος και τη διάταξη τους, που ακολουθούν τις σταδιακές αλλαγές των υψομετρικών του εδάφους, τα κτίρια πετυχαίνουν μια ισορροπία με την κλίμακα του χώρου, τις διαδρομές και τα χαρακτηριστικά του τοπίου, που θυμίζουν το βιομηχανικό παρελθόν της.» (Fearnson 2012). Επίσης, αναφέρουν πως θυμίζουν βάρκες σε ένα ποτάμι που έρχονται μαζί για να δέσουν στις αποβάθρες (Rosenfield 2012, Βλ. επίσης Buică 2012). Η Celia Imrey, αναφέρει: «Ο Σχεδιασμός μας, που θυμίζει το μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι, με απλωμένες τις πτέρυγες του, επινοήθηκε για την ενσωμάτωση του κτιρίου στο πάρκο. Τώρα που το έργο έχει ολοκληρωθεί, η έννοια «μουσείο-πάρκο» έγινε επιτέλους πραγματικότητα. Αντιλαμβανόμαστε ότι, η διοίκηση του Λούβρου με το νέο μουσείο θέλησε να είναι τα πάντα που το Λούβρο στο Παρίσι δεν είναι και ζήτησαν να υπάρξει διαφάνεια τόσο κυριολεκτικά όσο και μεταφορικά.» (Bjerring 2013).



Εικόνα 43: Η διάταξη του μουσείου στην πρώην ζώνη εξόρυξης.

Οι αρχιτέκτονες σε συνεργασία με την Catherine Mosbach ανέλαβαν επίσης την αποκατάσταση του εδάφους της περιοχής των πρώην ανθρακωρυχείων. Ο Ryue Nishizawa λέει πως το τοπίο και η αρχιτεκτονική είναι άρρηκτα συνδεδεμένα. Ο σχεδιασμός των 20 στρεμμάτων σε πάρκο γύρω από το νέο μουσείο είναι ένα καλό πρώτο βήμα, για την βελτίωση του εδάφους στο σύνολο της πρώην περιοχής εξόρυξης που είναι 153 στρέμματα. Η στρατηγική που εφαρμόστηκε σέβεται το βιομηχανικό παρελθόν της περιοχής και προσπαθεί να την ανακτήσει με οικολογικές μεθόδους αντί να επιλέξουν να απαλλαγούν από το μολυσμένο έδαφος μεταφέροντας το σε κάποια άλλη περιοχή (Bravo 2013, Βλ. επίσης Morel 2014).

Η φύση, η οποία είχε γίνει αντικείμενο εκμετάλλευσης ως περιοχή εξόρυξης και έχει εγκαταλειφθεί για πάνω από δεκαετίες, ενισχύθηκε με νέα δέντρα και θάμνους. Οι παλιές εγκαταστάσεις εξόρυξης έχουν παραμείνει, ωστόσο έχουν υποβληθεί σε διάφορες λειτουργίες, προκειμένου να ανακτηθεί η περιοχή πιο σύντομα. Το έδαφος γύρω από το μουσείο έχει στρωθεί με σκυρόδεμα και χαλίκι, ενώ ένα δίκτυο μονοπατιών απλώνεται ανάμεσα στα προϋπάρχοντα δέντρα και το πάρκο. Το πάρκο είναι ένας δημόσιος χώρος, ένας τόπος συνάντησης για τους κατοίκους για και για πολιτιστικές δραστηριότητες, όπου θα μπορούν να κατανοήσουν το βιομηχανικό παρελθόν της περιοχής, όπως επίσης και για εκπαιδευτικές λειτουργίες σε σχέση με οικολογικές αξίες της περιοχής (Bravo 2013).

Οι αρχιτέκτονες εφάρμοσαν την ίδια λογική και στο κεντρικό τετράγωνο κτίριο (68,5 x 58,5 m), την αίθουσα Hall όπως έχει ονομαστεί, που δίνει την δυνατότητα πρόσβασης σε αυτήν και από τις τέσσερις κατευθύνσεις. Αποτελεί, μια παραλλαγή της πυραμίδας του Λούβρου στο Παρίσι του I. M. Pei και χρησιμεύει ως κύριος χώρος υποδοχής αλλά και ως δημόσιος χώρος για την πόλη της Λανς, όπου ο καθένας μπορεί να εισχωρήσει μέσα ή να τη διασχίσει για να φτάσει σε διάφορες συνοικίες της πόλης (David McManus 2014). Οι γυάλινοι στρογγυλοί χώροι στο εσωτερικό της φιλοξενούν επίσης δημόσιες λειτουργίες, όπως την βιβλιοθήκη πολυμέσων, τη καφετέρια και το σημείο πληροφοριών, όπου οι επισκέπτες μπορούν να μάθουν για τα έργα τέχνης που εκτίθενται στις δύο αίθουσες που βρίσκονται εκατέρωθεν της. Επιπλέον η διαφάνεια της αίθουσας επιτρέπει την οπτική επαφή προς διάφορες κατευθύνσεις, προσφέροντας θέα στο πάρκο και την πόλη (Porp and Margaretha 2013, Βλ. επίσης Buică 2012).

Κάτω από την αίθουσα Hall υπάρχουν δύο επίπεδα, τα οποία είναι προσβάσιμα μέσω μιας μεγάλης σκάλας. Οι χώροι αυτοί χρησιμοποιούνται κυρίως για την αποθήκευση και την συντήρηση των έργων τέχνης, αλλά και για εκπαιδευτικές υπηρεσίες που απευθύνονται στο ευρύ κοινό. Με αυτόν τον τρόπο δίνεται η δυνατότητα στους επισκέπτες να παρακολουθήσουν την διαδικασία συντήρησης

από τους ειδικούς καθώς και να επισκεφτούν τους αποθηκευτικούς χώρους κάτω που δεν είναι συνηθισμένο σε άλλα μουσεία (David McManus 2014).



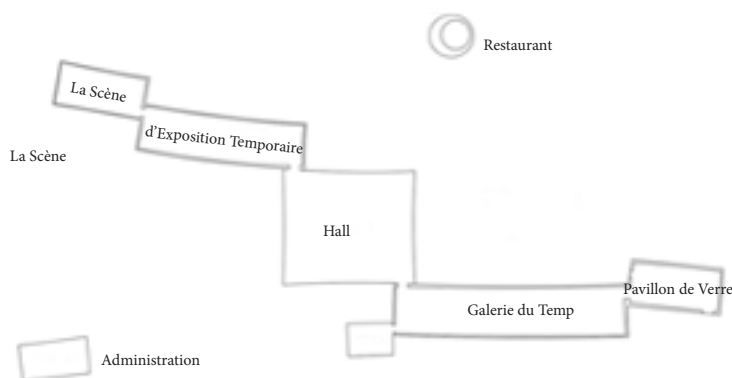
Εικόνα 44: Το κεντρικό τετράγωνο κτίριο (αύθουσα Hall) προσβάσιμο από όλες τις κατευθύνσεις.



Εικόνα 45: Οι αποθήκες του μουσείου κάτω από την αίθουσα Hall.

Η νέα γκαλερί, όπως και στην περίπτωση του Centre Pompidou-Metz, επωφελείται από επιστημονική αυτονομία για ένα πλήρες φάσμα καλλιτεχνικών, κοινωνικών και εκπαιδευτικών προγραμμάτων και δραστηριοτήτων. Οι κύριοι εκθεσιακοί χώροι του μουσείου είναι η Gallery of Time (Galleries du Temps) , το Glass Pavilion (Le Pavillon de Verre) και η Temporary exhibitions gallery (La Galerie d'Exposition Temporaire). Βέβαια δεν θα έχει την δική της συλλογή, αλλά θα δανείζεται έργα τέχνης από τις συλλογές του Λούβρου, σε μεσοπρόθεσμη ή μακροπρόθεσμη βάση. Ο πρόεδρος του μουσείου αναφέρει ότι το νέο παράρτημα δεν θα έχει έργα τέχνης από τις αποθήκες του Λούβρου «Αντιθέτως, μόνο αριστουργήματα» (Τσαντάκη 2012, Βλ. επίσης Bjerring 2013).

Η ημι-μόνιμη έκθεση του μουσείου βρίσκεται στην αίθουσα Galerie du Temp, που είναι ένας χώρος 120 μέτρων σε μήκος και 3.000 τ.μ. Επίσης, παρουσιάζει 205 έργα τέχνης από τις συλλογές του Λούβρου, που καλύπτουν την περίοδο από τους προϊστορικούς χρόνους έως τα μέσα του 19ου αιώνα. Τα έργα τέχνης θα παραμείνουν στο Louvre-Lens για μια περίοδο τουλάχιστον πέντε ετών, για να αντικατασταθούν έπειτα από μια νέα συλλογή του Λούβρου. Η αίθουσα Le Pavillon de Verre (Glass Pavilion) αποτελεί συνέχεια της αίθουσας Galleries du Temps. Στην αίθουσα αυτή, των 1.000 τετραγωνικών μέτρων, εκτίθονται κυρίως έργα τέχνης από πολιτιστικά ιδρύματα της περιοχής αλλά και απο το Λούβρο. Η Le Pavillon de Verre (Glass Pavilion) σε αντίθεση με την Galleries du Temps, έχει γυάλινες προσόψεις που δίνουν την δυνατότητα στους επισκέπτες να παρατηρήσουν την μεγάλη κλίμακα της πρώην περιοχής εξόρυξης και του τοπίου που περιβάλλει το μουσείο. Τέλος, η αίθουσα προσωρινών εκθέσεων (La Galerie d'Exposition Temporaire) στεγάζει δύο περιοδικές εκθέσεις τον χρόνο με στόχο τη προσέλκυση μόνιμων επισκεπτών. Στα δυτικά της βρίσκεται η αίθουσα La Scène που εμπεριέχει το αμφιθέατρο, των οποίων τα προγράμματα είναι σε άμεση σχέση με τις εκθέσεις (Baudelle και Krauss 2014: 7, Βλ. επίσης Popp and Margaretha 2013, Bjerring 2013).



Εικόνα 46: Οι χώροι του μουσείου.

Το νέο Louvre-Lens είχε στόχο επίσης την εγκατάλειψη της παραδοσιακής πρακτικής της τμηματοποίησης, πράγμα που αποτελεί μια εντυπωσιακή απόκλιση από τον τρόπο που η τέχνη εκτίθεται στο μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι τους δύο τελευταίους αιώνες. Αν και τα εκθέματα εξακολουθούν να εμφανίζονται σε χρονολογική σειρά, ομαδοποιούνται ανάλογα με το θέμα έτσι ώστε τα επιμέρους αντικείμενα να βρίσκονται σε διάλογο επιτρέποντας με αυτόν τον τρόπο να γίνονται συγκρίσεις μεταξύ των πολιτισμών (David McManus 2014). Στην ουσία θέλησε να αμφισβητήσει τον τρόπο αντίληψης της τέχνης (μέχρι τώρα) και να διδάξει στο κοινό έναν νέο τρόπο εξέτασης. Στην αίθουσα *Galleries du Temps* τα έργα τέχνης απλώνονται στο χώρο να βρίσκονται περιμετρικά στους τοίχους χωρίς χωρίσματα σε όλο το μήκος της αίθουσας (Grieco 2014, Βλ. επίσης Buică 2012).

Η απόφαση της διοίκησης του μουσείου να εκτίθονται τα αντικείμενα επιδαπέδια και όχι κρεμασμένα στους τοίχους έδωσε την δυνατότητα στους αρχιτέκτονες να ντύσουν τους εσωτερικούς χώρους των γκαλερί με το ίδιο οξειδωμένο αλουμίνιο των προσώψεων. Με την απόφαση αυτή δημιουργούνται θολές αντανakλάσεις των αντικείμενων αλλά και των επισκεπτών στους φαινομενικά ίσιους, αλλά στην πραγματικότητα επιδέξια κυρτούς τοίχους, όπως και στο εξωτερικό του κτιρίου (Fearson 2012).

Οι αντανakλάσεις στους εσωτερικούς εκθεσιακούς χώρους ενισχύονται με τον φυσικό φωτισμό που εισέρχεται μόνο από την οροφή. Οι αντανakλάσεις στις επιφάνειες αλλάζουν ανάλογα με την εποχή, την ώρα και τις εκθέσεις. Οι αρχιτέκτονες κατά την επίσκεψη τους παρατήρησαν πως το φως της περιοχής δεν είναι πολύ ισχυρό. Στη συνέχεια, προσπάθησαν να το ενσωματώσουν στο σχεδιασμό και να δημιουργήσουν μια ισχυρή σχέση μεταξύ του μουσείου και του περιβάλλοντός του. Το φιλτράρισμα του φυσικού φωτισμού, για την προστασία των έργων τέχνης από την άμεση ηλιακή ακτινοβολία, πετυχαίνεται μέσα από τα γυάλινα πάνελ στην οροφή, που ελέγχονται από ένα κρυφό σύστημα (Buică 2012, Βλ. επίσης Rosenfield 2012).



Εικόνα 47: Η αίθουσα *Galleries du Temps*.

Όπως ειπώθηκε προηγουμένως, το άνοιγμα του νέου παραρτήματος στοχεύει στον «εκδημοκρατισμό» του πολιτισμού και στην εκπαίδευση του κοινού για το πώς να επαναξετάσουν την τέχνη (Bjerring 2013). Φυσικά η διοίκηση του μουσείου, τα μέλη των περιφερειακών, μητροπολιτικών και δημοτικών συμβουλίων γνώριζαν τα οικονομικά και συμβολικά οφέλη που μπορούν να προκύψουν με την άφιξη ενός παραρτήματος του παγκόσμιου φήμης μουσείου όπως το Λούβρο (Baudelle και Krauss 2014: 5). Εξάλλου, η πρώην περιοχή εξόρυξης είχε να αντιμετωπίσει την μεγάλη περίοδο οικονομικής και κοινωνικής κρίσης μετά το κλείσιμο των βιομηχανιών εξόρυξης. Επηρεασμένοι από τα οικονομικά οφέλη που προέκυψαν στο Μπιλμπάο και στο Λίβερπουλ ελπίζουν ότι το άνοιγμα του νέου παραρτήματος θα δώσει ώθηση στην οικονομική και κοινωνική αναγέννηση. Σε αντίθεση όμως με το Μπιλμπάο ή το Λίβερπουλ, που είχαν εστιάσει μόνο στην αναγέννηση της πόλης τους, στην περίπτωση του Louvre-Lens εφαρμόστηκε μια ευρύτερη στρατηγική που στοχεύει στην ισορροπημένη ανάπτυξη ολόκληρης της περιφέρειας που περιλαμβάνει 113 δήμους. (Borina και Raunonić 2015: 249).

Την μελέτη και την αξιολόγηση για τον οικονομικό αντίκτυπο έχει αναλάβει ο σύλλογος Euralens ^[20]. Σύμφωνα με το σύλλογο, όσον αφορά την προσέλκυση επισκεπτών το νέο μουσείο είναι αναμφισβήτητα επιτυχημένο, καθώς, αντί των 700.000 επισκεπτών που αναμένονταν το πρώτο έτος, το επισκέφτηκαν 900.000 και έκτοτε 500.000 κατά μέσο όρο τον χρόνο. Το 50% των επισκεπτών ήταν από την περιφέρεια Nord-Pas de Calais που δείχνει το ενδιαφέρον του τοπικού κοινού, το 30% από άλλες περιφέρειες της Γαλλίας και το 20% από το εξωτερικό (κυρίως Βέλγοι). Ο διευθυντής του Louvre-Lens, Xavier Dectot, αναφέρει πως περιμένανε αυτήν την ανταπόκριση και υποστήριξη από τους κατοίκους της περιφέρειας λέγοντας ότι «το κοινό της περιφέρειας (4 εκατομμύρια κατοίκων) δεν έχει πρόσβαση στον πολιτισμό και δελεάζεται από τα αξιοθέατα της περιοχής συμπεριλαμβανομένων και των κοντινών ιστορικών πόλεων Arras και Valenciennes (μελέτη Euralens no 2: 16, Βλ. επίσης Baudelle και Krauss 2014: 7).

²⁰ Ο σύλλογος του Euralens έχει ως πρότυπο το Eurallile που είχε ως σκοπό την αστική αναγέννηση κοντινών περιοχών της Λιλ και τον σχεδιασμό τους, την κατασκευή πολιτιστικών ιδρυμάτων και αθλητικών εγκαταστάσεων με σκοπό να αλλάξει την εικόνα της βόρειας Γαλλίας. Με αυτές τις δράσεις κατάφερε να ανακηρυχτεί πολιτιστική πρωτεύουσα της ευρώπης το 2004.

Στην τελευταία μελέτη της Euralens, το 2015, υποστηρίζεται πως το νέο μουσείο έχει γίνει αναμφισβήτητα ένα τουριστικό αξιοθέατο. Τα άμεσα οικονομικά οφέλη για την περιοχή υπολογίζονται στα 84 εκατομμύρια από την έναρξη του έως το 2014, ενώ τους πρώτους 12 μήνες στα 42 εκατομμύρια. Εκτιμάται ότι μόνο στην πόλη Λανς έχουν δημιουργηθεί 400 νέες θέσεις εργασίας (μελέτη Euralens no 7: 19). Η παρουσία του μουσείου έχει επηρεάσει θετικά και τις γειτονικές πόλεις, αφού οι επισκέπτες του μουσείου δεν διανυκτερεύουν μόνο στη Λανς αλλά και σε κοντινές πόλεις σε λιγότερο από μια ώρα απόσταση από αυτήν, όπως η Liénin, η Arras, η Bethune, η Douai κτλ. (Borina και Paunović 2015: 250, Βλ. επίσης μελέτη Euralens no 2: 6). Στις πόλεις αυτές φαίνεται να υπάρχει μια αύξηση της τάξης 10% σε νέες τουριστικές επιχείρησης (ξενοδοχεία, εστιατόρια κτλ) (μελέτη Euralens no 7: 19). Στο δεύτερο τεύχος μελέτης της Euralens (2014) εκτιμάται ότι οι νέες θέσεις εργασίας στον τουρισμό για την πόλη Λανς θα φτάσουν περίπου τις 2.000 ενώ σε περιφερειακό επίπεδο τις 7.800. Βέβαια τονίζεται πως αυτός είναι ένας μακροπρόθεσμος στόχος που υπολογίζεται πως θα επιτευχθεί σε βάθος δεκαετίας (μελέτη Euralens no 2: 16).

Όμως, για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος, θα πρέπει να καθιερωθεί ένα ακμάζον περιβάλλον γύρω από το μουσείο. Αυτό που παρατηρήθηκε κατά την έναρξη του έργου, ήταν η έλλειψη τοπικών και δημιουργικών βιομηχανιών^[21], που θεωρούνται απαραίτητες για να αυξηθεί η ελκυστικότητα της περιοχής και να δημιουργηθεί ένας πολιτισμικός- δημιουργικός κόμβος (Borina και Paunović 2015: 250).

Για να αντιμετωπιστεί αυτή η έλλειψη, ιδρύθηκε ο σύλλογος Circle of Quality για να δώσει συμβουλές σχετικά με νέα προγράμματα και πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη «ψηφιακής εικόνας και δημιουργικών βιομηχανιών». Ο σύλλογος προώθησε έξι συμπλέγματα στην πρώην περιοχή εξόρυξης. (ψηφιακές υπηρεσίες για τον πολιτισμό, logistic, αθλητισμού και αναψυχής, οικολογικά προϊόντα, σκάφη, και το σύμπλεγμα υπηρεσιών για τους ηλικιωμένους ανθρώπους) (μελέτη Euralens no 2: 19, Βλ. επίσης Borina και Paunović 2015: 250). Τα βασικότερα από αυτά είναι το ψηφιακό πολιτιστικό σύμπλεγμα (Louvre Lens- Vallée le Pôle Numérique Culturel) που επιδιώκει την ψηφιοποίηση των έργων τέχνης προκειμένου να διατηρηθεί η πολιτιστική κληρονομιά και το οπτικοακουστικό σύμπλεγμα Pictanovo (μελέτη Gilles Pette, Βλ. επίσης μελέτη Euralens no 2: 19).

²¹ Οι δημιουργικές βιομηχανίες ή κλάδοι πολιτισμού και δημιουργικότητας (ΚΠΔ), 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, την φωτογραφία και την παραγωγή λογισμικού. Επομένως, περιλαμβάνουν αμιγώς πολιτιστικά αγαθά, αλλά και αγαθά τα οποία είναι προϊόντα μιας ευρύτερης δημιουργικής διαδικασίας. <https://creativegreece.net/%CE%BF%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CE%AF/>

Επίσης είχε αναλάβει την κατασκευή του νέου Louvre-Lens, την χρηματοδότηση βιώσιμων υποδομών τουρισμού (όπως ξενοδοχεία, εστιατόρια) αλλά και πολιτιστικών και δημιουργικών επιχειρήσεων, με δεσμεύσεις στους όρους χρηματοδοτήσεις ότι θα τους στηρίζουν για τα επόμενα πέντε χρόνια τουλάχιστον. Στο σύνολο τους οι επενδύσεις του συλλόγου ανέρχονται στα 700 εκατομμύρια ευρώ (μελέτη Euralens no 2: 8). Λόγω της μεγάλης κλίμακας των επενδύσεων και των έργων που συνδέονται με το άνοιγμα του Louvre-Lens, ιδρύθηκε το Collective Intelligence Platform, που σε συνεργασία με την κρατική στατιστική υπηρεσία (national institute for statistics), παρακολουθεί τις επιπτώσεις του Louvre-Lens και τις τοπικές πρωτοβουλίες (μελέτη Gilles Pette).



Εικόνα 48: Η ανάπλαση γύρω απο το μουσείο-πάρκο.

Η Sybille Vincendon (δημοσιογράφος) τονίζει πως θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη σημασία κατά την αποκατάσταση των κατοικιών και των αστικών αναπλάσεων γενικότερα στην περιοχή εξόρυξης, για να αποφευχθούν φαινόμενα εξευγενισμού και κοινωνικού εκτοπισμού (μελέτη Euralens no 1: 9). Ενώ ο Daniel Percheron δηλώνει πως: «Είναι σημαντικό να δώσουμε προτεραιότητα πρώτα στους κατοίκους και μετά σε όλους εκείνους που έρχονται να μας επισκεφθούν» (μελέτη Euralens no 5: 15). Τα μέλη του Euralens απαρτίζονται από τους τοπικούς φορείς, ενώσεις πολιτών, το εμπορικό και βιομηχανικό επιμελητήριο, το πανεπιστήμιο Artois, ποδοσφαιρική ομάδα Λανς, περιφερειακά μουσεία, τουριστικά γραφεία κ.α. (πάνω από 70 δημόσιους ιδιωτικούς και φορείς) (Baudelle και Krauss 2014: 6).

Ένα βασικό εμπόδιο κατά την υλοποίηση του έργου ήταν η αποδοχή του από την τοπική κοινότητα, καθώς το νέο κτίριο μπορεί να τους φαινόταν κάτι ξένο σε σχέση με την πρώην περιοχή εξόρυξης (μελέτη Gilles Pette). Ο σύλλογος του Euralens για να εξασφαλίσει την αποδοχή του νέου μουσείου και να αυξήσει την συμμετοχή της τοπικής κοινότητας δημιούργησε ένα μεγάλο φόρουμ. Το φόρουμ στοχεύει στη συγκέντρωση των διαχειριστών του έργου, τους τεχνικούς, τους τοπικούς και διεθνείς εμπειρογνώμονες, τους πολιτικούς και τους πολίτες για να συζητήσουν και να συμμετάσχουν στον μετασχηματισμό της πρώην περιοχή εξόρυξης (μελέτη Euralens no 1: 3). Σίγουρα η επέκταση της συνεργασίας και η κινητοποίηση πολλών φορέων (δημόσιων και ιδιωτικών) δημιούργησε ένα περιφερειακό δίκτυο το οποίο είναι πετυχημένο, γεγονός που οδήγησε στον χαρακτηρισμό του μουσείου Louvre-Lens, από το Γαλλικό τύπο ως: «πολιτιστικό ίδρυμα στην υπηρεσία της περιοχής του» (Baudelle και Krauss 2014: 6).

Η σύνθεση της χρηματοδότησης για την κατασκευή του μουσείου, των 150 εκατομμυρίων, έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον καθώς υπάρχουν και εταιρικές χορηγίες κάτι που είναι ασυνήθιστο για την Γαλλία. Το 59% προήλθε από την περιφέρεια Nord-Pas-de-Calais, το 12% από το περιφερειακό διαμέρισμα Pas-de-Calais και την πόλη Λανς, το 20% από το ευρωπαϊκό ταμείο περιφερειακής ανάπτυξης, το 5% από ιδιωτικές χορηγίες και μόνο το 4% από το κράτος. μελέτη Euralens no 2: 6, Βλ. επίσης Borina και Ραυπονιό 2015: 250). Όσο αφορά την ιδιωτική χρηματοδότηση, που φτάνει περίπου τα δέκα εκατομμύρια, προήλθε από επιχειρήσεις της πόλης Λανς αλλά και από επιχειρήσεις άλλων πόλεων της περιφέρειας, την τοπική τράπεζα, το εμπορικό και βιομηχανικό επιμελητήριο κτλ. (Baudelle και Krauss 2014: 7).

Το περιφερειακό συμβούλιο έχει συμφωνήσει με την διοίκηση του Λούβρου στο Παρίσι ότι θα αναλάβει την χρηματοδότηση του ετήσιου προϋπολογισμού του νέου παραρτήματος που ανέρχεται στα 15,5 εκατομμύρια. (80% από την περιφέρεια Nord-Pas-de-Calais, 10% από το περιφερειακό διαμέρισμα Pas-de-Calais, το 10% από την πόλη Λανς). Το Λούβρο στο Παρίσι θα συμβάλει με τις συλλογές του, το κύρος, την επωνυμία, την τεχνογνωσία του, χωρίς κάποια οικονομική απαίτηση, σε αντίθεση με το νέο Λούβρο Αμπού Ντάμπι που αναμένεται να ανοίξει στα τέλη του 2016 (μελέτη Gilles Pette). Μπορεί κάποιος να αντιληφθεί την σημασία του μουσείου για όλη την περιφέρεια του Nord-Pas-de-Calais και όχι μόνο στην πόλη Λανς από την σύνθεση της χρηματοδότησης και το μοντέλο διακυβέρνησης.

Συμπερασματικά, διαπιστώνεται ότι οι αρχιτέκτονες έχουν καταφέρει να εντάξουν το μουσείο στην περιοχή εξόρυξης με επιτυχία, ενισχύοντας την ταυτότητα και αναδεικνύοντας το πλούσιο βιομηχανικό παρελθόν της. Επιπρόσθετα, κατόρθωσαν να δημιουργήσουν ένα ελκυστικό περιβάλλον με την διαμόρφωση της πρώην περιοχής εξόρυξης σε αστικό πάρκο ενώ πέτυχαν να θεωρηθεί το νέο μουσείο, τουριστικό αξιοθέατο χωρίς θεαματικούς όγκους ή υλικά. Επίσης, η ένταξη της τοπικής κοινότητας στο εγχείρημα, η δημιουργία της κεντρικής αίθουσας Hall σε δημόσιο χώρο προσβάσιμο από όλες τις κατευθύνσεις χωρίς αποκλεισμούς, οι δημόσιες λειτουργίες που εμπεριέχει και ο εκπαιδευτικός χαρακτήρας των δυο υπόγειων επιπέδων, αναδεικνύουν την κοινωνική και πολιτιστική προσφορά του ιδρύματος στην πόλη Λανς και την ευρύτερη περιοχή.

Από την άλλη, εκτός από τα άμεσα οικονομικά οφέλη από τον τουρισμό, ο οικονομικός αντίκτυπος είναι ακόμα ασαφής. Βέβαια, όπως έχει ήδη ειπωθεί, απαιτείται ένα χρονικό διάστημα για να αξιολογηθούν με ασφάλεια οι οικονομικές επιπτώσεις ενός τέτοιου έργου. Αυτό που παρατηρείται στο Louvre-Lens, είναι η έλλειψη άλλων τουριστικών αξιοθέατων, πολιτιστικών ιδρυμάτων και γενικότερα δημιουργικών βιομηχανιών που αποτελούν απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχία ενός μουσείου. Ο σύλλογος του Euralens, με αφορμή την άφιξη του νέου μουσείου, έχει αναλάβει να το αντιμετωπίσει όπως επίσης και τον ευρύτερο στρατηγικό σχεδιασμό της πόλης Λανς αλλά και ολόκληρης της περιφέρειας. Η επιθυμία για την ισορροπημένη ανάπτυξη ολόκληρης της περιφέρειας και όχι μόνο της διοργανώτριας πόλης, δικαιολογεί τον επιπλέον χρόνο που απαιτείται για να αποκαλυφθούν οι οικονομικές επιπτώσεις που θα επιφέρει. Θεωρείται μια προσέγγιση που θα θέσει νέους όρους στην χωροθέτηση και την διαμόρφωση του περιβάλλοντα χώρου, στην διατήρηση της κληρονομιάς, στην τέχνη και στις αρχιτεκτονικές μορφές σε αντίστοιχες προσπάθειες.

5. Συμπεράσματα.

Όπως αναφέρθηκε στην εισαγωγή, οι πόλεις που γνώρισαν την αποβιομηχάνιση ήρθαν αντιμέτωπες με την αύξηση της ανεργίας και την υποβάθμιση. Για την αναβάθμιση της εικόνας τους προχωρούν σε στρατηγικές αστικής αναγέννησης με βάση τον πολιτισμό. Σε τέτοιες στρατηγικές τα μουσεία διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο. Σε πολλές περιπτώσεις, όπως αναλύθηκε στα παραδείγματα, οι φιλοδοξίες των αρχών και των διοικήσεων των μουσείων ξεπερνάνε τα όρια της μικρής κλίμακας (μιας γειτονιάς, το κέντρο μιας πόλης) και επιχειρούν να πετύχουν μια βαθιά αλλαγή στις τοπικές και περιφερειακές οικονομίες. Οι τοπικές αρχές ελπίζουν ότι ένα εμβληματικό μουσείο θα αλλάξει την εικόνα της πόλης, θα την κάνει πιο ανταγωνιστική σε σχέση με άλλες, προσελκύοντας τις επενδύσεις και τους επισκέπτες και θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας. Επομένως, οι προσδοκίες τους στρέφονται κυρίως προς τον οικονομικό αντίκτυπο.

Όμως, για να είναι επιτυχημένη η πολιτιστική αναγέννηση θα πρέπει να ωφεληθούν τόσο οι τοπικές κοινότητες όσο και ο τόπος. Θα πρέπει να ενισχυθεί η ταυτότητα του τόπου, να δημιουργηθεί τοπική υπερηφάνεια και τοπική συνοχή. Το μουσείο θα ήταν συνετό να παρουσιάζει την βιομηχανική κληρονομιά, την φυσική ιστορία, τον πολιτισμό και τις τέχνες του τόπου και φυσικά οι πολίτες να έχουν ελεύθερη πρόσβαση σε αυτά. Βέβαια, το ερώτημα που εγείρεται είναι αν με αυτά τα ζητούμενα μπορεί να εξασφαλιστεί η προσέλκυση των επενδύσεων και των επισκεπτών και κατά συνέπεια η ανάκαμψη της οικονομίας.

Αν κρίνουμε από τα παραδείγματα της Tate Modern και του Louvre-Lens κάτι τέτοιο είναι εφικτό εν μέρει. Και τα δυο μουσεία κατάφεραν να γίνουν τουριστικά αξιοθέατα και να δημιουργήσουν ένα ελκυστικό περιβάλλον γύρω τους, με την ανάδειξη του πλούσιου βιομηχανικού παρελθόντος και την ενίσχυση της ταυτότητας του τόπου. Στην περίπτωση της Tate Modern, οι αρχιτέκτονες Herzog and de Meuron προχώρησαν στην αποκατάσταση του πρώην κτιρίου ηλεκτροπαραγωγής με σεβασμό στο βιομηχανικό παρελθόν του. Με την ίδια στρατηγική και ευαισθησία οι SANAA χειρίζονται την πρώην βιομηχανική περιοχή εξόρυξης, εντάσσοντας το νέο κτίριο χωρίς να επιβάλλεται, και μετατρέποντας την σε αστικό πάρκο. Από την άλλη πλευρά, το Centre Pompidou-Metz επιδίωξε να γίνει τουριστικό αξιοθέατο με την εμβληματική αρχιτεκτονική του Shinguru Ban αναζητώντας μια νέα ταυτότητα για την πόλη της Μετς χωρίς να ενσωματωθεί το βιομηχανικό παρελθόν. Φαίνεται στην περίπτωση του Centre Pompidou-Metz να έχουν ακολουθήσει πιστά το παράδειγμα του Μπιλμπάο, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην εμβληματική αρχιτεκτονική και την αρχιτεκτονική ενός παγκοσμίου φήμης αρχιτέκτονα όπως του Shinguru Ban. Είναι αρκετά όμως αυτά για την πολιτιστική, οικονομική και κοινωνική αναγέννηση μιας άγνωστης, ακόμα και για πολλούς Γάλλους, πρώην βιομηχανικής πόλης;

Όπως αναλύθηκε στην θεωρία, η απάντηση σαφώς και είναι αρνητική. Αυτό επιβεβαιώνεται και με τα λεγόμενα του Frank Gehry, που ήταν η αφορμή για να γεννηθεί το φαινόμενο Μπιλμπάο. Για να πετύχει ένα τέτοιο έργο η θέση του μουσείου σε κεντρική περιοχή (ή η δημιουργία ενός κέντρου γύρω του), η καλή προσβασιμότητα για τους πεζούς και τα μέσα μαζικής μεταφοράς, η φιλοξενία σπάνιων έργων τέχνης και ο σχεδιασμός και η διαχείριση των εκθέσεων παίζουν καθοριστικό ρόλο. Επίσης κοντά στο μουσείο θα πρέπει να υπάρχουν (ή να δημιουργηθούν) τουριστικά αξιοθέατα, πολιτιστικά ιδρύματα και γενικότερα δημιουργικές βιομηχανίες. Οι τοπικές αρχές θα πρέπει να αναλάβουν ένα ευρύτερο στρατηγικό σχεδιασμό και σε συνεργασία με την διοίκηση του μουσείου να εξασφαλίσουν την αποδοχή του νέου μουσείου και την ένταξη της τοπικής κοινότητας στην όλη προσπάθεια που είναι επίσης ζωτικής σημασίας.

Αν και η επιλογή της πόλης Μετς είναι επιτυχής, η επιλογή της περιοχής έξω από τον αστικό ιστό της πόλης φαίνεται να είναι προβληματική και αδύναμη να προσελκύσει τους κατοίκους της πόλης καθώς και να δημιουργηθεί κέντρο με ένα ευρύ φάσμα χρήσεων γύρω από το νέο μουσείο. Επίσης, φαίνεται να απουσιάζει η επιθυμία για ευρύτερο στρατηγικό σχεδιασμό και απόκτηση δημιουργικών βιομηχανιών.

Στην περίπτωση του Louvre-Lens φαίνεται να είναι πιο συνειδητή η απόφαση για την ένταξη του νέου μουσείου στον αστικό ιστό. Εκτός του ότι κατάφεραν να αποκαταστήσουν το έδαφος της πρώην περιοχής εξόρυξης, πρόσφεραν στην πόλη ένα αστικό πάρκο προσβάσιμο σε όλους. Με την ίδια στρατηγική αντιμετώπισαν την κεντρική αίθουσα Hall, δημιουργώντας έναν δημόσιο χώρο εύκολα προσβάσιμο από όλους τους κατοίκους της περιοχής χωρίς αποκλεισμούς. Αν και σε αυτήν την περίπτωση, όπως και στο Centre Pompidou-Metz, δεν υπήρχε κέντρο ή πολιτιστικά ιδρύματα, φαίνεται να γίνεται μια προσπάθεια να επιτευχθεί αυτό. Επιπλέον ο σύλλογος Euraleens έχει αναλάβει τον ευρύτερο στρατηγικό σχεδιασμό της πόλης Λανς αλλά και ολόκληρης της περιφέρειας με αφορμή την άφιξη του μουσείου.

Αντίθετα, στην περίπτωση της Tate Modern η χωροθέτηση στην πρώην βιομηχανική περιοχή του Bankside είναι πιο ευνοϊκή, εφόσον το κέντρο του Λονδίνου βρίσκεται στην απέναντι όχθη του Τάμεση και είναι εύκολα προσβάσιμο από την νέα γέφυρα millennium. Επίσης, βρίσκεται κοντά στα μεγαλύτερα τουριστικά αξιοθέατα και πολιτιστικά ιδρύματα του Λονδίνου. Επιπλέον το ίδρυμα συμμετείχε σε μια σειρά από αστικά και περιβαλλοντικά έργα και ήταν η αφορμή για την αναβάθμιση της εικόνας της περιοχής. Τέλος, οι αρχιτέκτονες μετέτρεψαν την αίθουσα Turbine Hall σε δημόσιο προσβάσιμο χώρο χωρίς αποκλεισμούς.

Όπως ειπώθηκε προηγουμένως, η αδυναμία του Centre Pompidou-Metz να αποκτήσει την δική του μόνιμη συλλογή και ο δανεισμός των έργων τέχνης για μικρό χρονικό διάστημα ήταν ένας από τους κύριους λόγους που οδήγησε στην μείωση των επισκεπτών. Μολονότι ούτε το Louvre-Lens έχει την δική του συλλογή, για να το αποφύγει αυτό, ο δανεισμός των έργων τέχνης γίνεται σε μακροπρόθεσμη βάση, ενώ η Tate Modern βρίσκεται σε πλεονεκτική θέση αφού έχει τη δική της συλλογή σπάνιων έργων τέχνης. Αν και στις τρεις περιπτώσεις, η διαχείριση και ο σχεδιασμός των έργων τέχνης φαίνεται να είναι επιτυχείς, το Louvre-Lens έχει στόχο να αμφισβητήσει τον συνηθισμένο τρόπο έκθεσης και να διδάξει το κοινό πω να εξετάσει τα εκθέματα εκ νέου, εκπλήσσοντας τους επισκέπτες θετικά.

Τέλος, η Tate Modern και το Louvre-Lens φαίνεται να έχουν αντιληφθεί την σημασία της υποστήριξης των κατοίκων της περιοχής και της πόλης αντίστοιχα, εξασφαλίζοντας την μακροχρόνια επιβίωση τους, αφού αυτοί είναι που θα τους υποστηρίξουν σε περιόδους οικονομικής κρίσης και ιδιαίτερα στην περίπτωση της Tate Modern που η κρατική χρηματοδότηση είναι σχεδόν ανύπαρκτη. Στην περίπτωση του Centre Pompidou-Metz φαίνεται αυτό το ζήτημα να μην τους απασχόλησε ιδιαίτερα.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονισθεί ότι η επιτυχία κάθε μουσείου δεν μπορεί να μετρηθεί μόνο με τον αριθμό των επισκεπτών που περνούν την πόρτα του, αλλά και από το αντίκτυπο που η αρχιτεκτονική και το ίδρυμα έχει επιφέρει στην διοργανώτρια πόλη του. Υπό αυτήν την έννοια η Tate Modern μετά από δεκαέξι χρόνια λειτουργίας, μπορεί να αξιολογηθεί με ασφάλεια ως μια οικονομική, πολιτιστική και κοινωνική επιτυχία, το Louvre-Lens ως κοινωνική, πολιτιστική και πολιτική επιτυχία, ενώ το Centre Pompidou-Metz ως πολιτιστική επιτυχία. Το Louvre-Lens και το Centre Pompidou-Metz θα ήταν νωρίς να αξιολογηθούν ως προς τον οικονομικό αντίκτυπο.

Η επένδυση του κράτους σε ένα μουσείο θα μπορούσε να είναι ένας καλός τρόπος για την οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη μιας πόλης. Φυσικά θα πρέπει να πληρούνται οι προϋποθέσεις που αναλύθηκαν και πάλι θα υπάρχουν άλλοι εξωτερικοί παράγοντες που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη. Μια πιο μελετημένη και φυσικά χωρίς αποκλεισμούς προσέγγιση όπως της Tate Modern και του Louvre-Lens στην αναγέννηση μιας περιοχής, μιας πόλης ή και μιας περιφέρειας, μέσα από τον διάλογο με τους φορείς και με τους ίδιους του κατοίκους, θα πρέπει να αποτελεί πρότυπο για το μέλλον, για την αντικατάσταση του πεπαλαιωμένου και μεμονωμένου σχεδιασμού των πόλεων και των κοινοτήτων. Βέβαια, πάντα παραμένει το ερώτημα πολιτισμός και αναγέννηση για ποιόν; Ποιός ωφελείται πραγματικά από μια τέτοια διαδικασία ;

Η εργασία μας καταλήγει στο συμπέρασμα ότι το μουσείο και γενικότερα ο πολιτισμός ως εργαλείο για την αστική αναγέννηση θα πρέπει να υποστεί μια σημαντική επανεξέταση. Προτείνεται μια έρευνα εις βάθος για την καλύτερη κατανόηση ως προς το ποια είναι τα πραγματικά οφέλη που μπορεί να επιφέρει ο πολιτισμός. Ίσως θα ήταν μια καλή ευκαιρία να σκεφτούμε πως ο πολιτισμός θα μπορούσε να ωφελήσει πραγματικά τις ελληνικές πόλεις.

Βιβλιογραφικές Αναφορές.

Ελληνική Βιβλιογραφία.

- Ανδριακοπούλου Ε., Γιαννάκου Α., κ.ά.**, (2014), *Πόλη και πολεοδομικές πρακτικές, για τη βιώσιμη αστική ανάπτυξη*, 2Η αναθεωρημένη έκδοση (σσ. 57-59, 101-107). Αθήνα: Κριτική.
- Γοσποδίνη, Α., Μπεριάτος, Η.**, (2006), *Εισαγωγή: Μετασχηματισμοί των αστικών τοπίων στις συνθήκες της παγκοσμιοποίησης, του ανταγωνισμού των πόλεων και των μεταμοντέρνων κοινωνιών*, στο Γοσποδίνη Α. και Μπεριάτος Η. (επιμ.), *“Τα νέα αστικά τοπία και η ελληνική πόλη”* (σσ. 15-24). Αθήνα: Κριτική.
- Γοσποδίνη, Α.**, (2006), *Σκιαγραφώντας, ερμηνεύοντας και ταξινομώντας τα νέα τοπία της μεταβιομηχανικής πόλης*, στο Γοσποδίνη, Α., και Μπεριάτος, Η., (επιμ.), *“Τα νέα αστικά τοπία και η ελληνική πόλη”* (σσ. 27-51). Αθήνα: Κριτική.
- Δασκαλάκη, Φ.**, (επιμ. Δημητριάδης Ε. Π., κ.α), (2002), *Τα πολιτιστικά έργα στην αστική ανάπτυξη: η περίπτωση του Μπάνκσαϊντ*, στο *Επανασχεδιασμός υποβαθμισμένων και κατεστραμμένων περιοχών της Ευρώπης*, Διεθνές Συμπόσιο υπο την Αιγίδα του Τμήματος Αρχιτεκτόνων Α.Π.Θ, Θεσσαλονίκη
- Καβαραντζής, Μ.**, (2010), *From City Marketing to City Branding , an interdisciplinary analysis with reference to Amsterdam , Budapest and Athens.*, βιβλιοπαρουσίαση από http://www.citybranding.gr/2010/03/blog-post_21.html
- Καραχάλης, Ν.**, (2007), *Τίτλος: Νέες πολιτιστικές χρήσεις σε πρώην βιομηχανικούς χώρους και περιοχές: Ο Ρόλος των Ο.Τ.Α. και του εθελοντικού τομέα*, 5η Πανελλήνια Επιστημονική Συνάντηση του TICCIH (Βόλος 22-25 Νοεμβρίου 2007)
- Καραχάλης, Ν.**, (2007) *Πολιτισμός και Τοπική Αυτοδιοίκηση: Ο ρόλος των πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών στη σύγχρονη πόλη*, αδημοσίευτη διδακτορική διατριβή, Πάντειον Πανεπιστήμιο.
- Καραχάλης, Ν.**, (2010), *Πολιτιστικές περιοχές, αστική ανάπτυξη και εξευγενισμός στην Αθήνα, Μαντσεστερ και Βαρκελώνη*, 9Ο Πανελλήνιο Γεωγραφικό Συνέδριο
- Κόνσολα, Ντ.**, (2006), *Δίκτυα μουσείων στη σύγχρονη πόλη*, Διάλεξη
- Λούβη-Κίζη, Α.**, (2006), *Θεματικά μουσεία. Ένας τρόπος διάσωσης της πολιτισμικής και φυσικής κληρονομιάς: το Δίκτυο του Π.Ι.Ο.Π.*, στο Καραγεώργης Β. και Γιαννικουρή Α. (επιμ.), *Διάσωση και προβολή της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς των μεγάλων νησιών της Μεσογείου*, Αθήνα: ΤΠΠΟ.
- Οικονόμου, Δ.**, (2004), *Αστική αναγέννηση και πολεοδομικές αναπλάσεις*, Τεχνικά Χρονικά (σσ. 1-10)

- Πετρίδου, Β., και Πάγκαλος, Π.,** (επιμ.), (2013), *Μνήμη-Μουσείο-Πόλη, Η αρχιτεκτονική του Δημήτρη Φατούρου*, Πάτρα: Πανεπιστήμιο Πατρών, Πολυτεχνική Σχολή, Τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών
- Τσιώμης, Γ.,** (2013), *Κεντρικότητα και εκκεντρικότητα του Μουσείου, Με αφορμή την Πινακοθήκη του Δ. Φατούρου*, στο Πετρίδου, Β., και Πάγκαλος, Π., (επιμ.), (2013), *Μνήμη-Μουσείο-Πόλη, Η αρχιτεκτονική του Δημήτρη Φατούρου*, Πάτρα: Πανεπιστήμιο Πατρών, Πολυτεχνική Σχολή, Τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών
- Τσακαλίδου, Β.,** (2013), *Σύγχρονα Μουσεία: ο χώρος, ο άνθρωπος, η πόλη*, στο Πετρίδου, Β., και Πάγκαλος, Π., (επιμ.), (2013), *Μνήμη-Μουσείο-Πόλη, Η αρχιτεκτονική του Δημήτρη Φατούρου*, Πάτρα: Πανεπιστήμιο Πατρών, Πολυτεχνική Σχολή, Τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών
- Άρθρα σε περιοδικά.
- Αγγελοπούλου, Δ. Β., Βιτοπούλου Α.,** (2012) κ.α, *Αστική αναγέννηση και marketing τόπου: Αναζητώντας την εξωστρεφή ταυτότητα της Θεσσαλονίκης μέσα από ένα σχέδιο αστικής αναγέννησης στην περιοχή της δυτικής εισόδου*, Τετάρτη 8 Αυγούστου 2012 από <http://www.citybranding.gr/2012/08/marketing.html>
- Αστραπέλλου, Μ.,** (2014), *Φρανκ Γκέρι: Η περιέργεια είναι η ψυχή της δημιουργικότητας*, ΒΗΜΑgazino, 12/05/2014 09:37 <http://www.tovima.gr/vimagazino/interviews/article/?aid=594877>
- Κιοσσέ, Χ.,** (1999), *Πώς θα αποκτήσουμε σύγχρονα μουσεία*, Το Βήμα, γνώμες, 04/07/1999 00:00 <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=112401>
- ΛΑΛΟΥ, Γ.,** (2012), *Η συμβολή της ποιότητας του Κτισμένου Περιβάλλοντος στο Branding των Πόλεων*, Δευτέρα, 17 Σεπτεμβρίου 2012, από <http://www.citybranding.gr/2012/09/branding.html#uds-search-results>
- Μπαμπούκα, Μ.,** (2013), *Από την εγκατάλειψη στην αναγέννηση αστικών περιοχών* Πέμπτη, 17 Ιανουαρίου 2013, από http://www.citybranding.gr/2013/01/blog-post_17.html
- Πουρναρά, Μ.,** (2011), *Η επιτυχία ενός μουσείου είναι μια δύσκολη εξίσωση*, Η Καθημερινή, Αρχείο Πολιτισμού, 02.10.2011 <http://www.kathimerini.gr/439019/article/politismos/arxeio-politismoy/h-epityxia-enos-moyseioy-einai-mia-dyskolh-e3iswsh>
- Τσαντάκη, Σ.,** (2012), *Το Λούβρο επεκτείνεται με νέο μουσείο στη Βόρεια Γαλλία*, Η Καθημερινή, Αρχείο Πολιτισμού, 07.12.2012 <http://www.kathimerini.gr/475184/article/politismos/arxeio-politismoy/to-loyvro-epekteinetai-me-neo-moyseio-sth-voreia-gallia>
- Bookchin, Μ.,** (1996) *Τα όρια της πόλης* (μετάφρ. Γ. Γκλαρνέτατζης), Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής

Ξένη Βιβλιογραφία.

- Baniotopoulou, E.,** (2001), *Art for whose Sake? Modern Art Museums and their Role in Transforming Societies: The Case of the Guggenheim Bilbao*, Journal of Conservation and Museum Studies, 7 <http://www.jcms-journal.com/articles/10.5334/jcms.7011/print/#r33>
- Bianchini, F., and Parkinson, M.,** (1993), *Cultural policy and urban regeneration: the West European experience*. Manchester: Manchester University Press.
- Bourdieu, P.,** (1984) *Distinction: a social critique of the judgement of taste*, (μεταφ. Richard Nice), Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press
- Bourdieu, P., and Darbel, A.,** (1991), *The Love of Art: European Art Museums and their public*. Cambridge (UK): Polity Press.
- Boyle, M., και Rogerson, R. J.,** (2001), *Power, Discourses and City Trajectories*, στο Paddison, R., (επιμ.), *Handbook of Urban Studies*, London: Sage Publications, σελ. 402-416
- Couch, C.,** (επιμ.) κ.α, (2003), *Urban Regeneration in Europe*, Oxford: Blackwell.
- Dean, C., Donnellan, C., κ.α.** (2010), *Tate Modern: pushing the limits of regeneration*. City, Culture and Society 1(2): 79---87. ISSN 1877---9166 <https://kclpure.kcl.ac.uk/portal/files/5328481/tate.pdf>
- Fyfe, G.,** (2004), *Reproductions, cultural capital and museums: aspects of the culture of copies museum and society*, Keele University 2 (1) 47-67
- Gayford M., κ.α,** (2005). *Tate Modern: The first five years*, Published by order of the Tate Trustees, Millbank, London
- Gospodini, A.,** (2002), *European cities in competition and the new 'users' of urban design*, journal of urban design, vol. 7, No 1: σελ. 59-74
- Grodach, C.,** (2008), *Museums as Urban Catalysts: The Role of Urban Design in Flagship Cultural Development*, Journal of Urban Design, 13(2): 195 - 212.
- Hall, P.,** (2000), *Creative Cities and Economic Development*, Urban Studies, 37(4): 639-649
- Hamnett, C., and Shoval, N.,** (2003), *Museums as 'Flagships' of Urban Development*, στο L. M. Hoffman, D. Judd and S. S. Fainstein (επιμ.), *Cities and Visitors: Regulating People, Markets, and City Space*. Oxford: Blackwell.
- Harvey, D.** (1989), *From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governance*, Geographiska Annaler, 71 B.1, 3-17.
- Holden, J. and Jones, S.,** (2006), *Knowledge and Inspiration: the democratic face of culture*, London: Museums, Libraries and Archives Council (MLA) Publication http://www.demos.co.uk/files/knowledgeinspiration_fullreport.pdf
- Hyslop D.,** (2012), *Culture, Regeneration and Community*, Gateways: International Journal of Community Research and Engagement Vol 5

- Thompson, I.,** (1996), *Art and community: regeneration or gentrification.*, στο Lorente, P., (επιμ.), (1996), *The Role of museums and the arts in the urban regeneration of Liverpool.*, Leicester : Centre for Urban History. University of Leicester, 172 p. (Working paper / Centre for Urban History ; 9)
- McNeill, D.,** (2000), *McGuggenisation? National identity and globalisation in the Basque country*, Political Geography, vol. 19, 4:473-494.
- Mellor, R.,** (1997), *Cool times for a changing city*, in Jewson, N. and MacGregor, S (επιμ.) *Transforming Cities*, London, Routledge
- Mommaas, H.,** (2004), *Cultural Clusters and the Post-industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy*, Urban Studies, 41(3): 507-532.
- Morel, M.,** (2014), *Le musée comme outil de remédiation identitaire : Le cas du Louvre-Lens*, MIDAS [Online], <https://midas.revues.org/718>
- Plaza, B. και Haarich, S. N.,** (2009), *Museums for urban regeneration? Exploring conditions for their effectiveness.* Journal of Urban Regeneration and Renewal 2(3): 259-271.
- Richards, G.,** (1996), *Introduction: Culture and Tourism in Europe*, στο G. Richards (επιμ.), *Cultural Tourism in Europe.*, Wallingford (UK): CAB International.
- Scott, A. J.,** (1997), *The cultural economy of cities.*, International journal of urban and regional research, 21(2): 323-339.
- Smith, N.,** (1982), *Gentrification and Uneven Development*, Economic geography, Vol. 58:139-155
- Sudjic, D.,** (1993), *The 100 Mile City*, London: Flamingo.
- Tait, S.,** (2008), *Can museums be a potent force in social and urban regeneration?*, Joseph Rowntree Foundation www.jrf.org.uk
- Thompson, I.,** (1996), *Art and community: regeneration or gentrification.*, Στο *The Role of museums and the arts in the urban regeneration of Liverpool.*, Leicester : Centre for Urban History. University of Leicester, 172 p. (Working paper / Centre for Urban History ; 9)
- Vischer, Th.,** (επιμ.), (2000), *Έκθεση: Herzog & de Meuron - Eleven stations at Tate Modern* από: <https://www.herzogdemeuron.com/index/projects/complete-works/126-150/126-tate-modern.html>
- Wu, C.,** (1998), *Embracing the Enterprise Culture: Art Institutions since the 1980s*, New Left Review, 230, 28-57
- Zukin, S.,** (1995), *The Cultures of Cities.*, Cambridge (Mass.) and Oxford: Blackwell.

Άρθρα σε περιοδικά.

- Baudelle, G., και Krauss G.,** (2014), *The governance model of two French national museums of fine arts relocated in the province: Centre Pompidou Metz and Louvre-Lens*, Belgeo [En ligne], 1 |, mis en ligne le 15 décembre 2014, consulté le 29 février 2016. URL : <http://belgeo.revues.org/12765>
- Bjerring, E.,** (2013), *Musée Louvre-Lens SANAA*, archspace, SANAA, France, Cultural, <http://www.arcspace.com/features/sanaa/musee-louvre-lens/>
- Borina, E. και Paunović I.,** (2015), *The case of Louvre-Lens: Regional regeneration through cultural innovation*, University of Ferrara (Italy) Singidunum University, Belgrade (Serbia), Catholic University Eichstätt-Ingolstadt (Germany), στο *Tourism Destination Competitiveness*, book of proceedings, 248-251 <http://sitcon.singidunum.ac.rs/2016/>
- Bravo, D.,** (2013), (μεταφρ. Julie Wark), *Louvre-Lens Museum Park Lens (France)*, <http://www.publicspace.org/en/works/h101-parc-du-musee-du-louvre-lens>
- Buică, V.,** (2012), *Louvre Lens*, igloo Magazine <https://www.igloo.ro/en/articles/louvre-lens/>
- Frearson, A., (2012), *Louvre Lens by SANAA and Imrey Culbert*, dezeen magazine <http://www.dezeen.com/2012/12/04/louvre-lens-by-sanaa-and-imrey-culbert/>
- Grieco, L.,** (2014), *louvre lens by SANAA + imrey culbert now complete*, designboom, architecture, dec 04, 2012 <http://www.designboom.com/architecture/louvre-lens-by-sanaa-imrey-culbert-now-complete/>
- Hawthorne C.,** (2010), *Critic's notebook: Museums building on a renewed civic life, The Pompidou's intriguing new outpost illustrates the current phase of museum design in which architects are hands-on participants of urbanism.*, Los Angeles Times, Architecture Critic, September 19, 2010, από: <http://articles.latimes.com/2010/sep/19/entertainment/la-ca-museum-architecture-20100919>
- Hyslop, D.,** (2014), *Museums can play a role in urban regeneration*, British Council, Voices, 17 July 2014, από: <https://www.britishcouncil.org/voices-magazine/museums-can-play-role-urban-regeneration>

- Martinet, L.,** (2012), *Centre Pompidou-Metz: depuis deux ans, que du Bonheur*, lexxpress, culture, arts, 04/12/2012 από: http://www.lexpress.fr/culture/art/centre-pompidou-metz-depuis-deux-ans-que-du-bonheur_1194853.html
- McManus D.,** (2014), *Musée Louvre Lens*, France : Cultural Development, e-architect, Louvre Lens Museum, French Building, Project, News, Design, Opening, March 6, 2014, <http://www.e-architect.co.uk/france/louvre-lens-museum>
- Popp, P. και Margaretha E.,** (2013), *Integrative Transparency: Louvre-Lens by SANAA*, Detail, Topics, published 01/09/2013, <http://www.detail-online.com/article/integrative-transparency-louvre-lens-by-sanaa-16498/>
- Pruvost, V.,** (2014), *Louvre-Lens: l'impact économique dans la région estimé à 42 millions d'euros*, La Voix du Nord, Région <http://www.lavoixdunord.fr/region/louvre-lens-l-impact-economique-dans-la-region-estime-ia35b0n2525458>
- Riding, A.,** (2000), *A Symbol Of Renewal In South London; The Tate Modern, Bright Star On the Thames's Other Side*, The New Yorks Times, Arts, May 1, 2000, από: <http://www.nytimes.com/2000/05/01/arts/symbol-renewal-south-london-tate-modern-bright-star-thames-s-other-side.html?pagewanted=all>
- Rosenfield, K.,** (2012), *Louvre Lens / SANAA*, ArchDaily, <http://www.archdaily.com/312978/louvre-lens-sanaa>
- Walt, V.,** (2010), *Can the Pompidou Center Revive a Fading French Town?*, Time, Tuesday, May 18, 2010 από: <http://content.time.com/time/arts/article/0,8599,1989620,00.html>
- Archdaily,** (2014), *Centre Pompidou-Metz / Shigeru Ban Architects*, <http://www.archdaily.com/490141/centre-pompidou-metz-shigeru-ban-architects>

Μελέτες.

Mckinsey Report (1994) Tate Modern Creating a Landmark Building

Livret Euralens n°1 : Cadre de référence pour des projets urbains éco-responsables, Version du 26 mai 2014

Livret Euralens n°2 : Louvre-Lens, Chiffres clés et impacts 2014, Mise à jour : le 20 novembre 2014

Livret Euralens n°3 : Quelle dimension métropolitaine pour la Base 11/19 ? Compte rendu du Cercle de qualité Euralens du 19 juin 2014

Livret Euralens n°4 : Dynamique territoriale Euralens et élaboration du futur SCoT Cercle de qualité Euralens du 11 décembre 2014

Livret Euralens n°5 : La Chaîne des parcs

Livret Euralens n°6 : Le Forum Euralens "Iconomie & Formation"

Livret Euralens n°7 : Louvre-Lens, Chiffres clés et impacts 2015

Gilles Pette: Culture for Cities and Regions, Director of Euralens www.culture-forcitiesandregions.eu

Ερευνητικές-Διπλωματικές.

Aalst, I, V., (2002), *From museum to mass entertainment, the evolution of the role of museums in cities*, Utrecht University, The Netherlands, Article in European Urban And Regional Studies

Δαλγίτση Α., Βιομηχανική Κληρονομιά: Τόποι μνήμης ως τόποι πολιτισμού, Ερευνητική Εργασία

Δανιηλίδης, Α., Ο εξευγενισμός στα σύγχρονα αστικά κέντρα. Το παράδειγμα του Χάρλεμ., Τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, Ερευνητική Εργασία

Κατσαούνη, Σ., (2014) *Remap: Όταν η πλατφόρμα σύγχρονης τέχνης, γίνεται πλατφόρμα εκτοπισμού και «εξευγενισμού».* Μια Διερεύνηση Διαδικασιών *Gentrification*, Μέσα απο το παράδειγμα του Μεταξουργείου, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, Πολυτεχνείο Κρήτης, Ερευνητική Εργασία

Μανάβη, Α., (2010), Από την εγκατάλειψη στην ανάκτηση περιοχών, Τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Ερευνητική Εργασία

Ταταράκη, Μ., (2014), *Διερεύνηση του Αστικού Εξευγενισμού (Gentrification) στην Ελλάδα και σύγκριση με την διεθνή εμπειρία Μελέτη περίπτωσης της Αθήνας (Γκάζι, Ψυρρή, Μεταξουργείο),* Τμήμα Γεωγραφίας, Χαροκόπιο Πανεπιστήμιο, Διπλωματική Εργασία

Διαδικτυακές Πηγές.

1. <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF>
2. https://en.wikipedia.org/wiki/Nicholas_Serota
3. http://www.citybranding.gr/2013/01/blog-post_17.html
4. <http://www.nytimes.com/2001/08/05/nyregion/new-melting-pot-museums-downtown-cultural-hub-takes-shape-manhattan-s-oldest.html?pagewanted=all>
5. <https://books.google.gr/books?uid=112159009750787893046&hl=el>
6. https://books.google.gr/books?id=sCqPiH5-5-wC&pg=PA172&lp-g=PA172&dq=the+role+of+museums+in+postindustrial+city&source=bl&ots=-6JwtqMik6p&sig=0fRm12X8YGth_Jeq6eOvcP07tl4&hl=el&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=the%20role%20of%20museums%20in%20postindustrial%20city&f=false
7. <https://www.researchgate.net/home>
8. <http://www.eurozine.com/articles/2008-04-17-trilupaityte-en.html>
9. http://www.citybranding.gr/2011/10/blog-post_06.html
10. <http://www.economist.com/news/special-report/21591708-if-you-build-it-will-they-come-bilbao-effect>
11. <http://www.theguardian.com/cities/2015/apr/30/bilbao-effect-gehry-guggenheim-history-cities-50-buildings>
12. <http://www.archdaily.com/tag/bilbao-effect>
13. http://www.prd.uth.gr/el/research/lab/urban_morphology
14. <http://www.monumenta.org/article.php?IssueID=2&lang=gr&Category-ID=4&ArticleID=13>
15. <http://docplayer.gr/search/?q=+%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%B9%CE%BF>
16. <https://southwarknotes.wordpress.com/what-is-regeneration-gentrification/>
17. <http://www.louvre.fr/en/louvre-lens-0>
18. www.lord.ca
19. <http://www.economist.com/blogs/prospiero/2012/12/louvre-lens>,
20. <http://www.aroundlouvre.com/louvre-lens-tourism-mission>
21. <https://en.wikipedia.org/wiki/Louvre-Lens>
22. <https://artoffestivals.com/2013/09/23/centre-pompidou-metz-audiences-first/>
23. <http://www.designcurial.com/news/centre-pompidou-metz>
24. <http://www.archdaily.com/490141/centre-pompidou-metz-shigeru-ban-architects>

25. [https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BE%CE%B5%CF%85%CE%B3%CE%B5%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82_\(%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B5%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CE%B-C%CE%AF%CE%B1\)](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BE%CE%B5%CF%85%CE%B3%CE%B5%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82_(%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B5%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CE%B-C%CE%AF%CE%B1))
26. http://www.britishmuseum.org/about_us/news_and_press/press_releases/2015/annual_review_2015.aspx
27. <https://www.nationalgallery.org.uk/record-breaking-visitor-figures-for-the-national-gallery>
28. <http://madame-tussauds.visit-london-england.com/>
29. <https://www.cbd.int/cooperation/mnhn.shtml/>
30. <http://blog.parispass.com/25-interesting-facts-about-centre-pompidou/>
31. <http://www.toureiffel.paris/en/everything-about-the-tower/the-eiffel-tower-at-a-glance.html>
32. <http://www.statista.com/statistics/247419/yearly-visitors-to-the-louvre-in-paris/>

Πηγές εικόνων.

- Εικόνα 1:** <http://www.propertyinvesting.net/cgiscript/csNews/csNews.cgi?database=specialreports.db277&command=viewonex>
- Εικόνα 2:** <http://aasarchitecture.com/2013/05/centre-pompidou-metz-by-shigeru-ban-architects.html>
- Εικόνα 3:** <http://openbuildings.com/buildings/louvre-lens-profile-1225/media>
- Εικόνα 4:** <http://www.smithsonianmag.com/arts-culture/rebranding-amsterdam-and-what-it-means-to-rebrand-a-city-19539392/?no-ist>
- Εικόνα 5:** <https://csanchezlarrauri.wordpress.com/>
- Εικόνα 6:** <http://www.telegraph.co.uk/finance/yourbusiness/8538856/Bankside-mulls-economic-and-social-impact-of-development.html>
- Εικόνα 7:** <http://brokelyn.com/hey-hey-ho-ho-brooklyns-anti-gentrification-protest-wasnt-total-shitshow/>
- Εικόνα 8:** <http://peachproperties.com/property-news/culture-killer-property-development-vs-art/>
- Εικόνα 9:** <http://raredelights.com/splendid-guggenheim-museum-bilbao-spain/guggenheim-museum-bilbao-in-spain-1/>
- Εικόνα 10:** https://en.wikipedia.org/wiki/La_Piscine_Museum
- Εικόνα 11:** http://stroebelonline.de/galerie-reisen_paris
- Εικόνα 12:** http://www.britishmuseum.org/visiting/eating/great_court_restaurant.aspx
- Εικόνα 13:** <http://openbuildings.com/buildings/guggenheim-abu-dhabi-profile-26869#!buildings-media/3>
- Εικόνα 14:** <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=1354263&page=32>
- Εικόνα 15:** <http://www.myfirstartcollection.com/3545/nl/rotterdam-10-11>
- Εικόνα 16:** <https://www.mqw.at/besuch/fuehrungen/>
- Εικόνα 17:** <https://mthomasbyers.wordpress.com/tag/frank-lloyd-wright/>
- Εικόνα 18:** <http://www.architravel.com/architravel/building/maxxi-museum/>
- Εικόνα 19:** <http://bchworld.com/tate-modern/>
- Εικόνα 20:** <http://www.timera-energy.com/fuel-for-thought-aug-5th/>
- Εικόνα 21:** <http://www3.tate.org.uk/research/researchservices/archive/showcase/item.jsp?view=detail&item=2024>
- Εικόνα 22:** https://en.wikipedia.org/wiki/Bankside_Power_Station
- Εικόνα 23:** <http://www.artfund.org/what-to-see/museums-and-galleries/tate-modern>
- Εικόνα 24:** <http://www.panoramio.com/photo/75406549>
- Εικόνα 25:** Google Earth (Πλοήγηση στο μουσείο)
- Εικόνα 26:** προσωπικό αρχείο

Εικόνα 27: προσωπικό αρχείο

Εικόνα 28: <http://www.timeout.com/london/art/galleries/tate-modern>

Εικόνα 29: <http://www.archdaily.com/490141/centre-pompidou-metz-shigeru-ban-architects>

Εικόνα 30: <http://www.worldatlas.com/webimage/countrys/europe/frenchregions/frlorraine.htm>

Εικόνα 31: <http://www.ambassade-auvergne.com/en/photos-paris-ambassade-auvergne/around-us/>

Εικόνα 32: <http://codylee.co/2015/04/centre-pompidou-malaga/>

Εικόνα 33: <http://findandstore.blogspot.gr/2012/04/material-in-architecture.html>

Εικόνα 34: http://archichoong.blogspot.gr/2010_11_01_archive.html

Εικόνα 35: Ο.Π

Εικόνα 36: <http://www.archute.com/2015/05/22/centre-pompidou-metz-a-balance-between-the-extreme-and-the-ordinary-by-shigeru-ban-architects/>

Εικόνα 37: Ο.Π

Εικόνα 38: <http://www.archdaily.com/490141/centre-pompidou-metz-shigeru-ban-architects>

Εικόνα 39: <http://www.bontourism.com/en/content/louvre-lens-museum>

Εικόνα 40: <http://www.parisdigest.com/museums/museedulouvre.htm>

Εικόνα 41: <http://www.worldatlas.com/webimage/countrys/europe/frenchregions/frnordcalais.htm>

Εικόνα 42: Google Earth (Δορυφ. φωτογραφία)

Εικόνα 43: <http://openbuildings.com/buildings/louvre-lens-profile-1225/media>
<http://edition.cnn.com/2013/12/04/world/europe/louvre-lens-how-a-coal/>

Εικόνα 45: <http://www.e-architect.co.uk/france/louvre-lens-museum>

Εικόνα 46: <https://en.wikipedia.org/wiki/Louvre-Lens>

Εικόνα 47: <http://chris59132.canalblog.com/archives/2013/12/27/28746190.html>

Εικόνα 48: <http://www.euralens.org/old-pages/grands-projets/euralems-centralite.html>