



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΠΟΛΥΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ,
ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΔΠΜΣ - ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Τα μουσεία ως συνιστώσα τοπικής και τουριστικής ανάπτυξης: Συγκριτική Μελέτη Περιπτώσεων

Διπλωματική Εργασία



Επιμέλεια: Κοντός Δημήτρης

Επιβλέπων Καθηγητής: Νικόλαος Βογιαζίδης

Βόλος, Ιανουάριος 2025

Δήλωση

Βεβαιώνω ότι η παρούσα εργασία είναι δική μου, δεν έχει γραφτεί από άλλο πρόσωπο με ή χωρίς αμοιβή, δεν έχει αντιγραφεί από δημοσιευμένη ή αδημοσίευτη εργασία άλλου και δεν έχει προηγουμένως υποβληθεί για βαθμολόγηση στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας ή αλλού. Βεβαιώνω επίσης ότι είμαι εν γνώσει των κανόνων περί λογοκλοπής του ΤΜΧΠΠΑ και ότι στο πλαίσιο αυτού έχουν τηρηθεί όλοι οι κανόνες κατά την ακαδημαϊκή δεοντολογία, σχετικά με αναφορές, βιβλιογραφία, κ.λπ., τόσο από έντυπες όσο και από ηλεκτρονικές πηγές. Σε περίπτωση λογοκλοπής αποδέχομαι όλες ανεξαιρέτως τις ποινές που προβλέπουν οι εκάστοτε Κανονισμοί του ΠΘ ή και του ΤΜΧΠΠΑ.

Ημερομηνία: 27-01-2025

Ονοματεπώνυμο: Δημήτρης Κοντός

Περίληψη

Τα μουσεία αποτελούν καθοριστικό παράγοντα τοπικής και τουριστικής ανάπτυξης. Η επίδραση των μουσείων ποικίλλει ανάλογα με την πόλη και τη χώρα, και μπορεί να είναι αισθητή σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο. Η σημασία των μουσείων είναι πολύ σημαντική, καθώς βοηθούν τις πόλεις να προβάλλονται ως πολιτιστικά κέντρα, τόσο στην εγχώρια όσο και στη διεθνή αγορά, προσελκύοντας επισκέπτες και επενδυτές.

Στην μελέτη αρχικά αναπτύσσεται το θεωρητικό υπόβαθρο, όπου ορίζονται οι έννοιες της τοπικής, τουριστικής, πολιτιστικής ανάπτυξης, του πολιτιστικού και του μουσειακού τουρισμού, και η σχέση μεταξύ πολιτισμού και τουρισμού. Έπειτα, εξετάζεται το μουσείο ως συνιστώσα τοπικής και τουριστικής ανάπτυξης, αναφέρονται παραδείγματα από τη διεθνή και ελληνική εμπειρία όπως και προηγούμενες εμπειρικές έρευνες. Ακολουθεί η μεθοδολογία και η μελέτη περιπτώσεων των μουσείων του Λούβρου, του Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης της Νέας Υόρκης και του Γκούγκενχαϊμ του Μπιλμπάο.

Η εργασία ακολουθεί συνδυαστική μεθοδολογία, δηλαδή την μεθοδολογική προσέγγιση της μελέτης περιπτώσεων των τριών προαναφερόμενων μουσείων. Επίσης, χρησιμοποιείται η μέθοδος της ανάλυσης περιεχομένου των εγγράφων που αφορούν τις τρεις μελέτες περιπτώσεων. Τέλος, εφαρμόζεται η μέθοδος της συγκριτικής ανάλυσης των τριών μουσείων.

Σκοπός της μελέτης είναι να διερευνήσει τον ρόλο που διαδραματίζουν τα μουσεία στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη. Ειδικότερα, θα γίνει εστίαση στο μουσείο ως ανεξάρτητη μεταβλητή και θα εξεταστεί η επίδρασή του στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη ως εξαρτημένη μεταβλητή. Ακόμη, θα γίνει προσπάθεια να βρεθούν τα απαραίτητα στοιχεία, τα οποία επιβεβαιώνουν την συνάρτηση διαφορετικών τύπων μουσείων, με τα συγκεκριμένα τοπικά και τουριστικά αναπτυξιακά χαρακτηριστικά της κάθε περιοχής.

Λέξεις κλειδιά: Μουσεία, Τοπική ανάπτυξη, Τουριστική ανάπτυξη, Λούβρο, Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης της Νέας Υόρκης, Μουσείο Γκούγκενχαϊμ του Μπιλμπάο

**Title: Museums as a Component of Local and Tourism
Development: A Comparative Case Study**

Abstract

Museums are a crucial factor in local and tourism development. The impact of museums varies depending on the city and country, and it can be felt on a local, regional, or national level. The importance of museums is significant, as they help cities position themselves as cultural centers in both domestic and international markets, attracting visitors and investors.

The study first develops the theoretical framework, where the concepts of local, tourism, cultural development, cultural tourism, and museum tourism are defined, along with the relationship between culture and tourism. Subsequently, the museum is examined as a component of local and tourism development, with examples drawn from international and greek experience, as well as previous empirical studies. The methodology and case studies of the Louvre Museum, the Metropolitan Museum of Art in New York, and the Guggenheim Museum in Bilbao are then presented.

The research follows a combined methodology, specifically the case study approach for the three aforementioned museums. Additionally, the method of content analysis of documents related to the three case studies is used. Finally, a comparative analysis of the three museums is conducted.

The purpose of the study is to investigate the role that museums play in local and tourism development. Specifically, the focus will be on the museum as an independent variable, examining its impact on local and tourism development as a dependent variable. Furthermore, an effort will be made to identify the necessary elements that confirm the correlation of different types of museums with the specific local and tourism development characteristics of each area.

Keywords: Museums, Local development, Tourist development, Louvre, Metropolitan Museum of Art in New York, Guggenheim Museum in Bilbao

Περιεχόμενα

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή	1
Κεφάλαιο 2: Θεωρητικό υπόβαθρο	5
2.1 Η έννοια της τοπικής ανάπτυξης	5
2.2 Η έννοια της πολιτιστικής ανάπτυξης	11
2.3 Ο ορισμός της τουριστικής ανάπτυξης	14
2.4 Σχέση Πολιτισμού και Τουρισμού	21
2.5 Η έννοια του Πολιτιστικού τουρισμού	24
2.5.1 Είδη και πόροι του Πολιτιστικού τουρισμού	27
2.6 Ο ρόλος του πολιτισμού στην ανάπτυξη των πόλεων	29
2.7 Μουσεία-Ορισμός	32
2.7.1 Η έννοια του Μουσειακού τουρισμού	36
2.7.2 Κριτήρια κατηγοριοποίησης των μουσείων	40
2.7.3 Είδη μουσείων ως προς το περιεχόμενο	40
2.7.4 Τύποι και χαρακτηριστικά μουσείων στο χώρο	43
Κεφάλαιο 3: Μουσεία και τοπική/τουριστική ανάπτυξη: Προηγούμενες έρευνες	51
3.1 Τα μουσεία ως συνιστώσα τοπικής ανάπτυξης	51
3.2 Τα μουσεία ως συνιστώσα τουριστικής ανάπτυξης	55
3.3 Αμφίδρομη σχέση	57
3.4 Παραδείγματα Διεθνούς εμπειρίας	59
3.5 Η Ελληνική εμπειρία	65
3.6 Προηγούμενες εμπειρικές έρευνες	75
Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία	84
4.1 Σκοπός της εργασίας	84
4.2 Ερευνητικά ερωτήματα	84
4.3 Παρουσίαση των ερευνητικών μεθόδων	85
4.4 Αδυναμίες της έρευνας	89
Κεφάλαιο 5: Μελέτη περιπτώσεων τριών μουσείων	90
5.1 Λούβρο	90
5.2 Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης της Νέας Υόρκης	116
5.3 Μουσείο Γκούγκενχαϊμ του Μπιλμπάο	137
Κεφάλαιο 6: Συγκριτική ανάλυση	158
Κεφάλαιο 7: Συμπεράσματα	172
Βιβλιογραφία	176

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 2.1: Οι δύο προσεγγίσεις τοπικής ανάπτυξης που καθοδηγείται από την κοινότητα

Εικόνα 2.2: Τέσσερις εννοιολογικές πτυχές που απαιτούνται για την επίτευξη βιώσιμης
τουριστικής ανάπτυξης

Εικόνα 2.3: Πόροι του Πολιτιστικού τουρισμού

Εικόνα 2.4: Πολιτιστική απασχόληση, 2023 (% της συνολικής απασχόλησης)

Εικόνα 2.5: Τύποι μουσείων

Εικόνα 2.6: Μουσείο του Λούβρου, Παρίσι

Εικόνα 2.7: Βρετανικό Μουσείο, Λονδίνο

Εικόνα 2.8: Γερμανικό Μουσείο, Μόναχο

Εικόνα 2.9: Μουσείο Φυσικής Ιστορίας, Λονδίνο

Εικόνα 2.10: Διεθνές Μουσείο Κατασκοπείας, Ουάσιγκτον

Εικόνα 2.11: Μουσείο Ακρόπολης Αθήνα

Εικόνα 2.12: Αυτοκρατορικό Πολεμικό Μουσείο, Λονδίνο

Εικόνα 2.13: Μουσείο Βάσα, Στοκχόλμη

Εικόνα 2.14: Μουσείο Λαϊκής Τέχνης Πηλίου

Εικόνα 2.15: Μουσείο Καπνού Καβάλας

Εικόνα 2.16: Μουσείο Soumaya, Πόλη του Μεξικού, Μεξικό

Εικόνα 2.17: Μουσείο Ορσέ, Παρίσι

Εικόνα 3.1: Μουσεία και ανάπτυξη προορισμών

Εικόνα 3.2: Μαμοιάδα, Μουσείο Μεσογειακών Μασκών, εσωτερικό

Εικόνα 3.3: Τοιχογραφία στο Μουσείο Τούκουμπε

Εικόνα 3.4: Οι τρεις ελκυστικότερες κατηγορίες για τους τουρίστες που επισκέπτονται την
Ελλάδα

Εικόνα 3.5: Προθήκες έκθεσης μπροστά από έναν χάρτη. Μουσείο Προσφυγικής Μνήμης

Εικόνα 5.1: Αεροφωτογραφία του Μουσείου του Λούβρου

Εικόνα 5.2: Ρούμπενς - Γάμος σε Χωριό - Φλαμανδικός πίνακας - Λούβρο

Εικόνα 5.3: Αίθουσα αρχαιοελληνικών γλυπτών στο Μουσείο του Λούβρου

Εικόνα 5.4: Τα μουσεία με τις περισσότερες επισκέψεις παγκοσμίως το 2022 (σε
εκατομμύρια)

Εικόνα 5.5: Οι 10 κορυφαίες πόλεις με τις μεγαλύτερες δαπάνες ταξιδιωτών το 2022 και το
2032

Εικόνα 5.6: Οι τοποθεσίες του Λούβρου σε όλο τον κόσμο από το 2006

Εικόνα 5.7: Αεροφωτογραφία του Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης στη Νέα Υόρκη

Εικόνα 5.8: Αντικείμενα Αιγυπτιακής Τέχνης του Met

Εικόνα 5.9: Ο Ουάσινγκτον διασχίζει τον ποταμό Ντέλαγουερ (1851), του Emanuel Leutze

Εικόνα 5.10: Η Αίθουσα Leon Levy και Shelby White, ελληνικές και ρωμαϊκές γκαλερί του Met

Εικόνα 5.11: Πόλεις με τις περισσότερες επισκέψεις στον κόσμο το 2023

Εικόνα 5.12: Οι 10 κορυφαίοι προορισμοί ιστορίας και πολιτισμού στις ΗΠΑ

Εικόνα 5.13: Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης, Νέα Υόρκη

Εικόνα 5.14: Αεροφωτογραφία του Μουσείου Γκούγκενχάϊμ του Μπιλμπάο

Εικόνα 5.15: Μουσείο Γκούγκενχάϊμ του Μπιλμπάο

Εικόνα 5.16: The Matter of Time του Richard Serra, στο Guggenheim Bilbao

Εικόνα 5.17: Tulips του Jeff Koons, στο Guggenheim Bilbao

Εικόνα 5.18: Infinity Mirrored Room της Yayoi Kasuma, στο Guggenheim Bilbao

Εικόνα 5.19: Puppy του Jeff Koons, στο Guggenheim Bilbao

Εικόνα 5.20: Maman της Louise Bourgeois, στο Guggenheim Bilbao

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 2.1: Εισερχόμενος τουρισμός, προηγμένες και αναδυόμενες οικονομίες, Διεθνείς Αφίξεις Τουριστών, εκατομμύρια

Διάγραμμα 3.1: Συνολικές επισκέψεις από το εξωτερικό σε μουσεία που χρηματοδοτούνται από το DCMS (Department for Digital, Culture, Media & Sport) 2001-2011

Διάγραμμα 3.2: Είσοδοι σε μουσεία ανά μήνα το 2005

Διάγραμμα 3.3: Είσοδοι στο νέο Μουσείο της Ακρόπολης στην Αθήνα από τα εγκαίνιά του τον Ιούνιο του 2009 έως το 2012

Διάγραμμα 3.4: Είσοδοι στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο της Αθήνας από το 2006 έως το 2012

Διάγραμμα 3.5: Επισκέπτες σε όλα τα μουσεία της Ελλάδας από το 2006 έως το 2012. Τα προσαρμοσμένα στοιχεία αφαιρούν τους επισκέπτες για το Μουσείο της Ακρόπολης και το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο

Διάγραμμα 3.6: Επισκέπτες σε όλα τα μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους στην Ελλάδα από το 2005 έως το πρώτο εξάμηνο 2012

Διάγραμμα 3.7: Έσοδα σε ευρώ από πωλήσεις εισιτηρίων σε όλα τα μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους της Ελλάδας από το 2005 έως το 2011

Διάγραμμα 3.8: Επισκεψιμότητα Μουσείων, Ιούλιος 2023

Διάγραμμα 3.9: Κίνηση Μουσείων και Αρχαιολογικών Χώρων (Ιανουάριος 2018 – Ιούλιος 2023)

Διάγραμμα 3.10: Εισπράξεις Μουσείων και Αρχαιολογικών χώρων (Ιανουάριος 2018 – Ιούλιος 2023) (σε χιλιάδες ευρώ)

Διάγραμμα 3.11: Ενδιαφέρον των ντόπιων τουριστών (κάτοικοι Λετονίας) για διάφορα τουριστικά αξιοθέατα

Διάγραμμα 3.12: Το ενδιαφέρον της λετονικής διασποράς για διάφορα τουριστικά αξιοθέατα της Λετονίας

Διάγραμμα 5.1: Μέσος ημερήσιος αριθμός επισκεπτών στο Μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι, από το 2007 έως το 2023 (σε χιλιάδες)

Διάγραμμα 5.2: Έσοδα από βιβλιοθήκες, αρχεία, μουσεία και άλλες πολιτιστικές δραστηριότητες στη Γαλλία από το 2017 έως το 2022 (σε εκατομμύρια ευρώ)

Διάγραμμα 5.3: Αριθμός μουσείων στη Γαλλία ανά περιοχή, τον Σεπτέμβριο του 2024

Διάγραμμα 5.4: Αριθμός επισκεπτών στο Μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι από το 2007 έως το 2023 (σε εκατομμύρια)

Διάγραμμα 5.5: Έσοδα του Μουσείου του Λούβρου στο Παρίσι, 2019-2023, ανά κατηγορία

Διάγραμμα 5.6: Αριθμός επισκεπτών στο Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης στη Νέα Υόρκη από το 2007 έως το 2023 (σε εκατομμύρια)

Διάγραμμα 5.7: Κορυφαίοι προορισμοί πόλεων στις Ηνωμένες Πολιτείες το 2019, με βάση τον αριθμό διεθνών αφίξεων (σε εκατομμύρια)

Διάγραμμα 5.8: Η προστιθέμενη αξία από τις πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες της Νέας Υόρκης στο ΑΕΠ των ΗΠΑ από το 2001 έως το 2021 (σε δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ)

Διάγραμμα 5.9: Έσοδα της «βιομηχανίας των μουσείων» στη Νέα Υόρκη από το 2012 έως το 2024 (σε εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ)

Διάγραμμα 5.10: Έσοδα, υποστήριξη και μεταφορές του Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης στη Νέα Υόρκη, από το 2018 έως το 2023 (σε εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ)

Διάγραμμα 5.11: Το ποσοστό μείωσης των επισκεπτών στα μεγάλα μουσεία τέχνης το 2020

Διάγραμμα 5.12: Αριθμός επισκεπτών στο Μουσείο Γκούγκενχαϊμ, 2010-2022 (σε χιλιάδες)

Διάγραμμα 5.13: Έσοδα του Μουσείου Guggenheim το 2020, ανά πηγή (σε 1.000 ευρώ)

Διάγραμμα 5.14: Κατανομή των επισκεπτών στο Μουσείο Guggenheim στο Μπιλμπάο το 2023, ανάλογα με την προέλευσή τους

Διάγραμμα 5.15: Κύριοι Τομείς που επωφελούνται από τη δραστηριότητα του μουσείου

Διάγραμμα 5.16: Εξέλιξη οικονομικών επιπτώσεων και αριθμός επισκεπτών

Διάγραμμα 5.17: Εξέλιξη των θέσεων εργασίας και των φορολογικών εσόδων

Διάγραμμα 6.1: Το ποσοστό μείωσης των επισκεπτών στα μεγάλα μουσεία τέχνης το 2020

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 3.1: Οικονομική ανάπτυξη και καινοτομία: Βασικές επιλογές πολιτικής για τις τοπικές κυβερνήσεις και τα μουσεία

Πίνακας 3.2: Τα οκτώ πιο δημοφιλή μουσεία στη Βραζιλία το 2016

Πίνακας 3.3: Επισκέπτες μουσείων (2021, 2022, Ιανουάριος-Ιούλιος 2022, 2023)

Πίνακας 3.4: Εισπράξεις μουσείων και αρχαιολογικών χώρων (2021, 2022, Ιανουάριος-Ιούλιος 2022, 2023)

Πίνακας 3.5: Οι απόψεις των κατοίκων για τις επιπτώσεις του πολιτιστικού τουρισμού στις παρακάτω μεταβλητές

Πίνακας 3.6: Προηγούμενες έρευνες σχετικά με την συμβολή των μουσείων στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη των πόλεων

Πίνακας 5.1: Η λίστα των μουσείων με τον μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών το 2012

Πίνακας 5.2: Το Λούβρο στην πρώτη θέση της λίστας των μουσείων με την υψηλότερη επισκεψιμότητα το 2018-19

Πίνακας 5.3: Μουσεία με την υψηλότερη επισκεψιμότητα στην Ευρώπη από το 2019 έως το 2023

Πίνακας 5.4: Αριθμός διεθνών αφίξεων τουριστών σε επιλεγμένες πόλεις και προορισμούς στην Ευρώπη από το 2019 έως το 2023 (σε εκατομμύρια)

Πίνακας 5.5: Κορυφαίοι τουριστικοί προορισμοί πόλεων στην Ευρώπη από το 2019 έως το 2023, με βάση τον αριθμό των διανυκτερεύσεων (σε εκατομμύρια)

Πίνακας 5.6: Οι κορυφαίοι μουσειακοί, μνημειακοί και πολιτιστικοί χώροι στο Παρίσι από το 2019 έως το 2022, ανά αριθμό επισκεπτών (σε χιλιάδες)

Πίνακας 5.7: Εμβληματικά τουριστικά αξιοθέατα, Παρίσι

Πίνακας 5.8: Τα πιο επισκέψιμα μουσεία τέχνης παγκοσμίως από το 2019 έως το 2023 (σε εκατομμύρια)

Πίνακας 5.9: Τα μουσεία με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα παγκοσμίως. Αριθμός επισκεπτών ανά έτος (σε εκατομμύρια)

Πίνακας 5.10: Κατάσταση Εσόδων για τα έτη που έληξαν στις 31 Δεκεμβρίου 2020 και 2019 (Εκφρασμένα σε Ευρώ)

Πίνακας 6.1: Τα μουσεία με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα παγκοσμίως. Αριθμός επισκεπτών ανά έτος (σε εκατομμύρια)

Πίνακας 6.2: Η λίστα των μουσείων με τον μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών το 2012

Πίνακας 6.3: Το Λούβρο στην πρώτη θέση της λίστας των μουσείων με την υψηλότερη επισκεψιμότητα το 2018-19

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή, κύριο Νικόλαο Βογιαζίδη, για τη βοήθεια και την σωστή καθοδήγησή του κατά τη διάρκεια υλοποίησης της διπλωματικής μου εργασίας, καθώς και όλους τους διδάσκοντες καθηγητές του Μεταπτυχιακού μου με τίτλο 'Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού'. Ευχαριστώ επίσης τους γονείς μου για την στήριξή τους σε αυτή μου την προσπάθεια.

Βόλος, Ιανουάριος 2025

Δημήτρης Κοντός

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1**Εισαγωγή**

Είναι αδιαμφισβήτητη η συμβολή του πολιτισμού κάθε χώρας στην ανάπτυξη της τουριστικής της βιομηχανίας. Ο πολιτισμός χρησιμοποιείται για την προώθηση ενός προορισμού λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του. Δηλαδή, η μοναδικότητα της κουλτούρας ενός προορισμού δεν αντιγράφεται και συμβάλλει στην αύξηση της ανταγωνιστικότητάς του, κάτι που έχει ως επακόλουθο την οικονομική ανάπτυξη και την αύξηση της απασχόλησης (Kumar et al., 2024).

Μια από τις κύριες κατηγορίες πολιτιστικών χώρων αποτελούν τα μουσεία, τα οποία συμβάλλουν σημαντικά στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη των πόλεων. Η συμβολή αυτή ξεκίνησε στα τέλη της δεκαετίας του '70, και αφορά στο ενδιαφέρον πολλών ευρωπαϊκών πόλεων για την κατασκευή νέων μουσείων ή επέκταση ήδη υπαρχόντων. Το φαινόμενο αυτό ονομάστηκε «μεγάλο κύμα των μουσείων», ή «έκρηξη» των μουσείων, και ήταν αποτέλεσμα του ανταγωνισμού των πόλεων και του προσανατολισμού στη βελτίωση της εικόνας τους. Αυτό ερμηνεύεται επίσης και από την προσπάθεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης να αναπτύξει πρωτοβουλίες, ώστε να συμπεριληφθούν και πολιτιστικά θέματα στην ευρωπαϊκή ατζέντα (Δέφνερ & Καραχάλης, 2012).

Ο ρόλος των μουσείων έχει διαφοροποιηθεί πλέον στον 21ο αιώνα και τα μουσεία αποτελούν βασικούς εταίρους στη βιομηχανία του τουρισμού πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς και στις δημιουργικές και καινοτόμες βιομηχανίες. Η δημιουργική και καινοτόμος λειτουργία των μουσείων άρχισε να αναπτύσσεται ως σημαντικός παράγοντας για την τοπική οικονομική ανάπτυξη. Όταν κάποιος αποφασίσει να επισκεφτεί ένα μουσείο, μετατρέπεται σε τουρίστα για την πόλη όπου βρίσκεται το μουσείο και έτσι έχει παράλληλα τη δυνατότητα να επισκεφτεί και άλλες τοποθεσίες πολιτιστικής κληρονομιάς και τουριστικού ενδιαφέροντος. Κατά συνέπεια, η σχέση μεταξύ μουσείων και πόλεων είναι συμβιωτική, επειδή τα μουσεία διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο και μπορούν να γίνουν σύμβολα της πόλης και της περιοχής.

Επιπλέον, πολλές τοποθεσίες πολιτιστικής κληρονομιάς μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως τόπος που έχει στρατηγικό πολιτιστικό και ιστορικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Ένα καλά ανεπτυγμένο και καινοτόμο μουσείο, μπορεί να αποτελέσει τον καταλύτη της οικονομικής ανάπτυξης και του πολιτιστικού τουρισμού (Gustafsson & Ijla, 2017). Οι χώρες και οι πόλεις με σημαντικούς αρχαιολογικούς ή εθνογραφικούς πόρους έχουν

μεγαλύτερο αριθμό μουσείων σε σύγκριση με τις αναπτυσσόμενες χώρες.

Η αυξανόμενη επιρροή του πολιτισμού στην σύγχρονη κοινωνία σε συνδυασμό με τη συνεχή ανάπτυξη του τουρισμού στη βασική οικονομία των μεταβιομηχανικών πόλεων, οδήγησαν στην εμφάνιση των «εμβληματικών μουσείων». Αυτός ο τύπος μουσείου γίνεται συνήθως ένας υποχρεωτικός τουριστικός στόχος και ο λόγος για τον οποίο οι τουρίστες αποφασίζουν να παρατείνουν το χρόνο παραμονής τους σε μια συγκεκριμένη πόλη, κάτι που ωφελεί την περιοχή που επισκέπτονται.

Τα μουσεία παίζουν καθοριστικό ρόλο στην οικονομία κάθε χώρας. Μελέτες έχουν δείξει ότι η επίδραση των μουσείων ποικίλλει ανάλογα με την πόλη και τη χώρα, και μπορεί να είναι αισθητή σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο (Corbos & Popescu, 2011). Η σημασία των μουσείων είναι πολύ σημαντική, καθώς βοηθούν τις πόλεις να προβάλλονται ως πολιτιστικά κέντρα, τόσο στην εγχώρια όσο και στη διεθνή αγορά, προσελκύοντας επισκέπτες και επενδυτές και ικανοποιώντας τις ανάγκες και τις προσδοκίες τους. Επομένως, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι τα μουσεία λειτουργούν ως «εργαλεία» για τις πόλεις στη διαδικασία ανάπτυξής τους (Deffner et al., 2009).

Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα

Η διπλωματική εργασία έχει ως στόχο να διερευνήσει τον ρόλο που διαδραματίζουν τα μουσεία στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη. Ειδικότερα, θα εξεταστεί με ποιον τρόπο τα μουσεία αποτελούν συνιστώσα της τοπικής και τουριστικής ανάπτυξης. Δηλαδή, θα γίνει εστίαση στο μουσείο ως ανεξάρτητη μεταβλητή και θα εξεταστεί η επίδρασή του στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη ως εξαρτημένη μεταβλητή.

Επίσης, θα γίνει προσπάθεια να βρεθούν τα απαραίτητα στοιχεία, τα οποία επιβεβαιώνουν την συνάρτηση διαφορετικών τύπων μουσείων, των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των μουσείων, με τα συγκεκριμένα τοπικά και τουριστικά αναπτυξιακά χαρακτηριστικά της κάθε περιοχής. Αναλυτικότερα, θα αναζητηθεί η συσχέτιση που υφίσταται μεταξύ τύπων μουσείων και μορφών τοπικής και τουριστικής ανάπτυξης, ώστε να βρεθούν οι συναρτήσεις που συνδέουν τους τύπους μουσείων με τις μορφές ανάπτυξης, μέσω της επισήμανσης των περιγραφών που υπάρχουν για τα μουσεία και τις πόλεις. Η σύγκριση περιγραφών μουσείων με παρόμοιες ή διαφορετικές λειτουργίες και οι επιπτώσεις στην ανάπτυξη θα επιτρέψουν τον εντοπισμό των βασικών στοιχείων που συνδέουν κάθε τύπο μουσείου με συγκεκριμένες μορφές ανάπτυξης.

Ακολούθως διατυπώνονται τα ερευνητικά ερωτήματα της εργασίας:

EP1: Ποιοι είναι οι μηχανισμοί μέσω των οποίων τα μουσεία λειτουργούν ως συνιστώσες στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη των προορισμών; **EP2:** Πώς διαφορετικού τύπου μουσεία οδηγούν σε διαφορετικές μορφές τοπικής και τουριστικής ανάπτυξης; **EP3:** Πώς τα μουσεία Λούβρο, Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης της Νέας Υόρκης και Guggenheim του Μπιλμπάο έχουν διαμορφώσει την τουριστική και τοπική ανάπτυξη των περιοχών τους; **EP4:** Ποιες είναι οι διαφορές και οι ομοιότητες των μουσείων Λούβρου, Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης της Νέας Υόρκης και Guggenheim του Μπιλμπάο όσον αφορά την συμβολή τους στην τουριστική και τοπική ανάπτυξη των περιοχών τους;

Συνοπτική περιγραφή μεθοδολογίας

Η εργασία αυτή ακολουθεί συνδυαστική μεθοδολογία. Πρώτον, εφαρμόζει την μεθοδολογική προσέγγιση της μελέτης περιπτώσεων τριών μουσείων και συγκεκριμένα του Λούβρου, του Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης της Νέας Υόρκης και του Guggenheim του Μπιλμπάο. Δεύτερον, χρησιμοποιείται η μέθοδος της ανάλυσης περιεχομένου και πιο συγκεκριμένα ανάλυση περιεχομένου των εγγράφων που αφορούν τις τρεις μελέτες περιπτώσεων. Τρίτον, εφαρμόζεται η μέθοδος της συγκριτικής ανάλυσης των τριών μουσείων, με στόχο να συγκριθούν οι ρόλοι τους στην τουριστική και τοπική ανάπτυξη των περιοχών τους.

Καινοτομικός χαρακτήρας

Η πρωτοτυπία και η αυθεντικότητα της εργασίας εμπεριέχεται στον τίτλο της. Δηλαδή πώς τα μουσεία αποτελούν μια συνιστώσα, ώστε να αλλάξει η περιοχή τοπικά και τουριστικά. Η καινοτομία έγκειται στο ότι τα μουσεία, ανάλογα με την τοποθεσία τους, διαφέρουν ως προς την κλίμακα, τον σκοπό, το κοινό και τα χαρακτηριστικά τους. Αυτό εξηγείται με την ανάλυση των διαφορετικών τύπων και χαρακτηριστικών των μουσείων μικρής, μεσαίας και μεγάλης κλίμακας.

Προστιθέμενη αξία

Η συμβολή των μουσείων στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη, αποτελεί ένα σύνθετο ζήτημα και η εργασία προσθέτει στοιχεία στην περαιτέρω έρευνα που απαιτείται για να κατανοηθεί πώς τα μουσεία μπορούν να αξιοποιηθούν πιο αποτελεσματικά για την ενίσχυση της ανάπτυξης. Δηλαδή πώς οι μοναδικές ιδιότητες και λειτουργίες κάθε τύπου μουσείου μπορούν να επηρεάσουν την ανάπτυξη της περιοχής σε διάφορες διαστάσεις,

όπως την οικονομική, τουριστική, κοινωνική και πολιτιστική. Η εργασία θα συμβάλλει στην κατανόηση της αξίας των μουσείων στην συμβολή τους στην ανάπτυξη της περιοχής τους. Οι επιτυχημένες πρακτικές των αναφερόμενων μουσείων, μπορούν να εφαρμοστούν σε άλλα μουσεία, βοηθώντας τα να βελτιώσουν τη δική τους συμβολή στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη.

Συνοπτική παρουσίαση κεφαλαίων

Η παρούσα διπλωματική εργασία διαρθρώνεται σε 7 κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια εισαγωγή στο θέμα που θα αναλυθεί, διατυπώνονται ο σκοπός και τα ερευνητικά ερωτήματα, η μεθοδολογία, ο καινοτομικός χαρακτήρας, η προστιθέμενη αξία και η δομή της εργασίας. Στο δεύτερο κεφάλαιο αναπτύσσεται το θεωρητικό πλαίσιο, όπου ορίζονται οι έννοιες της τοπικής, τουριστικής, πολιτιστικής ανάπτυξης, του πολιτιστικού και του μουσειακού τουρισμού, και η σχέση μεταξύ πολιτισμού και τουρισμού. Επίσης, αναλύεται ο ρόλος του πολιτισμού στην ανάπτυξη των πόλεων και αναφέρονται τα κριτήρια κατηγοριοποίησης των μουσείων, ιδιαίτερα οι τύποι και τα χαρακτηριστικά ως προς το χώρο.

Στο τρίτο κεφάλαιο εξετάζεται το μουσείο ως συνιστώσα τοπικής και τουριστικής ανάπτυξης, αναφέρονται παραδείγματα από τη διεθνή και ελληνική εμπειρία όπως και προηγούμενες εμπειρικές έρευνες. Κατόπιν, στο τέταρτο κεφάλαιο της μεθοδολογίας, παρουσιάζονται αναλυτικά οι μεθοδολογικές προσεγγίσεις που ακολουθούνται, τα ερευνητικά ερωτήματα που προέκυψαν από τον σκοπό της εργασίας, καθώς και οι ερευνητικές αδυναμίες που ανέκυψαν.

Ακολουθεί στο πέμπτο κεφάλαιο η μελέτη περιπτώσεων των μουσείων του Λούβρου, του Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης της Νέας Υόρκης και του Γκούγκενχαϊμ του Μπιλμπάο, ενώ στο έκτο κεφάλαιο γίνεται συγκριτική ανάλυση μεταξύ των προαναφερόμενων μουσείων. Η εργασία καταλήγει με τα συμπεράσματα στο έβδομο και τελευταίο κεφάλαιο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**Θεωρητικό υπόβαθρο****2.1 Η έννοια της τοπικής ανάπτυξης**

Η έννοια της τοπικής ανάπτυξης, προέκυψε ως απάντηση στην κρίση που βιώθηκε στη δεκαετία του 1970, που χαρακτηρίστηκε από την αύξηση των τιμών του πετρελαίου, τον κινητήριο μοχλό της οικονομικής δραστηριότητας σε παγκόσμιο επίπεδο. Στα τέλη της δεκαετίας του 1980, η Ευρωπαϊκή Ένωση εισήγαγε την τοπική ανάπτυξη στο παγκόσμιο οικονομικό πλαίσιο χρησιμοποιώντας τον όρο αγροτική ανάπτυξη για να επιλύσει τις κοινωνικοοικονομικές διαφορές μεταξύ περιοχών της Ευρώπης. Ωστόσο, μόλις το 1991 η έννοια της τοπικής ανάπτυξης ενσωματώθηκε στην κοινοτική πρωτοβουλία LEADER (Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale - Δεσμοί μεταξύ της Αγροτικής οικονομίας και των Αναπτυξιακών Δράσεων), πρωτοπορώντας στη χρήση μιας προσέγγισης από κάτω προς τα πάνω για την υποστήριξη τοπικών πρωτοβουλιών και συνεργατικών έργων. Στην πραγματικότητα, αυτή η έννοια είναι ζωτικής σημασίας για την οικοδόμηση ενός θεωρητικού πλαισίου για την κατανόηση της αναπτυξιακής πορείας των αγροτικών κοινοτήτων με βάση την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική ανθεκτικότητα και ευπάθεια των αγροτικών περιοχών (Milán-García et al., 2019).

Η τοπική ανάπτυξη είναι μια ευρεία έννοια που μπορεί καλύτερα να θεωρηθεί ως μια διαδικασία μέσω της οποίας ένας ορισμένος αριθμός ιδρυμάτων και ανθρώπων τοπικών κοινοτήτων, κινητοποιούνται σε μια δεδομένη περιοχή προκειμένου να δημιουργήσουν, να ενισχύσουν και να σταθεροποιήσουν δραστηριότητες χρησιμοποιώντας όσο το δυνατόν καλύτερα τους πόρους της περιοχής. Μπορεί να θεωρηθεί ως μια προσπάθεια από κάτω προς τα πάνω των τοπικών παραγόντων να βελτιώσουν τα εισοδήματα, τις ευκαιρίες απασχόλησης και την ποιότητα ζωής των κοινοτήτων τους, ως απάντηση στην αποτυχία των αγορών και των εθνικών κυβερνητικών πολιτικών να παρέχουν ό,τι απαιτείται, ιδιαίτερα σε λιγότερο αναπτυγμένες περιοχές (OECD, 2001).

Ετυμολογικά, ο όρος «τοπική ανάπτυξη», μπορεί να διατυπωθεί με τον εξής τρόπο: Ο όρος «τοπικός» αναφέρεται σε ένα γεγονός ή δράση, που έχει ξεκινήσει και υποστηρίζεται από τον πληθυσμό μιας περιφερειακής μονάδας ή ενός τμήματος αυτής. Η «ανάπτυξη» ορίζεται ως η διαδικασία οικονομικής ανάπτυξης, που συνοδεύεται από

διαρθρωτική αλλαγή, που είναι τόσο μακροπρόθεσμη όσο και μη αναστρέψιμη. Τα αποτελέσματα αυτής της διαδικασίας περιλαμβάνουν την αύξηση της σχετικής παραγωγικότητας της οικονομίας μιας περιοχής και, συνεπώς, την αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος του πληθυσμού της. Η τοπική ανάπτυξη συνεπάγεται έτσι τοπική οικονομική ανάπτυξη, η οποία συμβαίνει στο πλαίσιο του υπάρχοντος συστήματος ελεύθερης αγοράς.

Ουσιαστικά, η τοπική ανάπτυξη, όπως ορίζεται, αναφέρεται σε μια συγκεκριμένη μορφή περιφερειακής ανάπτυξης στην οποία κύριο ρόλο παίζουν ενδογενείς ή τοπικοί παράγοντες. Συνεπώς, ο όρος «τοπικά βασισμένη» ανάπτυξη είναι εξίσου κατάλληλος (Coffey & Polèse, 1985).

Το κύριο χαρακτηριστικό που διαφοροποιεί την τοπική ανάπτυξη από άλλα μοντέλα ανάπτυξης είναι η έμφαση στον περιφερειακό παράγοντα και στους συγκεκριμένους πόρους του. Αντιμέτωπη με ένα όραμα στο οποίο οι πρωτοβουλίες ανάπτυξης προέρχονται από μια κεντρική αρχή, η τοπική ανάπτυξη προωθεί τη σύνταξη τοπικών σχεδίων, τα οποία εξαρτώνται από την εμπειρία όσων ζουν την πραγματικότητα της περιοχής και που γνωρίζουν καλύτερα τα δυνατά και αδύνατα σημεία της (Milán-García et al., 2019).

Η πολιτική τοπικής ανάπτυξης, βασίζεται στην υπόθεση ότι οι περιφέρειες μπορούν να αναπτύξουν συγκριτικά πλεονεκτήματα με βάση τις τοπικές επιχειρήσεις και ότι η μοίρα τους δεν προκαθορίζεται απόλυτα από χαρακτηριστικά τοποθεσίας, διαρθρωτικών ή φυσικών πόρων, ούτε από τις διακυμάνσεις της εξωτερικής ζήτησης. Τα στοιχεία για την τοπική ανάπτυξη φαίνεται να υποδηλώνουν ότι περιοχές με ακόμη και σοβαρά γεωμορφολογικά μειονεκτήματα μπορούν να ευημερήσουν εάν οι κάτοικοί τους διαθέτουν επαρκή τεχνογνωσία για επιχειρηματικές πρωτοβουλίες (Coffey & Polèse, 1985).

Οι πολιτικές τοπικής ανάπτυξης μπορούν επίσης να συμβάλουν στον στόχο της ενίσχυσης της τοπικής συμμετοχικής δημοκρατίας. Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί δημόσιοι και κοινωνικοί παράγοντες που εμπλέκονται στις πολιτικές τοπικής ανάπτυξης. Οι δημόσιοι φορείς αποτελούνται από τοπικές και περιφερειακές αρχές και την κεντρική κυβέρνηση. Οι κοινωνικοί φορείς περιλαμβάνουν εργοδότες, κοινοτικές και εθελοντικές οργανώσεις, συνδικάτα, συνεταιρισμούς, αναπτυξιακούς φορείς, πανεπιστήμια και λοιπά. Ο συνδυασμός των εμπλεκόμενων παραγόντων και η σχετική επιρροή τους

ποικίλλει από χώρα σε χώρα και από περιοχή σε περιοχή. Ωστόσο, η συμμετοχή δικτύων τοπικών πληθυσμών και φορέων αποτελεί βασικό καθοριστικό χαρακτηριστικό των προσεγγίσεων τοπικής ανάπτυξης. Αυτός ο τύπος προσέγγισης συνδέεται σε σημαντικό βαθμό με τις έννοιες της αλληλεγγύης, της ηγετικής ικανότητας, της συμμετοχής, της συνεργασίας και της εμπιστοσύνης.

Η τοπική επικράτεια αποτελεί το επίκεντρο για τη διαδικασία ανάπτυξης, για τις αποφάσεις και τις ενέργειές της και αποτελεί μια δεξαμενή πιθανών πόρων που πρέπει να αξιοποιηθούν. Οι πρωτοβουλίες έχουν ξεκάθαρα τοπικό περιεχόμενο, ανταποκρινόμενο σε τοπικά προβλήματα και στόχους, που θα ξεκινήσουν και θα υλοποιηθούν από τους ντόπιους. Περιλαμβάνει μια πλειάδα τοπικών παραγόντων που σχεδιάζουν, αναπτύσσουν και εφαρμόζουν στρατηγικές, που απευθύνεται σε ανθρώπους και θεσμούς που συνήθως αγνοούνται από προηγούμενες πολιτικές.

Η τοπική προσέγγιση επιχειρεί να δημιουργήσει τις διαδικασίες ανάπτυξης μακροπρόθεσμα, δίνοντας έμφαση στην οικονομική και κοινωνική δυναμική και στη συμπεριφορά των παραγόντων, βελτιώνοντας παράλληλα την τοπική ικανότητα ανάληψης των απαιτούμενων πρωτοβουλιών ως απάντηση σε υπάρχοντα και παρουσιαζόμενα προβλήματα.

Η πολιτική τοπικής ανάπτυξης βασίζεται στην λογική ότι οι τοπικοί παράγοντες μπορούν να προσθέσουν αξία στην οικονομική ανάπτυξη και τις κοινωνικές πολιτικές που σχεδιάζονται και εφαρμόζονται από τις εθνικές κυβερνήσεις. Η κινητοποίηση αυτών των παραγόντων μέσω πρωτοβουλιών τοπικής ανάπτυξης συμβάλλει στη δημιουργία πρόσθετων προτάσεων για δράση, αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων και καταμερισμό αρμοδιοτήτων για την επίτευξη των στόχων. Οι τοπικοί φορείς έτσι, λειτουργούν ως καταλύτες για την τοπική ανάπτυξη. Με αυτό τον τρόπο, οι πολιτικές τοπικής ανάπτυξης προσαρμόζονται στις τοπικές ανάγκες, αξιοποιώντας τις ιδέες, την ενέργεια και τη δέσμευση των κατοίκων της κοινότητας (OECD, 2001).

Επιπρόσθετα, η τοπικότητα, που συχνά αντιμετωπίζεται ως χαρακτηριστικό γνώρισμα, αφορά μια σχετικά μικρή περιοχή. Παρά το γεγονός ότι ο όρος «τοπικός» κατανοείται ως «περιορισμένος σε μια δεδομένη περιοχή», δεν αναφέρεται μόνο σε έναν συγκεκριμένο χώρο. Μια τοπική διευθέτηση περιοχής που έχει καθοριστεί και οργανωθεί βάσει των διοικητικών ορίων που έχουν τεθεί από το κράτος, θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη και ένα

σύνολο χαρακτηριστικών όπως την ιστορία της περιοχής και συγκεκριμένα κοινωνικά, οικονομικά, πολιτιστικά και γεωγραφικά χαρακτηριστικά.

Επομένως, η τοπική κλίμακα περιλαμβάνει την περιοχή «με διαφοροποιημένη έκταση, που χαρακτηρίζεται από οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική και πολιτική ομοιογένεια και μια κοινή, ευρέως κατανοητή ταυτότητα». Η ευρέως κατανοητή ταυτότητα υποδηλώνει όχι μόνο πολιτιστικές σχέσεις, αλλά και παρόμοιες συμπεριφορές σε σχέση με στάσεις, ενδιαφέροντα, συνήθειες και δραστηριότητες.

Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο οι τοπικές κοινωνίες χαρακτηρίζονται από ισχυρούς δεσμούς μεταξύ των κατοίκων. Μέσω των τοπικών αρχών (τοπικές κυβερνήσεις), οι κάτοικοι έχουν το δικαίωμα «να αποφασίζουν για όλα τα θέματα της τοπικής κοινότητας με εξαίρεση τις περιοχές που είναι αρμοδιότητα των κρατικών φορέων». Αυτό το δικαίωμα αφορά τόσο την ικανοποίηση αναγκών στην καθημερινή ζωή όσο και τη λήψη αποφάσεων που αφορούν την κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη (Sekula, 2002).

Παράλληλα, η τοπική ανάπτυξη νοείται ως μια διαδικασία βελτίωσης της οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής κατάστασης μιας δεδομένης περιοχής που βασίζεται στη χρήση ενδογενών πόρων για τη βελτίωση της ευημερίας και της ποιότητας ζωής του πληθυσμού της. Το πιο χαρακτηριστικό στοιχείο της έννοιας βρίσκεται στους ενδογενείς πόρους, οι οποίοι αξιοποιούν την οικονομική και κοινωνική δυναμική μιας συγκεκριμένης περιοχής, συνδέοντας με τη χρήση τους το παρελθόν και το μέλλον της (Milán-García et al., 2019).

Σύμφωνα με τον Rowe (2009), «Η τοπική ανάπτυξη είναι μια σχετικά νέα θεωρία στις κοινωνικές επιστήμες που βασίζεται στον εντοπισμό και τη χρήση των πόρων και των ενδογενών δυνατοτήτων μιας κοινότητας, γειτονιάς, πόλης, δήμου ή αντίστοιχης περιοχής. Η προσέγγιση της τοπικής ανάπτυξης εξετάζει τις ενδογενείς δυνατότητες των περιοχών. Οι οικονομικοί και μη οικονομικοί παράγοντες επηρεάζουν τις διαδικασίες της τοπικής ανάπτυξης. Μεταξύ των μη οικονομικών παραγόντων, οι κοινωνικές, πολιτιστικές, ιστορικές, θεσμικές και γεωγραφικές πτυχές μπορεί να είναι καθοριστικές στη διαδικασία της τοπικής οικονομικής ανάπτυξης».

Ένας άλλος ορισμός είναι αυτός που προτείνουν οι Silva, Jacquinet, και Nobre (2023), οι οποίοι δηλώνουν ότι τοπική ανάπτυξη είναι «η διαδικασία ανάπτυξης μιας περιοχής, από φορείς που ανήκουν σε αυτήν ή των οποίων η δραστηριότητα σε αυτήν έχει

αντίκτυπο, ο οποίος συνεπάγεται τη διαμόρφωση στρατηγικών, τη λήψη αποφάσεων και την εφαρμογή δράσεων που επιτρέπουν τη συμμετοχή των πολιτών, την κοινωνία».

Επίσης, όπως αναφέρει ο R. Broł, «μιλάμε για τοπική ανάπτυξη όταν η αρμονική και συστηματική δραστηριότητα μιας τοπικής κοινότητας, της τοπικής αυτοδιοίκησης και άλλων φορέων που λειτουργούν στην κοινότητα προσπαθούν να δημιουργήσουν νέες χρηστικές αξίες αυτής της κοινότητας και να βελτιώσουν τις υπάρχουσες, για να δημιουργήσουν ευνοϊκές συνθήκες για την τοπική οικονομία και να διασφαλίσουν χωρική και οικολογική τάξη».

Σύμφωνα με τον L. Bagdziński, «η τοπική ανάπτυξη περιλαμβάνει τέσσερα επίπεδα: το οικονομικό, το κοινωνικό, το πολιτικό και το πολιτιστικό. Στο οικονομικό επίπεδο, η ανάπτυξη συνίσταται κυρίως στην ανάπτυξη επιχειρήσεων, τόσο ιδιωτικών όσο και δημιουργούμενων από τις τοπικές αρχές, καθώς και από φορείς των τοπικών κοινοτήτων» (όπως στο Sekuła, 2002).

Στη σύγχρονη εποχή, η έννοια της τοπικής ανάπτυξης δίνει έμφαση στην ενεργή συμμετοχή της τοπικής κοινότητας και την αξιοποίηση των τοπικών χαρακτηριστικών. Οι πρωτοβουλίες και τα έργα βασίζονται σε τοπικές ιδέες και προσαρμόζονται στις ανάγκες και ιδιαιτερότητες της περιοχής. Αυτό σημαίνει ότι οι επενδύσεις πρέπει να είναι βιώσιμες, να ενισχύουν την τοπική οικονομία, να δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας και να εντάσσονται αρμονικά στη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη της περιοχής, ενώ παράλληλα πρέπει να αξιολογούνται για την θετική τους επίδραση στην κοινότητα.

Εικόνα 2.1: Οι δύο προσεγγίσεις τοπικής ανάπτυξης που καθοδηγείται από την κοινότητα



Πηγή: (Lennert et al., 2015)

Σύμφωνα με την εικόνα 2.1, υπάρχουν δύο κύριοι άξονες για την τοπική ανάπτυξη καθοδηγούμενη από την κοινότητα: η ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας και η ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας. Έτσι, η τοπική ανάπτυξη μπορεί να επιτευχθεί είτε με την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας μέσω επιχειρηματικής δραστηριότητας και απασχόλησης, είτε με την ενδυνάμωση της τοπικής κοινωνίας μέσω της καλλιέργειας κοινωνικών αξιών και δεξιοτήτων και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων (Lennert et al., 2015).

Κατά συνέπεια, η σημασία της κοινοτικής συμμετοχής στη διαδικασία λήψης αποφάσεων και της αξιοποίησης των τοπικών πόρων και γνώσης, είναι πολύ σημαντική για την τοπική ανάπτυξη, κάτι που επιτυγχάνεται με την ενίσχυση των τοπικών οικονομιών και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής εντός των κοινοτήτων. Επίσης, η τοπική ανάπτυξη δεν αφορά μόνο την οικονομική ανάπτυξη αλλά και την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής, της πολιτιστικής ταυτότητας και της συνολικής ευημερίας. Αυτό απαιτεί την ενσωμάτωση διαφορετικών τομέων, όπως η εκπαίδευση, η υγεία, οι υποδομές

και οι πολιτιστικές δραστηριότητες, για τη δημιουργία μιας πιο ανθεκτικής κοινότητας (Hrivnák et al., 2021).

Επιπλέον, η ανάπτυξη είναι ένα από τα κύρια καθήκοντα του κράτους, καθώς στοχεύει στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών και στην ενίσχυση της οικονομίας. Ωστόσο, η επίτευξη ενός συνολικού, ομοιογενούς και ευρέως διαδεδομένου μοντέλου ανάπτυξης είναι δυνατή μόνο μέσω της τοπικής ανάπτυξης. Κατά τους Kisman & Tasar (2014), η τοπική ανάπτυξη διασφαλίζει ότι όλες οι περιφέρειες της χώρας αναπτύσσονται ισόρροπα και βιώσιμα, αποφεύγοντας τις ανισότητες και τις αποκλίσεις μεταξύ των περιοχών. Αυτό καθιστά την τοπική ανάπτυξη ζωτικής σημασίας για κάθε χώρα, καθώς προάγει την κοινωνική συνοχή, την οικονομική ευημερία και την περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Μέσω της τοπικής ανάπτυξης, οι τοπικές κοινότητες ενισχύονται, οι επιχειρήσεις αναπτύσσονται και οι πολίτες απολαμβάνουν καλύτερες συνθήκες διαβίωσης (Kisman & Tasar, 2014).

2.2 Η έννοια της πολιτιστικής ανάπτυξης

Η έννοια της πολιτιστικής ανάπτυξης έχει αναδειχθεί, λόγω της ύπαρξης ορισμένων στοιχείων και ιδεών που τονίζουν τη σύνδεση των δυο εννοιών του «πολιτισμού» και της «ανάπτυξης». Ένας λόγος είναι, ότι για να πραγματοποιηθεί οποιαδήποτε ανάπτυξη, πρέπει να ληφθούν υπόψη οι πολιτισμικές διαφορές και δυναμικές, και για να συναντηθεί κάθε τοπική κουλτούρα με τις σύγχρονες παγκόσμιες πραγματικότητες, πρέπει να αναπτυχθεί η αλληλοσυσχέτιση αυτών των εννοιών (Ajani et al., 2021).

Ο «πολιτισμός» είναι μια έννοια με πολλές διαφορετικές χρήσεις. Μπορεί να σημαίνει ψυχαγωγικές δραστηριότητες, όπως η παρακολούθηση ενός κινηματογραφικού έργου. Μπορεί να σημαίνει τους κανόνες που καθοδηγούν τη συμπεριφορά και τις προοπτικές των εργαζομένων σε ένα εργοστάσιο ή ένα δημόσιο ίδρυμα. Ουσιαστικά, ο πολιτισμός είναι «το σύνολο των συμβάσεων, συμβολικών εκφράσεων, πολιτικών, θεσμικών, θρησκευτικών, μεταφυσικών και κοσμολογικών πλαισίων, μέσα στα οποία μια κοινωνική ομάδα ορίζει τον εαυτό της και το νόημα της ανθρώπινης ζωής στον κόσμο» (O'Connor & Latouche, 2001).

Η Unesco ορίζει τον πολιτισμό ως «Το σύνολο των ιδιαίτερων πνευματικών, υλικών, διανοητικών και συναισθηματικών χαρακτηριστικών μιας κοινωνίας ή μιας κοινωνικής ομάδας που περιλαμβάνει, εκτός από την τέχνη και τη λογοτεχνία, τρόπους ζωής, τρόπους συμβίωσης, συστήματα αξιών, παραδόσεις και πεποιθήσεις» (Unesco, 2022a).

Ο πολιτισμός περιλαμβάνει χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς, μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, τέχνες, λογοτεχνία, μουσική, ζωγραφική. Ο πολιτισμός αφορά τους τρόπους ζωής των ατόμων μιας κοινωνίας και περιέχει τον τρόπο που ντύνονται, τον τρόπο που δουλεύουν, την οικογενειακή ζωή, τις γαμήλιες συνήθειες, τις θρησκευτικές και λατρευτικές τελετουργίες και τις δραστηριότητές τους κατά τον ελεύθερο χρόνο τους (Giddens, 2002).

Παράλληλα, ορισμένοι ορισμοί του «πολιτισμού» είναι κατάλληλοι για την εκτίμηση της ποιοτικής λογοτεχνίας, της μουσικής, της τέχνης και της κουζίνας. Ο πολιτισμός περιλαμβάνει, όπως προαναφέρθηκε, τον τρόπο ζωής, την ικανότητα συμβίωσης, το πλαίσιο αξιών, παραδόσεων και πεποιθήσεων, καθώς και τη γνώση, την τέχνη και τη λογοτεχνία. Με άλλα λόγια, ο πολιτισμός είναι η κληρονομιά μιας ομάδας ανθρώπων που ζουν σε μια συγκεκριμένη τοποθεσία και καθορίζει την ιδιαιτερότητά τους, συμπεριλαμβανομένης της ιδεολογίας, της αντίληψης, των αξιών, των πεποιθήσεων, της γνώσης, των υλικών προϊόντων, των συμβόλων και της συμπεριφοράς τους. Συνεπώς, ο πολιτισμός θεωρείται ως ένα σύνολο διακριτικών χαρακτηριστικών που είναι εγγενή στη δομή κάθε κοινωνίας και υπερασπίζεται την πορεία ανάπτυξής της (Ajani et al., 2021).

Εξάλλου, η ανάπτυξη μπορεί να ανθίσει μόνο όπου έχει τις ρίζες της στον πολιτισμό και την παράδοση κάθε χώρας, καθώς είναι μια διαδικασία που περιλαμβάνει όλο το φάσμα «που συνδέεται με τις αξίες κάθε κοινωνίας και απαιτεί ενεργό συμμετοχή ατόμων και ομάδων που είναι τόσο οι δημιουργοί όσο και οι ωφελούμενοι αυτής».

Σε όλη την ιστορία, η πολιτιστική ανάπτυξη και η οικονομική ανάπτυξη διατήρησαν μια διαλεκτική σχέση μεταξύ τους. Η ιστορία δείχνει ότι περίοδοι πολιτιστικής άνθησης ή δημιουργικής ενέργειας, σχεδόν πάντα συνόδευαν, ή προηγήθηκαν μιας θεαματικής εξέλιξης της κοινωνίας. Για παράδειγμα, κατά την περίοδο της Αναγέννησης, η λογοτεχνία και οι τέχνες άκμασαν. Αλλά η δημιουργική ενέργεια που απελευθερώθηκε κατά τη διάρκεια της Αναγέννησης τόνωσε την πνευματική έρευνα και την αναζήτηση της γνώσης, οδηγώντας σε εξελίξεις στην επιστήμη και την τεχνολογία που τελικά άνοιξαν το δρόμο για τη Βιομηχανική Επανάσταση.

Ακόμη, η Κίνα επί δυναστείας Σουνγκ (960-1299 μ.Χ.) ήταν η πιο προηγμένη χώρα στον κόσμο. Ήταν η πιο πολυπληθής, η πιο αστικοποιημένη, η πιο προηγμένη τεχνολογικά χώρα και είχε φτάσει σε ένα επίπεδο ανάπτυξης που δεν είχε επιτύχει καμία ευρωπαϊκή χώρα μέχρι τον 18ο αιώνα. Αυτή η περίοδος συνέπεσε με την άνθηση των

τεχνών και της λογοτεχνίας, η τελευταία εκ των οποίων ενισχύθηκε από την εκτύπωση, το 953 μ.Χ., των 130 τόμων των έργων του Κομφούκιου (Claxton, 1994).

Σύμφωνα με το National Development Fund (2023), πολιτιστική ανάπτυξη είναι «η διευκόλυνση ή η ενίσχυση των πολιτιστικών δραστηριοτήτων εντός μιας κοινότητας, για να γίνουν τα μέλη της πιο πολιτισμένα και συνειδητοποιημένα, βελτιώνοντας έτσι την ποιότητα ζωής τους».

Δεδομένου ότι ο πολιτισμός καθορίζει την ταυτότητα, τις πεποιθήσεις και τα έθιμα της κοινωνίας, η πολιτιστική ανάπτυξη εμβαθύνει περαιτέρω αυτές τις έννοιες μεταξύ των μελών της κοινωνίας και συντελεί στη διατήρηση και προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς (National Development Fund, 2023).

Η πολιτιστική ανάπτυξη είναι μέσο διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς, ενίσχυσης της πολιτιστικής ποικιλομορφίας και προώθησης της δημιουργικότητας και της καινοτομίας στις κοινωνίες. Η διατήρηση και η μετάδοση της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι ζωτικής σημασίας για τη διατήρηση της πολιτιστικής ταυτότητας των κοινοτήτων και την εξασφάλιση της συνέχειας από γενιά σε γενιά (Unesco, 2016 ; Unesco, 2024).

Η πολιτιστική ταυτότητα θεωρείται αναπόσπαστο στοιχείο για τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου πολιτιστικού πλαισίου, το οποίο είναι κρίσιμο για την ενδογενή ανάπτυξη. Ένα ισχυρό πολιτιστικό πλαίσιο όχι μόνο συμβάλλει στην αίσθηση εθνικής υπερηφάνειας και αυτοπεποίθησης, αλλά επίσης υποστηρίζει τη συνολική ανάπτυξη και την κοινωνική συνοχή. Χωρίς αυτό, οι κοινωνίες μπορεί να βρεθούν αντιμέτωπες με προβλήματα όπως η κοινωνική διάσπαση και η απώλεια της εθνικής ταυτότητας, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε αποσταθεροποίηση και μειωμένη ικανότητα για συνολική ανάπτυξη (Álvarez-García et al., 2019).

Επιπλέον, η απόκτηση γνώσης είναι ο πυλώνας της προόδου των κοινωνιών και η διάδοσή της αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους στόχους της πολιτιστικής ανάπτυξης, επειδή η γνώση συμβάλλει στην παροχή δεξιοτήτων και δημιουργικότητας στην κοινωνία. Κάτι τέτοιο μπορεί να επιτευχθεί, μέσω της ενθάρρυνσης του πολιτισμού στην επιχειρηματικότητα και την αύξηση της ευαισθητοποίησης των πολιτών για τη σημασία των πολιτιστικών δραστηριοτήτων.

Ο πολιτισμός αποτελεί κινητήρια δύναμη για την οικονομική ανάπτυξη. Ο πολιτιστικός τουρισμός, η χειροτεχνία και άλλοι πολιτιστικοί κλάδοι προσελκύουν επενδύσεις, δημιουργούν θέσεις εργασίας και ενισχύουν την τοπική οικονομία (National Development Fund, 2023).

Η πολιτιστική ανάπτυξη θεωρείται ως «η αλληλεπίδραση μεταξύ της πολιτιστικής κληρονομιάς και της δημιουργικότητας, που επηρεάζει την τοπική οικονομική ανάπτυξη». Περιλαμβάνει την ερμηνεία του πολιτισμού ως εδαφικού αγαθού, τις πολύπλευρες διαστάσεις του και τον αντίκτυπό του στην τοπική ανάπτυξη. Ένας καινοτόμος ορισμός του πολιτιστικού κεφαλαίου, το οποίο περιλαμβάνει τόσο την υλική κληρονομιά όσο και τα άυλα πολιτιστικά στοιχεία, είναι ότι η δημιουργικότητα παίζει βασικό ρόλο στη σύνδεση της πολιτιστικής κληρονομιάς με την οικονομική ανάπτυξη (Capello et al., 2019).

Η ενσωμάτωση του πολιτισμού σε αναπτυξιακές διαδικασίες, στρατηγικές και πολιτικές σε εθνικό επίπεδο είναι απαραίτητη σε όλο το ευρύ φάσμα της δημόσιας πολιτικής, από την μείωση της ανεργίας μέσω δημιουργίας θέσεων εργασίας, δεξιοτήτων και απασχόλησης στον πολιτιστικό τομέα, μέχρι και την ενίσχυση της ποιοτικής εκπαίδευσης και της κοινωνικής δικαιοσύνης.

Η Unesco δεσμεύεται να παρέχει ολοκληρωμένη υποστήριξη και τα απαραίτητα εργαλεία στα κράτη μέλη για το σχεδιασμό και την υλοποίηση δημόσιων πολιτικών, που προωθούν τον πολιτισμό. Η Unesco δεν προωθεί τον πολιτισμό ως έναν μεμονωμένο τομέα πολιτικής, αλλά ως μια ανθρωποκεντρική πολιτική χωρίς αποκλεισμούς (Unesco, 2014).

2.3 Ο ορισμός της τουριστικής ανάπτυξης

Τη δεκαετία του 1960 ο διεθνής τουρισμός πρωτοεμφανίστηκε ως σημαντικό κοινωνικο-οικονομικό φαινόμενο, και από τότε έχει σχεδόν καθολικά υιοθετηθεί ως όχημα ανάπτυξης. Για τις περισσότερες χώρες, ο τουρισμός αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο των αναπτυξιακών πολιτικών τους. Σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να είναι ο κυρίαρχος οικονομικός τομέας, ιδιαίτερα σε λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες ή νησιωτικές οικονομίες, και συνεπώς εξαρτώνται από αυτόν ως τον κύριο κινητήρα της οικονομικής και δυνητικής κοινωνικής ανάπτυξης. Σε άλλες περιπτώσεις, πιο συχνά στον σύγχρονο, βιομηχανοποιημένο κόσμο, ο τουρισμός συμβάλλει κυρίως στην οικονομική διαφοροποίηση και αναγέννηση και, ως εκ τούτου, είναι λιγότερο θεμελιώδης για την

ευρύτερη αναπτυξιακή διαδικασία. Ωστόσο, ανεξάρτητα από το ρόλο και τη σημασία του, είναι δύσκολο να εντοπιστεί οποιοδήποτε έθνος που δεν έχει ενστερνιστεί, σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό, τον τουρισμό στις αναπτυξιακές του πολιτικές. Ακόμη και το πλούσιο σε πετρέλαιο εμιράτο του Άμπου Ντάμπι, με περισσότερα αποθέματα πετρελαίου ανά εκτάριο από οπουδήποτε αλλού στη γη, ευνόησε επί σειρά ετών την ανάπτυξη του τουρισμού ως βάση για την ενθάρρυνση της οικονομικής σταθερότητας ενόψει της αστάθειας των τιμών του πετρελαίου (Sharpley, 2014).

Επομένως, από την άποψη της ανάπτυξης, κατανοητή με κοινωνικοοικονομικούς όρους, ο τουρισμός γίνεται ένα δυναμικό εργαλείο στο οικονομικό σύστημα, δημιουργώντας δεσμούς που δημιουργούνται σε άλλους κλάδους της οικονομίας, οι οποίοι, μέσω της ανάλυσης εισροών-εκροών «οδηγούν» άλλους οικονομικούς τομείς, προκαλώντας πρόσθετη κατανάλωση και καταναλωτικές απαιτήσεις που προκύπτουν από αυτούς. Ουσιαστικά, ο τουρισμός μπορεί να λειτουργήσει ως πολλαπλασιαστής της οικονομικής ανάπτυξης, επηρεάζοντας θετικά και άλλους τομείς της οικονομίας (Ruggieri, 2015).

Σύμφωνα με το United Nations Tourism, «Ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο που συνεπάγεται τη μετακίνηση ανθρώπων σε χώρες ή περιοχές εκτός του οικείου τους περιβάλλοντος για προσωπικούς ή επαγγελματικούς σκοπούς. Αυτοί οι άνθρωποι ονομάζονται επισκέπτες (που μπορεί να είναι είτε τουρίστες είτε εκδρομείς), και ο τουρισμός έχει να κάνει με τις δραστηριότητές τους, οι περισσότερες από τις οποίες περιλαμβάνουν τουριστικές δαπάνες» (United Nations Tourism, 2019a).

Ο τουρισμός παλιότερα θεωρούνταν ως μια δραστηριότητα που συνδέεται στενά με τον ελεύθερο χρόνο και χρησιμοποιούνταν συνήθως για αναψυχή και ξεκούραση. Αυτό άλλαξε σταδιακά προς τα τέλη του προηγούμενου αιώνα, καθώς εμφανίστηκαν νέες παράμετροι στα κριτήρια επιλογής των τουριστών, όπως η πολιτιστική διάσταση, η επαφή με τη φύση, η εξερεύνηση και η περιπέτεια (Faridi, 2017).

Ο τουρισμός αναγνωρίζεται ως μια σημαντική δύναμη, καθώς ωφελεί τόσο τους ταξιδιώτες όσο και τους γηγενείς πληθυσμούς. Η τουριστική ανάπτυξη είναι «η διαδικασία δημιουργίας και διατήρησης μιας επιχείρησης για ένα συγκεκριμένο ή μείγμα τμημάτων τουριστών ανάλογα με τα κίνητρά τους σε μια συγκεκριμένη περιοχή ή σε έναν συγκεκριμένο προορισμό» (Baloch et al., 2022). Κατά κύριο λόγο, η τουριστική

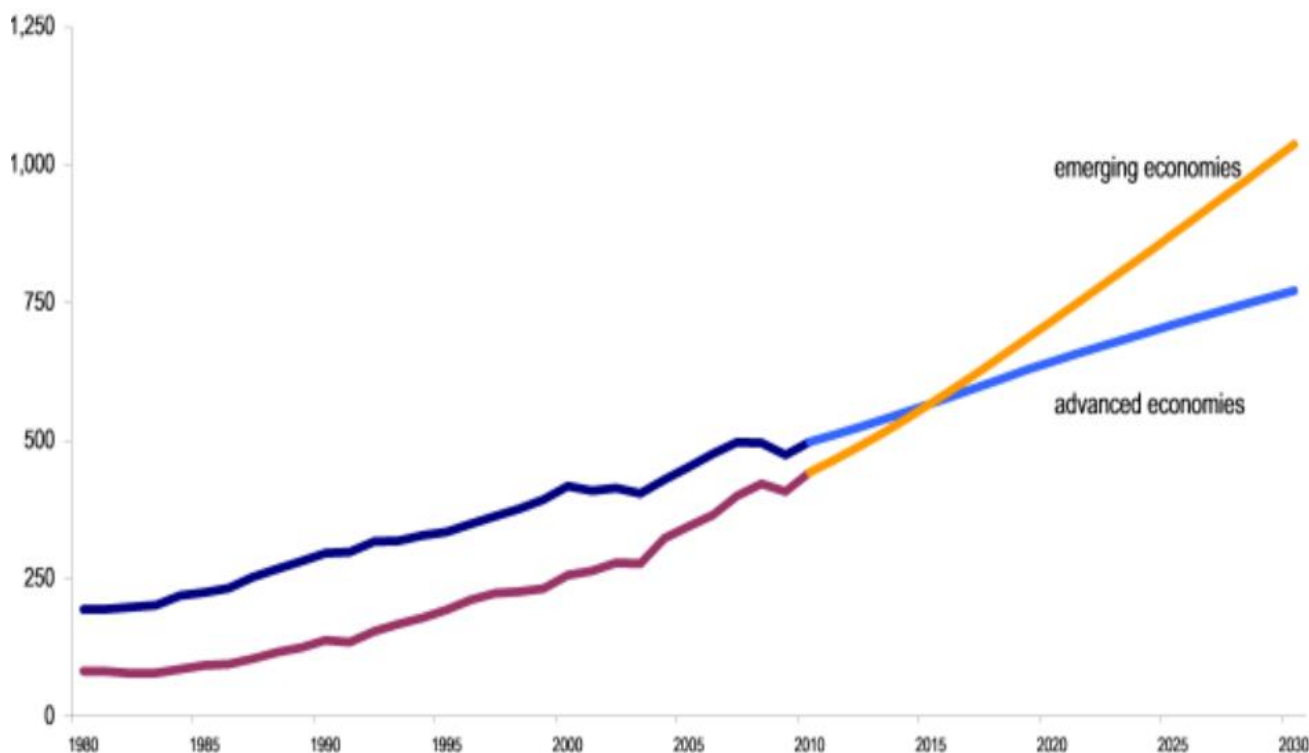
ανάπτυξη αναφέρεται «στην ολοκληρωμένη διαδικασία σχεδιασμού, επιδίωξης και εκτέλεσης στρατηγικών για την εγκαθίδρυση, ανάπτυξη, προώθηση και ενθάρρυνση του τουρισμού σε μια συγκεκριμένη περιοχή ή προορισμό» (Mandić et al., 2018).

Ένας άλλος ορισμός είναι αυτός που υποστηρίζουν οι Gheorghilas, Caraba, και Teodorescu (2012), οι οποίοι δηλώνουν ότι «τουριστική ανάπτυξη είναι η συνεχής διαδικασία σχεδιασμού και κατασκευής τουριστικών εγκαταστάσεων, αναβάθμισης και εκσυγχρονισμού των υφιστάμενων, αλλαγή μεγέθους τους ανάλογα με τα είδη και τα μεγέθη των τουριστικών ροών και η διαμόρφωση ζήτησης και προσφοράς».

Ο τουρισμός έχει σημαντικές δυνατότητες όσον αφορά τη δημιουργία θέσεων εργασίας, καθώς περιλαμβάνει υπηρεσίες που παρέχονται μεμονωμένα επιτόπου μέσω δεξιοτήτων ποικίλου φάσματος και ανθρώπινου κεφαλαίου. Επιπλέον, υπάρχει η πεποίθηση ότι η τουριστική αγορά εργασίας παρέχει καλύτερη πρόσβαση στην απασχόληση για ευάλωτες και μειονεκτούσες ομάδες, όπως οι γυναίκες, οι νέοι, οι μετανάστες και οι εθνικές μειονότητες, αξιοποιώντας τις ικανότητες του κάθε ατόμου. Ο τουρισμός επίσης, συνδέεται με βασικές πτυχές στις αναπτυσσόμενες χώρες, όπως η αναβάθμιση του εξοπλισμού και των υποδομών, επηρεάζοντας θετικά την εισροή κεφαλαίων (Ruggieri, 2015).

Τα τελευταία χρόνια, ενώ οι παραδοσιακοί τουριστικοί προορισμοί στις ανεπτυγμένες χώρες εξακολουθούν να προσελκύουν εκατομμύρια επισκέπτες, μια σημαντική μετατόπιση παρατηρείται στον παγκόσμιο χάρτη του τουρισμού. Η ζήτηση για αυθεντικές εμπειρίες και η αναζήτηση εναλλακτικών προορισμών έχουν οδηγήσει τους ταξιδιώτες να στραφούν όλο και περισσότερο προς τις αναπτυσσόμενες χώρες, με την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, τις φυσικές ομορφιές και τις συχνά οικονομικότερες επιλογές.

Διάγραμμα 2.1: Εισερχόμενος τουρισμός, προηγμένες και αναδυόμενες οικονομίες, Διεθνείς Αφίξεις Τουριστών, εκατομμύρια



Πηγή: (United Nations Tourism, 2019b).

Σε 20 από τις 48 λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες, ο τουρισμός αποτελεί την πρώτη ή τη δεύτερη σημαντικότερη πηγή εσόδων, ενώ σε μικρά νησιωτικά κράτη μπορεί να αντιπροσωπεύει πάνω από το 25% του ΑΕΠ. Σύμφωνα με το διάγραμμα 2.1, από το 2015 και μετά, οι αναδυόμενες οικονομίες κατέγραψαν για πρώτη φορά περισσότερες διεθνείς τουριστικές αφίξεις από τις ανεπτυγμένες. Μάλιστα, εκτιμάται ότι μέχρι το 2030, το 58% των διεθνών αφίξεων θα κατευθύνεται προς προορισμούς αναδυόμενων οικονομιών στην Ασία, τη Λατινική Αμερική, την Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη, τη Μέση Ανατολή και την Αφρική, καταδεικνύοντας τη συνεχιζόμενη μετατόπιση του τουριστικού ενδιαφέροντος προς αυτές τις περιοχές.

Ενώ ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό μοχλό ανάπτυξης για πολλές χώρες, τα οφέλη του συνοδεύονται και από αρνητικές επιπτώσεις. Η υπερβολική τουριστική ανάπτυξη μπορεί να οδηγήσει σε υποβάθμιση του περιβάλλοντος, εξάντληση φυσικών πόρων και κοινωνικές αναταραχές. Για να αντιμετωπιστούν αυτά τα προβλήματα, είναι απαραίτητο να υιοθετηθούν βιώσιμες πρακτικές στον τουρισμό, που θα εξασφαλίσουν την ισορροπία μεταξύ οικονομικών οφελών, κοινωνικής ευημερίας και περιβαλλοντικής προστασίας. Ο σχεδιασμός και η διαχείριση του τουρισμού οφείλει να ενστερνίζεται τις αρχές του

αιφόρου τουρισμού, ο οποίος ορίζεται ως «ο τουρισμός που λαμβάνει πλήρως υπόψη του τις τρέχουσες και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του, καλύπτοντας τις ανάγκες των επισκεπτών, της βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων υποδοχής» (United Nations Tourism, 2019b).

Επιπλέον, όταν ο τουρισμός ασκείται με υπεύθυνο τρόπο, μπορεί να αποτελέσει κινητήρια δύναμη για την ανάπτυξη και ευημερία τόσο των τοπικών κοινωνιών όσο και του περιβάλλοντος. Η βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού στηρίζεται σε τέσσερις βασικούς πυλώνες, οι οποίοι είναι η περιβαλλοντική, η οικονομική, η κοινωνική και η πολιτιστική βιωσιμότητα.

Η περιβαλλοντική βιωσιμότητα εστιάζει στην προστασία της φυσικής ομορφιάς, της βιοποικιλότητας και των φυσικών πόρων για τις μελλοντικές γενιές.

Η οικονομική βιωσιμότητα αποσκοπεί στην ανάπτυξη που ωφελεί τον τόπο μακροπρόθεσμα, με δίκαιη κατανομή των τουριστικών εσόδων, την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας μέσω της χρήσης τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών, τη διατήρηση και δημιουργία θέσεων εργασίας και τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των ντόπιων (Kauppila et al., 2009).

Η κοινωνική βιωσιμότητα στοχεύει σε ανάπτυξη συμβατή με τις παραδοσιακές αξίες της κοινότητας, με παράλληλη ενίσχυση της ταυτότητάς της.

Η πολιτισμική βιωσιμότητα προϋποθέτει πολιτιστική ανάπτυξη συμβατή με τις πολιτιστικές αξίες της τοπικής κοινότητας, γεγονός που διατηρεί και ενισχύει την πολιτισμική κληρονομιά της (Angelevska-Najdeska & Rakicevik, 2012).

Εικόνα 2.2: Τέσσερις εννοιολογικές πτυχές που απαιτούνται για την επίτευξη βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης



Πηγή: (Rosardi et al., 2021)

Επομένως, βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη νοείται εκείνη η οποία επιτυγχάνει ισόρροπη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη με μακροπρόθεσμη προοπτική, που δεν θέτει σε κίνδυνο το περιβάλλον, χωρίς υποβάθμιση ή εξάντληση των πόρων στους οποίους βασίζεται, ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν το ίδιο από τις μελλοντικές γενιές (Angelevska-Najdeska & Rakicevik, 2012).

Επίσης, ο τουρισμός θεωρείται όλο και περισσότερο ως βασικό εργαλείο της κοινότητας, με την αναγνώριση της οικονομικής του συμβολής στην ενίσχυση των στάσιμων οικονομιών και της ικανότητάς του να ενοποιεί τους κατοίκους της τοπικής κοινότητας. Σε τοπικό επίπεδο, ο τουρισμός έχει άμεση, έμμεση και επάγωγή επίδραση, προσφέροντας ευκαιρίες απασχόλησης και αύξηση εισοδήματος, ωθώντας την περιφερειακή και τοπική οικονομική ανάπτυξη. Σύμφωνα με τους Godfrey & Clarke (2000), η τουριστική ανάπτυξη «είναι μια συνεχής διαδικασία. Δεν αποτελεί οικονομική πανάκεια και είναι το καλύτερο συμπλήρωμα σε μια τοπική κοινότητα για την επίτευξη ανάπτυξης».

Συνεπώς, η διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης είναι σημαντικό εργαλείο για την ανάπτυξη της κοινότητας. Ο τουρισμός δηλαδή, παίζει ρόλο στη διευκόλυνση της κοινοτικής ανάπτυξης μέσω επιχειρηματικής καθοδήγησης και εκπαιδευτικών ευκαιριών που συμβάλλουν στην αύξηση των δεξιοτήτων και της γνώσης στις τοπικές κοινότητες και τους κατοίκους της περιοχής καθώς και στη βελτίωση του οικονομικού τους επιπέδου. Για αυτό το λόγο, πολλές τοπικές κοινότητες έχουν στραφεί στην τουριστική ανάπτυξη για να παρέχουν οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική και συνολική ανάπτυξη (Aref et al., 2010).

Η τουριστική ανάπτυξη επίσης, διαδραματίζει έναν κρίσιμο ρόλο στην ενδυνάμωση της οικονομικής κατάστασης των τοπικών κοινωνιών. Στοχεύει στη βελτίωση της ποιότητας και της ποικιλίας των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, γεγονός που συμβάλλει στην αύξηση των τουριστικών ροών, των συναλλαγματικών εσόδων και των ευκαιριών απασχόλησης. Παράλληλα, η τουριστική ανάπτυξη σχετίζεται άμεσα με την κοινωνική πρόοδο, καθώς αντικατοπτρίζει τις εξελίξεις στον ανθρώπινο πολιτισμό και την κοινωνία (Ratnasari et al., 2020).

Επιπλέον, ο τουρισμός δεν πρέπει να θεωρείται μόνο ως μακροοικονομικό φαινόμενο αλλά και ως μικροοικονομικό φαινόμενο, που αναπτύσσεται σε τοπική κλίμακα με άμεσες και έμμεσες επιπτώσεις σε ανθρώπους και τόπους. Η σημασία του τουρισμού ως εργαλείο οικονομικής ανάπτυξης και βελτίωσης της ποιότητας ζωής των κοινωνιών, αναφέρεται πολύ συχνά από ερευνητές, επαγγελματίες και πολιτικούς. Όλοι αυτοί οι ενδιαφερόμενοι (τοπικές, περιφερειακές και εθνικές αρχές), των περιοχών που παραμένουν ακόμη λιγότερο αναπτυγμένες οικονομικά και τουριστικά, θεωρούν την τουριστική ανάπτυξη ως τη μόνη λύση όλων των προβλημάτων τους, και δεν λαμβάνουν υπόψιν τις πολλές προειδοποιήσεις που υπάρχουν για πιθανή ανεξέλεγκτη ανάπτυξη που μπορεί να προκύψει από την τουριστική δραστηριότητα.

Οι πιο συνηθισμένες απειλές είναι η καταστροφή φυσικών πόρων, η κυκλοφοριακή συμφόρηση και η υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας του τόπου. Απειλούνται επίσης οι τοπικές κοινωνίες και περιοχές που δεν διαθέτουν τη γνώση και τα μέσα για να διατηρήσουν τα οφέλη της τουριστικής ανάπτυξης. Για παράδειγμα, αυτή η κατάσταση μπορεί να επιδεινωθεί ακόμη περισσότερο, εάν προβαίνουν σε εισαγωγή των περισσότερων αγαθών που θα καταναλώσουν οι τουρίστες, και δεν φροντίζουν να τα παράγει και να τα διαθέτει ο τοπικός τους πρωτογενής τομέας. Συμπερασματικά, οι ενδιαφερόμενοι φορείς, με την μεγαλύτερη δυνατή συνεργασία και λαμβάνοντας υπόψιν

τις παραπάνω απειλές, θα επιτύχουν την επιθυμητή ανάπτυξη του προορισμού (Ladeiras et al., 2010).

Η τοπική κοινότητα, η βιομηχανία, ο δημόσιος τομέας, οι τουρίστες, οι εργαζόμενοι, ακόμη και οι ακτιβιστές, οι ανταγωνιστές και τα μέσα ενημέρωσης, πρέπει να συναποτελούν τους εμπλεκόμενους στη διαχείριση του σχεδιασμού και ανάπτυξης του τουρισμού. Ο Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (UN Tourism), ομαδοποιεί όλους αυτούς τους εταίρους σε τρεις κατηγορίες: βιομηχανία, ενώσεις προστασίας του περιβάλλοντος και την τοπική κοινότητα, που αποτελείται από τους κατοίκους, την τοπική κυβέρνηση και άλλους τοπικούς φορείς. Επειδή η βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων περιλαμβάνεται στους στόχους της τουριστικής ανάπτυξης, είναι επιθυμητή η συμμετοχή του τοπικού πληθυσμού στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, κάτι που δεν αποτελεί και το ευκολότερο πράγμα, γιατί υπάρχουν διαφορετικές απόψεις, οπτικές γωνίες και αντικρουόμενα συμφέροντα. Όταν όμως τελικά επιτευχθεί αυτή η συνεργασία και η συναινετική λήψη ισορροπημένων και τεκμηριωμένων αποφάσεων, αν και δεν λύνει όλες τις συγκρούσεις, αυτός είναι ο ενδεδειγμένος τρόπος βελτίωσης της ποιότητας ζωής της τοπικής κοινότητας (Simão & Partidário, 2010).

2.4 Σχέση Πολιτισμού και Τουρισμού

Ο πολιτισμός και ο τουρισμός έχουν στενή και αμφίδρομη σχέση και ωφελούνται ο ένας από τον άλλο. Εξάλλου, ο πολιτισμός ανέκαθεν αποτελούσε το βασικό κίνητρο του ταξιδιού. Οι διαφορετικές μορφές με τις οποίες εκφράζεται ο πολιτισμός, λειτουργούν ως ελκυστικά αξιοθέατα για τον τουρισμό. Ο πολιτισμός αποτελεί πολύτιμο πόρο για τον τουρισμό, ενώ παράλληλα ο τουρισμός προσθέτει αξία στον πολιτισμό και συμβάλλει στην ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η επιδίωξη των τουριστών για πολιτιστικές εμπειρίες βελτιώνεται συνεχώς και τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά συντελούν στην επισκεψιμότητα για τους τουρίστες. Επομένως, η σχέση πολιτισμού και τουρισμού συνεχίζει να αναπτύσσεται και ο πολιτισμός γίνεται ένα είδος τουριστικού προϊόντος (Zhang & Zhu, 2020).

Κατά τη διάρκεια του 20ου αιώνα, ο πολιτισμός και ο τουρισμός θεωρούνταν σε μεγάλο βαθμό διαφορετικές πτυχές προορισμών. Οι πολιτιστικοί πόροι αποτελούσαν μέρος της πολιτιστικής κληρονομιάς των προορισμών, που σχετίζονταν με την εκπαίδευση του τοπικού πληθυσμού και καθόριζαν την τοπική και εθνική πολιτιστική ταυτότητα. Αντίθετα, ο τουρισμός, θεωρούνταν ως μια δραστηριότητα, σχετιζόμενη με τον ελεύθερο

χρόνο, ξεχωριστή από την καθημερινότητα και την κουλτούρα του τοπικού πληθυσμού. Αυτό σταδιακά άλλαξε προς το τέλος του αιώνα, καθώς οι πολιτιστικοί πόροι διαδραματίζουν μεγαλύτερο ρόλο στην προσέλκυση τουριστών. Ειδικότερα, από τη δεκαετία του 1980 και μετά ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελούσε την κύρια πηγή οικονομικής ανάπτυξης για πολλούς προορισμούς (OECD, 2008).

Στις μέρες μας, ο πολιτισμός αναδεικνύεται ως βασικός πυλώνας για την τουριστική ανάπτυξη πολλών χωρών, και ο τουρισμός αναγνωρίζεται ως μια σημαντική αγορά για τον πολιτισμό, προσφέροντας οφέλη τόσο στο άμεσο μέλλον όσο και μακροπρόθεσμα (United Nations Tourism, 2018). Η αύξηση της ζήτησης για πολιτιστικές εμπειρίες από τους τουρίστες έχει οδηγήσει στην ενοποίηση του πολιτισμού και του τουρισμού, δημιουργώντας τη βιομηχανία του πολιτιστικού τουρισμού, η οποία πλέον συζητείται ευρέως (Zhang & Zhu, 2020).

Για παράδειγμα, η Ολλανδική Ένωση Μουσείων πρόσφατα αναγνώρισε την ανάπτυξη του διεθνούς πολιτιστικού τουρισμού ως μία από τις πιο σημαντικές μελλοντικές τάσεις για τα μέλη της μέχρι το 2026. Ο πολιτισμός θεωρείται ότι προσδίδει μοναδικότητα στο ολλανδικό τουριστικό προϊόν, το οποίο με τη σειρά του ωφελεί τα μουσεία μέσω της αύξησης του αριθμού των επισκεπτών. Η αύξηση των επισκεπτών όχι μόνο δημιουργεί περισσότερα έσοδα, αλλά επίσης ενισχύει το προφίλ των μουσείων και άλλων πολιτιστικών ιδρυμάτων, βοηθώντας τα να αναδείξουν την σημασία και την συνάφειά τους με τις σύγχρονες ανάγκες της κοινωνίας (United Nations Tourism, 2018).

Σήμερα, οι τουρίστες απαιτούν ολοκληρωμένες και μοναδικές εμπειρίες, επιλέγοντας εξατομικευμένα ταξίδια. Ο πολιτιστικός τομέας μπορεί να προσφέρει εμπειρίες και να ανταποκριθεί σε αυτές τις νέες απαιτήσεις. Αυτές οι νέες τάσεις μπορεί να περιλαμβάνουν την αναζήτηση προσωποποιημένων και αξιομνημόνευτων εμπειριών. Ο πολιτιστικός και δημιουργικός τουρισμός συνδέονται στενά με αυτή την αναζήτηση, και αποτελούν βασικούς λόγους που υπογραμμίζουν τη σχέση πολιτισμού και τουρισμού, προσφέροντας δραστηριότητες, που περιλαμβάνουν επισκέψεις και περπάτημα σε ιστορικά κέντρα των πόλεων, επισκέψεις σε μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς, μουσεία και αστικά πάρκα. Αναλύοντας ακόμα περισσότερο τις δυνατότητες του πολιτισμού, μπορούμε να πούμε ότι ο πολιτισμός εμπλουτίζει την τουριστική προσφορά, βελτιώνει τη σχέση μεταξύ τουρισμού και τοπικής κοινωνίας, ενισχύοντας τις σχέσεις αμοιβαίας αλληλεπίδρασης (Kulturaren Euskal Behatokia, 2023).

Παράλληλα, πολλές χώρες αξιοποιούν τον τουρισμό για να προβάλλουν τον εθνικό πολιτισμό τους παγκοσμίως, με στόχο να ενισχύσουν τη φήμη τους στο εξωτερικό και να προωθήσουν τις εξαγωγές τους. Η προβολή του πολιτισμού μέσω του τουρισμού συμβάλλει έτσι, στη δημιουργία μιας θετικής εικόνας μιας χώρας στο εξωτερικό και στην ενίσχυση των διεθνών συνεργασιών.

Η σχέση μεταξύ τουρισμού και πολιτισμού είναι ίσως ακόμη πιο εμφανής σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, όπου ο πολιτισμός προβάλλει τις τοπικές ταυτότητες και προσελκύει τουρίστες σε νέους προορισμούς. Η ανάπτυξη πολιτιστικών αξιοθέατων μπορεί να φέρει πολλούς επισκέπτες σε λιγότερο γνωστά μέρη. Για παράδειγμα, το Μουσείο Guggenheim στο Μπιλμπάο έχει συζητηθεί πολύ για την ικανότητά του να προσελκύει τουρίστες. Από το άνοιγμά του το 1997, ο διεθνής τουρισμός στο Μπιλμπάο αυξήθηκε από περίπου 100.000 σε περίπου 800.000 επισκέπτες ετησίως. Το «Guggenheim effect» βοήθησε το Μπιλμπάο να γίνει κορυφαίος προορισμός πολιτιστικού τουρισμού στην Ευρώπη. Ωστόσο, η επιτυχία του Μπιλμπάο δεν οφείλεται μόνο στο μουσείο, αλλά και σε ένα μακροχρόνιο πρόγραμμα αστικής ανάπλασης που διήρκεσε πάνω από 30 χρόνια. Παρ' όλα αυτά, ο συνδυασμός τουρισμού και πολιτισμού ήταν αυτός που τράβηξε την προσοχή του κόσμου (United Nations Tourism, 2018).

Συνεπώς, ο πολιτισμός και ο τουρισμός είναι δύο έννοιες που έχουν στενή αλλά και πολύπλοκη σχέση, που αλληλεπιδρούν μεταξύ τους. Μερικοί πιστεύουν ωστόσο ότι ο τουρισμός μπορεί να ζημιώσει τον πολιτισμό, οι περισσότεροι όμως βλέπουν τη θετική του επίδραση. Δηλαδή, υπάρχουν δύο μέρη αντικρουόμενων συμφερόντων, πρώτον η ευάλωτη πολιτισμική κληρονομιά, που χρειάζεται προστασία, και δεύτερον ο τουρισμός, που απαιτεί κέρδη (Maridakis, 2015).

Η συσχέτιση τουρισμού και πολιτισμού προκύπτει από το αυξανόμενο ενδιαφέρον των επισκεπτών για πολιτιστικές εμπειρίες, που προσφέρουν ευκαιρίες και προκλήσεις στον τουριστικό τομέα. Οι τουριστικές δραστηριότητες και ο τουριστικός σχεδιασμός οφείλουν να σέβονται και να προστατεύουν την πολιτιστική κληρονομιά, ώστε να επιτυγχάνεται ευημερία και τοπική οικονομική ανάπτυξη για τωρινές και μελλοντικές γενιές (United Nations Tourism, 2023).

Ο τουρισμός ενισχύει την αίσθηση της πολιτιστικής ταυτότητας μιας κοινότητας και τη διατήρηση και προώθηση των τοπικών εθίμων και παραδόσεων. Επίσης, είναι καθοριστικός για την οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής προβάλλοντας τα πολιτιστικά

της αξιοθέατα. Ο πολιτιστικός τουρισμός δημιουργεί ευκαιρίες απασχόλησης, διεγείρει την ανάπτυξη των τοπικών επιχειρήσεων, επιφέροντας έσοδα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς (Clevenard, 2023).

2.5 Η έννοια του Πολιτιστικού τουρισμού

Ο πολιτισμός και ο τουρισμός αποτελούν πολυδιάστατες έννοιες οι οποίες όμως είναι αλληλένδετες. Ο πολιτισμός μπορεί να θεωρηθεί σαν μια δεύτερη φύση που δημιουργήθηκε από τους ανθρώπους μέσω της εργασίας και των γνώσεών τους. Ουσιαστικά αποτελεί μια ανθρώπινη δραστηριότητα, μια έκφραση του ανθρώπινου μυαλού με υλική μορφή (π.χ. μνημεία) αλλά και σε άυλη μορφή (π.χ. μουσική, λογοτεχνία κ.λπ.). Έτσι παρέχει ένα πλαίσιο ζωής/διαβίωσης στο παρόν από το παρελθόν και για το μέλλον. Εάν το φυσικό περιβάλλον είναι το πρώτο λίκνο που συντήρησε και καλλιέργησε τους ανθρώπους, τότε ο πολιτισμός είναι το δεύτερο με το οποίο ολόκληρη η πνευματική ζωή των ανθρώπων σχηματίστηκε, γαλουχήθηκε και δημιουργήθηκε. Με τον τρόπο αυτό πολλές επιθυμίες δημιουργήθηκαν και ικανοποιήθηκαν, όπως και αυτές για αναζήτηση του νέου, του διαφορετικού από την καθημερινή ζωή, επιθυμίες που άλλωστε είναι από τους κύριους λόγους γένεσης και ανάπτυξης του τουρισμού (Βερνίκος et. al., 2005).

Ο πολιτιστικός τουρισμός, με τις ιστορικές του ρίζες στο Grand Tour, που ξεκίνησε τον 16ο αιώνα στη Βρετανία, θεωρείται η αρχική μορφή τουρισμού. Ο όρος «πολιτιστικός τουρισμός» αναφέρεται κυρίως στην εμπειρία και κατανάλωση ενός ευρέος φάσματος πολιτιστικών εκδηλώσεων, όπως η κληρονομιά, η τέχνη και η λαογραφία, από τους τουρίστες. Μπορεί να θεωρηθεί ως μια κοινωνικοπολιτισμική σχέση μεταξύ ανθρώπων, η οποία προωθείται, συντονίζεται και διαμεσολαβείται από διάφορους φορείς, όπως σχεδιαστές, πολιτικούς, ερευνητές, επαγγελματίες μάρκετινγκ και ταξιδιωτικά γραφεία. Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μια συνάντηση μεταξύ κοινωνικών συστημάτων και πολιτισμών, επιφέροντας αλλαγές και στα δύο. Ως κοινωνική πρακτική, αναδομεί ή κατασκευάζει ταυτότητες, όπως η εθνική ταυτότητα, οι κοινωνικές ταυτότητες και ο διεθνισμός, συμβάλλοντας τελικά στην παγκοσμιοποίηση και τη διαμόρφωση ενός παγκοσμιοποιημένου κόσμου (Mousavi et al., 2016).

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μια από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες αγορές παγκοσμίως και έχει καταστεί κεντρικό στοιχείο του τουριστικού συστήματος. Η αυξανόμενη χρήση του πολιτισμού στην προώθηση προορισμών δημιουργεί την ανάγκη

για διαφοροποίηση και ενίσχυση των τοπικών ταυτοτήτων και εικόνων. Μέσω της ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού, οι πόλεις μπορούν να αυξήσουν την ελκυστικότητά τους, να προσελκύσουν επενδύσεις και να δημιουργήσουν εναλλακτικές πηγές εσόδων, ιδιαίτερα σε περιοχές όπου οι παραδοσιακές βιομηχανίες έχουν υποχωρήσει. Η Ευρώπη, από τη δεκαετία του 1970, πρωτοπορεί στην ανάπτυξη στρατηγικών που αξιοποιούν τον πολιτισμό, τον τουρισμό και τις δημιουργικές βιομηχανίες, αναδεικνύοντας τον πολιτιστικό τουρισμό ως σημαντικό μοχλό ανάπτυξης (Liu, 2012).

Σύμφωνα με το United Nations Tourism, πολιτιστικός τουρισμός είναι: «Ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας στην οποία το βασικό κίνητρο του επισκέπτη είναι να μάθει, να ανακαλύψει, να βιώσει και να καταναλώσει τα απτά και άυλα πολιτιστικά αξιοθέατα/προϊόντα σε έναν τουριστικό προορισμό. Αυτά τα αξιοθέατα/προϊόντα σχετίζονται με ένα σύνολο διακριτικών υλικών, πνευματικών και συναισθηματικών χαρακτηριστικών μιας κοινωνίας που περιλαμβάνει τέχνες και αρχιτεκτονική, ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, γαστρονομία, λογοτεχνία, μουσική, δημιουργικές βιομηχανίες και τους ζωντανούς πολιτισμούς με τον τρόπο ζωής, τα συστήματα αξιών, τις πεποιθήσεις και παραδόσεις τους» (United Nations Tourism, 2019a).

Σύμφωνα με τη Διεθνή Επιστημονική Επιτροπή για τον Πολιτιστικό Τουρισμό (International Scientific Committee on Cultural Tourism), ο πολιτιστικός τουρισμός ορίζεται «ως η δραστηριότητα που δίνει τη δυνατότητα στους ανθρώπους να βιώσουν τους διαφορετικούς τρόπους ζωής των άλλων ανθρώπων, κατανοώντας από πρώτο χέρι τα έθιμα, τις παραδόσεις, το φυσικό περιβάλλον, τις πνευματικές ιδέες και εκείνα τα μέρη αρχιτεκτονικής, ιστορικής, αρχαιολογικής ή άλλης πολιτιστικής σημασίας που παραμένουν από παλαιότερες εποχές. Ο πολιτιστικός τουρισμός διαφέρει από τον τουρισμό αναψυχής στο ότι επιδιώκει να κατανοήσει ή να εκτιμήσει τη φύση του τόπου που επισκέπτεται ο τουρίστας» (Kajzar, 2014).

Ο Richards (1996), προτείνει έναν διπλό ορισμό για τον πολιτιστικό τουρισμό: Εννοιολογικός ορισμός: «Η μετακίνηση ατόμων σε πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από τον συνήθη τόπο διαμονής τους, με σκοπό τη συλλογή νέων πληροφοριών και εμπειριών για την ικανοποίηση των πολιτιστικών τους αναγκών».

Τεχνικός ορισμός: «Όλες οι μετακινήσεις ατόμων σε συγκεκριμένα πολιτιστικά αξιοθέατα, όπως μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς, καλλιτεχνικές και πολιτιστικές

εκδηλώσεις, τέχνες και θεατρικά έργα εκτός του συνήθους τόπου διαμονής τους» (όπως στο Bachleitner & Zins, 1999).

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μία από τις πιο δημοφιλείς μορφές τουρισμού, με το ενδιαφέρον γι' αυτόν να αυξάνεται ταχύτερα από άλλες μορφές. Ο ρυθμός ανάπτυξης του ξεπερνά ακόμη και την ανάπτυξη του παγκόσμιου τουρισμού. Οι τέχνες, ο πολιτισμός και οι πολιτιστικές δραστηριότητες προσελκύουν όλο και περισσότερους επισκέπτες. Οι τυπικοί πολιτιστικοί τουρίστες είναι άτομα ηλικίας 45-60 ετών, συνήθως με υψηλότερα εισοδήματα και εκπαίδευση, που είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα για τα ταξίδια τους. Είναι εκλεπτυσμένοι άνθρωποι που αναζητούν νέες εμπειρίες και προορισμούς (Zedková & Kajzar, 2013).

Τα χαρακτηριστικά και οι συμπεριφορές των πολιτιστικών τουριστών είναι βασικό ζήτημα από την άποψη της τουριστικής ζήτησης. Οι τουρίστες που ασχολούνται με τον πολιτιστικό τουρισμό συνήθως έχουν υψηλότερα εισοδήματα, υψηλότερα επίπεδα εκπαίδευσης και καλύτερη πολιτιστική και αισθητική γνώση. Με άλλα λόγια, τα αξιοθέατα του πολιτιστικού τουρισμού τείνουν να προσελκύουν άτομα με υψηλότερη κοινωνικοοικονομική θέση (Su et al., 2019).

Καταλήγοντας, επισημαίνεται ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αναφέρεται τόσο στην επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία, μουσεία κ.λπ., όπως επίσης και στην «παρακολούθηση» των στοιχείων που συνθέτουν την κουλτούρα μιας κοινωνίας/ενός τόπου, όπως παραδοσιακοί χοροί, φεστιβάλ κ.λπ. Είναι ο τουρισμός που αφορά την αναζήτηση γνώσης για την ιστορία, τα ήθη και τα έθιμα ενός τόπου (μνημεία, μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι, τελετουργίες, χοροί, τοπική κουζίνα), ενώ επιπλέον ο λόγος του ταξιδιού αφορά ακριβώς τις παραπάνω δραστηριότητες.

Είναι σημαντικό να αναγνωριστεί ότι ο τουρισμός θεωρείται γενικά μια πολιτισμική δραστηριότητα, η οποία λειτουργεί ως ιδεολογικό πλαίσιο για την ιστορία, το φυσικό περιβάλλον και τις παραδόσεις ενός τόπου. Ωστόσο, αυτό το πλαίσιο έχει τη δύναμη και τη δυνατότητα να επαναπροσδιορίσει και να αναμορφώσει τον πολιτισμό και τη φύση μιας περιοχής, προκειμένου να εξυπηρετήσει τις ανάγκες του τουρισμού. Γι' αυτό, η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να σχεδιάζεται με προσοχή, ώστε να μην αλλοιώνει τις αυθεντικές «ιδιότητες» που αρχικά προσελκύουν τους επισκέπτες. Δεδομένου ότι δεν είναι όλες οι μορφές και δραστηριότητες του πολιτιστικού τουρισμού ωφέλιμες, είναι

απαραίτητο να γίνονται εκτιμήσεις επιπτώσεων, με στόχο την ελαχιστοποίηση των αρνητικών συνεπειών (Βερνίκος et. al., 2005).

2.5.1 Είδη και πόροι του Πολιτιστικού τουρισμού

Υπάρχουν διάφορα είδη πολιτιστικού τουρισμού, όπως:

1. Τουρισμός Πολιτιστικής Κληρονομιάς και Ιστορίας
2. Μουσειακός τουρισμός
3. Αρχαιολογικός τουρισμός
4. Εκπαιδευτικός πολιτιστικός τουρισμός
5. Πολιτιστικός Τουρισμός Θρησκευτικής Κληρονομιάς
6. Λαογραφικός τουρισμός
7. Εθνοτικός τουρισμός
8. Τουρισμός εκδηλώσεων και φεστιβάλ
9. Οικολογικός πολιτιστικός τουρισμός
10. Πολιτιστικός τουρισμός σε αγροτικά περιβάλλοντα
11. Πολιτιστικός τουρισμός πόλεων
12. Πολιτιστικές θεματικές διαδρομές
13. Δημιουργικός τουρισμός (Olson , 2015 ; Merciu et al., 2018)

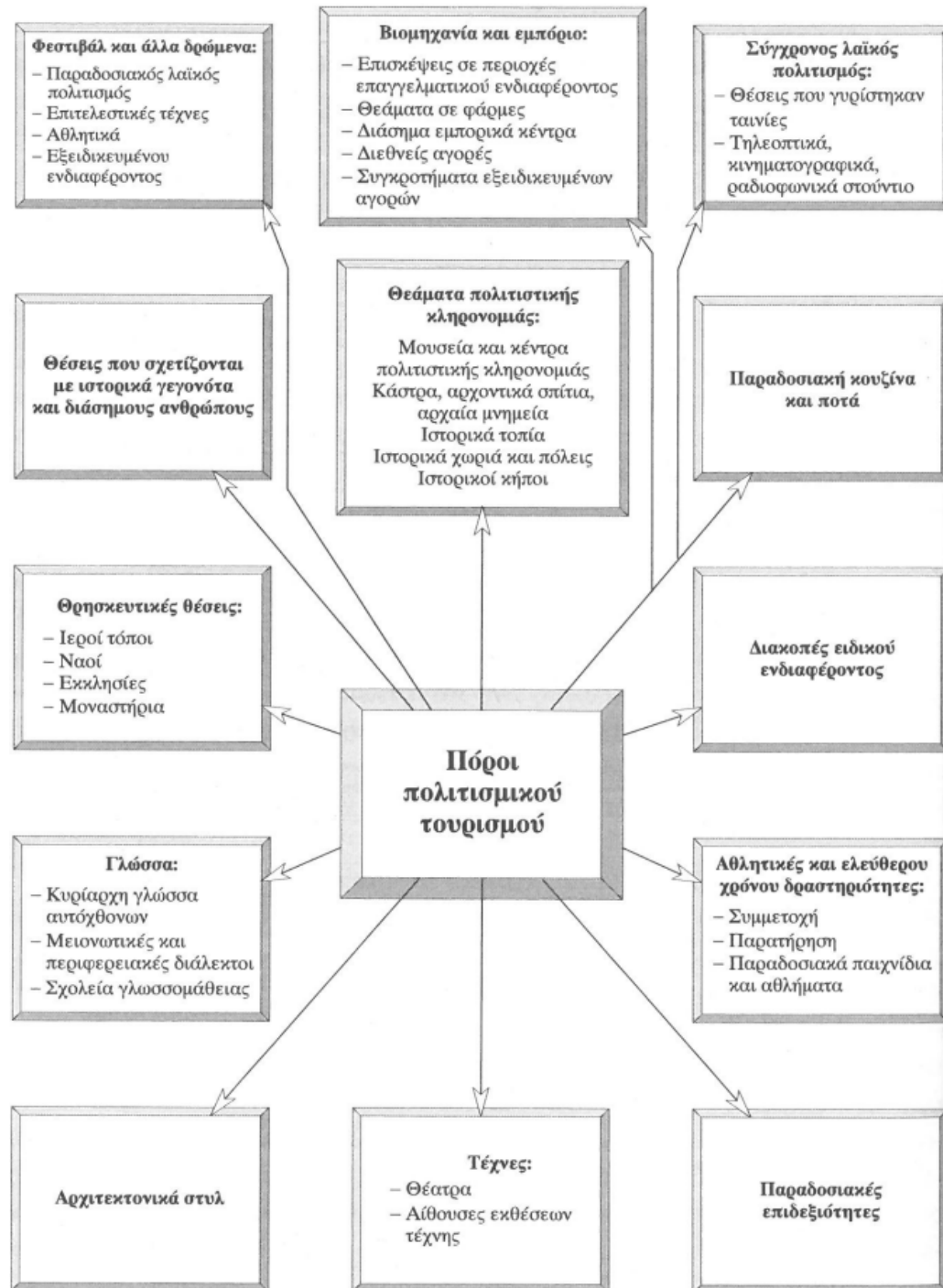
Ο δημιουργικός τουρισμός θεωρείται μια νέα μορφή πολιτιστικού τουρισμού που περιλαμβάνει την εμπειρία, τη συμμετοχή και την μάθηση. Ενώ ο παραδοσιακός πολιτιστικός τουρισμός βασίζεται στην προβολή, τη θέαση και τον στοχασμό (π.χ. επίσκεψη σε μουσεία, γκαλερί τέχνης, συναυλίες, παραστάσεις μπαλέτου κ.λπ.) (Merciu et al., 2018).

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελείται από πολλούς πόρους, όπως φαίνεται στην εικόνα 2.3. Οι αυθεντικοί πολιτιστικοί πόροι μπορούν να οριστούν ως τοποθεσίες, υπηρεσίες ή εκδηλώσεις που αντικατοπτρίζουν τοπική, περιφερειακή ή εθνική κληρονομιά. Τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά που πρέπει να διατηρεί ο πολιτιστικός πόρος, σχετίζονται με την ιστορική του ταυτότητα ή τη σχέση του με την πολιτιστική παράδοση. Η αξιολόγηση των πολιτιστικών πόρων ως προς τη σημασία και την αυθεντικότητα είναι το πρώτο βήμα για την ανάπτυξη ενός προγράμματος πολιτιστικού τουρισμού. Οι κοινότητες με αυθεντικούς πολιτιστικούς πόρους μπορούν να ωφεληθούν με τη σωστή διαχείριση αυτών των πόρων. Για παράδειγμα, ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να:

- Παρέχει ένα όχημα για πολιτιστική ανταλλαγή και κατανόηση.

- Ενθαρρύνει τις προσπάθειες διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Αναζωογονήσει τις παραδοσιακές οικοδομικές και βιοτεχνικές βιομηχανίες.
- Δημιουργήσει οικονομική δραστηριότητα και τοπική ή περιφερειακή ανάπτυξη.
- Ενισχύσει την συνοχή της κοινότητας και την υπερηφάνεια για την πολιτιστική ταυτότητα (Lord, 2002).

Εικόνα 2.3: Πόροι του Πολιτιστικού τουρισμού



Πηγή: (Pavlogeorgatos & Constantoglou, 2004)

2.6 Ο ρόλος του πολιτισμού στην ανάπτυξη των πόλεων

Κατά την περίοδο 1950-1975, η οικονομία στην Ευρώπη χαρακτηριζόταν από μαζική παραγωγή και καπιταλισμό, με το φορντικό μοντέλο παραγωγής να κυριαρχεί. Η οικονομία ήταν μεταποιητική βιομηχανική, περιλαμβάνοντας βαριά μηχανήματα, εργοστάσια και μεγάλο αριθμό προσωπικού. Μετά την κρίση του πετρελαίου το 1973, πολλές βιομηχανικές περιοχές στην Ευρώπη έχασαν την οικονομική τους ισχύ, οδηγώντας σε μια περίοδο αποβιομηχάνισης. Την ίδια στιγμή, υπήρξε ραγδαία ανάπτυξη του τριτογενούς τομέα της τεχνολογίας και η οικονομία μετατοπίστηκε από τη μεταποίηση στις υπηρεσίες.

Μετά το 1985 και την είσοδο των τριών χωρών της νότιας Ευρώπης (Ελλάδα, Ισπανία, Πορτογαλία), στην τότε ΕΟΚ, και μετά το 1989 με την πτώση του τείχους και τη διάλυση της Σοβιετικής Ένωσης, οι χώρες της Βαλτικής (Εσθονία, Λετονία, Λιθουανία) απέκτησαν ανεξαρτησία. Οι χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης αντιμετώπισαν οικονομική κρίση, ενώ σχεδόν όλες οι χώρες της Κεντροανατολικής Ευρώπης διεκδίκησαν την είσοδό τους στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Από το 1990 μέχρι το 2004, σημειώθηκε η μεγαλύτερη ευρωπαϊκή διεύρυνση, αλλάζοντας το προφίλ της ανάπτυξης. Ο προσανατολισμός στράφηκε στους ποιοτικούς παράγοντες και χαρακτηριστικά, με έμφαση στον άνθρωπο. Οι χώρες στράφηκαν σε ποιοτικές μορφές τουριστικής ανάπτυξης, με βασικό απόθεμα τον πολιτισμό, και η ΕΕ εστίασε στον άνθρωπο, ο οποίος απέκτησε μεγαλύτερη αξία και περισσότερες δεξιότητες (Patel, 2013).

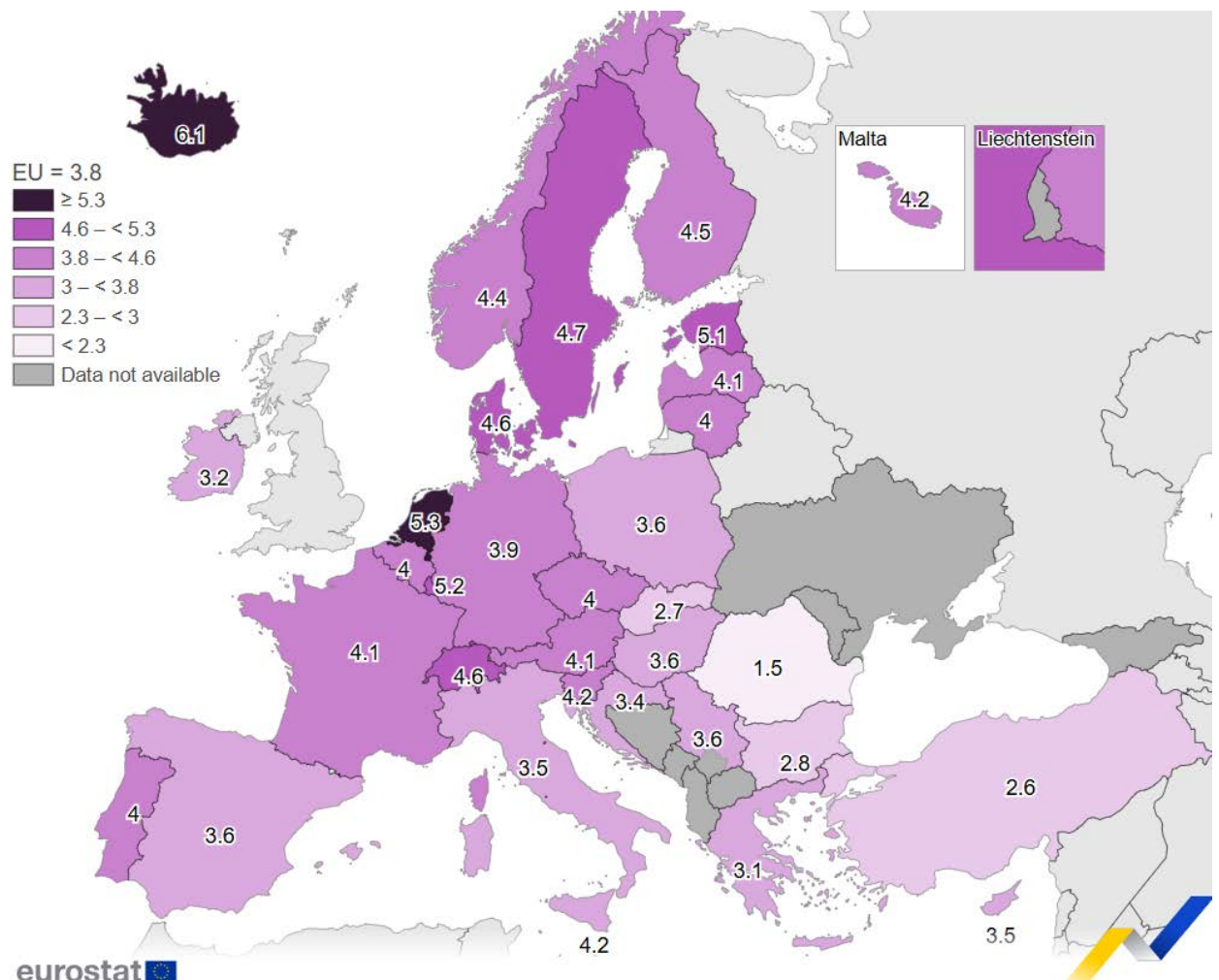
Επομένως, ο ρόλος του πολιτισμού στην ανάπτυξη των πόλεων άρχισε να αναγνωρίζεται ιδιαίτερα από τη δεκαετία του 1980 και μετά, όταν πολλές ευρωπαϊκές πόλεις υπέφεραν από την κρίση και άρχισαν να αναζητούν τρόπους για να προσελκύσουν νέες επιχειρήσεις και να δημιουργήσουν νέα έσοδα. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, οι ευρωπαϊκές πόλεις άρχισαν να βλέπουν τον πολιτισμό ως έναν σημαντικό παράγοντα για την οικονομική και κοινωνική τους ανάπτυξη. Η πολιτιστική κληρονομιά και οι δημιουργικές βιομηχανίες άρχισαν να θεωρούνται ζωτικά στοιχεία για την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, την προσέλκυση τουριστών και την ενδυνάμωση της τοπικής ταυτότητας.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, ειδικότερα, έχει υποστηρίξει ενεργά την ενσωμάτωση του πολιτισμού στις στρατηγικές περιφερειακής ανάπτυξης. Μέσω διαφόρων προγραμμάτων χρηματοδότησης, όπως τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία, έχει

προωθήσει την πολιτιστική αναγέννηση των πόλεων και την προσαρμοστική επαναχρησιμοποίηση κτιρίων πολιτιστικής κληρονομιάς.

Από το 1985, το πρόγραμμα «Πολιτιστικές Πρωτεύουσες της Ευρώπης» προβάλλει τον πλούτο των ευρωπαϊκών πολιτισμών και ενσωματώνει τον πολιτισμό σε μακροπρόθεσμα αναπτυξιακά έργα, συμβάλλοντας στη βιώσιμη ανάπτυξη των πόλεων. Το πρόγραμμα Interreg, συγχρηματοδοτούμενο από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ), έχει υποστηρίξει πάνω από 4.000 έργα πολιτιστικής κληρονομιάς και τεχνών με χρηματοδότηση άνω του 1 δισεκατομμυρίου ευρώ την περίοδο 2014-2020 (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2021).

Εικόνα 2.4: Πολιτιστική απασχόληση, 2023 (% της συνολικής απασχόλησης)



Πηγή: (Eurostat, 2024)

Ο πολιτισμός αποτελεί κινητήρια δύναμη της αστικής ανάπτυξης, ιδιαίτερα μέσω της αναγέννησης των πόλεων. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει αναγνωρίσει τον πολιτισμό και τους διάφορους τομείς της πολιτιστικής βιομηχανίας ως σημαντική οικονομική και

κοινωνική δύναμη στην Ευρώπη. Το 2023, ο πολιτιστικός τομέας στην Ευρωπαϊκή Ένωση απασχολούσε περίπου 7,8 εκατομμύρια ανθρώπους, δηλαδή το 3,8% της συνολικής απασχόλησης (εικόνα 2.4). Αυτό αναδεικνύει τον καθοριστικό ρόλο του πολιτισμού στην ευρωπαϊκή αγορά εργασίας (Borg & Russo, 2005 ; Eurostat, 2024).

Πάνω από το 80% της παγκόσμιας οικονομίας παράγεται στις πόλεις. Η πολιτιστική οικονομία των πόλεων περιλαμβάνει μουσεία, μεγάλες πολιτιστικές βιομηχανίες όπως ο κινηματογράφος και η μουσική, καθώς και μικρότερες παραδοσιακές τέχνες και παραστάσεις. Σύμφωνα με την Unesco, έως και το 13% της απασχόλησης στις δημιουργικές βιομηχανίες συγκεντρώνεται σε μεγάλες πόλεις παγκοσμίως. Πριν από την πανδημία Covid-19, ο δημιουργικός τομέας συνεισέφερε ετήσια παγκόσμια έσοδα περίπου 2,25 τρισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ (3% του παγκόσμιου ΑΕΠ) και απασχολούσε περισσότερους νέους από οποιονδήποτε άλλο τομέα. Ο πολιτιστικός τουρισμός, που αντιπροσωπεύει περίπου το 40% του συνολικού τουρισμού, είναι επίσης βασικό στοιχείο των αστικών οικονομιών.

Η διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι στρατηγική προτεραιότητα για πολλές μικρές και μεσαίες πόλεις, ιδιαίτερα στις αναπτυσσόμενες χώρες, όπου οι δραστηριότητες που σχετίζονται με την κληρονομιά αντιπροσωπεύουν μεγάλο μέρος των οικονομικών ροών και των τοπικών θέσεων εργασίας. Οι τοπικές στρατηγικές τουρισμού έχουν επεκταθεί για να περιλαμβάνουν όχι μόνο μνημεία και μουσεία, αλλά και άυλη πολιτιστική κληρονομιά, όπως η κουζίνα, οι χειροτεχνίες, τα φεστιβάλ και οι παραστατικές τέχνες.

Επίσης, οι αστικές πολιτιστικές υποδομές, όπως τα μουσεία και οι χώροι πολιτιστικής κληρονομιάς, λειτουργούν ως δημόσιοι χώροι για διαπολιτισμικό διάλογο και ανταλλαγή γνώσεων. Συμβάλλουν στην κοινωνική συνοχή και την αμοιβαία κατανόηση μέσω της εκτίμησης της πολιτιστικής ποικιλομορφίας. Οι διαδικασίες διατήρησης της κληρονομιάς προάγουν τον διάλογο και την ένταξη διαφορετικών αστικών κοινοτήτων ή κοινωνικών ομάδων, βοηθώντας στην οικοδόμηση συναίνεσης για την αξία της κοινής κληρονομιάς και δημιουργώντας ένα αίσθημα του ανήκειν με σεβασμό στη διαφορετικότητα (Unesco, 2021a).

Η παγκόσμια αγορά τουρισμού πολιτιστικής κληρονομιάς εκτιμήθηκε σε 556,96 δισεκατομμύρια δολάρια το 2021 και αναμένεται να αυξηθεί με ετήσιο ρυθμό 3,8% έως το 2030. Η ανάπτυξη αυτή οφείλεται στις κυβερνητικές πρωτοβουλίες για την προώθηση

του πολιτισμού και την αυξανόμενη σημασία που έχει για τα διεθνή ταξίδια ο πολιτισμός. Η πανδημία Covid-19 επηρέασε αρνητικά την αγορά, αλλά αναμένεται ανάκαμψη με αυξημένο ενδιαφέρον για πολιτιστικά ταξίδια. Εξάλλου, περίπου το 40% του παγκόσμιου τουρισμού αφορά πολιτιστικά και ιστορικά ταξίδια (Grand View Research, 2022).

Συμπερασματικά, η πολιτιστική κληρονομιά παίζει καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη των πόλεων, καθώς συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη, την κοινωνική συνοχή και την αστική αναγέννηση. Τα μουσεία, οι χώροι πολιτιστικής κληρονομιάς και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις προσελκύουν τουρίστες, ενισχύοντας την τοπική οικονομία μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας και της αύξησης των εσόδων. Παράλληλα, η διατήρηση και η ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς προάγουν τον διαπολιτισμικό διάλογο και την κοινωνική ένταξη, ενισχύοντας το αίσθημα του ανήκειν και τον σεβασμό στη διαφορετικότητα. Επιπλέον, η ανακαίνιση και η επαναχρησιμοποίηση ιστορικών κτιρίων συμβάλλουν στην αναζωογόνηση των αστικών περιοχών, καθιστώντας τις πιο ελκυστικές για κατοίκους και επενδυτές. Τέλος, η πολιτιστική κληρονομιά ενισχύει την ταυτότητα και τη μοναδικότητα των πόλεων, προωθώντας τη βιώσιμη ανάπτυξη και την καινοτομία (Unesco, 2021a).

2.7 Μουσεία-Ορισμός

Η λέξη «μουσείο» έχει τις ρίζες της στην Αρχαία Ελλάδα, όπου αρχικά αναφερόταν σε χώρους αφιερωμένους στις Μούσες, τις θεές της επιστήμης και των τεχνών. Αυτοί οι χώροι, γνωστοί ως «Ναοί των Μουσών», βρίσκονταν σε διάφορες τοποθεσίες και εξυπηρετούσαν σκοπούς που σχετίζονταν με την μάθηση και τη γνώση. Σταδιακά, ο όρος άρχισε να χρησιμοποιείται για να περιγράψει άλλου τύπου ιδρύματα που ασχολούνταν με την επιστήμη και την εκπαίδευση. Το πρώτο και πιο διάσημο ήταν το μουσείο στην Αλεξάνδρεια της Αιγύπτου, όπου ιδρύθηκε από τον βασιλιά Πτολεμαίο Α' Σωτήρα γύρω στο 300 π.Χ. Το Μουσείο περιλάμβανε τη φημισμένη Μεγάλη Βιβλιοθήκη, η οποία θεωρείται η μεγαλύτερη βιβλιοθήκη του αρχαίου κόσμου. Το μουσείο έπαψε να υπάρχει τον 5ο αιώνα μ.Χ., ως ένα από τα τελευταία παγανιστικά ιδρύματα της αρχαιότητας.

Υπήρχαν αρκετά παρόμοια ιδρύματα στον αρχαίο κόσμο και η ύπαρξή τους βασίστηκε στην πολιτική, κοινωνική, θρησκευτική και οικονομική κατάσταση στον αρχαίο κόσμο. Πολλά από αυτά έπαψαν να υπάρχουν περίπου στην αρχή της Κοινής Εποχής, ενώ άλλα επέζησαν μέχρι τον 4ο και τις αρχές του 5ου αιώνα μ.Χ., όταν ο Χριστιανισμός καθιερώθηκε ως η μοναδική επιτρεπόμενη θρησκεία μετά τα διατάγματα του

αυτοκράτορα Θεοδοσίου Α'. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, πολλοί ναοί και ακαδημίες, οι οποίοι συνδέονταν με τον παγανισμό, είτε να κλείσουν είτε να καταστραφούν, κάτι που οδήγησε στην εξαφάνιση της λέξης «μουσείο» και των παραλλαγών της για αρκετούς αιώνες.

Η λέξη «μουσείο» επανήλθε τον 15ο αιώνα, την εποχή της Αναγέννησης, όταν αναβίωσε το ενδιαφέρον για τον αρχαίο κόσμο και τις ιδέες του. Η πρώτη χρήση της λέξης συνήθως λέγεται ότι είναι για ένα μέρος της συλλογής του Λαυρέντιου των Μεδίκων - Museo dei codici e cimeli artistici (συλλογή χειρογράφων και πολύτιμων λίθων). Η Φλωρεντία φημιζόταν για την επεξεργασία πολύτιμων λίθων και την παραγωγή κοσμημάτων, καμέο και μωσαϊκών, πολλά από τα οποία συλλέχθηκαν από τον Λαυρέντιο των Μεδίκων στο προσωπικό του «μουσείο» (Bukovská et al., 2022).

Μέχρι τον 17ο αιώνα, ο όρος «μουσείο» αναφερόταν σε ιδιωτικές συλλογές, όπως αυτές του Ole Worm στην Κοπεγχάγη και του John Tradescant στο Lambeth. Το 1677, η συλλογή του Tradescant έγινε ιδιοκτησία του Elias Ashmole, και μεταφέρθηκε στο Πανεπιστήμιο της Οξφόρδης σε ένα κτίριο που κατασκευάστηκε ειδικά για αυτήν. Το κτίριο, που άνοιξε το 1683 και ονομάστηκε Μουσείο Ashmolean, θεωρείται το πρώτο δημόσιο μουσείο με αυτή την ονομασία, σηματοδοτώντας τη στιγμή που το «μουσείο» εξελίχθηκε σε θεσμό, και όχι απλώς μια συλλογή αντικειμένων, κάτι που συνεχίστηκε και στους επόμενους αιώνες. Με την πάροδο του χρόνου, άρχισαν να εμφανίζονται νέες μορφές μουσείων που φιλοξενούν διαφορετικούς τύπους τεχνουργημάτων (History of Museums, 2024a).

Η έννοια του μουσείου προσδιορίστηκε αρχικά στις Ηνωμένες Πολιτείες το 1889, από τον Georges Brown Goode, ο οποίος περιγράφει το μουσείο ως «έναν οργανισμό που διαφυλάσσει όσα αντικείμενα απεικονίζουν καλύτερα τα φυσικά φαινόμενα, τις τέχνες και τον πολιτισμό του ανθρώπου με σκοπό τον πλουτισμό των γνώσεων, τον διαφωτισμό και την πολιτισμική του ανύψωση».

Έπειτα το 1973, ο Αμερικανικός Σύνδεσμος Μουσείων θα καθορίσει ότι είναι «ένας οργανωμένος, μόνιμος, μη κερδοσκοπικός οργανισμός, που αποσκοπεί βασικά στην μόρφωση και την καλαισθησία, επανδρωμένος από επαγγελματικό προσωπικό, ο οποίος έχει και χρησιμοποιεί απτά αντικείμενα, τα φροντίζει και τα εκθέτει στο κοινό σύμφωνα με κάποιο συγκεκριμένο πρόγραμμα» (Λυριτζής & Ορφανίδη, 2006).

Το International Council of Museums, ICOM (Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων), σε μια προσπάθεια να ανταποκριθεί στις διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες, έχει αναθεωρήσει τον ορισμό του μουσείου τουλάχιστον δώδεκα φορές στα 76 χρόνια της ύπαρξής του, καταγράφοντας την εξέλιξη του ρόλου και της αποστολής των μουσείων στον σύγχρονο κόσμο (Ros, 2023).

Ο πιο πρόσφατος ορισμός του «μουσείου» από το ICOM διατυπώθηκε το 2022, και είναι ο ακόλουθος: «Το μουσείο είναι ένας μόνιμος μη κερδοσκοπικός οργανισμός, στην υπηρεσία της κοινωνίας, ο οποίος ερευνά, συλλέγει, συντηρεί, ερμηνεύει και εκθέτει τεκμήρια υλικής και άυλης κληρονομιάς. Ανοιχτά και προσβάσιμα στο κοινό, χωρίς αποκλεισμούς, τα μουσεία προάγουν την ποικιλομορφία και την αειφορία. Λειτουργούν και επικοινωνούν με επαγγελματική δεοντολογία και με τη συμμετοχή των κοινοτήτων, προσφέροντας ποικίλες εμπειρίες με σκοπό την εκπαίδευση, την ψυχαγωγία, τον αναστοχασμό και τη διάδοση της γνώσης» (International Council of Museums, 2022).

Ένας άλλος ορισμός είναι αυτός που προτείνει η Davis (2020): «Με τη συλλογή, την έκθεση και την εκπαίδευση, το μουσείο είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός στον οποίο οι άνθρωποι διατηρούν το παρελθόν, διερευνούν το παρόν και προετοιμάζουν το μέλλον» (Davis, 2020).

Σύμφωνα με τον Lewis (2024), μουσείο είναι «ένας οργανισμός αφιερωμένος στη διατήρηση και την ερμηνεία των πρωτογενών υλικών τεκμηρίων της ανθρωπότητας και του περιβάλλοντος» (Lewis, 2024).

Κατά τον Ozoda (2023), το μουσείο είναι «ένα πολιτιστικό-εκπαιδευτικό και επιστημονικό-ερευνητικό ίδρυμα σχεδιασμένο να μελετά, να διατηρεί και να χρησιμοποιεί φυσικά μνημεία, υλικό και πνευματικό πολιτισμό και να εισάγει τους πολίτες στην εθνική και παγκόσμια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά» (Ozoda, 2023).

Τα μουσεία είναι ιδρύματα που αποκτούν, διατηρούν, ερμηνεύουν και εκθέτουν αντικείμενα καλλιτεχνικής, πολιτιστικής, επιστημονικής και ιστορικής σημασίας. Προάγουν μια ολοκληρωμένη προσέγγιση της πολιτιστικής κληρονομιάς και ενισχύουν τους δεσμούς της δημιουργίας και κληρονομιάς. Επίσης, προσφέρουν τη δυνατότητα στο κοινό που τα επισκέπτεται, κυρίως τοπικές κοινότητες και μειονεκτικές ομάδες, να ανακαλύψουν τις ρίζες τους και να γνωρίσουν άλλους πολιτισμούς (Statista, 2023a ; Unesco, 2023).

Τα μουσεία έχουν τη δυνατότητα να διαδραματίσουν πρωταγωνιστικό ρόλο στην ενδυνάμωση της δημιουργικής οικονομίας σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο. Θεωρούνται επίσης ζωντανοί οργανισμοί εντός του κοινωνικού συνόλου και μπορούν να λειτουργήσουν ως ερεθίσματα συζητήσεων, ενθαρρύνοντας τη συμμετοχή του κοινού στην ανάλυση και αντιμετώπιση πολύπλοκων κοινωνικών και πολιτιστικών ζητημάτων (Unesco, 2022b).

Ο σκοπός ενός μουσείου είναι να παρουσιάζει την υλική, πολιτιστική και φυσική κληρονομιά του κόσμου. Για να επιτύχει αυτόν τον σκοπό, το μουσείο πρέπει να επιτελεί διάφορες λειτουργίες, όπως τη συντήρηση, την έρευνα και την επικοινωνία. Η συντήρηση είναι απαραίτητη για τη διατήρηση των συλλογών, η έρευνα αφορά την επιστημονική μελέτη και επιμέλεια αυτών, ενώ η επικοινωνία αναφέρεται στη διάδοση πληροφοριών και στη διεξαγωγή δραστηριοτήτων για το κοινό. Στη σύγχρονη εποχή, το διαδίκτυο και τα κοινωνικά δίκτυα παίζουν καθοριστικό ρόλο στην επικοινωνία και στην ενημέρωση του κοινού σχετικά με τα εκθέματα και τα πολιτιστικά προγράμματα των μουσείων (DeCarli & Christophe, 2012).

Στον 21ο αιώνα, τα μουσεία έχουν να αντιμετωπίσουν μια διπλή πρόκληση προκειμένου να εξυπηρετήσουν αποτελεσματικά το κοινό. Από τη μία πλευρά, χρειάζεται να απευθύνονται σε ένα ευρύτερο και πιο διαφοροποιημένο κοινό, αντανakλώντας τη σύνθετη δημογραφική δομή της σύγχρονης κοινωνίας. Από την άλλη, πρέπει να διασφαλίζουν ότι η αξία της πολιτιστικής κληρονομιάς γίνεται κατανοητή, συμβάλλοντας στην αύξηση του πολιτιστικού κεφαλαίου. Τα μουσεία δεν πρέπει να υπάρχουν μόνο ως θεματοφύλακες, αλλά να λειτουργούν και ως χώροι μάθησης, προσαρμοσμένοι στις διαφορετικές ανάγκες, προσδοκίες και επιθυμίες για πληροφόρηση, κατανόηση και ξεχωριστή εμπειρία των επισκεπτών τους (Cerquetti & Montella, 2015).

Τέλος, διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας. Τα χρήματα που ξοδεύουν οι τουρίστες μέσα και έξω από τα μουσεία είναι σημαντικά για τις τοπικές οικονομίες και ειδικά των δημοφιλών προορισμών. Η ελκυστικότητα των μουσείων συνήθως εξαρτάται από τα εκθέματά τους, την ηλικία, το μέγεθος και τη φήμη τους ως πολιτιστικών προορισμών. (Piekkola et al., 2014).

2.7.1 Η έννοια του Μουσειακού τουρισμού

Στη σημερινή εποχή παρατηρείται το φαινόμενο οι άνθρωποι να αναζητούν όλο και περισσότερο «πολιτιστικές εμπειρίες» και οι τουρίστες να δείχνουν αυξημένο ενδιαφέρον για τρόπους εξερεύνησης και κατανόησης της κουλτούρας του προορισμού τους. Έτσι, τα μουσεία έχουν αποκτήσει μεγαλύτερη σημασία στην προώθηση του τουρισμού, προσφέροντας τόσο εκπαίδευση όσο και ψυχαγωγία στους επισκέπτες.

Τα τελευταία 10-15 χρόνια, υπήρξε σημαντική παγκόσμια αύξηση στην κατασκευή και αναδιαμόρφωση μουσείων, μια τάση που ξεκίνησε τη δεκαετία του 1970 με το Κέντρο Πομπινοπού στο Παρίσι. Εμπνευσμένες από την επιτυχία του, πολλές ευρωπαϊκές πόλεις, όπως το Μπιλμπάο με το Μουσείο Guggenheim και το Λονδίνο με το Tate Modern, ανέπτυξαν νέα μουσεία ή ανακαίνισαν τα υπάρχοντα, όπως το Λούβρο στο Παρίσι. Η τάση αυτή επεκτάθηκε και στις ΗΠΑ, με πάνω από 600 νέα μουσεία να κατασκευάζονται τις δεκαετίες του 1980 και 1990, όπως το Κέντρο Γκέτι στο Λος Άντζελες, ενώ νέα μουσειακά συγκροτήματα συνεχίζουν να αναπτύσσονται παγκοσμίως (Van Aalst & Boogaarts, 2002).

Παράλληλα, τις τελευταίες δεκαετίες τα μουσεία έχουν εξελιχθεί, προσπαθώντας να γίνουν πιο ελκυστικά για τους επισκέπτες, σε αντίθεση με τα παραδοσιακά ιδρύματα που εστιάζουν μόνο στην συλλογή και έκθεση αντικειμένων. Ο σύγχρονος ρόλος των μουσείων είναι πολυδιάστατος και περιλαμβάνει τη χρήση στρατηγικών μάρκετινγκ για την αύξηση του αριθμού των επισκεπτών και την αλλαγή της εικόνας τους από φορείς φύλαξης σε προσανατολισμένα στο κοινό ιδρύματα. Έτσι, τα μουσεία υιοθετούν τεχνικές μάρκετινγκ για να ενισχύσουν την επιτυχία και την απήχυσή τους. Ένας μεγάλος αριθμός επισκέψεων σε μουσεία εξαρτάται από ταξιδιωτικά γραφεία και οργανωμένες πολιτιστικές επισκέψεις. Συνεπώς, για να προσελκύσουν επισκέπτες, τα μουσεία συνεργάζονται με τουριστικά γραφεία και τη βιομηχανία φιλοξενίας (Mavragani, 2015).

Ο μουσειακός τουρισμός είναι ένας ειδικός τύπος τουρισμού, που χαρακτηριστικό του γνώρισμα είναι η αξιοποίηση του τουριστικού δυναμικού των μουσείων και των περιοχών που γειτνιάζουν με αυτά. Η συνεργασία μεταξύ μουσείων και τουρισμού βασίζεται στη δημιουργία ενός δικτύου ιστορικών, πολιτιστικών και φυσικών περιοχών. Η ανάπτυξη αυτών των περιοχών εξασφαλίζεται μέσω της συγκέντρωσης της ιστορικής και πολιτιστικής κληρονομιάς στα μουσεία, η οποία λειτουργεί ως μοχλός κοινωνικο-πολιτιστικής και τουριστικής ανάπτυξης των τοπικών περιοχών. Οι υπεύθυνοι του

μουσειακού τουρισμού έχουν συγκεκριμένα καθήκοντα: να καθορίσουν την τουριστική ταυτότητα του μουσείου, να εξασφαλίσουν μια σταθερή ροή επισκεπτών, να δημιουργήσουν τουριστικά προγράμματα και διαδρομές, να αναπτύξουν διαφημιστικά πακέτα και να βρουν νέες πηγές χρηματοδότησης (Ozoda, 2023).

Ο μουσειακός τουρισμός παρέχει την ευκαιρία για εκμάθηση μοναδικών πολιτισμών και ιστορικών γεγονότων. Τα μουσεία διατηρούν πολιτιστικές αξίες και εκθέματα που αναδεικνύουν την εξέλιξη και την ιστορία εθνών και κοινοτήτων. Ο μουσειακός τουρισμός υποκινείται κυρίως από πολιτιστικά ενδιαφέροντα και πεποιθήσεις. Οι ταξιδιώτες μπορούν να μάθουν για ιστορικά γεγονότα, να γεφυρώσουν το χάσμα μεταξύ παραδοσιακής και σύγχρονης εποχής και να συνδεθούν με την τέχνη και τις ιστορίες του παρελθόντος. Τα μουσεία αποτελούν σημαντικό κομμάτι της τουριστικής βιομηχανίας και λειτουργούν ως αποτελεσματικά μέσα μάθησης. Πολλοί τουρίστες τα επισκέπτονται κάθε χρόνο για να εξερευνήσουν και να μάθουν. Πρόσφατα στοιχεία από το Future Market Insights (FMI), δείχνουν ότι η αξία της παγκόσμιας αγοράς του μουσειακού τουρισμού εκτιμάται στα 25,2 δισεκατομμύρια δολάρια για το 2023. Η FMI προβλέπει ότι η παγκόσμια δραστηριότητα του μουσειακού τουρισμού θα αναπτύσσεται με ετήσιο ρυθμό 11,5% από το 2023 έως το 2033, με την συνολική αγοραία αξία να αναμένεται να φτάσει τα 74,8 δισεκατομμύρια δολάρια έως το 2033 (Saha, 2023).

Επίσης, ο μουσειακός τουρισμός αποτελεί μια εξειδικευμένη δραστηριότητα των μουσείων στον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού, περιλαμβάνοντας την παραγωγή και πώληση διαφόρων τουριστικών προϊόντων μουσειακής φύσης. Αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν τη δημιουργία εκθέσεων, την οργάνωση εσωτερικών και εξωτερικών εκδρομών, καθώς και τη λειτουργία μουσειακών καταστημάτων. Αυτή η μορφή τουρισμού εμφανίστηκε σχετικά πρόσφατα, τη δεκαετία του 1970 στη Δύση και στα μέσα της δεκαετίας του 1990 στη Ρωσία, όταν τα μουσεία άρχισαν να αναζητούν νέους τρόπους ανάπτυξης και χρηματοδότησης. Η αναζωπύρωση του ενδιαφέροντος για την επίσκεψη μουσείων από τους τουρίστες οφείλεται στην αλλαγή του εξωτερικού και εσωτερικού τους χώρου, με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών. Σήμερα, τα μουσεία λειτουργούν σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον αγοράς, όπου το μουσειακό προϊόν αποτελεί μέρος της οικονομίας των υπηρεσιών (Ozoda, 2023).

Ο μουσειακός τουρισμός είναι μια κατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού και του τουρισμού κληρονομιάς, και συνδέεται όλο και περισσότερο με τις «μουσειακές εμπειρίες». Δηλαδή, δεν περιορίζεται μόνο στην παροχή πληροφοριών και γνώσεων,

αλλά περιλαμβάνει και συναισθηματικές εμπειρίες. Οι επισκέπτες προσπαθούν να μάθουν και να πειραματιστούν με διάφορους τρόπους μάθησης, εμπλουτίζοντας τις γνώσεις τους και βιώνοντας νέες εμπειρίες. Αυτή η μορφή τουρισμού είναι αναπόσπαστο μέρος του πολιτιστικού τουρισμού και περιλαμβάνει τις επισκέψεις των τουριστών στα μουσεία. Οι λειτουργίες, οι στόχοι και το αντικείμενο του μουσείου, οι πολιτικές προβολής, τα μουσειακά προγράμματα, καθώς και η συμβολή της μουσειακής δραστηριότητας στην οικονομία μιας περιοχής, αποτελούν παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν άμεσα τον αριθμό των επισκεπτών και την εικόνα του μουσείου μακροπρόθεσμα.

Ακόμη, ο μουσειακός τουρισμός στοχεύει στη συνεχή αναζωογόνηση και προσαρμογή στις απαιτήσεις της αγοράς, διατηρώντας μια ισορροπία μεταξύ πολιτισμού, αναψυχής και αξίας της πολιτιστικής κληρονομιάς. Τα μουσεία οφείλουν να βελτιώνουν τις πολιτιστικές εμπειρίες των επισκεπτών και να διευκολύνουν την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών και δραστηριοτήτων. Ο μουσειακός τουρισμός βασίζεται σε μεγάλα και διάσημα μουσεία που προσελκύουν χιλιάδες και εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο, όπως το Μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι, το Βρετανικό Μουσείο στο Λονδίνο και το Μητροπολιτικό Μουσείο στη Νέα Υόρκη. Εκτός από αυτά, υπάρχουν και σημαντικά μνημεία όπου έζησαν και δημιούργησαν σπουδαίοι καλλιτέχνες και επιστήμονες. Τα μεγάλα μουσεία συγκεντρώνουν εκθέματα μοναδικής αξίας για τον σύγχρονο πολιτισμό. Επίσης, σημαντική θέση έχουν τα υπαίθρια μουσεία, συνήθως εθνογραφικά, που βρίσκονται στα προάστια μεγάλων αστικών κέντρων όπως το Βουκουρέστι, η Αγία Πετρούπολη, το Πεκίνο και το Σίδνεϊ (Bogan et al., 2018).

Ο μουσειακός τουρισμός είναι μέρος του πολιτιστικού-εκπαιδευτικού τουρισμού και περιλαμβάνει επισκέψεις σε μουσεία, ιστορικά κέντρα πόλεων, πολιτιστικά αξιοθέατα και αρχαιολογικές ανασκαφές. Βασίζεται στην προβολή της ιστορίας και του πολιτισμού με ολοκληρωμένο τρόπο, λαμβάνοντας υπόψη τη μοναδικότητα και τη σύνθεση των μουσειακών συλλογών. Οι κύριες διαδικασίες που σχετίζονται με τη δημιουργία μουσειακών και τουριστικών προϊόντων περιλαμβάνουν την ερμηνεία και προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και την ανάπτυξη δημιουργικών λύσεων που προάγουν τη σύνδεση του κοινού με τα μουσειακά εκθέματα, ενισχύοντας παράλληλα την εμπειρία των επισκεπτών και την εμπορική αξία των προϊόντων. Ο μουσειακός τουρισμός συνεργάζεται με μεμονωμένους τουρίστες, μικρές ομάδες ανεξάρτητων ταξιδιωτών και οργανωμένα γκρουπ, χωρίς να εξαρτάται από ταξιδιωτικές εταιρείες. Τα μουσεία

μπορούν να λειτουργούν ως τουριστικοί πράκτορες, οργανώνοντας πολιτιστικά προγράμματα και ψυχαγωγία (σε συνεργασία με άλλους τοπικούς εταίρους, όπως η τοπική κοινότητα και οι δήμοι), ή ως μέρος εξωτερικών πολιτιστικών και τουριστικών προγραμμάτων σε συνεργασία με τουριστικά γραφεία.

Ο μουσειακός τουρισμός συνεργάζεται με τουριστικές εταιρείες για την ανάπτυξη προγραμμάτων ενοποίησης δραστηριοτήτων μουσείων, την υλοποίηση ξεναγήσεων, και την ένταξη πολιτιστικών εκδηλώσεων σε τουριστικά προγράμματα. Επίσης, εισάγει νέες μορφές εξυπηρέτησης όπως το ενιαίο εισιτήριο μουσείου και η κάρτα επισκεπτών πόλης, και χρησιμοποιεί ευέλικτη τιμολογιακή πολιτική. Για παράδειγμα, η κάρτα μουσείου στο Παρίσι (Carte Musees-Monuments) επιτρέπει την επίσκεψη σε 70 μουσεία και ιστορικά μνημεία και πωλείται σε τουριστικά γραφεία, σταθμούς του μετρό, καταστήματα FNAC και τα ίδια τα μουσεία. Η είσοδος στα μουσεία είναι δωρεάν για παιδιά και εφήβους κάτω των 18 ετών (Ozoda, 2023).

Επιπλέον, η νέα εξυπηρέτηση των εικονικών μουσείων αναμένεται να επεκτείνει τη βιομηχανία του μουσειακού τουρισμού, καθώς το ενδιαφέρον για εικονικές εμπειρίες αυξάνεται. Για παράδειγμα, το Μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι συνεργάστηκε με την πλατφόρμα Google Arts & Culture τον Φεβρουάριο του 2023 για να αναπτύξει μια εικονική περιήγηση. Παράλληλα, η Εθνική Πινακοθήκη της Ουάσιγκτον, άρχισε να προσφέρει δωρεάν είσοδο στο μουσείο σε περιορισμένη βάση τον Νοέμβριο του 2022, ως μέρος της νέας καμπάνιας «Art Everywhere», με στόχο να συναρπάσει και να διασκεδάσει επισκέπτες όλων των ηλικιών (Saha, 2023).

Τέλος, τα μουσεία συνεργάζονται στενά με την τουριστική βιομηχανία μέσω της προώθησης, της ανάλυσης προορισμών και της τιμολόγησης. Μέσω αυτής της συνεργασίας, συνδέονται με επιχειρήσεις όπως ξενοδοχεία και τουριστικούς πράκτορες για την προώθηση των προϊόντων τους. Η συγκέντρωση πόρων παίζει σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση της διαφημιστικής προβολής και στην αύξηση της συμμετοχής του κοινού.

Η επωνυμία και η εικόνα μιας περιοχής αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες για την ανάπτυξη του μουσειακού τουρισμού. Για την προσέλκυση επισκεπτών, συχνά δημιουργούνται θρύλοι και αφηγήσεις σχετικά με τα ιστορικά γεγονότα της περιοχής. Η σωστή εφαρμογή του μάρκετινγκ και της διαχείρισης μουσείων μπορεί να αυξήσει την τουριστική ροή, ενισχύοντας την ελκυστικότητα και τη φήμη της περιοχής (Ozoda, 2023).

2.7.2 Κριτήρια κατηγοριοποίησης των μουσείων

Υπάρχουν διάφορα είδη και τύποι μουσείων, που μπορούν να ταξινομηθούν σύμφωνα με έξι διαφορετικά κριτήρια, τα οποία είναι:

- Περιεχόμενο: Τα μουσεία μπορεί να περιέχουν τέχνη, ιστορικά και επιστημονικά αντικείμενα και πολλά άλλα εκθέματα γενικού και συγκεκριμένου ενδιαφέροντος.
- Ιστορική περίοδος: Τα μουσεία μπορούν να ταξινομηθούν με βάση την χρονική περίοδο που καλύπτουν τα εκθέματά τους. Κάποια μουσεία μπορεί να καλύπτουν ευρύτερες χρονικές περιόδους, ενώ άλλα επικεντρώνονται σε συγκεκριμένες εποχές.
- Μέγεθος: Ορισμένα μουσεία είναι τεράστια και προσελκύουν χιλιάδες επισκέπτες την ημέρα από κοντά και από πολύ μακριά. Άλλα είναι μικρά, έχουν λίγους επισκέπτες, διευθύνονται από ερασιτεχνικό προσωπικό, έχουν περιορισμένο ωράριο και συνήθως έχουν τοπικό ενδιαφέρον.
- Ηλικία: Κάποια μουσεία έχουν μια μακρά και διακεκριμένη ιστορία και συχνά βρίσκονται σε πολύ παλιά διατηρητέα κτίρια, ενώ άλλα είναι νεόδμητα και μπορεί να εντυπωσιάσουν τους επισκέπτες με την μοντέρνα αρχιτεκτονική τους.
- Θεσμική μορφή: Παραδοσιακά τα μουσεία ήταν δημόσια και μπορεί να αποτελούσαν και μέρος της κεντρικής διοίκησης. Όμως, πάντα υπήρχαν και τα ιδιωτικά μουσεία, τα περισσότερα από τα οποία λαμβάνουν κάποια μορφή κρατικής επιχορήγησης, συχνά με τη μορφή συνεισφορών από δωρητές, οι οποίοι μπορούν να διεκδικήσουν φορολογική απαλλαγή.
- Χώρος: Η τοποθεσία και η γεωγραφική εστίαση του μουσείου. Τα μουσεία διαφέρουν ως προς την κλίμακα και τα χαρακτηριστικά τους στον χώρο. Υπάρχουν μουσεία μικρής, μεσαίας και μεγάλης κλίμακας, δηλαδή μουσεία που βρίσκονται σε μικρές πόλεις, κοινότητες και επαρχιακές περιοχές, και εκείνα σε μεγαλύτερες πόλεις, μητροπόλεις και μεγάλες αστικές περιοχές (Frey & Meier, 2003).

2.7.3 Είδη μουσείων ως προς το περιεχόμενο

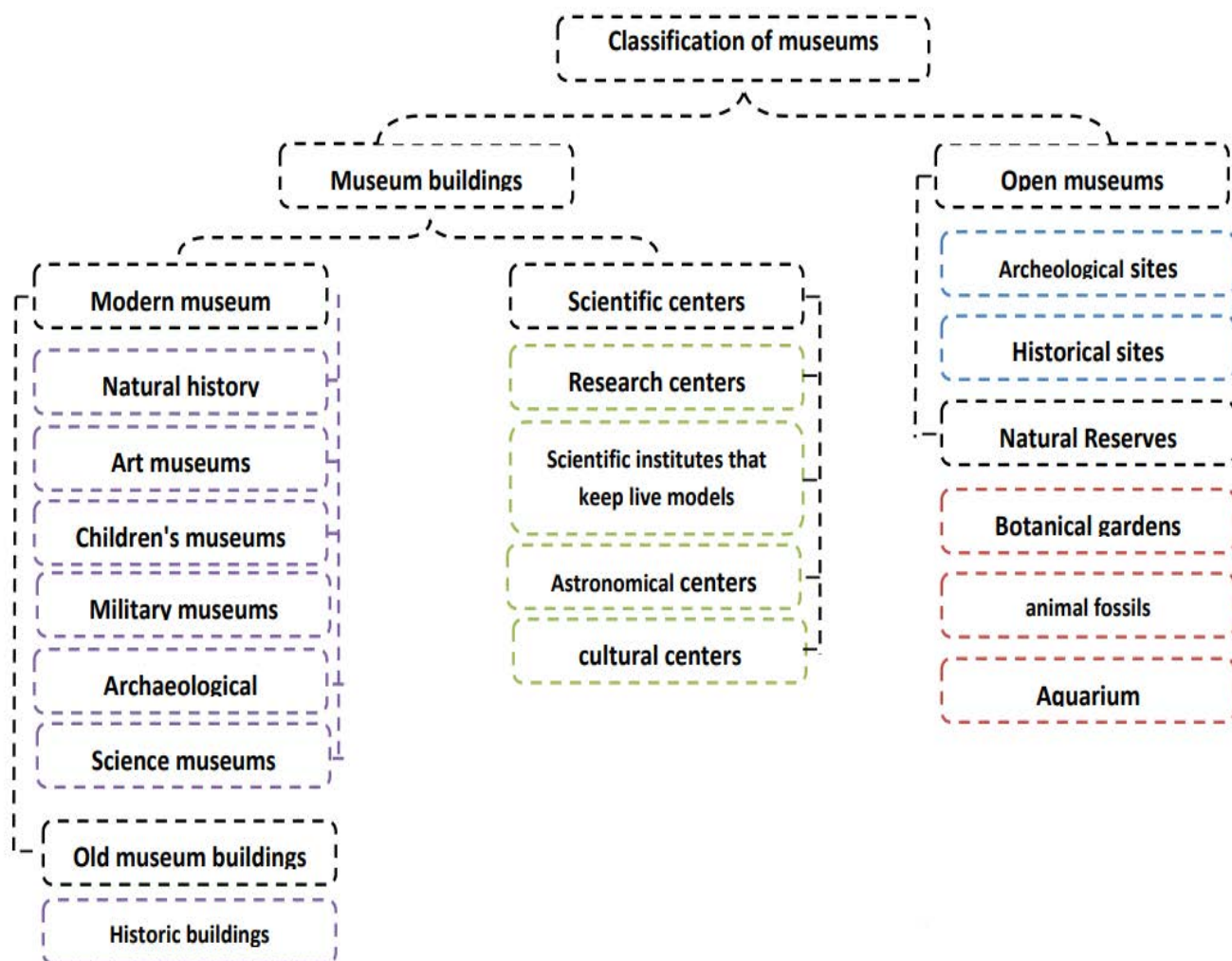
Παρόλο που ορισμένα μουσεία μπορούν να καλύπτουν πολλούς διαφορετικούς τομείς, συχνά επικεντρώνονται σε ένα συγκεκριμένο θέμα, τοποθεσία, ανθρώπους ή χρονική περίοδο. Επίσης, η κατηγοριοποίηση αντικειμένων σε ομάδες ανάλογα με το είδος είναι συνηθισμένη. Το είδος μουσείου ως προς το περιεχόμενο μπορεί να περιλαμβάνει:

Αρχαιολογία, Αρχιτεκτονική, Τέχνη, Μεταφορές, Κοινότητα, Παιδιά, Αγροτική Ζωή, Γαστρονομία, Ιστορικά Σπίτια ή Τοποθεσίες, Περιθωριοποιημένες Ομάδες, Ζωντανή Ιστορία, Ναυτιλία, Επιστήμη, Ιατρική, Στρατιωτική και Πολεμική Ιστορία, Φυσική Ιστορία, Εικονικότητα, Ζωολογικοί και Βοτανικοί Κήποι. Επιπλέον, οι συλλογές που εκτίθενται μπορεί να είναι είτε μόνιμες είτε προσωρινές ειδικές εκθέσεις (Lydia, 2021).

Όπως φαίνεται στην εικόνα 2.5, τα μουσεία μπορούν να ταξινομηθούν σε δύο τύπους:

- (1) Ανοιχτά μουσεία: Αρχαιολογικοί, ιστορικοί και φυσικοί χώροι.
- (2) Κτίρια μουσειακής χρήσης: Επιστημονικά κέντρα, παλιά κτίρια που έχουν μετατραπεί σε μουσεία, και σύγχρονα κτίρια σχεδιασμένα για να λειτουργούν ως μουσεία (Ahmed, 2023).

Εικόνα 2.5: Τύποι μουσείων



Πηγή: (Ahmed, 2023)

Επίσης, υπάρχουν πολλά διαφορετικά είδη μουσείων ανάλογα με το περιεχόμενό τους. Μερικά παραδείγματα περιλαμβάνουν:

1. Μουσεία Τέχνης

2. Μουσεία Ιστορίας

Εικόνα 2.6: Μουσείο του Λούβρου, Παρίσι



Εικόνα 2.7: Βρετανικό Μουσείο, Λονδίνο



Πηγή: (Boston, 2024), διαθέσιμο στην: <https://the-inkline.com/types-of-museums/> [επισκέφθηκα στις 29/09/2024]

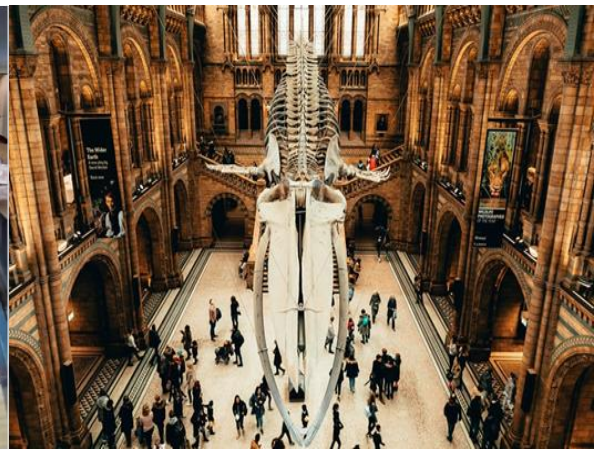
3. Μουσεία Επιστημών

4. Μουσεία Φυσικής Ιστορίας

Εικόνα 2.8: Γερμανικό Μουσείο, Μόναχο



Εικόνα 2.9: Μουσείο Φυσικής Ιστορίας, Λονδίνο



Πηγή: (Boston, 2024)

Πηγή: (Boston, 2024)

5. Μονοθεματικά ή Εξειδικευμένα Μουσεία

6. Αρχαιολογικά μουσεία

Εικόνα 2.10: Διεθνές Μουσείο Κατασκοπείας,
Ουάσιγκτον



Πηγή: (Boston, 2024)

Εικόνα 2.11: Μουσείο Ακρόπολης Αθήνα



Πηγή: (Boston, 2024)

7. Πολεμικά και Στρατιωτικά Μουσεία

8. Ναυτικά μουσεία

Εικόνα 2.12: Αυτοκρατορικό Πολεμικό Μουσείο,
Λονδίνο



Πηγή: (Boston, 2024)

Εικόνα 2.13: Μουσείο Βάσα, Στοκχόλμη



Πηγή: (Boston, 2024)

2.7.4 Τύποι και χαρακτηριστικά μουσείων στο χώρο

Τα μουσεία, ανάλογα με την τοποθεσία τους, διαφέρουν ως προς την κλίμακα, τον σκοπό, το κοινό και τα χαρακτηριστικά. Ακολουθεί μια ανάλυση των τύπων και χαρακτηριστικών των μουσείων μικρής και μεγάλης κλίμακας, δηλαδή των μουσείων που βρίσκονται σε μικρά μέρη (όπως μικρές πόλεις, κοινότητες και χωριά), σε σύγκριση με εκείνα που εδρεύουν σε μεγαλουπόλεις και μεγάλες αστικές περιοχές, με πληθυσμό άνω του ενός εκατομμυρίου. Επίσης, υπάρχουν και μουσεία μεσαίας κλίμακας που βρίσκονται σε πόλεις μεσαίου μεγέθους. Αυτές οι πόλεις έχουν αρκετό πληθυσμό

(300000 έως 1000000), για να υποστηρίξουν πολιτιστικές υποδομές, αλλά δεν διαθέτουν τον κοσμοπολίτικο χαρακτήρα των μεγαλουπόλεων. Ένα παράδειγμα μουσείου μεσαίας κλίμακας αποτελεί το Musée Fabre στη νότια γαλλική πόλη του Μονπελιέ (Πληθυσμός: 302.454). Είναι ένα από τα σημαντικότερα μουσεία τέχνης της Νότιας Γαλλίας, με πλούσιες συλλογές κλασικής και μοντέρνας τέχνης.

Μουσεία μικρής κλίμακας

Τα μουσεία μικρής κλίμακας, που βρίσκονται συχνά σε μικρότερες πόλεις, χωριά ή αγροτικές περιοχές, συνήθως εξυπηρετούν τις τοπικές κοινότητες και επικεντρώνονται στη διατήρηση της τοπικής ιστορίας, του πολιτισμού και της κληρονομιάς. Αυτά τα μουσεία που εστιάζουν στην τοπική πολιτιστική κληρονομιά, έχουν αποκτήσει ολοένα και πιο σημαντική θέση στο σύγχρονο μουσειακό τοπίο. Παρουσιάζουν αντικείμενα από την καθημερινή ζωή, αφηγούνται τοπικές ιστορίες και προβάλλουν τις πεποιθήσεις και την τεχνογνωσία της κοινότητας. Συχνά χαρακτηρίζονται ως «μουσεία ταυτότητας», «εθνογραφικά μουσεία» ή «οικολογικά μουσεία», και διαθέτουν ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Το βασικό τους γνώρισμα είναι η προσέγγιση «από κάτω προς τα πάνω», καθώς τα μουσεία αυτά ανταποκρίνονται στις φιλοδοξίες της κοινότητας, αντιπροσωπεύουν την προσκόλληση των κατοίκων στον τόπο, ενώ ταυτόχρονα εκφράζουν τη θέληση της κοινότητας να επιδιώξει μια ανάπτυξη που επικεντρώνεται στην αξιοποίηση και προστασία της τοπικής κληρονομιάς (Iorio & Wall, 2011).

Τα μουσεία μικρής κλίμακας συνήθως επικεντρώνονται σε μια συγκεκριμένη περιοχή, στα τοπικά έθιμα ή ιστορικά γεγονότα που σχετίζονται με την περιοχή. Συχνά περιλαμβάνουν λαϊκή τέχνη, τοπικά αντικείμενα, γεωργικά εργαλεία ή αναμνηστικά που συνδέονται με την τοπική ταυτότητα. Ειδικότερα, τέτοια μουσεία είναι τα τοπικά λαογραφικά μουσεία, τα οποία διαδραματίζουν αναντικατάστατο ρόλο στην ανάδειξη και διατήρηση της πολιτιστικής ταυτότητας μιας τοπικής κοινωνίας. Το λαογραφικό μουσείο «είναι ένα είδος μουσείων που επικεντρώνεται στο θέμα του λαϊκού πολιτισμού και κληρονομιάς, το οποίο συνδέεται στενά με τις τοπικές κοινωνίες ή συγκεκριμένες ομάδες ανθρώπων». Αυτό το είδος μουσείου εκθέτει συνήθως αντικείμενα που αντικατοπτρίζουν την καθημερινή ζωή των τοπικών κοινωνιών, όπως χειροτεχνίες, κοστούμια, εργαλεία και άλλα. Τα λαογραφικά μουσεία μπορούν να δημιουργηθούν με διάφορες προσεγγίσεις και να παρουσιάζουν περιεχόμενο που εστιάζει σε συγκεκριμένα λαογραφικά θέματα (Xiaoran, 2018).

Ένα παράδειγμα αποτελεί το Λαογραφικό Μουσείο Μακρινίτσας στο Πήλιο, που βρίσκεται πάνω από την κεντρική πλατεία της Μακρινίτσας, ενός από τα πιο γραφικά χωριά του κεντρικού Πηλίου. Το μουσείο στεγάζεται σε ένα αρχοντικό με χαρακτηριστική πηλιορείτικη αρχιτεκτονική, το οποίο χτίστηκε το 1844 και ανήκε στην οικογένεια Τοπάλη. Το 1932, η οικογένεια δώρισε το αρχοντικό στον δήμο Μακρινίτσας για να στεγάσει το Μουσείο Λαϊκής Τέχνης και Ιστορίας Πηλίου.

Εικόνα 2.14: Μουσείο Λαϊκής Τέχνης Πηλίου



Πηγή: διαθέσιμο στην: <https://www.aroundpelion.com/art-folklore-museum> [επισκέφθηκα στις 30/09/2024]

Το μουσείο σήμερα φιλοξενεί μια πλούσια συλλογή με περισσότερα από 1.500 αντικείμενα, όπως παραδοσιακές φορεσιές, παλιές φωτογραφίες, σπάνια χειρόγραφα, ιστορικά κομμάτια, μαγειρικά αγγεία και αντικείμενα καθημερινής χρήσης. Επίσης, οι φωτογραφίες και τα εκθέματα του μουσείου αποτυπώνουν σκηνές από την καθημερινή ζωή στο χωριό, καθώς και την τοπική ιστορία και παραδόσεις (Greeka, 2010).

Επιπλέον, τα μονοθεματικά μουσεία θεωρούνται συνήθως μικρής κλίμακας λόγω της περιορισμένης θεματολογίας τους και του ειδικού κοινού που απευθύνονται. Συχνά βρίσκονται σε μικρές πόλεις ή αγροτικές περιοχές και επικεντρώνονται σε ένα μόνο θέμα, όπως ένα συγκεκριμένο γεγονός, πρόσωπο, τέχνη ή ιστορικό αντικείμενο, γεγονός που περιορίζει το εύρος των εκθεμάτων και της συλλογής τους σε σύγκριση με τα πολυθεματικά ή τα μεγάλης κλίμακας μουσεία.

Για παράδειγμα, ένα μονοθεματικό μουσείο μικρής κλίμακας, αποτελεί το Μουσείο Καπνού της Καβάλας. Στα μέσα του 19ου αιώνα, η Καβάλα, μια μικρή παραθαλάσσια πόλη στη βόρεια Ελλάδα, αναδείχθηκε σε ένα από τα σημαντικότερα κέντρα επεξεργασίας καπνού στα Βαλκάνια. Αυτό προσέλκυσε το εμπορικό ενδιαφέρον της Αυτοκρατορίας των Αψβούργων, της Αγγλίας, της Γαλλίας, της Αιγύπτου και των Ηνωμένων Πολιτειών. Σήμερα, η πόλη φιλοξενεί το Μουσείο Καπνού, το οποίο τιμά αυτή την ιστορία με μια σειρά από εκθέματα και φωτογραφίες που απεικονίζουν το τεχνολογικό και κοινωνικοπολιτικό παρελθόν της πόλης. Το μουσείο παρουσιάζει επίσης την αγροτική κουλτούρα των καπνοκαλλιεργητών και την αστική κουλτούρα των καπνεργατών (Rentetzi, 2009).

Εικόνα 2.15: Μουσείο Καπνού Καβάλας



Πηγή: διαθέσιμο στην: <https://museumfinder.gr/listing/mouseio-kapnou-kavalas/> [επισκέφθηκα στις 30/09/2024]

Το Μουσείο Καπνού είναι στενά συνδεδεμένο με την ιστορία, την κληρονομιά και την ανάπτυξη της Καβάλας. Σκοπός του είναι να διατηρήσει την ιστορία της καπνοκαλλιέργειας στην περιοχή και να ευαισθητοποιήσει το κοινό σχετικά με τη σημασία των οικονομικών, πολιτικών και κοινωνικών επιπτώσεων της καπνοβιομηχανίας στην ιστορία της πόλης. Το μουσείο ωστόσο, αντιμετωπίζει προκλήσεις, όπως μικρό αριθμό επισκεπτών και περιορισμένη χρηματοδότηση και πόρους, γεγονός που δυσκολεύει την ικανότητά του να διατηρεί την τοπική υποστήριξη και να προσελκύει ένα ευρύτερο κοινό (Deffner et al., 2009).

Τέλος, τα μουσεία μικρής κλίμακας είναι συνήθως μικρότερα σε μέγεθος και συλλογές. Επικεντρώνονται στην τοπική ιστορία, παραδόσεις ή συγκεκριμένα θέματα. Το κοινό τους αποτελείται κυρίως από κατοίκους και περιστασιακούς επισκέπτες. Λειτουργούν με μικρότερους προϋπολογισμούς και παίζουν σημαντικό ρόλο στη διατήρηση και προώθηση του τοπικού πολιτισμού, που συχνά παραβλέπεται, σε εθνικό ή παγκόσμιο επίπεδο. Μπορεί να δίνουν έμφαση στη γεωργική ιστορία, τις αρχαίες τέχνες ή την τοπική λαογραφία, και επικεντρώνονται στη διαφύλαξη της τοπικής κληρονομιάς και στην ενίσχυση της συμμετοχής της κοινότητας (Vella & Cutajar, 2014 ; Štefan, 2023).

Επίσης, διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο, ιδιαίτερα σε περιοχές που αντιμετωπίζουν ταχεία ερήμωση ή κοινωνική παρακμή. Στην Αρμούνγκια για παράδειγμα, έναν μικρό δήμο στη Σαρδηνία με πληθυσμό που έχει μειωθεί σε λιγότερους από 500 κατοίκους και χάνει περίπου δέκα κατοίκους ετησίως την τελευταία δεκαπενταετία, τρία μικρά αλλά δημοφιλή μουσεία συνεχίζουν να λειτουργούν. Αυτά τα τοπικά μουσεία όχι μόνο διατηρούν την πολιτιστική εμπλοκή σε συρρικνούμενες κοινότητες, αλλά λειτουργούν και ως σκαλοπάτια στο ευρύτερο εθνικό μουσειακό τοπίο. Φέρνουν την έννοια της εθνικής ταυτότητας σε πιο προσωπικό, τοπικό επίπεδο, αγκυρώνοντας την πολιτιστική κληρονομιά μέσα σε αυτές τις ευάλωτες περιοχές (International Council of Museums, 2017).

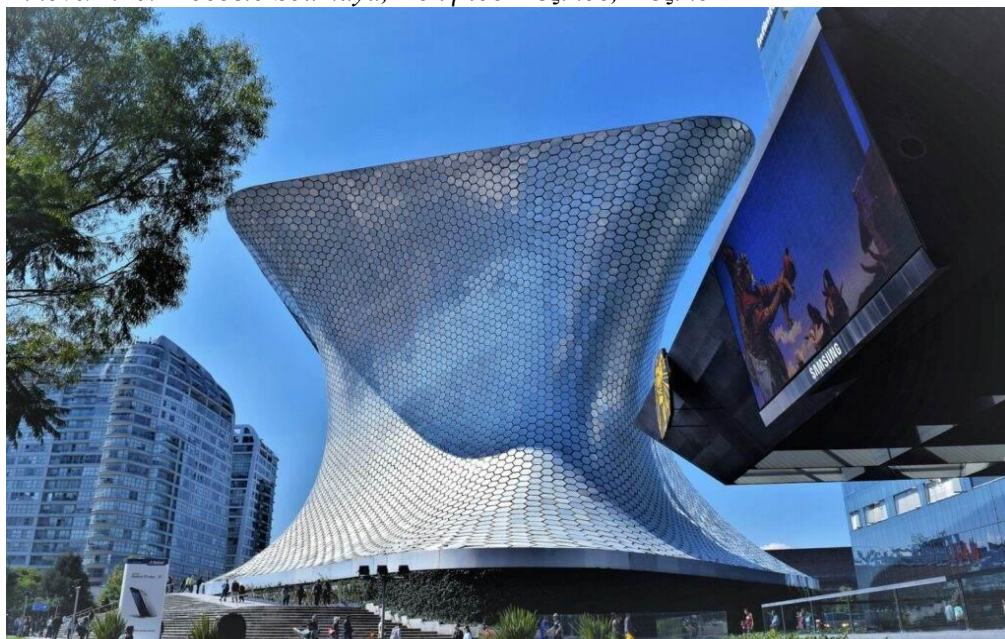
Μουσεία μεγάλης κλίμακας

Τα μουσεία μεγάλης κλίμακας είναι συνήθως μεγάλα μουσεία σε μεγάλες πόλεις, που ξεχωρίζουν για τις σημαντικές συλλογές και την εντυπωσιακή αρχιτεκτονική τους (Rebecca, 2015). Έχουν οικουμενικό χαρακτήρα, αφού απευθύνονται σε ένα παγκόσμιο κοινό και δεδομένης της ευρείας εμβέλειάς τους, αυτά τα μουσεία αντιπροσωπεύουν συνήθως ένα ευρύ φάσμα πολιτιστικών, ιστορικών και καλλιτεχνικών θεμάτων. Λόγω του μεγαλύτερου πληθυσμού και τουρισμού, τα μουσεία στις μεγαλουπόλεις έχουν υψηλότερη επισκεψιμότητα. Συχνά διαθέτουν ποικίλες μόνιμες συλλογές και σημαντικές προσωρινές εκθέσεις, φιλοξενώντας έργα διάσημων καλλιτεχνών και πολιτιστικά σημαντικά αντικείμενα από όλο τον κόσμο. Αυτά τα μουσεία συνήθως έχουν μεγαλύτερους προϋπολογισμούς, υποστηριζόμενα από την κυβέρνηση, ιδιώτες χορηγούς, διεθνείς συνεργασίες και πολλές πωλήσεις εισιτηρίων. Αυτό τους επιτρέπει να επενδύουν σε προηγμένη τεχνολογία, υψηλής ποιότητας εκθέσεις και ευρεία διαφημιστική προβολή (Frey, 2000 ; Plaza et al., 2021).

Τα πολυθεματικά μουσεία των μεγαλουπόλεων, είναι μεγάλης κλίμακας, καθώς αποτελούν μεγάλα ιδρύματα που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, προσφέροντας πληροφορίες τόσο για τοπικά όσο και για παγκόσμια ζητήματα. Μουσεία όπως το Βρετανικό Μουσείο, το Λούβρο και το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης στη Νέα Υόρκη είναι παραδείγματα αυτής της κατηγορίας, και χαρακτηρίζονται ως «παγκόσμια μουσεία». Αυτά τα ιδρύματα ξεχωρίζουν για τις εκτεταμένες συλλογές τους, που περιλαμβάνουν έργα τέχνης και αντικείμενα από διάφορους πολιτισμούς και χρονικές περιόδους, προσελκύοντας επισκέπτες από όλο τον κόσμο και καλύπτοντας ένα ευρύ φάσμα πολιτιστικών αφηγήσεων και ιστορικών γεγονότων (Ferrovia, 2022).

Σε πολλές μεγάλες πόλεις, υπάρχει πλήθος μουσείων που σχηματίζουν ένα «μουσειακό οικοσύστημα». Το Λονδίνο για παράδειγμα, διαθέτει πάνω από 200 μουσεία, καθιστώντας το την πόλη με τα περισσότερα μουσεία στον κόσμο. Το πιο γνωστό είναι το Βρετανικό Μουσείο, το οποίο φιλοξενεί πάνω από οκτώ εκατομμύρια αντικείμενα από ανατολικούς, αιγυπτιακούς, ελληνικούς, ετρουσκικούς, ρωμαϊκούς, κινεζικούς, ευρωπαϊκούς πολιτισμούς, καθώς και την στήλη της Ροζέτας.

Εικόνα 2.16: Μουσείο Soumaya, Πόλη του Μεξικού, Μεξικό



Πηγή: (Mora, 2022), διαθέσιμο στην: <https://desalas.com/en/and-the-cities-with-the-most-museums-in-the-world-are> [επισκέφθηκα στις 07/10/2024]

Η Πόλη του Μεξικού είναι η δεύτερη πόλη παγκοσμίως με τον μεγαλύτερο αριθμό μουσείων, φιλοξενώντας περίπου 170 μουσεία και 43 γκαλερί. Μερικά από τα πιο σημαντικά ιδρύματα περιλαμβάνουν το Εθνικό Μουσείο Ανθρωπολογίας, το Κάστρο Τσαπουλτεπέκ, το Μουσείο Soumaya, και το Μουσείο Templo Mayor.

Εικόνα 2.17: Μουσείο Ορσέ, Παρίσι



Πηγή: (Mora, 2022)

Το Παρίσι είναι εξίσου διάσημο για την πληθώρα μουσείων που διαθέτει. Το Λούβρο είναι ένα από τα μεγαλύτερα και πιο δημοφιλή μουσεία στον κόσμο, που φιλοξενεί την Μόνα Λίζα και άλλα ανεκτίμητα έργα τέχνης. Άλλα σημαντικά μουσεία στην πόλη περιλαμβάνουν το Μουσείο Ορσέ και το Κέντρο Ζορζ Πομπιντού.

Η Νέα Υόρκη είναι επίσης πόλη-σημείο αναφοράς για τους επισκέπτες των μουσείων. Το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης αποτελεί το εμβληματικό στοιχείο της πόλης, ενώ το Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης, το Αμερικανικό Μουσείο Φυσικής Ιστορίας και το Μουσείο Γκούγκενχαϊμ είναι μερικά από τα πιο διάσημα μουσεία της.

Όλες αυτές οι πόλεις καταγράφονται ως σημαντικοί τόποι μουσείων, προσελκύοντας εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως. Επιπλέον, αυτός ο συνδυασμός της πολλαπλότητας των μουσείων παίζει καθοριστικό ρόλο στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη των πόλεων αυτών (Mora, 2022).

Παράλληλα, σε αυτές τις μεγαλουπόλεις (Λονδίνο, Παρίσι, Νέα Υόρκη, αλλά και Βερολίνο), παρατηρείται η συγκέντρωση μουσείων σε κοντινές τοποθεσίες, που σχηματίζει «museum clusters» (μουσειακά συμπλέγματα), διευκολύνοντας με αυτό τον τρόπο την εύκολη πρόσβαση σε πολλαπλά μουσεία στην ίδια περιοχή. Πολλά συγκροτήματα μουσείων εντάσσονται σε πολυκεντρικά δίκτυα και αναπτύσσονται με εντυπωσιακές αστικές παρεμβάσεις, διαμορφώνοντας την «πόλη των μουσείων», ως πολιτιστικό και εκπαιδευτικό τοπίο στην κλίμακα της πόλης. Η δημιουργία μιας

εκτεταμένης και πολυδιάστατης μουσειακής υποδομής προσδίδει στον πολεοδομικό αντίκτυπο του μουσείου μια νέα διάσταση, λειτουργώντας ως δημιουργός ταυτότητας, δομής και συνοχής της μετα-μητρόπολης. Για παράδειγμα, το Κέντρο Πομπιντού στο Παρίσι και το Γκούγκενχάϊμ της Νέας Υόρκης, δεν είναι απλώς εμβληματικά κτίρια, αλλά και μέρη ενός ευρύτερου μουσειακού συμπλέγματος (Nikolić, 2012).

Τα μουσεία παραδοσιακά τοποθετούνται στις κεντρικές περιοχές των πόλεων, ενισχύοντας τις υπάρχουσες δυναμικές και περιορίζοντας τον αντίκτυπό τους στις περιφερειακές περιοχές. Αν και θεωρητικά τα πολιτιστικά ιδρύματα μπορούν να βρίσκονται οπουδήποτε, τα αστικά κέντρα προσελκύουν τον μεγαλύτερο αριθμό νέων μουσείων λόγω της συγκέντρωσης ποικίλων δραστηριοτήτων σε αυτές τις περιοχές. Οι κεντρικές τοποθεσίες προσφέρουν περισσότερες δυνατότητες συνεργειών με την γύρω περιοχή, καθώς εκεί βρίσκονται οι περισσότερες αγορές, εστιατόρια, χώροι αναψυχής και ερευνητικά κέντρα. Αυτό μπορεί να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες και να ενθαρρύνει τους τουρίστες να παρατείνουν τη διαμονή τους.

Σε αντίθεση με τα κεντρικά μουσεία μεγάλων πόλεων, τα μουσεία που βρίσκονται σε περιφερειακές ή απομονωμένες περιοχές αντιμετωπίζουν προκλήσεις όσον αφορά την προσέλκυση επισκεπτών. Συχνά αναγκάζονται να προσφέρουν συμπληρωματικές δραστηριότητες και υπηρεσίες για να γίνουν πιο ελκυστικά. Για παράδειγμα, το Polo Reale (το Βασιλικό μουσειακό σύμπλεγμα του Τορίνο), το οποίο βρίσκεται σε κεντρικό σημείο, αξιοποιεί την υπάρχουσα πολιτιστική υποδομή για να συντονίσει τα μουσεία της περιοχής, ενώ ο λόφος Montjuïc στη Βαρκελώνη, μια πράσινη περιοχή με δυσκολίες πρόσβασης, πρέπει να αντιμετωπίσει την έλλειψη γύρω παροχών που θα μπορούσαν να ενισχύσουν την επισκεψιμότητα. Τέλος, τα μουσεία που βρίσκονται σε κεντρικές τοποθεσίες τυγχάνουν μεγαλύτερης προβολής και ορατότητας, κάτι που είναι σημαντικό για τους χορηγούς και επενδυτές που επιθυμούν να κάνουν τις επενδύσεις τους κερδοφόρες (Paül i Agustí, 2013).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**Μουσεία και τοπική/τουριστική ανάπτυξη: Προηγούμενες έρευνες****3.1 Τα μουσεία ως συνιστώσα τοπικής ανάπτυξης**

Τα μουσεία δημιουργούν εισόδημα που τονώνει την οικονομική δραστηριότητα που προέρχεται από πολιτιστικό περιεχόμενο και δημιουργούν οικονομικά οφέλη, προσελκύοντας επισκέπτες οι οποίοι καταναλώνουν τοπικά αγαθά και υπηρεσίες. Αποτελούν πόλους έλξης για τουρίστες και πηγές θέσεων εργασίας για κατοίκους της περιοχής. Επιπλέον, ωθούν νέες επιχειρήσεις και άτομα να εγκατασταθούν σε αυτές τις περιοχές.

Η οικονομική σημασία των μουσείων είναι πολύ πιο περίπλοκη από την απλή ικανότητά τους να προσελκύουν επισκέπτες. Παρόλο που τα μουσεία χρησιμοποιούνται ως τα κύρια αξιοθέατα που φέρνουν τουρίστες στις πόλεις, η αξία τους έγκειται στο γεγονός ότι αντικατοπτρίζουν ένα μοναδικό αίσθημα του τόπου και του χρόνου, το οποίο δεν μπορεί να βρεθεί αλλού. Επίσης, βοηθούν στο να διαμορφωθεί το συνολικό τουριστικό προϊόν μιας περιοχής (Deffner & Metaxas, 2003).

Η ύπαρξη ενός μουσείου σε μια πόλη μπορεί να επιφέρει πολλές θετικές συνέπειες, όπως η βελτίωση της εικόνας της πόλης, η αύξηση του αριθμού των επισκεπτών και η δημιουργία μιας αίσθησης ζωντάνιας. Τα οικονομικά οφέλη που απορρέουν από αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν υψηλότερες αποδόσεις ενοικίασης για τα γειτονικά ακίνητα, την ανάπτυξη νέων καταστημάτων, με επακόλουθο τη δημιουργία περισσότερων θέσεων εργασίας, καθώς και τη μείωση της εγκληματικότητας και την αύξηση της ασφάλειας στην περιοχή (Heal et al., 2016).

Εκτός από τη διατήρηση και τη δημιουργία πολιτιστικής αξίας, τα μουσεία συμβάλλουν σημαντικά στην τοπική ανάπτυξη μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας και νέων εσόδων που έχουν σχέση με την οικονομική δυνατότητα των επισκεπτών. Πιο μακροπρόθεσμα οφέλη μπορούν να προκύψουν από τη συνεργασία των μουσείων με τοπικές επιχειρήσεις και υποδομές υποστήριξης επιχειρήσεων που οδηγούν στη διάδοση νέων τεχνολογιών, τη δημιουργία νέων προϊόντων και την υποστήριξη της δημιουργικότητας (OECD, 2019).

Πίνακας 3.1: Οικονομική ανάπτυξη και καινοτομία: Βασικές επιλογές πολιτικής για τις τοπικές κυβερνήσεις και τα μουσεία

POLICY OPTIONS FOR LOCAL GOVERNMENTS	ACTION OPTIONS FOR MUSEUMS
-Coordinate local cultural institutions and tourism offices with museums in order to offer an integrated cultural supply attractive to visitors	-Develop a relevant supply of cultural services inside and outside museums for attracting tourists and local visitors.
-Catalyse partnerships between museums and economic actors (artisans, SMEs, etc.) for economic development	-Become facilitators of knowledge and creativity by creating opportunities for artists, entrepreneurs, designers and craftsman through the display and access to the collections

Πηγή: (OECD, 2019)

Η αποστολή ενός μουσείου είναι επίσης να προάγει τον προβληματισμό και την αυτογνωσία, παρέχοντας ευκαιρίες στο κοινό να μάθει περισσότερα για το περιβάλλον και τον εαυτό του μέσω των μουσειακών εκθεμάτων. Μπορούν να αλλάξουν τον τρόπο σκέψης των ανθρώπων και να αμφισβητήσουν εσφαλμένες αντιλήψεις. Τα μουσεία συμβάλλουν στην προώθηση της κατανόησης του πώς έχουν δημιουργηθεί και εξελιχθεί ιστορικά γεγονότα. Υπό αυτή την έννοια, μπορούν να προωθήσουν μια ευρύτερη κουλτούρα δημιουργικότητας.

Επομένως, τα μουσεία συμβάλλουν στην ανάπτυξη και την αναβάθμιση της γνώσης, σε αυξημένα επίπεδα αυτοπεποίθησης, σε περισσότερο πολιτιστικά συνειδητοποιημένες και ανοιχτές κοινότητες και στη διάχυση της δημιουργικότητας (OECD, 2019).

Τα μουσεία αποτελούν κυρίως πολιτιστικούς προορισμούς, αλλά και ως τουριστικοί προορισμοί έχουν αντίκτυπο στην οικονομική δραστηριότητα των τόπων που βρίσκονται. Το πρωταρχικό γνώρισμα των μουσείων σχετίζεται με τις πολιτιστικές αξίες. Ωστόσο, υπάρχει και μια σύνδεση μεταξύ των μουσειακών δραστηριοτήτων και της δημιουργίας τοπικού τουριστικού εισοδήματος. Αυτή η σύνδεση βασίζεται στο γεγονός ότι οι επισκέψεις στα μουσεία δημιουργούν και οικονομική δραστηριότητα, η οποία σχετίζεται όχι μόνο με τα μουσεία αλλά και με επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου και του λιανικού εμπορίου στην ευρύτερη περιοχή των μουσείων.

Αυτή η δραστηριότητα συμβάλλει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη και την ευημερία των τοπικών κοινωνιών. Επομένως, η υπεραξία που δημιουργείται δεν περιορίζεται μόνο στις πωλήσεις των εισιτηρίων, αλλά διαχέεται ευρύτερα στην τοπική

οικονομία. Παρατηρείται μια μεταμόρφωση της συμβολικής αξίας των μουσείων σε υλική, ενισχύοντας έτσι την οικονομική τους επίδραση (Piekkola et al., 2014).

Τα μουσεία μπορούν να προσφέρουν σημαντικά οικονομικά οφέλη σε μια τοπική κοινωνία, τόσο άμεσα όσο και έμμεσα. Αυτά τα οφέλη περιλαμβάνουν τα έσοδα από τα εισιτήρια των επισκεπτών και τις αγορές σταπωλητήρια και τα εστιατόρια των μουσείων. Ωστόσο, τα έξοδα των επισκεπτών για εισιτήρια και αγορές αποτελούν μόνο ένα μικρό μέρος της συνολικής οικονομικής επίδρασης που μπορεί να έχει ένα μουσείο στην τοπική κοινωνία, αφού συμβάλλει οικονομικά και μέσω:

- Των χρημάτων που ξοδεύουν οι επισκέπτες για τα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούν για να φτάσουν στο μουσείο.
- Των εξόδων διαμονής των επισκεπτών στον συγκεκριμένο τόπο.
- Των χρημάτων που δαπανούν οι επισκέπτες για φαγητό και αγορές στα τοπικά καταστήματα (Δερμιτζάκη et al., 2009).

Τα μουσεία έχουν τη δύναμη να εμπνέουν και να βελτιώνουν την ποιότητα ζωής των ανθρώπων. Παίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της κοινοτικής ταυτότητας και συνοχής, ιδιαίτερα μέσω προγραμμάτων που απευθύνονται σε κοινωνικά, σωματικά ή ψυχικά μειονεκτικά άτομα. Παρέχουν πρόσβαση σε πλούσιο πολιτιστικό και φυσικό υλικό, το οποίο δεν είναι εύκολα διαθέσιμο αλλού, και ενισχύουν τη σημασία των τοπικών κληρονομικών πόρων μέσω πληροφοριών και γνώσεων.

Συνοπτικά, τα μουσεία προσφέρουν σημαντικά κοινωνικά και πολιτιστικά οφέλη στις κοινότητές τους, όπως:

- Προστασία και προβολή της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς.
- Συνεργασία με σχολεία και εκπαιδευτικούς οργανισμούς για μάθηση μέσω αυθεντικού υλικού.
- Ενίσχυση της κοινοτικής ταυτότητας και συνοχής.
- Ειδικά προγράμματα για κοινωνικά, σωματικά ή ψυχικά μειονεκτικά άτομα.
- Παροχή αντικειμενικής επαγγελματικής γνώσης.
- Εκθεσιακοί χώροι, αίθουσες συναντήσεων, βιβλιοθήκες και ιστοσελίδες.
- Οργάνωση εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων στον χώρο, εκτός χώρου και διαδικτυακά.

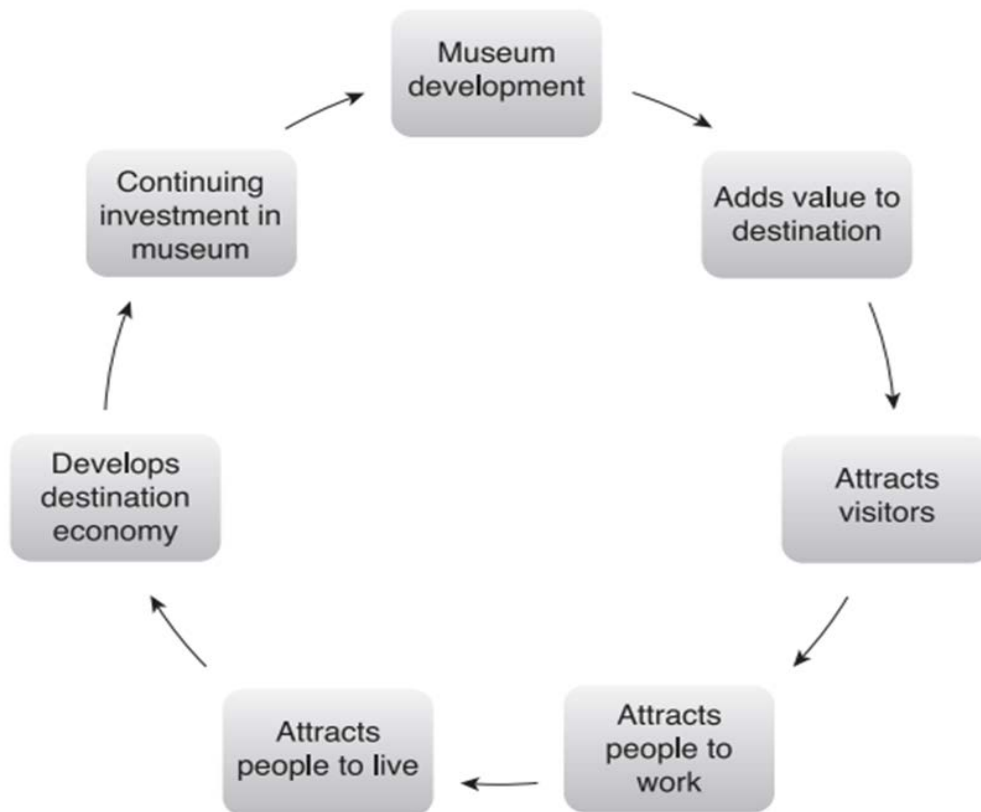
- Ευκαιρίες για εθελοντισμό και συμμετοχή μέσω ομάδων φίλων και εκπαιδευτικών εκδηλώσεων.
- Συνεργασία με πολιτιστικούς και κοινοτικούς φορείς για κοινά προγράμματα και έργα.

Για να επιτύχουν αυτά τα οφέλη, τα μουσεία χρειάζονται αποτελεσματική διαχείριση, καινοτόμα προγράμματα και επαρκείς πόρους (Ambrose & Paine, 2018).

Η πιο σημαντική συμβολή των μουσείων στην κοινωνία είναι η ισχυρή δέσμευσή τους στο κοινωνικό και ανθρωπιστικό δυναμικό. Αυτή περιλαμβάνει τη συγκέντρωση ανθρώπων σε στοχευμένες συναντήσεις, την ανταλλαγή ιδεών, τη δημιουργία αίσθησης ανήκειν και ταυτότητας, την οικοδόμηση ενσυναίσθησης και κατανόησης απέναντι στις διαφορές, την προώθηση προβληματισμού και κριτικής σκέψης, καθώς και τη δημιουργία χώρων συμφιλίωσης. Με αυτό τον τρόπο, τα μουσεία συμβάλλουν στην ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής, στη βελτίωση της τοπικής εκπαίδευσης, της πολιτιστικής κατανόησης και της ευημερίας της κοινότητας (Sandahl, 2019).

Τα μουσεία μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό τουριστικό ή πολιτιστικό στοιχείο σε προγράμματα ανασυγκρότησης ή αναγέννησης μιας περιοχής. Ειδικότερα, σε αστικές περιοχές, όπου η παραδοσιακή βιομηχανία έχει παρακμάσει, η ανάπτυξη του τουρισμού και των υπηρεσιών μπορεί να προσφέρει μια εναλλακτική οικονομική στρατηγική. Σε περιοχές με έντονη τουριστική δραστηριότητα, τα μουσεία λειτουργούν ως σημαντικοί πόλοι έλξης για τους επισκέπτες. Σε αγροτικές περιοχές, όπου η παραδοσιακή γεωργική οικονομία αλλάζει, τα μουσεία μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην παρουσίαση και ερμηνεία των οικονομικών και πολιτιστικών αλλαγών, τόσο για την τοπική κοινότητα όσο και για τους επισκέπτες.

Εικόνα 3.1: Μουσεία και ανάπτυξη προορισμών



Πηγή: (Ambrose & Paine, 2018)

Η εικόνα 3.1 δείχνει πώς ένα μουσείο μπορεί να ενισχύσει την ελκυστικότητα ενός προορισμού, συμβάλλοντας στην προσέλκυση επισκεπτών, καθώς και στην εγκατάσταση και εργασία ανθρώπων στην περιοχή. Τα μουσεία, σε συνεργασία με άλλες πολιτιστικές εγκαταστάσεις όπως θέατρα και βιβλιοθήκες, ενισχύουν την πολιτιστική υποδομή μιας περιοχής. Αυτή η συγκέντρωση υψηλής ποιότητας πολιτιστικών πόρων μπορεί να προσελκύσει επιχειρήσεις και οργανισμούς, καθιστώντας την περιοχή πιο ελκυστική για εργαζόμενους και τις οικογένειές τους, που επιθυμούν να ζήσουν και να εργαστούν εκεί. Έτσι, τα μουσεία συμβάλλουν στην αναγέννηση και ανάπτυξη των τοπικών οικονομιών, υποστηρίζοντας τη δημιουργία και διατήρηση θέσεων εργασίας (Ambrose & Paine, 2018).

3.2 Τα μουσεία ως συνιστώσα τουριστικής ανάπτυξης

Τα μουσεία αποτελούν σημαντικά τουριστικά αξιοθέατα, καθώς φιλοξενούν μεγάλο μέρος της γνώσης που αναζητούν οι τουρίστες στα ταξίδια τους. Η σχέση των μουσείων με τον τουρισμό είναι μακροχρόνια και στενή, καθώς θεωρούνται διάσημα πολιτιστικά αξιοθέατα και συχνά είναι το πρώτο μέρος που επισκέπτονται οι τουρίστες. Έτσι, τα

μουσεία προσελκύουν όχι μόνο τους ντόπιους, αλλά και τους επισκέπτες που φτάνουν σε έναν προορισμό και επιθυμούν να γνωρίσουν την τοπική πολιτιστική ζωή και τα αξιοθέατά της.

Τα πολιτιστικά αξιοθέατα, όπως τα μουσεία, είναι ιδανικά για να αναπτυχθούν ως πόλοι έλξης τουριστών. Σε πολλούς τουριστικούς προορισμούς, είναι συνηθισμένο να περιλαμβάνεται ένα μουσείο στο πρόγραμμα των επισκεπτών. Στην Ευρώπη, τα μουσεία είναι από τα πιο δημοφιλή τουριστικά αξιοθέατα και αποτελούν σημαντικό οικονομικό πόρο.

Τα μουσεία παίζουν κρίσιμο ρόλο στις κοινωνίες, καθώς ενισχύουν την οικονομική ανάπτυξη των χωρών, κυρίως μέσω του πολιτιστικού και του μουσειακού τουρισμού. Σε αυτό το πλαίσιο, τα μουσεία μπορούν να λειτουργήσουν ως θετικοί καταλύτες για ορισμένους τουριστικούς προορισμούς. Εξάλλου, η σημασία των μουσείων στην τουριστική ελκυστικότητα ορισμένων περιοχών μπορεί να είναι ο καθοριστικός παράγοντας για την τουριστική ανάπτυξη (Bauer et al., 2019). Η ελκυστικότητα των μουσείων συνήθως εξαρτάται από τα εκθέματά τους, την ηλικία, το μέγεθος και τη φήμη τους ως πολιτιστικών προορισμών (Piekkola et al., 2014).

Η ανάπτυξη του μουσειακού τουρισμού συμβάλλει ουσιαστικά στην κοινωνικο-οικονομική πρόοδο μιας χώρας και στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου όλων των πολιτών. Προωθώντας την πολιτιστική κληρονομιά, ενισχύοντας την εκπαίδευση και τονώνοντας την οικονομική δραστηριότητα, ο μουσειακός τουρισμός δημιουργεί ευκαιρίες για απασχόληση, επιχειρηματικότητα και έσοδα. Παράλληλα, παίζει καθοριστικό ρόλο στην προσέλκυση εγχώριων και διεθνών επισκεπτών, ενισχύοντας τις τουριστικές βιομηχανίες και υποστηρίζοντας τις τοπικές κοινότητες. Τα πολλαπλά οφέλη του μουσειακού τουρισμού υπερβαίνουν τα οικονομικά κέρδη, περιλαμβάνοντας την κοινωνική συνοχή, τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και την ατομική ευημερία. Έτσι, ο μουσειακός τουρισμός αποτελεί πολύτιμο πόρο για την εθνική ανάπτυξη και τη συνολική βελτίωση της κοινωνίας (Pirnazarovna, 2024).

Πολλές πόλεις έχουν δώσει μεγάλη προσοχή στις επενδύσεις σε μουσειακές εγκαταστάσεις και στην ανάπτυξη χωρικών συγκεντρώσεων μουσείων, γνωστών ως συμπλέγματα μουσείων. Το σύμπλεγμα των μουσείων έχει γίνει βασικό στοιχείο του τουριστικού τομέα και σημαντικός παράγοντας στην αστική οικονομία. Πιο συγκεκριμένα, σε μεγάλες πόλεις όπως το Παρίσι, το Λονδίνο και η Νέα Υόρκη, η

πολλαπλότητα των μουσείων δημιουργεί ένα πολιτιστικό οικοσύστημα που προσελκύει τουρίστες και ενισχύει την τοπική οικονομία (Van Aalst & Boogaarts, 2002).

Παράλληλα, σε μικρότερες κοινότητες, ένα μόνο μουσείο μπορεί να έχει σημαντική επίδραση. Για παράδειγμα, το Fondation Maeght στη Γαλλία έχει μεταμορφώσει την τοπική του περιοχή σε πολιτιστικό προορισμό. Το Fondation Maeght είναι ένα ιδιωτικό μουσείο με εκτενείς συλλογές ευρωπαϊκής μοντέρνας και σύγχρονης τέχνης. Βρίσκεται στο Saint-Paul-de-Vence της Γαλλίας, ένα χωριό γνωστό για την ιστορική του κληρονομιά, τα γραφικά σοκάκια και τις γκαλερί τέχνης. Το μουσείο, που ιδρύθηκε το 1964 από τη Marguerite και τον Aimé Maeght, μια εύπορη οικογένεια και εξέχοντες έμποροι τέχνης, έχει συμβάλει σημαντικά στην τοπική ανάπτυξη. Με τα χρόνια, το Fondation Maeght έχει εξελιχθεί σε πολιτιστικό ορόσημο, προσελκύοντας 130.000 επισκέπτες ετησίως (ArchDaily, 2024 ; Heathcote, 2024).

3.3 Αμφίδρομη σχέση

Τα μουσεία συμβάλλουν στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη, προσελκύοντας επισκέπτες, δημιουργώντας θέσεις εργασίας και ενισχύοντας την πολιτιστική ταυτότητα μιας περιοχής. Από την άλλη πλευρά, τα χαρακτηριστικά μιας πόλης, όπως η οικονομική της κατάσταση, οι υποδομές, και ο τουρισμός, παίζουν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη και την επιτυχία των μουσείων. Δηλαδή, υπάρχει μια αμφίδρομη σχέση μεταξύ των μουσείων και της τοπικής και τουριστικής ανάπτυξης. Για παράδειγμα, μια πόλη με καλά ανεπτυγμένες υποδομές και υψηλή τουριστική κίνηση μπορεί να προσφέρει στα μουσεία της μεγαλύτερη επισκεψιμότητα και οικονομική υποστήριξη. Ταυτόχρονα, τα μουσεία μπορούν να ενισχύσουν την ελκυστικότητα της πόλης, καθιστώντας την έναν σημαντικό πολιτιστικό προορισμό.

Τα μουσεία παίζουν καθοριστικό ρόλο στην αύξηση της διάρκειας παραμονής των επισκεπτών σε έναν προορισμό, δημιουργώντας αξέχαστες εμπειρίες και λειτουργώντας ως εργαλεία εκτίμησης και μάθησης για τους ταξιδιώτες. Από την άλλη, ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει θετικά στην αξιοποίηση της τοπικής κληρονομιάς και της ταυτότητας του προορισμού. Επιπλέον, μπορεί να συνδράμει στη χρηματοδότηση έργων μουσείων, δραστηριοτήτων συντήρησης και αποκατάστασης, καθώς και στην προσέλκυση νέου κοινού στα μουσεία (Vareiro et al., 2020).

Τα μουσεία είναι στενά συνδεδεμένα με την πόλη και τις ανάγκες της. Έχουν κάποιο βαθμό αυτονομίας, αλλά ταυτόχρονα εξαρτώνται από τις αποφάσεις του δήμου για τη

χρηματοδότηση, τις πολιτικές και τις στρατηγικές ανάπτυξης. Στο Παρίσι για παράδειγμα, ορισμένα μουσεία της πόλης διοικούνται από το δημόσιο ίδρυμα «Παρίσι Μουσεία» (Paris Musées), το οποίο διαχειρίζεται 14 δημοτικά μουσεία από την 1η Ιανουαρίου 2013. Αυτή η μεταρρύθμιση που αποφάσισε ο πρώην δήμαρχος του Παρισιού, Bertrand Delanoë, είναι ένα φιλόδοξο έργο για τα μουσεία. Ενισχύει τη στρατηγική κατεύθυνση του δικτύου των 14 μουσείων, βελτιστοποιεί τη διαχείρισή του και συνοδεύεται από σημαντική οικονομική προσπάθεια της πόλης για τη συνέχιση της ανακαίνισης των κτιρίων και τη βελτίωση της λειτουργίας των μουσείων. Έτσι, η πόλη καθορίζει σε μεγάλο βαθμό τη λειτουργία και την κατεύθυνση των μουσείων, ενώ τα μουσεία συμβάλλουν στην πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη της πόλης (Musée Zadkine, 2024).

Παράλληλα, όταν η Ουάσινγκτον έγινε πρωτεύουσα των Ηνωμένων Πολιτειών, υπήρχε η πρόθεση να αναδειχθεί ως το σύμβολο του πολιτισμού της χώρας. Η δημιουργία μουσείων ήταν μέρος αυτής της στρατηγικής, καθώς τα μουσεία θα εξέφραζαν την πολιτιστική κληρονομιά και την ιστορία της χώρας. Μετά τον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο η αστική υπερηφάνεια και ο πολιτισμός πλημμύρισαν την πόλη. Χτίστηκαν πινακοθήκες, μουσεία, αίθουσες συναυλιών και το μνημείο του Λίνκολν. Η Ουάσινγκτον σήμερα διαθέτει πληθώρα μουσείων, με πολλά από αυτά να βρίσκονται γύρω από το πάρκο National Mall. Το Ινστιτούτο Σμιθσόνιαν θεωρείται ένα από τα πιο σημαντικά πολιτιστικά ιδρύματα των Ηνωμένων Πολιτειών, αλλά και η φιλανθρωπική οργάνωση με τα υψηλότερα έσοδα. Ιδρύθηκε το 1846 και περιλαμβάνει 19 μουσεία, 9 ερευνητικά κέντρα και έναν ζωολογικό κήπο. Αυτά τα μουσεία όχι μόνο προσελκύουν εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο, αλλά έχουν καθιερώσει την Ουάσινγκτον ως πολιτιστικό κέντρο της χώρας, αναδεικνύοντας το πολιτιστικό προϊόν που υπάρχει και εκφράζεται σε αυτήν (Fogle, 2024).

Οι πόλεις με ισχυρές τοπικές οικονομίες προσφέρουν περισσότερες ευκαιρίες χρηματοδότησης για μουσεία μέσω κρατικών επιχορηγήσεων, ιδιωτικών χορηγιών και δωρεών, ενώ το marketing και το branding της πόλης, καθώς και το αν είναι τουριστική πόλη, παίζουν σημαντικό ρόλο. Με άλλα λόγια, οι πόλεις που διαφημίζονται ως πολιτιστικοί ή ιστορικοί προορισμοί βοηθούν τα μουσεία να αποκτήσουν διεθνή αναγνώριση, προσελκύοντας τουρίστες και ενισχύοντας την ανάπτυξή τους. Επίσης, συνεργασίες με σχολεία, πανεπιστήμια και πολιτιστικούς οργανισμούς εμπλουτίζουν τον προγραμματισμό και την προβολή των μουσείων, ενώ η τοπική εμπλοκή μέσω εκθέσεων,

εκδηλώσεων και ευκαιριών εθελοντισμού καθιστά τα μουσεία πιο ζωντανά και ελκυστικά.

Επιπρόσθετα, οι καλά ανεπτυγμένες υποδομές σε μια πόλη, όπως οι δημόσιες συγκοινωνίες, οι δρόμοι, οι σιδηρόδρομοι και τα αεροδρόμια, υποστηρίζουν την επιτυχία των μουσείων παρέχοντας πόρους, και διευκολύνουν την πρόσβαση των τουριστών και των ντόπιων στα μουσεία. Τα μουσεία σε αναζωογονημένες περιοχές επωφελούνται από τη βελτίωση της κυκλοφορίας των πεζών, το καλύτερο περιβάλλον και το αυξημένο ενδιαφέρον. Πιθανά κοντινά ξενοδοχεία, εστιατόρια και καφετέριες δημιουργούν ένα βολικό περιβάλλον για τους επισκέπτες, ενθαρρύνοντας μεγαλύτερη διαμονή και επαναλαμβανόμενες επισκέψεις. Επομένως, τα αναπτυξιακά χαρακτηριστικά μιας πόλης, όπως η οικονομία, οι υποδομές, ο τομέας της εκπαίδευσης και οι πολιτιστικές προτεραιότητες, δημιουργούν ένα οικοσύστημα που μπορεί είτε να ενισχύσει είτε να περιορίσει την ανάπτυξη των μουσείων (Unesco, 2021b ; El Faouri & Sibley, 2024).

Τέλος, δεν πρέπει να παραλειφθεί το γεγονός ότι αυτή η διάδραση μεταξύ πολιτισμού και τουρισμού, ειδικά όσον αφορά τα μουσεία και την τοπική και τουριστική ανάπτυξη, δεν είναι πάντα ωφέλιμη και μπορεί να έχει τόσο θετικές όσο και αρνητικές επιπτώσεις. Τα μουσεία μπορούν να ενισχύσουν την ανάπτυξη, προσελκύοντας επισκέπτες και δημιουργώντας έσοδα για την τοπική οικονομία. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε βελτίωση των υποδομών και αύξηση των ευκαιριών απασχόλησης.

Ωστόσο, σε ορισμένες περιπτώσεις, η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να επιβαρύνει το περιβάλλον και την τοπική κοινότητα, οδηγώντας σε πολιτισμική αλλοίωση. Η υπερβολική τουριστική δραστηριότητα μπορεί να υπονομεύσει τον πολιτισμό μιας περιοχής, καθώς τα μουσεία, οι τοπικές παραδόσεις και τα έθιμα προσαρμόζονται για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των τουριστών. Αυτό μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την απώλεια της αυθεντικότητας και της μοναδικότητας του πολιτιστικού τοπίου (Ladeiras et al., 2010).

3.4 Παραδείγματα Διεθνούς εμπειρίας

Πολλά παραδείγματα από τη διεθνή βιβλιογραφία αναφέρονται στην επένδυση των πόλεων σε μουσεία, αναγνωρίζοντας έτσι το ρόλο τους στην τουριστική, οικονομική και πολιτισμική τους ανάπτυξη. Στην προσπάθεια του Ρότερνταμ να ανακηρυχθεί πολιτιστική πρωτεύουσα της Ευρώπης το 2000, η εξέταση και η αξιολόγηση του ρόλου που θα μπορούσαν να διαδραματίσουν τα παραδοσιακά μουσεία της πόλης, αποτέλεσε

σημαντικό παράγοντα στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος της πόλης. Η προβολή της εικόνας της πόλης του Άμστερνταμ εστιάστηκε κατά τη δεκαετία του '90, στη δημιουργία μεγάλων έργων τέχνης (Rembrandt 1992 και Mondrian 1994). Ιδιαίτερη προσοχή δόθηκε στο μουσείο Guggenheim στο Μπιλμπάο, το οποίο αποτέλεσε καθοριστικό παράγοντα αύξησης του τουρισμού στην πόλη, κάτι που συντέλεσε στην ανάπτυξή της (Δέφνερ & Καραχάλης, 2012).

Σύμφωνα με την Unesco, παράλληλα με την εντυπωσιακή άνοδο του πολιτιστικού τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες, αυξήθηκε ραγδαία και ο αριθμός των μουσείων. Υπάρχουν περίπου 104 χιλιάδες μουσεία παγκοσμίως, με τα περισσότερα από αυτά να βρίσκονται στις περιοχές της Βόρειας Αμερικής και της Δυτικής Ευρώπης, με τις Ηνωμένες Πολιτείες να αντιπροσωπεύουν σχεδόν το ένα τρίτο όλων των ιδρυμάτων (Unesco, 2022 ; Statista, 2023a).

Ωστόσο, το Λούβρο στο Παρίσι, κατατάσσεται σταθερά ως το μουσείο με τις περισσότερες επισκέψεις παγκοσμίως. Αφού κατέγραψε μια απότομη πτώση της επισκεψιμότητας κατά τα δύο πρώτα χρόνια της υγειονομικής κρίσης (Covid 19), ο αριθμός των επισκεπτών στο Λούβρο ανέκαμψε το 2022, φτάνοντας συνολικά τα 7,7 εκατομμύρια περίπου, αλλά παραμένοντας κάτω από τα προ-πανδημικά επίπεδα.

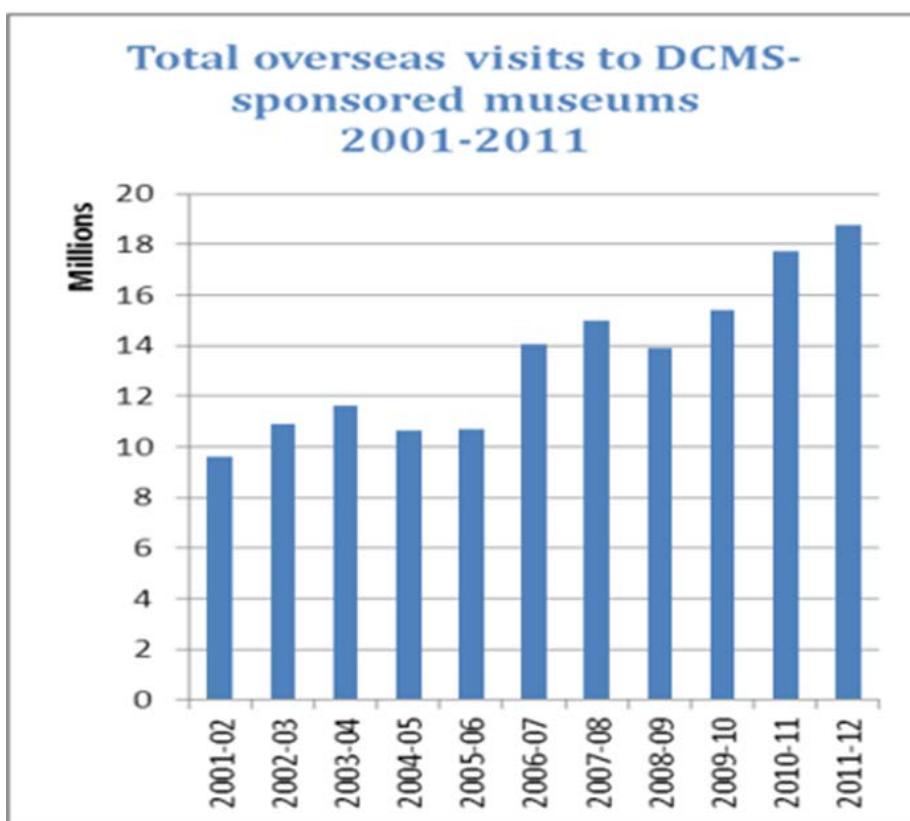
Άλλα παγκοσμίου φήμης ιδρύματα παρουσίασαν παρόμοια τάση εκείνη τη χρονιά. Για παράδειγμα, ενώ ο αριθμός των επισκεπτών στο Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης στη Νέα Υόρκη αυξήθηκε κατά 64% σε σύγκριση με το 2021, εξακολουθούσε να είναι περίπου τρία εκατομμύρια λιγότεροι από τους αριθμούς πριν από τον Covid 19.

Το Ηνωμένο Βασίλειο είναι μια από τις χώρες με τις περισσότερες επισκέψεις στα μουσεία στον κόσμο. Τα πιο δημοφιλή βρετανικά μουσεία βρίσκονται στο Λονδίνο, και διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της πόλης (Statista, 2023a).

Η σημασία των μουσείων για τον τουρισμό του Ηνωμένου Βασιλείου είναι τεράστια, καθώς αποτελούν τα οκτώ από τα δέκα κορυφαία αξιοθέατα της χώρας και τρία από αυτά είναι ανάμεσα στα δέκα μουσεία παγκοσμίως με τους περισσότερους επισκέπτες. Ο πολιτιστικός τουρισμός συνεισέφερε στο ΑΕΠ της χώρας 20,6 δισεκατομμύρια λίρες το 2008-9, που είναι περισσότερα από τις βιομηχανίες διαφήμισης και κινηματογράφου, διαθέτοντας 466.000 θέσεις εργασίας (CultureHive, 2013).

Σύμφωνα με το National Museum Directors' Council (Nmdc), τα μουσεία αποτελούν το μεγαλύτερο ατού της τουριστικής οικονομίας του Ηνωμένου Βασιλείου. Το 2009 από τις επισκέψεις ξένων τουριστών σε διαφορετικά μουσεία του Ηνωμένου Βασιλείου, εισέρευσαν στη χώρα περίπου 1 δις λίρες. Οι επισκέψεις σε εθνικά μουσεία αυξήθηκαν κατά 95% την δεκαετία 2001-2011, με περισσότερους από 19 εκατομμύρια τουρίστες το 2011-2012.

Διάγραμμα 3.1: Συνολικές επισκέψεις από το εξωτερικό σε μουσεία που χρηματοδοτούνται από το DCMS (Department for Digital, Culture, Media & Sport) 2001-2011



Πηγή: (Nmdc, 2013)

- Το 48% των ξένων επισκεπτών που πηγαίνουν για διακοπές στην Αγγλία και το 55% στο Λονδίνο θα επισκεφθούν τουλάχιστον ένα μουσείο και το 25% μια γκαλερί τέχνης.
- Από όλους τους επισκέπτες που βρίσκονται για οποιοδήποτε λόγο στο Ηνωμένο Βασίλειο το 28% θα επισκεφθεί ένα μουσείο ή μία γκαλερί.
- Ένα πολύ μεγάλο ποσοστό που πηγαίνουν στην Αγγλία για σπουδές θα επισκεφθούν κάποιο μουσείο (69%) και γκαλερί τέχνης (39%).
- Τέλος, από όσους πηγαίνουν στην Αγγλία για επαγγελματικούς λόγους, το 10% θα επισκεφθούν ένα μουσείο ή μια γκαλερί (Nmdc, 2013).

Επίσης, στη Βραζιλία η επίσκεψη σε μουσεία αποτελεί πολύ σημαντικό στοιχείο του τουρισμού, επειδή εκτός των άλλων τα μουσεία δημιουργούν θέσεις εργασίας, εισόδημα και οικονομική ανάπτυξη στους τουριστικούς προορισμούς. Το 2016 περίπου 4 εκατομμύρια τουρίστες επισκέφθηκαν τα οκτώ μεγαλύτερα σε επισκεψιμότητα μουσεία της Βραζιλίας (Bauer et al., 2019).

Πίνακας 3.2: Τα οκτώ πιο δημοφιλή μουσεία στη Βραζιλία το 2016

MOST VISITED MUSEUMS IN BRAZIL – 2016 Visitors	
Museum of Tomorrow (<i>Rio de Janeiro</i>)	1.4 million
Museum of Image and Sound (<i>São Paulo</i>)	446,000
Museum of Arts of São Paulo (<i>São Paulo</i>)	408,000
Museum of Arts of Rio de Janeiro (<i>Rio de Janeiro</i>)	404,000
Imperial Museum (<i>Rio de Janeiro</i>)	368,000
Pinacoteca do Estado de São Paulo (<i>São Paulo</i>)	325,000
Inhotim (<i>Minas Gerais</i>)	322,000
Football Museum (<i>São Paulo</i>)	320,000

Πηγή: (Bauer et al., 2019)

Η ιστορία της Μαμοιάδας και του Museo delle Maschere Mediterranee (Μουσείο Μεσογειακών Μασκών), είναι ένα αξιοσημείωτο παράδειγμα για το πώς ένα μικρό μουσείο μπορεί να μεταμορφώσει μια κοινότητα. Η Μαμοιάδα, ένα παραδοσιακό χωριό με 2600 κατοίκους που βρίσκεται στα 644 μέτρα στο ορεινό κέντρο της Σαρδηνίας, αντιμετώπισε σημαντικές οικονομικές και κοινωνικές προκλήσεις κατά το δεύτερο μισό του εικοστού αιώνα, συμπεριλαμβανομένης της υψηλής ανεργίας και της αρνητικής φήμης λόγω οικογενειακών εχθροπραξιών γνωστών ως 'faida'. Μετά το τέλος της 'faida', η κοινότητα προσπάθησε να ανακτήσει την ταυτότητά της και να ενισχύσει την οικονομική ανάπτυξη αξιοποιώντας την πολιτιστική της κληρονομιά.

Η Μαμοιάδα, γνωστή για τις μοναδικές μάσκες Mamuthones και Issohadores, γιορτάζει τον Άγιο Αντώνιο στις 17 Ιανουαρίου με καρναβάλι, φωτιές και παρελάσεις. Τον Ιανουάριο του 2002, άνοιξε το Μουσείο Μεσογειακών Μασκών, το οποίο υποστηρίζει αυτή την παράδοση και παρουσιάζει τις τοπικές μάσκες και κοστούμια, καθώς και μάσκες από την ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου.

Εικόνα 3.2: Μαμοιάδα, Μουσείο Μεσογειακών Μασκών, εσωτερικό



Πηγή: (Murgana, 2023), διαθέσιμο στην: <http://www.cittaturistica.it/cultura/mamoiada-fascino-delle-maschere-mediterranee> [επισκέφθηκε στις 30/10/2024]

Το μουσείο χρησιμοποιεί σύγχρονες ακουστικές και οπτικές τεχνολογίες για να ενισχύσει την εμπειρία των επισκεπτών και έχει ενισχύσει σημαντικά τον τουρισμό, καθιστώντας τη Μαμοιάδα ένα από τα 20 πιο επισκέψιμα μουσεία στη Σαρδηνία. Αυτή η εισροή επισκεπτών έχει οδηγήσει στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, όπως ένα μικρό ξενοδοχείο, B&Bs (Bed and Breakfasts- μικρές επιχειρήσεις φιλοξενίας που προσφέρουν διαμονή και πρωινό), ένα τουριστικό πρακτορείο και ένα εστιατόριο, ενώ έχει ενθαρρυνθεί η τοπική παραγωγή τροφίμων και χειροτεχνιών, αναζωογονώντας την τοπική οικονομία. Το μουσείο έχει βοηθήσει να αλλάξει η εικόνα του χωριού, τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά. Οι κάτοικοι αισθάνονται πλέον πιο δεμένοι με την κοινότητά τους και έχουν μια πιο θετική προοπτική για το μέλλον. Αυτό φαίνεται και από την μείωση των μεταναστευτικών ροών, που υποδηλώνει μεγαλύτερη σταθερότητα του πληθυσμού. Η Μαμοιάδα κινείται πλέον προς την κατεύθυνση της βιώσιμης κοινοτικής ανάπτυξης, εστιάζοντας στην πολιτιστική της κληρονομιά και στις ικανότητες των ανθρώπων της (Iorio & Wall, 2011).

Επιπλέον, το Εθνογραφικό Μουσείο Πολιτιστικής Κληρονομιάς Bir Mula, που βρίσκεται σε ένα μεσαιωνικό σπίτι στο αρχαίο λιμάνι της Μάλτας, στην πόλη της Κοσπίκουα (πληθυσμός: 5.170, Ιανουάριος 2019), αποτελεί ένα εξαιρετικό παράδειγμα μικρού τοπικού μουσείου. Το ιδρυτικό του έγγραφο καθόριζε σαφείς στόχους για την προώθηση της τοπικής ιστορικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, με ιδιαίτερη έμφαση στους ανθρώπους. Το μουσείο παρέχει χώρο και τόπο για δραστηριότητες που προάγουν

την τοπική κληρονομιά και συμβάλλουν στην ανάπτυξη της κοινότητας. Πριν ξεκινήσει δημόσιες δραστηριότητες, επικεντρώθηκε στην παρουσίαση αντικειμένων και την οργάνωση της ιστορικής αφήγησης.

Το μουσείο παίζει σημαντικό ρόλο, ως εργαλείο για την προώθηση του τουρισμού στην τοπική κοινωνία, και ως μέσο για την αναζωογόνηση της οικονομικής δραστηριότητας και των επενδύσεων. Ακόμη, εκτός από το ότι λειτουργεί ως τουριστικό αξιοθέατο, έχει γίνει χώρος για διάφορες πολιτιστικές, εκπαιδευτικές και κοινωνικές εκδηλώσεις. Παρέχει εκπαιδευτικές δραστηριότητες για όλες τις ηλικίες και έχει σχεδιάσει πιστοποιημένα μαθήματα για τουριστικούς οδηγούς. Παράλληλα, υποστηρίζει εκδότες και κινηματογραφιστές, ενώ εξυπηρετεί μαθητές και ερευνητές, προωθώντας την τοπική κοινωνία και την περιοχή μέσω των εκθέσεων και των εκπαιδευτικών του προγραμμάτων (Vella & Cutajar, 2014).

Ένα ακόμη παράδειγμα μουσείου μικρής κλίμακας αποτελεί το εθνογραφικό Μουσείο Τούκουμπε (Túcume Site Museum), που βρίσκεται στην περιοχή Λαμπαγέκε του Περού, κοντά στο αρχαιολογικό συγκρότημα Τούκουμπε. Ιδρύθηκε το 1992 με σκοπό να διατηρήσει και να αναδείξει την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής και των τοπικών πληθυσμών. Το μουσείο φιλοξενεί εκθέματα που αναδεικνύουν την ιστορία και τον πολιτισμό των Λαμπαγέκε, Τσιμού και Ίνκας, προσφέροντας στους επισκέπτες μια βαθιά κατανόηση της τοπικής κληρονομιάς.

Εικόνα 3.3: Τοιχογραφία στο Μουσείο Τούκουμπε



Πηγή: (Bradt, 2019), διαθέσιμο στην: <https://www.worldhistory.org/article/1403/pre-inca-civilisations-at-the-tucume-museum/> [επισκέφθηκα στις 30/10/2024]

Επιπλέον, το μουσείο συμμετέχει στην ανάπτυξη τοπικών σχολικών προγραμμάτων, καλλιεργώντας την εκτίμηση για την αρχαιολογική κληρονομιά και ενισχύοντας την αίσθηση τοπικής ταυτότητας μεταξύ των νεότερων γενεών. Το κατάστημα του μουσείου, που λειτουργεί ως ειδικό Γραφείο Εκπαίδευσης για τη Διατήρηση, αποτελεί χώρο προβολής και πώλησης έργων από διάφορες ομάδες τοπικών τεχνιτών, προσφέροντας μια σημαντική πλατφόρμα μάρκετινγκ για τους τεχνίτες της κοινότητας.

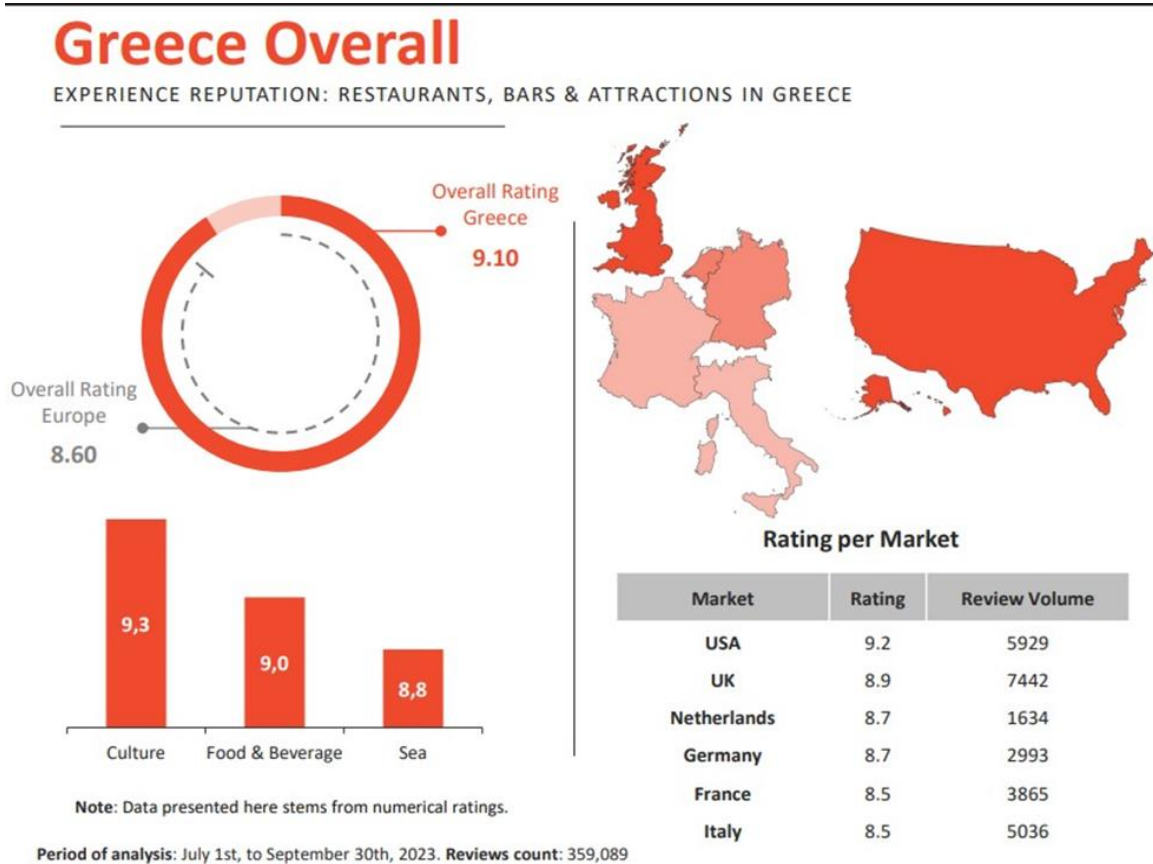
Αυτές οι πρωτοβουλίες έχουν διευκολύνει τη δημιουργία διαρκών δεσμών μεταξύ του μουσείου, της τοπικής αρχαιολογικής κληρονομιάς και των γύρω κοινοτήτων. Τέλος, εκτός από την αύξηση των τουριστικών αφίξεων στην περιοχή, το μουσείο εγγυάται την πολιτιστική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των κατοίκων του Τούκουμπε, αποτελώντας πηγή υπερηφάνειας για τους Περουβιανούς (Málaga & Brown, 2023 ; Bradt, 2019).

3.5 Η Ελληνική εμπειρία

Στην Ελλάδα ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα σε σύγκριση με άλλες χώρες που στηρίζονται επίσης στον τουρισμό. Οι πολιτιστικοί πόροι και ιδιαίτερα τα μουσεία και οι αρχαιολογικοί χώροι, συγκροτούν ένα μεγάλο κεφάλαιο για τον χαρακτήρα της ελληνικής υπαίθρου (Karagiannis, 2013).

Σύμφωνα με έκθεση του Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ), που ανέλυσε τις διαδικτυακές προτιμήσεις των ξένων τουριστών, τη θερινή περίοδο του 2023, η Ελλάδα παρά τα ακραία καιρικά φαινόμενα (υψηλή θερμοκρασία, πυρκαγιές και πρωτοφανείς πλημμύρες), διατήρησε την εξαιρετικά υψηλή ανταγωνιστική της ευρωπαϊκή θέση, λαμβάνοντας και μισό βαθμό πάνω του μέσου όρου της Ευρώπης. Η βαθμολογία που έλαβε και για τις 14 ελληνικές περιφέρειες, πλην των νησιών του Βορειοανατολικού Αιγαίου, ήταν πάνω από 9.

Εικόνα 3.4: Οι τρεις ελκυστικότερες κατηγορίες για τους τουρίστες που επισκέπτονται την Ελλάδα

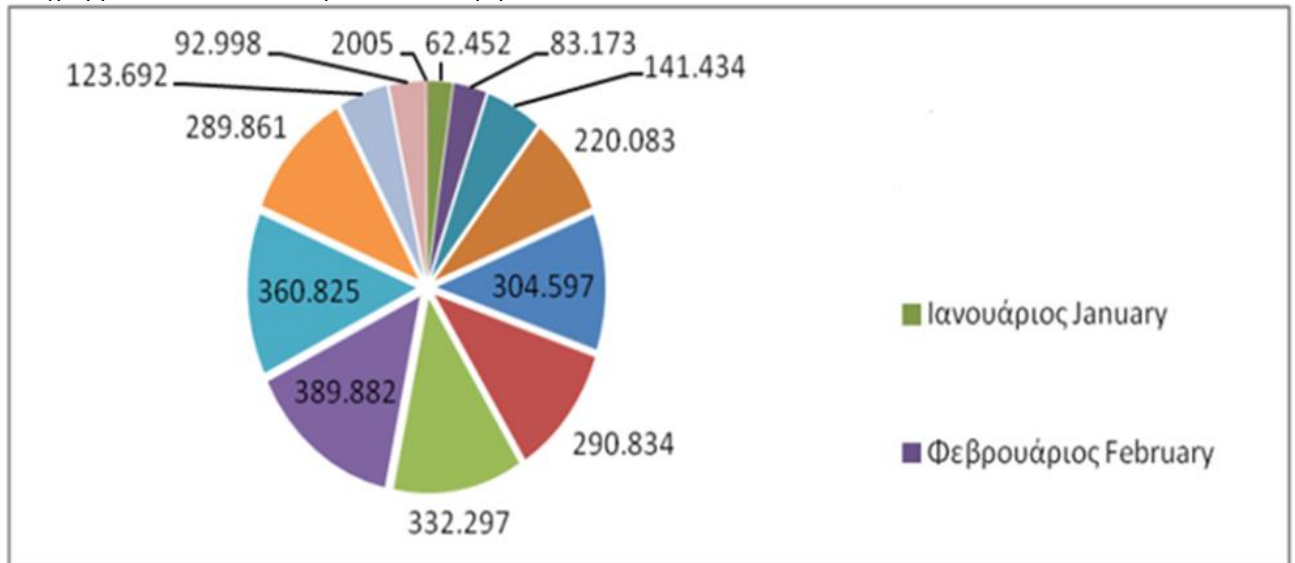


Πηγή: (Insete, 2023)

Εξετάζοντας τις κατηγορίες, διαπιστώνεται ότι οι πολιτιστικές εμπειρίες έλαβαν τον καλύτερο βαθμό στην Ελλάδα, με βαθμολογία 9,3 μονάδες, ακολουθούμενες από τη γαστρονομία και τη θάλασσα. Αυτό συνέβαινε με συνέπεια στις περισσότερες ελληνικές περιφέρειες. Έτσι, μπορούμε να επισημάνουμε ότι ο πολιτισμός και η γαστρονομία αποτελούν σήμερα, την ατμομηχανή του ελληνικού τουρισμού, δίνοντας μεγάλη ώθηση στην ανάπτυξη και την οικονομία της χώρας (Insete, 2023).

Στην Ελλάδα υπάρχουν διαθέσιμα 235 μουσεία (των οποίων οι επισκέψεις φαίνονται στο διάγραμμα 3.2). Ειδικότερα, το 2005 οι επισκέπτες των μουσείων ήταν 2.692.128, το 2006 ήταν 2.795.465, το 2007 2.452.964, το 2008 1.994.864, το 2009 5.970.999 και το 2010 ήταν 5.547.053 (Karagiannis, 2013).

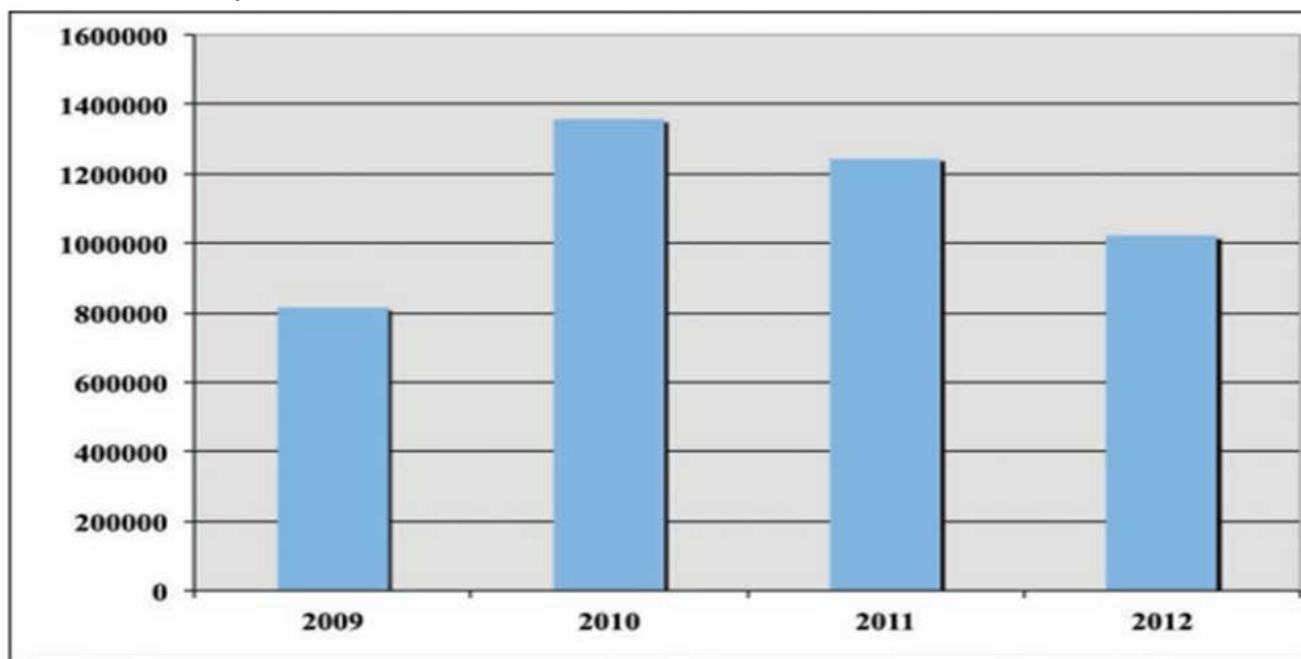
Διάγραμμα 3.2: Είσοδοι σε μουσεία ανά μήνα το 2005



Πηγή: (Karagiannis, 2013)

Το 2009 το νέο μουσείο της Ακρόπολης είχε πάνω από 800.000 επισκέπτες και 1,3 εκατομμύρια το 2010, αλλά μειώθηκαν το 2011 και το 2012 (1,2 εκατομμύρια και 1 εκατομμύρια αντίστοιχα), όπως φαίνεται στο διάγραμμα 3.3.

Διάγραμμα 3.3: Είσοδοι στο νέο Μουσείο της Ακρόπολης στην Αθήνα από τα εγκαίνιά του τον Ιούνιο του 2009 έως το 2012

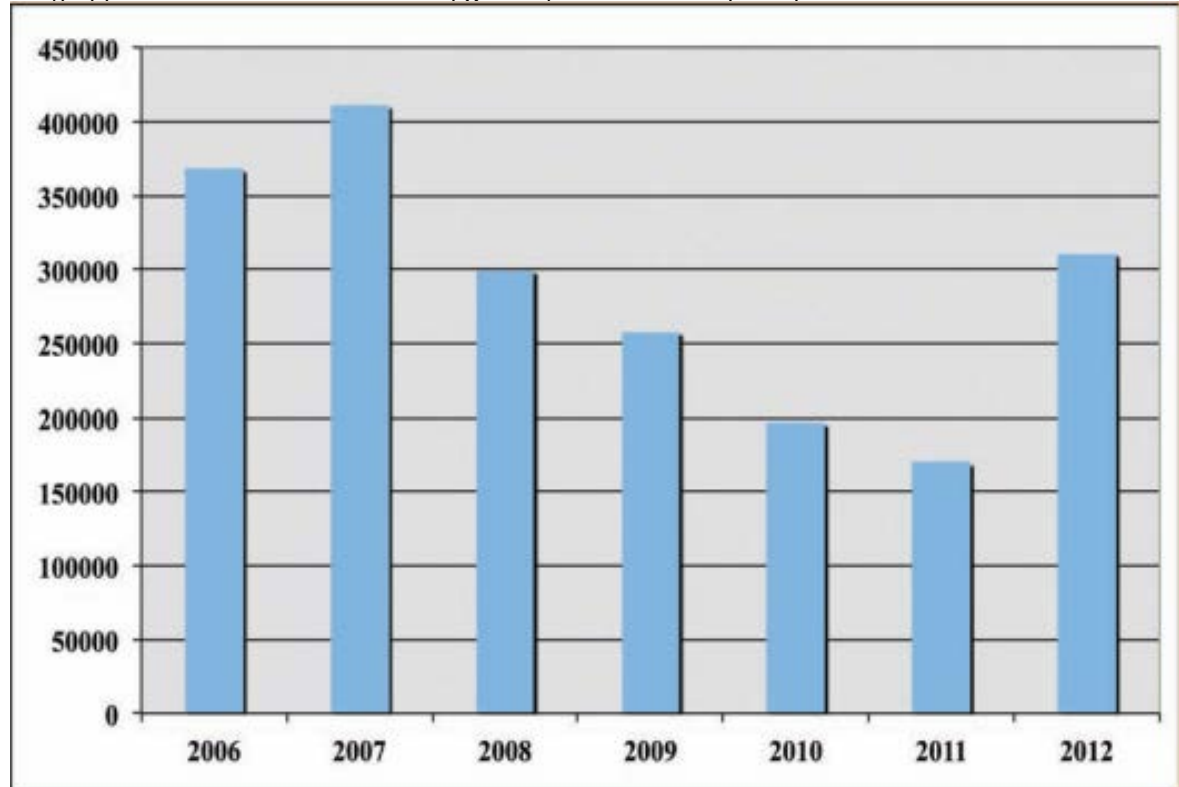


Πηγή: (Gill, 2013)

Αυτό οφείλεται αφενός στις πολιτικές αναταραχές και τις βίαιες διαδηλώσεις που γινόντουσαν στο κέντρο της Αθήνας, λόγω της μεγάλης οικονομικής ύφεσης, και αφετέρου στη φυσική μείωση του αριθμού των επισκεπτών που παρατηρήθηκε μετά το άνοιγμα νέων χώρων.

Ταυτόχρονα, οι επισκέψεις στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο μειώθηκαν από 258.139 το 2009 σε 170.034 το 2011, αλλά αυξήθηκαν σημαντικά το 2012 σε 311.129, όπως βλέπουμε στο διάγραμμα 3.4.

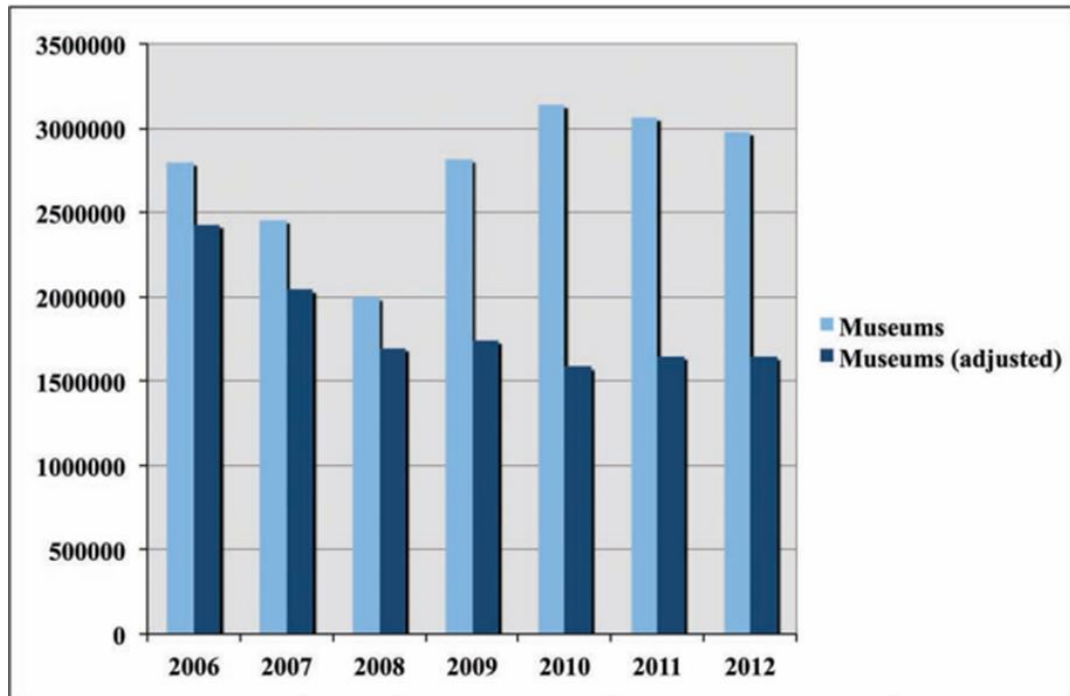
Διάγραμμα 3.4: Είσοδοι στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο της Αθήνας από το 2006 έως το 2012



Πηγή: (Gill, 2013)

Οι αριθμοί των επισκεπτών στα μουσεία όλης της Ελλάδας, παρουσιάζουν σταθερή πτώση από το 2007. Ωστόσο το άνοιγμα του νέου Μουσείου της Ακρόπολης έδωσε αισθητή ώθηση (διάγραμμα 3.5).

Διάγραμμα 3.5: Επισκέπτες σε όλα τα μουσεία της Ελλάδας από το 2006 έως το 2012. Τα προσαρμοσμένα στοιχεία αφαιρούν τους επισκέπτες για το Μουσείο της Ακρόπολης και το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο

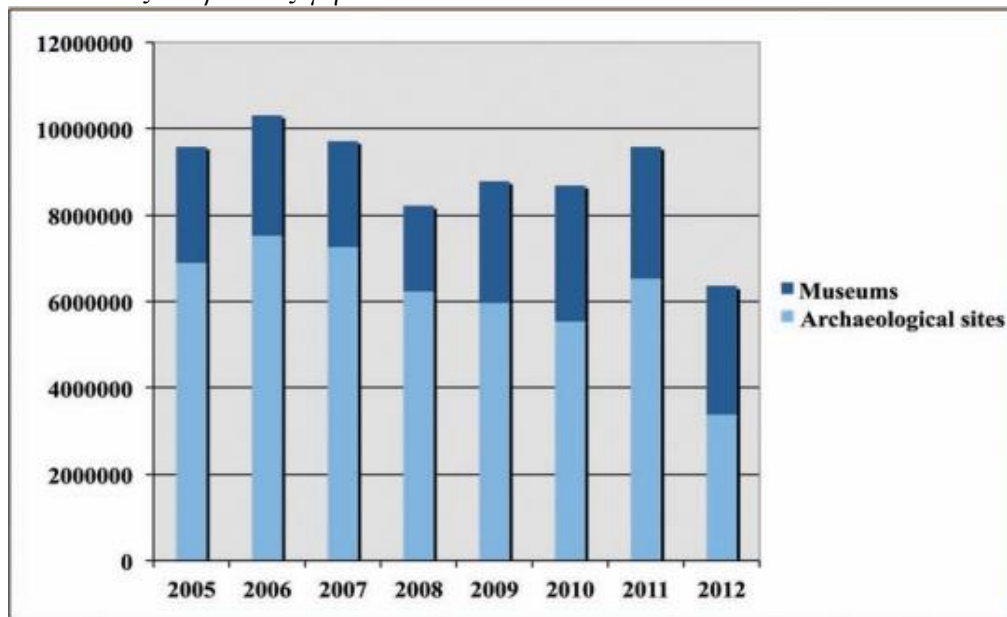


Πηγή: (Gill, 2013)

Με την αφαίρεση των επισκεπτών για το Μουσείο της Ακρόπολης και το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, παρατηρούμε ότι οι επισκέψεις στα μουσεία σταθεροποιήθηκαν μεταξύ 2008 και 2012 και κυμάνθηκαν μεταξύ 1,7 εκατομμυρίων το 2009 και 1,5 εκατομμυρίων το 2010, κάτι που αποτελεί αξιοσημείωτη μείωση από το 2006.

Ο συνολικός αριθμός επισκεπτών στους αρχαιολογικούς χώρους και στα μουσεία συνδυαστικά από το 2005 έως το πρώτο εξάμηνο του 2012, φαίνεται στο διάγραμμα 3.6.

Διάγραμμα 3.6: Επισκέπτες σε όλα τα μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους στην Ελλάδα από το 2005 έως το πρώτο εξάμηνο 2012

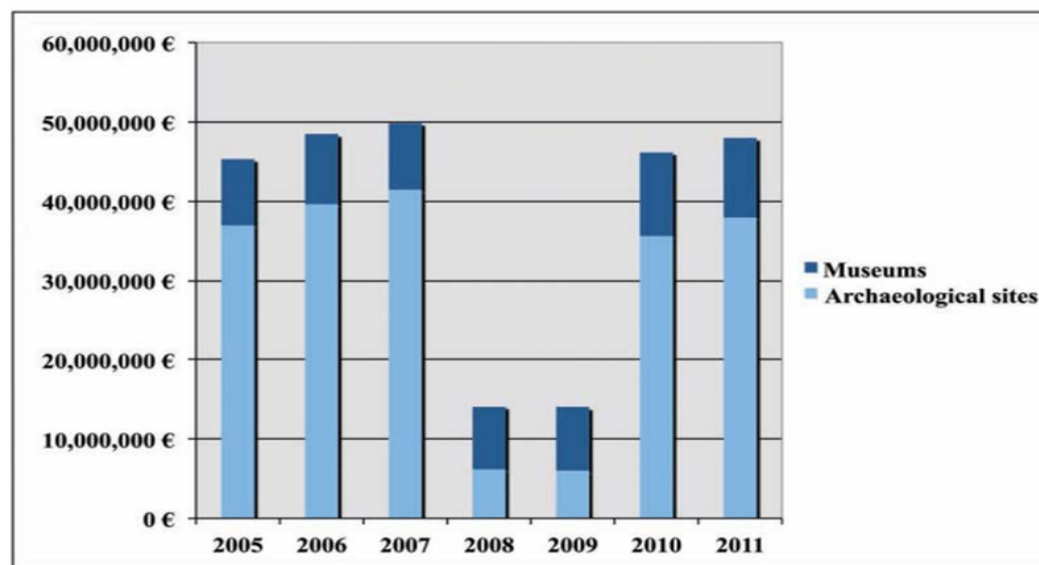


Πηγή: (Gill, 2013)

Η παρατηρούμενη μείωση μετά το 2008, εξαιτίας των λόγων που προαναφέρθηκαν, εξισορροπείται μετά το 2010, όπου αρχίζει να αυξάνεται και πάλι ο αριθμός των επισκεπτών σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους.

Από την πώληση των εισιτηρίων στους επισκέπτες αυτούς, εισέρευσαν στην ελληνική οικονομία περίπου 48 εκατ. ευρώ το 2011 (διάγραμμα 3.7) (Gill, 2013).

Διάγραμμα 3.7: Έσοδα σε ευρώ από πωλήσεις εισιτηρίων σε όλα τα μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους της Ελλάδας από το 2005 έως το 2011



Πηγή: (Gill, 2013)

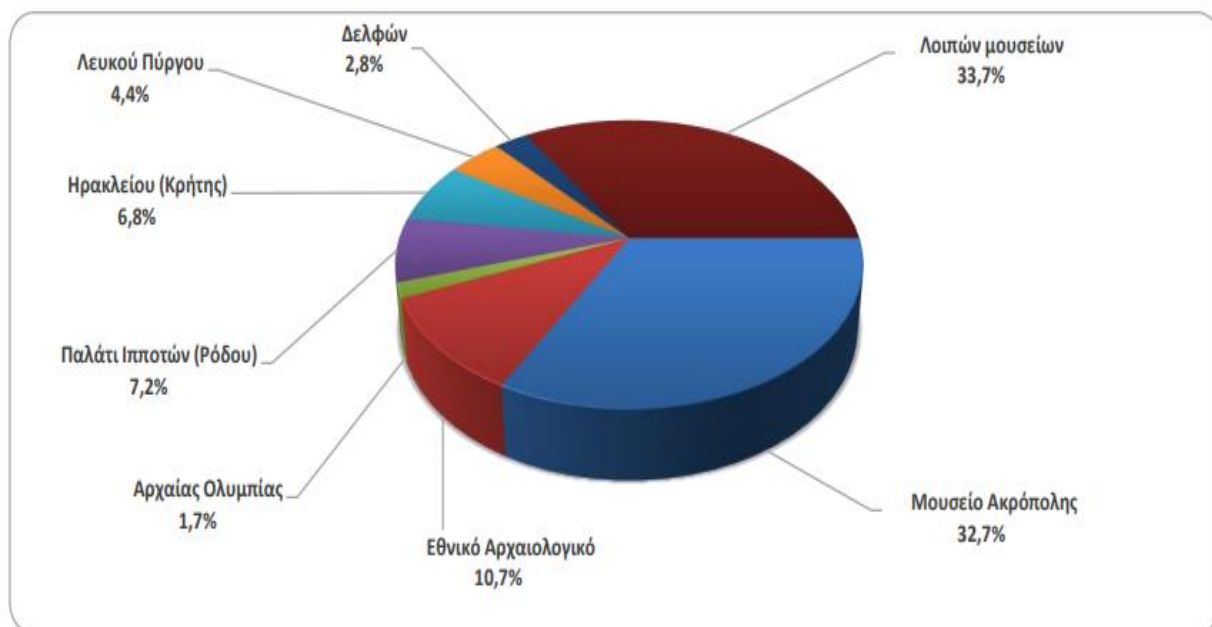
Σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ), οι επισκέψεις στα ελληνικά μουσεία το 2021-22 και το επτάμηνο (Ιανουαρίου-Ιουλίου 2022, 2023), καθώς και η επισκεψιμότητα ανά μουσείο τον Ιούλιο του 2023, φαίνονται στον πίνακα 3.3 και στο διάγραμμα 3.8 αντίστοιχα.

Πίνακας 3.3: Επισκέπτες μουσείων (2021, 2022, Ιανουάριος-Ιούλιος 2022, 2023)

Ι. ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ					
Μουσεία - Αρχαιολογικοί Χώροι	2021 ⁽²⁾	2022	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ - ΙΟΥΛΙΟΣ		Μεταβολή 2023/2022
			2022	2023	
Γενικό σύνολο επισκεπτών	7.357.026	15.583.552	8.013.362	10.730.906	33,9%
A. Μουσεία	2.047.481	4.636.901	2.423.764	3.340.965	37,8%
Μουσείο Ακρόπολης	547.908	1.397.353	760.851	1.142.675	50,2%
Εθνικό Αρχαιολογικό	189.208	474.821	234.547	368.703	57,2%
Αρχαίας Ολυμπίας	34.367	85.179	51.657	49.368	-4,4%
Παλάτι Ιπποτών (Ρόδου)	142.530	263.521	127.345	174.279	36,9%
Ηρακλείου (Κρήτης)	127.574	249.715	117.937	154.977	31,4%
Λευκού Πύργου	77.983	193.916	92.574	134.650	45,5%
Δελφών	58.102	151.512	81.078	129.433	59,6%
Λοιπών μουσείων	869.809	1.820.884	957.775	1.186.880	23,9%

Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2023)

Διάγραμμα 3.8: Επισκεψιμότητα Μουσείων, Ιούλιος 2023



Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2023)

Η λειτουργία των μουσείων αναστάλη σταδιακά από την 1η Νοεμβρίου 2020 έως τις 13 Μαΐου 2021, σε εφαρμογή των μέτρων που ελήφθησαν για την αντιμετώπιση της πανδημίας του κορωνοϊού.

Πίνακας 3.4: Εισπράξεις μουσείων και αρχαιολογικών χώρων (2021, 2022, Ιανουάριος-Ιούλιος 2022, 2023)

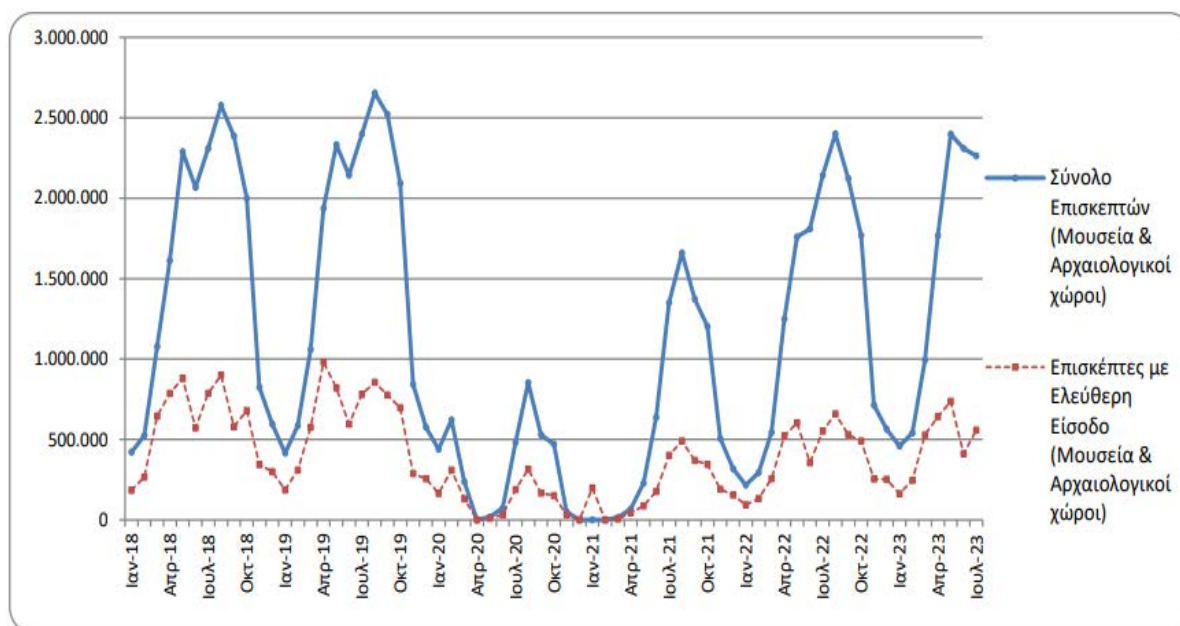
IV. ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ (σε ευρώ)					
	2021 ⁽²⁾	2022	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ - ΙΟΥΛΙΟΣ		Μεταβολή
			2022	2023	2023/2022
Σύνολο Εισπράξεων (Η+Θ)	54.735.194	121.535.113	62.002.611	88.220.327	42,3%
Η. Μουσεία	10.385.644	23.361.465	11.939.217	20.223.881	69,4%
Θ. Αρχαιολογικοί χώροι	44.349.550	98.173.648	50.063.394	67.996.446	35,8%

Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2023)

Το επτάμηνο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2023 παρατηρείται αύξηση, σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2022, κατά 37,8% στους επισκέπτες των μουσείων και κατά 69,4% στις αντίστοιχες εισπράξεις, όπως παρατηρούμε στον πίνακα 3.4.

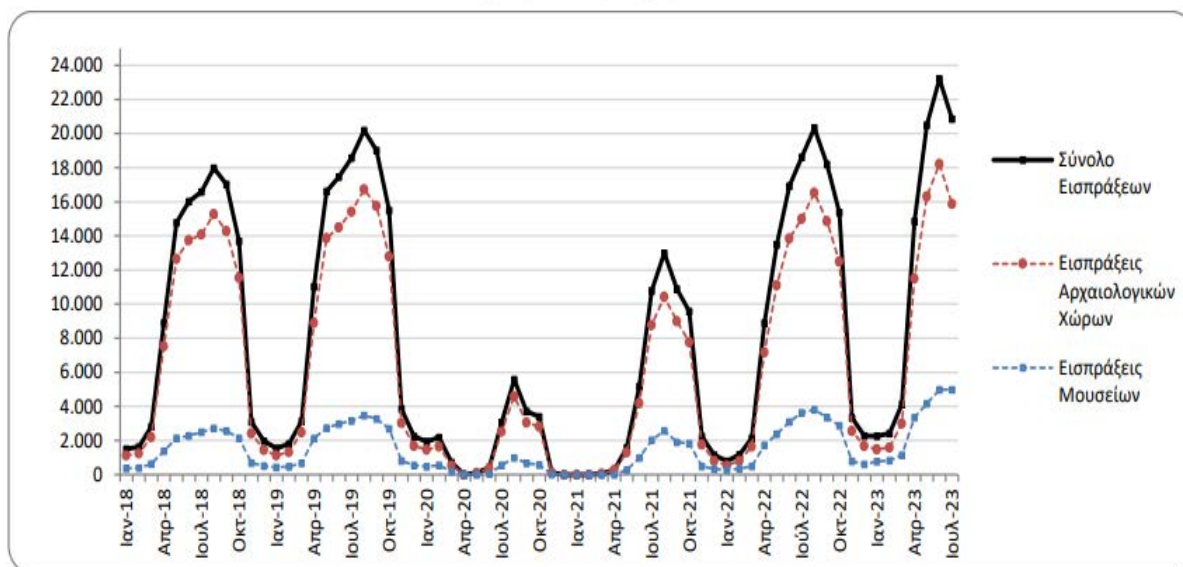
Στα παρακάτω διαγράμματα παρουσιάζεται η κίνηση μουσείων και αρχαιολογικών χώρων από τον Ιανουάριο του 2018 έως τον Ιούλιο του 2023, καθώς και η πορεία των εισπράξεων της ίδιας περιόδου.

Διάγραμμα 3.9: Κίνηση Μουσείων και Αρχαιολογικών Χώρων (Ιανουάριος 2018 – Ιούλιος 2023)



Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2023)

Διάγραμμα 3.10: Εισπράξεις Μουσείων και Αρχαιολογικών χώρων (Ιανουάριος 2018 – Ιούλιος 2023) (σε χιλιάδες ευρώ)



Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2023)

Τα στοιχεία που προκύπτουν από τα διαγράμματα και τους πίνακες, δείχνουν ότι τα μουσεία και οι αρχαιολογικοί χώροι είναι πολύ δημοφιλή στους τουρίστες και συμβάλλουν σημαντικά στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού της Ελλάδας. Επιπλέον, το 2022 και το 2023 οι εισπράξεις έφτασαν ή και ξεπέρασαν τα προπανδημικά επίπεδα. Το 2019 ήταν η χρονιά με τις υψηλότερες εισπράξεις για τα μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους, πριν από την πανδημία, ξεπερνώντας τα έσοδα των προηγούμενων ετών. Συγκεκριμένα, τα μουσεία συγκέντρωσαν 23,3 εκατομμύρια ευρώ και οι αρχαιολογικοί χώροι 107,5 εκατομμύρια ευρώ.

Παράλληλα, είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι στην Άνδρο σημειώνεται σημαντική τουριστική και τοπική ανάπτυξη λόγω του πολιτιστικού τουρισμού. Το ποσοστό των επισκεπτών των μουσείων είναι περίπου 8% του συνολικού αριθμού επισκεπτών στο νησί. Το 2005, ο αριθμός των επισκεπτών στα μουσεία του νησιού ήταν περίπου 45.000. Το Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης της Άνδρου, που εγκαινιάστηκε το 1979 από το Ίδρυμα Βασίλη και Ελίζας Γουλανδρή, έχει συμβάλει σημαντικά στην πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη του νησιού. Με εκθέσεις διεθνούς εμβέλειας και σημαντική πολιτιστική παρουσία, προσελκύει επισκέπτες και ενισχύει την τοπική οικονομία και ζωντάνια της Άνδρου.

Μάλιστα, η τοπική πολιτιστική κληρονομιά προσελκύει πολλούς τουρίστες στο νησί, με αποτέλεσμα οι ντόπιοι να την θεωρούν ως καθοριστικό παράγοντα για την τοπική και τουριστική ανάπτυξή του, κάτι που αποδεικνύεται και σε έρευνα που έγινε με

ερωτηματολόγιο σε 350 κατοίκους του νησιού. Έτσι, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων (99%) συμφωνεί με τη διατήρηση και εκμετάλλευση των πολιτιστικών πόρων του νησιού ως μέσο προώθησης της τουριστικής ανάπτυξης. Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να εκφράσουν την άποψή τους για τις επιπτώσεις του πολιτιστικού τουρισμού στους τομείς της οικονομίας, του πολιτισμού και της κοινότητας. Οι απαντήσεις έδειξαν ότι ο πολιτιστικός τουρισμός έχει βελτιώσει την ανάπτυξη και την ποιότητα ζωής των κατοίκων του νησιού (πίνακας 3.5).

Πίνακας 3.5: Οι απόψεις των κατοίκων για τις επιπτώσεις του πολιτιστικού τουρισμού στις παρακάτω μεταβλητές

Variables	Mean**	Standard Deviation
Employment opportunities	3.1	1.12
Image of area	3.4	0.88
Increasing number of local cultural events	2.8	0.96
Greater knowledge of culture	2.9	0.87
Culture exploitation	2.8	0.86
Local development with quick rates	2.7	0.93

*To what extent cultural tourism has contributed to the following issues?

**Scale: 1=by no means, 2=little, 3=moderate, 4=much, 5=very much

Πηγή: (Sdrali & Chazapi, 2007)

Ειδικότερα, οι ερωτηθέντες απάντησαν ότι ο πολιτιστικός τουρισμός έχει δημιουργήσει ευκαιρίες απασχόλησης, κυρίως για νέους και γυναίκες, συμβάλλοντας έτσι στην τουριστική εποχικότητα (μέσος όρος 3,1). Επίσης θεώρησαν ότι συμβάλει θετικά στην εικόνα του νησιού (μέσος όρος 3,4), καθιστώντας την Άνδρο έναν πιο διάσημο και ελκυστικό ταξιδιωτικό προορισμό για τους επισκέπτες και τους κατοίκους (Sdrali & Chazapi, 2007).

Επιπρόσθετα, το Μουσείο Προσφυγικής Μνήμης 1922, είναι ένα λαογραφικό μουσείο που βρίσκεται στη Σκάλα Λουτρών στο νησί της Λέσβου, και ιδρύθηκε για να διασώσει τα ανεκτίμητα αντικείμενα των προσφύγων που αναγκάστηκαν να εγκαταλείψουν τις πατρίδες τους και να διδάξει στους νεότερους τα γεγονότα που στιγμάτισαν μια ολόκληρη γενιά. Στόχος του είναι να βοηθήσει τους κατοίκους να ανακαλύψουν τις ρίζες τους και να ενδυναμώσουν τις μνήμες και την ταυτότητα της Μικράς Ασίας. Στεγάζεται στο παλιό δημοτικό σχολείο του χωριού, το οποίο ανακαινίστηκε από τον τοπικό πολιτιστικό σύλλογο "Δελφίνι". Το μουσείο εγκαινιάστηκε το 2006 και έχει σταθερό αριθμό επισκεπτών, κυρίως τοπικές σχολικές ομάδες, κατοίκους του χωριού και τουρίστες.

Η συλλογή του μουσείου περιλαμβάνει περίπου 500 εκθέματα, όπως κειμήλια, ιστορικά έγγραφα, βιβλία, πολύτιμα αντικείμενα, καθημερινά αντικείμενα, ρούχα και αντικείμενα από το μέτωπο της Μικράς Ασίας. Όλα τα αντικείμενα είναι δωρεές των τοπικών κατοίκων και φέρουν ετικέτες με τον τόπο προέλευσης και τα ονόματα των ιδιοκτητών και δωρητών.

Εικόνα 3.5: Προθήκες έκθεσης μπροστά από έναν χάρτη. Μουσείο Προσφυγικής Μνήμης



Πηγή: (Bounia, 2017)

Οι προθήκες του μουσείου περιλαμβάνουν αντικείμενα που βρέθηκαν τυχαία από τους χωρικούς, οι οποίοι τα δώρισαν στο μουσείο για να εμπλουτίσουν τη συλλογή. Αυτή η πράξη αποτελεί απόδειξη της κατανόησης και της ανθρωπιάς των κατοίκων, κυρίως ψαράδων, νοικοκυρών και τεχνιτών που αποτελούν τον πληθυσμό του χωριού. Τέλος, το μουσείο προάγει την αίσθηση του τόπου, την ενδυνάμωση και τη δημόσια συμμετοχή, συμβάλλοντας στη βιώσιμη ανάπτυξη της κοινότητας. Είναι ένα όχημα κοινωνικής συνοχής και έκφρασης του τοπικού στοιχείου, δημιουργημένο και υποστηριζόμενο εξ ολοκλήρου από την τοπική κοινωνία. Επομένως, έχει σχεδιαστεί για να εξυπηρετεί την τοπική κοινωνία αντί να προσελκύει μεγάλο αριθμό τουριστών (Bounia, 2017).

3.6 Προηγούμενες εμπειρικές έρευνες

Αρκετές εμπειρικές έρευνες τελευταία, έχουν δείξει ότι τα μουσεία αποτελούν καθοριστικό παράγοντα για την επιτυχημένη τοπική και τουριστική ανάπτυξη των πόλεων. Ορισμένα μουσεία λειτουργούν ως εμβληματικές τοποθεσίες που προσελκύουν τουρίστες και ενισχύουν την τουριστική ανάπτυξη. Άλλα μουσεία, αν και έχουν μικρότερη συμμετοχή στην τουριστική ανάπτυξη, προσφέρουν σημαντικό κοινωνικό και

πολιτιστικό αντίκτυπο στις κοινότητές τους, προάγοντας την κοινωνική συνοχή και την πολιτιστική ταυτότητα.

Στην Αυστραλία, αναπτύχθηκε μια μελέτη περιπτώσεων με τρία μουσεία που επιλέχθηκαν με βάση τα εξής κριτήρια:

- Ένα μητροπολιτικό μουσείο στο Σίδνεί: Δημιουργεί επιπτώσεις διαφορετικές από εκείνες σε πιο απομακρυσμένες περιοχές και ανταγωνίζεται σημαντικά κρατικά και εθνικά μουσεία.
- Ένα μικρό περιφερειακό μουσείο: Αντιπροσωπεύει τυπικές περιφερειακές και αγροτικές κοινότητες που έχουν υποστεί αλλαγές λόγω ξηρασίας ή μετατόπισης βιομηχανιών.
- Το Aboriginal Cultural Centre & Keeping Place στο Armidale: Ιδρύθηκε από αυτόχθονες πληθυσμούς για να στεγάσει επαναπατρισμένα αντικείμενα, και φιλοξενεί εκθέσεις, διεξάγει εκπαιδευτικά και ερευνητικά προγράμματα, ενώ παράλληλα παρέχει απασχόληση και χώρο συνάντησης.

Η έρευνα, που περιλάμβανε 294 συνεντεύξεις από τυχαία άτομα στις τρεις τοπικές περιοχές, ανέδειξε τη θετική αντίληψη για τα μουσεία, με κανέναν ερωτηθέντα να μην εκφράζει αρνητικές απόψεις. Οι συμμετέχοντες, μέσω ανοιχτών ερωτήσεων και κλιμάκων αξιολόγησης, τόνισαν τα οφέλη των μουσείων, όπως η ενίσχυση του τουρισμού, η εκτίμηση της ιστορίας και του πολιτισμού, καθώς και η γενικότερη εκπαίδευση. Επιπλέον, όταν απαντούσαν σε μια σειρά δηλώσεων σχετικά με τα τοπικά μουσεία που προέκυψαν από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, υπήρχε ισχυρή συμφωνία ότι τα τοπικά μουσεία:

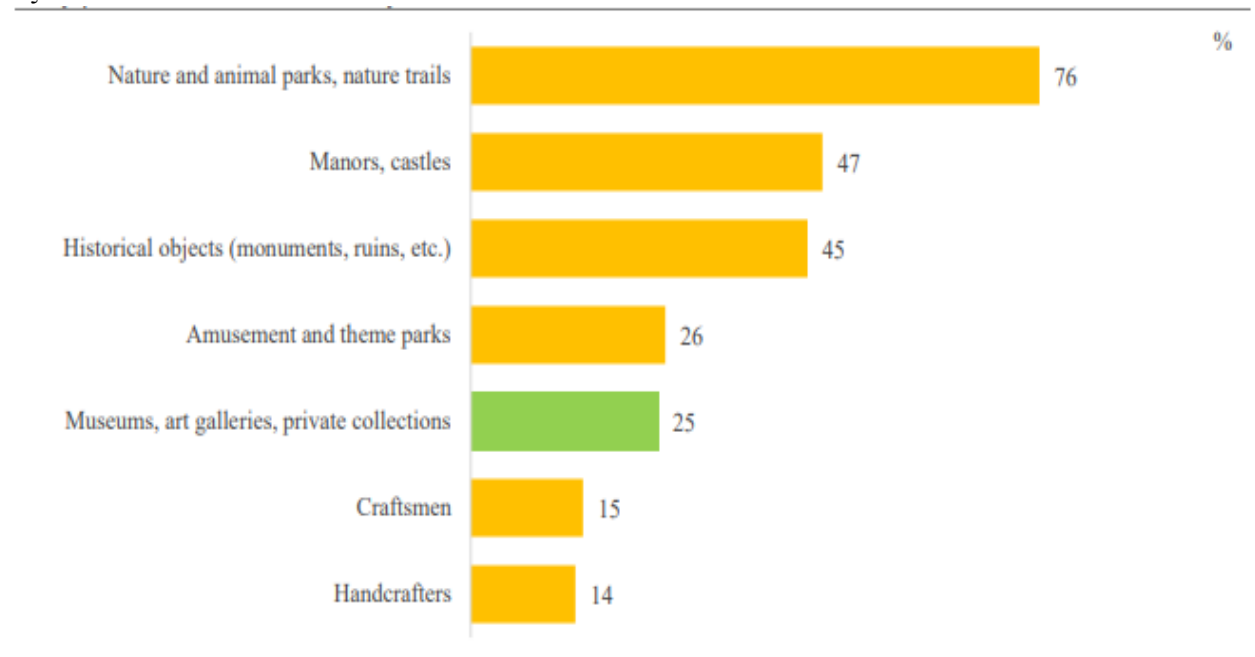
- αναπτύσσουν αίσθημα υπερηφάνειας για τις τοπικές παραδόσεις και έθιμα
- διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στον τουρισμό
- παρουσιάζουν εκθέσεις σχετικές με την τοπική περιοχή
- δημιουργούν στους ανθρώπους την αίσθηση ότι ανήκουν και συμμετέχουν σε κάτι
- αναπτύσσουν νέα τοπικά έργα με τη συμμετοχή των κατοίκων
- προωθούν την επαφή και τη συνεργασία μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών
- φέρνουν σε επαφή μεταξύ τους διαφορετικές ηλικιακές ομάδες.

Γενικά, τα ευρήματα έδειξαν ότι η αξία των τοπικών μουσείων έγκειται στους δεσμούς τους με την κοινότητα. Προσφέρουν ευκαιρίες για επισκέψεις και συμμετοχή σε εκδηλώσεις, καθώς και ευκαιρίες εργασίας (αμειβόμενες και μη). Τα μουσεία δημιουργούν πλούτο στην τοπική κοινωνία, ο οποίος επιστρέφει στην κοινότητα. Παράγουν εισόδημα που παραμένει τοπικά, ενισχύοντας την οικονομία της περιοχής. Επιπλέον, συμβάλλουν στην ανάπτυξη εκτίμησης για τον τόπο και τον πολιτισμό, ενισχύουν την υπερηφάνεια της κοινότητας, διατηρούν την κληρονομιά και προσφέρουν ευκαιρίες μάθησης για όλες τις ηλικίες (Kelly, 2006).

Επίσης, οι Tjarve et al. (2021) διεξήγαγαν μια ποσοτική κοινωνιολογική έρευνα με ερωτηματολόγια σε 124 μουσεία στη Λετονία, και έξι σε βάθος συνεντεύξεις με ειδικούς στους τομείς του τουρισμού και του πολιτισμού με σκοπό να αναλύσουν την τρέχουσα πρακτική των μουσείων της Λετονίας στη συνεργασία τους με ξένους και ντόπιους τουρίστες με έναν ολοκληρωμένο και λεπτομερή τρόπο, καθώς και να εντοπίσουν τις δυνατότητες για το άμεσο μέλλον. Ακόμη, ως μέρος της μελέτης έγινε μια ποσοτική κοινωνιολογική έρευνα του πληθυσμού της Λετονίας (μέγεθος δείγματος 1015, πρόσωπο με πρόσωπο συνεντεύξεις στα σπίτια των ερωτηθέντων) και ατομικές σε βάθος και εξειδικευμένες συνεντεύξεις με εκπροσώπους του τουριστικού τομέα (12 συνεντεύξεις) και με εκπροσώπους του τομέα των μουσείων (10 συνεντεύξεις).

Στη χώρα υπάρχουν τουλάχιστον 350 μουσεία, χώροι τέχνης και ιδιωτικές συλλογές. Το 25% των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα, θα επισκεφθούν κάποιο μουσείο. Αυτό το ποσοστό αντιπροσώπευε περίπου τις 500 χιλιάδες από το σύνολο των ξένων τουριστικών ροών τα χρόνια πριν από την πανδημία του κορονοϊού.

Τον Νοέμβριο του 2021 η Υπηρεσία Επενδύσεων και Ανάπτυξης της Λετονίας πραγματοποίησε έρευνα, σύμφωνα με την οποία οι ντόπιοι τουρίστες (κάτοικοι Λετονίας), προτιμούν να επισκέπτονται φυσικά και ζωικά πάρκα (76%), αρχοντικά και κάστρα (47%), ιστορικές τοποθεσίες όπως μνημεία, ερείπια κ.λπ. (45%), μουσεία, χώρους τέχνης και ιδιωτικές συλλογές (25%).

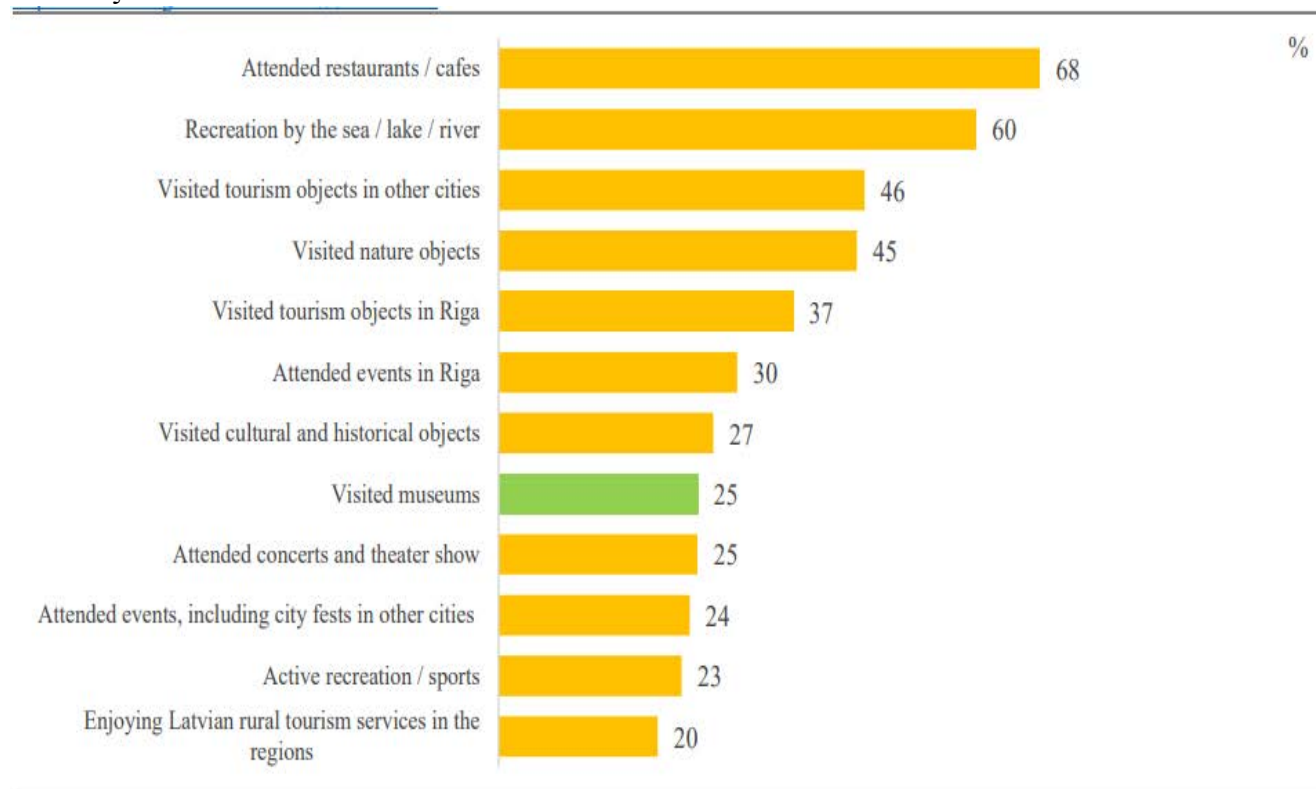
Διάγραμμα 3.11: Ενδιαφέρον των ντόπιων τουριστών (κάτοικοι Λετονίας) για διάφορα τουριστικά
αξιοθέατα

Πηγή: (Tjarve et al., 2021)

Η ανάλυση των δεδομένων της έρευνας των Tjarve et al. (2021) ωστόσο έδειξε ότι το 2021 υπήρχε ισχυρή συσχέτιση μεταξύ τοπικών ταξιδιών και επισκέψεων σε μουσεία (το 43% όσων είχαν ταξιδέψει στη Λετονία επισκέφτηκαν μουσεία).

Από τους κατοίκους της διασποράς τις συχνότερες τουριστικές δραστηριότητες αποτελούν οι επισκέψεις σε εστιατόρια και καφετέριες (68%), χαλάρωση δίπλα στη θάλασσα, λίμνες ή ποτάμια (60%), παρακολούθηση εκδηλώσεων στη Ρίγα (30%), και φεστιβάλ πόλεων σε άλλες πόλεις (24%), επισκέψεις σε πολιτιστικά και ιστορικά αξιοθέατα (27%), όπως επίσης και οι επισκέψεις σε μουσεία (25%).

Διάγραμμα 3.12: Το ενδιαφέρον της λετονικής διασποράς για διάφορα τουριστικά αξιοθέατα της Λετονίας



Πηγή: (Tjarve et al., 2021)

Η έρευνα των Tjarve et al. (2021) καταλήγει ότι τα μουσεία στη Λετονία είναι διασκορπισμένα και εύκολα προσβάσιμα, αλλά οι τοπικοί τουρίστες προτιμούν άλλες δραστηριότητες. Παρά το μεγάλο δυναμικό για προσέλκυση τουριστών, τα μουσεία αντιμετωπίζουν περιορισμούς λόγω έλλειψης χρηματοδότησης και ανθρώπινων πόρων. Η επιτυχία τους εξαρτάται κυρίως από την εμπειρία της επίσκεψης και την ιστορία της έκθεσης, παρά από τη γεωγραφική θέση ή την ποικιλία των εκθέσεων. Απαιτείται κοινή στρατηγική και συντονισμός για την ανάπτυξη του τουριστικού δυναμικού των μουσείων, των οποίων η συμβολή αλλά και των διαφόρων μορφών του πολιτισμού αποτελεί πολύ σημαντικό ποσοστό στο σύνολο του τουρισμού στη Λετονία, με την αντίστοιχη οικονομική επίπτωση στα έσοδα της χώρας.

Οι Deffner & Metaxas (2003) προκειμένου να καθορίσουν τον ρόλο των μουσείων στην αστική οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη, πραγματοποίησαν έρευνα ερωτηματολογίου και χρησιμοποίησαν περιγραφική στατιστική (descriptive statistics), για να δημιουργήσουν μια ολοκληρωμένη και λεπτομερή εικόνα των απαντήσεων. Το δείγμα της έρευνας είναι 62 ελληνικά δημόσια μουσεία και αρχαιολογικοί χώροι (στους οποίους περιλαμβάνονται και μουσεία).

Το συμπέρασμα της έρευνας είναι ότι, παρά την αναγνώριση της σημασίας τους για την αστική οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη, τα δημόσια μουσεία στην Ελλάδα δεν είναι ακόμη σε θέση να ανταποκριθούν στις προκλήσεις του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. Η έλλειψη σαφούς ρόλου και η απουσία διεθνών πολιτικών, όπως η διαχείριση μουσείων και το μάρκετινγκ, περιορίζουν την αποτελεσματικότητά τους. Για να γίνουν τα μουσεία αποτελεσματικά εργαλεία ανάπτυξης, απαιτείται η ανάπτυξη πολιτιστικών πολιτικών σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, καθώς και η ενίσχυση του ανθρώπινου δυναμικού με εξειδικευμένες γνώσεις και κίνητρα.

Η μελέτη των Corbos & Popescu (2011) αποσκοπεί να παρουσιάσει το Βρετανικό Μουσείο από την οπτική γωνία του μάρκετινγκ μίξης και να αναδείξει μερικές από τις καλές πρακτικές που χρησιμοποιεί αυτός ο γίγαντας για να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες και να διατηρήσει το ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα. Η μεθοδολογία βασίζεται στη δευτερογενή έρευνα, χρησιμοποιώντας βιβλιογραφικές αναφορές, ακαδημαϊκά και επιστημονικά άρθρα, δημοσιεύσεις από διαδικτυακές πηγές και εφημερίδες, την ιστοσελίδα του μουσείου, καθώς και τις σχετικές ιστοσελίδες του μουσείου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook.

Το συμπέρασμα της έρευνας ήταν ότι το Βρετανικό Μουσείο οργανώνει εντατικές προωθητικές καμπάνιες, ανακοινώνοντας τα γεγονότα μέσω εξειδικευμένων υπηρεσιών και συνεργαζόμενων μέσων ενημέρωσης. Προωθητικό υλικό, όπως οδηγοί και φυλλάδια, διατίθεται σε διάφορα σημεία του Λονδίνου, μεταφρασμένο σε πολλές γλώσσες. Για την αύξηση των επισκεπτών, εφαρμόζεται η Στρατηγική Ανάπτυξης Κοινού, με προγράμματα για κατοίκους, οικογένειες, σχολεία, εθνοτικές μειονότητες και κοινότητες προσφύγων. Το προσωπικό του μουσείου εργάζεται συνεχώς για τη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών, διασφαλίζοντας την κατάλληλη υποστήριξη των επισκεπτών.

Οι προωθητικές δραστηριότητες στοχεύουν στην αύξηση της δημόσιας ευαισθητοποίησης, την προσέλκυση νέων αγορών και την ενίσχυση της εμπιστοσύνης στα εκθέματα. Οι καμπάνιες αυτές είναι επιτυχημένες, καθώς ο αριθμός των επισκεπτών αυξάνεται κάθε χρόνο. Αυτές είναι μερικές από τις σημαντικές πρακτικές που εφαρμόζει το Βρετανικό Μουσείο, οι οποίες συμβάλλουν στο να θεωρείται ένα από τα σύμβολα του Λονδίνου και του Ηνωμένου Βασιλείου. Με ιστορία που χρονολογείται πάνω από δύο αιώνες, το Βρετανικό Μουσείο έχει καταφέρει να βρει την επιτυχημένη πορεία του και σήμερα θεωρείται ένα από τα σημαντικότερα μουσεία παγκοσμίως. Είναι ένα πρότυπο που πρέπει να ακολουθήσει κάθε μουσείο στον κόσμο.

Επιπρόσθετα, οι Ashton et al. (2019) πραγματοποίησαν μια μελέτη στο μουσειακό συγκρότημα της πόλης Lehi της Utah, που περιλάμβανε οκτώ μουσεία. Στη μελέτη συμμετείχαν 187 επισκέπτες, τόσο τακτικοί όσο και νέοι στα μουσεία, οι οποίοι κλήθηκαν να επισκεφθούν ένα από αυτά σε τρεις ξεχωριστές περιπτώσεις κατά τη διάρκεια της μελέτης. Μετά από κάθε επίσκεψη, οι συμμετέχοντες απάντησαν σε ερωτηματολόγιο που αξιολογούσε την κατάστασή τους πριν και μετά την επίσκεψη. Οι απαντήσεις αναλύθηκαν χρησιμοποιώντας t-test εξαρτημένων δειγμάτων, μια στατιστική μέθοδο για την ανάλυση των δεδομένων του ερωτηματολογίου. Στόχος της μελέτης ήταν να αναδειχθεί ο κοινωνικός ρόλος των μουσείων στην κοινότητα.

Τα αποτελέσματα της μελέτης αποκάλυψαν ότι οι επισκέπτες που ολοκλήρωσαν την έρευνα ανέφεραν μια στατιστικά σημαντική βελτίωση στα εξής:

- Συνεχής μάθηση και δέσμευση
- Αυξημένη υγεία και ευεξία
- Διαπολιτισμική ικανότητα
- Ενισχυμένες σχέσεις
- Εκτίμηση για τις τέχνες
- Εκτίμηση για τις επιστήμες και τη διατήρηση

Τα μουσεία ανέφεραν ότι η συμμετοχή στη μελέτη όχι μόνο διευκρίνισε τον κοινωνικό τους αντίκτυπο, αλλά τους βοήθησε επίσης να αναπτύξουν νέα προγράμματα και να ενημερώσουν τα κύρια και στρατηγικά τους σχέδια. Για παράδειγμα, ένα μουσείο ανέφερε: "Έχουμε κάνει προσαρμογές στις εκθέσεις μας για να προσπαθήσουμε να είμαστε πιο πολιτισμικά συμπεριληπτικοί."

Μια ακόμη εμπειρική έρευνα με ερωτηματολόγιο είναι αυτή των Preko et al. (2020), η οποία διεξήχθη σε 385 τουρίστες που επισκέφθηκαν το Εθνικό Μουσείο στην Άκρα, πρωτεύουσα της Γκάνας. Οι συμμετέχοντες απάντησαν σε ερωτήσεις σχετικά με την εμπειρία τους, την ικανοποίηση, την αφοσίωση και την προθυμία να πληρώσουν περισσότερα. Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η μεθοδολογία των μοντέλων δομικών εξισώσεων (Structural Equation Modelling - SEM).

Ο στόχος της έρευνας ήταν να διερευνήσει πώς η τουριστική εμπειρία προκαλεί ικανοποίηση και συμβάλλει στην αφοσίωση και την προθυμία να πληρώσουν

περισσότερα για έναν μουσειακό προορισμό. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η τουριστική εμπειρία έχει σημαντική επίδραση στην ικανοποίηση, και η ικανοποίηση με τη σειρά της επηρεάζει σημαντικά την αφοσίωση και την προθυμία να πληρώσουν περισσότερα. Τόσο οι εγχώριοι όσο και οι ξένοι τουρίστες έμειναν ικανοποιημένοι με την επιλογή του Εθνικού Μουσείου, γεγονός που αναπτύσσει υψηλό επίπεδο πίστης στον προορισμό. Επιπλέον, αυτό είναι πιθανό να οδηγήσει σε θετικές προθέσεις για επανεπίσκεψη ή συστάσεις του μουσείου σε άλλους πιθανούς τουρίστες.

Παράλληλα, η μελέτη της Mavragani (2015) είχε παρόμοιο στόχο, διερευνώντας την ικανοποίηση των επισκεπτών και την πρόθεσή τους να συστήσουν και να επανεπισκεφθούν μουσεία. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με ερωτηματολόγια σε τουρίστες που επισκέφθηκαν πέντε ελληνικά μουσεία, το Αρχαιολογικό Μουσείο Δελφών, το Αρχαιολογικό Μουσείο Μυκηνών, το Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας, το Αρχαιολογικό Μουσείο Αρχαίας Κορίνθου και το Αρχαιολογικό Μουσείο Ασκληπείου Επιδαύρου. Τα τουριστικά πρακτορεία οργάνωσαν τις επισκέψεις και ξεναγήσεις.

Η ποσοτική έρευνα διεξήχθη από τον Ιανουάριο έως τον Ιούλιο του 2009, με 535 έγκυρα ερωτηματολόγια που περιλάμβαναν κλίμακα Likert 5 βαθμών και ανοιχτές ερωτήσεις. Τα δεδομένα αναλύθηκαν με το στατιστικό πρόγραμμα SPSS. Η ανάλυση συστάδων (cluster analysis) και συγκεκριμένα η μέθοδος k-means clustering χρησιμοποιήθηκε για την ομαδοποίηση των τουριστών σε τρεις συστάδες βάσει των απαντήσεών τους. Το μοντέλο προσδοκίας-αξίας (expectancy value model) χρησιμοποιήθηκε για να περιγράψει την αντιληπτή αξία, υπολογίζοντάς την ως το άθροισμα των γινομένων της σημασίας και της αξιολόγησης για κάθε παράγοντα $\{\text{perceived value} = \Sigma(\text{importance} \times \text{evaluation})\}$.

Τα συμπεράσματα της έρευνας της Mavragani (2015) ήταν τα εξής: Οι τουρίστες αξιολόγησαν θετικά τη σχέση ποιότητας/τιμής και τη συνολική εικόνα των μουσείων, συμπεριλαμβανομένων των εγκαταστάσεων, των εκθεμάτων, των καταστημάτων και των καφέ. Ωστόσο, οι εκπαιδευτικές πτυχές και το προσωπικό κρίθηκαν αρνητικά, ενώ η τιμή θεωρήθηκε ουδέτερη. Η πρόθεση σύστασης και επανεπίσκεψης του μουσείου επηρεάζεται από τις εγκαταστάσεις, τα εκθέματα και το προσωπικό. Η θετική διάδοση, κυρίως μέσω κοινωνικών δικτύων όπως το TripAdvisor, επηρεάζει τις μελλοντικές επισκέψεις. Τέλος, παρά την υψηλή συνολική ικανοποίηση, υπήρχαν παράπονα για τις κακές υπηρεσίες, τις ώρες λειτουργίας, την ελλιπή πληροφόρηση και την έλλειψη αξιοθέατων, που θα μπορούσαν να βελτιώσουν την εμπειρία.

Οι παραπάνω έρευνες συνοψίζονται στον πίνακα 3.6:

Πίνακας 3.6: Προηγούμενες έρευνες σχετικά με την συμβολή των μουσείων στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη των πόλεων

Μελέτες-Έρευνες	Σκοπός	Δείγμα-Χώρα	Δεδομένα-Μέθοδοι
Ashton et al., 2019	Ο κοινωνικός αντίκτυπος των μουσείων στην κοινότητα	187 επισκέπτες σε 8 μουσεία στην πόλη Lehi της Utah των ΗΠΑ	Στατιστική ανάλυση των δεδομένων ερωτηματολογίου μέσω t-test εξαρτημένων δειγμάτων
Corbos & Popescu, 2011	Ανάδειξη καλών πρακτικών του Βρετανικού Μουσείου για την προσέλκυση επισκεπτών και τη διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος	Ανάλυση δευτερογενών δεδομένων για το Βρετανικό Μουσείο, βασισμένη σε διάφορες πηγές, μεταξύ των οποίων 5 αναφορές από την ιστοσελίδα του Βρετανικού Μουσείου	Δευτερογενής έρευνα-χρήση επιστημονικών άρθρων, δημοσιεύσεων από διαδικτυακές πηγές, εφημερίδες και στατιστικών δεδομένων από την ιστοσελίδα του μουσείου
Deffner & Metaxas, 2003	Ο ρόλος των μουσείων στην αστική οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη	Διευθυντές και στελέχη 62 δημόσιων μουσείων στην Ελλάδα	Στατιστική ανάλυση των δεδομένων ερωτηματολογίου
Kelly, 2006	Διερεύνηση του αντίκτυπου των μουσείων στις κοινότητές τους	294 άτομα όλων των ηλικιών στις τρεις τοπικές περιοχές των μουσείων της Αυστραλίας	Μελέτη περιπτώσεων τριών μουσείων Πρωτογενή δεδομένα-294 Συνεντεύξεις
Mavragani, 2015	Αξιολόγηση ικανοποίησης τουριστών και πρόθεσης επανεπίσκεψης ή σύστασης του μουσείου	535 τουρίστες σε πέντε μουσεία στην Ελλάδα	Στατιστική ανάλυση ερωτηματολογίου με τη χρήση του SPSS
Preko et al., 2020	Διερεύνηση της επίδρασης της μουσειακής εμπειρίας στην ικανοποίηση των τουριστών	385 τουρίστες που επισκέφθηκαν το Εθνικό Μουσείο στην Άκρα, πρωτεύουσα της Γκάνας	Στατιστική ανάλυση των δεδομένων ερωτηματολογίου μέσω μοντέλων δομικών εξισώσεων (SEM)
Tjarve et al., 2021	Ανάλυση της τρέχουσας πρακτικής των μουσείων της Λετονίας στην συνεργασία τους με ξένους και ντόπιους τουρίστες	124 μουσεία στη Λετονία Ειδικοί του τουρισμού και του πολιτισμού Εκπρόσωποι του τουριστικού τομέα Εκπρόσωποι του τομέα των μουσείων	Πρωτογενή δεδομένα-Ερωτηματολόγια 6 σε βάθος συνεντεύξεις 12 σε βάθος και εξειδικευμένες συνεντεύξεις 10 σε βάθος και εξειδικευμένες συνεντεύξεις

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**Μεθοδολογία****4.1 Σκοπός της εργασίας**

Σκοπός αυτής της εργασίας είναι να διερευνηθεί ο ρόλος που διαδραματίζουν τα μουσεία στην ανάπτυξη τόσο σε τοπικό επίπεδο όσο και στον τουρισμό. Πιο συγκεκριμένα, θα εξεταστεί πώς τα μουσεία αποτελούν μια συνιστώσα της τοπικής και τουριστικής ανάπτυξης. Η εργασία θα εστιάσει στο μουσείο ως ανεξάρτητη μεταβλητή και θα εξετάσει την επίδρασή του στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη ως εξαρτημένη μεταβλητή. Το σχέδιο είναι να βρεθούν τα στοιχεία, τα οποία επιβεβαιώνουν τη συνάρτηση τύπων μουσείων, χαρακτηριστικών των μουσείων, με συγκεκριμένα τοπικά και τουριστικά αναπτυξιακά χαρακτηριστικά.

4.2 Ερευνητικά ερωτήματα

Τα ερευνητικά ερωτήματα της εργασίας μπορούν να διατυπωθούν ως εξής:

EP1: Ποιοι είναι οι μηχανισμοί μέσω των οποίων τα μουσεία λειτουργούν ως συνιστώσες στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη των προορισμών;

Το πρώτο ερευνητικό ερώτημα αφορά το πώς τα μουσεία συμβάλλουν στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη των προορισμών μέσω διαφόρων μηχανισμών.

EP2: Πώς διαφορετικού τύπου μουσεία οδηγούν σε διαφορετικές μορφές τοπικής και τουριστικής ανάπτυξης;

Το δεύτερο ερώτημα εξετάζει με ποιόν τρόπο τα χαρακτηριστικά των μουσείων σε σχέση με τον χώρο, την τοπική κουλτούρα, την κλίμακα, τον σκοπό και το κοινό, επηρεάζουν την τοπική και τουριστική ανάπτυξη των περιοχών τους.

EP3: Πώς τα μουσεία Λούβρο, Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης της Νέας Υόρκης και Guggenheim του Μπιλμπάο έχουν διαμορφώσει την τουριστική και τοπική ανάπτυξη των περιοχών τους;

EP4: Ποιες είναι οι διαφορές και οι ομοιότητες των μουσείων Λούβρου, Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης της Νέας Υόρκης και Guggenheim του Μπιλμπάο όσον αφορά την συμβολή τους στην τουριστική και τοπική ανάπτυξη των περιοχών τους;

Τα ερωτήματα 3 και 4 εξετάζουν πώς τα τρία διάσημα μουσεία (Λούβρο, Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης της Νέας Υόρκης και Guggenheim του Μπιλμπάο), συμβάλλουν στην ανάπτυξη των περιοχών τους, καθώς και τις ομοιότητες και διαφορές τους σε αυτήν την συμβολή.

4.3 Παρουσίαση των ερευνητικών μεθόδων

Αυτή η διπλωματική εργασία εφαρμόζει μια συνδυαστική μεθοδολογία, αξιοποιώντας τρεις μεθοδολογικές προσεγγίσεις.

1. Μελέτη Περίπτωσης - Case Study

Πρώτον, εφαρμόζεται η μέθοδος της μελέτης περιπτώσεων τριών μουσείων και συγκεκριμένα του Λούβρου, του Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης της Νέας Υόρκης και του Guggenheim του Μπιλμπάο.

Οι μελέτες περιπτώσεων περιλαμβάνουν μεμονωμένες ή πολλαπλές περιπτώσεις και πολλαπλά επίπεδα ανάλυσης που μπορεί να είναι είτε ποιοτικά (λέξεις), είτε ποσοτικά (αριθμοί) ή και τα δύο. Με άλλα λόγια, η ανάλυση μπορεί να περιλαμβάνει ποιοτικές και ποσοτικές μεθόδους, ανάλογα με τη φύση των δεδομένων. (Kalla & Metaxas, 2023).

Η μελέτη περίπτωσης είναι μια ερευνητική μέθοδος που περιλαμβάνει μια σε βάθος και λεπτομερή εξέταση μιας συγκεκριμένης περίπτωσης μέσα σε ένα πραγματικό πλαίσιο. Είναι μια μορφή ποιοτικής περιγραφικής έρευνας που εξετάζει ενδελεχώς μια μεμονωμένη περίπτωση για να αποκαλύψει μοτίβα, ή να δημιουργήσει σχέσεις και θεωρίες.

Οι μελέτες περιπτώσεων περιγράφουν, συγκρίνουν, αξιολογούν και κατανοούν διαφορετικές πτυχές ενός ερευνητικού ερωτήματος. Επίσης, εξερευνούν τα βασικά χαρακτηριστικά, τις έννοιες και τις επιπτώσεις μιας υπόθεσης. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο μία μελέτη περίπτωσης όπου εξετάζεται και αναλύεται ένα μεμονωμένο θέμα σε βάθος ή πολλές μελέτες περιπτώσεων όπου συγκρίνονται και αξιολογούνται διαφορετικές πτυχές του ερευνητικού προβλήματος (McCombes, 2019).

Τέλος, κάθε μελέτη περίπτωσης αναμένεται να είναι σύγχρονη και να αποτυπώνει την ιδιαιτερότητα μιας μεμονωμένης περίπτωσης, διερευνώντας την ιστορία και την εξέλιξη του θέματος μέσα στο πραγματικό, γεωγραφικό και κοινωνικό περιβάλλον του, λαμβάνοντας υπόψη πολλές μεταβλητές και ιδιότητες (Johansson, 2007).

Οι περιπτώσεις επιλέγονται με βάση συγκεκριμένα κριτήρια που σχετίζονται με τα ερευνητικά ερωτήματα. Ωστόσο, τα δύο πρώτα ερευνητικά ερωτήματα απαντώνται εν μέρει στο κεφάλαιο 3 (κυρίως σχετικά με τα μουσεία μικρής κλίμακας). Οι μελέτες περιπτώσεων που επιλέχθηκαν εμβαθύνουν σημαντικά στον τρόπο που τα μουσεία επιδρούν στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη. Τα κριτήρια επιλογής των μουσείων Λούβρου, Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης της Νέας Υόρκης και Guggenheim του Μπιλμπάο ως μελέτες περιπτώσεων βασίζονται σε διάφορους παράγοντες. Πρώτον, το Λούβρο και το Μητροπολιτικό Μουσείο είναι μουσεία μεγάλης κλίμακας, με διεθνή εμβέλεια και αναγνωρισιμότητα, καθιστώντας τα παγκοσμίως γνωστά. Δεύτερον, αυτά τα δύο μουσεία έχουν εκτεταμένες συλλογές, προσελκύοντας εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο. Το Guggenheim του Μπιλμπάο, αν και μεσαίας κλίμακας, ξεχωρίζει για τις σύγχρονες και μοντέρνες συλλογές του και την αρχιτεκτονική του, προσελκύοντας επίσης μεγάλο αριθμό επισκεπτών. Είναι γεγονός ότι στο Μπιλμπάο πριν την ανέγερση του μουσείου, δεν υπήρχε κάποιο κτίριο με αξιόλογη αρχιτεκτονική, όπως συμβαίνει στο Παρίσι και στην Νέα Υόρκη, και τα εντυπωσιακής αρχιτεκτονικής κτίσματα εμφανίστηκαν σταδιακά με την κατασκευή του μουσείου.

Το Λούβρο στο Παρίσι είναι το μουσείο με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στον κόσμο, κυρίως λόγω των εμβληματικών εκθεμάτων του, όπως η Μόνα Λίζα. Είναι ένα δημόσιο μουσείο, όπως και το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης της Νέας Υόρκης, το οποίο είναι επίσης ένα από τα κορυφαία μουσεία παγκοσμίως, γνωστό για τη μεγάλη συλλογή έργων τέχνης και τη μοναδική αρχιτεκτονική του. Αντίθετα, το Μουσείο Γκούγκενχαϊμ στο Μπιλμπάο, που έχει εκατομμύρια επισκέπτες από την ίδρυσή του το 1997, είναι ιδιωτικό μουσείο και είναι γνωστό για τη σύγχρονη τέχνη και την αρχιτεκτονική του από τον Φρανκ Γκέρι. Παρά το γεγονός ότι δεν έχει την ίδια φήμη και την τεράστια συλλογή του Λούβρου ή του Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης, έχει αναδείξει την πόλη του Μπιλμπάο σε πολιτιστικό κέντρο, ενισχύοντας την τοπική οικονομία και τον τουρισμό.

Επιπλέον, πέρα από το γεγονός ότι και τα τρία μουσεία λειτουργούν ως κύριοι πόλοι έλξης τουριστών, είναι εμβληματικά στοιχεία και κορυφαίοι πολιτιστικοί προορισμοί που συμβάλλουν στην πολιτιστική ταυτότητα των περιοχών τους. Η εντυπωσιακή αρχιτεκτονική τους επίσης, προσελκύει τουρίστες, προσθέτοντας στην ελκυστικότητά τους. Τέλος, οι πόλεις στις οποίες βρίσκονται (Παρίσι, Νέα Υόρκη, Μπιλμπάο),

θεωρούνται σημαντικά οικονομικά και πολιτιστικά κέντρα, ενισχύοντας περαιτέρω την σημασία των μουσείων αυτών στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι το Λούβρο και το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης βρίσκονται σε μητροπόλεις, με τους πληθυσμούς του Παρισιού (περίπου 2,1 εκατομμύρια) και της Νέας Υόρκης (περίπου 8,4 εκατομμύρια) να είναι πολύ μεγαλύτεροι από τον πληθυσμό του Μπιλμπάο (περίπου 347.000). Εξάλλου, το Παρίσι και η Νέα Υόρκη είναι παγκοσμιουπόλεις, ενώ το Μπιλμπάο είναι μία πόλη μεσαίου μεγέθους, γεγονός που καθιστά την επιτυχία του Μουσείου Γκούγκενχαϊμ ακόμη πιο αξιοσημείωτη. Η τεράστια επίδραση που είχε το μουσείο αποτελεί ακόμα έναν λόγο για την επιλογή του ως μελέτη περίπτωσης. Απεναντίας τα δύο προαναφερόμενα μουσεία μεγάλης κλίμακας δεν αποτέλεσαν καθοριστικό παράγοντα μεταμόρφωσης των πόλεων τους.

2. Ανάλυση Περιεχομένου - Content Analysis

Δεύτερον, χρησιμοποιείται η μέθοδος της ανάλυσης περιεχομένου και πιο συγκεκριμένα ανάλυση περιεχομένου των εγγράφων που αφορούν τις τρεις μελέτες περιπτώσεων.

Η ανάλυση περιεχομένου είναι μια τεχνική που επιτρέπει στους ερευνητές να επιλέγουν εύκολα και συστηματικά μεγάλους όγκους δεδομένων. Σύμφωνα με τον Holsti (1968), ανάλυση περιεχομένου «είναι οποιαδήποτε τεχνική για την εξαγωγή συμπερασμάτων με συστηματική και αντικειμενική αναγνώριση συγκεκριμένων χαρακτηριστικών των μηνυμάτων». Κατά τον Kerlinger (1986), είναι «μια μέθοδος μελέτης και ανάλυσης της επικοινωνίας με συστηματικό, αντικειμενικό και ποσοτικό τρόπο με σκοπό τη μέτρηση μεταβλητών». Ο Krippendorff (1980) την θεωρεί ως «μια ερευνητική τεχνική για την εξαγωγή αναπαραγόμενων και έγκυρων συμπερασμάτων από δεδομένα στο πλαίσιο τους». Τέλος, ο Weber (1985), αναφέρει ότι η ανάλυση περιεχομένου «είναι μια μεθοδολογία έρευνας που χρησιμοποιεί ένα σύνολο διαδικασιών για να βγάλει έγκυρα συμπεράσματα από το κείμενο». Αυτά τα συμπεράσματα αφορούν τους αποστολείς του μηνύματος, το ίδιο το μήνυμα ή το κοινό του μηνύματος (όπως στο Kalla & Metaxas, 2023).

Για τη διεξαγωγή ανάλυσης περιεχομένου, συλλέγονται δεδομένα από ένα σύνολο κειμένων, τα οποία μπορεί να είναι γραπτά, προφορικά ή οπτικά. Η ανάλυση περιεχομένου μπορεί να είναι τόσο ποσοτική (επικεντρωμένη στην καταμέτρηση και

μέτρηση) όσο και ποιοτική (επικεντρωμένη στην ερμηνεία και στην κατανόηση). Και στους δύο τύπους, κατηγοριοποιούνται λέξεις, θέματα και έννοιες μέσα στα κείμενα και στη συνέχεια αναλύονται τα αποτελέσματα. Οι ερευνητές χρησιμοποιούν την ανάλυση περιεχομένου για να μάθουν για τους σκοπούς, τα μηνύματα και τις επιπτώσεις του περιεχομένου επικοινωνίας. Μπορούν επίσης να βγάλουν συμπεράσματα για τους παραγωγούς και το κοινό στο οποίο απευθύνονται τα κείμενα που αναλύουν (Luo, 2019).

3. Συγκριτική Ανάλυση - Comparative Analysis

Τέλος, εφαρμόζεται η μέθοδος της συγκριτικής ανάλυσης των τριών μουσείων, με στόχο να συγκριθούν οι ρόλοι τους στην τουριστική και τοπική ανάπτυξη των περιοχών τους. Μέσω της ανάλυσης των ομοιοτήτων και διαφορών, μπορούν να εντοπιστούν οι παράγοντες που συμβάλλουν περισσότερο στην επιτυχία των μουσείων όσον αφορά την προσέλκυση τουριστών και την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Η συγκριτική μελέτη περιπτώσεων των τριών μουσείων ενισχύει την αξιοπιστία των ευρημάτων και βοηθά στην εξαγωγή συμπερασμάτων.

Οι συγκριτικές μελέτες περιπτώσεων εξετάζουν πώς εξελίσσονται τα πράγματα με την πάροδο του χρόνου και συγκρίνουν δεδομένα τόσο μέσα σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο όσο και μεταξύ διαφορετικών πλαισίων. Αυτή η προσέγγιση επιλέγεται όταν δεν είναι εφικτό να εφαρμοστεί πειραματικός σχεδιασμός.

Η συγκριτική μελέτη περιπτώσεων περιλαμβάνει την ανάλυση και σύνθεση των ομοιοτήτων, διαφορών και προτύπων σε δύο ή περισσότερες περιπτώσεις με κοινό επίκεντρο ή στόχο. Για να επιτευχθεί αυτό, τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά κάθε περίπτωσης πρέπει να περιγραφούν λεπτομερώς στην αρχή της μελέτης (Kalla & Metaxas, 2023).

Η συγκριτική ανάλυση «είναι μια διεπιστημονική μέθοδος που καλύπτει ένα ευρύ φάσμα επιστημονικών κλάδων. Αφορά τη διαδικασία σύγκρισης πολλαπλών μονάδων μελέτης με στόχο την επιστημονική ανακάλυψη και την ενημέρωση των πολιτικών αποφάσεων». Αν και τα τελευταία δέκα χρόνια έχει ανανεωθεί το ενδιαφέρον για τη συγκριτική ανάλυση ως ερευνητική μέθοδος σε τομείς όπως η εκπαίδευση, αυτή η μέθοδος χρησιμοποιείται σε μελέτες εδώ και δεκαετίες (Okoko et al., 2023).

Κατά τους Miri & Shahrokh (2019), συγκριτική μελέτη ή ανάλυση «είναι ένα είδος μεθόδου που αναλύει φαινόμενα και στη συνέχεια τα συγκρίνει για να βρει τα σημεία διαφοροποίησης και ομοιότητας».

Η συγκριτική ανάλυση σημαίνει «την περιγραφή και εξήγηση των ομοιοτήτων και διαφορών των καταστάσεων ή συνεπειών μεταξύ μεγάλων ή μικρών κοινωνικών μονάδων όπως έθνη, κοινωνίες, περιοχές, πολιτισμούς ή οργανισμούς και θεσμούς». Αυτή η μέθοδος χρησιμοποιείται σε διάφορους τομείς, όπως η ανθρωπολογία, η κοινωνιολογία, η πολιτική επιστήμη, η ιστορία και η ψυχολογία.

Τέλος, καλύπτει τόσο ποσοτικές όσο και ποιοτικές συγκρίσεις κοινωνικών οντοτήτων, οι οποίες μπορεί να βασίζονται σε γεωγραφικά ή πολιτικά κριτήρια, όπως σε διακρατικές ή περιφερειακές συγκρίσεις. Περιλαμβάνει τρεις τύπους: την ποσοτική συγκριτική ανάλυση που επικεντρώνεται στις μεταβλητές, την ποιοτική συγκριτική ανάλυση που εστιάζει σε περιπτώσεις, και την ασαφή συγκριτική ανάλυση, η οποία βασίζεται στη θεωρία των ασαφών συνόλων (Miri & Shahrokh, 2019).

4.4 Αδυναμίες της έρευνας

Κατά την υλοποίηση οποιασδήποτε ερευνητικής διαδικασίας, είναι συνηθισμένο να εμφανίζονται ορισμένες αδυναμίες πριν επιτευχθεί το επιθυμητό αποτέλεσμα. Συγκεκριμένα, υπήρχε περιορισμένη διαθέσιμη βιβλιογραφία στα επιστημονικά άρθρα για τις μελέτες των περιπτώσεων των μουσείων, και για να καλυφθεί το κενό, αξιοποιήθηκαν διαδικτυακές πηγές. Η πρόσβαση επίσης, σε ορισμένα επιστημονικά άρθρα ήταν διαθέσιμη μόνο μέσω συνδρομής. Οι διαδικτυακές πηγές που αξιοποιήθηκαν, έγινε προσπάθεια να προέρχονται από αξιόπιστους οργανισμούς, όπως Statista, Unesco, οι ιστότοποι των μουσείων και οι ετήσιες αναφορές τους, που παρέχουν εξειδικευμένα και επικαιροποιημένα δεδομένα.

Ειδικότερα όμως, οι ετήσιες οικονομικές αναφορές του μουσείου του Λούβρου ήταν διαθέσιμες μόνο στη γαλλική γλώσσα. Το θέμα αντιμετωπίστηκε με την εύρεση οικονομικών δεδομένων των τελευταίων ετών στη Statista. Επίσης, ενώ για το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης της Νέας Υόρκης και για το μουσείο Guggenheim του Μπιλμπάο υπάρχουν στοιχεία για τον ετήσιο οικονομικό αντίκτυπο στο ΑΕΠ των περιοχών τους, για το μουσείο του Λούβρου βρέθηκε μόνο μια σχετική έρευνα του 2011, αναφερόμενη στην επίδραση του μουσείου στο ΑΕΠ της γαλλικής οικονομίας το 2006.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**Μελέτη περιπτώσεων τριών μουσείων****5.1 Λούβρο**

Το Λούβρο, το μεγαλύτερο μουσείο τέχνης στον κόσμο, προσελκύει εκατομμύρια τουρίστες κάθε χρόνο και αποτελεί κεντρικό ορόσημο της πόλης του Παρισιού. Βρίσκεται στη δεξιά όχθη του Σηκουάνα στο πρώτο διαμέρισμα της πόλης (Rodini, 2017).

Εικόνα 5.1: Αεροφωτογραφία του Μουσείου του Λούβρου



Πηγή: (Rodini, 2017), διαθέσιμο στην: <https://smarthistory.org/museums-politic-louvre/>
[επισκέφθηκα στις 6/11/2024]

Ξεκίνησε ως φρούριο τον Μεσαίωνα. Οι Βίκινγκς κατασκήνωσαν εκεί κατά την αποτυχημένη πολιορκία του Παρισιού το 885. Γύρω στο 1200, ο βασιλιάς Φίλιππος Β' της Γαλλίας έχτισε ένα τετράγωνο κάστρο στο ίδιο σημείο, ακριβώς έξω από το νέο τείχος της πόλης, για να ενισχύσει τις δυτικές άμυνες. Έπειτα, τους επόμενους αιώνες έγιναν πολλές προσθήκες και ανακαινίσεις, και από φρούριο εξελίχθηκε σε παλάτι της γαλλικής μοναρχίας (Ardagh & Ehrlich, 2024).

Καθώς η μοναρχία εδραίωνε την εξουσία της στο Παρίσι, το Λούβρο επεκτάθηκε για να φιλοξενήσει την αυξανόμενη βασιλική αυλή. Η επιβλητική δομή που υπάρχει σήμερα είναι το αποτέλεσμα αιώνων επέκτασης. Το όνομα «Λούβρο» παραμένει αμετάβλητο, αν

και οι ρίζες του, που κάποιοι συνδέουν με τη λέξη "λύκος" (loup), έχουν χαθεί με το πέρασμα του χρόνου. Με την Επανάσταση του 1789 που ανέτρεψε την μοναρχία, μετατράπηκε σε δημόσιο μουσείο, ανοίγοντας επίσημα το 1793 με 537 έργα ζωγραφικής, κυρίως κατασχεμένα από τη βασιλική και εκκλησιαστική περιουσία (Rodini, 2017).

Πολλά αριστουργήματα εμπλούτισαν τη συλλογή μέσω των κατασχέσεων και βασιλικών συλλογών από την Αυστρία, τη Γερμανία, την Ιταλία και εκκλησίες. Η κήρυξη των βασιλικών συλλογών ως εθνική περιουσία υπήρξε επαναστατικό γεγονός, καθώς υποσχόταν τη διάδοση της γνώσης στο λαό (Corona, 2021). Οι επισκέπτες του μουσείου καθοδηγούνταν στην εξέλιξη της τέχνης από την αρχαία Αίγυπτο, την Ελλάδα, τη Ρώμη και την Ιταλική Αναγέννηση. Αυτή η χρονολογική πορεία, που παρουσιάζεται στους εκτεταμένους διαδρόμους του Λούβρου, κορυφώνεται στη γαλλική ακαδημαϊκή ζωγραφική, όπως προωθούσε η Βασιλική Ακαδημία και τα επίσημα σαλόνια (εκθέσεις) της. Ένας επισκέπτης που ακολουθούσε αυτό το μονοπάτι συμμετείχε σε αυτό που έχει περιγραφεί ως «τελετουργικό ιθαγένειας», ανιχνεύοντας μια ιεραρχία στην οποία η Γαλλία παρουσιαζόταν ως ο νόμιμος κληρονόμος αυτών των προηγούμενων παραδόσεων, της κορυφής της αισθητικής προόδου και του ίδιου του πολιτισμού (Rodini, 2017).

Ο Ναπολέων επίσης, χρησιμοποίησε το μουσείο για να εκθέσει λάφυρα από τις στρατιωτικές του εκστρατείες, ενισχύοντας την εικόνα της Γαλλίας ως «Νέας Ρώμης». Μετά την πτώση του Ναπολέοντα, πολλά από τα λεηλατημένα αντικείμενα επιστράφηκαν στους ιδιοκτήτες τους (Rodini, 2017). Παρά την πτώση του, το μουσείο παρέμεινε σημείο αναφοράς για την κοινωνία και τις απαιτήσεις της για κοινωνικά δικαιώματα στην Ευρώπη. Έτσι, το Λούβρο ενέπνευσε άλλες ευρωπαϊκές χώρες κατά τον 19ο αιώνα, οδηγώντας στην ίδρυση αρκετών μουσείων λόγω της επιρροής του (Corona, 2021).

Η συλλογή αυξήθηκε περαιτέρω κατά τη διάρκεια της βασιλείας του Λουδοβίκου XVIII και του Καρόλου X, και κατά τη Δεύτερη Γαλλική Αυτοκρατορία το μουσείο διέθετε 20.000 κομμάτια. Τα εκθέματα αυξάνονται σταθερά μέσω δωρεών και κληροδοτημάτων από την Τρίτη Γαλλική Δημοκρατία. Οι συλλογές του περιλαμβάνουν αρχαία αγάλματα, πίνακες, γλυπτά, διακοσμητικά αντικείμενα και τεχνολογικά θαύματα (Rodini, 2017).

Σήμερα, το Λούβρο διαθέτει συλλογή με περισσότερα από ένα εκατομμύριο έργα τέχνης, εκ των οποίων εκθέτει πάνω από 30.000 αντικείμενα σε 60.000 τετραγωνικά μέτρα εκθεσιακού χώρου. Αυτά τα εκθέματα καλύπτουν έργα από την αρχαιότητα έως τα μέσα του 19ου αιώνα, και περιλαμβάνουν ορισμένα από τα πιο διάσημα αριστουργήματα παγκοσμίως, όπως η Μόνα Λίζα και η Αφροδίτη της Μήλου. Το Λούβρο είναι επίσης γνωστό για την εμβληματική πυραμίδα του από χάλυβα και γυαλί, σχεδιασμένη από τον αρχιτέκτονα I.M. Pei, η οποία ολοκληρώθηκε το 1989 και λειτουργεί ως η κύρια είσοδος του μουσείου (Corona, 2021).

Η συλλογή ζωγραφικής του Λούβρου είναι από τις πιο πλούσιες παγκοσμίως, καλύπτοντας όλες τις περιόδους της ευρωπαϊκής τέχνης μέχρι το 1848. Η συλλογή γαλλικών έργων ζωγραφικής από τον 15ο έως τον 19ο αιώνα είναι μοναδική, περιλαμβάνοντας αριστουργήματα όπως η Μόνα Λίζα του Λεονάρντο ντα Βίντσι (περ. 1503–1519), και έργα Φλαμανδών και Ολλανδών ζωγράφων της εποχής του Μπαρόκ.

Εικόνα 5.2: Ρούμπενς - Γάμος σε Χωριό - Φλαμανδικός πίνακας - Λούβρο



Πηγή: διαθέσιμο στην: <https://www.parisdigest.com/museums/louvre-flemish-paintings.htm>
[επισκέφθηκα στις 11/11/2024]

Το τμήμα διακοσμητικών τεχνών παρουσιάζει τους θησαυρούς των Γάλλων βασιλέων, όπως μπρούντζινα αντικείμενα, μινιατούρες, κεραμικά, ταπισερί, κοσμήματα και έπιπλα. Το τμήμα ελληνικών, ετρουσκικών και ρωμαϊκών αρχαιοτήτων περιλαμβάνει

αρχιτεκτονικά έργα, γλυπτά, μωσαϊκά, κοσμήματα και κεραμικά. Το τμήμα αιγυπτιακών αρχαιοτήτων, που ιδρύθηκε το 1826, οργανώνει τις συλλογές που αποκτήθηκαν κατά την εκστρατεία του Ναπολέοντα στην Αίγυπτο. Το τμήμα αρχαιοτήτων της Εγγύς Ανατολής είναι γνωστό για τη συλλογή μεσοποταμιακής τέχνης (Ostberg, 2024).

Εικόνα 5.3: Αίθουσα αρχαιοελληνικών γλυπτών στο Μουσείο του Λούβρου



Πηγή: διαθέσιμο στην: <https://www.parisi-info.com/2014/11/blog-post.html> [επισκέφθηκα στις 6/11/2024]

Το μουσείο, λόγω της κλίμακάς του, του αριθμού των επισκεπτών του και των δραστηριοτήτων που δημιουργούνται καθημερινά εντός και εκτός του ιδρύματος, παραμένει ένας μεγάλος καταλύτης ενέργειας, που ωφελεί την τοπική και εθνική οικονομία άμεσα και έμμεσα. Σε όλη τη διάρκεια της μακρόχρονης ιστορίας του, το Λούβρο μετέφερε και ενέπνεε την καλλιτεχνική δημιουργία σε όλες τις μορφές της, καθιστώντας τη γειτονιά του κορυφαία κινητήρια δύναμη έλξης. Ο πλούτος και η πολιτιστική προσφορά του μουσείου καθορίζουν την πολιτιστική πρακτική των πολιτών, η οποία εξελίχθηκε με την συνεχιζόμενη αναδιάρθρωση του χώρου υποδοχής κάτω από την πυραμίδα, κάτι που έχει μεταμορφώσει σημαντικά τις επισκέψεις στο μουσείο. Το Λούβρο με την προνομιακή τοποθεσία του στην καρδιά του Παρισιού, αποτελεί κορυφαίο καλλιτεχνικό κέντρο και διάσημο χώρο μουσικών και θεατρικών παραστάσεων, εκπληρώνοντας πλήρως την αποστολή του για δημοκρατικό άνοιγμα στην κοινωνία (Calenda, 2016).

Ο αντίκτυπος του Λούβρου το 2006 στη γαλλική οικονομία εκτιμάται από 936 εκατομμύρια ευρώ έως 1,157 δισεκατομμύρια ευρώ. Οι φορολογικές εισπράξεις για το γαλλικό κράτος κυμαίνονται από 119 εκατ. ευρώ έως 203 εκατ. ευρώ, με καθαρό φορολογικό κέρδος 39 εκατ. ευρώ. Ο καθαρός αριθμός των νέων θέσεων εργασίας που δημιουργήθηκαν στο εργατικό δυναμικό του Λούβρου αλλά και ως αποτέλεσμα της δραστηριότητάς του, υπολογίζεται από 10.292 έως 21.225.

Η αυξανόμενη ροή ξένων επισκεπτών και η αξιοποίηση των υλικών και άυλων περιουσιακών στοιχείων του, όπως οι συλλογές, οι γκαλερί και η τεχνογνωσία των ειδικών του, ενισχύουν την οικονομική και κοινωνική του παραγωγικότητα. Το μουσείο ενοικιάζει τους χώρους του για εκδηλώσεις, συνεργάζεται με εκδοτικούς οίκους και παραγωγούς οπτικοακουστικού υλικού, διοργανώνει ειδικές εκθέσεις, προσφέρει εκπαιδευτικά προγράμματα και παρέχει συμβουλευτικές υπηρεσίες. Η αυτονομία του μουσείου επιτρέπει την καλύτερη διαχείριση και προώθηση αυτών των πόρων, οδηγώντας σε οικονομικά οφέλη και αναβάθμιση της εικόνας του. Τέλος, οι δαπάνες των επισκεπτών στο Λούβρο, καθώς και σε διάφορες δραστηριότητες και υπηρεσίες εντός και εκτός του μουσείου συμβάλλουν σημαντικά στην τοπική οικονομία.

Η συνολική επίδραση του Λούβρου στην γαλλική οικονομία το 2006 όπως σημειώθηκε προηγουμένως, κυμαινόταν από 936 εκατομμύρια ευρώ έως 1,157 δισεκατομμύρια ευρώ, με αρχική δαπάνη 175 εκατομμυρίων ευρώ. Επιπλέον, το γαλλικό κράτος λαμβάνει αυξημένα έσοδα από τρεις κατηγορίες:

- Έσοδα από ΦΠΑ (που καταβάλλεται από το Λούβρο): από 58 εκατομμύρια έως 114 εκατομμύρια ευρώ.
- Έσοδα από φόρο εισοδήματος: από 42 εκατομμύρια έως 65 εκατομμύρια ευρώ.
- Έσοδα από φόρο εταιρειών: από 7 εκατομμύρια έως 12,2 εκατομμύρια ευρώ.

Η φορολογική επίδραση για το γαλλικό κράτος κυμαίνεται από 119 εκατομμύρια έως 203 εκατομμύρια ευρώ. Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι επιδοτήσεις που χορηγούνται στο Λούβρο ανέρχονται σε 110 εκατομμύρια ευρώ, μπορεί να ειπωθεί ότι το Λούβρο αποφέρει έσοδα για το γαλλικό κράτος, παρά τις δημοσιονομικές δαπάνες και τις φορολογικές εκπτώσεις που συνεπάγεται. Ο καθαρός αριθμός θέσεων εργασίας που δημιουργούνται κυμαίνεται από 10.292 σε ένα δυσμενές σενάριο έως 21.225 σε ένα ευνοϊκό σενάριο.

Συνεπώς, ο αντίκτυπος είναι εξαιρετικά σημαντικός όσον αφορά τα δημόσια οικονομικά και την απασχόληση, και τον ρόλο του μουσείου στην τοπική ανάπτυξη. Το Λούβρο παράγει έσοδα για το γαλλικό κράτος, παρά τις δημοσιονομικές δαπάνες (επιδοτήσεις) και τις φορολογικές εκπτώσεις (Greffé, 2011).

Είναι το μουσείο με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στον κόσμο, και αυτή η τάση επιβεβαιώνεται με την πάροδο του χρόνου.

Πίνακας 5.1: Η λίστα των μουσείων με τον μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών το 2012

1	Louvre	9.720.000
2	Met, New York	6.115.000
3	Musei Vaticani	Almost 6.000.000
4	Il British Museum	5.575.000
5	Tate Modern, London	5.300.000
6	National Gallery, London	5.100.000
7	Centro Pompidou	3.800.000
8	Victoria & Albert Museum, London	3.200.000
9	MoMA, New York	2.800.000
10	Galleria degli Uffizi, Florence	almost 2.000.000
11	Van Gogh Museum, Amsterdam	1.500.000
12	Guggenheim, New York	almost 1.200.000

Πηγή: (Corona, 2021)

Πίνακας 5.2: Το Λούβρο στην πρώτη θέση της λίστας των μουσείων με την υψηλότερη επισκεψιμότητα το 2018-19

	Visitors in 2018	Visitors in 2019
Louvre, Paris	10.200.000	9.600.000
National Museum of China, Beijing,	8.610.000	7.390.000
Metropolitan Museum di New York	7.360.000	6.770.000
Vatican Museums	6.756.000	6.883.000
British Museum	5.869.000	6.208.000
Tate Modern, London	5.829.000	6.098.000
National Gallery, London	5.226.000	6.011.000
Natural History Museum, London	5.000.000	5.424.000
American Museum of natural history, NY	5.000.000	5.000.000
Hermitage, Saint Petersburg	4.957.000	4.957.000

Πηγή: (Corona, 2021)

Κάνοντας μια σύγκριση μεταξύ των δεδομένων του 2012 και του 2019, παρατηρείται ότι ορισμένα μουσεία δεν βρίσκονται πλέον στη λίστα των πιο επισκεπτόμενων μουσείων

στον κόσμο. Το Λούβρο, ωστόσο, παραμένει το πιο ελκυστικό μουσείο στον κόσμο με την πάροδο του χρόνου (Corona, 2021).

Όπως φαίνεται στον πίνακα 5.2, μετά την εξαιρετική επιτυχία του 2018 (10,2 εκατομμύρια επισκέπτες), το 2019 το Λούβρο προσέλκυσε 9,6 εκατομμύρια επισκέπτες. Το 25% αυτών των επισκεπτών ήταν Γάλλοι, με τους επισκέπτες από άλλες χώρες να αντιπροσωπεύουν σχεδόν τα τρία τέταρτα της συνολικής επισκεψιμότητας. Οι περισσότεροι ξένοι επισκέπτες προέρχονταν από τις Ηνωμένες Πολιτείες, την Κίνα και την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ισπανία, Γερμανία, Ιταλία και Ηνωμένο Βασίλειο).

Σχεδόν οι μισοί επισκέπτες του το 2019, είναι νέοι κάτω των 30 ετών, με περισσότερους από 500.000 μαθητές σχολείων. Αυτό συμβαίνει διότι το 40% των επισκεπτών του Λούβρου γίνονται δεκτοί δωρεάν (κάτω των 18 ετών, 18-25 ετών κάτοικοι του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ), άτομα με εισοδηματική υποστήριξη και με αναπηρία κλπ.).

Τον Ιανουάριο του 2019 άρχισαν να πραγματοποιούνται μηνιαίες εορταστικές εκδηλώσεις στο Λούβρο, για να δώσουν, ιδιαίτερα στους ντόπιους, την ευκαιρία να απολαύσουν ένα πλούσιο εορταστικό πρόγραμμα δραστηριοτήτων. Αυτές οι εκδηλώσεις είχαν τεράστια επιτυχία, αφού προσέλκυσαν πάνω από 160.000 επισκέπτες, κυρίως οικογένειες από την ευρύτερη περιοχή του Παρισιού. Ωφέλησαν δηλαδή όχι μόνο τους τουρίστες αλλά και τους ντόπιους.

Οι πιο σημαντικές εκθέσεις του 2019, ήταν η έκθεση «A Dream of Italy: the Marquis Campana's Collection» (7 Νοεμβρίου 2018 - 18 Φεβρουαρίου 2019), που συνδιοργανώθηκε με το Κρατικό Μουσείο Ερμιτάζ (Αγία Πετρούπολη), η οποία προσέλκυσε περισσότερους από 170.000 επισκέπτες, σημειώνοντας σημαντική επιτυχία. Η έκθεση «Forgotten Kingdoms: From the Hittite Empire to the Aramaeans» (2 Μαΐου - 12 Αυγούστου 2019), τράβηξε το ενδιαφέρον σχεδόν 160.000 επισκεπτών. Η Petite Galerie (πτέρυγα του παλατιού του Λούβρου), ξεχώρισε με την ιδιαίτερα επιτυχημένη έκθεση «Archaeology goes Graphic» (26 Σεπτεμβρίου 2018 - 1 Ιουλίου 2019), η οποία συγκέντρωσε 345.460 επισκέπτες. Επιπλέον, τον Οκτώβριο του 2019, η μεγάλη έκθεση «Leonardo da Vinci» άνοιξε τις πύλες της και σημείωσε τεράστια επιτυχία, με ρεκόρ προσέλευσης 1.071.840 επισκεπτών (Benaiteau, 2020).

Το Παρίσι είναι ένας σημαντικός παίκτης στον τομέα των μουσείων, με τρία από τα δέκα κορυφαία μουσεία σε επισκεψιμότητα παγκοσμίως (το Μουσείο του Λούβρου, το

Κέντρο Πομπιντού και το Μουσείο Ορσέ) και τέσσερα αν συμπεριληφθεί το κάστρο των Βερσαλλιών. Τα μουσεία θεωρούνται οικονομικοί πόλοι έλξης που μπορούν να προωθήσουν την τοπική οικονομική ανάπτυξη.

Υπάρχουν τρία σημαντικά χαρακτηριστικά των γαλλικών μουσείων. Πρώτον, υπάρχει στασιμότητα στην επισκεψιμότητα από το 2010, και για να αυξηθεί ο αριθμός των τουριστών, έγιναν σημαντικές οικονομικές επενδύσεις για την αναβάθμιση και τον εκσυγχρονισμό των υποδομών, τη χρηματοδότηση εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων και την προσφορά μεγάλων και ελκυστικών εκδηλώσεων. Το 2015, η πόλη του Παρισιού δέσμευσε 100 εκατομμύρια ευρώ για τον εκσυγχρονισμό των δημοτικών μουσείων της πρωτεύουσας.

Δεύτερον, υπάρχει μια πολωτική τάση γύρω από τα «αστέρια» μουσεία. Τα επτά μεγαλύτερα εθνικά γαλλικά μουσεία δέχονται πάνω από το 40% των επισκεπτών, ενώ τα μικρότερα μουσεία με λιγότερους από 100.000 επισκέπτες ετησίως έχουν δει την επισκεψιμότητά τους να μειώνεται.

Τρίτον, το Μουσείο του Λούβρου είναι το μουσείο με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στον κόσμο με περίπου 10 εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως, εκ των οποίων το 70% είναι ξένοι. Ακολουθούν το Κέντρο Πομπιντού και το Μουσείο Ορσέ με 3,3 εκατομμύρια επισκέπτες το καθένα. Η συνολική επισκεψιμότητα των κυριότερων μουσείων του Παρισιού ξεπερνά τα 30 εκατομμύρια επισκέπτες, αντιπροσωπεύοντας περίπου το μισό της συνολικής επισκεψιμότητας όλων των μουσείων στη Γαλλία.

Τα γαλλικά μουσεία έχουν υποστεί σημαντικές μεταμορφώσεις τα τελευταία τριάντα χρόνια. Από τη μία πλευρά, ο τομέας των μουσείων έχει εκσυγχρονιστεί σημαντικά, με πολλές εγκαταστάσεις να έχουν ανακαινιστεί ή δημιουργηθεί και να έχουν αποκτήσει νέες λειτουργίες, όπως υπηρεσίες επισκεπτών, στρατηγικές προώθησης, εκτεταμένα καταστήματα και αμφιθέατρα. Από την άλλη πλευρά, τα μεγάλα μουσεία έχουν υποστεί σημαντικές οργανωτικές αλλαγές, αποκτώντας μεγαλύτερη αυτονομία στη λήψη αποφάσεων, τόσο σε όρους προϋπολογισμού όσο και στη διαχείριση ανθρώπινων πόρων. Αυτό έχει δημιουργήσει συνθήκες για αύξηση των εσόδων, κυρίως από τα εισιτήρια (με σημαντική αύξηση των τιμών εισόδου), αλλά και από παράπλευρα έσοδα (καταστήματα, εστιατόρια, ενοικίαση χώρων, περιοδεύουσες εκθέσεις) και χορηγίες (κυρίως από εταιρείες, αλλά και από ιδρύματα και ιδιώτες).

Η επισκεψιμότητα στα μεγαλύτερα μουσεία έχει ωφεληθεί από την σταθερή αύξηση των διεθνών τουριστικών αφίξεων, αντιπροσωπεύοντας αύξηση αρκετών εκατομμυρίων τουριστών μέσα σε λίγα χρόνια. Για να υποστηρίξουν αυτές τις αλλαγές, τα μουσεία έχουν ενισχύσει το προσωπικό τους με επαγγελματίες που διαθέτουν εξειδικευμένες δεξιότητες. Αυτοί οι ειδικοί καλύπτουν διάφορους τομείς, όπως η διαχείριση του κοινού (διαμεσολάβηση, ερμηνεία, δραστηριότητες προσέγγισης και επικοινωνία), η φροντίδα των συλλογών (καταγραφείς, διαχειριστές έργων, συντηρητές) και η διοίκηση (διευθυντές προώθησης και μάρκετινγκ, ειδικοί στη συγκέντρωση πόρων) (Pauget et al., 2021).

Εικόνα 5.4: Τα μουσεία με τις περισσότερες επισκέψεις παγκοσμίως το 2022 (σε εκατομμύρια)



Πηγή: (Zandt, 2024)

Το 2022, τα μισά από τα πιο επισκεπτόμενα μουσεία παγκοσμίως βρίσκονταν στο Ηνωμένο Βασίλειο ή στις Ηνωμένες Πολιτείες. Ωστόσο, το Λούβρο παρέμεινε στην κορυφή με 7,7 εκατομμύρια ετήσιους επισκέπτες. Το μουσείο κατατάσσεται πρώτο σε επισκεψιμότητα από το 2012, με μία μόνο εξαίρεση το 2016 (πρώτο ήταν το Μουσείο της Κίνας στο Πεκίνο) (Zandt, 2024).

Παράλληλα, ήταν το μουσείο με τις περισσότερες επισκέψεις στην Ευρώπη το 2023. Εκείνη τη χρονιά, το διάσημο ίδρυμα, το οποίο επίσης κατέλαβε την πρώτη θέση στην κατάταξη των πιο επισκεπτόμενων μουσείων παγκοσμίως, κατέγραψε περίπου 8,9 εκατομμύρια επισκέψεις (πίνακας 5.3). Αν και η επισκεψιμότητα αυξήθηκε σημαντικά σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά, δεν έχει ακόμη επανέλθει πλήρως στα επίπεδα πριν από την πανδημία του Covid-19. Τα Μουσεία του Βατικανού στην Πόλη του Βατικανού και το Βρετανικό Μουσείο στο Λονδίνο κατέλαβαν τις επόμενες θέσεις στην κατάταξη, προσελκύοντας περίπου 6,8 εκατομμύρια και 5,8 εκατομμύρια επισκέπτες, αντίστοιχα. (Statista, 2024a).

Πίνακας 5.3: Μουσεία με την υψηλότερη επισκεψιμότητα στην Ευρώπη από το 2019 έως το 2023

Characteristic	2019	2022	2023
Louvre, Paris (France)	9,600	7,726	8,860
Vatican Museums, Vatican (Vatican City)	6,883	5,081	6,765
British Museum, London (United Kingdom)	6,208	4,097	5,821
Natural History Museum, London (United Kingdom)	5,424	4,655	5,689
Tate Modern, London (United Kingdom)	6,098	3,883	4,742
Musée D'Orsay, Paris (France)	3,652	3,270	3,871
Museo Nacional Del Prado, Madrid (Spain)	3,203	2,457	3,338
State Hermitage, St Petersburg (Russia)	4,957	2,813	3,274
Victoria and Albert Museum, London (United Kingdom)	3,921	2,370	3,110
National Gallery, London (United Kingdom)	6,011	2,727	3,097
Science Museum (South Kensington), London (United Kingdom)	3,254	2,335	2,957
State Russian Museum, St Petersburg (Russia)	-	2,652	2,900
Galleria Degli Uffizi, Florence (Italy)	2,362	2,223	2,718

Πηγή: (Statista, 2024a), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/747942/attendance-at-leading-museums-in-europe/> [επισκέφθηκε στις 8/11/2024]

Πώς επηρέασε η πανδημία του Covid-19 το μουσείο

Λόγω της πανδημίας του Covid-19, το μουσείο έκλεισε για 6 μήνες και η επισκεψιμότητα μειώθηκε κατά 72% το 2020 σε σύγκριση με το 2019, στα 2,7 εκατομμύρια (Benaiteau, 2021). Τα συνολικά έσοδα του μουσείου μειώθηκαν κατά περίπου 41% από το 2019 (260 εκατομμύρια ευρώ), στο 2020 (154 εκατομμύρια ευρώ)

(Statista, 2024i). Επίσης, σημείωσε αισθητά χαμηλό αριθμό επισκεπτών το 2021, με μόλις 2,8 εκατομμύρια άτομα να επισκέπτονται το μουσείο, μια αύξηση μόλις 5% από το 2020. Ωστόσο, το Λούβρο εξακολουθεί να βρίσκεται στην κορυφή της λίστας των μουσείων τέχνης με τις περισσότερες επισκέψεις στον κόσμο το 2020 και το 2021 (Benaiteau, 2021).

Από την απότομη πτώση των διεθνών επισκεπτών, το μουσείο έχασε 40 εκατομμύρια ευρώ κατά τη διάρκεια της τετράμηνης και πλέον διακοπής λειτουργίας του, κάτι όμως που μπορεί να θεωρηθεί και ως όφελος για τους Παριζιάνους και τους Γάλλους κατοίκους, που βρέθηκαν σε θέση να ανακτήσουν το Λούβρο για τον εαυτό τους (Song, 2020).

Κατά τους καλοκαιρινούς μήνες και τις φθινοπωρινές διακοπές, το συνηθισμένο 75% των ξένων επισκεπτών απουσίαζε, αλλά το μουσείο υποδέχθηκε ένα μεγάλο γαλλικό κοινό. Από τις 6 Ιουλίου έως τις 29 Οκτωβρίου 2020, περισσότεροι από 972.000 επισκέπτες πέρασαν τις πύλες του μουσείου, εκ των οποίων το 84% ήταν Γάλλοι. Η κατανομή των ξένων επισκεπτών ήταν: 4% Γερμανοί, 2% Ολλανδοί, 2% Ισπανοί, 2% Βρετανοί και 1% Ιταλοί.

Το 50% των επισκεπτών επωφελήθηκε από δωρεάν είσοδο στο μουσείο το 2020, κυρίως κατά τις τρεις βραδινές Σαββατιάτικες ανοίξεις και τις τελευταίες τρεις ολονύχτιες ανοίξεις της έκθεσης «Λεονάρντο ντα Βίντσι». Ιδιαίτερη προσοχή δόθηκε σε ευάλωτα κοινά. Το μουσείο υποδέχθηκε 174 ομάδες το καλοκαίρι του 2020, εκ των οποίων το 76% προέρχονταν από μειονεκτικές κοινότητες.

Επιπλέον, 26 λεωφορεία μετέφεραν 768 άτομα στο μουσείο στο πλαίσιο του προγράμματος «My Summer, My Region» (MonÉtéMaRégion), που σχεδιάστηκε για να εμπλέξει τους ανθρώπους της ευρύτερης περιοχής του Παρισιού σε πολιτιστικά γεγονότα. Ακόμα, με το πρόγραμμα «Το Λούβρο στο σπίτι» στο Μελάν, ένα νοτιοανατολικό προάστιο του Παρισιού, επωφελήθηκαν 1.200 κάτοικοι, εμπλεκόμενοι στις πολιτιστικές προσφορές του μουσείου. Το πρόγραμμα αυτό επέκτεινε την τέχνη και την εκπαίδευση πέρα από το κέντρο του Παρισιού, προωθώντας την πρόσβαση στους πόρους του Λούβρου μέσα στις τοπικές κοινότητες (Benaiteau, 2021).

Στην κατάσταση υποχρεωτικής φυσικής απόστασης λόγω του Covid-19, το Λούβρο κατάφερε να διατηρήσει ζωντανή την ενεργό συμμετοχή του κοινού, χρησιμοποιώντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τον ιστότοπό του. Αυτό αποδείχθηκε μια εξαιρετική

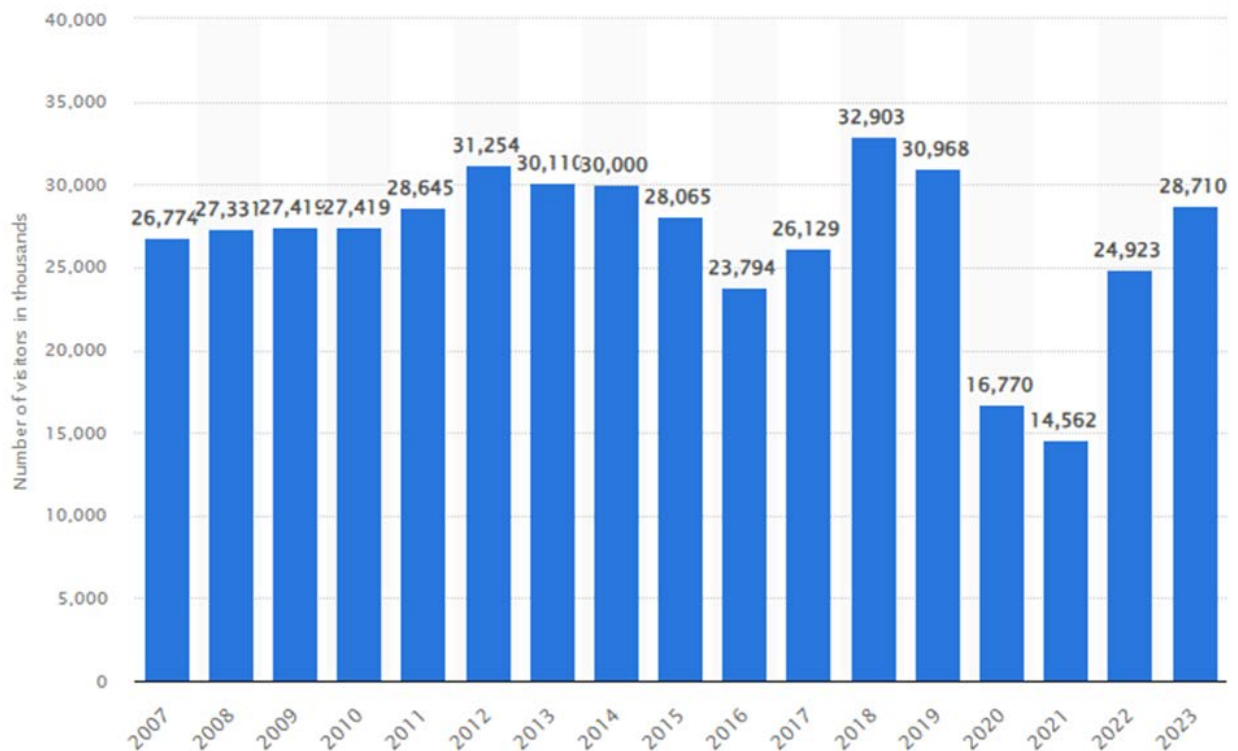
ευκαιρία για το μουσείο, το οποίο έκλεισε λόγω των περιορισμών του Covid-19, να αυξήσει και να βελτιώσει την αλληλεπίδρασή του με το κοινό. Το επίτευγμα αυτό αποδεικνύεται από τις πολλές εικονικές πρωτοβουλίες που ξεκίνησε, καθώς και από την σημαντική αύξηση στον αριθμό των ακολούθων στο Instagram και το Facebook (Corona, 2021).

Επίσης, τις πρώτες ημέρες της περιόδου εγκλεισμού στη Γαλλία, σημείωσε δεκαπλάσια αύξηση των επισκέψεων στον ιστότοπό του, η οποία στη συνέχεια σταθεροποιήθηκε σε επίπεδο τρεις φορές υψηλότερο από τον μέσο όρο (Unesco, 2020). Επομένως, όλα αυτά δείχνουν, ότι η τεχνολογία ανοίγει πολλές ευκαιρίες για τη διάδοση του πολιτισμού, καταρρίπτοντας τα φυσικά όρια της μουσειακής οντότητας (Corona, 2021).

Το 2022 το Λούβρο υποδέχθηκε 7,8 εκατομμύρια επισκέπτες. Αυτή η επισκεψιμότητα παρουσίασε αξιοσημείωτη αύξηση (+170% σε σύγκριση με το 2021, -19% σε σύγκριση με το 2019), επιβεβαιώνοντας την υψηλή ελκυστική δύναμη του Λούβρου, αλλά και την ταχύτητα με την οποία επέστρεψαν οι επισκέπτες μετά την άρση των περιορισμών που σχετίζονται με τον Covid-19 (Benaïteau, 2023).

Ο μέσος ημερήσιος αριθμός επισκεπτών στο μουσείο το 2022 αυξήθηκε σημαντικά σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Κατά μέσο όρο, το Λούβρο, υποδέχτηκε περίπου 25 χιλιάδες επισκέπτες ανά ημέρα λειτουργίας το 2022. Ωστόσο, αυτός ο αριθμός, παρέμεινε κάτω από τον μέσο ημερήσιο αριθμό επισκεπτών που αναφέρθηκε πριν από την πανδημία του κορωνοϊού. Η διοίκηση του μουσείου του Λούβρου αποφάσισε από τον Ιούνιο του 2022 να περιορίσει τις ημερήσιες εισαγωγές σε 30.000, ώστε να διευκολυνθούν οι επισκέπτες και να διασφαλιστούν οι βέλτιστες συνθήκες εργασίας για το προσωπικό του μουσείου. Το 2023, ο μέσος ημερήσιος αριθμός επισκεπτών αυξήθηκε σημαντικά σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος (περίπου 29 χιλιάδες) (Statista, 2024b).

Διάγραμμα 5.1: Μέσος ημερήσιος αριθμός επισκεπτών στο Μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι, από το 2007 έως το 2023 (σε χιλιάδες)



Πηγή: (Statista, 2024b), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/1411775/louvre-museum-daily-visitors/> [επισκέφθηκα στις 10/11/2024]

Έτσι, ενώ το πρώτο τρίμηνο του 2022 εξακολουθούσε να επηρεάζεται από τους ταξιδιωτικούς περιορισμούς σε ορισμένες γεωγραφικές περιοχές, τα στοιχεία για το καλοκαίρι, το φθινόπωρο και το χειμώνα του 2022 δείχνουν μια έντονα θετική τάση.

Από τους 7,8 εκατομμύρια επισκέπτες, το 30% ήταν Γάλλοι, που αποτελεί την μεγαλύτερη ομάδα εθνικοτήτων και το 70% ήταν ξένοι, αλλά σε διαφορετικές αναλογίες σε σύγκριση με τα στοιχεία πριν από την πανδημία. Πιο συγκεκριμένα οι επισκέπτες από τις Ηνωμένες Πολιτείες εξακολουθούν να βρίσκονται στην πρώτη θέση (18%), οι επισκέπτες από ευρωπαϊκές χώρες αυξήθηκαν σε αριθμό (Γερμανία 8%, Ιταλία 8%, Ηνωμένο Βασίλειο 6%, Ισπανία 5%), ενώ οι Ασιάτες τουρίστες ήταν ουσιαστικά απόντες παρά τη μικρή αύξηση που παρατηρήθηκε στο τέλος του έτους (Benaiteau, 2023).

Στον πίνακα 5.4 παρατηρούμε ότι το 2023, ο αριθμός των διεθνών αφίξεων τουριστών στην Ευρώπη αυξήθηκε σημαντικά σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, φτάνοντας συνολικά πάνω από 700 εκατομμύρια.

Πίνακας 5.4: Αριθμός διεθνών αφίξεων τουριστών σε επιλεγμένες πόλεις και προορισμούς στην Ευρώπη από το 2019 έως το 2023 (σε εκατομμύρια)

Characteristic	2019	2020	2021	2022	2023
Paris and Île-de-France, France ¹	22.2	5.1	6.7	19.4	21.8
London, United Kingdom ²	21.71	-	2.72	16.12	20.28
Istanbul, Turkey ³	14.91	5	9.03	16.02	17.37
Barcelona, Spain	13.95	3.23	5.11	10.7	12.22
Amsterdam and North Holland, Netherlands ⁴	10.72	3.24	2.69	8.3	10.17
Madrid, Spain	7.64	1.72	2.18	6.05	7.85
Athens, Greece ⁵	6.41	2.02	2.92	5.55	7.07
Rome, Italy	7.83	1.11	1.57	4.91	6.9
Vienna, Austria	6.28	1.36	1.4	4.19	5.75
Venice, Italy	4.77	0.92	1.39	3.78	4.88
Milan, Italy	4.55	0.77	1.26	3.49	4.69
Berlin, Germany	5.48	1.29	1.28	3.5	4.27

Πηγή: (Statista, 2024c), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/487572/leading-european-city-destinations/> [επισκέφθηκα στις 9/11/2024]

Ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων στους επιλεγμένους ευρωπαϊκούς προορισμούς αυξήθηκε σημαντικά σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, δείχνοντας ισχυρά σημάδια ανάκαμψης από την πανδημία Covid-19 και σε ορισμένες περιπτώσεις ξεπερνώντας τα επίπεδα πριν από την πανδημία.

Από το 2019 έως το 2023, το Παρίσι και η περιοχή Île-de-France (Περιφέρεια του Παρισιού), κατέγραψαν τον υψηλότερο αριθμό αφίξεων, με περίπου 21,6 εκατομμύρια εισερχόμενους τουρίστες το 2023. Το Λονδίνο και η Κωνσταντινούπολη ακολούθησαν με περίπου 20,3 εκατομμύρια και 17,4 εκατομμύρια αφίξεις, αντίστοιχα (Statista, 2024c).

Επίσης, το 2023, το Λονδίνο κατέλαβε την πρώτη θέση ως τουριστικός προορισμός στην Ευρώπη με βάση τον αριθμό των διανυκτερεύσεων, φτάνοντας πάνω από 78 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις. Το Παρίσι και η Κωνσταντινούπολη ακολούθησαν, καταγράφοντας περίπου 52 εκατομμύρια και σχεδόν 30 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις, αντίστοιχα. Το Παρίσι, μάλιστα, έφτασε τα προπανδημικά επίπεδα διανυκτερεύσεων (Statista, 2024d).

Πίνακας 5.5: Κορυφαίοι τουριστικοί προορισμοί πόλεων στην Ευρώπη από το 2019 έως το 2023, με βάση τον αριθμό των διανυκτερεύσεων (σε εκατομμύρια)

Characteristic	2019	2020	2021	2022	2023
London ¹	85.1	20.77	25.54	59.13	78.1
Paris ¹	52.45	14.13	20.47	50.13	52.4
Istanbul	23.93	9.89	18.57	29.63	29.75
Berlin	34.12	12.28	13.98	26.53	29.58
Rome ¹	29.07	5.35	5.03	20.32	29.51
Amsterdam ¹	18.38	5.8	5.78	18.25	23.9
Barcelona ¹	19.85	3.92	6.1	19.73	21.71
Madrid ¹	20.68	5.05	10.93	17.66	19.97
Munich ¹	18.29	7.03	7.95	16.02	18.63
Vienna ¹	18.64	4.93	5.41	13.9	18.16
Prague	18.48	4.9	5.26	13.22	16.86
Hamburg	15.43	6.88	7.5	14.71	15.94
Lisbon	13.82	-	5.19	13.32	15.14

Πηγή: (Statista, 2024d), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/314340/leading-european-city-tourism-destinations-by-number-of-bednights/> [επισκέφθηκε στις 9/11/2024]

Στην παρακάτω εικόνα παρουσιάζονται οι κορυφαίες 10 πόλεις βάσει της άμεσης συνεισφοράς των ταξιδιών και τουρισμού στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ), σε δισεκατομμύρια δολάρια για το 2022. Το Παρίσι καταλαμβάνει την πρώτη θέση με \$35.65 δισ. Ακολουθούν το Πεκίνο με \$32.62 δισ., το Ορλάντο με \$31.1 δισ., η Σαγκάη με \$29.69 δισ., το Λας Βέγκας με \$22.99 δισ. και η Νέα Υόρκη με \$21.09 δισ. Επίσης, προτείνονται οι κορυφαίες 10 πόλεις για το 2032 (WTTC, 2023).

Εικόνα 5.5: Οι 10 κορυφαίες πόλεις με τις μεγαλύτερες δαπάνες ταξιδιωτών το 2022 και το 2032

Top 10 Cities Based on Direct Travel & Tourism GDP in real terms for 2022

Πηγή: (WTTC, 2023)

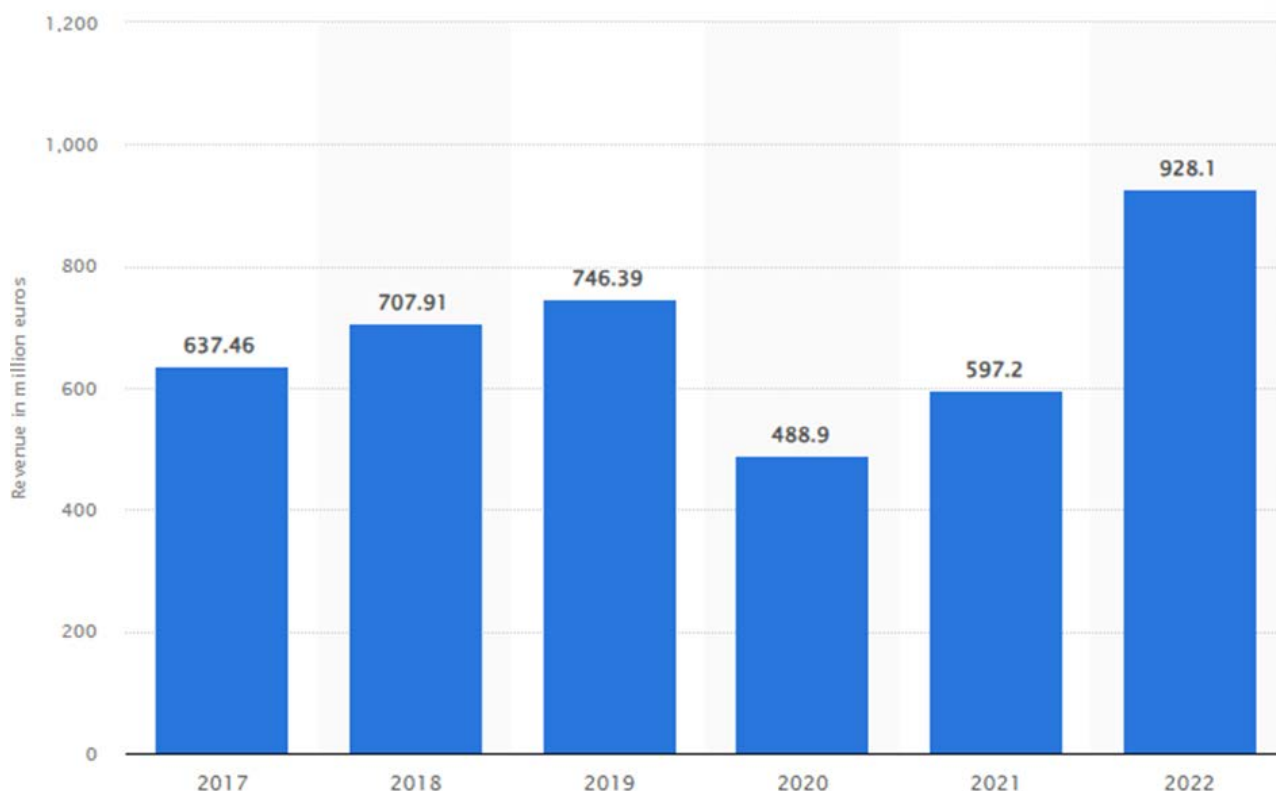
Η Περιφέρεια του Παρισιού (Île-de-France), ο κορυφαίος τουριστικός προορισμός παγκοσμίως, είναι μακράν η μεγαλύτερη οικονομία στη Γαλλία, παράγοντας το 31% του εθνικού πλούτου και το 5,3% του ΑΕΠ της ΕΕ. Αυτό είναι ισοδύναμο με την οικονομία της Ολλανδίας και υψηλότερο από εκείνες της Πολωνίας, του Βελγίου, της Σουηδίας και της Αυστρίας. Η οικονομική δυναμική της Περιφέρειας του Παρισιού επωφελείται από τη στρατηγική της θέση στην καρδιά της παγκόσμιας οικονομίας, με συνολικό ΑΕΠ 765 δισ. € (CCI Paris-Île-de-France, 2024).

Η Περιφέρεια του Παρισιού χαρακτηρίζεται από υψηλή κατανάλωση πολιτισμού, με 21 δισ. € αξίας πολιτιστικού πλούτου να παράγονται ετησίως στην περιοχή. Σε σχέση με το συνολικό ΑΕΠ της Περιφέρειας του Παρισιού, που είναι 765 δισ. ευρώ, το ποσό αυτό αντιστοιχεί σε περίπου 2,75% του συνολικού ΑΕΠ. Η συγκεκριμένη κατανάλωση αντιπροσωπεύει το 61% της συνολικής προστιθέμενης αξίας των γαλλικών πολιτιστικών ιδρυμάτων. Αυτή η οικονομική δύναμη τοποθετεί την Περιφέρεια του Παρισιού στο ίδιο επίπεδο με άλλες μεγάλες μητροπολιτικές περιοχές, όπως το Λονδίνο και η Νέα Υόρκη. Τα μουσεία της, με το Λούβρο και τον Πύργο του Άιφελ να ξεχωρίζουν, προσελκύουν μεταξύ 20 και 25 εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως.

Επιπλέον, ο πολιτιστικός τομέας στην Περιφέρεια του Παρισιού αντιπροσωπεύει 300.000 θέσεις εργασίας, δηλαδή το 5,3% του συνολικού αριθμού θέσεων εργασίας στην

περιοχή, σε σύγκριση με το 2,6% σε εθνικό επίπεδο. Στη μητροπολιτική Γαλλία, το 45% των θέσεων εργασίας στον πολιτιστικό τομέα βρίσκονται στην Περιφέρεια του Παρισιού, σε σύγκριση με το 21% σε όλους τους άλλους οικονομικούς τομείς συνολικά. Αυτή η συγκέντρωση οφείλεται κυρίως στην ιστορική εγκατάσταση των μέσων ενημέρωσης, της πολιτιστικής κληρονομιάς (μουσεία, βιβλιοθήκες, εθνικά μνημεία), και των εκδοτικών επιχειρήσεων στο Παρίσι και τα προάστια του, καθώς και στην ισχυρή παρουσία εταιρειών παραστατικών τεχνών στην πόλη (Calvier et al., 2018).

Διάγραμμα 5.2: Έσοδα από βιβλιοθήκες, αρχεία, μουσεία και άλλες πολιτιστικές δραστηριότητες στη Γαλλία από το 2017 έως το 2022 (σε εκατομμύρια ευρώ)



Πηγή: (Statista, 2024e), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/1434261/revenue-museums-libraries-archives-france/> [επισκέφθηκε στις 11/11/2024]

Στο διάγραμμα 5.2 παρατηρούμε ότι τα έσοδα που προήλθαν από μουσεία, βιβλιοθήκες, αρχεία και άλλες πολιτιστικές δραστηριότητες στη Γαλλία σημείωσαν απότομη αύξηση το 2022 σε σχέση με το προηγούμενο έτος, ανακάμπτοντας από τις επιπτώσεις της πανδημίας. Συγκεκριμένα, τα συνολικά έσοδα αυτών των οργανισμών έφτασαν περίπου τα 928 εκατομμύρια ευρώ το 2022, καταγράφοντας το υψηλότερο επίπεδο της εξεταζόμενης περιόδου (2017 έως 2022) (Statista, 2024e).

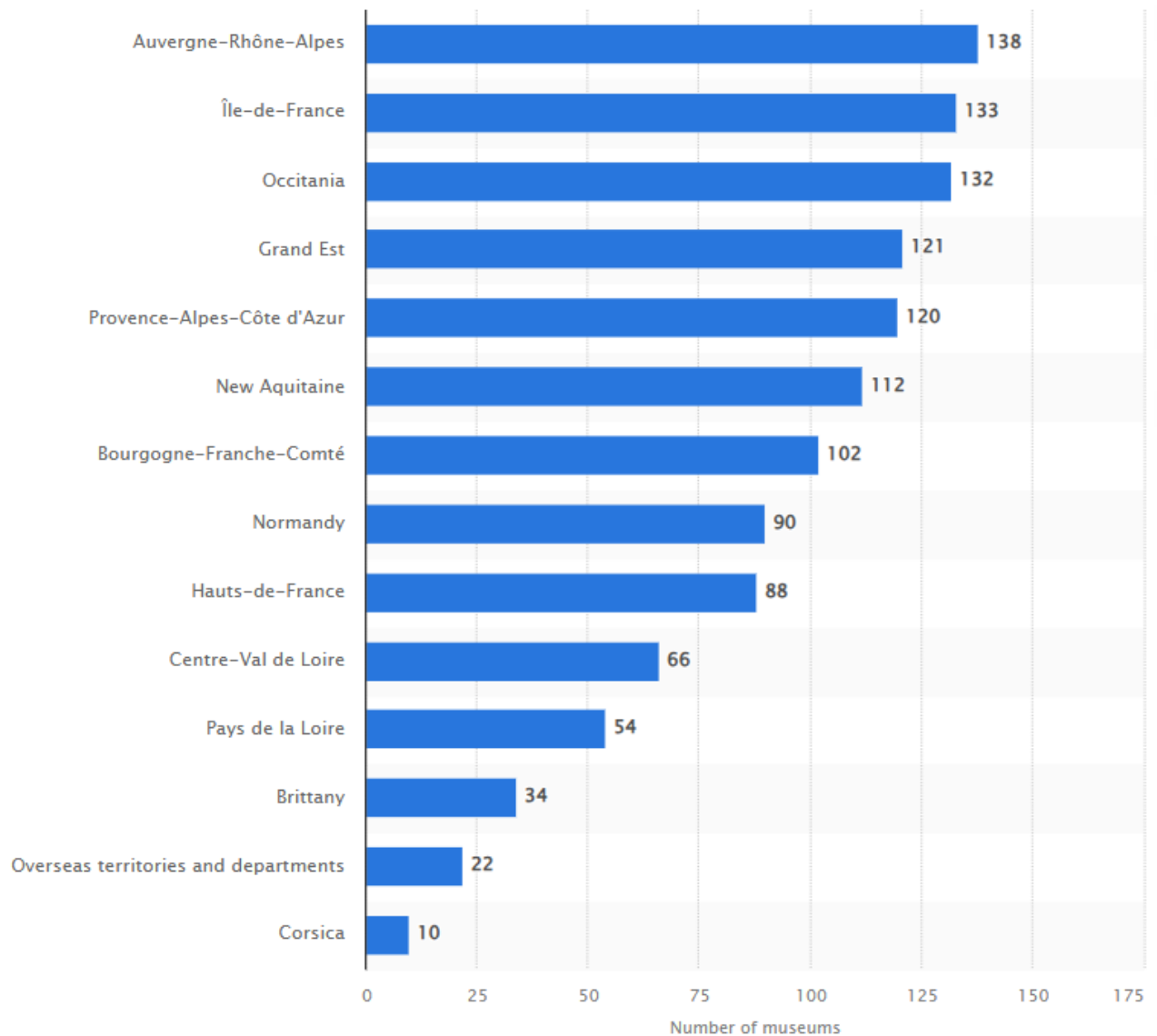
Τα παγκοσμίου φήμης μουσεία, γκαλερί και μνημεία όπως το Λούβρο, ο Πύργος του Άιφελ και το Κέντρο Πομπιντού προσελκύουν εκατομμύρια επισκέπτες στη Γαλλία, τη

χώρα με τους περισσότερους τουρίστες παγκοσμίως. Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά του Παρισιού είναι βασικός παράγοντας τουρισμού, καθιστώντας την πόλη έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς στην Ευρώπη. Το Λούβρο το μουσείο με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα παγκοσμίως, αποτελεί αναμφίβολα ένα από τα πιο διάσημα αξιοθέατα του Παρισιού, υποδέχτηκε σχεδόν εννέα εκατομμύρια επισκέπτες το 2023, ενώ ο Πύργος του Άιφελ υποδέχτηκε πάνω από έξι εκατομμύρια επισκέπτες, τη δεύτερη υψηλότερη προσέλευση μετά το Λούβρο.

Εκτός από τα δημοφιλή μουσεία και ιστορικά μνημεία όπως το Μουσείο Ορσέ, η Παναγία των Παρισίων και η Αψίδα του Θριάμβου, η πόλη φιλοξενεί και ένα από τα πιο πολύτιμα θεματικά πάρκα στην Ευρώπη, τη Disneyland Paris. Το 2024, η συνδυασμένη αξία της Disneyland και του Walt Disney Studios στο Παρίσι εκτιμήθηκε σε σχεδόν 2,7 δισεκατομμύρια δολάρια.

Όσον αφορά τον αριθμό των μουσείων στη Γαλλία, τα στοιχεία από το διάγραμμα 5.3 δείχνουν τη σημαντική συμβολή του Παρισιού σε εθνικό επίπεδο. Η περιοχή Île-de-France, που περιβάλλει την πρωτεύουσα, κατέγραψε το δεύτερο υψηλότερο ποσοστό το 2023, με περίπου 11% από τα περισσότερα από 1.200 μουσεία της χώρας. Το Παρίσι έχει τον μεγαλύτερο αριθμό μουσειακών αντικειμένων στη Γαλλία, με τις συλλογές των παρισινών μουσείων να περιλαμβάνουν συνολικά 190 χιλιάδες αντικείμενα (Alda, 2024).

Διάγραμμα 5.3: Αριθμός μουσείων στη Γαλλία ανά περιοχή, τον Σεπτέμβριο του 2024



Πηγή: (Statista, 2024f), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/1420539/museums-by-regions-france/> [επισκέφθηκε στις 11/11/2024]

Τα στοιχεία από τον πίνακα 5.6 δείχνουν ότι το Λούβρο είναι ο πιο δημοφιλής πολιτιστικός χώρος στο Παρίσι, με τον Πύργο του Άιφελ και το Μουσείο Ορσέ να ακολουθούν. Αυτό είναι αναμενόμενο, καθώς όπως προαναφέρθηκε από το 2012 έως το 2023, το Λούβρο ήταν το πιο δημοφιλές μουσείο παγκοσμίως όσον αφορά την προσέλευση, με μία εξαίρεση το 2016. Επομένως, δεν είναι μόνο διεθνώς το πιο δημοφιλές μουσείο, αλλά και ο κορυφαίος πολιτιστικός προορισμός εντός της πόλης. Η σταθερή δημοτικότητα του Λούβρου, τόσο σε διεθνές όσο και σε τοπικό επίπεδο, υπογραμμίζει τη σημασία και τη δυναμική του ως πολιτιστικό και οικονομικό κέντρο και σημείο αναφοράς για την παγκόσμια πολιτιστική κληρονομιά (Statista, 2024g).

Πίνακας 5.6: Οι κορυφαίοι μουσειακοί, μνημειακοί και πολιτιστικοί χώροι στο Παρίσι από το 2019 έως το 2022, ανά αριθμό επισκεπτών (σε χιλιάδες)

Characteristic	2019	2020	2021	2022
Louvre Museum	9,520	2,698	2,825	7,726
Eiffel Tower	6,145	1,559	2,047	5,849
Musée d'Orsay	3,652	867	1,044	3,270
Centre Pompidou	3,274	913	1,501	3,010
National Museum of Natural History ¹	2,400	879	1,406	2,389
Cité des Sciences et de l'Industrie	2,385	643	984	1,993
Arc de triomphe	1,629	429	510	1,755
Louis Vuitton Foundation	-	253	691	1,399
Sainte-Chapelle	1,427	-	373	1,202
Petit Palais - Musée des Beaux-Arts de la ville de Paris	-	351	518	1,083

Πηγή: (Statista, 2024g), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/631310/leading-cultural-venues-paris-by-visitor-number/> [επισκέφθηκα στις 11/11/2024]

Εκτός από το ότι είναι ο κορυφαίος πολιτιστικός προορισμός στο Παρίσι, το Λούβρο ήταν και ο δεύτερος κορυφαίος τουριστικός προορισμός το 2022 με περίπου 8 εκατομμύρια επισκέπτες. Η πρώτη τουριστική ατραξιόν ήταν το θεματικό πάρκο της Ντίσνεϋλαντ του Παρισιού με σχεδόν 10 εκατομμύρια επισκέπτες. Στην κατάταξη ακολουθεί το Ανάκτορο των Βερσαλλιών με περίπου 7 εκατομμύρια επισκέπτες, ενώ τέταρτος είναι ο Πύργος του Άιφελ με περίπου 6 εκατομμύρια επισκέπτες (πίνακας 5.7) (CCI Paris-Île-de-France, 2024).

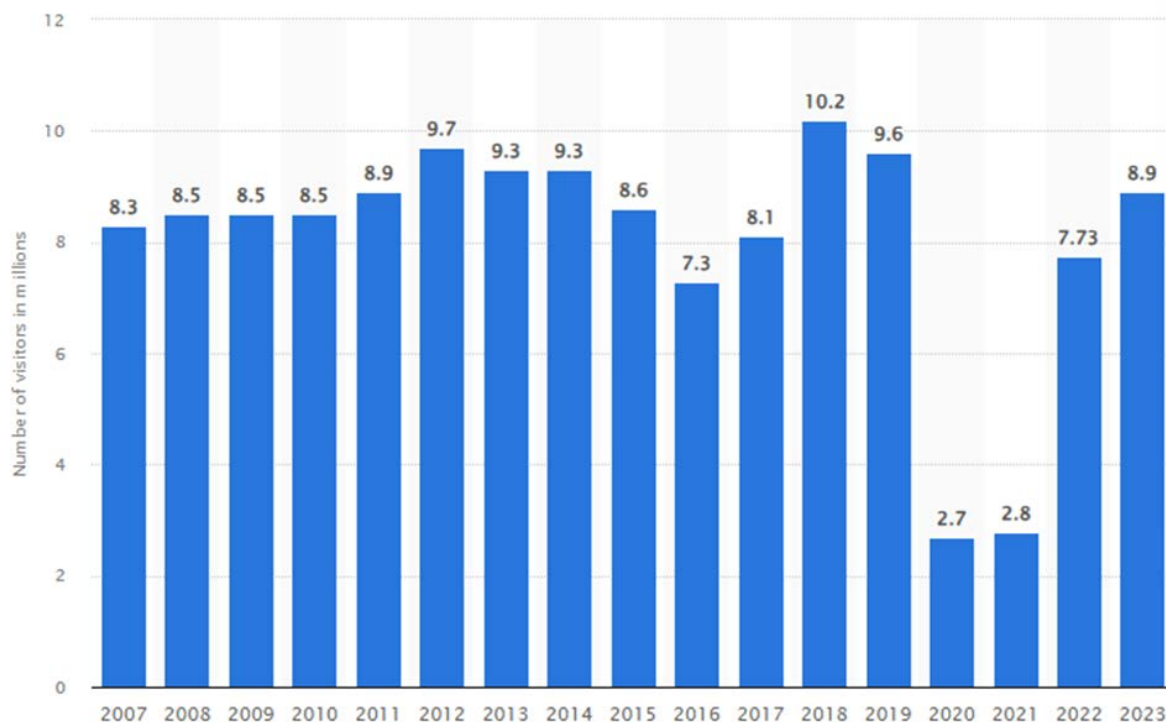
Πίνακας 5.7: Εμβληματικά τουριστικά αξιοθέατα, Παρίσι

Most Visited Tourist Sites in Paris Region (number of visitors – 2022)	
Disney Park at Disneyland Paris, Marne-la-Vallée	9,900,000
Louvre Museum	7,700,000
Château de Versailles	6,900,000
Eiffel Tower	5,900,000
Walt Disney Studios Park at Disneyland Paris, Marne-la-Vallée	5,300,000
Orsay Museum	3,300,000
Pompidou Center	3,000,000
National Natural History Museum	2,320,000
Cité des Sciences et de l'Industrie	1,993,000
Arc de triomphe	1,755,000
Sainte-Chapelle	1,202,000
Cité Médiévale de Provins	1,200,000
Petit Palais - Musée des Beaux-Arts de la Ville de Paris	1,083,000
Musée de l'Armée	1,071,072
Musée du quai Branly - Jacques Chirac	1,005,000
Atelier des Lumières	1,000,000
ZooSafari Thoiry	640,000

Πηγή: (CCI Paris-Île-de-France, 2024)

Το διάγραμμα 5.4 παρουσιάζει την εξέλιξη του αριθμού των επισκεπτών στο μουσείο του Λούβρου από το 2007 έως το 2023, με το 2018 να σημειώνει τον υψηλότερο αριθμό επισκεπτών, ξεπερνώντας τα 10 εκατομμύρια. Οι Γάλλοι αντιπροσωπεύουν το 25% (2,5 εκατομμύρια επισκέπτες), μετά ακολουθούν οι Αμερικανοί (περίπου 1,5 εκατομμύρια επισκέπτες) και οι Κινέζοι (1 εκατομμύριο). Η πανδημία Covid-19 είχε αναμενόμενα σημαντικό αντίκτυπο, προκαλώντας απότομη πτώση στους επισκέπτες το 2020 και το 2021. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σταδιακή ανάκαμψη, με τον αριθμό των επισκεπτών να αυξάνεται ξανά. Από αυτά τα δεδομένα, καθίσταται εμφανής η δυναμική της επισκεψιμότητας του Λούβρου, καθώς και η ανθεκτικότητα και ικανότητά του να προσελκύει επισκέπτες από όλο τον κόσμο, παρά τις προκλήσεις (Statista, 2024h).

Διάγραμμα 5.4: Αριθμός επισκεπτών στο Μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι από το 2007 έως το 2023 (σε εκατομμύρια)



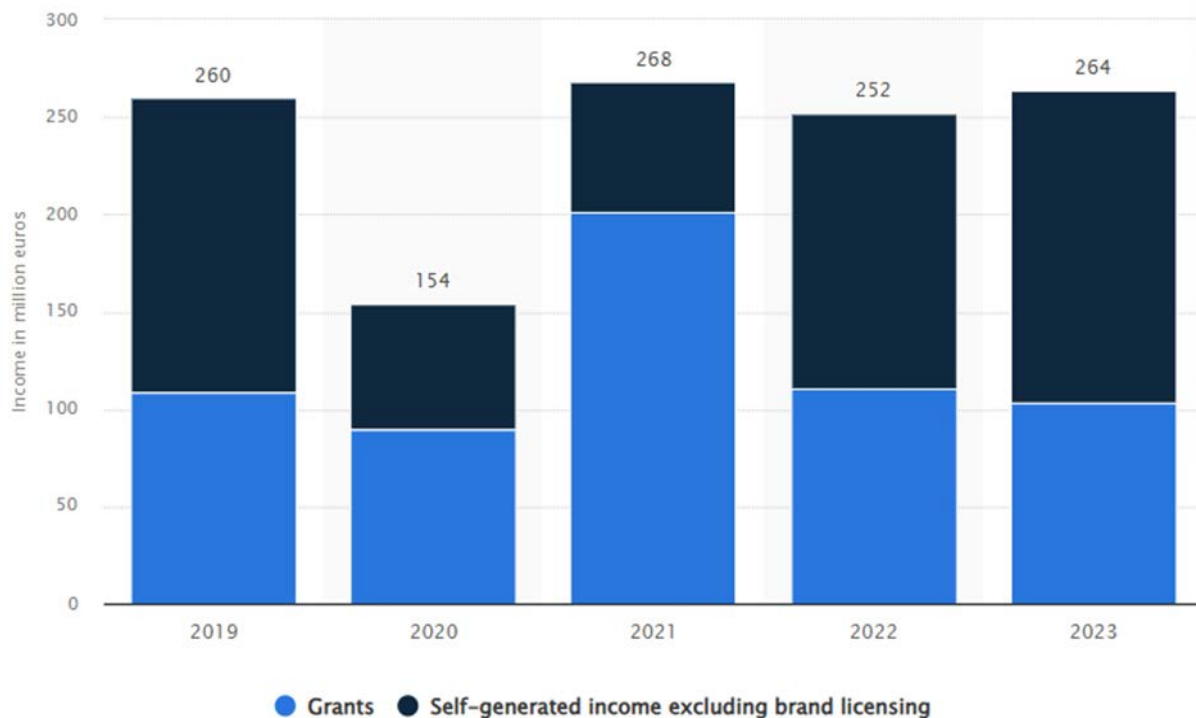
Πηγή: (Statista, 2024h), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/247419/yearly-visitors-to-the-louvre-in-paris/> [επισκέφθηκαν στις 11/11/2024]

Το Λούβρο παράγει σημαντικά έσοδα από τις πωλήσεις εισιτηρίων. Το κόστος των εισιτηρίων ποικίλλει ανάλογα με τον αριθμό των επισκεπτών: Το εισιτήριο εισόδου ανά άτομο είναι €22, ενώ μια ομάδα 7 έως 25 ατόμων μπορεί να κάνει κράτηση με ομαδικό εισιτήριο αξίας €704. Τα παιδιά κάτω των 18 ετών επισκέπτονται δωρεάν (Road Genius, 2023).

Στο διάγραμμα 5.5 φαίνονται τα έσοδα του μουσείου από το 2019 έως το 2023. Το 2023, σχεδόν το 61% των εσόδων του Λούβρου προήλθε από αυτοπαραγόμενα έσοδα, εξαιρουμένων των εσόδων από την εκμετάλλευση των αδειών χρήσης επωνυμίας (brand licenses). Επιπλέον, οι επιχορηγήσεις συνέβαλαν με 103 εκατομμύρια ευρώ στο συνολικό εισόδημα του μουσείου (Statista, 2024i).

Εκείνη τη χρονιά, οι πωλήσεις εισιτηρίων αντιπροσώπευαν σχεδόν το 40% των αυτοπαραγόμενων εσόδων του Λούβρου, συνολικού ύψους σχεδόν 96 εκατομμυρίων ευρώ. Οι άδειες χρήσης επωνυμίας ήταν η δεύτερη πιο κερδοφόρα πηγή αυτοπαραγόμενων εσόδων για το μουσείο, αποφέροντας πάνω από 83 εκατομμύρια ευρώ (Statista, 2024j).

Διάγραμμα 5.5: Έσοδα του Μουσείου του Λούβρου στο Παρίσι, 2019-2023, ανά κατηγορία



Πηγή: (Statista, 2024i), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/1536986/louvre-museum-paris-income-by-type/> [επισκέφθηκε στις 12/11/2024]

Το 2023 επίσης, το 68% των επισκεπτών του μουσείου προήλθε από το εξωτερικό, αντανακλώντας την παγκόσμια απήχυσή του. Οι Ηνωμένες Πολιτείες ήταν η κύρια πηγή διεθνών επισκεπτών (13%), ακολουθούμενες από ευρωπαϊκές χώρες όπως η Ιταλία (7%), το Ηνωμένο Βασίλειο (5%), η Γερμανία (5%) και η Ισπανία (4%). Οι επισκέπτες από την Ασία, συμπεριλαμβανομένων της Ιαπωνίας, της Νότιας Κορέας και της Κίνας, αποτελούσαν το 2,5% των συνολικών διεθνών επισκέψεων. Αυτή η αύξηση σηματοδότησε μια ελπιδοφόρα επιστροφή στις παγκόσμιες τουριστικές δυναμικές που παρατηρούνταν πριν από την πανδημία (Road Genius, 2023).

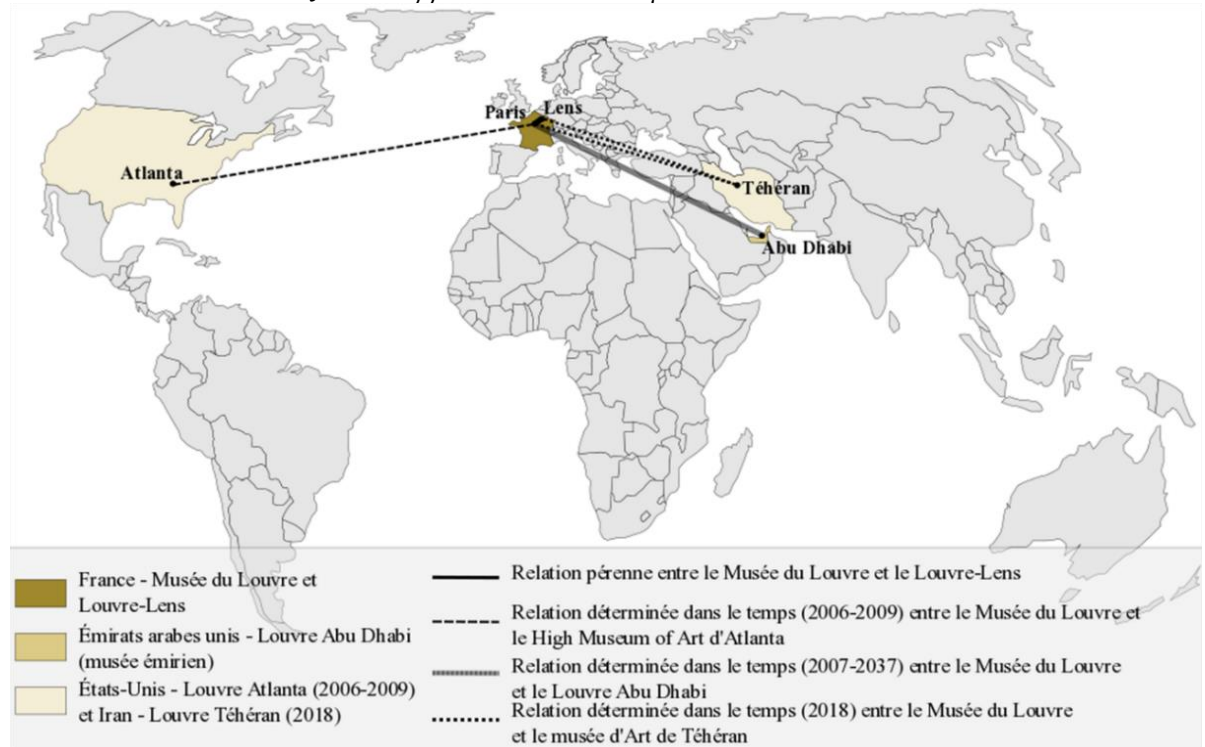
Επιπλέον, το Λούβρο έχει επεκτείνει την επιρροή του πέρα από το Παρίσι, με το Louvre-Lens στη βόρεια Γαλλία να αποτελεί παράδειγμα. Το μουσείο αυτό δημιουργήθηκε σε μια περιοχή πρώην εξόρυξης άνθρακα το 2012, στο πλαίσιο ενός περιφερειακού έργου ανάπλασης που στόχευε στην κοινωνική και πολιτιστική αναζωογόνηση της περιοχής. Η ανάπτυξη του Louvre-Lens εντάσσεται σε μια ευρύτερη πολιτική πολιτιστικής καινοτομίας, η οποία περιλαμβάνει επίσης την προώθηση της πολιτιστικής προσφοράς στη ζώνη πρώην εξόρυξης άνθρακα μέσω του καθεστώτος Μνημείο Παγκόσμιας Κληρονομιάς και την ενίσχυση της Λιλ, πρώην Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας (2004).

Η περιφερειακή πολιτική προωθεί τη συνεργασία μεταξύ των πολιτιστικών εταίρων και την ενεργή συμμετοχή με διάφορους πολιτιστικούς και τουριστικούς φορείς. Το έργο της εγκατάστασης παραρτήματος του Μουσείου του Λούβρου στο Lens (Λανς), συνδυάστηκε με έναν ευρύτερο στόχο αστικής ανάπτυξης και τουριστικής ανάπτυξης μέσω του πολιτισμού σε ολόκληρη την περιοχή της Νορ-Πα ντε Καλαί (Nord-Pas-de-Calais), και όχι μόνο της πόλης Λανς. Αυτή η περιοχή, πρώην κέντρο εξόρυξης άνθρακα, βίωνε μακρά περίοδο οικονομικής και κοινωνικής ύφεσης, και υπέφερε από υψηλή ανεργία λόγω της αποβιομηχάνισης.

Από το 2003, υπήρχαν συζητήσεις για τη δημιουργία παραρτήματος του Μουσείου του Λούβρου σε άλλη περιοχή της Γαλλίας. Η επιλογή της Nord-Pas-de-Calais βασίστηκε επίσης και στην στρατηγική της θέση στα σύνορα με το Βέλγιο, τη δυνατότητα προσέλκυσης επισκεπτών από τη Βορειοδυτική Ευρώπη και την εξαιρετική προσβασιμότητα μέσω αυτοκινητοδρόμων και σιδηροδρομικών υπηρεσιών. Με τέτοια έργα, το Λούβρο καταφέρνει να διευρύνει την πολιτιστική του αποστολή, προωθώντας την τέχνη και τον πολιτισμό σε άλλες περιοχές εκτός Παρισιού, συμβάλλοντας έτσι στην τοπική τους ανάπτυξη (Borina & Paunović, 2015).

Το Λούβρο επεκτείνει την επιρροή του, ακολουθώντας μια διπλή στρατηγική ανάπτυξης. Από τη μία πλευρά, οι περιοχές όπου ιδρύονται παραρτήματα του μουσείου, όπως το Louvre-Lens, καθώς και εκείνες που φιλοξενούν καλλιτεχνικές συνεργασίες, όπως το Louvre Atlanta ή η συνεργασία με το Μουσείο της Τεχεράνης, επιθυμούν να αποκτήσουν ένα αναγνωρισμένο brand. Από την άλλη, το μουσείο επιδιώκει τα παραρτήματα και οι συνεργασίες αυτές να ανταποκριθούν στην οικουμενικότητά του, ενισχύοντας το κύρος του (εικόνα 5.6).

Εικόνα 5.6: Οι τοποθεσίες του Λούβρου σε όλο τον κόσμο από το 2006



Πηγή: (Molinié-Andlauer, 2019)

Το Λούβρο του Αμπού Ντάμπι επίσης, είναι χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της στρατηγικής. Το αίτημα των Εμιράτων για τη δημιουργία του Λούβρου Αμπού Ντάμπι αποτελεί μέρος μιας τουριστικής και πολιτιστικής επένδυσης ύψους 27 δισεκατομμυρίων δολαρίων για το νησί Σαντιγιάτ, η οποία προβλέπει τη δημιουργία ενός συγκροτήματος πολιτιστικών πόρων παγκόσμιας κλάσης. Η διακυβερνητική συμφωνία που υπογράφηκε στις 6 Μαρτίου 2007, επικύρωσε τη δημιουργία ενός καθολικού μουσείου το 2017 στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, συγκεντρώνοντας τη γαλλική τεχνογνωσία στην εκπαίδευση και τον πολιτισμό. Αυτή η συνεργασία επιβεβαιώνει τη στενή σχέση μεταξύ της γαλλικής πολιτικής και του Λούβρου, ενισχύοντας την πολιτιστική επιρροή και την παγκόσμια παρουσία του μουσείου.

Το Λούβρο του Αμπού Ντάμπι στοχεύει στους κατοίκους του Κόλπου και κυρίως Ινδούς και Κινέζους τουρίστες. Ακόμη, το ακριβοπληρωμένο brand διαδραματίζει σημαντικό διπλωματικό και πολιτισμικό ρόλο, λειτουργώντας ως γέφυρα μεταξύ Ανατολής και Δύσης. Τέλος, αυτό το παράρτημα αντικατοπτρίζει την συμβολική δύναμη του Λούβρου και την επιρροή του σε παγκόσμιο επίπεδο (Molinié-Andlauer, 2019).

Καταλήγοντας, το Λούβρο έχει συμβάλει σημαντικά στην οικονομία της Γαλλίας, προσελκύοντας εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο, παρέχοντας θέσεις εργασίας και ενισχύοντας την τοπική οικονομία. Ως σημαντικό εκπαιδευτικό κέντρο, το μουσείο διδάσκει την ιστορία και την τέχνη διαφόρων πολιτισμών, χρησιμοποιώντας τόσο επιτόπια όσο και διαδικτυακά μέσα για να φέρει αυτή τη γνώση σε μαθητές όλων των ηλικιών του Παρισιού. Επιπλέον, προσφέρει εκπαιδευτικά προγράμματα που επιτρέπουν στους μαθητές να σπουδάσουν στο εξωτερικό, δίνοντάς τους την ευκαιρία να αποκτήσουν μια ευρύτερη κατανόηση των διεθνών πολιτισμών.

Επίσης, φιλοξενεί πολλές διαδραστικές εκδηλώσεις καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Πραγματοποιούνται τακτικές εκθέσεις έργων από διεθνή μουσεία, διαλέξεις, εργαστήρια και προβολές ταινιών, καθώς και μαθήματα και δραστηριότητες για οικογένειες. Αυτές οι εκδηλώσεις προσφέρουν όχι μόνο εκπαίδευση αλλά και ψυχαγωγία για επισκέπτες όλων των ηλικιών, συμβάλλοντας σημαντικά στην πνευματική και πολιτιστική ανάπτυξη της κοινότητας. Είναι ένα σύμβολο πολιτισμού και τέχνης, προσφέροντας στους επισκέπτες την ευκαιρία να εξερευνήσουν τον αντίκτυπο της τέχνης και τον ρόλο της στην κοινωνία.

Παράλληλα, οι επισκέπτες μπορούν να εκτιμήσουν την ομορφιά και τη δύναμη της σκέψης, της μάθησης και της πολιτιστικής ευαισθητοποίησης. Το Λούβρο είναι ένας τόπος εξερεύνησης και εκτίμησης, επιτρέποντας στους επισκέπτες να κατανοήσουν τα έργα τέχνης και τις ιστορικές, πολιτιστικές και φιλοσοφικές τους σημασίες. Η εμβληματική αρχιτεκτονική του, συμπεριλαμβανομένης της γυάλινης πυραμίδας, έχει γίνει ορόσημο που ενισχύει την αισθητική απήχηση της πόλης και την τουριστική ανάπτυξη, προσελκύοντας επισκέπτες από όλο τον κόσμο. Επιπλέον, η πυραμίδα, ως σύμβολο, καθορίζει την ταυτότητα του μεγαλύτερου μουσείου τέχνης στον κόσμο (Shaw, 2023).

5.2 Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης της Νέας Υόρκης

Το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης, γνωστό και ως «The Met», είναι ένα από τα κύρια αξιοθέατα της Νέας Υόρκης και θεωρείται το μεγαλύτερο μουσείο τέχνης της πόλης. Η μόνιμη συλλογή του μουσείου περιλαμβάνει πάνω από δύο εκατομμύρια έργα τέχνης, τα οποία είναι χωρισμένα σε δεκαεπτά επιμελητικά τμήματα. Το κύριο κτίριο (Met Fifth Avenue), που βρίσκεται στην ανατολική άκρη του Central Park κατά μήκος της Museum Mile στο Μανχάταν, είναι από άποψη έκτασης μία από τις μεγαλύτερες γκαλερί τέχνης στον κόσμο. Η Museum Mile είναι ένας εμβληματικός δρόμος μήκους περίπου ενός μιλίου, που αποτελεί τμήμα της 5ης Λεωφόρου και φιλοξενεί διάσημα μουσεία και πολιτιστικά ιδρύματα.

Εικόνα 5.7: Αεροφωτογραφία του Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης στη Νέα Υόρκη



Πηγή: διαθέσιμο στην: <https://www.bernsteinassociates.com/image/I0000HUr6iZ.oPD8>
[επισκέφθηκα στις 17/11/2024]

Επίσης, υπάρχει μια μικρότερη, δεύτερη τοποθεσία, το «The Met Cloisters», που βρίσκεται στο Άνω Μανχάταν και είναι αφιερωμένη στη μεσαιωνική τέχνη (Metropolitan Carpet, 2024).

Σύμφωνα με την ιστοσελίδα του Met, το μουσείο ιδρύθηκε το 1870 στη Νέα Υόρκη, με σκοπό να φέρει την τέχνη και την εκπαίδευση στον αμερικανικό λαό. Αναλυτικότερα, η αποστολή του μουσείου είναι «να ενθαρρύνει και να αναπτύσσει τη μελέτη των καλών

τεχνών, να εφαρμόζει τις τέχνες στη βιομηχανία και την καθημερινή ζωή, να προωθεί τη γενική γνώση σε συναφή θέματα και να παρέχει εκπαίδευση στο ευρύ κοινό». Αυτή η αποστολή καθοδηγεί το μουσείο για πάνω από 150 χρόνια. Το Met είναι αφιερωμένο στη συλλογή τέχνης από όλο τον κόσμο, υπηρετώντας το κοινό.

Το πρώτο του αντικείμενο ήταν μία ρωμαϊκή σαρκοφάγος. Το 1871, η συλλογή αυξήθηκε με την προσθήκη 174 ευρωπαϊκών πινάκων, στους οποίους περιλαμβάνονται έργα των Anthony van Dyck, Nicolas Poussin και Giovanni Battista Tiepolo.

Κατά τη διάρκεια του 19ου αιώνα, το μουσείο απέκτησε τη Συλλογή Cesnola, η οποία περιλαμβάνει κυπριακή τέχνη από την Εποχή του Χαλκού έως το τέλος της ρωμαϊκής περιόδου. Αυτή η συλλογή συνέβαλε σημαντικά στην εδραίωση της φήμης του Met ως σημαντικού αποθετηρίου κλασικών αρχαιοτήτων. Επιπλέον, το 1889, το μουσείο απέκτησε δύο έργα του Édouard Manet, ενισχύοντας περαιτέρω την συλλογή του με σημαντικά έργα της μοντέρνας τέχνης.

Στις αρχές του 20ού αιώνα, η συλλογή του μουσείου διευρύνθηκε με έργα σημαντικών καλλιτεχνών όπως ο Auguste Renoir (1907) και ο Henri Matisse (1910). Το 1917, το αρχαίο αιγυπτιακό αγαλματίδιο ιπποπόταμου, γνωστό ως «William», εισήλθε στη συλλογή. Σήμερα, το Met διαθέτει σχεδόν 30.000 αρχαία αιγυπτιακά αντικείμενα, την μεγαλύτερη συλλογή αιγυπτιακής τέχνης εκτός του Καΐρου.

Εικόνα 5.8: Αντικείμενα Αιγυπτιακής Τέχνης του Met



Πηγή: (Metropolitan Museum of Art, 2016), διαθέσιμο στην:
<https://www.metmuseum.org/about-the-met/collection-areas/egyptian-art> [επισκέφθηκα στις
18/11/2024]

Μέχρι το 1979, το μουσείο κατείχε πέντε από τους λιγότερους από 35 γνωστούς πίνακες του Johannes Vermeer. Η συλλογή ευρωπαϊκών πινάκων του Met, που περιλαμβάνει περίπου 2.500 έργα, είναι μία από τις μεγαλύτερες στον κόσμο. Η Αμερικανική Πτέρυγα στεγάζει την πιο ολοκληρωμένη συλλογή αμερικανικών πινάκων, γλυπτών και διακοσμητικών τεχνών. Ο πίνακας της εικόνας 5.9, που βρίσκεται στην Αμερικανική Πτέρυγα, απεικονίζει την επίθεση του Washington στους Hessians στο Trenton στις 25 Δεκεμβρίου 1776, όπως την αποτύπωσε ο Leutze.

Εικόνα 5.9: Ο Ουάσινγκτον διασχίζει τον ποταμό Ντέλαγουερ (1851), του Emanuel Leutze



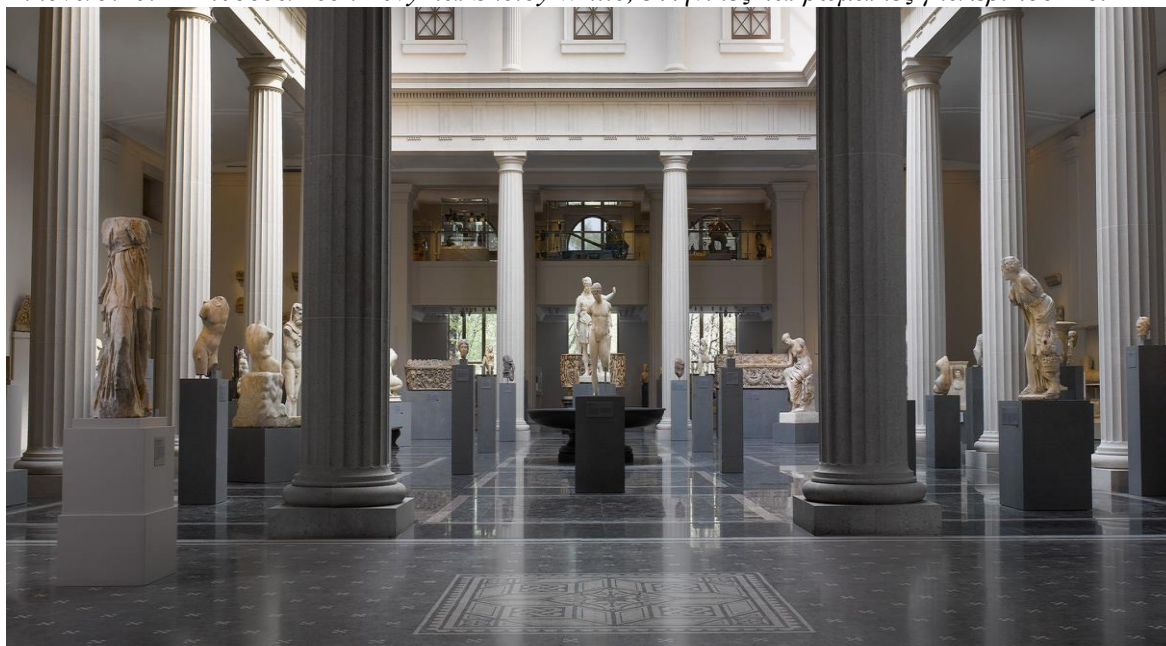
Πηγή: (Metropolitan Museum of Art, 2017), διαθέσιμο στην:
<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/11417>

Άλλες σημαντικές συλλογές του μουσείου περιλαμβάνουν όπλα και πανοπλίες, τις τέχνες της Αφρικής, της Ωκεανίας και της Αμερικανικής Ηπείρου, αρχαία τέχνη της Εγγύς Ανατολής, ασιατική τέχνη, κοστούμια, σχέδια και εκτυπώσεις, ευρωπαϊκή γλυπτική και διακοσμητικές τέχνες, ελληνική και ρωμαϊκή τέχνη, ισλαμική τέχνη, μεσαιωνική τέχνη, σύγχρονη και μοντέρνα τέχνη, μουσικά όργανα, φωτογραφίες και τη Συλλογή Robert Lehman (Metropolitan Museum of Art, 2021).

Η συλλογή ελληνικής και ρωμαϊκής τέχνης του Μουσείου περιλαμβάνει πάνω από τριάντα χιλιάδες έργα. Αυτά τα έργα χρονολογούνται από τη Νεολιθική περίοδο (περίπου 4500 π.Χ.) έως τη μεταστροφή του Ρωμαίου αυτοκράτορα Κωνσταντίνου στον Χριστιανισμό το 312 μ.Χ. Η συλλογή καλύπτει την τέχνη πολλών πολιτισμών, με γεωγραφικές περιοχές όπως η Ελλάδα και η Ιταλία, αλλά και τις ελληνικές αποικίες γύρω

από τη Μεσόγειο και τη Μαύρη Θάλασσα, καθώς και την εξελληνισμένη Κύπρο. Η ρωμαϊκή τέχνη αντιπροσωπεύεται από την επέκταση της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας. Επιπλέον, το τμήμα της Ελληνικής και Ρωμαϊκής Τέχνης, εκθέτει την τέχνη της προϊστορικής Ελλάδας (Ελλαδική, Κυκλαδική και Μινωική) και την προ-ρωμαϊκή τέχνη των ιταλικών λαών, όπως των Ετρούσκων (Metropolitan Museum of Art, 2016a).

Εικόνα 5.10: Η Αίθουσα Leon Levy και Shelby White, ελληνικές και ρωμαϊκές γκαλερί του Met



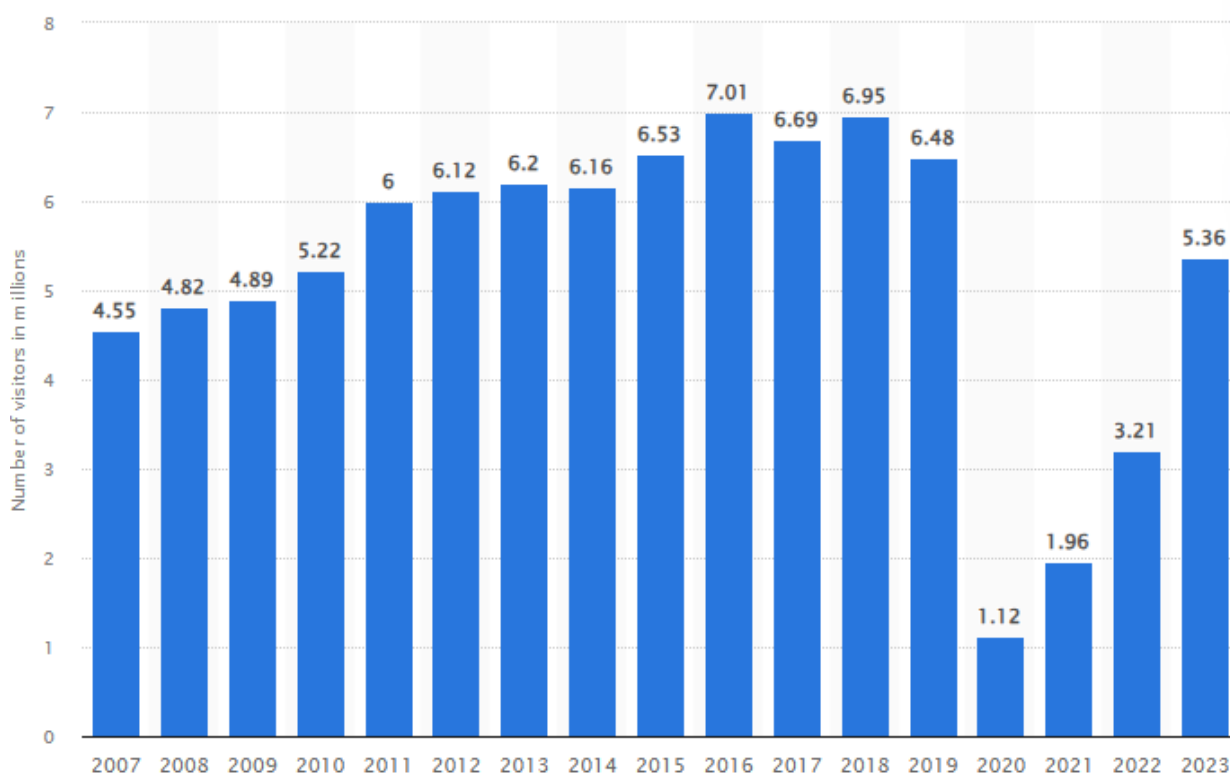
Πηγή: (Metropolitan Museum of Art, 2016a), διαθέσιμο στην:

<https://www.metmuseum.org/about-the-met/collection-areas/greek-and-roman-art>

Η συνολική συλλογή του Met περιλαμβάνει περισσότερα από 1,5 εκατομμύρια έργα τέχνης που καλύπτουν 5.000 χρόνια πολιτισμού από όλο τον κόσμο. Το μουσείο έχει επεκταθεί σημαντικά από την αρχική του μορφή, με την προσθήκη πολλών νέων δομών που δεν είναι ορατές από τον δρόμο. Το 1986, αναγνωρίστηκε ως «Εθνικό Ιστορικό Ορόσημο» λόγω της πολιτιστικής του σημασίας. Σήμερα, δεκάδες χιλιάδες αντικείμενα εκτίθενται σε μόνιμη βάση στο κτίριο των περίπου 186.000 τετραγωνικών μέτρων του μουσείου (Metropolitan Museum of Art, 2021).

Ως ένα από τα πιο ιστορικά και μεγάλα μουσεία τέχνης στις Ηνωμένες Πολιτείες, το Met έχει διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση του πολιτιστικού τοπίου της Νέας Υόρκης και της χώρας γενικότερα. Το μουσείο είναι ένας σημαντικός πόλος έλξης για τους τουρίστες, προσελκύοντας εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο (διάγραμμα 5.6), και ενισχύοντας την τοπική οικονομία (History Tools, 2024). Το 2017 δέχτηκε περίπου 7 εκατομμύρια επισκέπτες, εκ των οποίων το 30% ήταν ντόπιοι και το 37% διεθνείς (Navarrete & Villaespesa, 2020).

Διάγραμμα 5.6: Αριθμός επισκεπτών στο Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης στη Νέα Υόρκη από το 2007 έως το 2023 (σε εκατομμύρια)



Πηγή: (Statista, 2024k), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/247422/yearly-visitorship-to-the-metropolitan-museum-of-art-in-new-york/> [επισκέφθηκα στις 21/11/2024]

Η επισκεψιμότητα του μουσείου αυξήθηκε κατά περισσότερο από 40% την δεκαετία πριν την πανδημία Covid-19, φτάνοντας τους επτά εκατομμύρια επισκέπτες. Όπως προκύπτει από τον πίνακα 5.8 το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης διατηρεί σταθερά μία θέση στην πρώτη τετράδα των πιο δημοφιλών μουσείων τέχνης παγκοσμίως, από το 2019 έως το 2023. Το 2020, λόγω της πανδημίας, βρέθηκε στην 7η θέση (1.1 εκατομμύρια επισκέπτες), ενώ το 2022 κατέλαβε την 5η θέση (3.2 εκατομμύρια επισκέπτες). Ωστόσο, το 2023 επέστρεψε στην 4η θέση, σημειώνοντας σημαντική αύξηση επισκεπτών σε σύγκριση με την προηγούμενη χρονιά (Statista, 2024l). Παρά τη σημαντική αυτή αύξηση, ο αριθμός των επισκεπτών στο διάσημο πολιτιστικό ίδρυμα παρέμεινε χαμηλότερος από τα επίπεδα που είχαν καταγραφεί πριν από την πανδημία, φτάνοντας περίπου τα 5,4 εκατομμύρια το 2023, συνεχίζοντας όμως την ανοδική του πορεία (Statista, 2024k).

Πίνακας 5.8: Τα πιο επισκέψιμα μουσεία τέχνης παγκοσμίως από το 2019 έως το 2023 (σε εκατομμύρια)

Characteristic	2019	2020	2021	2022	2023
Louvre (Paris)	9.6	2.7	2.83	7.73	8.86
Vatican Museums (Vatican City)	6.88	1.3	1.61	5.08	6.76
British Museum (London)	6.24	1.28	1.33	4.1	5.82
Metropolitan Museum of Art (New York) ¹	6.48	1.12	1.96	3.21	5.36
Tate Modern (London)	6.1	1.43	1.16	3.88	4.74
National Museum of Korea (Seoul)	3.36	0.77	1.26	3.41	4.18
Musée d'Orsay (Paris)	3.65	0.87	1.04	3.27	3.87
National Gallery of Art (Washington, D.C.)	4.07	0.73	1.7	3.26	3.83
Museo Nacional del Prado (Madrid)	3.55	0.85	1.18	2.46	3.34
State Hermitage Museum (Saint Petersburg)	4.96	0.97	1.65	2.81	3.27
Victoria and Albert Museum (London)	3.99	0.87	0.86	2.37	3.11
National Gallery (London)	6.01	1.2	0.71	2.73	3.1
State Russian Museum (Saint Petersburg)	2.4	1.2	2.26	2.65	2.9

Πηγή: (Statista, 2024l), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/246293/art-museums-by-total-attendance-worldwide/> [επισκέφθηκα στις 21/11/2024]

Επίσης, παρατηρούμε ότι το Λούβρο κατέχει σταθερά την πρώτη θέση σε επισκεψιμότητα κάθε χρόνο, ενώ τα Μουσεία του Βατικανού βρίσκονται στη δεύτερη θέση εκτός από το 2020 και 2021. Το Βρετανικό Μουσείο του Λονδίνου διατηρεί την τρίτη θέση τις περισσότερες χρονιές. Ωστόσο, το 2019 και το 2021, το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης ανέβηκε στην τρίτη θέση, καταγράφοντας καλύτερη επίδοση από το Βρετανικό Μουσείο (6.5 και 2 εκατομμύρια επισκέπτες αντίστοιχα).

Μια έρευνα από τον εκπαιδευτικό συμβουλευτικό οργανισμό Studying in Switzerland που έγινε το 2021, κατέταξε τις χώρες με βάση τον αριθμό των μουσείων στην επικράτειά τους. Η έρευνα συγκέντρωσε επίσης δεδομένα για τα μουσεία με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στον κόσμο ετησίως, με την συμβολή της Unesco, της Statista και άλλων ιδρυμάτων. Ο πίνακας 5.9 δείχνει τον μέσο αριθμό επισκεπτών που δέχονται τα πρώτα δέκα μουσεία παγκοσμίως, για κάθε έτος των τελευταίων χρόνων. Η έρευνα δεν αναφέρει συγκεκριμένα ποιες χρονιές μελετήθηκαν για τα δεδομένα των μουσείων.

Πίνακας 5.9: Τα μουσεία με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα παγκοσμίως. Αριθμός επισκεπτών ανά έτος (σε εκατομμύρια)

	Louvre, Paris, France 9.6
	National Museum of China, Beijing 7.39
	Vatican Museums, Italy 6.88
	Metropolitan Museum of Art, New York, US 6.77
	British Museum, London, UK 6.21
	Tate Modern, London, UK 6.1
	National Gallery, London, UK 6.01
	National History Museum, London, UK 5.42
	American Museum of Natural History, New York, US 5
	State Hermitage Museum, St Petersburg, Russia 4.96

Πηγή: (Lamperti, 2021), διαθέσιμο στην: <https://www.domusweb.it/en/art/2021/04/15/maps-of-the-worlds-most-visited-museums.html> [επισκέφθηκα στις 21/11/2024]

Τα ευρήματα της έρευνας έδειξαν ότι από τα 95.000 μουσεία παγκοσμίως, η πλειοψηφία (33.082) βρίσκεται στις ΗΠΑ, με τη Γερμανία να ακολουθεί στη δεύτερη θέση με 6.257 μουσεία και την Ιαπωνία στην τρίτη με 5.738. Ωστόσο, τα μουσεία σε αυτές τις χώρες δεν συγκαταλέγονται ανάμεσα στα κορυφαία σε διεθνές επίπεδο, με εξαίρεση το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης και το Αμερικανικό Μουσείο Φυσικής Ιστορίας της Νέας Υόρκης.

Είναι γνωστό ότι τα πιο επισκέψιμα μουσεία στον κόσμο βρίσκονται κυρίως στις μεγαλουπόλεις, προσελκύοντας εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο. Αυτοί οι επισκέπτες πηγαίνουν για να θαυμάσουν τα ιστορικά, πολιτιστικά, καλλιτεχνικά ή επιστημονικά εκθέματα που φιλοξενούνται σε αυτά τα μουσεία.

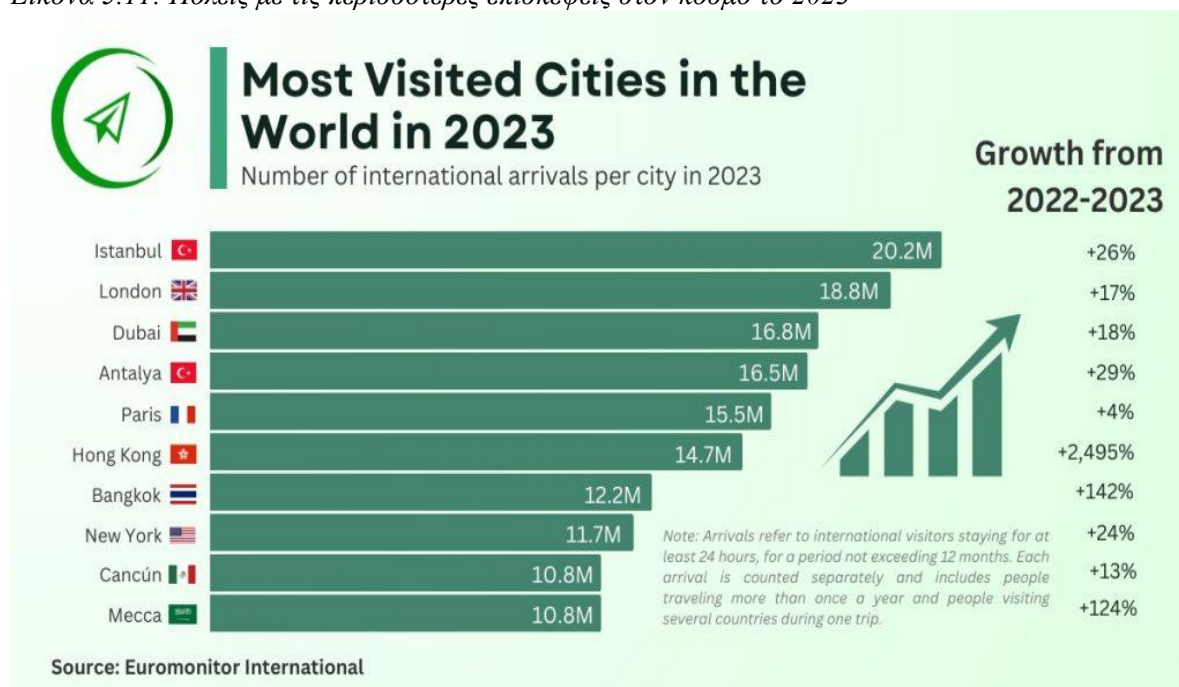
Το μουσείο με τον μεγαλύτερο αριθμό ετήσιων επισκεπτών παραμένει αδιαμφισβήτητο το Λούβρο στο Παρίσι, προσελκύοντας πάνω από 9 εκατομμύρια επισκέπτες το χρόνο. Στη δεύτερη θέση βρίσκεται το Εθνικό Μουσείο της Κίνας στο Πεκίνο. Παρόλο που η Ιταλία κατατάσσεται μόλις στην 7η θέση στη λίστα των χωρών με τα περισσότερα μουσεία, τα Μουσεία του Βατικανού είναι τρίτα στον κόσμο σε αριθμό επισκεπτών.

Το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης κατατάσσεται στην τέταρτη θέση, προσελκύοντας περίπου 7 εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο. Τα μουσεία του Λονδίνου κατατάσσονται επίσης ψηλά, με ιδρύματα όπως το Βρετανικό Μουσείο, το Tate Modern, η Εθνική Πινακοθήκη, το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας και το Μουσείο Βικτωρίας και Αλβέρτου να αποτελούν το ένα τέταρτο των πιο επισκέψιμων μουσείων στον κόσμο. Μεταξύ των δέκα κορυφαίων βρίσκεται επίσης το Αμερικανικό Μουσείο Φυσικής Ιστορίας της Νέας Υόρκης (Lamperti, 2021).

Η Νέα Υόρκη, ως μία από τις σημαντικότερες παγκόσμιες πόλεις, βρίσκεται στην τρίτη πιο επισκέψιμη χώρα του κόσμου. Η φήμη της ως παγκόσμιο πολιτιστικό και οικονομικό κέντρο την καθιστά σταθερά έναν από τους 10 πιο δημοφιλείς προορισμούς παγκοσμίως (εικόνα 5.11) (Chhetri, 2024).

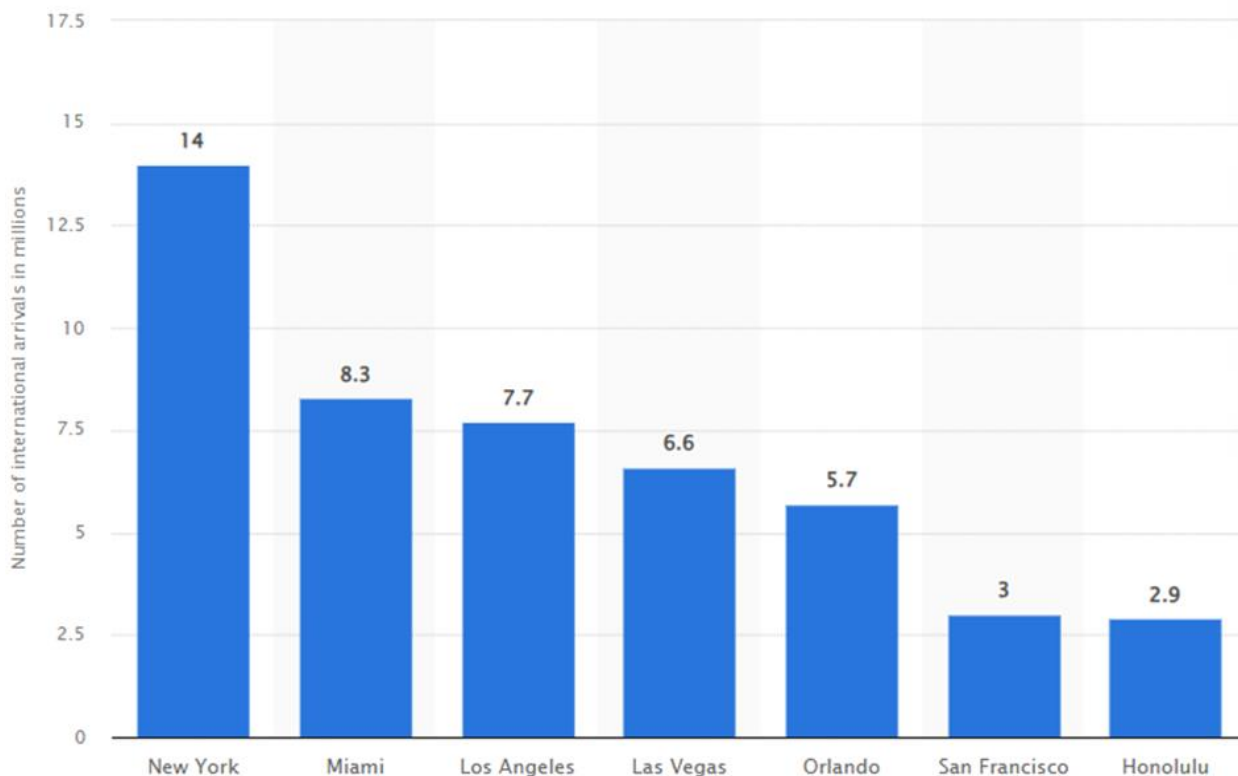
Επιπλέον, είναι η πόλη με τις περισσότερες επισκέψεις στις Ηνωμένες Πολιτείες. Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 5.7, η Νέα Υόρκη ήταν ο κορυφαίος προορισμός πόλης στις ΗΠΑ όσον αφορά τις διεθνείς αφίξεις, με περίπου 14 εκατομμύρια επισκέπτες από ξένες χώρες το 2019 (Statista, 2024m). Το 2023 επίσης, ήταν η πόλη με τις περισσότερες επισκέψεις στις ΗΠΑ, προσελκύοντας λίγο λιγότερο από εννέα εκατομμύρια επισκέπτες. Το Μαϊάμι και το Λος Άντζελες ακολούθησαν στην κατάταξη, με περίπου 4,4 εκατομμύρια και 3,6 εκατομμύρια διεθνείς επισκέπτες, αντίστοιχα (Statista, 2024n).

Εικόνα 5.11: Πόλεις με τις περισσότερες επισκέψεις στον κόσμο το 2023



Πηγή: (Chhetri, 2024), διαθέσιμο στην: <https://wptravel.io/most-visited-cities-in-the-world/> [επισκέφθηκε στις 21/11/2024]

Διάγραμμα 5.7: Κορυφαίοι προορισμοί πόλεων στις Ηνωμένες Πολιτείες το 2019, με βάση τον αριθμό διεθνών αφίξεων (σε εκατομμύρια)



Πηγή: (Statista, 2024m), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/381854/leading-city-destinations-by-number-of-arrivals-in-the-us/>

Το Met είναι σταθερά ένα από τα πιο δημοφιλή τουριστικά αξιοθέατα της Νέας Υόρκης, προσελκύοντας τόσο εγχώριους όσο και διεθνείς επισκέπτες. Στο οικονομικό έτος 2019, που ξεκίνησε την 1^η Ιουλίου 2018 και έληξε στις 30 Ιουνίου 2019, το μουσείο υποδέχθηκε περισσότερους από 7 εκατομμύρια επισκέπτες στις τρεις τοποθεσίες του [Met Fifth Avenue, Met Cloisters και Met Breuer (λειτουργούσε ως παράρτημα του Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης από το 2016 έως το 2020)]. Οι διεθνείς τουρίστες αποτελούσαν το 28% των επισκεπτών του Μουσείου. Οι κάτοικοι των πέντε δήμων της πολιτείας της Νέας Υόρκης, αντιπροσώπευαν το 35% του συνολικού αριθμού επισκεπτών, ενώ το 16% προερχόταν από την τριπολιτειακή περιοχή της Νέας Υόρκης. Το οικονομικό έτος 2019 είναι η τρίτη συνεχόμενη χρονιά που το Μουσείο προσέλκυσε πάνω από 7 εκατομμύρια επισκέπτες, συνεχίζοντας την εξαιρετική προσέλευση του οικονομικού έτους 2018, όταν το Met υποδέχτηκε 7,35 εκατομμύρια επισκέπτες.

Η επιτυχία του μουσείου αυτή τη χρονιά (οικ. έτος 2018), οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στις εκθέσεις που διοργάνωσε, όπως η Michelangelo: Divine Draftsman and Designer (702.516 επισκέπτες) και η David Hockney (363.877 επισκέπτες), καθώς και στους

πρώτους δύο μήνες της έκθεσης Heavenly Bodies, η οποία προσέλκυσε ρεκόρ 1.659.647 επισκεπτών στο Met Fifth Avenue και στο Met Cloisters κατά τη διάρκειά της από 10 Μαΐου έως 8 Οκτωβρίου 2018. Εκτός από την έκθεση Heavenly Bodies, η έκθεση The Roof Garden Commission: Huma Bhabha, We Come in Peace, που έκλεισε τον Οκτώβριο του 2018, προσέλκυσε 383.714 επισκέπτες.

Το οικονομικό έτος 2019, εκθέσεις όπως η Delacroix (346.259 επισκέπτες) και η Armenia! (229.491 επισκέπτες), προσέλκυσαν επίσης μεγάλο κοινό. Άλλες δημοφιλείς εκθέσεις περιλάμβαναν τις Monumental Journey: The Daguerreotypes of Girault de Prangey (117.858 επισκέπτες) και The Tale of Genji (214.050 επισκέπτες). Μέχρι τις 30 Ιουνίου, η έκθεση Play It Loud: Instruments of Rock & Roll είχε προσελκύσει 334.162 επισκέπτες, ενώ η Camp: Notes on Fashion, 298.720.

Επιπρόσθετα, οι εκθέσεις που παρουσίαζαν τη συλλογή του Met ήταν δημοφιλείς, με τις History Refused to Die, African American Portraits, Art of Native America, In Praise of Painting, Jewelry: The Body Transformed, και Epic Abstraction να προσελκύουν πολύ μεγάλο κοινό (Metropolitan Museum of Art, 2019).

Όσον αφορά το εσωτερικό περιβάλλον της Νέας Υόρκης, το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης είναι το πιο δημοφιλές μουσείο, προσελκύοντας πάνω από 6 εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως. Ανταγωνίζεται με άλλα σημαντικά μουσεία της πόλης, όπως το Αμερικανικό Μουσείο Φυσικής Ιστορίας, το οποίο δέχεται περίπου 5 εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο. Το Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης (MoMA) είναι επίσης πολύ δημοφιλές, με περίπου 3 εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως. Επιπλέον, το Μουσείο Γκούγκενχάϊμ προσελκύει πάνω από 1 εκατομμύριο επισκέπτες το χρόνο, ενώ το Intrepid Museum, ένα αμερικανικό στρατιωτικό και ναυτικό μουσείο ιστορίας, δέχεται περίπου 1 εκατομμύριο επισκέπτες. Αυτά τα μουσεία συμβάλλουν σημαντικά στην πολιτιστική ζωή της Νέας Υόρκης και στην τουριστική ανάπτυξή της (NYC Tourism, 2015).

Ωστόσο, η επιρροή του Met δεν περιορίζεται μόνο στον τουρισμό. Ο ιδρυτής του μουσείου, John Taylor Johnston, είχε δηλώσει: «Το Μουσείο δεν είναι απλώς μια συλλογή περιέργων και όμορφων αντικειμένων. Είναι ένας μεγάλος εκπαιδευτικός θεσμός, η επιρροή του οποίου θα πρέπει να γίνεται αισθητή σε κάθε μέρος της χώρας» (History Tools, 2024).

Το μουσείο προσφέρει μια ποικιλία προγραμμάτων για μαθητές πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, με έμφαση στην εξερεύνηση αντικειμένων από την

συλλογή του, την ενσωμάτωση διεπιστημονικών προγραμμάτων σπουδών και την αξιοποίηση της διδασκαλίας μέσω έργων τέχνης. Τα προγράμματα αυτά περιλαμβάνουν δημιουργικές δραστηριότητες, ενώ παράλληλα διερευνούν ένα ουσιαστικό, κοινωνικά εμπλεκόμενο ερώτημα, συνδέοντας τα πρωτότυπα έργα με τη ζωή των μαθητών. Στόχος τους είναι να ενισχύσουν τις δεξιότητες κριτικής σκέψης, τη λογική τεκμηρίωση, την κοινωνική και συναισθηματική μάθηση, καθώς και τη δημιουργικότητα των μαθητών (Metropolitan Museum of Art, 2016b).

Συνεπώς, είναι πρωτοπόρο στην εκπαίδευση τέχνης, προσφέροντας μια πληθώρα προγραμμάτων για μαθητές, εκπαιδευτικούς και το ευρύ κοινό. Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του μουσείου, το οικονομικό έτος 2019, το Met εξυπηρέτησε πάνω από 225.000 μαθητές και εκπαιδευτικούς μέσω των εκπαιδευτικών του πρωτοβουλιών. Από αυτούς, περισσότεροι από 90.000 ήταν από την Νέα Υόρκη. Ακόμη, η εκδήλωση Teens Take The Met!, που πραγματοποιείται δύο φορές το χρόνο, προσέλκυσε πάνω από 6.000 έφηβους από τους πέντε δήμους της πολιτείας της Νέας Υόρκης. Επιπλέον, οι ολοήμερες γιορτές για οικογένειες, όπως το World Culture Festival και το Lunar New Year Festival, υποδέχτηκαν περισσότερους από 10.000 επισκέπτες (Metropolitan Museum of Art, 2019).

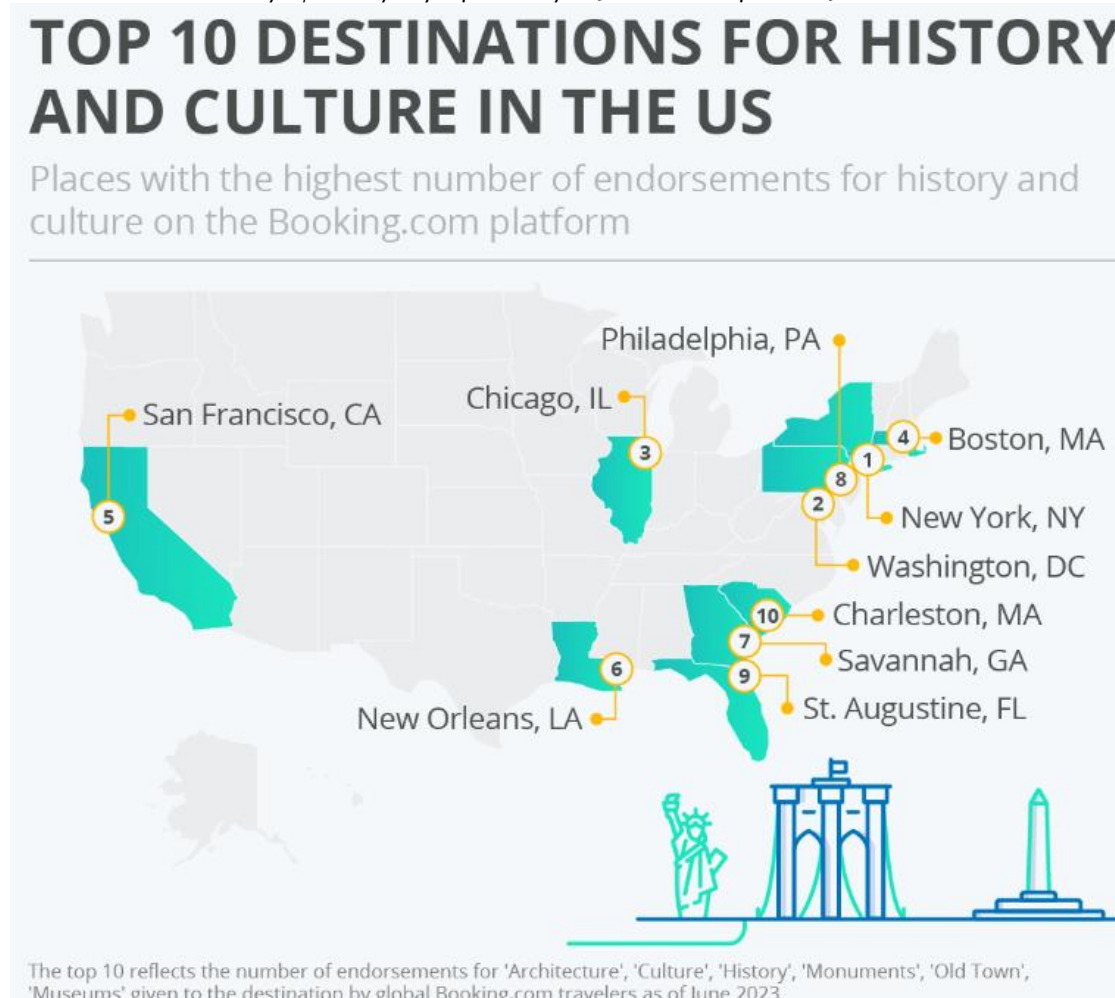
Το μουσείο έχει επίσης αναλάβει πρωτοβουλίες για να κάνει την τέχνη πιο προσιτή σε διάφορες κοινότητες. Τα τελευταία χρόνια, έχει ξεκινήσει αρκετές δράσεις για να εμπλέξει κοινότητες που παραδοσιακά δεν εκπροσωπούνται επαρκώς στον κόσμο της τέχνης. Αυτές οι δράσεις περιλαμβάνουν:

- The Met Collects: Ένα πρόγραμμα που καλεί τους επισκέπτες να συμμετάσχουν στη διαμόρφωση των συλλογών του μουσείου, ψηφίζοντας για τις προτεινόμενες αποκτήσεις.
- The Met Fridays: Μια εβδομαδιαία εκδήλωση που προσφέρει δωρεάν είσοδο και ειδικά προγράμματα για νέους ενήλικες.
- The Met Language Access Initiative: Μια πρωτοβουλία που παρέχει μεταφράσεις των υλικών του μουσείου σε πολλές γλώσσες, κάνοντας την τέχνη πιο προσιτή σε ένα ευρύτερο κοινό (History Tools, 2024).

Επίσης, η Νέα Υόρκη, εκτός από το ότι θεωρείται ο πιο δημοφιλής τουριστικός προορισμός στις Ηνωμένες Πολιτείες, είναι επίσης γνωστή ως ο κορυφαίος προορισμός για την ιστορία και τον πολιτισμό (εικόνα 5.12). Οι λάτρεις των μουσείων ειδικότερα, θα

βρουν αμέτρητες επιλογές στην πόλη, αφού όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, φιλοξενεί μερικά από τα πιο διάσημα μουσεία στον κόσμο, που ανταγωνίζονται επάξια το Met. Αυτά τα μουσεία προσφέρουν εκθέσεις που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα θεμάτων και εποχών, από την αρχαία τέχνη μέχρι τη σύγχρονη δημιουργία (Liu, 2023).

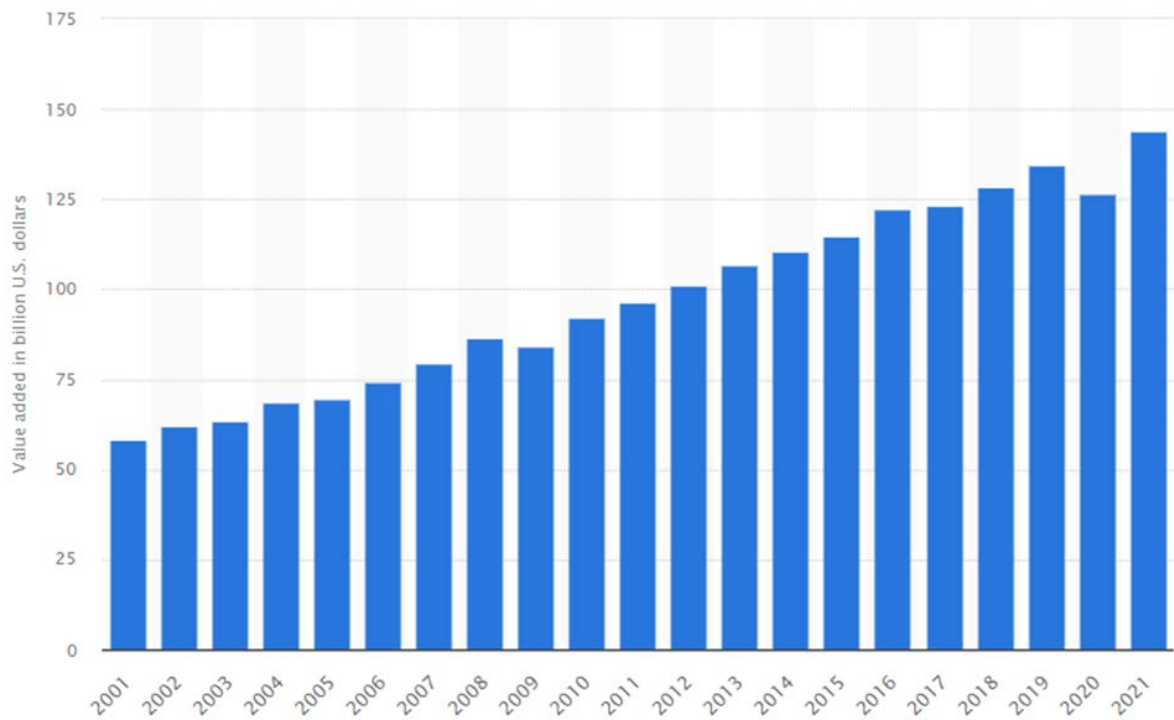
Εικόνα 5.12: Οι 10 κορυφαίοι προορισμοί ιστορίας και πολιτισμού στις ΗΠΑ



Πηγή: (Liu, 2023), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/chart/30458/top-10-history-and-culture-destinations-in-the-us/> [επισκέφθηκα στις 23/11/2024]

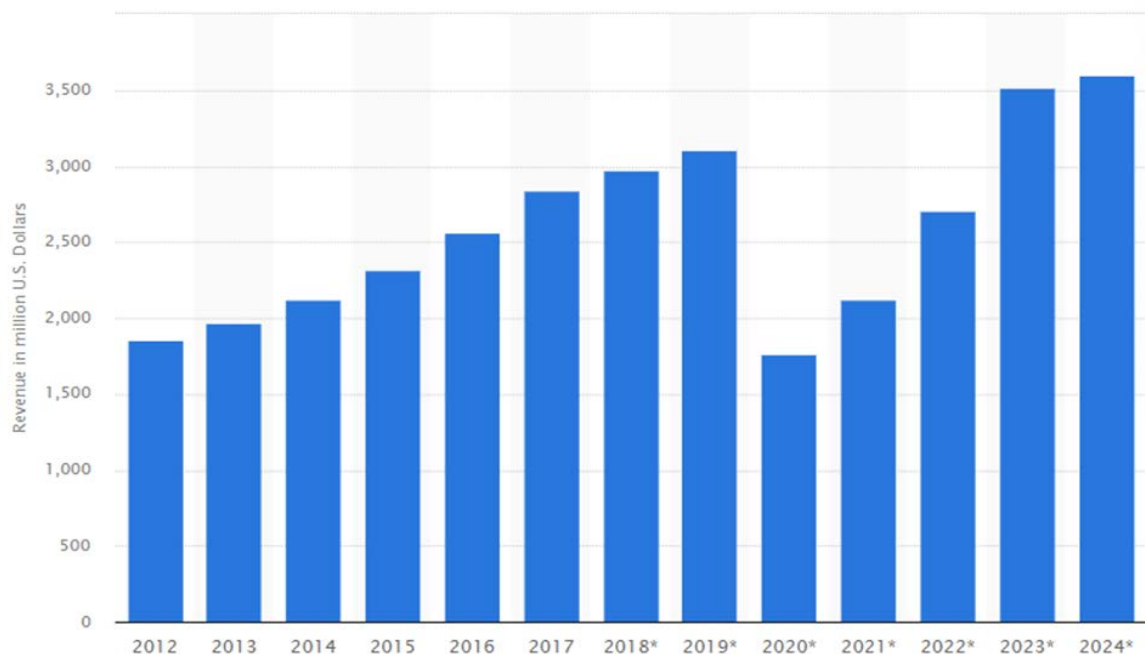
Το επόμενο διάγραμμα δείχνει την συμβολή του πολιτιστικού τομέα της Νέας Υόρκης στο συνολικό ΑΕΠ των ΗΠΑ από το 2001 έως το 2021, όπου παρατηρείται ανοδική πορεία. Το 2021, η Νέα Υόρκη συνέβαλε με 143,83 δισεκατομμύρια δολάρια στο ΑΕΠ των Ηνωμένων Πολιτειών μέσω της τέχνης και της πολιτιστικής παραγωγής. Αυτό το ποσό έχει υπερδιπλασιαστεί από το 2001, όταν η συνεισφορά ήταν 58,53 δισεκατομμύρια δολάρια (Statista, 2023b).

Διάγραμμα 5.8: Η προστιθέμενη αξία από τις πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες της Νέας Υόρκης στο ΑΕΠ των ΗΠΑ από το 2001 έως το 2021 (σε δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ)



Πηγή: (Statista, 2023b), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/1129056/new-york-arts-and-cultural-production-industry-value-added-to-us-gdp/> [επισκέφθηκε στις 25/11/2024]

Διάγραμμα 5.9: Έσοδα της «βιομηχανίας των μουσείων» στη Νέα Υόρκη από το 2012 έως το 2024 (σε εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ)



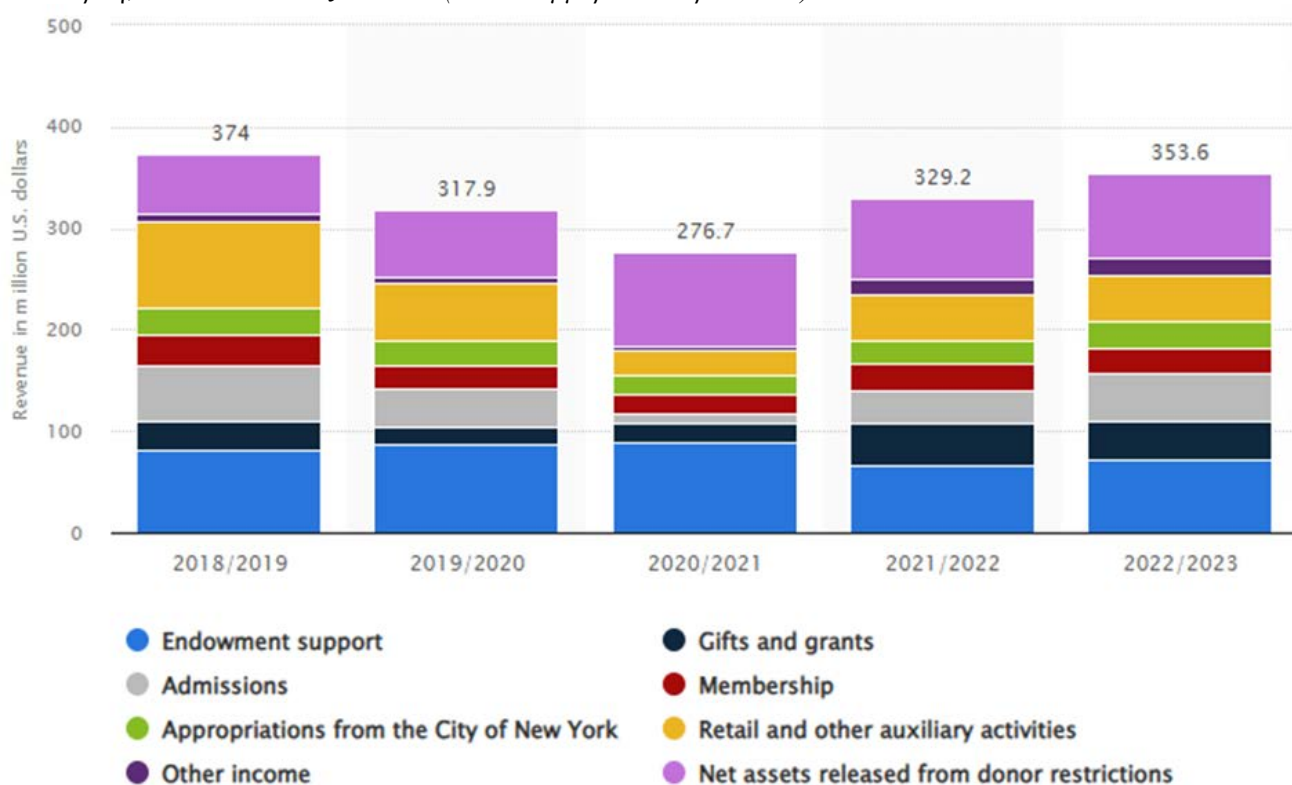
Πηγή: (Statista, 2023c), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/forecasts/1206739/museums-revenue-in-new-york> [επισκέφθηκε στις 25/11/2024]

Το διάγραμμα 5.9 παρουσιάζει τα έσοδα του τομέα των μουσείων στην Νέα Υόρκη την περίοδο 2012-2017, καθώς και μια πρόβλεψη έως το 2024. Προβλέπεται ότι τα έσοδα

των μουσείων στη Νέα Υόρκη αναμένεται να φτάσουν περίπου τα 3,6 δισεκατομμύρια δολάρια το 2024. Μετά το 2021, παρατηρείται μια επιστροφή στην κανονικότητα στον τομέα των μουσείων, ξεπερνώντας τα προπανδημικά επίπεδα μέχρι το 2024, σύμφωνα με τις προβλέψεις. (Statista, 2023c).

Το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης είναι το μόνο μεγάλο μουσείο παγκοσμίως που στηρίζεται αποκλειστικά σε ένα αυτοχρηματοδοτούμενο και καθαρό σύστημα εσόδων και δεν εξαρτάται κυρίως από την κρατική χρηματοδότηση. Το Met ξεχωρίζει από τα αμιγώς δημόσια ιδρύματα, όπως φαίνεται στο διάγραμμα 5.10, που απεικονίζει τις πηγές των εσόδων και της χρηματοδότησής του από το 2018 έως το 2023.

Διάγραμμα 5.10: Έσοδα, υποστήριξη και μεταφορές του Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης στη Νέα Υόρκη, από το 2018 έως το 2023 (σε εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ)



Πηγή: (Statista, 2023d), διαθέσιμο στην:

<https://www.statista.com/statistics/258520/metropolitan-museum-of-art-revenue-support-and-transfers/> [επισκέφθηκα στις 25/11/2024]

Πράγματι, παρατηρούμε ότι η χρηματοδότηση από την πόλη της Νέας Υόρκης (Appropriations from the City of New York), είναι ένα σχετικά μικρό κομμάτι της συνολικής χρηματοδότησης σε σχέση με άλλες πηγές, όπως η υποστήριξη από το κεφάλαιο (Endowment support), τα κεφάλαια που απελευθερώνονται από περιορισμούς και μεταφορές (Net assets released from donor restrictions), οι δωρεές και επιχορηγήσεις (Gifts and grants), τα έσοδα που προέρχονται από εμπορικές και βοηθητικές

δραστηριότητες του μουσείου (Retail and other auxiliary activities), και τα έσοδα από εισιτήρια (Admissions), τα οποία αντιπροσωπεύουν ένα εξαιρετικά μεγάλο ποσό χρημάτων. Το μουσείο σημείωσε αύξηση στα έσοδα από εισιτήρια μεταξύ Ιουλίου 2022 και Ιουνίου 2023 σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος.

Παρά την ετήσια άνοδο, τα έσοδα από εισιτήρια παρέμειναν χαμηλότερα από τα επίπεδα του 2018/2019, του οικονομικού έτους πριν από την πανδημία του κορωνοϊού, φτάνοντας περίπου τα 49 εκατομμύρια δολάρια το 2022/2023. Επίσης, τα έσοδα από εισιτήρια για την περίοδο μεταξύ Ιουλίου 2023 και Ιουνίου 2024 παρουσίασαν αύξηση σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, φτάνοντας περίπου τα 53,3 εκατομμύρια δολάρια το 2023/2024 (Statista, 2023d).

Ένας σημαντικός παράγοντας για την εισροή περισσότερων χρημάτων στην οικονομία της Νέας Υόρκης είναι το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης. Σύμφωνα με μια έρευνα επισκεπτών που δημοσιεύτηκε από το μουσείο το 2009, το καλοκαίρι της ίδιας χρονιάς, το άνοιγμα της Νέας Αμερικανικής Πτέρυγας και τρεις ειδικές εκθέσεις δημιούργησαν 593 εκατομμύρια δολάρια σε δαπάνες από τουρίστες, με άμεσο φορολογικό όφελος περίπου 59,3 εκατομμύρια δολάρια. Η έρευνα έδειξε ότι το 74% των επισκεπτών ταξίδεψαν από έξω από τους πέντε δήμους της Νέας Υόρκης. Από αυτούς, το 16% ήταν από την ευρύτερη μητροπολιτική περιοχή της Νέας Υόρκης, το 47% ήταν από άλλες πολιτείες και το 37% ήταν διεθνείς επισκέπτες. Το 82% των ταξιδιωτών διανυκτέρευσαν στην πόλη, με μέση διάρκεια παραμονής 6,2 νύχτες. Οι επισκέπτες ξόδεψαν κατά μέσο όρο 662 δολάρια ανά άτομο για διαμονή, φαγητό, περιηγήσεις, ψυχαγωγία, εισόδους σε άλλα μουσεία και τοπικές μεταφορές, και άλλα 312 δολάρια για ψώνια.

Παρόμοιες έρευνες του μουσείου, που πραγματοποιήθηκαν για την εκτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων της ανακαίνισης των γκαλερί του και της παρουσίασης ειδικών εκθέσεων, έδειξαν ότι οι Νέες Ελληνικές και Ρωμαϊκές Γκαλερί το 2007 δημιούργησαν 567 εκατομμύρια δολάρια σε οικονομικό αντίκτυπο, η αναδρομική έκθεση του El Greco το 2004 δημιούργησε 345 εκατομμύρια δολάρια, και η έκθεση «Αιγυπτιακή Τέχνη στην Εποχή των Πυραμίδων» το 2000 δημιούργησε περίπου 307 εκατομμύρια δολάρια.

Εξάγοντας τα αποτελέσματα από το καλοκαίρι του 2009, οι δαπάνες για ολόκληρο το έτος των δαπανών των επισκεπτών στη Νέα Υόρκη από τους 3,7 εκατομμύρια επισκέπτες εκτός πόλης στο μουσείο κατά το οικονομικό έτος 2009, εκτιμήθηκαν σε 3,6 δισεκατομμύρια δολάρια. Οι επισκέπτες συμμετείχαν επίσης σε άλλες πολιτιστικές

δραστηριότητες: το 64% επισκέφθηκε άλλα μουσεία, το 54% παρακολούθησε μια παράσταση στο Broadway και το 17% παρακολούθησε μια όπερα, μπαλέτο ή συναυλία. Τέλος, το 43% των επισκεπτών ανέφερε ότι η επίσκεψή τους στο Met ήταν καθοριστικός παράγοντας στην απόφασή τους να επισκεφθούν την Νέα Υόρκη (Metropolitan Museum of Art, 2009).

Επιπλέον, μια μελέτη από το Γραφείο Έρευνας Αγοράς και το Τμήμα Μάρκετινγκ & Εξωτερικών Σχέσεων του Μουσείου, αποκάλυψε ότι τρεις εκθέσεις του μουσείου (Impressionism, Fashion and Modernity, Punk: Chaos to Couture, και The Roof Garden Commission: Imran Qureshi) για την άνοιξη/καλοκαίρι του 2013, προσέλκυσαν πάνω από 1 εκατομμύριο τουρίστες (1.143.181 συγκεκριμένα). Αυτοί οι επισκέπτες δημιούργησαν έσοδα ύψους \$742 εκατομμυρίων, αποφέροντας άμεσο φορολογικό όφελος \$74,2 εκατομμυρίων στην πόλη και την πολιτεία της Νέας Υόρκης.

Εικόνα 5.13: Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης, Νέα Υόρκη



Πηγή: διαθέσιμο στην: <https://www.marketsmedia.com/visiting-met-helps-nys-economy/>
[επισκέφθηκε στις 27/11/2024]

Η μελέτη έδειξε ότι το 77% των επισκεπτών (1,7 εκατομμύρια), προέρχονται από περιοχές εκτός της Νέας Υόρκης, συμπεριλαμβανομένων της τριπολιτειακής περιοχής, άλλων πολιτειών και διεθνών περιοχών. Το Μητροπολιτικό Μουσείο είναι ένα από τα

πιο δημοφιλή πολιτιστικά αξιοθέατα της Νέας Υόρκης, με το 54% των ερωτηθέντων να δηλώνουν ότι το Met ήταν ο βασικός λόγος για την επίσκεψή τους στην πόλη.

Τα έσοδα από τους τουρίστες που επισκέπτονται το μουσείο κατανέμονται επίσης σε ξενοδοχεία, ψυχαγωγία, αγορές και άλλες δαπάνες. Σύμφωνα με την έρευνα, το 78% των ταξιδιωτών ανέφεραν ότι διανυκτέρευσαν στην πόλη, με τα τρία τέταρτα αυτών να μένουν σε ξενοδοχείο, ξενώνα ή ενοικιαζόμενο διαμέρισμα. Η μέση διάρκεια παραμονής ήταν 6,6 ημέρες, με τους επισκέπτες να ξοδεύουν κατά μέσο όρο \$1.139 ανά άτομο (\$773 για διαμονή, περιηγήσεις, ψυχαγωγία, είσοδο σε μουσεία και τοπικές μεταφορές, και άλλα \$366 για αγορές).

Στο οικονομικό έτος 2013, το μουσείο κατέγραψε περίπου 6,2 εκατομμύρια επισκέπτες, συμβάλλοντας στα \$5,4 δισεκατομμύρια που συλλέχθηκαν στην Νέα Υόρκη από επισκέπτες εκτός πόλης. Οι τουρίστες που επισκέφθηκαν την Νέα Υόρκη με σκοπό να δουν το Μητροπολιτικό Μουσείο, έφεραν εκτιμώμενο οικονομικό αντίκτυπο \$2,9 δισεκατομμυρίων, με άμεσο φορολογικό όφελος \$290 εκατομμύρια (Metropolitan Museum of Art, 2013).

Επίσης, το οικονομικό έτος 2015, το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης κατέγραψε ρεκόρ επισκεψιμότητας με 6,3 εκατομμύρια επισκέπτες. Από αυτούς, το 26% ήταν κάτοικοι της Νέας Υόρκης, ενώ το 74% προερχόταν από άλλες περιοχές. Για εκείνους που επισκέφθηκαν την Νέα Υόρκη κυρίως για το μουσείο, ο εκτιμώμενος ετήσιος οικονομικός αντίκτυπος ανήλθε σε \$2,92 δισεκατομμύρια, με φορολογικό όφελος \$292 εκατομμύρια. Το ΑΕΠ της πολιτείας της Νέας Υόρκης το οικ. έτος 2015, ήταν 1,4 τρισεκατομμύρια δολάρια. Άρα, ο οικονομικός αντίκτυπος του μουσείου αντιπροσωπεύει περίπου το 0,21% του συνολικού ΑΕΠ της πολιτείας της Νέας Υόρκης για το 2015.

Ωστόσο, το μουσείο ενισχύει την τοπική οικονομία με διάφορους τρόπους. Οι επισκέπτες εκτός πόλης που πήγαν στην Νέα Υόρκη για τις καλοκαιρινές εκθέσεις του μουσείου ξόδεψαν συνολικά περίπου \$946 εκατομμύρια. Με έναν εκτιμώμενο φορολογικό συντελεστή 10% (που περιλαμβάνει φόρους πωλήσεων και ξενοδοχείων), το φορολογικό όφελος για την πόλη και την πολιτεία της Νέας Υόρκης υπολογίζεται στα \$94,6 εκατομμύρια. Οι επισκέπτες ανέφεραν ότι ξόδεψαν κατά μέσο όρο \$1.145 ανά άτομο κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στην Νέα Υόρκη (\$762 για διάφορα έξοδα και \$383 για αγορές). Τα έξοδα περιλάμβαναν διαμονή σε ξενοδοχείο, φαγητό, ψυχαγωγία και τοπικές μεταφορές, εξαιρώντας όμως την μεταφορά προς την πόλη. Το

83% των επισκεπτών εκτός πόλης, διανυκτέρευσαν στην Νέα Υόρκη, και από αυτούς, το 75% έμεινε σε ξενοδοχείο, B&B, ξενώνα ή ενοικιαζόμενο διαμέρισμα. Η μέση διάρκεια παραμονής ήταν 6,7 ημέρες.

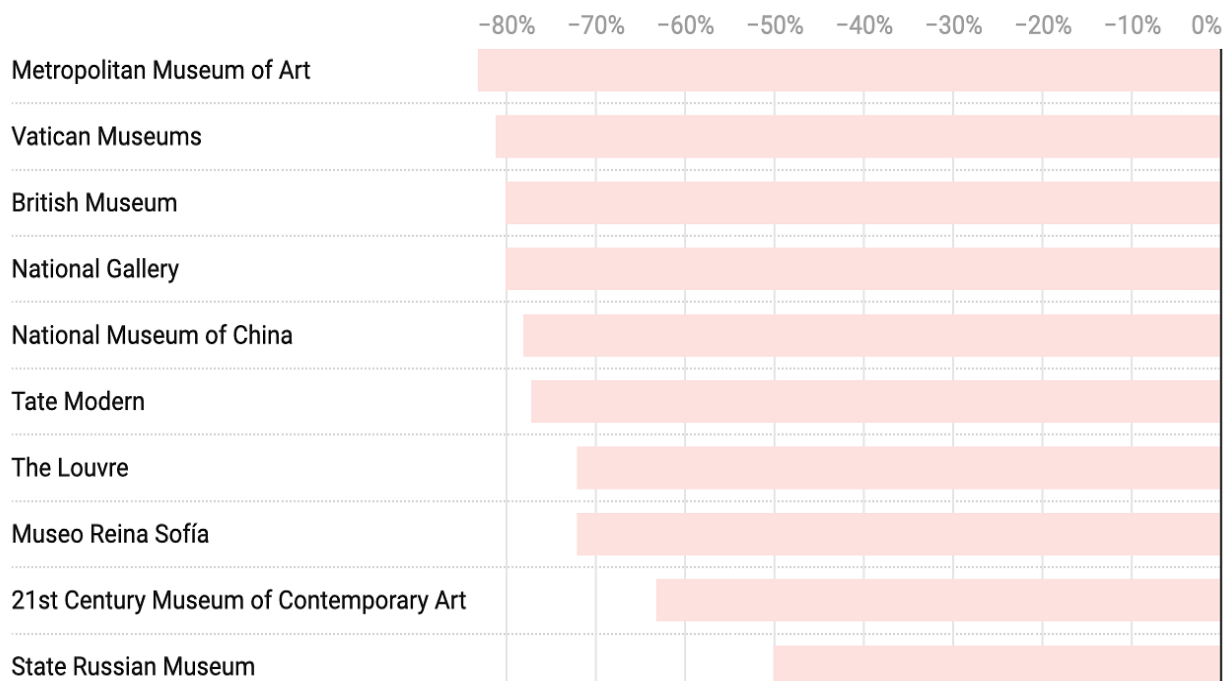
Αυτή τη χρονιά, για πρώτη φορά, η μελέτη οικονομικού αντίκτυπου περιλάμβανε μια ξεχωριστή ενότητα για τους κατοίκους της Νέας Υόρκης που επισκέπτονται το Met, διερευνώντας την σημασία διαφόρων παραγόντων στην απόφασή τους να ζήσουν στην πόλη. Το 67% των ερωτηθέντων ανέφερε ότι τα πολιτιστικά αξιοθέατα και δραστηριότητες παίζουν σημαντικό ρόλο στην απόφασή τους να ζήσουν στην Νέα Υόρκη, ενώ το 53% δήλωσε ότι το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης είναι πολύ σημαντικό για την απόφασή τους αυτή.

Τέλος, το μουσείο συμβάλλει σημαντικά στην τοπική ανάπτυξη μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας στην περιοχή. Η εισροή επισκεπτών υποστηρίζει θέσεις εργασίας στην τοπική οικονομία, όπως σε ξενοδοχεία, εστιατόρια, καταστήματα λιανικής και υπηρεσίες μεταφοράς. Αυτό το πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα βοηθά στη διατήρηση πολλών θέσεων εργασίας στην γύρω κοινότητα, καθιστώντας το μουσείο έναν σημαντικό οικονομικό παράγοντα για την πόλη της Νέας Υόρκης (Metropolitan Museum of Art, 2016c).

Πώς επηρέασε η πανδημία του Covid-19 το μουσείο

Η πανδημία Covid-19 είχε σημαντικό αντίκτυπο στα μουσεία, επηρεάζοντας κυρίως τον αριθμό των επισκεπτών το 2020. Μια μελέτη έδειξε ότι περίπου το 90% των μουσείων αναγκάστηκαν να κλείσουν λόγω της πανδημίας, με ορισμένα να επηρεάζονται περισσότερο από άλλα.

Διάγραμμα 5.11: Το ποσοστό μείωσης των επισκεπτών στα μεγάλα μουσεία τέχνης το 2020



Πηγή: (Lamperti, 2021), διαθέσιμο στην: <https://www.domusweb.it/en/art/2021/04/15/maps-of-the-worlds-most-visited-museums.html> [επισκέφθηκε στις 28/11/2024]

Το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης κατέγραψε μείωση 83% στον αριθμό των επισκεπτών του, ενώ το Λούβρο περίπου 72%. Συγκεκριμένα, το Met, από 6,5 εκατομμύρια επισκέπτες το 2019, έπεσε στους 1,1 εκατομμύρια το 2020 (Lamperti, 2021). Το 2023, το μουσείο, αν και δεν είχε πλήρως ανακάμψει, παρουσίασε τεράστια αύξηση στους επισκέπτες (κατά 2,2 εκατομμύρια ή 67% σε σχέση με το 2022), φτάνοντας περίπου τους 5,4 εκατομμύρια επισκέπτες. Παρά την αξιοσημείωτη αύξηση, ο αριθμός των επισκεπτών δεν έφτασε τα προ πανδημίας επίπεδα, αλλά συνέχισε να αυξάνεται σταθερά (Statista, 2024k).

Επίσης, όπως προαναφέρθηκε, το μουσείο κατέγραψε αύξηση στα έσοδα από εισιτήρια μεταξύ Ιουλίου 2022 και Ιουνίου 2023 σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, φτάνοντας περίπου τα 49 εκατομμύρια δολάρια. Η αύξηση συνεχίστηκε κατά την περίοδο από τον Ιούλιο του 2023 έως τον Ιούνιο του 2024, σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του προηγούμενου έτους. Παρά την ετήσια αύξηση, τα έσοδα από εισιτήρια παρέμειναν κάτω από το επίπεδο που καταγράφηκε το οικονομικό έτος 2018/2019, πριν από την πανδημία, φτάνοντας περίπου τα 53,3 εκατομμύρια δολάρια το 2023/2024 (Statista, 2023d).

Το Met έκλεισε για πρώτη φορά στην 150ετή ιστορία του, παραμένοντας κλειστό από τις 13 Μαρτίου έως τις 29 Αυγούστου 2020. Σύμφωνα με την ετήσια αναφορά του μουσείου για το οικονομικό έτος 2020 (1 Ιουλίου 2019 έως 30 Ιουνίου 2020), το Met αντιμετώπισε ασυνήθιστες οικονομικές προκλήσεις. Το κλείσιμο του μουσείου έως τις 29 Αυγούστου, σε συνδυασμό με την επαναλειτουργία του με σημαντικά μειωμένα επίπεδα επισκεπτών, οδήγησε σε σοβαρή μείωση των εσόδων, με απώλειες έως και 150 εκατομμυρίων δολαρίων συνολικών εσόδων και υποστήριξης το οικονομικό έτος 2021.

Τα έσοδα από εισιτήρια και συνδρομές (membership), είναι οι κύριες πηγές μη περιορισμένων εσόδων του μουσείου, εξαιρουμένων των βοηθητικών δραστηριοτήτων. Και τα δύο επηρεάστηκαν σημαντικά από το κλείσιμο του Met από τις 13 Μαρτίου έως τις 29 Αυγούστου. Το οικονομικό έτος 2020, τα έσοδα από εισιτήρια μειώθηκαν κατά 17,5 εκατομμύρια δολάρια (32%) φτάνοντας τα 37,5 εκατομμύρια δολάρια, ενώ τα έσοδα από συνδρομές μειώθηκαν κατά 6,2 εκατομμύρια δολάρια (21%) φτάνοντας τα 22,9 εκατομμύρια δολάρια.

Για να αντιμετωπίσει τις ιστορικές απώλειες του μουσείου, η διοικητική ομάδα εφάρμοσε διάφορα μέτρα χρηματοδότησης και μείωσης κόστους το οικονομικό έτος 2020. Δημιούργησε ένα ταμείο έκτακτης ανάγκης ύψους περίπου 75 εκατομμυρίων δολαρίων, το οποίο περιλάμβανε 50 εκατομμύρια δολάρια από ανακατανομές κεφαλαίων και 25 εκατομμύρια δολάρια από νέες δωρεές από τους επιτρόπους (Trustees) και άλλους υποστηρικτές. Μείωσε σημαντικά τις δαπάνες μέσω μεγάλων περικοπών στους προϋπολογισμούς προγραμμάτων, αποκτήσεων και άλλων διακριτικών έργων. Επίσης, επέβαλε πάγωμα σε όλες τις περαιτέρω διακριτικές δαπάνες και πάγωμα προσλήψεων σε όλο το μουσείο. Παρόλο που αυτές οι προσπάθειες παρείχαν σημαντική ανακούφιση για τους προϋπολογισμούς των οικονομικών ετών 2020 και 2021, η έκταση και η αβέβαιη φύση των μακροπρόθεσμων οικονομικών προκλήσεων απαιτούσαν περαιτέρω μείωση του κόστους κατά 15% (Metropolitan Museum of Art, 2020).

Επιπλέον, κατά τη διάρκεια της κορύφωσης της πανδημίας, το μουσείο αναγκάστηκε να μειώσει τη χωρητικότητα των επισκεπτών και να κλείσει τις υπηρεσίες εστίασης για να συμμορφωθεί με τις υγειονομικές οδηγίες. Επιπλέον, απέλυσε, έθεσε σε αναστολή ή ώθησε σε συνταξιοδότηση το 20% του προσωπικού του (Holmes, 2021).

Παρά τις δυσκολίες, το Met συνέχισε να αλληλεπιδρά με το κοινό μέσω εικονικών περιηγήσεων διαδικτυακού περιεχομένου, διασφαλίζοντας ότι η τέχνη παρέμεινε

προσβάσιμη ακόμη και κατά τη διάρκεια του lockdown. Τα τελευταία χρόνια, λόγω της πανδημίας, το μουσείο έχει επενδύσει στην ανάπτυξη διαδικτυακών εκθέσεων. Η αδυναμία διοργάνωσης εκθέσεων με φυσική παρουσία οδήγησε σε αύξηση της διαδικτυακής παρακολούθησης, αξιοποιώντας τεχνολογίες όπως προσομοιώσεις σε μεγάλες οθόνες, VR και άλλες καινοτόμες λύσεις. Με αυτόν τον τρόπο, οι επισκέπτες μπορούν να παρακολουθήσουν τις εκθέσεις από το σπίτι τους (Zhou, 2023).

Σε προηγούμενες περιόδους κρίσης, το μουσείο ήταν καταφύγιο για τους Νεοϋορκέζους που αναζητούσαν παρηγοριά ή έμπνευση. Το κλείσιμο του μουσείου το ανάγκασε να απευθυνθεί σε ένα παγκόσμιο κοινό, καθηλωμένο στο σπίτι, μεταδίδοντας περισσότερες από τις προσφορές του διαδικτυακά. Αντιμέτωποι με την αντιξοότητα, αυτοί οι «περιορισμοί» ενίσχυσαν τη δημιουργικότητα του προσωπικού του μουσείου και καλλιέργησαν μια αίσθηση κοινής εμπειρίας που τους ώθησε να εξερευνήσουν τον ψηφιακό κόσμο και να επεκτείνουν τις συνδέσεις τους με τους ακολούθους παγκοσμίως.

Η πανδημία οδήγησε επίσης σε βαθύτερο προβληματισμό για τον ρόλο της τέχνης σε περιόδους κρίσης, αναδεικνύοντας τη δύναμή της να εμπνέει, να παρηγορεί και να θεραπεύει. Το ειδικό τεύχος του Δελτίου «A Time of Crisis», αντικατοπτρίζει μερικές από τις κρίσεις που πλήττουν τον κόσμο εκείνη την εποχή, συμπεριλαμβανομένου του καταστροφικού αντίκτυπου της πανδημίας Covid-19 και της συνεχιζόμενης τραγωδίας της φυλετικής αδικίας στις ΗΠΑ. Εκπρόσωποι από το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης παρουσιάζουν τις προσωπικές τους απόψεις για τα ζητήματα και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν όλοι, συνδέοντας αυτές τις δύσκολες στιγμές με την τέχνη, τους καλλιτέχνες και την ιστορία του μουσείου.

Προσέφεραν ιστορικό πλαίσιο καθώς και προσωπικές απόψεις για την σημασία των έργων τέχνης, και ανέφεραν πώς μπορούν να αξιοποιήσουν τα μαθήματα εκείνης της χρονιάς για να δώσουν νέο νόημα στη δουλειά τους και νέα σημασία στην παρουσίαση της τέχνης στο κοινό. Αν και δεν γιορτάστηκε η 150ή επέτειος του Met όπως είχε προγραμματιστεί, αυτή η περίσταση χρησιμεύει ως υπενθύμιση της ανθεκτικότητας του μουσείου και της συνεχιζόμενης δέσμευσής του να μοιράζεται την τέχνη και να εξυπηρετεί το κοινό, παραμένοντας πιστό στην αποστολή του ενώ εξελίσσεται με την πάροδο του χρόνου (Polizzotti, 2020).

Καταλήγοντας, το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης δεν είναι απλώς μια συλλογή αντικειμένων, αλλά μια ζωντανή απόδειξη της ανθρώπινης δημιουργικότητας και της

διαρκούς αξίας της πολιτιστικής κληρονομιάς. Μέσα από τις ποικίλες εκθέσεις του, τα εκπαιδευτικά προγράμματα και το επιστημονικό του έργο, το Met έχει διαμορφώσει βαθιά την αντίληψη του κοινού για την τέχνη, την ιστορία και την ταυτότητα. Παρά τις προκλήσεις που έφερε η πανδημία, το μουσείο συνεχίζει να αποτελεί πηγή έμπνευσης και καταλύτη για αλλαγή. Με την αφοσίωσή του στην εκπαίδευση, την προσβασιμότητα και τη διατήρηση του πολιτισμού, το Met παραμένει έτοιμο να αντιμετωπίσει τις μελλοντικές προκλήσεις, εμπλουτίζοντας την πολιτιστική εμπειρία και ενδυναμώνοντας τη σχέση του κοινού με την τέχνη (History Tools, 2024).

Οι ετήσιες εκθέσεις του Met αναφέρουν ότι το μουσείο λειτουργεί «στην υπηρεσία του κοινού» και επιδιώκει να «προσεγγίσει το ευρύτερο δυνατό κοινό με πνεύμα συμπερίληψης». Οι οικονομικοί του στόχοι είναι απλώς να «επιτύχει έναν ισοσκελισμένο προϋπολογισμό». Οι αναφορές τονίζουν ότι το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός με στόχο την εκπαίδευση του ευρύτερου δυνατού κοινού. Ως εκ τούτου, το μουσείο παραμένει μη κερδοσκοπικό ίδρυμα και είναι ένα από τα πιο προσιτά μουσεία της Νέας Υόρκης, προσφέροντας εκπαίδευση και ψυχαγωγία σε εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο (Metropolitan Museum of Art, 2020).

5.3 Μουσείο Γκούγκενχαϊμ του Μπιλμπάο

Το Μουσείο Γκούγκενχαϊμ στο Μπιλμπάο προέκυψε από μια μοναδική συνεργασία μεταξύ των Βασκικών Ιδρυμάτων και του Ιδρύματος Solomon R. Guggenheim. Το αποτέλεσμα της προσπάθειας του ομώνυμου αμερικανικού μουσείου σύγχρονης τέχνης να επεκταθεί στην Ευρώπη, ήταν η δημιουργία του διάσημου πλέον παραρτήματος του Guggenheim στην πρωτεύουσα των Βάσκων. Αυτό το μουσείο είναι ένα από τα τρία μουσεία τέχνης του Ιδρύματος Solomon R. Guggenheim, το οποίο ιδρύθηκε στη Νέα Υόρκη το 1949 από τον Αμερικανό επιχειρηματία και συλλέκτη τέχνης. Βρίσκεται στο κέντρο της πόλης, δίπλα ακριβώς στον ποταμό Nervion, σε μια πρώην βιομηχανική περιοχή του Μπιλμπάο, που αποτελούσε την σημαντικότερη πλουτοπαραγωγική πηγή της (Βερνίκος et al., 2005).

Εικόνα 5.14: Αεροφωτογραφία του Μουσείου Γκούγκενχαϊμ του Μπιλμπάο



Πηγή: (Farook, 2022), διαθέσιμο στην: <https://www.snaptrude.com/blog/the-bilbao-effect-how-the-design-of-a-museum-transformed-the-economy-of-the-city> [επισκέφθηκα στις 30/11/2024]

Πάνω από είκοσι χρόνια μετά τα επίσημα εγκαίνιά του τον Οκτώβριο του 1997, το μουσείο έχει γίνει μια πραγματικότητα που έχει υπερβεί τις πιο φιλόδοξες καλλιτεχνικές και πολιτιστικές προσδοκίες, συμβάλλοντας σημαντικά στην αστική, οικονομική και κοινωνική αναγέννηση της πόλης του Μπιλμπάο και των γύρω περιοχών (Guggenheim Museum Bilbao, 2021).

Το Μουσείο Γκούγκενχαϊμ του Μπιλμπάο είναι ένα αριστούργημα αρχιτεκτονικής, που σχεδιάστηκε από τον αμερικανό Frank Gehry, ο οποίος θεωρείται ένας από τους μεγαλύτερους αρχιτέκτονες της εποχής μας. Το κτίριο με τη μοναδική αρχιτεκτονική του, είναι έργο τέχνης, που έχει γίνει σύμβολο για το Μπιλμπάο και προσελκύει χιλιάδες τουρίστες ετησίως (Farook, 2022).

Η πόλη του Μπιλμπάο γνώρισε μια σημαντική εξέλιξη όσον αφορά την αστική και οικονομική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια. Η οικονομική κρίση κατά τη δεκαετία του 1980 οδήγησε στην αναζήτηση νέων αναπτυξιακών δυνατοτήτων με την εφαρμογή πολιτικών που στοχεύουν στη δομική αλλαγή και την αστική ανάπτυξη. Το επιστέγασμα ήταν η κατασκευή του Μουσείου Γκούγκενχαϊμ το 1997, το οποίο είναι ένα από τα πιο

δημοφιλή μουσεία στον κόσμο. Το «Bilbao effect», γνωστό και ως «Guggenheim effect» γεννήθηκε (Plaza & Haarich, 2013).

Το «Bilbao effect», είναι ο όρος που χρησιμοποιούν οι οικονομολόγοι για να περιγράψουν τον οικονομικό και κοινωνικό αντίκτυπο του μουσείου Guggenheim. Πριν την κατασκευή του, το Μπιλμπάο ήταν μια πόλη με υψηλά επίπεδα ανεργίας και φτώχειας, μετά την υποχώρηση της παλαιότερα ακμάζουσας ναυπηγικής βιομηχανίας του. Αλλά μετά την ολοκλήρωση του μουσείου, για το οποίο ξοδεύτηκαν 100 εκατομμύρια δολάρια, τα πράγματα άλλαξαν ριζικά για την ισπανική πόλη (Farook, 2022 ; Βερνίκος et al., 2005).

Το μουσείο είχε οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις και άλλαξε το αστικό τοπίο της πόλης. Από οικονομική σκοπιά, το μουσείο λειτούργησε ως τουριστικός μαγνήτης, δίνοντας μια πιο ελκυστική εικόνα στην πόλη, αλλά δεν κατάφερε να αναδιαρθρώσει την άνιση ανάπτυξη και τον εξευγενισμό της πόλης. Αναμφισβήτητα όμως, υπήρξαν οικονομικά οφέλη, όπως άμεσα κέρδη και φορολογικά έσοδα, με θετικές επιπτώσεις στην τοπική οικονομία (Plaza & Haarich, 2013).

Το «Bilbao effect», δεν είναι το πρώτο παράδειγμα πόλης που χρησιμοποιεί εμβληματική αρχιτεκτονική για να αναβαθμίσει την οικονομία και το κύρος της. Η Όπερα του Σίδνεϊ, το Κέντρο Πομπιντού στο Παρίσι, και πόλεις όπως η Φρανκφούρτη, η Γλασκώβη και το Πίτσμπουργκ, έχουν ακολουθήσει παρόμοια πορεία. Ωστόσο, ο όρος «Bilbao effect» επικράτησε λόγω της εντυπωσιακής μεταμόρφωσης που επιδίωξε η πόλη. Το Μπιλμπάο ήταν μια μεταβιομηχανική περιοχή σε παρακμή, βασισμένη σε φθίνουσες βιομηχανίες ναυπηγικής και χαλυβουργίας, οι οποίες δεν μπορούσαν να αναζωογονηθούν στον 21ο αιώνα. Αντίθετα, πόλεις όπως το Σίδνεϊ, το Παρίσι και η Φρανκφούρτη ήταν ήδη σύγχρονες μητροπόλεις με ακμάζουσα καλλιτεχνική και αρχιτεκτονική κουλτούρα (Farook, 2022).

Το Μουσείο Γκούγκενχαϊμ του Μπιλμπάο προοριζόταν εξ αρχής να αποτελέσει το κεντρικό στοιχείο ενός ευρύτερου έργου οικονομικής ανάπτυξης. Η κυβέρνηση της Χώρας των Βάσκων είχε ήδη συνεργαστεί με διάσημους αρχιτέκτονες όπως ο Norman Foster και ο Santiago Calatrava για να υλοποιήσουν μεγάλα έργα υποδομής, με στόχο την μεταμόρφωση της βιομηχανικής πόλης σε έναν προορισμό πολιτιστικού τουρισμού (Griffiths, 2022).

Το μουσείο δεν ήταν το μοναδικό στοιχείο στην αναμόρφωση της πόλης. Πίσω από το διάσημο σύμβολο, υπήρχαν και άλλες τοπικές και περιφερειακές πρωτοβουλίες που συνέβαλαν στην ανανέωση της πόλης, όπως η γραμμή του μετρό, ο καθαρισμός του ποταμού Nervión και το νέο αεροδρόμιο. Στην πραγματικότητα, η αστική ανανέωση είχε ήδη ξεκινήσει πριν από το Μουσείο Γκούγκενχάϊμ, με την απόφαση να εφαρμοστεί το στρατηγικό σχέδιο για την αναζωογόνηση της μητροπολιτικής περιοχής του Μπιλμπάο, το οποίο παρουσιάστηκε το 1992 ως απάντηση σε μια σοβαρή οικονομική κρίση της περιοχής.

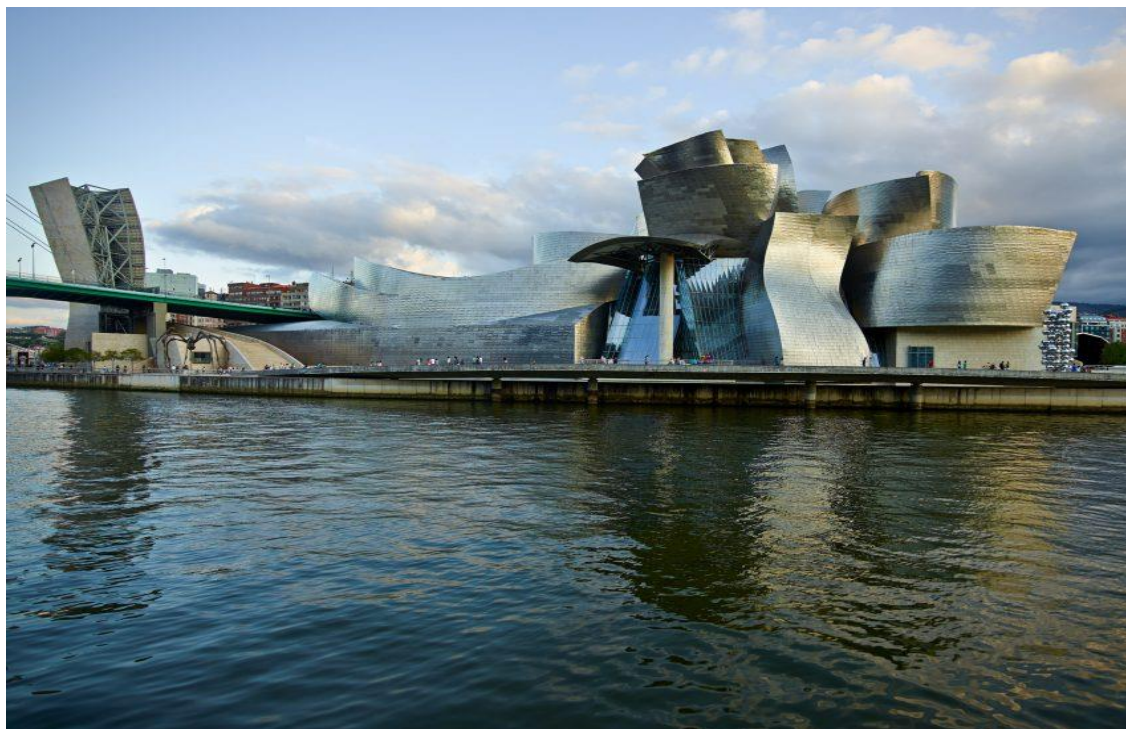
Σε αυτό το πλαίσιο, ξεκίνησαν διάφορες δραστηριότητες τα επόμενα χρόνια για να βελτιώσουν τις βασικές υποδομές της μητροπολιτικής περιοχής του Μπιλμπάο, να προωθήσουν την οικονομική ανάπτυξη και να ενισχύσουν τη ζήτηση και τη δραστηριότητα στον τομέα του πολιτισμού. Η πρόταση για το άνοιγμα ενός νέου μουσείου τέχνης ήταν μία από τις 71 δράσεις που προτάθηκαν από μια ομάδα ειδικών. Φυσικά όμως, όπως σήμερα είναι γνωστό, αυτή ήταν η πιο ορατή και συμβολική δράση στην έναρξη της αναζωογόνησης της οικονομίας του Μπιλμπάο (Plaza & Haarich, 2013).

Το Μπιλμπάο φημίζεται για την αξιοσημείωτη αστική μεταμόρφωση και τις αρχιτεκτονικές του εξελίξεις. Παράλληλα με το εμβληματικό Μουσείο Guggenheim, η πόλη μπορεί να υπερηφανεύεται για πολλά άλλα σημαντικά έργα όπως: το μετρό του Μπιλμπάο, σχεδιασμένο από τον αρχιτέκτονα Norman Foster, το οποίο φημίζεται για τις μοντέρνες και κομψές γυάλινες εισόδους «Fosteritos», η Γέφυρα Zubizuri, μια εκπληκτική πεζογέφυρα πάνω από τον ποταμό Nervión, σχεδιασμένη από τον Santiago Calatrava, το Μουσείο Καλών Τεχνών του Μπιλμπάο, με σύγχρονη επέκταση από τους αρχιτέκτονες Luis María Uriarte, ο Πύργος Iberdrola, ένας ουρανοξύστης σχεδιασμένος από τον César Pelli, ο οποίος βελτιώνει πολύ τον ορίζοντα της πόλης και το Alhóndiga Bilbao, που από μια αποθήκη κρασιού μετατράπηκε από τον Philippe Starck σε έναν χώρο πολλαπλών χρήσεων, που διαθέτει εσωτερική πισίνα με διαφανές δάπεδο. Αυτά τα έργα, μεταξύ άλλων, έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στην αναζωογόνηση του Μπιλμπάο και τη φήμη του ως κέντρου αρχιτεκτονικής και σχεδιασμού (Heather, 2024 ; Power, 2016).

Όσον αφορά το κτίριο του μουσείου, όταν παρατηρείται από τον ποταμό, μοιάζει με πλοίο στο λιμάνι, ενώ η τιτανιούχα επιφάνειά του θυμίζει φολίδες ψαριού. Αυτό το σχέδιο ανακαλεί την βιομηχανική κληρονομιά της περιοχής, ενώ από ψηλά το κτίριο μοιάζει με λουλούδι με πέταλα γύρω από ένα κεντρικό αίθριο. Ο σκελετός του μουσείου είναι από

γαλβανισμένο χάλυβα και εξωτερικά επενδυμένος με ασβεστόλιθο, γυαλί και 33.000 λεπτές τιτανιούχες πλάκες που αντανακλούν το φυσικό φως.

Εικόνα 5.15: Μουσείο Γκούγκενχαϊμ του Μπιλμπάο



Πηγή: (Griffiths, 2022), διαθέσιμο στην: <https://www.dezeen.com/2022/05/18/frank-gehry-guggenheim-museum-bilbao-deconstructivism/> [επισκέφθηκα στις 1/12/2024]

Οι επισκέπτες εισέρχονται μέσω του φωτεινού αίθριου, το οποίο διαθέτει μεγάλους γυάλινους τοίχους που ενώνουν το εσωτερικό με το εξωτερικό περιβάλλον. Ο φωτεινός αυτός χώρος περιλαμβάνει καμπυλωτούς διαδρόμους, γυάλινους ανελκυστήρες και σκάλες που συνδέουν τα τρία εσωτερικά επίπεδα.

Οι εκθεσιακοί χώροι καλύπτουν 11.000 τετραγωνικά μέτρα σε 19 γκαλερί, με μερικές να έχουν μοναδικά σχήματα για μόνιμα έργα. Η μεγαλύτερη γκαλερί, με διαστάσεις 30x130 μέτρα, φιλοξενεί το μνημειώδες γλυπτό του Richard Serra, «The Matter of Time». Το Μουσείο Guggenheim Bilbao έχει σημαντικό κοινωνικοοικονομικό αντίκτυπο, παράγοντας περίπου 400 εκατομμύρια ευρώ ετησίως για την τοπική οικονομία (Griffiths, 2022).

Από την έναρξη της λειτουργίας του, το μουσείο έχει συγκεντρώσει μια αξιοσημείωτη συλλογή σύγχρονης και μοντέρνας τέχνης, που εκτείνεται από τα μέσα του 20ού αιώνα μέχρι σήμερα. Η συλλογή αποτελείται από έργα κορυφαίων καλλιτεχνών του δεύτερου μισού του 20ού αιώνα, κυρίως από την Αμερική, την Ευρώπη και τη Χώρα των Βάσκων, καθώς και από σύγχρονους δημιουργούς. Ορισμένα από τα πιο εμβληματικά έργα της

συλλογής εκτίθενται εξωτερικά του κτιρίου, ενώ άλλα βρίσκονται σε μερικές από τις πιο εντυπωσιακές γκαλερί του μουσείου (Guggenheim Museum Bilbao, 2019a). Συνολικά, περιλαμβάνει 124 έργα από 70 καλλιτέχνες, προερχόμενους από διάφορες χώρες του κόσμου. Επιπλέον, διαθέτει συνολικά 33 έργα από 23 καλλιτέχνες, οι οποίοι γεννήθηκαν στη Χώρα των Βάσκων ή ζουν και εργάζονται εκεί (Guggenheim Museum Bilbao, 2011).

Μερικά από τα σημαντικά εκθέματα του μουσείου είναι τα ακόλουθα:

Εικόνα 5.16: *The Matter of Time* του Richard Serra, στο Guggenheim Bilbao



Πηγή: (Guggenheim Museum Bilbao, 2019a), διαθέσιμο στην: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/itineraire/guggenheim-collections> [επισκέφθηκα στις 1/12/2024]

- *The Matter of Time*: Το μουσείο παρουσιάζει τη μνημειακή εγκατάσταση του Serra, «*The Matter of Time*», που σχεδιάστηκε ειδικά για τη γκαλερί του μουσείου. Είναι μια τεράστια γκαλερί που φιλοξενεί καμπυλωτά, διαβρωμένα χαλύβδινα γλυπτά του Richard Serra, μέσα στα οποία οι επισκέπτες περιπλανιούνται σαν σε λαβύρινθο ή τα παρατηρούν από την υπερυψωμένη γκαλερί (Heather, 2024 ; Guggenheim Museum Bilbao, 2019a).
- *Jeff Koon's tulips*: Τα «*Tulips*» του Jeff Koons, είναι μια σειρά γλυπτών που δημιουργήθηκαν μεταξύ 1995 και 2004. Αυτά τα γλυπτά, που μοιάζουν με τεράστια μπαλόνια σε σχήμα τουλίπας, είναι κατασκευασμένα από ανοξείδωτο χάλυβα με χρωματιστή επίστρωση (Guggenheim Museum Bilbao, 2010).

Εικόνα 5.17: Tulips του Jeff Koons, στο Guggenheim Bilbao



Πηγή: (Guggenheim Museum Bilbao, 2010), διαθέσιμο στην: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/the-collection/works/tulips> [επισκέφθηκα στις 1/12/2024]

- Infinity Mirrored Room – A Wish for Human Happiness Calling from Beyond the Universe: Αυτά τα δωμάτια της Yayoi Kasuma, δημιουργούν την ψευδαίσθηση ενός άπειρου χώρου. Όπως φαίνεται στην εικόνα 5.18, οι επισκέπτες βιώνουν μια καθηλωτική εμπειρία μέσα σε ένα δωμάτιο με καθρέφτες, γεμάτο με φωτεινές σφαίρες και φώτα (Heather, 2024 ; Guggenheim Museum Bilbao, 2020a).
- Puppy by Jeff Koons: Το «Puppy» του Jeff Koons, κυριαρχεί στην είσοδο του μουσείου, καλυμμένο με ανθισμένα φυτά που ανανεώνονται τακτικά (εικόνα 5.19). Η αρμονική σύνθεση τέχνης και φύσης σε αυτό το υπερμέγεθες κουτάβι δημιουργεί μια αίσθηση χαράς και ζωντάνιας στο πολύχρωμο γλυπτό (Heather, 2024).

Εικόνα 5.18: *Infinity Mirrored Room* της Yayoi Kasuma, στο Guggenheim Bilbao



Πηγή: (Guggenheim Museum Bilbao, 2020a), διαθέσιμο στην: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/the-collection/works/infinity-mirrored-room-a-wish-for-human-happiness-calling-from-beyond-the-universe> [επισκέφθηκα στις 1/12/2024]

Εικόνα 5.19: *Puppy* του Jeff Koons, στο Guggenheim Bilbao



Πηγή: (Heather, 2024), διαθέσιμο στην: <https://www.heatheronhertravels.com/things-to-do-in-bilbao-spain/> [επισκέφθηκα στις 1/12/2024]

- Maman the Spider: Στα χαμηλότερα επίπεδα του Guggenheim, δίπλα στο ποτάμι, βρίσκεται το «Maman» της Louise Bourgeois, ένα ακόμη εντυπωσιακό γλυπτό. Η αράχνη, ύψους περίπου 10 μέτρων, δεσπόζει πάνω από τους επισκέπτες, προστατεύοντας τα αυγά της, μέσα στο κλουβί κάτω από το σώμα της. Το γλυπτό, κατασκευασμένο από μπρούτζο, ανοξείδωτο ατσάλι και μάρμαρο, είναι από τα μεγαλύτερα στον κόσμο, με διαστάσεις $927 \times 891 \times 1023$ εκ. (Heather, 2024 ; Guggenheim Museum Bilbao, 2019b).

Εικόνα 5.20: Maman της Louise Bourgeois, στο Guggenheim Bilbao



Πηγή: (Guggenheim Museum Bilbao, 2019b), διαθέσιμο στην: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/the-collection/works/maman> [επισκέφθηκα στις 1/12/2024]

Η συλλογή του μουσείου περιλαμβάνει επίσης έργα άλλων αξιόλογων καλλιτεχνών όπως η Cristina Iglesias, ο Sol LeWitt, ο Mark Rothko και πολλοί άλλοι. Η συλλογή στεγάζεται τόσο στις γκαλερί του μουσείου όσο και ως έργα που αλληλεπιδρούν με την αρχιτεκτονική του εμβληματικού κτιρίου του Frank Gehry (Guggenheim Museum Bilbao, 2019a).

Η σύνδεση των εκθεμάτων του μουσείου με τον επισκέπτη και τους κατοίκους του Μπιλμπάο, δίνει νόημα στη ζωή τους, δημιουργώντας νέες συνθήκες στην πόλη. Για παράδειγμα, πολλοί πρώην εργάτες του λιμανιού έγιναν άνθρωποι του πολιτισμού. Επομένως, το Μουσείο Guggenheim του Μπιλμπάο, δεν είναι απλώς ένα αρχιτεκτονικό αριστούργημα, αλλά και ένα σύμβολο της νέας ταυτότητας της πόλης. Αποτελεί έναν

φάρο αλλαγής, που προσελκύει επισκέπτες και ντόπιους, ενισχύοντας την αίσθηση της κοινότητας και της τοπικής υπερηφάνειας. Στο Μπιλμπάο, οι καταλύτες της αλλαγής, δεν αφορούσαν μόνο την αντιμετώπιση των οικονομικών προκλήσεων, αλλά την οραματική προσέγγιση ενός νέου μέλλοντος. Η συνεργασία της τοπικής κυβέρνησης και των πολιτιστικών θεσμών μετέτρεψε την πόλη από τις βιομηχανικές της ρίζες, σε έναν ζωντανό και βιώσιμο προορισμό (Dhaliwal, 2024).

Το πιο διάσημο τουριστικό αξιοθέατο στο Μπιλμπάο είναι αναμφίβολα το Μουσείο Γκούγκενχαϊμ. Όταν το Μουσείο Γκούγκενχαϊμ του Φρανκ Γκέρι, εμφανίστηκε κατά μήκος της όχθης του ποταμού το 1997, γεννήθηκε το φαινόμενο του «αρχι-τουρισμού», δηλαδή του τουρισμού που προσελκύεται από την αρχιτεκτονική. Επισκέπτες από όλο τον κόσμο άρχισαν να συρρέουν στην πόλη για να θαυμάσουν την εντυπωσιακή σύγχρονη αρχιτεκτονική του Γκούγκενχαϊμ, καθώς και την εκτενή συλλογή σύγχρονης τέχνης που φιλοξενεί.

Το Γκούγκενχαϊμ αποτελεί σημείο αναφοράς για το Μπιλμπάο, αλλά είναι μόνο η αρχή των πολιτιστικών αξιοθέατων της πόλης. Το Μπιλμπάο διαθέτει επίσης αρκετά άλλα ενδιαφέροντα μουσεία, όπως το Μουσείο Καλών Τεχνών του Μπιλμπάο και το Μουσείο των Βάσκων (Euskal Museoa), το ιστορικό κέντρο της Παλιάς Πόλης (Casco Viejo), καθώς και εξαιρετικά γκουρμέ εστιατόρια (Alexander, 2023).

Επίσης, το Μουσείο Γκούγκενχαϊμ Μπιλμπάο είναι ένα από τα κορυφαία πολιτιστικά αξιοθέατα στην Ισπανία. Συγκρατάται σταθερά ανάμεσα στα μουσεία με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα της χώρας, προσελκύοντας περισσότερους από ένα εκατομμύριο επισκέπτες ετησίως, με εξαίρεση το 2020 και το 2021 λόγω της πανδημίας. Αυτό το τοποθετεί στην κορυφαία κατηγορία των ισπανικών μουσείων, μαζί με το Μουσείο του Πράδο (Museo Nacional del Prado), το οποίο είχε 3,24 εκατομμύρια επισκέπτες το 2023, και το Μουσείο Βασίλισσα Σοφία (Reina Sofía Museum) στη Μαδρίτη, που προσέλκυσε 4,5 εκατομμύρια επισκέπτες το 2019. Συχνά κατατάσσεται τρίτο σε αριθμό επισκεπτών στη χώρα και θεωρείται το κορυφαίο μουσείο εκτός Μαδρίτης και Βαρκελώνης (López, 2023).

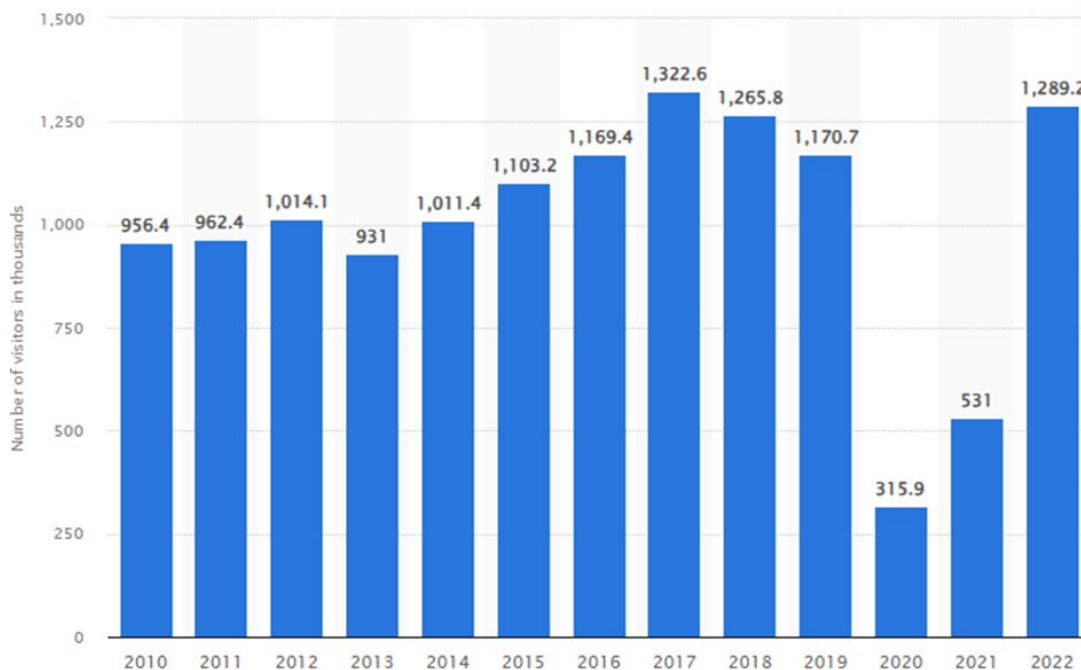
Το 2023 για παράδειγμα, το Μουσείο Γκούγκενχαϊμ υποδέχτηκε 1.324.221 επισκέπτες και πάνω από 76.000 άτομα συμμετείχαν στα εκπαιδευτικά του προγράμματα. Οικονομικά, η συμβολή του μουσείου στο ΑΕΠ της πόλης έφτασε τα 657,6 εκατομμύρια ευρώ, δημιουργώντας επιπλέον 103,4 εκατομμύρια ευρώ για τα τοπικά ταμεία. Επιπλέον,

η δραστηριότητα του μουσείου υποστήριξε 13.855 θέσεις εργασίας, υπογραμμίζοντας τον ρόλο του ως σημαντικός παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης για την περιοχή (Fair, 2024).

Στην πραγματικότητα, αυτός ο αριθμός επισκεπτών το 2023 αποτελεί ρεκόρ όλων των εποχών για το μουσείο, σημειώνοντας σημαντική αύξηση κατά 35.074 σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Από αυτούς, 1.152.072 επισκέπτες προήλθαν από περιοχές εκτός της Χώρας των Βάσκων, ενισχύοντας την παγκόσμια επιρροή και διεθνή απήχηση του μουσείου. Αυτά τα στοιχεία είναι ακόμη πιο εντυπωσιακά αν ληφθεί υπόψη ότι σε προηγούμενα έτη, όπως το 2017 και το 2022, όταν το μουσείο γιόρτασε την 20ή και 25η επέτειό του αντίστοιχα, πολλοί Βάσκοι είχαν δωρεάν πρόσβαση μέσω επετειακών προγραμμάτων.

Επιπλέον, το 60% των επισκεπτών το 2023 ήταν ξένοι, φτάνοντας και ξεπερνώντας τα επίπεδα πριν από την πανδημία. Σε ποσοστιαία βάση, οι διεθνείς επισκέπτες κατανέμονταν ως εξής: 16% από τη Γαλλία, 7% από τη Γερμανία, 6% από το Ηνωμένο Βασίλειο, 6% από τις Ηνωμένες Πολιτείες και 4% από την Ιταλία. Σε εθνικό επίπεδο, το 13% των επισκεπτών προήλθε από τη Χώρα των Βάσκων, ενώ 5% προήλθε από τη Μαδρίτη και άλλο 5% από την Καταλονία (Euskadi Tourism, 2024).

Διάγραμμα 5.12: Αριθμός επισκεπτών στο Μουσείο Γκούγκενχαϊμ, 2010-2022 (σε χιλιάδες)



Πηγή: (López, 2024a), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/781335/annual-number-of-visitors-in-the-museum-guggenheim-in-bilbao/> [επισκέφθηκε στις 4/12/2024]

Το διάγραμμα 5.12, δείχνει τον ετήσιο αριθμό επισκεπτών στο Μουσείο Guggenheim του Μπιλμπάο στην Ισπανία από το 2010 έως το 2022. Παρατηρούμε ότι το μουσείο προσέλκυε σταθερά μεταξύ 931.000 και 1,3 εκατομμυρίων επισκεπτών ετησίως, με αποκορύφωμα τους 1.322.600 επισκέπτες το 2017. Το 2020, λόγω της πανδημίας Covid-19, ο αριθμός των επισκεπτών μειώθηκε απότομα σε 315.900, ενώ το 2021 υπήρξε ανάκαμψη στους 531.000 επισκέπτες, αν και ήταν ακόμα πολύ κάτω από τα επίπεδα πριν από την πανδημία.

Το 2022, το επισκέφθηκαν σχεδόν 1.300.000 άτομα, δείχνοντας πλήρη ανάκαμψη από την πανδημία. Η δημοτικότητα του μουσείου το ανέδειξε σε ένα από τα κορυφαία τουριστικά αξιοθέατα στην Ισπανία, σύμφωνα με τον αριθμό των κριτικών στο Google το 2021. Ένας στους δύο επισκέπτες του μουσείου το 2022 ήταν κάτοικοι Ισπανίας, με περισσότερους από τους μισούς από αυτούς να προέρχονται από τη Χώρα των Βάσκων. Μεταξύ των διεθνών επισκεπτών, η Γαλλία είχε το μεγαλύτερο μερίδιο, αντιπροσωπεύοντας το 14% του συνολικού αριθμού επισκεπτών. Οι Ηνωμένες Πολιτείες ήταν η πιο δημοφιλής μη ευρωπαϊκή χώρα διαμονής μεταξύ των διεθνών επισκεπτών στο μουσείο εκείνη τη χρονιά (López, 2024a).

Πώς επηρέασε η πανδημία του Covid 19 το μουσείο

Η πανδημία του Covid 19 επηρέασε τις λειτουργίες και τα έσοδα του μουσείου, καθώς και τους τομείς του τουρισμού και της φιλοξενίας που εξαρτώνται από αυτό. Το μουσείο ήταν κλειστό για σχεδόν τρεις μήνες το 2020 (έκλεισε στις 14 Μαρτίου), και όταν άνοιξε ξανά, το έκανε με μείωση της χωρητικότητάς του και των ωρών λειτουργίας του. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, το μουσείο να δεχτεί μόνο 315.908 επισκέπτες το 2020, μείωση 72% από το 2019 (Lulop, 2021).

Σύμφωνα με την ετήσια οικονομική έκθεση του Μουσείου Γκούγκενχαϊμ Μπιλμπάο για το 2020, το συνολικό εισόδημα του μουσείου μειώθηκε κατά περίπου 25% σε σύγκριση με το 2019. Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα 5.10, η μείωση αυτή αντιστοιχεί σε απώλεια περίπου 8 εκατομμυρίων ευρώ την ίδια περίοδο (Guggenheim Museum Bilbao, 2020b).

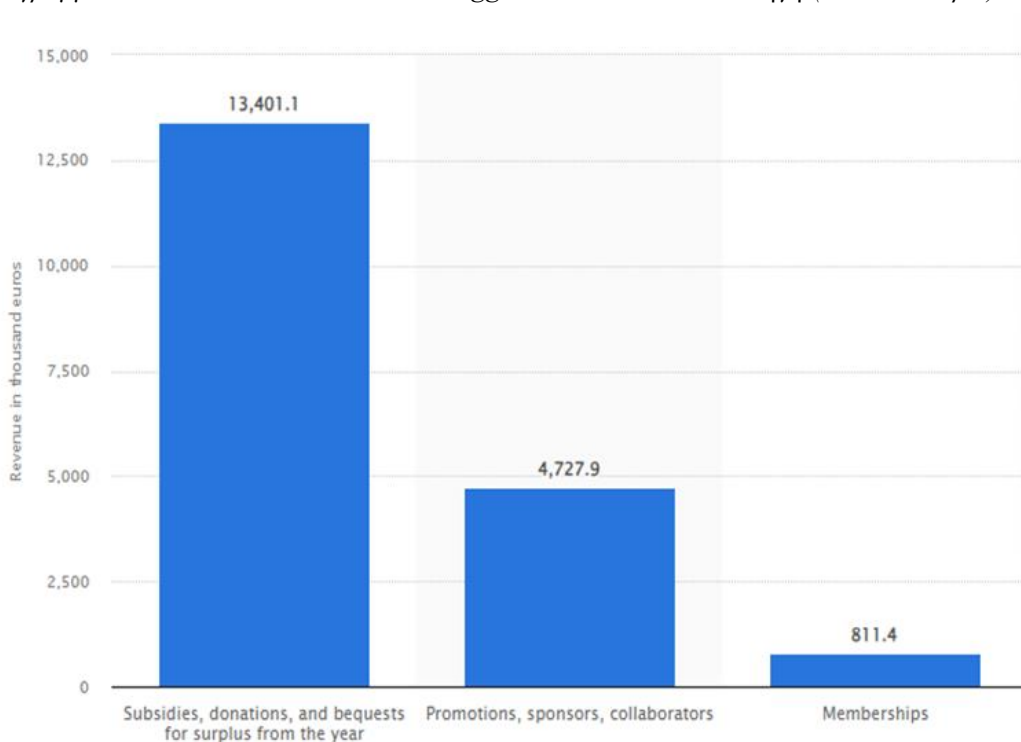
Πίνακας 5.10: Κατάσταση Εσόδων για τα έτη που έληξαν στις 31 Δεκεμβρίου 2020 και 2019
(Εκφρασμένα σε Ευρώ)

Income obtained by the Foundation	Euros			
	2020		2019	
	Estimated	Actual	Estimated	Actual
Income from own activity	17,416,613	18,940,416	17,361,181	17,434,700
Revenue from commercial activity	10,854,185	2,583,627	10,059,366	11,496,371
Public sector grants	-	1,421	-	46,339
Other income	3,902,223	3,460,063	3,688,723	4,334,690
Other types of income	-	148,969	-	197,712
Total income obtained	<u>32,173,021</u>	<u>25,134,496</u>	<u>31,109,270</u>	<u>33,509,812</u>

Πηγή: (Guggenheim Museum Bilbao, 2020b), διαθέσιμο στην: <https://cms.guggenheim-bilbao.eus/uploads/2021/09/CUENTAS-FUNDACION-2020-EN.pdf> [επισκέφθηκα στις 4/12/2024]

Το 2020 επίσης, με βάση τα στοιχεία του πίνακα 5.10 και του διαγράμματος 5.13, το μουσείο είχε έσοδα σχεδόν 19 εκατομμυρίων ευρώ από τη δική του δραστηριότητα (Income from own activity).

Διάγραμμα 5.13: Έσοδα του Μουσείου Guggenheim το 2020, ανά πηγή (σε 1.000 ευρώ)



Πηγή: (López, 2024b), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/771645/income-by-kind-of-the-museum-guggenheim-in-bilbao/> [επισκέφθηκα στις 5/12/2024]

Το μεγαλύτερο μέρος αυτών των εσόδων προήλθε από επιδοτήσεις, δωρεές και κληροδοτήματα, με τις συνδρομές να αντιπροσωπεύουν λιγότερο από ένα εκατομμύριο ευρώ των εσόδων (διάγραμμα 5.13) (López, 2024b).

Η οικονομική επίδραση των δραστηριοτήτων του μουσείου στην περιοχή το 2020 ήταν η εξής:

- Η συνολική ζήτηση που προκλήθηκε από τη δραστηριότητα του μουσείου στη Χώρα των Βάσκων ανήλθε σε 115 εκατομμύρια ευρώ.
- Η συμβολή στο ΑΕΠ ήταν 101,7 εκατομμύρια ευρώ.
- Αυτά τα ποσά απέφεραν επιπλέον έσοδα για τα Βασκικά Ταμεία ύψους 15,7 εκατομμυρίων ευρώ.
- Οι δραστηριότητες του μουσείου συνέβαλαν στη διατήρηση 2.160 θέσεων εργασίας.

Το 2020 ωστόσο, το ποσοστό των επισκεπτών από τη Βισκαΐα (επαρχία της περιφέρειας της Χώρας των Βάσκων στη βόρεια Ισπανία, όπου βρίσκεται και το Μπιλμπάο), αυξήθηκε σημαντικά, κατά 50% σε σύγκριση με το 2019. Συνολικά, 69.861 άτομα από τη Βισκαΐα επισκέφθηκαν τις εκθέσεις, ξεπερνώντας τον αριθμό του 2019 κατά 23.191. Ένα άλλο αξιοσημείωτο στοιχείο ήταν η μείωση της μέσης ηλικίας των επισκεπτών, με πολλούς νέους και εφήβους, καθώς και οικογένειες, να επισκέπτονται το μουσείο, ειδικά για την έκθεση του Olafur Eliasson. Τέλος, παρά τις προκλήσεις της χρονιάς, το Μουσείο Guggenheim στο Μπιλμπάο συνεχίζει να ηγείται μεταξύ των ευρωπαϊκών πολιτιστικών ιδρυμάτων στην αυτοχρηματοδότηση, η οποία το 2020 ήταν περίπου 51% (Lulop, 2021).

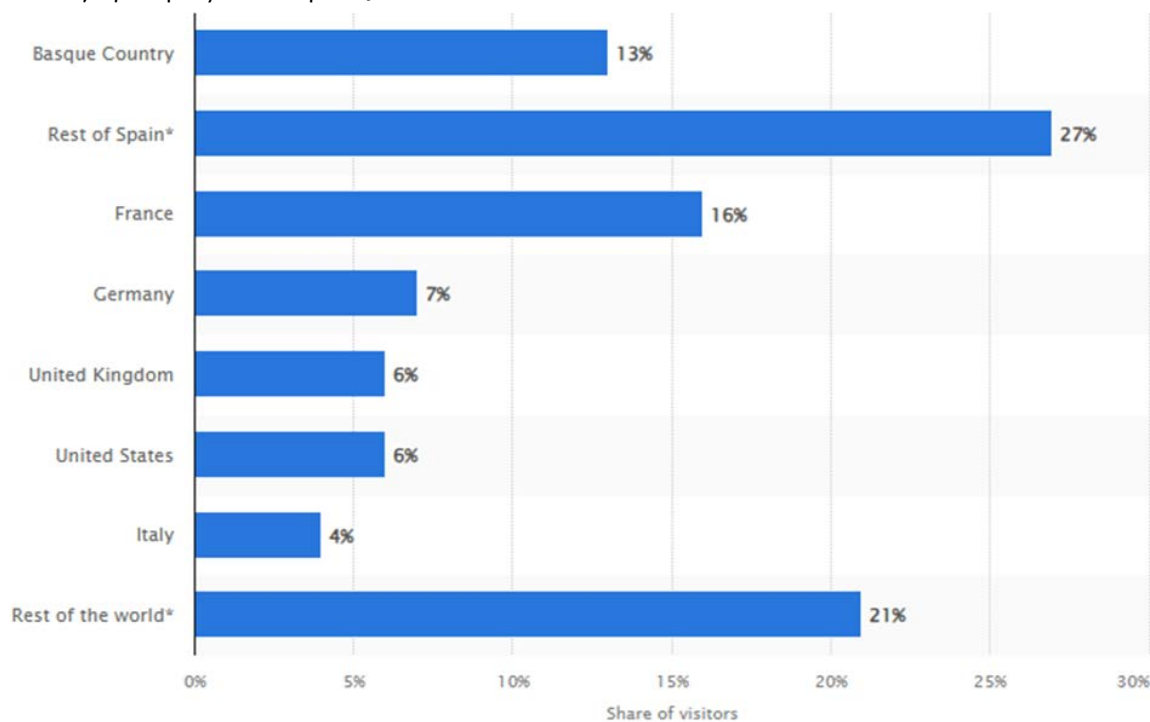
Το καλοκαίρι του 2021 ήταν πολύ καλύτερο για το μουσείο Guggenheim, με 174.103 επισκέπτες τον Ιούλιο και τον Αύγουστο. Παρά τους συνεχιζόμενους περιορισμούς της πανδημίας που είχαν ιδιαίτερο αντίκτυπο στους ξένους επισκέπτες, σχεδόν διπλάσιος αριθμός μπόρεσε να επισκεφθεί τις εκθέσεις σε σύγκριση με τους 90.290 επισκέπτες το 2020. Το μουσείο δέχτηκε 67.490 επισκέπτες τον Ιούλιο και 106.613 τον Αύγουστο. Προσθέτοντας και τους 28.564 επισκέπτες του Ιουνίου, ο συνολικός αριθμός είναι 202.667. Τα στοιχεία από την ίδια περίοδο του 2020, κατά την οποία οι περιορισμοί κινητικότητας ήταν πολύ αυστηροί και οι εμβολιασμοί δεν είχαν ακόμη ξεκινήσει, ήταν 8.383 τον Ιούνιο, 37.234 τον Ιούλιο και 53.056 τον Αύγουστο (Hinton Magazine, 2022).

Επιπλέον, τα αποτελέσματα για το 2022, που ήταν η χρονιά της 25ης επετείου του, ήταν εκπληκτικά για το Μουσείο Guggenheim του Μπιλμπάο. Η μαζική προσέλευση των

θεατών στις εκδηλώσεις και δραστηριότητες που διοργανώθηκαν για τον εορτασμό της επετείου, αποτελούν απόδειξη ότι το μουσείο είναι καλά στην υγεία του και παραμένει από τα σημαντικότερα αξιοθέατα. Μετά την πανδημία και ένα εξάμηνο σταδιακής ανάκαμψης, το μουσείο είχε το καλύτερο καλοκαίρι στην ιστορία του, σημειώνοντας ρεκόρ επισκεπτών τον Αύγουστο και τον Σεπτέμβριο. Με 1.289.147 επισκέπτες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, το 2022 ήταν η τρίτη καλύτερη χρονιά μετά το 2017 (20η επέτειος) και το 1998 (πρώτο έτος λειτουργίας, με ευρεία κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης). Αυτός ο αριθμός δείχνει, ότι το μουσείο συνεχίζει να είναι επιτυχημένο προσφέροντας οφέλη στον τόπο, και την ανθεκτικότητά του απέναντι στις αντιξοότητες (Guggenheim Museum Bilbao, 2023a).

Επίσης, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, ο αριθμός επισκεπτών το 2023 (1.324.221), αποτελεί ρεκόρ στην ιστορία του μουσείου, ξεπερνώντας τα επίπεδα πριν από την πανδημία. Αυτό είχε ως επακόλουθο το μουσείο να συμβάλλει σημαντικά στο ΑΕΠ της πόλης με 657,6 εκατομμύρια ευρώ και να διατηρήσει 13.855 θέσεις εργασίας, αποδεικνύοντας ότι έχει ξεπεράσει πλήρως τις επιπτώσεις της πανδημίας. (Euskadi Tourism, 2024).

Διάγραμμα 5.14: Κατανομή των επισκεπτών στο Μουσείο Guggenheim στο Μπιλμπάο το 2023, ανάλογα με την προέλευσή τους



Πηγή: (López, 2024c), διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/765303/visitors-of-the-museum-guggenheim-in-bilbao-by-origin/> [επισκέφθηκα στις 6/12/2024]

Το 2023, όπως φαίνεται στο διάγραμμα 5.14, το 60% των επισκεπτών του Μουσείου Guggenheim στο Μπιλμπάο προερχόταν από το εξωτερικό, ενώ το υπόλοιπο 40% ήταν εγχώριοι επισκέπτες. Η Γαλλία ήταν η χώρα με τους περισσότερους επισκέπτες από το εξωτερικό εκείνη τη χρονιά (López, 2024c).

Όπως το μουσείο του Λούβρου και το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης της Νέας Υόρκης, έτσι και το Γκούγκενχάϊμ του Μπιλμπάο έκανε τις συλλογές του διαθέσιμες στην ιστοσελίδα του και στα κοινωνικά δίκτυα. Αυτό οδήγησε πολλούς ανθρώπους να επισκεφτούν τις ιστοσελίδες του μουσείου κατά τη διάρκεια του lockdown, αυξάνοντας έτσι τον αριθμό των επισκεπτών του online. Το μουσείο άρχισε να δημοσιεύει βίντεο και εικόνες υψηλής ανάλυσης έργων τέχνης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με το hashtag #guggenheimbilbaolive και στον ιστότοπό του μέσω της πλατφόρμας Google Arts & Culture με streetview (European Data Portal, 2020).

Μέσω της ψηφιακής πρωτοβουλίας #GuggenheimBilbaoLive, δημιουργήθηκαν 55 βίντεο που παρουσίαζαν τις εκθέσεις και διάφορες πλευρές των δράσεων του μουσείου. Αυτά τα βίντεο περιλάμβαναν αφηγήσεις και εργαστήρια καλλιτεχνών για παιδιά. Συνολικά, τα βίντεο συγκέντρωσαν 2,3 εκατομμύρια προβολές στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του μουσείου και προκάλεσαν 90.000 πολύ θετικές αλληλεπιδράσεις χρηστών (Lulop, 2021). Αυτή η ψηφιακή πρωτοβουλία προσέφερε συνεχώς μέσω της ιστοσελίδας του μουσείου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης νέο οπτικοακουστικό περιεχόμενο σχετικά με τις εκθέσεις και άλλες λιγότερο γνωστές πτυχές των λειτουργιών του (Guggenheim Museum Bilbao, 2020c).

Ενώ το μουσείο παρέμενε κλειστό για τους επισκέπτες κατά τη διάρκεια της πανδημίας, τα μέλη του προσωπικού συνέχιζαν να εργάζονται, αυξάνοντας το περιεχόμενο του καλλιτεχνικού προγράμματος και προσφέροντάς το μέσω του ιστού και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό είχε σημαντικά οφέλη για το μουσείο, αφού μέσω της διαδικτυακής συλλογής του, μπορούσε ακόμα να προωθήσει την τέχνη και κατ' επέκταση τον τουρισμό, κατά τη διάρκεια της υγειονομικής κρίσης (European Data Portal, 2020).

Το 2020 επίσης, 44.674 άτομα συμμετείχαν στα εκπαιδευτικά προγράμματα και στις διάφορες δραστηριότητες του μουσείου, τόσο δια ζώσης όσο και διαδικτυακά, ενώ 217.139 άτομα επισκέφθηκαν τους εκπαιδευτικούς χώρους που συνοδεύουν τις εκθέσεις. Η κύρια καινοτομία αυτής της χρονιάς ήταν η αυξημένη χρήση ψηφιακών εργαλείων, που επέτρεψε την επέκταση της εμβέλειας των εκπαιδευτικών προγραμμάτων του

μουσείου σε μαθητές, οικογένειες και κοινό που δεν μπορούσε να επισκεφθεί το μουσείο λόγω περιορισμών χωρητικότητας ή γεωγραφικής απόστασης. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα τη διεθνοποίηση του εκπαιδευτικού έργου του Μουσείου Guggenheim Bilbao (Lulop, 2021).

Η οικονομική επίδραση του μουσείου

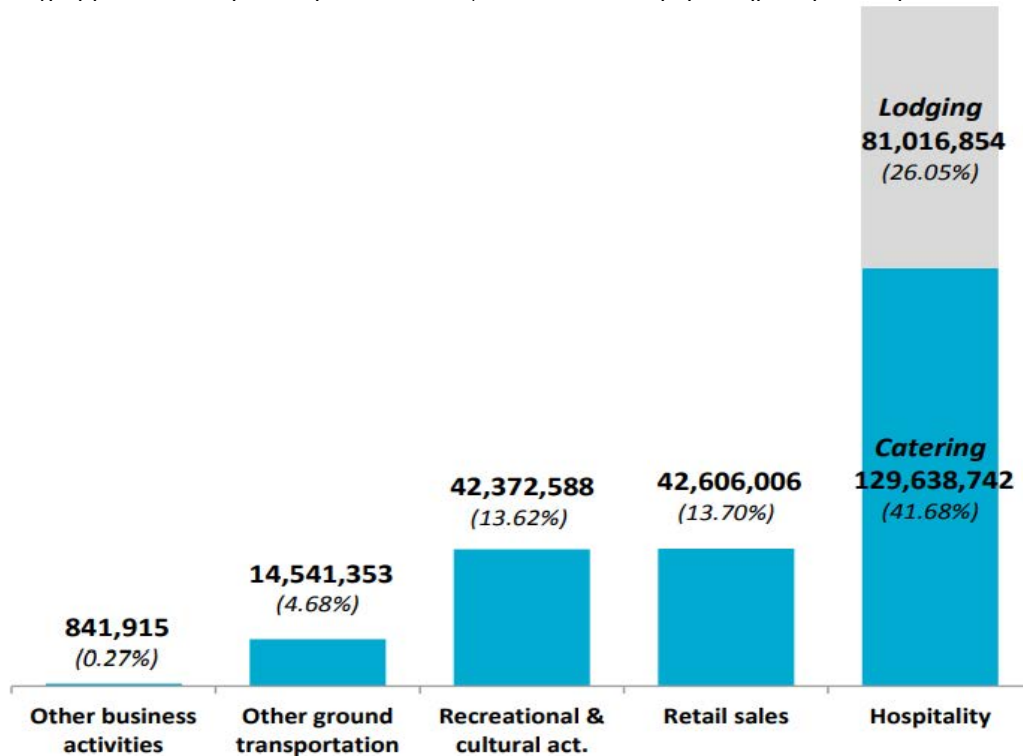
Το μουσείο, όπως προαναφέρθηκε, άλλαξε εντελώς το τοπίο του Μπιλμπάο φέρνοντας εκατομμύρια τουρίστες από όλο τον κόσμο και η πόλη έγινε ο πιο σαγηνευτικός προορισμός της Ισπανίας για τουρίστες και επενδυτές. Ο κοινωνικοοικονομικός αντίκτυπος του Μουσείου Γκούγκενχαϊμ ανταποκρίθηκε στον στόχο του, που ήταν να μεταμορφώσει προς το καλύτερο την εικόνα της πόλης (Farook, 2022).

Σύμφωνα με υπολογισμούς του μουσείου, η παρουσία του συμβάλλει με 424,6 εκατομμύρια ευρώ ετησίως στο ΑΕΠ του Μπιλμπάο και παρέχει πάνω από εννέα χιλιάδες θέσεις εργασίας. Ο αριθμός των πολιτιστικών εκδηλώσεων στην πόλη, που πριν από τα εγκαίνια του μουσείου ήταν μόλις ογδόντα ετησίως, τώρα ξεπερνά τις χίλιες (Del Olmo, 2017).

Στα πρώτα τρία χρόνια λειτουργίας του μουσείου, το επισκέφτηκαν σχεδόν 4 εκατομμύρια τουρίστες, συνεισφέροντας περίπου 500 εκατομμύρια ευρώ σε οικονομική δραστηριότητα. Το 2003, το 43% των επισκεπτών προέρχονταν από το εξωτερικό, ξεπερνώντας για πρώτη φορά τους ντόπιους. Το περιφερειακό συμβούλιο υπολόγισε ότι τα χρήματα που ξόδεψαν οι επισκέπτες σε ξενοδοχεία, εστιατόρια, καταστήματα και μεταφορές, απέφεραν εισπράξεις σε φόρους 100 εκατομμυρίων ευρώ, που υπερκαλύπτουν το κόστος του κτιρίου (Farook, 2022).

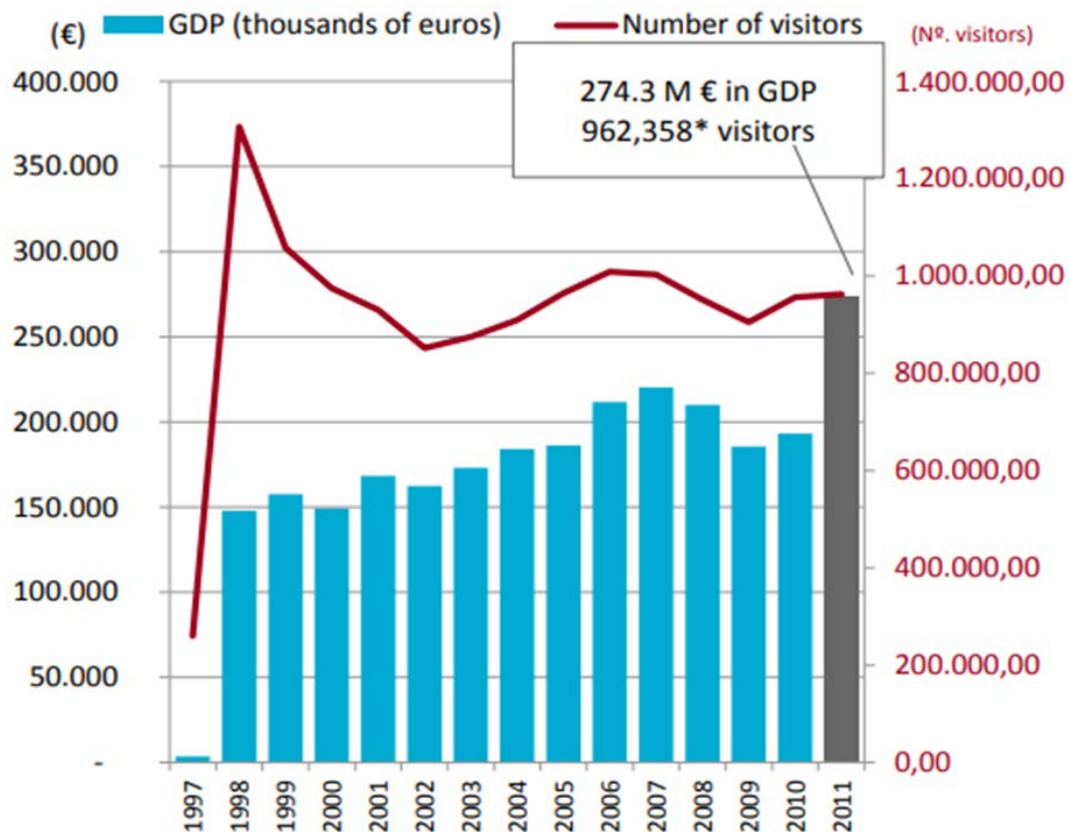
Το 2011, οι δραστηριότητες του μουσείου δημιούργησαν συνολική ζήτηση ύψους 311 εκατομμυρίων ευρώ. Από αυτό το ποσό, 27,9 εκατομμύρια ευρώ (8,96%) δαπανήθηκαν εντός του μουσείου (εισιτήρια, ξεναγήσεις, κατάστημα, ειδικές εκδηλώσεις κ.λπ.), ενώ οι επισκέπτες ξόδεψαν 283,2 εκατομμύρια ευρώ εκτός του μουσείου κατά τη διάρκεια της παραμονής τους. Η μεγαλύτερη επίδραση σημειώθηκε στη βιομηχανία φιλοξενίας (διαμονή και εστίαση), όπως φαίνεται στο διάγραμμα 5.15.

Διάγραμμα 5.15: Κύριοι Τομείς που επωφελούνται από τη δραστηριότητα του μουσείου



Πηγή: (Guggenheim Museum Bilbao, 2011), διαθέσιμο στην: https://prensa.guggenheim-bilbao.eus/src/uploads/2012/09/Estudio_de_Impacto_Economico_2011-ENG.pdf

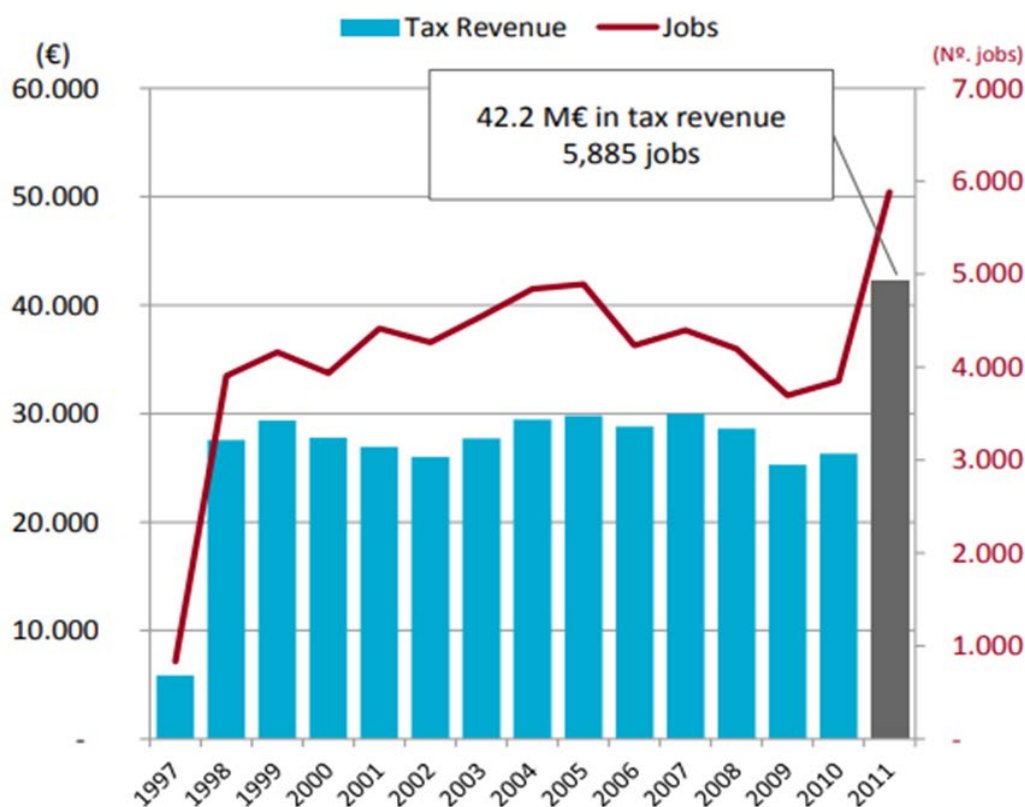
Διάγραμμα 5.16: Εξέλιξη οικονομικών επιπτώσεων και αριθμός επισκεπτών



Πηγή: (Guggenheim Museum Bilbao, 2011)

Η συνολική συνεισφορά των δραστηριοτήτων του Μουσείου Guggenheim του Μπιλμπάο το 2011, ήταν 274,3 εκατομμύρια ευρώ στο ΑΕΠ, η διατήρηση 5.885 θέσεων εργασίας και η εισροή στα βασικά ταμεία 42,2 εκατομμυρίων ευρώ σε φορολογικά έσοδα. Αυτοί οι αριθμοί αντιπροσωπεύουν το 0,42% του ΑΕΠ της Χώρας των Βάσκων, 128,82 ευρώ ανά Βάσκο πολίτη, το 0,57% του περιφερειακού εργατικού δυναμικού και το 0,39% του συνόλου των εσόδων που εισπράττουν οι επαρχιακές φορολογικές αρχές (διαγράμματα 5.16 και 5.17).

Διάγραμμα 5.17: Εξέλιξη των θέσεων εργασίας και των φορολογικών εσόδων



Πηγή: (Guggenheim Museum Bilbao, 2011)

Το Μουσείο Γκούγκενχάϊμ στο Μπιλμπάο έχει παίξει καθοριστικό ρόλο στην μεταμόρφωση της πόλης, καθιστώντας την τέχνη και την αρχιτεκτονική κεντρικά στοιχεία της αναζωογόνησης της περιοχής. Από το άνοιγμά του το 1997, το μουσείο έχει εδραιώσει τη φήμη του ως ένας θεσμός με ισχυρή έλξη, προσελκύοντας τουρίστες που θέλουν να μάθουν περισσότερα για τη Χώρα των Βάσκων και αναπτύσσοντας υπηρεσίες για να ανταποκριθεί στις νέες ανάγκες και προκλήσεις. Το 81,7% των επισκεπτών το 2011, ανέφερε ότι το Μουσείο Guggenheim στο Μπιλμπάο ήταν η κύρια ατραξιόν της πόλης, ενώ το 83% δήλωσε ότι το μουσείο ήταν καθοριστικός παράγοντας στην απόφασή τους να επισκεφθούν το Μπιλμπάο.

Κοινωνικός και Πολιτιστικός Αντίκτυπος

Το μουσείο έχει προσφέρει στους πολίτες πρόσβαση σε σύγχρονα έργα τέχνης και κορυφαίους καλλιτέχνες, ενισχύοντας το ενδιαφέρον για την προστιθέμενη αξία της τέχνης στην πόλη. Επιπλέον, η υιοθέτηση ενός καινοτόμου μοντέλου δημόσιας/ιδιωτικής διαχείρισης έχει καταστήσει το μουσείο πρότυπο για άλλους πολιτιστικούς οργανισμούς, θέτοντας τα θεμέλια για την κατασκευή και διαχείριση μουσείων στη Χώρα των Βάσκων. Το 2011, περίπου 130.000 Βάσκοι επισκέφθηκαν το Μουσείο, αντιπροσωπεύοντας το 6% του συνολικού πληθυσμού της Χώρας των Βάσκων.

Το μουσείο έχει αφοσιωθεί στην εκπαίδευση από την αρχή της λειτουργίας του, εξασφαλίζοντας ίση πρόσβαση σε όλες τις πολιτιστικές του δραστηριότητες. Προωθεί και οργανώνει καλλιτεχνικά και εκπαιδευτικά προγράμματα που βοηθούν τους πολίτες να κατανοήσουν και να εκτιμήσουν τη σύγχρονη και μοντέρνα τέχνη. Το 2011, 602.014 άτομα συμμετείχαν σε τουλάχιστον μία από τις εκπαιδευτικές δραστηριότητες του μουσείου, ενώ 32.578 μαθητές (9,8% των μαθητών στη Χώρα των Βάσκων) έλαβαν μέρος σε εκπαιδευτικά προγράμματα. Επίσης, 1.324 άτομα από ειδικές ομάδες, όπως άτομα με αναπηρίες, ηλικιωμένοι, παιδιά και άλλες ευάλωτες ομάδες, συμμετείχαν σε εκπαιδευτικές δραστηριότητες (Guggenheim Museum Bilbao, 2011).

Συμπερασματικά, η δύναμη του «Bilbao effect», έγκειται στην ολοκληρωμένη προσέγγισή του για την αστική αναζωογόνηση, η οποία ξεπερνά την κατασκευή ενός εμβληματικού κτιρίου. Πέντε κύρια στοιχεία συνδυάζονται για να δημιουργήσουν αυτό το φαινόμενο:

1. Εντυπωσιακή Αρχιτεκτονική: Δημιουργία ενός μοναδικού και εντυπωσιακού κτιρίου που γίνεται σύμβολο της πόλης.
2. Πολιτιστική Επένδυση: Σημαντικές επενδύσεις σε πολιτιστικούς χώρους που δεν είναι μόνο τουριστικά αξιοθέατα, αλλά εμπλουτίζουν και τη ζωή των ντόπιων, όπως μουσεία και κέντρα τέχνης.
3. Οικονομική Ανάπτυξη: Η αύξηση του τουρισμού φέρνει περισσότερα έσοδα στην τοπική οικονομία και δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας σε διάφορους τομείς. Η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας δεν περιορίζεται μόνο στον πολιτιστικό τομέα, αλλά επεκτείνεται και στη φιλοξενία, το λιανικό εμπόριο και διάφορες υποστηρικτικές υπηρεσίες.

4. Αστική Αναβάθμιση: Βελτιώσεις στις υποδομές και τους δημόσιους χώρους γύρω από το νέο πολιτιστικό κέντρο.
5. Διεθνής Αναγνώριση: Αυτό το φαινόμενο μπορεί να μεταμορφώσει σημαντικά την ταυτότητα μιας πόλης στη διεθνή σκηνή. Η πόλη αποκτά παγκόσμια φήμη και αναγνωρισιμότητα, προσελκύοντας τουρίστες, επενδυτές και ταλέντα από όλο τον κόσμο (Fair, 2024).

Αυτό είχε ως αποτέλεσμα επίσης, το κτίριο να παρουσιαστεί σε διάφορες ταινίες και βίντεο, όπως η ταινία του Τζέιμς Μποντ του 1999 (*The World Is Not Enough*), με πρωταγωνιστή τον Pierce Brosnan, το μουσικό βίντεο της Mariah Carey για το τραγούδι «Sweetheart», όπως και η ταινία της νότιας Ινδίας που ονομάζεται «Sivaji». Επομένως, το μουσείο δεν είναι μόνο ένα απλό τουριστικό αξιοθέατο, αλλά αποτέλεσε το εφαλτήριο ώστε η οικονομία του Μπιλμπάο να ανακάμψει από τις πιο σκοτεινές μέρες της (Farook, 2022).

Η επιτυχία του αστικού, κοινωνικού και πολιτιστικού έργου που δημιούργησε την έκφραση «Bilbao effect», ενέπνευσε πολλές άλλες πόλεις και περιοχές να επιδιώξουν να το αναπαραγάγουν. Ωστόσο, αυτό το μοντέλο παρουσιάζει ορισμένους περιορισμούς, όπως τα «κοινωνικοχωρικά αποτελέσματα» που προκύπτουν από την αστική αναγέννηση, δηλαδή τον εξευγενισμό (gentrification), ορισμένων γειτονιών. Αυτό αναδεικνύει το χάσμα μεταξύ της συνολικής ελκυστικότητας μιας οικονομικής αναδιάρθρωσης (παγκόσμιας κλάσης brand, διεθνείς τουρίστες), και της καθημερινής πραγματικότητας των κατοίκων που πρέπει να αντιμετωπίσουν την αύξηση των τιμών των ακινήτων λόγω του εξευγενισμού του κέντρου της πόλης. Στην ουσία, πρόκειται για την επικράτηση μιας παγκόσμιας οικονομικής διάστασης της περιοχής που προκύπτει από την ίδρυση του μουσείου, παραμελώντας έτσι την ιστορία της, την κοινωνική της δομή και το πραγματικό κοινωνικό και οικονομικό της πλαίσιο (Molinié-Andlauer, 2019).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6**Συγκριτική ανάλυση**

Αναλύοντας συγκριτικά τα τρία μουσεία, μπορούμε να εντοπίσουμε τις ομοιότητες και τις διαφορές στους ρόλους τους στην τουριστική και τοπική ανάπτυξη των πόλεών τους, και τους παράγοντες που συμβάλλουν περισσότερο στην επιτυχία τους.

Χαρακτηριστικά των μουσείων

Αρχικά, και τα τρία μουσεία λειτουργούν ως κύριοι πόλοι έλξης τουριστών, αποτελώντας εμβληματικά στοιχεία των πόλεών τους και κορυφαίους πολιτιστικούς προορισμούς. Επιπλέον, για τις πόλεις τους, οι εντυπωσιακές και εμβληματικές αρχιτεκτονικές τους δημιουργούν μια εικόνα, ένα σύμβολο και ένα brand που ξεχωρίζει και προσελκύει όλο και περισσότερους τουρίστες, επιχειρήσεις και άλλες δραστηριότητες. Αυτό, έχει ως συνέπεια, οι περιοχές των μουσείων να έχουν γίνει δυναμικές, ελκυστικές και ανταγωνιστικές (Molinié-Andlauer, 2019).

Επίσης, το Λούβρο και το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης είναι μουσεία μεγάλης κλίμακας, με διεθνή εμβέλεια και αναγνωρισιμότητα, καθιστώντας τα παγκοσμίως γνωστά. Αυτά τα δύο μουσεία έχουν εκτεταμένες συλλογές, καλύπτοντας ένα ευρύ φάσμα καλλιτεχνικών επιτευγμάτων. Το Met έχει συλλογή με πάνω από 1,5 εκατομμύρια έργα τέχνης, καλύπτοντας 5.000 χρόνια πολιτισμού, με δεκάδες χιλιάδες αντικείμενα να εκτίθενται μόνιμα στο κτίριο των περίπου 186.000 τ.μ. του μουσείου (Metropolitan Museum of Art, 2021).

Παρομοίως, το Λούβρο δεν εκθέτει μόνο εμβληματικά έργα όπως η Μόνα Λίζα, αλλά προσφέρει και ένα χρονολογικό ταξίδι στην εξέλιξη των καλλιτεχνικών στυλ και κινημάτων. Το μουσείο διαθέτει πάνω από ένα εκατομμύριο έργα τέχνης, με περισσότερα από 30.000 αντικείμενα να εκτίθενται σε 60.000 τ.μ. εκθεσιακού χώρου (Corona, 2021). Το Met και το Λούβρο χαρακτηρίζονται ως πολυθεματικά και «παγκόσμια μουσεία», καθώς αποτελούν μεγάλα ιδρύματα που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, προσφέροντας πληροφορίες τόσο για τοπικά όσο και για παγκόσμια ζητήματα (Ferrovia, 2022).

Το Γκούγκενχαϊμ του Μπιλμπάο, αν και μεσαίας κλίμακας, ξεχωρίζει για τις σύγχρονες και μοντέρνες συλλογές του. Παρουσιάζει περίπου 150 έργα τέχνης, συνδυάζοντας

μόνιμα και περιοδικά εκθέματα, σε 11.000 τετραγωνικά μέτρα εκθεσιακού χώρου (Guggenheim Museum Bilbao, 2011).

Παράλληλα, το Λούβρο και το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης βρίσκονται σε μεγάλες μητροπόλεις, με τον πληθυσμό του Παρισιού να ανέρχεται σε περίπου 2,1 εκατομμύρια και της πόλης της Νέας Υόρκης σε περίπου 8,4 εκατομμύρια. Συγκριτικά, το Μπιλμπάο έχει πληθυσμό περίπου 350.000. Το Παρίσι και η Νέα Υόρκη είναι παγκοσμιουπόλεις, ενώ το Μπιλμπάο είναι μια μεγάλη περιφερειακή πόλη. Αυτό καθιστά την επιτυχία του Μουσείου Γκούγκενχαϊμ στο Μπιλμπάο ακόμη πιο σημαντική.

Η Νέα Υόρκη είναι μια πόλη-σημείο αναφοράς για τους επισκέπτες των μουσείων. Το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης είναι το εμβληματικό της στοιχείο, ενώ το Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης, το Αμερικανικό Μουσείο Φυσικής Ιστορίας και το Μουσείο Γκούγκενχαϊμ συγκαταλέγονται στα πιο διάσημα μουσεία της πόλης.

Αντίστοιχα, το Παρίσι είναι γνωστό για την πληθώρα των μουσείων του. Το Λούβρο είναι το μεγαλύτερο και πιο δημοφιλές μουσείο παγκοσμίως, φιλοξενώντας ανεκτίμητα έργα τέχνης. Άλλα σημαντικά μουσεία στην πόλη είναι το Μουσείο Ορσέ και το Κέντρο Ζορζ Πομπιντού.

Αυτές οι δυο πόλεις καταγράφονται ως σημαντικοί τόποι μουσείων, προσελκύοντας εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως. Αυτός ο συνδυασμός της πολλαπλότητας των μουσείων παίζει καθοριστικό ρόλο στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη των πόλεων αυτών (Mora, 2022).

Ωστόσο, το μουσείο Γκούγκενχαϊμ του Μπιλμπάο, δεν έχει την ίδια φήμη ή το μέγεθος των μουσείων παγκόσμιων μεγαλουπόλεων, αλλά λειτουργεί ως πολιτιστικό κέντρο με κυρίως περιφερειακή αλλά και διεθνή επιρροή. Το μουσείο αυτό εντάσσεται σε μια προσπάθεια αναβάθμισης της πόλης, ενώ πριν την κατασκευή του η πόλη δεν ήταν γνωστή ως πολιτιστικός προορισμός. Το Μπιλμπάο ήταν μια μεταβιομηχανική περιοχή σε παρακμή, και η κατασκευή του Γκούγκενχαϊμ αποτέλεσε σημείο καμπής, και το κεντρικό έργο του λεγόμενου «Bilbao Effect», δηλαδή της στρατηγικής της αστικής αναγέννησης.

Το μουσείο έχει διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στη μεταμόρφωση της πόλης, καθιστώντας την αρχιτεκτονική και την τέχνη κεντρικά στοιχεία αναζωογόνησης της περιοχής (Guggenheim Museum Bilbao, 2011). Αντίθετα, το Παρίσι και η Νέα Υόρκη

ήταν ήδη σύγχρονες μητροπόλεις με ακμάζουσα καλλιτεχνική και αρχιτεκτονική κουλτούρα (Farook, 2022).

Επιπλέον, το Παρίσι και η Νέα Υόρκη συγκαταλέγονται στους 10 πιο δημοφιλείς προορισμούς παγκοσμίως και στις 10 κορυφαίες πόλεις βάσει της άμεσης συνεισφοράς των ταξιδιών και τουρισμού στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) (WTTC, 2023). Είναι γνωστό ότι τα πιο επισκέψιμα μουσεία στον κόσμο βρίσκονται κυρίως σε αυτές τις μεγαλουπόλεις, προσελκύοντας εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο.

Επισκεψιμότητα

Σύμφωνα με έρευνα που δείχνει τον μέσο αριθμό επισκεπτών που δέχονται τα δέκα κορυφαία μουσεία παγκοσμίως για κάθε έτος των τελευταίων χρόνων, το μουσείο με τον μεγαλύτερο αριθμό ετήσιων επισκεπτών είναι το Λούβρο στο Παρίσι, προσελκύοντας πάνω από 9 εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως. Το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης κατατάσσεται στην τέταρτη θέση, προσελκύοντας περίπου 7 εκατομμύρια επισκέπτες (Lamperti, 2021).

Πίνακας 6.1: Τα μουσεία με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα παγκοσμίως. Αριθμός επισκεπτών ανά έτος (σε εκατομμύρια)

	Louvre, Paris, France 9.6		Shanghai Science and Technology Museum, China 4.82
	National Museum of China, Beijing 7.39		Reina Sofia, Madrid, Spain 4.43
	Vatican Museums, Italy 6.88		National Museum of Natural History, Washington D.C. 4.2
	Metropolitan Museum of Art, New York, US 6.77		Nanjing Museum, China 4.17
	British Museum, London, UK 6.21		Zhejiang Museum, China 4.15
	Tate Modern, London, UK 6.1		National Gallery of Art, Washington D.C, US 4.07
	National Gallery, London, UK 6.01		Victoria & Albert Museum, London, UK 3.92
	National History Museum, London, UK 5.42		China Science Technology Museum, Beijing 3.89
	American Museum of Natural History, New York, US 5		National Palace Museum, Taiwan 3.83
	State Hermitage Museum, St Petersburg, Russia 4.96		Musee d'Orsay, Paris, France 3.65

Πηγή: (Lamperti, 2021)

Από το 2012 μέχρι και σήμερα, το Λούβρο κατατάσσεται πρώτο σε επισκεψιμότητα, με μία μόνο εξαίρεση το 2016, όταν πρώτο ήταν το Μουσείο της Κίνας στο Πεκίνο.

Το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης καταλαμβάνει συχνά τη δεύτερη ή τρίτη θέση σε επισκεψιμότητα παγκοσμίως, μετά το Λούβρο, όπως φαίνεται στους πίνακες 6.2 και 6.3 για τα έτη 2012 και 2018-2019 αντίστοιχα.

Πίνακας 6.2: Η λίστα των μουσείων με τον μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών το 2012

1	Louvre	9.720.000
2	Met, New York	6.115.000
3	Musei Vaticani	Almost 6.000.000
4	Il British Museum	5.575.000
5	Tate Modern, London	5.300.000
6	National Gallery, London	5.100.000
7	Centro Pompidou	3.800.000
8	Victoria & Albert Museum, London	3.200.000
9	MoMA, New York	2.800.000
10	Galleria degli Uffizi, Florence	almost 2.000.000
11	Van Gogh Museum, Amsterdam	1.500.000
12	Guggenheim, New York	almost 1.200.000

Πηγή: (Corona, 2021)

Πίνακας 6.3: Το Λούβρο στην πρώτη θέση της λίστας των μουσείων με την υψηλότερη επισκεψιμότητα το 2018-19

	Visitors in 2018	Visitors in 2019
Louvre, Paris	10.200.000	9.600.000
National Museum of China, Beijing,	8.610.000	7.390.000
Metropolitan Museum di New York	7.360.000	6.770.000
Vatican Museums	6.756.000	6.883.000
British Museum	5.869.000	6.208.000
Tate Modern, London	5.829.000	6.098.000
National Gallery, London	5.226.000	6.011.000
Natural History Museum, London	5.000.000	5.424.000
American Museum of natural history, NY	5.000.000	5.000.000
Hermitage, Saint Petersburg	4.957.000	4.957.000

Πηγή: (Corona, 2021)

Το Μουσείο Γκούγκενχάϊμ Μπιλμπάο είναι ένα από τα σημαντικότερα πολιτιστικά αξιοθέατα στην Ισπανία. Συγκρατάται σταθερά ανάμεσα στα μουσεία με την

μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στη χώρα, προσελκύοντας πάνω από ένα εκατομμύριο επισκέπτες κάθε χρόνο. Επιπλέον, κατατάσσεται συχνά τρίτο σε αριθμό επισκεπτών στην Ισπανία και θεωρείται το κορυφαίο μουσείο εκτός Μαδρίτης και Βαρκελώνης. Αν και οι 1.324.221 επισκέπτες το 2023 είναι εντυπωσιακός αριθμός, υπολείπεται σημαντικά από το Λούβρο και το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης. Ωστόσο, το Μουσείο Γκούγκενχαϊμ παραμένει ένα από τα σημαντικότερα μουσεία παγκοσμίως, αν και δεν συγκαταλέγεται στα είκοσι κορυφαία σε επισκεψιμότητα, όπως παρατηρούμε στον πίνακα 6.1 (López, 2023).

Προέλευση επισκεπτών

Στο Λούβρο, οι επισκέπτες το 2019, ήταν περίπου 9.6 εκατομμύρια, όπου το 25% αυτών των επισκεπτών ήταν Γάλλοι, με τους επισκέπτες από άλλες χώρες να αντιπροσωπεύουν σχεδόν τα τρία τέταρτα της συνολικής επισκεψιμότητας. Αυτό το ποσοστό των ξένων επισκεπτών (75%), είναι συνηθισμένο για το μουσείο και ισχύει και για τα άλλα έτη πριν από την πανδημία. Οι περισσότεροι διεθνείς τουρίστες προέρχονται από τις Ηνωμένες Πολιτείες, την Κίνα και την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ισπανία, Γερμανία, Ιταλία και Ηνωμένο Βασίλειο) (Benaiteau, 2020).

Οι διεθνείς τουρίστες αποτελούσαν το 28% των περίπου 7 εκατομμυρίων επισκεπτών του Met το οικονομικό έτος 2019. Οι κάτοικοι των πέντε δήμων της πολιτείας της Νέας Υόρκης, αντιπροσώπευαν το 35% του συνολικού αριθμού επισκεπτών, ενώ το 16% προερχόταν από την τριπολιτειακή περιοχή της Νέας Υόρκης (Metropolitan Museum of Art, 2019). Το 2017 είχε δεχθεί ξανά 7 εκατομμύρια επισκέπτες περίπου, εκ των οποίων το 30% ήταν ντόπιοι και το 37% διεθνείς (Navarrete & Villaespesa, 2020).

Το Μουσείο Γκούγκενχαϊμ υποδέχτηκε 1.324.221 επισκέπτες το 2023, που αποτελεί ρεκόρ στην ιστορία του μουσείου. Το 60% των επισκεπτών ήταν ξένοι, φτάνοντας και ξεπερνώντας τα επίπεδα πριν από την πανδημία. Σε ποσοστιαία βάση, οι διεθνείς επισκέπτες κατανέμονταν ως εξής: 16% από τη Γαλλία, 7% από τη Γερμανία, 6% από το Ηνωμένο Βασίλειο, 6% από τις Ηνωμένες Πολιτείες και 4% από την Ιταλία. Σε εθνικό επίπεδο, το 13% των επισκεπτών προήλθε από τη Χώρα των Βάσκων, ενώ 5% προήλθε από τη Μαδρίτη και άλλο 5% από την Καταλονία (Euskadi Tourism, 2024).

Έσοδα

Τα έσοδα του μουσείου του Λούβρου το 2019 ήταν συνολικά 260 εκατομμύρια ευρώ. Το 2020, λόγω της πανδημίας του κορωνοϊού, μειώθηκαν κατά περίπου 41% στα 154 εκατομμύρια ευρώ. Ωστόσο, το 2021 αυξήθηκαν στα 268 εκατομμύρια ευρώ, κυρίως λόγω των επιχορηγήσεων, οι οποίες ανήλθαν στα 200 εκατομμύρια. Το 2022 τα έσοδα ήταν 252 εκατομμύρια ευρώ και το 2023 έφτασαν τα 264 εκατομμύρια ευρώ (Statista, 2024i). Το 2023, οι πωλήσεις εισιτηρίων αντιπροσώπευαν σχεδόν το 40% των αυτοπαραγόμενων εσόδων του Λούβρου, συνολικού ύψους σχεδόν 96 εκατομμυρίων ευρώ. Οι άδειες χρήσης επωνυμίας ήταν η δεύτερη πιο κερδοφόρα πηγή αυτοπαραγόμενων εσόδων για το μουσείο, αποφέροντας πάνω από 83 εκατομμύρια ευρώ (Statista, 2024j).

Το μουσείο όμως, έχει αντίστοιχα ποσά εσόδων και εξόδων, με αποτέλεσμα τα καθαρά έσοδα να είναι περιορισμένα, και σε ορισμένες περιπτώσεις αρνητικά. Πιο συγκεκριμένα, το 2019, τα καθαρά έσοδα του Λούβρου ήταν μόλις 22 εκατομμύρια ευρώ. Το 2020, το μουσείο κατέγραψε καθαρή ζημία ύψους 69,5 εκατομμυρίων ευρώ, ενώ το 2021 σημείωσε καθαρό κέρδος 53 εκατομμυρίων ευρώ. Μετά από την αναφορά καθαρής ζημίας σχεδόν 46 εκατομμυρίων ευρώ το 2022, το καθαρό εισόδημα του Λούβρου έγινε θετικό το 2023. Εκείνη τη χρονιά, τα καθαρά έσοδα του μουσείου ανήλθαν στα 12,8 εκατομμύρια ευρώ (Statista, 2024o).

Το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης είναι το μόνο μεγάλο δημόσιο μουσείο παγκοσμίως που στηρίζεται αποκλειστικά σε ένα αυτοχρηματοδοτούμενο και καθαρό σύστημα εσόδων και δεν εξαρτάται κυρίως από την κρατική χρηματοδότηση. Το 2019, τα έσοδα του μουσείου έφτασαν τα 374 εκατομμύρια δολάρια. Το 2020, λόγω της πανδημίας του κορωνοϊού, μειώθηκαν στα 218 εκατομμύρια και το 2021 ανέβηκαν στα 277 εκατομμύρια. Το 2022, αυξήθηκαν στα 329 εκατομμύρια και το 2023 στα 354 εκατομμύρια. Το 2024, τα έσοδα έφτασαν τα 400 εκατομμύρια δολάρια, φτάνοντας και ξεπερνώντας τα επίπεδα πριν την πανδημία (Statista, 2023d). Τα έσοδα από τα εισιτήρια το 2022 ανέρχονταν σε \$31.952.000, το 2023 \$49.059.000 και το 2024 \$53.252.000.

Ωστόσο, σύμφωνα με τις ετήσιες εκθέσεις του Met, το μουσείο όπως και το Λούβρο, έχει περίπου αντίστοιχα ποσά εσόδων-εξόδων, και μερικές φορές περισσότερα έξοδα, με το μεγαλύτερο μέρος να διατίθεται στις υπηρεσίες προγραμμάτων (program services), ακολουθούμενο από τις υποστηρικτικές υπηρεσίες (supporting services) και τις

βοηθητικές δραστηριότητες (auxiliary activities). Για παράδειγμα το 2024, το μουσείο είχε έλλειμα περίπου τριών εκατομμυρίων δολαρίων (έσοδα \$399.222.000 και έξοδα \$402.211.000) (Metropolitan Museum of Art, 2024). Εξάλλου, οι οικονομικοί του στόχοι είναι απλώς να «επιτύχει έναν ισοσκελισμένο προϋπολογισμό» (Metropolitan Museum of Art, 2020).

Το Μουσείο Γκούγκενχάϊμ υιοθετεί ένα καινοτόμο μοντέλο δημόσιας/ιδιωτικής διαχείρισης και πρωτοστατεί στα ευρωπαϊκά πολιτιστικά ιδρύματα στο επίπεδο αυτοχρηματοδότησής του, το οποίο, το 2023 έφτασε σε ποσοστό ρεκόρ περίπου 78%, αποτελώντας πρότυπο για άλλους πολιτιστικούς οργανισμούς. Τα συνολικά έσοδα του μουσείου το 2022 ήταν 36.888.777 ευρώ και το 2023 36.917.918 ευρώ. Όπως και στα μουσεία Λούβρο και Met, τα συνολικά έσοδα με τα συνολικά εξάδα περίπου ταυτίζονται. Για παράδειγμα, το 2022 είχε πλεόνασμα 122.138 ευρώ και το 2023 πλεόνασμα 721.862 ευρώ. (Guggenheim Museum Bilbao, 2011 ; Guggenheim Museum Bilbao, 2023b).

Επομένως, τα παραπάνω, σε συνδυασμό με την μεγάλη προσφορά στις κοινότητές τους, δικαιολογούν τον ορισμό του «μουσείου» από το ICOM ως «μη κερδοσκοπικός οργανισμός, στην υπηρεσία της κοινωνίας».

Συμβολή στην τοπική οικονομική ανάπτυξη

Τα τρία μουσεία ενισχύουν την τοπική οικονομία μέσω των δαπανών των επισκεπτών και των ιδίων των μουσείων. Προσελκύουν επισκέπτες και τουρίστες από άλλες περιοχές, οι οποίοι ξοδεύουν χρήματα σε εισιτήρια, αγαθά και υπηρεσίες στον πολιτιστικό χώρο, καθώς και σε διαμονή, εστίαση, αγορές και μεταφορές στην τοπική περιοχή. Αυτή η άμεση δαπάνη ενισχύει τις οικονομικές δραστηριότητες και δημιουργεί επιπλέον επιχειρηματικό κύκλο εργασιών, θέσεις εργασίας, εισόδημα και φορολογικά έσοδα για τις κοινότητές τους.

Στην περίπτωση του Μουσείου Γκούγκενχάϊμ Μπιλμπάο, η τοπική περιοχή θεωρείται η πόλη του Μπιλμπάο και η μεγαλύτερη περιφέρεια της Χώρας των Βάσκων. Στην περίπτωση του Λούβρου ωστόσο, η τοπική περιοχή εκτείνεται σε ολόκληρη τη χώρα, λόγω της σημασίας του Λούβρου και της συμβολής του στο γαλλικό φορολογικό σύστημα. Στην περίπτωση του Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης, η τοπική περιοχή είναι η πολιτεία της Νέας Υόρκης (Bollo, 2013).

Ο αντίκτυπος του Λούβρου στη γαλλική οικονομία το 2006, εκτιμάται από 936 εκατομμύρια έως 1,157 δισεκατομμύρια ευρώ. Το ΑΕΠ της χώρας το 2006 ήταν 2,1 τρισεκατομμύρια ευρώ. Άρα, ο οικονομικός αντίκτυπος του μουσείου αντιπροσωπεύει περίπου το 0,057% του συνολικού ΑΕΠ της Γαλλίας για το 2006. Επιπλέον, σύμφωνα με το εθνικό ινστιτούτο στατιστικής και οικονομικών μελετών της Γαλλίας (Insee), το ΑΕΠ της Περιφέρειας του Παρισιού (Île-de-France), το 2006 ήταν 533 δισεκατομμύρια ευρώ. Άρα, η συμβολή του μουσείου αντιπροσωπεύει περίπου το 0,23% του ΑΕΠ της Île-de-France για το 2006 (Greffé, 2011 ; Insee, 2024).

Οι φορολογικές εισπράξεις για το γαλλικό κράτος κυμαίνονται από 119 εκατ. ευρώ έως 203 εκατ. ευρώ, με καθαρό φορολογικό κέρδος 39 εκατ. ευρώ. Ο καθαρός αριθμός των νέων θέσεων εργασίας που δημιουργήθηκαν στο εργατικό δυναμικό του Λούβρου αλλά και ως αποτέλεσμα της δραστηριότητάς του, υπολογίζεται από 10.292 έως 21.225 (Greffé, 2011).

Ο εκτιμώμενος ετήσιος οικονομικός αντίκτυπος του Met για το 2015, ανήλθε σε \$2,92 δισεκατομμύρια, με φορολογικό όφελος \$292 εκατομμύρια. Το ΑΕΠ της πολιτείας της Νέας Υόρκης το οικ. έτος 2015, ήταν 1,4 τρισεκατομμύρια δολάρια. Άρα, ο οικονομικός αντίκτυπος του μουσείου αντιπροσωπεύει περίπου το 0,21% του συνολικού ΑΕΠ της πολιτείας της Νέας Υόρκης για το 2015 (Metropolitan Museum of Art, 2016c).

Όσον αφορά το Γκούγκενχαϊμ του Μπιλμπάο, σύμφωνα με υπολογισμούς του μουσείου, η παρουσία του συμβάλλει με 425 εκατομμύρια ευρώ ετησίως στο ΑΕΠ του Μπιλμπάο και παρέχει πάνω από εννέα χιλιάδες θέσεις εργασίας (Del Olmo, 2017).

Ειδικότερα, η συνολική συνεισφορά των δραστηριοτήτων του μουσείου το 2011, ήταν 274,3 εκατομμύρια ευρώ στο ΑΕΠ, η διατήρηση 5.885 θέσεων εργασίας και η εισροή στα βασικά ταμεία 42,2 εκατομμυρίων ευρώ σε φορολογικά έσοδα. Αυτοί οι αριθμοί αντιπροσωπεύουν το 0,42% του ΑΕΠ της Χώρας των Βάσκων (Guggenheim Museum Bilbao, 2011).

Ωστόσο, το 2023 η συμβολή του μουσείου στο ΑΕΠ της πόλης έφτασε τα 657,6 εκατομμύρια ευρώ, συνεισφέροντας επιπλέον 103,4 εκατομμύρια ευρώ για τα τοπικά ταμεία. Ακόμη, η δραστηριότητα του μουσείου υποστήριξε 13.855 θέσεις εργασίας (Fair, 2024).

Πολιτιστική και κοινωνική συμβολή

Όσον αφορά την πολιτιστική και κοινωνική συμβολή των μουσείων, το Λούβρο αρχικά, ενοικιάζει τους χώρους του για εκδηλώσεις, συνεργάζεται με εκδοτικούς οίκους και παραγωγούς οπτικοακουστικού υλικού, διοργανώνει ειδικές εκθέσεις, προσφέρει εκπαιδευτικά προγράμματα και παρέχει συμβουλευτικές υπηρεσίες (Greffé, 2011).

Το μουσείο λειτουργεί ως σημαντικό εκπαιδευτικό κέντρο, διδάσκοντας την ιστορία και την τέχνη διαφόρων πολιτισμών μέσω επιτόπιων και διαδικτυακών μέσων. Προσφέρει εκπαιδευτικά προγράμματα που επιτρέπουν στους μαθητές να σπουδάσουν στο εξωτερικό, ενισχύοντας την κατανόηση των διεθνών πολιτισμών.

Φιλοξενεί διαδραστικές εκδηλώσεις όλο το χρόνο, όπως εκθέσεις έργων από διεθνή μουσεία, διαλέξεις, εργαστήρια, προβολές ταινιών, μαθήματα και δραστηριότητες για οικογένειες. Αυτές οι εκδηλώσεις προσφέρουν εκπαίδευση και ψυχαγωγία, συμβάλλοντας στην πνευματική και πολιτιστική ανάπτυξη της κοινότητας (Shaw, 2023).

Το 2019, σχεδόν οι μισοί επισκέπτες ήταν νέοι κάτω των 30 ετών, με πάνω από 500.000 μαθητές σχολείων. Το 40% των επισκεπτών του Λούβρου γίνονται δεκτοί δωρεάν (κάτω των 18 ετών, 18-25 ετών κάτοικοι του ΕΟΧ, άτομα με εισοδηματική υποστήριξη και με αναπηρία).

Από τον Ιανουάριο του 2019, πραγματοποιούνται μηνιαίες εορταστικές εκδηλώσεις στο Λούβρο, για να δώσουν, ιδιαίτερα στους ντόπιους, την ευκαιρία να απολαύσουν ένα πλούσιο εορταστικό πρόγραμμα δραστηριοτήτων. Αυτές οι εκδηλώσεις προσέλκυαν πάνω από 160.000 επισκέπτες, κυρίως οικογένειες από την ευρύτερη περιοχή του Παρισιού. (Benaïteau, 2020).

Τέλος, το Λούβρο έχει καταφέρει να διευρύνει την πολιτιστική του αποστολή, προωθώντας την τέχνη και τον πολιτισμό σε άλλες περιοχές εκτός Παρισιού, συμβάλλοντας έτσι στην τοπική τους ανάπτυξη, με το παράρτημα Louvre-Lens στη βόρεια Γαλλία να αποτελεί παράδειγμα (Borina & Paunović, 2015).

Το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης ιδρύθηκε για να φέρει την εκπαίδευση και την τέχνη στον αμερικανικό λαό (Metropolitan Museum of Art, 2021). Ως ένα από τα πιο ιστορικά και μεγάλα μουσεία τέχνης στις Ηνωμένες Πολιτείες, το Met έχει διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση του πολιτιστικού τοπίου της Νέας Υόρκης και της χώρας γενικότερα (History Tools, 2024). Η επιτυχία του μουσείου οφείλεται σε μεγάλο

βαθμό στις ετήσιες εκθέσεις του, οι οποίες προσελκύουν ένα ευρύ και πολυάριθμο κοινό, και δημιουργούν εκατομμύρια δολάρια σε οικονομικό αντίκτυπο.

Παράλληλα, είναι πρωτοπόρο στην εκπαίδευση τέχνης, προσφέροντας μια πληθώρα προγραμμάτων για μαθητές, εκπαιδευτικούς και το ευρύ κοινό. Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του μουσείου, το οικονομικό έτος 2019, το Met εξυπηρέτησε πάνω από 225.000 μαθητές και εκπαιδευτικούς μέσω των εκπαιδευτικών του πρωτοβουλιών. Από αυτούς, περισσότεροι από 90.000 ήταν από την Νέα Υόρκη (Metropolitan Museum of Art, 2019).

Το μουσείο έχει επίσης αναλάβει πρωτοβουλίες για να κάνει την τέχνη πιο προσιτή σε διάφορες κοινότητες. Τα τελευταία χρόνια, έχει ξεκινήσει αρκετές δράσεις για να εμπλέξει κοινότητες που παραδοσιακά δεν εκπροσωπούνται επαρκώς στον κόσμο της τέχνης. Μερικές από τις δράσεις αναφέρονται στην μελέτη περίπτωσης του μουσείου.

Επομένως, μέσα από τις ποικίλες εκθέσεις του, τα εκπαιδευτικά προγράμματα και το επιστημονικό του έργο, το Met έχει διαμορφώσει βαθιά την αντίληψη του κοινού για την τέχνη, την ιστορία και την ταυτότητα. Αποτελεί μια ζωντανή απόδειξη της ανθρώπινης δημιουργικότητας και της διαρκούς αξίας της πολιτιστικής κληρονομιάς, εμπνέοντας και ενισχύοντας την κοινότητα (History Tools, 2024).

Το μουσείο Γκούγκενχάϊμ του Μπιλμπάο, έχει προσφέρει στους πολίτες πρόσβαση σε σύγχρονα έργα τέχνης και κορυφαίους καλλιτέχνες, ενισχύοντας το ενδιαφέρον για την προστιθέμενη αξία της τέχνης στην πόλη. Το μουσείο αποτέλεσε πρότυπο για άλλους πολιτιστικούς οργανισμούς, προσφέροντας καινοτόμες πρακτικές διαχείρισης και θέτοντας τα θεμέλια για την κατασκευή και διαχείριση μουσείων στη Χώρα των Βάσκων.

Επιπλέον, έχει αφοσιωθεί στην εκπαίδευση από την αρχή της λειτουργίας του, εξασφαλίζοντας ίση πρόσβαση σε όλες τις πολιτιστικές του δραστηριότητες (Guggenheim Museum Bilbao, 2011). Ο αριθμός των πολιτιστικών εκδηλώσεων στην πόλη, που πριν από τα εγκαίνια του μουσείου ήταν μόλις ογδόντα ετησίως, τώρα ξεπερνά τις χίλιες (Del Olmo, 2017).

Προωθεί και οργανώνει καλλιτεχνικά και εκπαιδευτικά προγράμματα που βοηθούν τους πολίτες να κατανοήσουν και να εκτιμήσουν τη σύγχρονη και μοντέρνα τέχνη. Το 2011, 602.014 άτομα συμμετείχαν σε τουλάχιστον μία από τις εκπαιδευτικές δραστηριότητες του μουσείου, ενώ 32.578 μαθητές έλαβαν μέρος σε εκπαιδευτικά προγράμματα. Επίσης, 1.324 άτομα από ειδικές ομάδες, όπως άτομα με αναπηρίες,

ηλικιωμένοι, παιδιά και άλλες ευάλωτες ομάδες, συμμετείχαν σε εκπαιδευτικές δραστηριότητες (Guggenheim Museum Bilbao, 2011).

Η σύνδεση των εκθεμάτων του μουσείου με τους κατοίκους του Μπιλμπάο, δίνει νόημα στη ζωή τους, δημιουργώντας νέες συνθήκες στην πόλη. Το μουσείο δεν αποτελεί απλώς ένα αρχιτεκτονικό αριστούργημα, αλλά και ένα σύμβολο της νέας ταυτότητας της πόλης. Αποτελεί έναν φάρο αλλαγής, που προσελκύει επισκέπτες και ντόπιους, ενισχύοντας την αίσθηση της κοινότητας και της τοπικής υπερηφάνειας (Dhaliwal, 2024).

Ωστόσο, η παρουσία και η επιτυχία του μουσείου οδήγησαν σε ανισομερή ανάπτυξη και εξευγενισμό της περιοχής. Οι κάτοικοι της πόλης πρέπει να αντιμετωπίσουν την αύξηση των τιμών των ακινήτων λόγω του εξευγενισμού του κέντρου της πόλης, γεγονός που επηρεάζει την καθημερινή τους πραγματικότητα (Plaza & Haarich, 2013 ; Molinié-Andlauer, 2019).

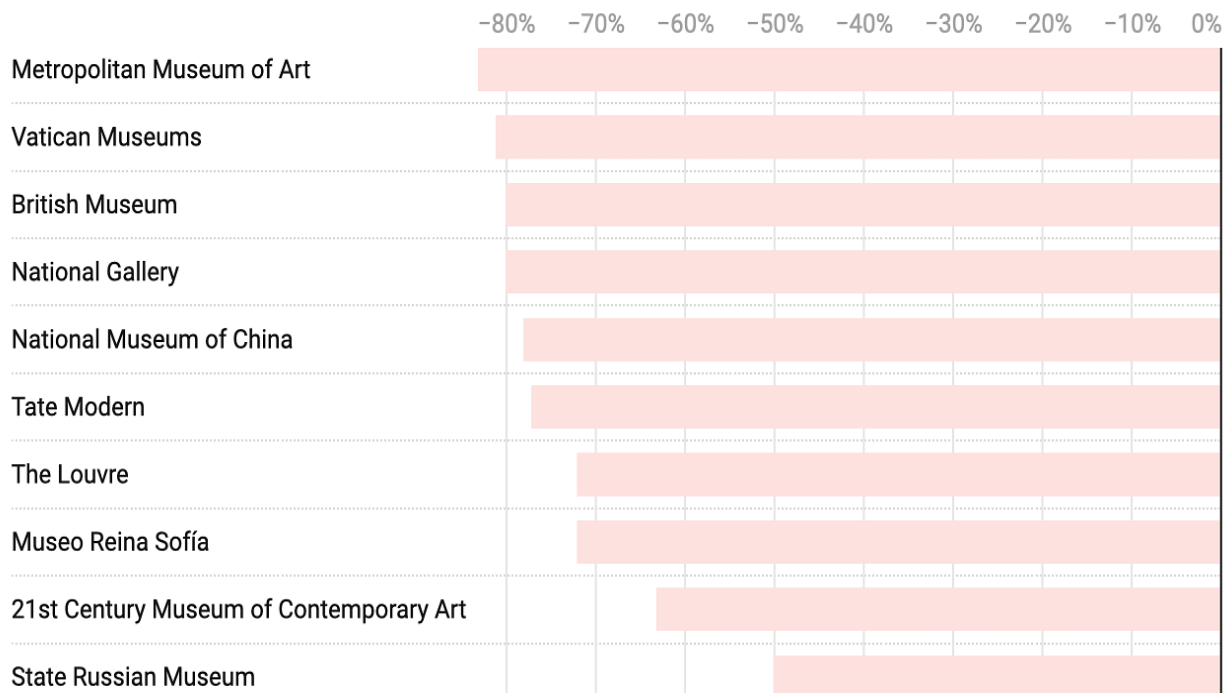
Συμπερασματικά, και τα τρία μουσεία εφαρμόζουν παρόμοιες πρακτικές στα εκπαιδευτικά προγράμματα, τις εκδηλώσεις και τις εκθέσεις που διοργανώνουν κάθε χρόνο, με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών από την ευρύτερη περιοχή τους και την κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη των κοινοτήτων τους.

Πώς επηρέασε η πανδημία του Covid-19 τα μουσεία

Η πανδημία Covid-19 είχε σημαντικό αντίκτυπο στα μουσεία, επηρεάζοντας κυρίως τον αριθμό των επισκεπτών, των εισπράξεων και του προσωπικού τους.

Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 6.1, το Λούβρο κατέγραψε μείωση περίπου 72% στον αριθμό των επισκεπτών του, ενώ το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης 83%, που αποτελεί το μεγαλύτερο ποσοστό μείωσης στα εξεταζόμενα μουσεία. Συγκεκριμένα, το Λούβρο από 9,6 εκατομμύρια επισκέπτες το 2019, έπεσε στους 2,7 εκατομμύρια το 2020, ενώ το Met, από 6,5 εκατομμύρια επισκέπτες, έπεσε στους 1,1 εκατομμύρια (Statista, 2024h ; Lamperti, 2021).

Διάγραμμα 6.1: Το ποσοστό μείωσης των επισκεπτών στα μεγάλα μουσεία τέχνης το 2020



Πηγή: (Lamperti, 2021)

Το Γκούγκενχαϊμ του Μπιλμπάο είχε κλείσει για τρεις μήνες και όταν ξανάνοιξε, εφάρμοσε μείωση χωρητικότητας και ωρών λειτουργίας, με αποτέλεσμα να δεχτεί μόνο 315.908 επισκέπτες το 2020, σημειώνοντας μείωση περίπου 73% από το 2019 (1,2 εκατομμύρια επισκέπτες) (López, 2024a).

Το 2021, και τα τρία μουσεία είχαν αυξητική τάση στην επισκεψιμότητα, με διαφορετική ένταση. Το Λούβρο σημείωσε αισθητά χαμηλό αριθμό επισκεπτών, με μόλις 2,8 εκατομμύρια άτομα να επισκέπτονται το μουσείο, μια αύξηση μόλις 5% από το 2020. Το Μητροπολιτικό και το Γκούγκενχαϊμ είχαν σημαντική αύξηση, από 1,12 εκατομμύρια σε 1,96 εκατομμύρια επισκέπτες, και από 316.000 σε 531.000 αντίστοιχα. Το Λούβρο όμως, εξακολουθούσε να βρίσκεται στην κορυφή της λίστας των μουσείων τέχνης με τις περισσότερες επισκέψεις στον κόσμο το 2020 και το 2021 (Benaiteau, 2021).

Τα συνολικά έσοδα του μουσείου του Λούβρου μειώθηκαν κατά περίπου 41% από το 2019 (260 εκατομμύρια ευρώ), στο 2020 (154 εκατομμύρια ευρώ). Ωστόσο, το 2021 αυξήθηκαν στα 268 εκατομμύρια ευρώ, κυρίως λόγω των επιχορηγήσεων, οι οποίες ανήλθαν στα 200 εκατομμύρια (Statista, 2024i).

Το κλείσιμο του Met από τις 13 Μαρτίου έως τις 29 Αυγούστου 2020, σε συνδυασμό με την επαναλειτουργία του με σημαντικά μειωμένα επίπεδα επισκεπτών, οδήγησε σε σοβαρή μείωση των εσόδων, με απώλειες έως και 150 εκατομμυρίων δολαρίων συνολικών εσόδων και υποστήριξης το οικονομικό έτος 2021. Το οικονομικό έτος 2020, τα έσοδα από εισιτήρια μειώθηκαν κατά 17,5 εκατομμύρια δολάρια (32%) φτάνοντας τα 37,5 εκατομμύρια δολάρια, ενώ τα έσοδα από συνδρομές μειώθηκαν κατά 6,2 εκατομμύρια δολάρια (21%) φτάνοντας τα 22,9 εκατομμύρια δολάρια.

Για να αντιμετωπίσει τις οικονομικές προκλήσεις του 2020, η διοικητική ομάδα του μουσείου εφάρμοσε μέτρα χρηματοδότησης και μείωσης κόστους, δημιουργώντας ταμείο έκτακτης ανάγκης 75 εκατομμυρίων δολαρίων και μειώνοντας τις δαπάνες (Metropolitan Museum of Art, 2020). Επιπλέον, απέλυσε, έθεσε σε αναστολή ή ώθησε σε συνταξιοδότηση το 20% του προσωπικού του (Holmes, 2021).

Το συνολικό εισόδημα του Μουσείου Γκούγκενχαϊμ Μπιλμπάο το 2020, μειώθηκε κατά περίπου 25% σε σύγκριση με το 2019. Η μείωση αυτή αντιστοιχεί σε απώλεια περίπου 8 εκατομμυρίων ευρώ την ίδια περίοδο (Guggenheim Museum Bilbao, 2020b). Το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων του μουσείου το 2020, προήλθε από επιδοτήσεις, δωρεές και κληροδοτήματα, με τις συνδρομές να αντιπροσωπεύουν λιγότερο από ένα εκατομμύριο ευρώ των εσόδων (López, 2024b).

Κατά τη διάρκεια της τετράμηνης διακοπής λειτουργίας του, το Λούβρο έχασε 40 εκατομμύρια ευρώ λόγω της πτώσης των διεθνών επισκεπτών. Ωστόσο, αυτό ωφέλησε τους Παριζιάνους και τους Γάλλους κατοίκους, που μπόρεσαν να απολαύσουν το μουσείο χωρίς τον συνηθισμένο αριθμό ξένων επισκεπτών (Song, 2020). Από τις 6 Ιουλίου έως τις 29 Οκτωβρίου 2020, το 84% των 972.000 επισκεπτών ήταν Γάλλοι. Το μουσείο έδωσε ιδιαίτερη προσοχή σε ευάλωτες κοινότητες, υποδεχόμενο 174 ομάδες από μειονεκτικές περιοχές και μεταφέροντας 768 άτομα στο πλαίσιο του προγράμματος «My Summer, My Region». Επίσης, το πρόγραμμα «Το Λούβρο στο σπίτι» στο Μελάν ενόησε 1.200 κατοίκους, προωθώντας την πρόσβαση στην τέχνη και την εκπαίδευση στις τοπικές κοινότητες (Benaiteau, 2021).

Αντίστοιχα, στο Γκούγκενχαϊμ του Μπιλμπάο, το 2020, το ποσοστό των επισκεπτών από τη Βισκαΐα, αυξήθηκε σημαντικά, κατά 50% σε σύγκριση με το 2019. Συνολικά, 69.861 άτομα από τη Βισκαΐα επισκέφθηκαν τις εκθέσεις, ξεπερνώντας τον αριθμό του 2019 κατά 23.191. Ένα άλλο αξιοσημείωτο γεγονός, ήταν η μείωση της μέσης ηλικίας

των επισκεπτών, με πολλούς νέους και εφήβους, καθώς και οικογένειες, να επισκέπτονται το μουσείο, ειδικά για την έκθεση του Olafur Eliasson (Lulop, 2021).

Παράλληλα, και τα τρία μουσεία, που έκλεισαν εξαιτίας των περιορισμών που εφαρμόστηκαν λόγω του ιού Covid-19, προχώρησαν στην ψηφιοποίηση των συλλογών τους, ώστε να αυξήσουν την προσβασιμότητα στα εκθέματά τους και να αλληλεπιδράσουν με το κοινό τους.

Έτσι, ενώ κατά τη διάρκεια της πανδημίας, τα μουσεία παρέμειναν κλειστά για τους επισκέπτες, το προσωπικό συνέχισε να εργάζεται, εμπλουτίζοντας το καλλιτεχνικό πρόγραμμα και προσφέροντάς το διαδικτυακά μέσω των ιστότοπων των μουσείων και μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό είχε σημαντικά οφέλη για τα μουσεία, καθώς μέσω των διαδικτυακών συλλογών τους, μπορούσαν να προωθήσουν την τέχνη και τον τουρισμό κατά τη διάρκεια της υγειονομικής κρίσης, και να γίνουν πιο καινοτόμα όσον αφορά τη χρήση νέων τεχνολογιών.

Τέλος, το 2022 και το 2023, τα τρία μουσεία σημείωσαν αξιοσημείωτη αύξηση επισκεπτών, επιβεβαιώνοντας την υψηλή ελκυστικότητά τους και την ταχύτητα με την οποία οι επισκέπτες επέστρεψαν μετά την άρση των περιορισμών. Το Λούβρο υποδέχθηκε 7,8 εκατομμύρια επισκέπτες το 2022 (+170% σε σύγκριση με το 2021, -19% σε σύγκριση με το 2019) και 8,9 εκατομμύρια το 2023 (Benaiteau, 2023).

Το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης, παρά την αύξηση, παρέμεινε κάτω από τα προ πανδημίας επίπεδα, με 5,4 εκατομμύρια επισκέπτες το 2023, συνεχίζοντας όμως την ανοδική του πορεία (Statista, 2024k). Αντίθετα, το Μουσείο Guggenheim του Μπιλμπάο είχε την τρίτη καλύτερη χρονιά του το 2022 και το 2023 σημείωσε ρεκόρ με 1.324.221 επισκέπτες, ξεπερνώντας τα προ πανδημίας επίπεδα. Αυτά τα στοιχεία αποδεικνύουν ότι και τα τρία μουσεία παραμένουν υγιή και επιτυχημένα, προσφέροντας σημαντικά οφέλη στους τόπους τους, και δείχνοντας ανθεκτικότητα απέναντι στις αντιξοότητες και τις προκλήσεις (Guggenheim Museum Bilbao, 2023a).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7**Συμπεράσματα**

Ο πολιτισμός και ο τουρισμός διακρίνονται από μια αμοιβαία επωφελή σχέση που μπορεί να ενισχύσει την ελκυστικότητα και την ανταγωνιστικότητα των προορισμών. Ο πολιτισμός θεωρείται πλέον το πιο σημαντικό στοιχείο του τουριστικού προϊόντος και δημιουργεί ιδιαιτερότητες στην παγκοσμιοποιημένη τουριστική αγορά. Ταυτόχρονα, ο τουρισμός ενισχύει τον πολιτισμό και παράγει εισόδημα, κάτι που υποστηρίζει και ισχυροποιεί την πολιτιστική κληρονομιά, και τη δημιουργικότητα.

Ο πολιτιστικός τουρισμός εξελίχθηκε σε μία από τις μεγαλύτερες και ταχύτερα αναπτυσσόμενες παγκόσμιες τουριστικές αγορές και οι βιομηχανίες που παράγουν και διανέμουν πολιτιστικά αγαθά ή υπηρεσίες χρησιμοποιούνται όλο και πιο πολύ για την προώθηση προορισμών. Έτσι τώρα οι προορισμοί αναπτύσσουν περισσότερο τα υλικά και άυλα πολιτιστικά τους πλεονεκτήματα για την δημιουργία συγκριτικών πλεονεκτημάτων και τοπικών ιδιαιτεροτήτων σε μια ολοένα πιο ανταγωνιστική τουριστική αγορά στο σύγχρονο περιβάλλον της παγκοσμιοποίησης.

Ο πολιτισμός εκτός των άλλων αποτελεί και κερδοφόρο αγαθό, διότι πέραν της διατήρησης και του εμπλουτισμού της τοπικής κληρονομιάς, τα οποία συμβάλλουν στη διατήρηση της ταυτότητας μιας κοινότητας, οδηγεί και σε οικονομική ανάπτυξη, δημιουργία θέσεων εργασίας και ενίσχυση του τουρισμού. Ο πολιτισμός διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην τόνωση της περιφερειακής και τοπικής ανάπτυξης, της αστικής αναζωογόνησης και της κοινωνικοοικονομικής τοπικής εξέλιξης και προόδου.

Επίσης, υπάρχει μεγάλη αλληλεπίδραση μεταξύ αστικής πολιτιστικής και οικονομικής ανάπτυξης, καθώς πολλές ευρωπαϊκές πόλεις σχεδιάζουν και εφαρμόζουν πολιτιστικές πολιτικές προκειμένου να γίνουν ελκυστικοί και ανταγωνιστικοί τουριστικοί προορισμοί. Η αλληλεπίδραση αυτή ισχύει και στην περίπτωση των μουσείων, τα οποία αποτελούν έναν από τους βασικούς μοχλούς τόσο για πολιτιστική όσο και για οικονομική ανάπτυξη.

Τα μουσεία αποτελούν κυρίως πολιτιστικούς προορισμούς, αλλά και ως τουριστικοί προορισμοί έχουν αντίκτυπο στην οικονομική δραστηριότητα των τόπων που βρίσκονται. Το πρωταρχικό γνώρισμα των μουσείων σχετίζεται με τις πολιτιστικές αξίες. Ωστόσο, υπάρχει και μια σύνδεση μεταξύ των μουσειακών δραστηριοτήτων και της δημιουργίας τοπικού τουριστικού εισοδήματος. Αυτή η σύνδεση βασίζεται στο γεγονός

ότι οι επισκέψεις στα μουσεία δημιουργούν και οικονομική δραστηριότητα, η οποία σχετίζεται όχι μόνο με τα μουσεία αλλά και με επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου και του λιανικού εμπορίου στην ευρύτερη περιοχή των μουσείων.

Αυτή η δραστηριότητα συμβάλλει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη και την ευημερία των τοπικών κοινωνιών. Επομένως, η υπεραξία που δημιουργείται δεν περιορίζεται μόνο στις πωλήσεις των εισιτηρίων, αλλά διαχέεται ευρύτερα στην τοπική οικονομία, δημιουργώντας και νέες θέσεις εργασίας. Παρατηρείται μια μεταμόρφωση της συμβολικής αξίας των μουσείων σε υλική, ενισχύοντας έτσι την οικονομική τους επίδραση.

Τα μουσεία επίσης, συμβάλλουν στην πολιτιστική εκπαίδευση και ενδυναμώνουν την τοπική ταυτότητα, κάτι που μπορεί να δημιουργήσει μεγαλύτερη εκτίμηση για την περιοχή και τις αξίες της, προσελκύοντας επενδύσεις και συνεργασίες. Ως πολιτιστικοί φορείς τα μουσεία ενισχύουν την κοινωνική συνοχή και την ποιότητα ζωής, κάτι που έμμεσα συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη μέσω της διατήρησης και βελτίωσης του αστικού περιβάλλοντος. Άρα, πέρα από τα άμεσα οικονομικά οφέλη, τα μουσεία λειτουργούν ως μοχλοί ανάπτυξης με ευρύτερες, έμμεσες επιπτώσεις στην κοινωνία και στην οικονομία.

Τα μουσεία, ανάλογα με την τοποθεσία τους, διαφέρουν ως προς την κλίμακα, τον σκοπό, το κοινό και τα χαρακτηριστικά. Υπάρχουν διαφορετικοί τύποι μουσείων, διακρινόμενοι σε μικρής, μεσαίας και μεγάλης κλίμακας, με ανάλογο βαθμού επιπτώσεις στις περιοχές τους.

Τα μουσεία μεγάλης κλίμακας είναι συνήθως μεγάλα μουσεία σε μεγάλες πόλεις, που ξεχωρίζουν για τις σημαντικές συλλογές και την εντυπωσιακή αρχιτεκτονική τους. Αυτά τα μουσεία έχουν μεγαλύτερους προϋπολογισμούς, υποστηριζόμενα από την κυβέρνηση, ιδιώτες χορηγούς, διεθνείς συνεργασίες και πολλές πωλήσεις εισιτηρίων. Αυτό τους επιτρέπει να επενδύουν σε προηγμένη τεχνολογία, υψηλής ποιότητας εκθέσεις και ευρεία διαφημιστική προβολή, κάτι που τα καθιστά ελκυστικά και παγκοσμίως αναγνωρίσιμα, επιδρώντας καθοριστικά στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη των πόλεών τους.

Τα μουσεία μεσαίας κλίμακας δεν έχουν τη φήμη ή το μέγεθος μουσείων παγκόσμιων μεγαλουπόλεων, αλλά παίζουν κρίσιμο ρόλο στην ενίσχυση του τοπικού πολιτισμού και της τουριστικής ανάπτυξης. Εστιάζουν συχνά σε εξειδικευμένα θέματα και λειτουργούν ως πολιτιστικά κέντρα με περιφερειακή και, μερικές φορές, διεθνή επιρροή.

Το βασικό γνώρισμα των μουσείων μικρής κλίμακας είναι η προσέγγιση «από κάτω προς τα πάνω», καθώς τα μουσεία αυτά ανταποκρίνονται στις φιλοδοξίες της κοινότητας, αντιπροσωπεύουν την προσκόλληση των κατοίκων στον τόπο, ενώ ταυτόχρονα εκφράζουν τη θέληση της κοινότητας να επιδιώξει μια ανάπτυξη που επικεντρώνεται στην αξιοποίηση και προστασία της τοπικής κληρονομιάς.

Όσον αφορά στην μελέτη των τριών περιπτώσεων των μουσείων της εργασίας, τα μουσεία του Λούβρου, του Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης της Νέας Υόρκης και του Γκούγκενχάϊμ του Μπιλμπάο, συμβάλλουν σημαντικά στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη των περιοχών τους, αποτελώντας εμβληματικά στοιχεία των πόλεών τους. Είναι κύριοι πόλοι έλξης τουριστών και κορυφαίοι πολιτιστικοί προορισμοί, με μεγαλύτερο ποσοστό προέλευσης τους ξένους επισκέπτες.

Τα τρία μουσεία ενισχύουν την τοπική οικονομία μέσω των δαπανών των επισκεπτών και των ίδιων των μουσείων. Προσελκύουν επισκέπτες και τουρίστες από άλλες περιοχές, οι οποίοι ξοδεύουν χρήματα σε εισιτήρια, αγαθά και υπηρεσίες στον πολιτιστικό χώρο, καθώς και σε διαμονή, εστίαση, αγορές και μεταφορές στην τοπική περιοχή. Αυτή η άμεση δαπάνη ενισχύει τις οικονομικές δραστηριότητες και δημιουργεί επιπλέον επιχειρηματικό κύκλο εργασιών, θέσεις εργασίας, εισόδημα και φορολογικά έσοδα για τις κοινότητές τους.

Επιπλέον, και τα τρία μουσεία διαθέτουν ισοσκελισμένο προϋπολογισμό και συμβάλλουν με δισεκατομμύρια ευρώ στο ΑΕΠ και στην τοπική οικονομική ανάπτυξη των περιοχών τους. Έχουν επίσης παρόμοιες πρακτικές στα εκπαιδευτικά προγράμματα, στις εκδηλώσεις και τις εκθέσεις που διοργανώνουν κάθε χρόνο, με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών από την ευρύτερη περιοχή τους, ενισχύοντας την πολιτιστική ανάπτυξη, την κοινοτική ταυτότητα και κοινωνική συνοχή, ιδιαίτερα μέσω προγραμμάτων που απευθύνονται σε κοινωνικά μειονεκτικά άτομα.

Επομένως, σε συνδυασμό με την μεγάλη προσφορά στις κοινότητές τους, δικαιολογούν τον ορισμό του «μουσείου» από το ICOM ως «μη κερδοσκοπικός οργανισμός, στην υπηρεσία της κοινωνίας».

Τα δύο μεγάλης κλίμακας μουσεία του Λούβρου και του Μητροπολιτικού Μουσείου Τέχνης της Νέας Υόρκης, ευρισκόμενα σε μητροπολιτικές μεγαλουπόλεις, χαρακτηρίζονται ως «παγκόσμια μουσεία», έχοντας τις υψηλότερες επισκεψιμότητες διεθνώς. Στις πόλεις αυτές υπάρχει πλήθος μουσείων που σχηματίζουν ένα «μουσειακό

οικοσύστημα», και καταγράφονται ως σημαντικοί τόποι μουσείων. Τα αστικά κέντρα των μεγαλουπόλεων αυτών προσελκύουν τον μεγαλύτερο αριθμό νέων μουσείων, λόγω της συγκέντρωσης ποικίλων δραστηριοτήτων σε αυτές τις περιοχές. Αυτός ο συνδυασμός της πολλαπλότητας των μουσείων παίζει καθοριστικό ρόλο στην τοπική και τουριστική ανάπτυξή τους.

Το μεσαίας κλίμακας μουσείο Γκούγκενχαϊμ του Μπιλμπάο, αποτελεί ιδιαίτερη περίπτωση, όπου η σχέση μεταξύ πολιτισμού και τουρισμού είναι ακόμη πιο εμφανής σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, και η δημιουργία του μουσείου έφερε πολλούς επισκέπτες στην προηγουμένως διεθνώς άγνωστη πόλη του Μπιλμπάο. Το «Guggenheim effect» βοήθησε το Μπιλμπάο να γίνει κορυφαίος προορισμός πολιτιστικού τουρισμού στην Ευρώπη.

Επομένως, κλείνοντας μπορούμε να πούμε ότι ο πολιτισμός αποτελεί κινητήρια δύναμη της αστικής ανάπτυξης, ιδιαίτερα μέσω της αναγέννησης των πόλεων.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση:

Βερνίκος Ν., Δασκαλοπούλου Σ., Μπαντιμαρούδης Φ., Μπουμπάρης Ν., Παπαγεωργίου Δ. (2005). *‘Πολιτιστικές Βιομηχανίες, Διαδικασίες, Υπηρεσίες, Αγαθά’*, εκδ. Κριτική, Αθήνα

Δερμιτζάκη Κ., Δοξανάκη Τ., Λιναρδάκης Μ. (2009). Πολιτιστικός τουρισμός και τοπικά μουσεία: παράγοντες που επηρεάζουν τη μεταξύ τους σχέση. *Περιοδική Έκδοση του Κέντρου Μουσειακών Ερευνών του Πανεπιστημίου Αθηνών*, Τεύχος 6, 20-29

Δέφνερ, Α., Καραχάλης, Ν. (2012) *‘Marketing και Branding Τόπων: Η Διεθνής Εμπειρία και η Ελληνική Πραγματικότητα’*, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας, ISBN: 9789609439145

Λυριτζής, Ι. & Ορφανίδη, Λ. (2006) *‘Εισαγωγή στη μουσειολογία και στην προληπτική συντήρηση’*, Εκδόσεις Καρδαμίτσα, ISBN: 9789603541905

Ξενόγλωσση:

Ahmed, M. (2023). The impact of sustainability and symbolism of formation in museums. *JES. Journal of Engineering Sciences*, Vol.51, No.5, pp.349–365. <https://doi.org/10.21608/jesaun.2023.182456.1191>

Ajani, O. A., Adeniyi, A. T., & Oyekola, I. A. (2021). Culture and development. *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance*, 1–8. https://doi.org/10.1007/978-3-319-31816-5_981-1

Álvarez-García, Maldonado-Erazo, de la Cruz del Río-Rama, & Castellano-Álvarez. (2019). Cultural Heritage and tourism basis for Regional Development: Mapping of Scientific Coverage. *Sustainability*, 11(21), 6034. <https://doi.org/10.3390/su11216034>

Ambrose T. and Paine C. (2018) *Museum Basics. The International Handbook*, Fourth Edition, London and New York, Routledge

Angelevska-Najdeska, K. and Rakicevik, G. (2012). Planning of sustainable tourism development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 44, 210 – 220. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.022>

Aref, F., Gill, S. S., & Aref, F. (2010). Tourism Development in Local Communities: As a Community Development Approach. *Journal of American Science*, 6(2), 155–161.

Ashton, S., Johnson, E., Nelson, K. R., Ortiz, J., & Wicai, D. (2019). ‘Utah Is Conducting a Pilot Study to Show the Social Impact of the State’s Museums’. <https://artsandmuseums.utah.gov/wp-content/uploads/2019/05/SIS-article-in-AAM-magazine.pdf>

Bachleitner, R., & Zins, A. H. (1999). Cultural tourism in rural communities. *Journal of Business Research*, 44(3), 199–209. [https://doi.org/10.1016/s0148-2963\(97\)00201-4](https://doi.org/10.1016/s0148-2963(97)00201-4)

Baloch, Q. B., Shah, S. N., Iqbal, N., Sheeraz, M., Asadullah, M., Mahar, S., & Khan, A. U. (2022). Impact of tourism development upon environmental sustainability: A suggested framework for sustainable ecotourism. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(3), 5917–5930. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-22496-w>

Bauer, J. E., Sohn, A. P., & Oliveira, B. S. (2019). Cultural tourism: a study on museums and the internet. *Tourism: Vision and Action*, 21(3), 291–308. <https://doi.org/10.14210/rtva.v21n3.p291-308>

Bogan, E., Maria, D., & Grigore, E. (2018). The museum tourism in Bucharest, Romania. *Quality - Access to Success*, 19, 85–91.

Bollo, A. (2013). *Measuring Museum Impacts*, A. Nicholls, M. Pereira, & M. Sani, Eds. The Learning Museum Network Project. ISBN 978-88-97281-11-5

Borg, J. van der, & Russo, A. P. (2005). *The impacts of culture on the economic development of cities: A research into the cultural economies and policies of Amsterdam, Bolzano, Edinburgh, Eindhoven, Klaipeda, Manchester, Rotterdam, Tampere, The Hague and Vienna: Draft September 2005.* : European Institute for Comparative Urban Research : Erasmus University Rotterdam.

Borina, E., & Paunović, I. (2015). The case of Louvre-Lens: Regional regeneration through cultural innovation. *Proceedings of the Singidunum International Tourism Conference - Sitcon 2015*, 248–251. <https://doi.org/10.15308/sitcon-2015-248-251>

Bounia, A. (2017). Cultural Societies and local community museums: A case study of a participative museum in Greece. *Zarządzanie w Kulturze*, 18(1), 29–40.

<https://doi.org/10.4467/20843976zk.17.003.6286>

Bukovská, K., Dolák, J., Drobný, T., Holman, P., Jareš, J., Marcinová, F., Mertová, P., Rutar, V., Senček, R., Šabek, J., Šebek, F., & Vykoupilová, P. (2022). Proceedings of the conference new definition of the museum: Its pros and cons. *Czech ICOM Committee, Association of Museums and Galleries of the Czech Republic*, Technical Museum in Brno. ISBN 978-80-7685-011-8

Calenda. (2016). ‘The Louvre world- One place, many territories’. International conference University of Paris-Sorbonne / Louvre Museum

<https://calenda.org/383979?file=1>

Calvier, C., Casarotti, A., Camors, C., & Soulard, O. (2018). *Mapping the cultural industries: the example of the Paris Region*. Institut Paris Region.

<https://en.institutparisregion.fr/resources/publications/mapping-the-cultural-industries-the-example-of-the-paris-region/>

Capello, R., Cerisola, S., & Perucca, G. (2019). Cultural Heritage, creativity, and Local Development: A Scientific Research Program. *Research for Development*, 11–19.

https://doi.org/10.1007/978-3-030-33256-3_2

CCI Paris-Île-de-France. (2024). *Paris Region: Facts and Figures 2024*. CCI Paris-Île-de-France. ISSN 1958-1270. https://www.cci-paris-idf.fr/sites/default/files/2024-03/Paris%20Region%20Facts%20and%20Figures%202024_BD.pdf

Cerquetti, M. & Montella, M. M. (2015). Museum networks and sustainable tourism management. The case study of Marche region’s museums (Italy). *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, Vol. 5, No 1, pp.100- 125.

Claxton, M. (1994). Culture and development: a study. *World Decade for Cultural Development*, Unesco, Paris, France, 4–61.

- Coffey, W. J., & Polèse, M. (1985). Local development: Conceptual bases and policy implications. *Regional Studies*, 19(2), 85–93.
<https://doi.org/10.1080/09595238500185101>
- Corbos, R. A., & Popescu, R. Irina. (2011). Museums, marketing, tourism and urban development. The British Museum – a successful model for Romanian museums. *Management & Marketing*, IX(2), 303–314.
- Corona, L. (2021). Museums and communication: The case of the Louvre Museum at the COVID-19 age. *Humanities and Social Science Research*, 4(1).
<https://doi.org/10.30560/hssr.v4n1p15>
- Davis, A. (2020). Defining museum. *ICOFOM Study Series*, (48–2), 85–94.
<https://doi.org/10.4000/iss.2385>
- DeCarli, G., & Christophe, L. (2012). Museum, Cultural Center or Both? *Culture and Development*, 17–19. https://www.lacult.unesco.org/docc/museum_cultural_center.pdf
- Deffner, A., Metaxas, T., Syrakoulis, K., & Papatheochari, T. (2009). Museums, Marketing and Tourism Development: The Case of the Tobacco Museum of Kavala. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, Vol.4, No.4, pp.57–76.
- Deffner, A., & Metaxas, T. (2003). The Interrelationship of Urban Economic and Cultural Development: The Case of Greek Museums. *Discussion Paper Series*, 12(4), 57–82.
- El Faouri, B. F., & Sibley, M. (2024). Balancing social and cultural priorities in the UN 2030 Sustainable Development Goals (sdgs) for UNESCO World Heritage cities. *Sustainability*, 16(14), 5833. <https://doi.org/10.3390/su16145833>
- Frey, B. S. (2000). Superstar museums: An economic analysis. *Arts & Economics*, 49–65. https://doi.org/10.1007/978-3-662-04225-0_4
- Frey, B. S., and Meier, S. (2003). The economics of Museums. *Institute for Empirical Economic Research Working Paper*, No. 149. <https://doi.org/10.2139/ssrn.413901>
- International Council of Museums. (2017). The Role of Local and Regional Museums in the building of a People's Europe, European Conference 2017, Bologna (Italia).
<https://www.icom-italia.org/wp->

content/uploads/2019/09/ICOMItalia.ICOMEurope.Atti_The-Role-of-Local-and-Regional-Museums.novembre2017.pdf

Iorio, M., & Wall, G. (2011). Local Museums as catalysts for development: Mamoiada, Sardinia, Italy. *Journal of Heritage Tourism*, 6(1), 1–15.

<https://doi.org/10.1080/1743873x.2010.515311>

Gheorghilaș, A., Caraba, C. C., & Ploaie Teodorescu, M. (2012). Tourism development: An economic recovery opportunity for câmpulung muscel depression. *Human Geographies – Journal of Studies and Research in Human Geography*, 6(2), 63–70.

<https://doi.org/10.5719/hgeo.2012.62.63>

Giddens, A. (2002) ‘Κοινωνιολογία’, 1η έκδοση, Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα

Gill, D. W. (2013). Cultural tourism in Greece at a time of economic crisis. *Journal of Eastern Mediterranean Archaeology and Heritage Studies*, 1(3), 233–242.

<https://doi.org/10.5325/jeasmedarcherstu.1.3.0233>

Godfrey, K., & Clarke, J. (2000). The Tourism Development Handbook: A practical approach to planning and marketing. *Choice Reviews Online*, 37(11). London: Continuum <https://doi.org/10.5860/choice.37-6345>

Grefe, X. (2011). The economic impact of the Louvre. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 41(2), 121–137. <https://doi.org/10.1080/10632921.2011.573323>

Gustafsson, C. and Ijla, A. (2017). Museums – a Catalyst for Sustainable Economic Development in Sweden. *International Journal of Innovative Development and Policy Studies*, 5(2): 1–14.

Heal, S., Keller-Zalewska, D., Kremer, C., Levä, K., Merk, J., Naylor, R., Neamu, D., Sani, M., Stenvers, B., Vuillaume, D., Sacco, P. L., Weide, S. (2016). Money matters: The economic value of museums. *Network of European Museum Organisations*, Karlsruhe, Germany.

Hrivnák, M., Moritz, P., Melichová, K., Roháčiková, O., & Pospíšová, L. (2021). Designing the participation on Local Development Planning: From literature review to adaptive framework for practice. *Societies*, 11(1), 19.

<https://doi.org/10.3390/soc11010019>

Johansson, R. (2007). On Case Study Methodology, *Open House International*, Vol. 32 No. 3, pp. 48-54. <https://doi.org/10.1108/OHI-03-2007-B0006>

Kajzar, P. (2014). Cultural Tourism and World Heritage. 17. *Mezinárodní Kolokvium o Regionálních Vědách. Sborník Příspěvků. 17th International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings*. <https://doi.org/10.5817/cz.muni.p210-6840-2014-117>

Kalla, M., & Metaxas, T. (2023). Good governance, resilience, and sustainable development: A combined analysis of USA metropolises' strategies through the lens of the 100 RC network. *Sustainability*, 15(22), 15895. <https://doi.org/10.3390/su152215895>

Karagiannis, S. (2013). Cultural Tourism as a Development Factor of the Greek Countryside: Research - Suggestions. *Sustainable Development, Culture, Traditions*, Vol 2, 23–33.

Kaupila, P., Saarinen, J., & Leinonen, R. (2009). Sustainable Tourism Planning and Regional Development in peripheries: A nordic view. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9(4), 424–435. <https://doi.org/10.1080/15022250903175274>

Kelly, L. (2006). Measuring the impact of museums on their communities: The role of the 21st century museum. *INTERCOM Conference Paper*, Australian National Maritime Museum.

Kisman, Z. A., & Tasar, I. (2014). The key elements of local development. *Procedia Economics and Finance*, 15, 1689–1696. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(14\)00642-x](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(14)00642-x)

Kumar, S., Kumar, D., Luis Nicolau, J. (2024). How does culture influence a country's travel and tourism competitiveness? A longitudinal frontier study on 39 countries. *Tourism Management*, 100, 104822. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104822>

Ladeiras, A., Mota, A. and Costa, J. (2010). Strategic tourism planning in practice: the case of the Open Academy of Tourism, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 2 No. 4, pp. 357-363. <https://doi.org/10.1108/17554211011074010>

Lennert, J., Csatári, B., Farkas, J. Z., & Mezőszentgyörgyi, D. (2015). Locality-based and place-based development in theory and practice - an example of the Hungarian

countryside. *DETUROPE - The Central European Journal of Tourism and Regional Development*, 7(2), 14–27. <https://doi.org/10.32725/det.2015.013>

Liu, Y.-D. (2012). Cultural events and Cultural Tourism Development: Lessons from the European capitals of culture. *European Planning Studies*, 22(3), 498–514. <https://doi.org/10.1080/09654313.2012.752442>

Lord, B. (2002). Cultural Tourism and Museums. *Lord Cultural Resources Planning and Management Inc*, Seoul, Korea.

Málaga, L. R., & Brown, K. (2023). Museums as tools for Sustainable Community Development. *Communities and Museums in the 21st Century*, 116–136. <https://doi.org/10.4324/9781003288138-8>

Mandić, A., Mrnjavac, Ž, & Kordić, L. (2018). Tourism infrastructure, recreational facilities and Tourism Development. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 41–62. <https://doi.org/10.20867/thm.24.1.12>

Maridakis, G. (2015). The relationship between tourism and culture and the International Cultural Tourism Charter. The example of the Alhambra. (In Greek: Η σχέση τουρισμού - πολιτισμού και η Χάρτα Πολιτιστικού Τουρισμού. Το παράδειγμα της Αλάμπρα.), Open University of Cyprus

Mavragani, E. (2015). Greek museums and tourists' perceptions: An empirical research. *Journal of the Knowledge Economy*, 12(1), 120–133. <https://doi.org/10.1007/s13132-015-0283-2>

Merciu, F.-C., Merciu, G.-L., & Cercleux, A.-L. (2018). The role of museums in the development of cultural tourism. Case study: Bucharest municipality. *Innovative Business Development—A Global Perspective*, 173–186. https://doi.org/10.1007/978-3-030-01878-8_15

Milán-García, J., Uribe-Toril, J., Ruiz-Real, J. L., & de Pablo Valenciano, J. (2019). Sustainable local development: An overview of the state of knowledge. *Resources*, 8(1), 31. <https://doi.org/10.3390/resources8010031>

Miri, S. M., & Shahrokh, Z. D. (2019). *A Short Introduction to Comparative Research*, pp.1–21. Presented at Allameh Tabataba'i University, Faculty of Management & Accounting, Department of Business Management.

- Molinié-Andlauer, M. (2019). From the Louvre Museum to the Louvre territory? *Géographie et Cultures*, (111), 143–164. <https://doi.org/10.4000/gc.12772>
- Mousavi, S. S., Doratli, N., Mousavi, S. N., & Moradiahari, F. (2016). Defining cultural tourism. *International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development (AABES-16)* Dec. 1-2, London, 70–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.15242/IICBE.DIR1216411>
- Navarrete, T., & Villaespesa, E. (2020). Digital Heritage Consumption: The Case of the Metropolitan Museum of Art. *Magazén*, 1(2), 223–248. <https://doi.org/10.30687/mag/2724-3923/2020/02/004>
- Nikolić, M. (2012). ‘City of Museums. Museum Clusters in the Contemporary City’, In Book: *Museum and Design Disciplines*, Editors: Maddalena Dalla Mura, Matteo Ballarin, Publisher: Università IUAV Di Venezia, pp: 147–161.
- O’Connor, M. P., & Latouche, S. (2001). Cultural Development Information and Knowledge. *Principles of Sustainable Development, Encyclopedia of Life Support Systems (EOLSS)*, 2, 127–145.
- OECD. (2001). ‘Best Practices in Local Development’. ISSN: 19901097 (online) <https://doi.org/10.1787/9789264193369-en>
- OECD (2008). ‘The impact of culture on tourism’. <https://doi.org/10.1787/9789264040731-en>
- OECD (2019). Culture and local development: Maximizing the impact. *Local Economic and Employment Development (LEED) Working Papers*. <https://doi.org/10.1787/9a855be5-en>
- Okoko, J. M., Tunison, S., & Walker, K. D. (Eds.). (2023). Comparative Analysis. In *Varieties of Qualitative Research Methods Selected Contextual Perspectives*. pp. 79–84, Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-04394-9_13
- Olson, R. O. (2015). Cultural Tourism: Definitions and Typology – A Research Note. <https://ssrn.com/abstract=3318843>
- Ozoda, S. (2023). The Role and Importance of Museums in the Development of Tourism. *Science and Innovation, International Scientific Journal*, 2(5), 68–71. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7954279>

Pascoal, S., Tallone, L., & Furtado, M. (2021). Learning the role of museums as drivers of development. *Perspectives and Trends in Education and Technology*, 219–228.
https://doi.org/10.1007/978-981-16-5063-5_18

Patel, K. K. (2013). *The Cultural Politics of Europe: European capitals of culture and European Union since the 1980s* (1st Edition). Routledge.

Pauget, B., Tobelem, J.-M., & Bootz, J.-P. (2021). The future of French museums in 2030. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120384.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120384>

Paül i Agustí, D. (2013). Differences in the location of urban museums and their impact on urban areas. *International Journal of Cultural Policy*, 20(4), 471–495.
<https://doi.org/10.1080/10286632.2013.850498>

Pavlogeorgatos, G. and Constantoglou, M. (2004). 'Cultural tourism: The case of Greece', In book: *Cultural industries*, Publisher: Kritiki publications, pp.59-84. Athens, Greece

Piekkola, H., Suojanen, O., & Vainio, A. (2014). Economic impact of museums. University of Vaasa. Levón Institute. Publication 139a. ISBN: 978-952-476-524-4

Pirnazarovna, U. Y. (2024). The Impact of Museum Tourism on Enhancing Quality of Life. *International Journal of Scientific Researchers*, 4(2), 359–363.

Plaza, B., Aranburu, I., & Esteban, M. (2021). Superstar Museums and global media exposure: Mapping the positioning of the Guggenheim Museum Bilbao through Networks. *European Planning Studies*, 30(1), 50–65.
<https://doi.org/10.1080/09654313.2021.1935753>

Plaza, B., and Haarich, S. N. (2013). The Guggenheim Museum Bilbao: Between regional embeddedness and Global Networking. *European Planning Studies*, 23(8), 1456–1475.
<https://doi.org/10.1080/09654313.2013.817543>

Polizzotti, M. (Ed.). (2020). *A time of crisis*. Metropolitan Museum of Art.

Power, A. (2016). *Bilbao City Story*. LSE Housing and Communities, Centre for Analysis of Social Exclusion (CASE), La Fabrique de la Cité. London

- Preko, A., Gyepi-Garbrah, T. F., Arkorful, H., Akolaa, A. A., & Quansah, F. (2020). Museum experience and satisfaction: Moderating role of visiting frequency. *International Hospitality Review*, 34(2), 203–220. <https://doi.org/10.1108/ihr-04-2020-0009>
- Ratnasari, S. L., Susanti, E. N., Ismanto, W., Tanjung, R., Dharma, D. C., & Sutjahjo, G. (2020). An experience of tourism development: How is the strategy? *Journal of Environmental Management and Tourism*, 11(7), 1877. [https://doi.org/10.14505/jemt.v11.7\(47\).26](https://doi.org/10.14505/jemt.v11.7(47).26)
- Rentetzi, M. (2009). The Tobacco Museum of the city of Kavala. *Technology and Culture*, 50(3), 649–657. <https://doi.org/10.1353/tech.0.0292>
- Ros, A. T. (2023). *What Is a Museum in 2023?*. University of Valencia <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.16710.65604>
- Rosardi, R. G., Prajanti, S. D., Atmaja, H. T., & Juhadi. (2021). Sustainable tourism model in Pagilaran Tea Plantation Agrotourism, in Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 16(5), 981–990. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.160519>
- Rowe, J. E. (2009). *‘Theories of local economic development: Linking theory to practice’* (1st Edition). Ashgate. <https://doi.org/10.4324/9781315236315>
- Ruggieri, G. (2015). Tourism development: Concepts and issues. *Tourism Planning & Development*, 13(2), 250–251. <https://doi.org/10.1080/21568316.2015.1106776>
- Saha, S. (2023). Museums Tourism Market Share, Trend & Forecast by 2033: FMI. *Travel and Tourism*. <https://www.futuremarketinsights.com/reports/museum-tourism-sector-overview>
- Sandahl, J. (2019). The museum definition as the backbone of Icom. *Museum International*, 71(1–2), vi–9. <https://doi.org/10.1080/13500775.2019.1638019>
- Sdrali, D., and Chazapi, K. (2007). Cultural Tourism in a Greek Insular Community: The Residents’ Perspective. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 2(2), 61–75
- Sekula, A. (2002). Local development - the definition aspect in the 21st century. *Company at the Turn of the 21st Century*, Politechnika Rzeszowska, Rzeszów, 59–64.

- Sharpley, R. (2014). 15. Sustainability: A barrier to tourism development? *Tourism and Development*, 428–452. <https://doi.org/10.21832/9781845414740-017>
- Silva, M. L., Jacquinet, M. M., & Nobre, Â. L. (2023). Corporate Social Responsibility and management in a glocal context. *Research Anthology on Business Law, Policy, and Social Responsibility*, 256–269. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-2045-7.ch014>
- Simão, J. N., and Partidário, M. R. (2010). How does tourism planning contribute to sustainable development? *Sustainable Development*, 20(6), 372–385. <https://doi.org/10.1002/sd.495>
- Štefan, L. (2023). The Importance of Small Local Museums and Collections – A Look at the Heritage Collection of the City of Novska, Croatia. *ICOM Voices*. <https://icom.museum/en/news/preserving-the-past-engaging-with-the-future-the-importance-of-small-local-museums-and-collections/>
- Su, Z., Aaron, J. R., McDowell, W. C., & Lu, D. D. (2019). Sustainable synergies between the cultural and Tourism Industries: An efficiency evaluation perspective. *Sustainability*, 11(23), 6607. <https://doi.org/10.3390/su11236607>
- Tjarve, B., Klāsons, G., Brutāne, L., Selecka, A. (2021). ‘Museums and tourism: Tendencies and perspectives. Latvia’s Experience during the Pandemic’. https://icom.museum/wp-content/uploads/2022/08/Petijums_LV_angliski.pdf
- Unesco. (2021b). *Cities, culture, creativity: Leveraging culture and creativity for sustainable urban development and inclusive growth*. Paris, France: Unesco Publishing. <https://doi.org/10.58337/IIRA3223>
- United Nations Tourism (2018). *Tourism and Culture Synergies*, UNWTO, Madrid <https://doi.org/10.18111/9789284418978>
- Van Aalst, I., & Boogaarts, I. (2002). From Museum to Mass Entertainment. *European Urban and Regional Studies*, 9(3), 195–209. <https://doi.org/10.1177/096977640200900301>
- Vareiro, L., Sousa, B. B., & Silva, S. S. (2020). The importance of museums in the tourist development and the motivations of their visitors: An analysis of the costume museum in Viana do Castelo. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 11(1), 39–57. <https://doi.org/10.1108/jchmsd-05-2020-0065>

Vella, J., & Cutajar, J. (2014). Small museums in socially deprived areas and identity. *University of Malta, Malta – ICME Conference, Zagreb*.
https://icme.mini.icom.museum/wp-content/uploads/sites/16/2019/01/ICME_2014_John_Vella.pdf

Xiaoran, X. (2018). Folklore Museums and their roles in displaying and preserving communal cultural heritage : The case studies of Yaowarat Chinatown Heritage Center, Bang Lamphu Museum and Bangkokian Museum. *Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD)*. 2648. <https://doi.org/10.58837/chula.the.2018.517>

Zedková, A., & Kajzar, P. (2013). Cultural destinations as one of the most important generators of tourism. *Journal of Economic Literature*, 191–202.

Zhang, C., & Zhu, M. (2020). The integration of culture and tourism: multi-understandings, various challenges and approaches. *Tourism Tribune*, 35(3), 62–71, Guangdong, China

Zhou, D. (2023). Research on intelligent digital management model of metropolitan museum of art in the era of “Cloud exhibition-visit.” *Applied Economics and Policy Studies*, 955–972. https://doi.org/10.1007/978-981-19-7826-5_92

Πηγές από το διαδίκτυο:

Alda, M. (2024). ‘Visitor attractions in Paris - statistics & facts’. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/topics/8937/visitor-attractions-in-paris/#topicOverview> [επισκέφθηκα στις 11/11/2024]

Alexander, L. (2023). ‘15 Top Attractions & Things to Do in Bilbao’. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.planetware.com/tourist-attractions-/bilbao-bilbo-e-vasc-hobbit.htm> [επισκέφθηκα στις 4/12/2024]

ArchDaily (2024). ‘Fondation Maeght Extension / Silvio d’Ascia Architecture’. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.archdaily.com/1021752/fondation-maeght-extension-silvio-dascia-architecture> [επισκέφθηκα στις 11/10/2024]

Ardagh, J. A. C., & Ehrlich, B. (2024). ‘Île Saint-Louis’. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.britannica.com/place/Paris/Ile-Saint-Louis> [επισκέφθηκα στις 11/11/2024]

Benaiteau, M. (2020). ‘9.6 million visitors to the Louvre in 2019’. [Online], διαθέσιμο στην: <https://presse.louvre.fr/9-6-million-visitors-to-the-louvre-in-2019/>

- Benaiteau, M. (2021). '2020: the year in review'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://presse.louvre.fr/2020-the-year-in-review/>
- Benaiteau, M. (2023). '7.8 million visitors to the Louvre Museum in 2022'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://presse.louvre.fr/7-8-million-visitors-to-the-musee-du-louvre-in-2022/>
- Boston, E. (2024). '15 Types of Museums: Unveiling History, Art, and Science'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://the-inkline.com/types-of-museums/> [επισκέφθηκα στις 29/09/2024]
- Bradt, H. (2019). 'Pre-Inca Civilisations at the Tucume Museum'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.worldhistory.org/article/1403/pre-inca-civilisations-at-the-tucume-museum/>
- Chhetri, Y. (2024). 'Most Visited Cities in the World 2024: Statistics'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://wptravel.io/most-visited-cities-in-the-world/> [επισκέφθηκα στις 21/11/2024]
- Clevenard (2023). 'The relationship between culture and tourism'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://clevenard.com/blogs/view/2539/the-relationship-between-culture-and-tourism> [επισκέφθηκα στις 17/08/2024]
- CultureHive (2013). 'The importance of Museums and heritage to Tourism'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.culturehive.co.uk/resources/the-importance-of-museums-and-heritage-to-tourism/>
- Del Olmo, C. (2017). 'The 'Guggenheim Effect': Pride and Prejudices'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.greeneuropeanjournal.eu/the-guggenheim-effect-pride-and-prejudices/> [επισκέφθηκα στις 3/12/2024]
- Dhaliwal, N. (2024). 'Transformation of Bilbao: From industrial past to a vibrant cultural future'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://journeyinspirations.com/europe/spain/bilbao/transformation-of-bilbao-from-industrial-past-to-a-vibrant-cultural-future/> [επισκέφθηκα στις 2/12/2024]
- Ελληνική Στατιστική Αρχή (2023). 'Κίνηση μουσείων και αρχαιολογικών χώρων'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statistics.gr/documents/20181/13143a65-09af-e501-fa6f-cf64dd6c528c>

- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2021). 'Πολιτισμός σε πόλεις και περιφέρειες'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://culture.ec.europa.eu/el/policies/culture-in-cities-and-regions>
- European Data Portal. (2020). 'Guggenheim Bilbao Website'. [Online], διαθέσιμο στην: https://data.europa.eu/sites/default/files/use-cases/spain_-_guggenheim_bilbao.pdf
- Eurostat (2024). 'Culture statistics - cultural employment'. [Online], διαθέσιμο στην: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment [επισκέφθηκα στις 31/10/2024]
- Euskadi Tourism. (2024). 'Guggenheim Museum Bilbao breaks visitor record'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://apps.euskadi.eus/en/tourist-news/guggenheim-museum-bilbao-breaks-visitor-record/aa30-12375/en/>
- Fair, C. (2024). 'The Bilbao Effect: Culture as a catalyst for change in your city'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://resonanceco.com/news/the-bilbao-effect-culture-as-a-catalyst-for-change-in-your-city/> [επισκέφθηκα στις 4/12/2024]
- Faridi, R. (2017). Relationship between culture and tourism is increasing. *Rashid's Blog: An Educational Portal*. [Online], διαθέσιμο στην: <https://rashidfaridi.com/2017/03/21/relationship-between-culture-and-tourism-is-increasing/> [επισκέφθηκα στις 17/08/2024]
- Farook, A. (2022). 'The Bilbao Effect: How the Design of a Museum Transformed The Economy of The City'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.snaptrude.com/blog/the-bilbao-effect-how-the-design-of-a-museum-transformed-the-economy-of-the-city> [επισκέφθηκα στις 30/11/2024]
- Ferrovial (2022). 'Museums' [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.ferrovial.com/en/resources/museums/> [επισκέφθηκα στις 3/10/2024]
- Fogle, J. M. (2024). 'Cultural life in Washington, D.C.' [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.britannica.com/place/Washington-DC/Cultural-life> [επισκέφθηκα στις 17/10/2024]
- Grand View Research. (2022). 'Heritage Tourism Market Size & Share Report, 2022-2030'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/heritage-tourism-market-report> [επισκέφθηκα στις 31/10/2024]

Greeka (2010). 'Pelion Folk Art Museum' [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.greeka.com/thessaly/pelion/sightseeing/folk-museum-makrinita/> [επισκέφθηκα στις 3/10/2024]

Griffiths, A. (2022). 'Frank Gehry's Guggenheim Museum Bilbao is "The greatest building of our time."' *Dezeen*. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.dezeen.com/2022/05/18/frank-gehry-guggenheim-museum-bilbao-deconstructivism/>

Guggenheim Museum Bilbao. (2010). 'Tulips' [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/the-collection/works/tulips> [επισκέφθηκα στις 1/12/2024]

Guggenheim Museum Bilbao. (2011). 'Study of the Economic Impact of the Activities of the Guggenheim Museum Bilbao – Estimation for 2011'. [Online], διαθέσιμο στην: https://prensa.guggenheim-bilbao.eus/src/uploads/2012/09/Estudio_de_Impacto_Economico_2011-ENG.pdf

Guggenheim Museum Bilbao. (2019a). 'Collection of the Guggenheim museum' [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/itineraire/guggenheim-collections> [επισκέφθηκα στις 1/12/2024]

Guggenheim Museum Bilbao. (2019b). 'Maman' [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/the-collection/works/maman> [επισκέφθηκα στις 1/12/2024]

Guggenheim Museum Bilbao. (2020a). 'Infinity Mirrored Room – A Wish for Human Happiness Calling from Beyond the Universe' [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/the-collection/works/infinity-mirrored-room-a-wish-for-human-happiness-calling-from-beyond-the-universe>

Guggenheim Museum Bilbao. (2020b). 'Economic-Financial Information 2020 Guggenheim Museum Bilbao Foundation'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://cms.guggenheim-bilbao.eus/uploads/2021/09/CUENTAS-FUNDACION-2020-EN.pdf>

Guggenheim Museum Bilbao. (2020c). 'The Guggenheim Museum Bilbao launches the digital initiative #GuggenheimBilbaoLive featuring "behind-the-scenes" aspects of the Museum during its temporary closure', *Press Release*.

Guggenheim Museum Bilbao. (2021). 'About the Museum'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/about-the-museum> [επισκέφθηκα στις 30/11/2024]

Guggenheim Museum Bilbao. (2023a). 'The Guggenheim Museum Bilbao welcomes 1,289,147 visitors on the year of its 25th anniversary'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/press-room/press-releases/the-guggenheim-museum-bilbao-welcomes-1289147-visitors-on-the-year-of-its-25th-anniversary> [επισκέφθηκα στις 5/12/2024]

Guggenheim Museum Bilbao. (2023b). 'Economic-Financial Information 2023 Guggenheim Museum Bilbao Foundation'. <https://cms.guggenheim-bilbao.eus/uploads/2024/09/CUENTAS-FUNDACION-2023-EN.pdf>

Heathcote, E. (2024). 'Fondation Maeght: How One Couple Created France's First Art Institution'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.sothebys.com/en/articles/fondation-maeght-how-one-couple-created-frances-first-art-institution>

Heather. (2024). '19 Best things to do in Bilbao, Spain'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.heatheronhertravels.com/things-to-do-in-bilbao-spain/> [επισκέφθηκα στις 1/12/2024]

Hinton Magazine. (2022). '174,103 people visited the Guggenheim Museum Bilbao this summer'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.hintonmagazine.com/post/174-103-people-visited-the-guggenheim-museum-bilbao-this-summer> [επισκέφθηκα στις 5/12/2024]

History of Museums. (2024a) 'History of Museums'. [Online], διαθέσιμο στην: <http://www.historyofmuseums.com/> [επισκέφθηκα στις 31/10/2024]

History of Museums. (2024b) 'Different Types of Museums'. [Online], διαθέσιμο στην: <http://www.historyofmuseums.com/museum-facts/types-of-museum/> [επισκέφθηκα στις 29/09/2024]

History Tools. (2024). 'The Metropolitan Museum of Art: A Cultural Landmark in Perspective'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.historytools.org/stories/the-metropolitan-museum-of-art-a-cultural-landmark-in-perspective>

- Holmes, H. (2021). 'The Met Is Reducing Visitor Capacity in Light of the Covid-19 Surge'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://observer.com/2021/12/the-met-is-reducing-visitor-capacity-in-light-of-the-covid-19-surge/> [επισκέφθηκα στις 29/11/2024]
- Insee. (2024). 'GDP in value (current prices) - Île-de-France'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.insee.fr/en/statistiques/serie/010751748> [επισκέφθηκα στις 18/12/2024]
- Insete. (2023). 'Greece Reputation Tracker'. [Online], διαθέσιμο στην: https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/12/INSETE-Quarterly-report-TRAVELSAT-Q3-2023_En.pdf
- International Council of Museums. (2022) 'Museum definition'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>
- Kulturaren Euskal Behatokia (2023). 'Culture and Tourism: Executive Summary'. [Online], διαθέσιμο στην: https://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/keb_argit_23_kultura_turismoa/eu_def/adjuntos/KEB-OVC_2023_Culture-and-tourism-Executive-summary.pdf [επισκέφθηκα στις 17/08/2024]
- Lamperti, G. (2021). 'Which are the world's most visited museums?' [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.domusweb.it/en/art/2021/04/15/maps-of-the-worlds-most-visited-museums.html> [επισκέφθηκα στις 21/11/2024]
- Lewis, G. D. (2024). 'Museum Cultural Institution'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.britannica.com/topic/museum-cultural-institution> [επισκέφθηκα στις 31/10/2024]
- Liu, S. (2023). 'Top 10 History and Culture Destinations in the US'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/chart/30458/top-10-history-and-culture-destinations-in-the-us/> [επισκέφθηκα στις 23/11/2024]
- López, A. M. (2023). 'Museums in Spain - statistics & facts'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/topics/11128/museums-in-spain/#topicOverview>
- López, A. M. (2024a). 'Guggenheim Museum Bilbao: annual attendance 2010-2022'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/781335/annual-number-of-visitors-in-the-museum-guggenheim-in-bilbao/>

- López, A. M. (2024b). 'Guggenheim Museum-Bilbao's revenue 2020, by source'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/771645/income-by-kind-of-the-museum-guggenheim-in-bilbao/>
- López, A. M. (2024c). 'Guggenheim Museum Bilbao: annual attendance 2023, by origin'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/765303/visitors-of-the-museum-guggenheim-in-bilbao-by-origin/>
- Lulop. (2021) '315.908 people visited the Guggenheim Museum Bilbao in 2020'. [Online], διαθέσιμο στην: https://lulop.com/en_EN/post/show/199401/315908-people-visited-the-gugg.html [επισκέφθηκα στις 4/12/2024]
- Luo, A. (2019). 'Content Analysis | Guide, Methods & Examples'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.scribbr.com/methodology/content-analysis/>
- Lydia, B. (2021). 'Museums: Different Types and Their Purposes'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.gooroo.com/blog/different-types-of-museums/> [επισκέφθηκα στις 28/09/2024]
- McCombes, S. (2019). 'What Is a Case Study? | Definition, Examples & Methods'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.scribbr.com/methodology/case-study/>
- Metropolitan Carpet. (2024). 'Metropolitan Museum of Art, New York'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://metropolitancarpet.com/events/3/metropolitan%20museum> [επισκέφθηκα στις 17/11/2024]
- Metropolitan Museum of Art. (2009). 'Metropolitan Museum Exhibitions Create \$593 Million Economic Impact for New York'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.metmuseum.org/press/news/2009/metropolitan-museum-exhibitions-create-593-million-economic-impact-for-new-york> [επισκέφθηκα στις 26/11/2024]
- Metropolitan Museum of Art. (2013). 'Three Metropolitan Museum Exhibitions Stimulate \$742 Million 2013 Economic Impact for New York'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.metmuseum.org/press/news/2013/economic-impact-release-october-2013> [επισκέφθηκα στις 27/11/2024]
- Metropolitan Museum of Art. (2016a). 'Greek and Roman Art'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.metmuseum.org/about-the-met/collection-areas/greek-and-roman-art>

Metropolitan Museum of Art. (2016b). 'Educators'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.metmuseum.org/learn/educators> [επισκέφθηκα στις 23/11/2024]

Metropolitan Museum of Art. (2016c). '\$946 Million in Spending in New York Generated by Visitors to Three Exhibitions at Metropolitan Museum in summer 2015'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.metmuseum.org/press/news/2016/economic-impact-2015> [επισκέφθηκα στις 27/11/2024]

Metropolitan Museum of Art. (2019). 'The Met Welcomed More Than 7 Million Visitors in Fiscal Year 2019'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.metmuseum.org/press/news/2019/fy-2019-attendance> [επισκέφθηκα στις 22/11/2024]

Metropolitan Museum of Art. (2020). 'Annual Report, Audited Financial Statements, Members Report, and IRS Form 990'. *Annual report 2019–2020*. . [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.metmuseum.org/support/annual-reports> [επισκέφθηκα στις 29/11/2024]

Metropolitan Museum of Art. (2021). 'History of the Museum'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.metmuseum.org/about-the-met/history> [επισκέφθηκα στις 18/11/2024]

Metropolitan Museum of Art. (2024). 'Annual Report, Audited Financial Statements, Members Report, and IRS Form 990'. *Annual report 2023–2024*.
<https://www.metmuseum.org/support/annual-reports>

Mora, G. (2022). 'And the cities with the most museums in the world are...' [Online], διαθέσιμο στην: <https://desalas.com/en/and-the-cities-with-the-most-museums-in-the-world-are> [επισκέφθηκα στις 16/10/2024]

Murgana, I. (2023). 'Mamoiada: the charm of Mediterranean masks'. [Online], διαθέσιμο στην: <http://www.cittaturistica.it/cultura/mamoiada-fascino-delle-maschere-mediterranee> [επισκέφθηκα στις 31/10/2024]

Musée Zadkine. (2024). 'Museum of the City of Paris'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.zadkine.paris.fr/en/museum/specific-institution/museum-city-paris> [επισκέφθηκα στις 31/10/2024]

National Development Fund. (2023). 'Cultural Development' [Online], διαθέσιμο στην: <https://ndf.gov.sa/en/cultural-development/> [επισκέφθηκα στις 6/8/2024]

National Museum Directors' Council (2013). 'Museums and Tourism'. [Online], διαθέσιμο στην:

https://www.nationalmuseums.org.uk/media/documents/what_we_do_documents/nmdc_museums_and_tourism_briefing_2013.pdf [επισκέφθηκα στις 24/10/2024]

NYC Tourism. (2015). 'The Big 5: Most-Visited Museums in NYC'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.nyctourism.com/articles/the-big-5-most-visited-museums-in-nyc/> [επισκέφθηκα στις 22/11/2024]

Ostberg, R. (2024). 'Louvre museum, Paris, France'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.britannica.com/topic/Louvre-Museum> [επισκέφθηκα στις 11/11/2024]

Rebecca, S. (2015) 'What can museums choose to exhibit or promote define the character of their cities?' [Online], διαθέσιμο στην: <https://museumquestions.com/2015/09/21/can-what-museums-choose-to-exhibit-or-promote-define-the-character-of-their-cities/>

Road Genius. (2023). 'Louvre Museum Tourism Statistics'. [Online], διαθέσιμο στην: https://roadgenius.com/statistics/tourism/france/louvre-museum/#Louvre_Museum_Inbound_Travel_Statistics_for_2019 [επισκέφθηκα στις 13/11/2024]

Rodini, E. (2017). 'Museums and politics: the Louvre, Paris' [Online], διαθέσιμο στην: <https://smarthistory.org/museums-politic-louvre/>

Shaw, H. (2023). 'Why Should I Visit The Louvre Museum?' [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.monumentsandsights.com/why-should-i-visit-the-louvre-museum/>

Song, V. (2020). 'How the Pandemic Is Giving the Louvre Back to Parisians'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.smithsonianmag.com/travel/how-pandemic-giving-louvre-back-parisians-180975261/>

Statista. (2023a). 'Museums worldwide - statistics & facts'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/topics/7489/museums-worldwide/#topicOverview> [επισκέφθηκα στις 31/10/2024]

Statista. (2023b). 'U.S. New York arts and cultural production industry value added to GDP 2001-2021'. [Online], διαθέσιμο στην:

<https://www.statista.com/statistics/1129056/new-york-arts-and-cultural-production-industry-value-added-to-us-gdp/> [επισκέφθηκα στις 25/11/2024]

Statista. (2023c). 'Industry revenue of "museums" in New York 2012-2024'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/forecasts/1206739/museums-revenue-in-new-york> [επισκέφθηκα στις 25/11/2024]

Statista. (2023d). 'Revenue, support, and transfers of the Metropolitan Museum of Art 2018-2024'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/258520/metropolitan-museum-of-art-revenue-support-and-transfers/> [επισκέφθηκα στις 25/11/2024]

Statista. (2024a) 'Museums with the highest attendance in Europe from 2019 to 2023'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/747942/attendance-at-leading-museums-in-europe/>

Statista. (2024b) 'Average number of visitors per day to the Louvre in Paris 2007-2023'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/1411775/louvre-museum-daily-visitors/>

Statista. (2024c) 'Number of international tourist arrivals in selected cities and destinations in Europe from 2019 to 2023'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/487572/leading-european-city-destinations/>

Statista. (2024d) 'Leading city tourism destinations in Europe from 2019 to 2023, by number of bed nights'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/314340/leading-european-city-tourism-destinations-by-number-of-bednights/>

Statista. (2024e) 'Revenue of libraries, archives, museums, and other cultural activities in France from 2017 to 2022'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/1434261/revenue-museums-libraries-archives-france/>

Statista. (2024f) 'Number of museums in France as of September 2024, by region'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/1420539/museums-by-regions-france/>

Statista. (2024g) ‘Most visited museums and cultural attractions in Paris 2019-2022’. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/631310/leading-cultural-venues-paris-by-visitor-number/>

Statista. (2024h) ‘Number of visitors to the Louvre in Paris 2007-2023’. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/247419/yearly-visitors-to-the-louvre-in-paris/>

Statista. (2024i) ‘Income of the Louvre Museum in Paris 2019-2023, by type’. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/1536986/louvre-museum-paris-income-by-type/>

Statista. (2024j) ‘Self-generated income of the Louvre Museum in Paris 2023, by type’. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/1537002/louvre-museum-paris-self-generated-income-by-type/>

Statista. (2024k). ‘Number of visitors to the Metropolitan Museum of Art in New York 2007-2023’. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/247422/yearly-visitorship-to-the-metropolitan-museum-of-art-in-new-york/> [επισκέφθηκα στις 21/11/2024]

Statista. (2024l). ‘Most visited art museums worldwide from 2019 to 2023’. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/246293/art-museums-by-total-attendance-worldwide/> [επισκέφθηκα στις 21/11/2024]

Statista. (2024m). ‘Leading city destinations in the United States in 2019, by number of international arrivals’. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/381854/leading-city-destinations-by-number-of-arrivals-in-the-us/>

Statista. (2024n). ‘Most visited cities by international tourists in the United States in 2023’. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/1534846/most-visited-cities-inbound-tourists-us/>

Statista. (2024o). ‘Net income of the Louvre Museum in Paris 2019-2023’. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.statista.com/statistics/1536976/louvre-museum-paris-net-income/>

Unesco. (2014). 'Culture & Sustainable Development'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.unesco.org/en/sustainable-development/culture> [επισκέφθηκα στις 6/8/2024]

Unesco. (2016). 'Indigenous and local knowledge(s) and science(s) for sustainable development'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246104> [επισκέφθηκα στις 6/8/2024]

Unesco. (2020). 'Museums around the world in the face of COVID-19'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530>

Unesco. (2021a). 'Cutting Edge | Culture and the City: forging place-based & people-centered public policies'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.unesco.org/en/articles/cutting-edge-culture-and-city-forging-place-based-people-centered-public-policies>

Unesco. (2022a). 'About the Culture Sector'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.unesco.org/en/culture/about> [επισκέφθηκα στις 6/8/2024]

Unesco. (2022b). 'Museums'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://en.unesco.org/themes/museums> [επισκέφθηκα στις 14/10/2024]

Unesco. (2023). 'About Museums'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.unesco.org/en/museums/about> [επισκέφθηκα στις 14/10/2024]

Unesco. (2024). 'Culture Protecting Our Heritage and Fostering Creativity'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.unesco.org/en/culture> [επισκέφθηκα στις 6/8/2024]

United Nations Tourism (2019a) 'Glossary of Tourism Terms' [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> [επισκέφθηκα στις 8/8/2024]

United Nations Tourism (2019b) 'EU Guidebook on Sustainable Tourism for Development' [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.unwto.org/EU-guidebook-on-sustainable-tourism-for-development> [επισκέφθηκα στις 8/8/2024]

United Nations Tourism (2023). 'Tourism and Culture'. [Online], διαθέσιμο στην: <https://www.unwto.org/tourism-and-culture> [επισκέφθηκα στις 17/08/2024].

WTTC. (2023) 'WTTC Reveal Paris as the World's Most Powerful City Destination'.
[Online], διαθέσιμο στην: <https://wttc.org/news-article/wttc-reveal-paris-as-the-worlds-most-powerful-city-destination>

Zandt, F. (2024). 'The World's Most-Visited Museums' [Online], διαθέσιμο στην:
<https://www.statista.com/chart/18141/museums-with-the-highest-attendance-figures/>