

ΚΥΒΟΣ

Κέντρο Υφαντικής Βόλου [:]

Στόχος του πρότζεκτ είναι η δημιουργία ενός δικτύου μουσείων με αναπτυξιακό για διάφορες πόλεις χαρακτήρα. Σε αυτό συμμετέχουν περιφερειακές Ευρωπαϊκές πόλεις που ανήκουν σε ένα δίκτυο φθηνών αεροπορικών αερογραμμών. Στόχο αποτελεί η φιλοξενία περιοδικών εκθέσεων σημαντικών μουσείων του κόσμου και η πλαisiώση τους από ένα κέντρο μουσειακού και παιδαγωγικού χαρακτήρα που συνδέεται με την τοπική παραγωγικότητα, την ιστορία της και την παράδοση της. Ως case study επιλέγεται ο Βόλος, η υφαντική τέχνη και η κλωστοϋφαντουργία, που αναπτύχθηκαν ιδιαίτερα στην περιοχή κατά τον 19^ο και 20^ο αι.

ΚΥΒΟΣ

Επιβ.Καθ. Ίρις Λυκουριώτη

Φοιτ. Αποστολία Σοφιάδη

KYBOÇ

Weaving Center Volos [?]

The aim of the project is to create a network of museums affecting the cities' economic and cultural growth. Its participants are regional European cities belonging to a network of cheap air airlines. The aim is to host temporary exhibitions of important museums of the world encircled by a museum-type and educational center related to local productivity, its history and tradition. As case study the city of Volos is selected and the art of weaving and textiles, developed particularly in the area during the 19th and 20th century.

KYBOÇ

Prof . Iris Lykourioti

Stud . Apostolia Sofiadi

KYBO?

Θα ήθελα να ευχαριστήσω την καθηγήτρια μου Ίριδα για την πολύτιμη καθοδήγηση που μου προσέφερε κατά την ανάπτυξη της διπλωματικής εργασίας, την οικογένεια μου χωρίς την στήριξη της οποίας δεν θα φοιτούσα στη σχολή, την Στέλλα, τον Κρητικό μου και την Ελένη για την καθοριστικής σημασίας συνδρομή τους στο πρότζεκτ, καθώς και τους κ. Φιλιππιτζή, Δημήτρη, Θέκλα, Γωγώ, Μαρία, Ανδρέα, Λένα, Θεία Δέσποινα, κ. Σάκη, Τζιμάκο, Άγγελο και Αργύρη, Σταυρούλα και Χριστιάνα για τη βοήθεια που μου προσέφεραν στο πρότζεκτ.

A. ΤΟ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Μουσείο:

- Δίκτυο μουσείων
- Οικομουσείο
- Λαογραφικό μουσείο
- Target group
- Μάρκετινγκ τύπου
- Πολιτιστική βιομηχανία: Designers+Μάστορες
- Ο εκθεσιακός χώρος

Ιστορική αναδρομή:

- Λαϊκή τέχνη: Η Υφαντική και η Κεντητική
- Κλωστοϋφαντουργία
- Η παράδοση της 'κλωστής' στο Βόλο
- Η εξέλιξη της περιοχής των Παλαιών της πόλης του Βόλου και η ανάπτυξη του λιμανιού. Οι πέτρινες αποθήκες του τελωνίου.

Επανάχρηση βιομηχανικής κληρονομιάς

Η έννοια της πλατείας και του δρόμου

B. ΤΟ ΠΡΟΤΖΕΚΤ

Concept:

- 'Μουσείο Αποθήκη'
- 'ΚΥΒΟΣ'

Το πρόγραμμα:

- Εργαστήριο Υφαντικής, Industrial Weaving, Βαφής και Εκτύπωση, Πρόσμιξης Υλικών, Μεταλλουργείο, Ξυλουργείο.
- Εκθεσιακός χώρος Μουσείου Αποθήκη, Παιδότοπος, Καφέ-Σουβενίρ

Η χάραξη. Πορεία. Τελική ανάπτυξη.

Ο εκθεσιακός χώρος

Η βαθύτερη επιθυμία πίσω από αυτό το πρότζεκτ είναι η δημιουργία ενός μουσείου. Τι είναι όμως μουσείο; Και τι ρόλο έχει ένας τέτοιος οργανισμός στην Ελλάδα κατά την περίοδο της κρίσης, και πιο συγκεκριμένα σε μια περιφερειακή, ελληνική πόλη; Τι μπορεί να προσφέρει η δημιουργία ενός ακόμη τέτοιου θεσμού στην τοπική κοινωνία; Αυτό είναι το βασικό ερώτημα γύρω από οποίο αναπτύχθηκε το συγκεκριμένο πρότζεκτ. Τέθηκε το ζήτημα οικονομικής αυτονομίας και ενίσχυσης της τοπικής οικονομίας. Γι' αυτό έγινε μια στροφή προς τις έννοιες διαχείριση μουσείων και μάρκετινγκ τόπου (place branding).

ΜΟΥΣΕΙΟ

- Μουσείο

‘Μουσείο: Οργανισμός μόνιμος, χωρίς κερδοσκοπικό χαρακτήρα, υποταγμένος στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξης της και ανοιχτός στο κοινό, ο οποίος αποκτά, συντηρεί, μελετά, κοινοποιεί εκθέτει υλικές μαρτυρίες του ανθρώπου και του περιβάλλοντος του με σκοπό τη μελέτη, την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία’. ICOM (Οικονόμου 2003, σ.16)

Το μουσείο στη σύγχρονη εποχή είναι ένας ζωντανός θεσμός με αμιγώς κοινωνική βάση. Η μη ολική συσχέτιση του με το κοινωνικό γίνεσθαι σημαίνει την απονέκρωση του. Κατά την εποχή της κρίσης ο ρόλος του δεν μπορεί να περιοριστεί στην καταγραφή και αφήγηση της ιστορίας, στην κριτική προσέγγιση της κοινωνικής δομής και τη συν-δημιουργία συνειδήσεων, στην εκπαίδευση και την ψυχαγωγία, αλλά να αποκτήσει οικονομική αυτονομία, ενεργό ρόλο ενίσχυσης της τοπικής οικονομικής δραστηριότητας, αποτελώντας έναν πόλο δημιουργικότητας και καινοτόμων ευκαιριών.

Η ανάγκη δημιουργίας ενός θετικού προφίλ οδήγησε κάποιες επιχειρήσεις να αναπτύξουν πολιτιστική δράση. Με αυτόν τον τρόπο πολλά μουσεία ανταποκρίνονται στην οικονομική πρόκληση της αυτονομίας τελώντας τις λειτουργίες τους υπό την αιγίδα μιας επιχείρησης, όπως το Μουσείο Τυπογραφίας της Εφημερίδας Θεσσαλίας, ή το δίκτυο μουσείων της Τράπεζας Πειραιώς. Επιπρόσθετα, πολλά πανεπιστημιακά ιδρύματα, κυρίως του εξωτερικού, όπως το UCL (London) ή ερευνητικά ιδρύματα, όπως το Noesis, διατηρούν μουσειακούς χώρους και συλλογές.

Η Ελλάδα βρίθκει από περιφερειακά αρχαιολογικά και λαογραφικά μουσεία, τα οποία στις περισσότερες περιπτώσεις αδυνατούν να ενσωματωθούν στις κοινωνικές λειτουργίες και να ανταποκριθούν στα λειτουργικά κόστη.

- Οικομουσείο

Από τη δεκαετία του 1960 αναπτύσσεται στη Γαλλία η έννοια του οικομουσείου ‘ecomusee”. Στην περιοχή Le Creusot, μια από τις σημαντικότερες βιομηχανικές περιοχές της Γαλλίας που είχε παρακμάσει, ιδρύεται το νέου τύπου μουσείο που ενσωματώνει όλες τις βιομηχανικές υποδομές, σε μια προσπάθεια αναπτέρωσης του ηθικού της τοπικής κοινωνίας και δημιουργία μιας πηγής νέων ευκαιριών (Οικονόμου 2003, σ.45-7).

‘Στόχος των οικομουσείων είναι να αποτελούν κέντρα ενημέρωσης για την τοπική κοινότητα στην οποία ανήκουν και με την οποία συνεργάζονται στενά και να προωθούν εναλλακτικούς τρόπους σκέψης πάνω σε ιστορικά και κοινωνικά θέματα’.

‘Είναι ένας καθρέπτης για τον τοπικό πληθυσμό να δει τον εαυτό του για να ανακαλύψει την ίδια του την εικόνα, και στον οποίο αναζητά μια εξήγηση για το περιβάλλον με το οποίο είναι συνδεδεμένος και για τους πληθυσμούς που προηγήθηκαν πριν από αυτόν. [...] Ο επισκέπτης δεν είναι ένας παθητικός καταναλωτής, αλλά ένας δημιουργός, που μπορεί και θα πρέπει να συμμετέχει στην κατασκευή του μέλλοντος – το ερευνητικό πεδίο του μουσείου’. George –Henri Riviere (Οικονόμου 2003, σ.45-7).

- **Λαογραφικό μουσείο**

Σε ό,τι αφορά την έκθεση των εκθεμάτων, οι επιλογές για ένα λαογραφικό μουσείο είναι είτε να αποκοπούν τα αντικείμενα από το περιβάλλον τους και να επανατοποθετηθούν σε ένα κατασκευασμένο περιβάλλον, είτε να διατηρηθούν στο περιβάλλον τους και να μετατραπούν σε μουσειακά αντικείμενα. Στην πρώτη προσέγγιση το περιβάλλον μετατρέπεται σε μουσειακό χώρο. Η διάκριση μεταξύ πόρτας και έκθεσης, επίπλων και κτιρίου, τοπίου και μουσειακού χώρου γίνεται θολή. Από την άλλη η επανερμηνεία των αντικειμένων ως αυτόνομα αντικείμενα, εκτός περικειμένου, μπορεί να μετατοπίσει το ενδιαφέρον στις υλικές τους ιδιότητες και την αισθητική τους αξία (Savas 2011, σελ.1).

Ωστόσο, η εκτίμηση των έργων λαϊκής τέχνης δεν βασίζεται μόνο στην αισθητική τους αξία, αλλά στην ικανότητα του ‘άνωνυμου να συγγραφέα’ να αντανακλά την κουλτούρα και τις τοπικές αξίες των καθημερινών πρακτικών. Συμβολισμοί, υλικά, τεχνικές, χρώματα, μοτίβα αποτελούν πληροφορίες για την ερμηνεία της καθημερινότητας. Η αναπαραγωγή ενός αντικειμένου χαρακτηρίζεται ως ‘απομίμηση’. Αντίθετα, αν οι παραδοσιακές μέθοδοι παραγωγής εφαρμόζονται σε ένα αυστηρό πλαίσιο, με τη χρήση άρτιων πρώτων υλών, την τεχνική, τη χειρωνακτικότητα, τότε ακόμη και μια replica αποκτά την αξία του συλλέγειν. Τα αντικείμενα λαϊκής τέχνης τελειοποιούνται καθώς περνούν από γενεά σε γενεά και η αξία τους μετράται με την επιτυχία του εκπαιδευόμενου έναντι του δασκάλου. Για να αξιολογηθεί η αισθητική τους αξία κατά το πέρασμα το γενεών, η αναπαραγωγή τους είναι απαραίτητη. Υπό αυτή την έννοια η αυθεντικότητα τους και η καλλιτεχνική τους αξία σε ένα λαογραφικό μουσείο αποκτά νέα σημασία που αποκολλάται από τους παραγωγούς και την περίοδο παραγωγής τους. Τα αντικείμενα λαϊκής τέχνης πρέπει να γίνουν αντιληπτά ως άχρονα. Οι διαδικασίες παραγωγής τους είναι παραδοσιακές και γι’ αυτό αποκτούν αξία (Savas 2011, σελ.5-11).

- **Target group**

Σύμφωνα με μια έρευνα κοινού που διεξήχθη από δύο ερευνητές χρησιμοποιώντας μια αλγοριθμική μέθοδο ανάλυσης, το κοινό του μουσείου διακρίνεται με βάση το κίνητρο επίσκεψης του μουσείου σε τρεις τύπους επισκεπτών, τους ‘αναζητητές της γνώσης’, τους ‘έχοντες ένα ενδιαφέρον’ και τους ‘μη έχοντες κίνητρο’ . Το προφίλ των ‘αναζητητών της γνώσης’ διακρινόταν από ντόπιους κατοίκους με υψηλό μορφωτικό επίπεδο ή τουρίστες με ή χωρίς οικογένεια. Το μεγαλύτερο γκρουπ αποτελούνταν από τους ‘έχοντες ένα

ενδιαφέρον, οι οποίοι ξόδευαν ένα μεγάλο μέρος του χρόνου τους στο μαγαζί του μουσείου ξεφυλλίζοντας βιβλία, αγοράζοντας σουβενίρ, ενώ προτιμούσαν κυρίως τις περιοδικές εκθέσεις. Ο τύπος που συγκεντρώνει ένα μουσείο μπορεί να αποδειχθεί μόνο μετά από διεξαγωγή in situ έρευνας κοινού (Brida, Disegn, Scuderi 2012, σελ. 8-9). Ωστόσο, χρησιμοποιώντας τη γνώση αυτή, μπορεί να υποτεθεί ότι η καμπάνιες προώθησης ενός μουσείου θα έπρεπε να έχουν ως target group επισκέπτες υψηλού μορφωτικού επιπέδου και τουρίστες, ενώ η πολιτική οργάνωσης του καταστήματος του μουσείου θα πρέπει να βασίζεται σε ποικιλία βιβλίων, αντικειμένων, και να συνδέεται κάθε φορά με την εκάστοτε περιοδική έκθεση.

- Δίκτυο μουσείων

Μια νέα τάση στο χώρο των μουσείων είναι η δημιουργία δικτύου. Τα δίκτυα μουσείων είναι όργανα μετάδοσης της κουλτούρας με έναν ευρύ τρόπο, με αμοιβές σε κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο. Στόχος είναι νέες μορφές συνεργασίας μεταξύ των ατόμων και των θεσμών, και μια διαφοροποίηση ως προς τις δραστηριότητες και τη λειτουργία τους. Οι αντικειμενικοί στόχοι ενός δικτύου μουσείων είναι η συμμετοχή σε παγκόσμια δίκτυα, η εκμετάλλευση του δυναμικού των υπερτοπικών δυνατοτήτων, η εκμετάλλευση της προόδου της τελεματικής, η ανάπτυξη τουριστικής προσέλευσης, η ενσωμάτωση διαφορετικών μορφών δικτύων που διακρίνονται σε πραγματικά και εικονικά (ψηφιακά).

Τα ψηφιακά δίκτυα επιτρέπουν σε μικρότερους οργανισμούς να αποκτήσουν αναγνωσιμότητα και να γίνουν ικανά να ανταγωνιστούν/συνεργαστούν με τα μεγαλύτερα μουσεία. Με αυτόν τον τρόπο τα μουσεία μετατρέπονται σε εργαλεία ενδυνάμωσης της εικόνας μιας πόλης ή μιας περιοχής και της αίσθησης του ανήκειν των κατοίκων, σε κινητήριο δύναμη από οικονομική και τουριστική άποψη, συνδέονται στενά με την περιοχή τους, αλλά συγχρόνως αποκτούν μεγάλες δυνατότητες να ανοιχτούν στον υπόλοιπο κόσμο (Scrofani, Ruggiero 2013, σ. 1).

Τα δίκτυα μεταξύ των μουσείων γενικά έχουν κάθετες, συγκεντρωτικές, οργανωτικές δομές, ενώ η ανάπτυξη εικονικών δικτύων πολλαπλασιάζει τις οριζόντιες δομές και φέρνει κάθετα και οριζόντια δίκτυα μαζί. Τα εικονικά (ψηφιακά) δίκτυα επιτρέπουν στους συμμετέχοντες να μειώσουν τα κόστη τους, αν και πρωταρχικός στόχος είναι η ανταλλαγή απτών και άυλων πόρων (πληροφορίες, χρήμα, εξοπλισμό, υλικά, πελάτες και προμηθευτές, ειδικές υπηρεσίες), δημιουργούν μεγαλύτερη δυνατότητα πρόσβασης και μεγαλύτερο αριθμό χρηστών, ενώνουν ιδρύματα σε μεγάλη απόσταση, επιτρέπουν αδύνατες κατά τα άλλα ανακατασκευές, όπως η εικονική επανασύνθεση μιας συλλογής που έχει διασπασθεί ή την ενότητα του έργου ενός καλλιτέχνη (Scrofani, Ruggiero 2013, σ. 2)

Το εικονικό (ψηφιακό) δίκτυο είναι μια απαραίτητη στρατηγική επιλογή για την ανάπτυξη ενός μουσείου, τη μείωση κοστών, την ευκαιρία να λάβουν online feedback και συμβουλές για τις εκθέσεις, το μάρκετινγκ και την ανάπτυξη. Καθιστά το μουσείο προσβάσιμο στους “μη χρήστες”. Οι “μη χρήστες” μετατρέπονται σε άμεσους χρήστες του μουσείου. Ωστόσο,

η διαδικτυακή πρόσβαση είναι μόνο μια προσομοίωση και δεν μπορεί να υποκαταστήσει την άμεση επαφή με το έργο τέχνης (Scrofanì, Ruggiero 2013, σ. 2).

Η δικτύωση των μουσείων έχει μεγάλα πλεονεκτήματα: επιτρέπει σημαντικότερα πρότζεκτ, πρόσβαση σε μεγαλύτερη χρηματοδότηση και μείωση της αβεβαιότητας σχετικά με την διανομή τους. Τα δίκτυα αυτά παρουσιάζουν προκλήσεις σε επίπεδο διαχείρισης. Δεν απαιτείται μόνο βελτίωση και συντήρηση των συλλογών τους, αλλά να έχουν τη δυνατότητα να διοικούν δίκτυα μουσείων, να ερμηνεύουν την ψηφιακή ανάπτυξη και να εκμεταλλεύονται τις νέες ευκαιρίες. Σε ό,τι αφορά τη σχέση με τους χρήστες τους, μπορούν να είναι αποτελεσματικά μέσα διάδρασης και ενσωμάτωσης μεταξύ των ατόμων και των εθνικών ομάδων που ανήκουν σε απομακρυσμένες χώρες (Scrofanì, Ruggiero 2013, σ. 2)

Τα πλεονεκτήματα πηγάζουν από το μέγεθος του δικτύου. Υπάρχουν δίκτυα εντός μιας πόλης, που εκτείνονται εκτός των ορίων περιοχής και άλλα που έχουν παγκόσμια απήχηση, όπως αυτά που έχουν παγκόσμιους οργανισμούς και ιστοσελίδες και οργανώνουν διεθνή συνέδρια, πχ. ICOM, MCN. Υπάρχουν τα δίκτυα που λειτουργούν εντός της υποδομής μεγάλων μουσείων όπως το Global Guggenheim, που αποτελείται από έναν αριθμό μουσείων σε όλο τον κόσμο. Άλλα δίκτυα συνεργασία είναι αυτά που λειτουργούν σε επίπεδο ηπείρου, διεθνές, μεταξύ μεγάλων μουσείων. Τα δίκτυα μουσείων εντός των πόλεων επιτρέπουν την επίτευξη κοινών στόχων και την συγκέντρωση αρμοδιοτήτων, εξουσιών, μιας ή περισσότερων λειτουργιών. Για παράδειγμα σχεδιασμός και ανάπτυξη, μάρκετινγκ και γενικές υπηρεσίες, ελαχιστοποίηση κόστους και αποτελεσματικότητα δραστηριοτήτων (Scrofanì, Ruggiero 2013, σ. 2)

Το δίκτυο μουσείων παρέχει στους συμμετέχοντες τους μηχανισμούς ανταγωνισμού και συνεργασίας, ώστε να προσελκύσουν επισκέπτες, σπόνσορες και χρηματοδότηση, συμβουλευτική για την οργάνωση και διαφήμιση events, shows, εκθέσεων. Με αυτόν τον τρόπο τα μουσεία καθίστανται σημεία συνάντησης και διαπολιτισμικού διαλόγου, πηγή γνώσης, συμφιλίωσης και ενσωμάτωσης μεταξύ των διαφορετικών κουλτούρων, ενισχύουν τις τοπικές ταυτότητες και την προβολή τους στον κόσμο (Scrofanì, Ruggiero 2013, σ. 2)

- Πολιτιστική βιομηχανία: Designers+Μάστορες

Από την άποψη προώθησης του τοπικού ανταγωνισμού μέσω της πολιτιστικής βιομηχανίας, η ανάπτυξη προϊόντων που βασίζεται στην πολιτιστική κληρονομιά, τις τοπικές τέχνες και πρώτες ύλες μπορούν να ενδυναμώσουν την τοπική οικονομική ανάπτυξη. Μια αναπτυσσόμενη αγορά για αυθεντικά προϊόντα προέκυψε από την ομογενοποιημένη, παγκοσμιοποιημένη αγορά. Τα αγαθά που βασίζονται στον τοπικό χαρακτήρα προσφέρουν την διαφοροποίηση σε μια αυξανόμενη συγκλίνουσα αγορά. Υπό αυτή την έννοια οι τοπικές τέχνες μπορούν να απαντήσουν επιτυχώς σε αυτή την ανάγκη. Η UNESCO έχει καταβάλλει προσπάθειες να φέρει τις παραδοσιακές τέχνες στο mainstream. Μια από αυτές είναι η προσπάθεια συνεργασίας καλλιτεχνών και μαστόρων για να αναπτυχθούν νέες σειρές προϊόντων (Tung 2012, σ. 2).

Η τεχνολογική εξέλιξη μπορεί να τεθεί στη διάθεση των μαστόρων ώστε να επιτευχθούν φθηνές λύσεις παραγωγής, ενώ ταυτόχρονα να διατηρηθεί η αισθητική αξία και η αυθεντικότητα του προϊόντος, ώστε τα χειροποίητα προϊόντα να γίνουν ανταγωνιστικότερα σε επίπεδο αγοράς. Για παράδειγμα ενδείκνυται η ενσωμάτωση των ψηφιακών τεχνολογιών σχεδίασης, κοπή με λέιζερ και ραγδαία προτυποποίηση με την παραδοσιακή τέχνη και χύτευση. Παράδειγμα αποτελεί η συλλογή της εταιρείας IKEA που δημιουργείται από designers και ντόπιους μαστόρους (Tung 2012, σ. 3).

Η διαδικασία του design βασίζεται στην χρήση της υπάρχουσας γνώσης με νέους, καινοτόμους τρόπους. Η γνώση μιας τέχνης αντιμετωπίζεται ως μυστικό, αφορά τη σχέση υλικών και διαδικασιών, μπορεί να περάσει από γενιά σε γενιά και βασίζεται στη σχέση μάστορα και εκπαιδευόμενου. Η διαδικασία συνεργασίας τους απαιτείται να είναι στενή σε κάθε στάδιο, να υπάρχει διάδραση και ανατροφοδότηση. Η διαδικασία αυτή ταυτίζεται και με έναν μηχανισμό αλληλο-μάθησης. Είναι σημαντικό οι designers να έρχονται αρχικά σε επαφή με την τοπική κοινότητα, τις τεχνικές και τις παραδοσιακές διαδικασίες παραγωγής προϊόντος και των πρώτων υλών, καθώς μπορούν να διοχετεύσουν αυτή τη γνώση πίσω στη βιομηχανία.

- Μάρκετινγκ τόπου (place branding)

Το μάρκετινγκ τόπου είναι η ιδέα του να ανακαλυφθεί ή να δημιουργηθεί μια μοναδικότητα που διαφοροποιεί τον έναν τόπο από έναν άλλον ώστε να αποκτήσει ανταγωνιστική brand αξία. Τα βασικά εργαλεία του είναι η συσχέτιση με ένα μεμονωμένο άτομο, από την ιστορία, τη λογοτεχνία κ.α. όπως ταυτίστηκε η Βαρκελώνη κατά τη δεκαετία του '80 με τον Gaudí, ένα κτίριο ορόσημο από κάποιον επίσης 'συλλεκτικό' σταρ-αρχιτέκτονα, είτε υπάρχον και αποκατεστημένο, είτε σύγχρονο, όπως το Centre Pompidou στο Παρίσι, μια συγκεκριμένη άποψη σε επίπεδο αστικού σχεδιασμού (έπιπλα δρόμου, επιφάνειες, μια συγκεκριμένη περιοχή της πόλης με αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον κ.α.), τέλος, μια διοργάνωση ενός γεγονότος (Ashworth 2009, σ. 1-14).

Το μάρκετινγκ τόπου συνίσταται στην ανάληψη μιας συμβολικής κίνησης που έχει ενδογενή επικοινωνιακή δύναμη και μπορεί να έχει τη μορφή καινοτομίας, δομής, νομοθεσίας, επένδυσης, θεσμού, οργανισμού, πολιτικής. Οι προϋποθέσεις για μια τέτοια κίνηση είναι να προέρχεται από πολλούς διαφορετικούς τομείς, ώστε να κατασκευάζει μια πιστευτή εικόνα για τον συγκεκριμένο τόπο, θα πρέπει να επικοινωνεί ουσία κι όχι κενή ρητορεία, και τέλος να έχει εμφανή και αποδεδειγμένη συνέχεια και διάρκεια στο χρόνο. Μόνο τηρώντας αυτές τις προϋποθέσεις η συμβολική αυτή κίνηση θα επιτύχει μια δυνατή brand εικόνα, ώστε να προσελκύσει καταναλωτές, media, τουρίστες και επενδυτές.

Η τέχνη και η κουλτούρα δίνουν πνοή σε μια συμβιωτική σχέση με το αστικό κέντρο. Η πόλη είναι το σημείο αναφοράς ενός μουσείου καθώς εκεί βρίσκει τους χρήστες του, τους πόρους του και ενδυναμώνει τη θέση του. Κάποια μουσεία με παγκόσμια απήχηση συνεισφέρουν στο να απογειώσουν την εικόνα της πόλης τους πέραν των ορίων της, δίνοντας της ένα πλεονέκτημα στον ανταγωνισμό με άλλα αστικά κέντρα, αποτελούν

«μαγνήτες τουρισμού», θεαματικά αστικά φαινόμενα, που παρουσιάζονται με στόχο τα να φυλακίσουν την φαντασία του κοινού όπως το φαινόμενο Guggenheim. Ένα κτίριο όπως η Sydney Opera House έχει συμβολική αξία για την πόλη και τη χώρα πέρα από το οικονομικό της αποτύπωμα. Παρόλαυτά, η κλίμακα της χειρονομίας δεν είναι ανάλογη της συμβολικής αξίας π.χ. το μικροσκοπικό (61 εκ.) άγαλμα Mannekin Pis, είναι το πιο διάσημο τοπόσημο των Βρυξελλών χάρη στους μύθους που έχουν αναπτυχθεί γύρω του (Anholt 2008, σ.1-6).

- Ο εκθεσιακός χώρος

Οι θεωρίες χωρικής μορφολογίας συσχετιζόμενες με το χωρικό συντακτικό συσχετίζονται με θεωρίες νόησης και θεωρίες αντίληψης χρησιμοποιώντας την χωρική πλοήγηση ως τον βασικό μηχανισμό αντίληψης του περιβάλλοντος και ως βάση για την κατανόηση αφηρημένων δομών σκέψης και συναισθήματος. [...] Ο αρχιτεκτονικός χώρος καθορίζεται ως ένα πεδίο αυτογνωσίας και αυτό-παρουσίας, μεταφορικά και κυριολεκτικά, μορφοποιημένος από την παρουσία των ανθρώπων, και από την τέχνη. Ο επισκέπτης μπορεί να διδαχθεί τον δυσδιάστατο χώρο, τον οπτικό χώρο και την χωρική δομή της κίνησης ως συσχετιζόμενα πεδία αναφοράς (Stavroulaki, Peronis 2003, σ. 13).

Η λειτουργία του σχεδιασμού σε ένα χώρο λειτουργεί ως μια εκπαιδευτική διαδικασία πάνω στην κατανόηση προβλημάτων οπτικής αντίληψης και χωρικής διάταξης. Με άλλα λόγια, οι επισκέπτες δεν εισάγονται σε μια ιστορία για την τέχνη και για τους τρόπους αντίληψης της τέχνης. Η συμβολική λειτουργία του μουσειακού χώρου αφορά την κάτοψη του χώρου, την τοποθέτηση των εκθεμάτων και τη δομή του χώρου που καταλαμβάνουν τα εκθέματα και σχετίζεται με τον τρόπο που απευθύνεται στο βλέμμα του επισκέπτη. Το βλέμμα παραλαμβάνει μηνύματα κατά τη διάρκεια της κίνησης στο χώρο, διαδικασία που γίνεται πιο έντονη όχι στα εμπόδια της πορείας, αλλά στην πολυπλοκότητα της οπτικής αντίληψης που επιτυγχάνεται μέσω του σχεδιασμού. Το χωρικό πεδίο ξετυλίγεται είτε μέσω της (μη) κίνησης και της (μη) ορατότητας, είτε μέσω του προσανατολισμού και των μοτίβων που χαρακτηρίζουν την οργάνωση των εκθεμάτων, όπως προσβασιμότητα, σύνδεση, απόσχιση, επαλληλία και ομαδοποίηση, τα οποία επηρεάζουν τον τρόπο αντίληψης και ερμηνείας των εκθεμάτων (Stavroulaki, Peronis 2003, σ. 2).

Για παράδειγμα, μια έκθεση γλυπτών διαφοροποιείται όταν τα εκθέματα βρίσκονται σε ελεύθερη, διάταξη στο χώρο -ώστε με την είσοδο στο χώρο αποκαλύπτονται ολικά στον επισκέπτη-, ωστόσο η βασική τους πλευρά αποκρύπτεται από τον επισκέπτη ο οποίος εξαναγκάζεται σε μια κυκλική πορεία γύρω τους. Σε κάποιες περιπτώσεις το βλέμμα του αγάλματος απευθύνεται σε ένα άλλο άγαλμα σαν να προκαλεί τον επισκέπτη να τα συσχετίσει. Το αν ο επισκέπτης θα αναγνώσει αυτή τη χωρική συσχέτιση υπόκειται στη δική του αντίληψη. Με αυτόν τον τρόπο, το σώμα του επισκέπτη και το σώμα των αγαλμάτων γίνονται μέρος μιας αναστοχαστικής σύνθεσης. Τα αγάλματα που συχνά βρίσκονταν σε ναούς, αναρτημένα σε ψηλά σημεία, ώστε να αντικρίζονται από κάτω, επαναπλαισιώνονται με νέες προθέσεις. Οι διαδοχικοί κόσμοι των βλεμμάτων μπορούν να ανακαλυφθούν μόνο μέσω της κίνησης. Έτσι, η κίνηση γίνεται μέσο ανακάλυψης

A. ΤΟ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

συσχετίσεων μεταξύ των εκθεμάτων και η εξερεύνηση της έκθεσης δεν αφορά μόνο τη θέαση εκθεμάτων (Stavroulaki, Peronis 2003, σ. 5-13).

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

- **Λαϊκή τέχνη: Η Υφαντική και η Κεντητική**

Ο όρος «λαϊκή» χαρακτηρίζει την τέχνη που άνθησε στην Ελλάδα κατά τα τελευταία εκατόν πενήντα περίπου χρόνια της Τουρκοκρατίας. Τα 24 χωριά του Πηλίου, ανεπτυγμένα ήδη από τις αρχές του 17ου αι. παράγουν και εξάγουν μεγάλες ποσότητες από «σκουτιά» για τις κάπες των ναυτικών και μετάξι. Στους παρόχθιους οικισμούς των Τεμπών -Κρανιά, Ραψάνη, Μπαμπά, Τύρναβο, Αγιά- ακμάζει η βιοτεχνία της κόκκινης νηματοβαφής από ριζάρι, που φύτευε μόνο στην κοιλάδα του Πηνειού. Η βιοτεχνία αυτή γνωρίζει άνθηση στα Θεσσαλικά Αμπελάκια (Ζώρα 1995).

Η κεντητική παρήγαγε μεταξωτά κεντήματα που παρουσιάζουν ξεχωριστό ενδιαφέρον, για την εκτελεστική τους τελειότητα και για τα συμβολικά και αφηγηματικά τους θέματα με λαογραφική υπόσταση, για παράδειγμα πανάρχαιες μαγικοθρησκευτικές πρακτικές όπως το φίδι, γοργόνες, το ανθρωποκέφαλο πουλί, (φυτικών βαφών, πράσινο, κόκκινο και μπλε).

Σε ό,τι αφορά το διάκοσμο κυριαρχεί το φυσιοκρατικό στοιχείο σε αυστηρές, σύμμετρες - συνήθως εραλδικές- και ρυθμικά εναλλασσόμενες συνθέσεις. Στα υφαντά του αργαλειού τηρείται επίσης φυσιοκρατική και αφηγηματική αντίληψη στο διάκοσμο (Ζώρα 1995).

Διαδικασία νήματος+αργαλειού συνοπτικά

Κούρος προβάτων και γιδιών. Πλύσιμο, ξέπλυμα, στέγνωμα μαλλιού. Λανάρισμα (χτένισμα) με μεταλλικές χτένες (λανάρια). Γνέσιμο (ρόκα-αδράχι-σφοντύλι). Μάζεμα νήματος μέσω της ανέμης και του άδραχτου σε κουβάρια και μασούρια. Ίδιασμα (όπου και σταύρωση νήματος) διασιδιού (νήματα στημονιού). Μάζεμα στημονιού μέσω της σβάρνας στο πιασάντι. Μίτωμα (μυτάρια). Πέρασμα στημονιού στο χτένι. Υφανση.

Το Μουσείο Κρητικής Εθνολογίας (<http://www.cretanethnologymuseum.gr/>) έχει αναρτήσει στο διαδίκτυο μια μορφολογική ανάλυση γύρω από τα υφαντά και τις τυπολογίες τους.

- **Κλωστοϋφαντουργία** (από 'Επιστήμη & Ζωή 2005')

Είναι ο βιομηχανικός κλάδος που περιλαμβάνει κλωστική, υφαντική, πλεκτική, κεντήματα, βαφή, εξευγενισμό υφασμάτων και σχοινοποιία.

Στην αρχαιότητα απασχολούνταν οι γυναίκες των ανώτερων στρωμάτων. Από το Μεσαίωνα και μετά, με την αύξηση του πληθυσμού και των αναγκών πήρε εμπορευματικό και επιχειρηματικό χαρακτήρα. Η νηματοποίηση γινόταν σε "σπίτια

A. ΤΟ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

εργασίας", όπου εργάζονταν κατάδικοι και γυναίκες ελευθέρων ηθών, μέσα σε απάνθρωπες συνθήκες και με αμοιβή ένα φαγητό μόνο.

Η ανάπτυξη στην Ευρώπη στηρίχτηκε στο αποικιοκρατικό σύστημα αυτών των χωρών, που προμηθεύονταν πρώτες ύλες από τις αποικίες τους. Μετά τον Α' Παγκόσμιο πόλεμο, αναπτύχθηκαν οικονομικά μέσα από την κλωστοϋφαντουργία οι χώρες της Ασίας. Μετά το Β' Παγκόσμιο πόλεμο η κλωστοϋφαντουργία υποβαθμίστηκε. Σήμερα, υποανάπτυκτες και αναπτυσσόμενες χώρες εξαγουν υφαντουργικά προϊόντα και στις βιομηχανικές χώρες.

Στην Αμερική το Μουσείο Smithsonian διοργάνωσε μια προοδευτική έκθεση με έντονο πολιτικό χαρακτήρα όπου γίνεται λόγος για τα sweatshops, τους χώρους σκληρής εκμετάλλευσης των αδύναμων στρωμάτων του πληθυσμού για την παραγωγή κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, που σήμερα υφίστανται σε παγκόσμια κλίμακα.

Πρώτες ύλες: Μαλλί, μετάξι, βαμβάκι, λινό, ραμί, κλωστική κάνναβη, Ιούτη ή γιούτα, σισάλ, λινό της Μανίλας, ίνες φοινικοκαρύδας και τεχνητές, χημικές ίνες.

Η κλωστοϋφαντουργική τεχνική

Με την εφεύρεση της σαΐτας από τον Άγγλο Τζ. Κέι αυξήθηκε η παραγωγικότητα του χειροκίνητου εργαλείου. Αργότερα, το 1735, ο Άγγλος Πάουλ κατασκεύασε την πρώτη κλωστική μηχανή συνεχούς λειτουργίας που τελειοποιήθηκε από άλλους Άγγλους μηχανικούς. Σήμερα λειτουργούν υπεραυτόματες μηχανές με ηλεκτρονικούς εγκεφάλους που ελέγχουν όλη την παραγωγική διαδικασία, έτσι που η παραγωγικότητα σε άτρακτο και μονάδα χρόνου παραγωγής στα τελευταία 50 χρόνια τετραπλασιάστηκε.

Κλωστική ή νηματουργία

Η κλωστική ή νηματουργία, είναι το σύνολο των εργασιών για την κατασκευή συνεχόμενων κλωστών. Το ινώδες υλικό αφού υποβάλλεται σε αρκετές διαδοχικές κατεργασίες (διαχωρισμός, καθαρισμός, λανάρισμα) μετατρέπεται με μηχανές διαφόρων τύπων σε διαμορφωμένο προϊόν (κλωστή). Ανάλογα με το είδος των ινών διακρίνεται σε βαμβακονηματουργία, εριουργία, λινονηματουργία, μεταξονηματουργία κ.λπ.

Τις συνθετικές ίνες, τις κατεργάζονται περίπου το ίδιο όπως και τις φυσικές ίνες, με μικρές τροποποιήσεις. Η κλωστή αποτελείται από σχετικά κοντές υφαντουργικές ίνες, που ενώνονται με στρίψιμο, και μπορεί να είναι ομοιογενής ή και μεικτή με μείγμα διαφορετικών ινών. Επίσης οι κλωστές κατασκευάζονται από υπολείμματα νηματουργίας ("καρντέ"), και ανάλογα με τον προορισμό τους έχουν διαφορετικό τρόπο κατασκευής, ιδιότητες κ.λπ. Ο δείκτης ποιότητας της κλωστής είναι η λεπτότητα της, ενώ οι μηχανικές της ιδιότητες είναι η αντοχή, η επιμήκυνση στον εφελκυσμό, το στρίψιμο κ.λπ. Διενεργούνται τρεις διαδικασίες επεξεργασίας ταυτόχρονα (τέντωμα, στρίψιμο και περιτύλιξη).

- Η παράδοση της 'κλωστής' στο Βόλο

Κατά το 1882 τοποθετήθηκε σε επαφή με τον Κραυσίδωνα το υφαντουργείο Παπαγεωργίου και τρία χρόνια αργότερα ανεγέρθηκε βορειότερα το μεγάλο υφαντουργείο 'Λεβιάθαν' των Ζ. Μουρτζούκου και Ζ.&Ι. Λεβή. Σε κοντινή απόσταση οικοδομήθηκε το 1908 και η βιομηχανία Αδαμοπούλου που παρήγαγε βαμβακερό νήμα. (Χαστάογλου 2007, σ. 66-67). Κατά το 1880 οικοδομήθηκε και η πέτρινη αποθήκη καπνών στην περιοχή του Λιμεναρχείου που το 1930 λειτούργησε ως βυρσοδεψείο. Κατά το 1925 λειτούργησε στην καπναποθήκη της περιοχής Μεταμόρφωση, εργαστήριο στρωμάτων. Το 1930 λειτούργησε στα Παλαιά η κλωστοϋφαντουργία 'Ο Τζίμας' Β & Κ Ντόβας και στην ιδιοκτησία 'Οβαδία Σάββα και Χατζηβασιλείου 'Ελλης' λειτούργησε η βιοτεχνία κουβέρτας 'Acrilla'. Το κτίριο ιδιοκτησία Φιλίππου Κουτσινά (1938) λειτούργησε αρχικά ως υφασματοεμπορικός οίκος. Τέλος, στην Καπναποθήκη (1925) της οδού Κουντουριώτη λειτούργησε τα τελευταία χρόνια βιοτεχνία πλεχτών.

- Η εξέλιξη της περιοχής των Παλαιών της πόλης του Βόλου και η ανάπτυξη του λιμανιού. Οι πέτρινες αποθήκες του τελωνίου και η πλατεία της Ψαραγοράς.

Στις αρχές του 19ου αιώνα το λιμάνι και τη γύρω περιοχή του αποτελούσε μια στενή λωρίδα εδάφους γεμάτη βαλτόνερα. Σημείο αναφοράς της περιοχής ήταν το κάστρο. Γύρω του αναπτυσσότανε μια μικρή εμπορική συνοικία γνωστή ως «Παλαιά Μαγαζεία» (μαγαζιά, καφενεία, εργαστήρια, αποθήκες φύλαξης, φούρνοι, χάνια, τελωνείο) (Χαστάογλου 2007, σ.20).

Το 1856 μια αύξηση της Ευρωπαϊκής ζήτησης σιτηρών ευνοεί την ανάπτυξη του λιμανιού. Η βιομηχανική ζώνη εκτεινόταν κυρίως γύρω από το σιδηροδρομικό σταθμό και το λιμάνι, γύρω από το κάστρο, και μετά το 1900 επεκτάθηκε στα Παλαιά, μετατρέποντας τα σε **de facto βιομηχανική περιοχή**. Δημιουργήθηκαν σύγχρονοι τύποι κτιρίων με συγκεκριμένες χρήσεις, όπου ένα μεγάλο ποσοστό (10%) καταλάμβαναν τα **υφαντουργεία-βαμβακουργίες-μεταξουργεία**, που αποτέλεσαν το νέο ορόσημο της πόλης. Η εκβιομηχάνιση οδήγησε στον υποβιβασμό της μεσαιωνικής περιοχής σε περιφερειακή συνοικία (Χαστάογλου 2007, σ. 31-33, 66-68,73). Κατά την πρώτη δεκαετία του 20^{ου} αι. κατασκευάστηκε μαζί με τις **πέτρινες αποθήκες του Τελωνίου** η αποβάθρα που συνέδεσε τους σιδηροδρόμους με το λιμάνι (I/Σ 1).

Το 1927 το λιμενικό ταμείο κατασκεύασε την Ψαραγορά σε μια πασσαλόπηκτη ξύλινη κατασκευή δέκα χώρων μέσα στη θάλασσα. Το 1974 κατεδαφίστηκε και ένα νέο κτίριο κατασκευάστηκε, το οποίο επιβίωσε μέχρι το 2007. Η κατεδάφιση του δημιούργησε την **σημερινή Πλατεία της Παλαιάς Ψαραγοράς**. Το σημερινό Τελωνείο χτίστηκε μετά τους σεισμούς του 1955-57. Σύμφωνα με την αριθ. ΥΠΠΟΔΙΛΑΠ/Γ/635/20729/22.6.1999. του Υπουργείου Πολιτισμού οι **πέτρινες αποθήκες του Τελωνείου** χαρακτηρίστηκαν ως ιστορικά διατηρητέα μνημεία (Χαστάογλου 2007, σ. 21, 35, I/Σ 1).

ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

Από το 1985 χαρακτηρίστηκαν ως ιστορικά διατηρητέα μνημεία προβιομηχανικά και βιομηχανικά υπέργεια και υπόγεια οικοδομήματα, τοπία, μηχανήματα και μέσα μεταφοράς σε όλη την Ελλάδα μέσω των νόμων: Ν 1469/50, Ν. 2039/92, Ν. 3028/2003

και Ν.3201/2003, καθώς θεωρήθηκαν σημαντικά τεκμήρια της ιστορίας της αρχιτεκτονικής, της οικονομικής και κοινωνικής ιστορίας (Τσαγκαράκης 2010, σ. 94).

Σε μεγαλουπόλεις όπου κυριαρχεί η ομογενοποίηση, η τυποποίηση και η πύκνωση, η μνήμη διατηρείται σε έναν πρώην βιομηχανικό χώρο, που μετατρέπεται σε χώρο μνήμης, μοναδικός μάρτυρας ενός βραχύβιου φαινομένου, της βιομηχανοποίησης. Η μετατροπή του σε πολιτιστικό κέντρο τον εντάσσει ενεργά στους ρυθμούς της αστικής ζωής. Είναι ο τόπος όπου 'ο ιστορικός χρόνος παρουσιάζεται χωρικά συμπυκνωμένος, όπου το παρελθόν μιλάει ακόμη ζωντανά με όρους παρόντος'. 'Η κάθε συλλογική μνήμη ξετυλίγεται μέσα σε ένα χωρικό πλαίσιο' και 'τυχόν αλλαγές στον αστικό ιστό, όπως η κατεδάφιση ενός σπιτιού, αναπόφευκτα επιδρούν στις συνήθειες μερικών ανθρώπων προκαλώντας τους σύγχυση και σκοτούρα' (Halbwachs 1980).

Η ένταξη των βιομηχανικών υποδομών στις πολεοδομικές- κοινωνικές-πολιτιστικές και οικονομικές λειτουργίες της πόλης εξασφαλίζει μεγάλες εκτάσεις εντός του πολεοδομικού σχεδίου που με κατάλληλες ρυθμίσεις και επεμβάσεις χρησιμοποιούνται για το κοινό καλό. Παράλληλα με την ιστορικότητα, τη μνήμη, το ιδιαίτερο αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον, δημιουργεί νέα τοπότητα, εμποδίζει την περαιτέρω αύξηση της πυκνότητας δόμησης του κέντρου και της μέγιστης αξιοποίησης των οικοπέδων, σε επίπεδο συντελεστού δόμησης, μέγιστου ύψους και κάλυψης. Τέλος, συνοδεύεται από ένταξη νέων χρήσεων που δύνανται να αναβαθμίσουν τις πρώην βιομηχανικές, συχνά υποβαθμισμένες περιοχές (Αδαμάκης 2012).

Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΛΑΤΕΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΔΡΟΜΟΥ

Η πλατεία είναι ένας χώρος που πλαισιώνεται από κτίρια και σχεδιάζεται για να αναδεικνύει τα κτίρια της, ή αντίστροφα να αναδεικνύεται από αυτά. Δύο είναι τα κριτήρια σχεδιασμού της πλατείας, η λειτουργία και η φόρμα. Σύμφωνα με τον Βιτρούβιο το μέγεθος της θα πρέπει να είναι ανάλογο του αριθμού ατόμων που πρόκειται να υποδεχτεί. Τυπολογίες χώρων που είναι απαραίτητοι σε μια πόλη και συχνά πλαισιώνουν μια πλατεία είναι χώροι συνάθροισης, για επίσημες τελετές, ψυχαγωγίας, αγορές, γραφείων, ημιδημόσιοι χώροι, και χώροι κυκλοφορίας. Υπάρχει μια ιεράρχηση χώρων για παράδειγμα κάποιοι χώροι θα αποτελούν την είσοδο για άλλους χώρους, οι οποίοι συχνά συγκεντρώνουν πολλές χρήσεις.

Υπάρχουν πλατείες ανοιχτές και περικλειστές. Σύμφωνα με τον Moughtin, ο εγκλεισμός του χώρου έχει θετικό πρόσημο, καθώς είναι η αγνότερη έκφραση της αίσθησης του

τόπου, του κέντρου. Το κλειδί για την αίσθηση εγκλεισμού μιας πλατείας είναι η διαχείριση των γωνιών της. Όσο πιο ανοιχτές είναι οι γωνίες της τόσο μικρότερο είναι το αίσθημα εγκλεισμού. Ο τύπος της έγκλειστης μεσαιωνικής πλατείας δίνει την αίσθηση καταφυγίου όπου κάποιος μπορεί να χαλαρώσει, να ηρεμήσει, να πιει έναν καφέ. Από την άλλη μεριά, η κλίμακα και το ύψος, η συνέχεια ή η διακοπή των όγκων, η (μη) διαπερατότητα του περιβάλλοντα χώρου ενισχύει ή αναιρεί την αίσθηση εγκλεισμού σε μια πλατεία (Moughtin 1992 σ.99, 101).

ΤΟ ΠΡΟΤΖΕΚΤ

- 'Μουσείο Αποθήκη': Αναπτυξιακός χαρακτήρας

Ένας από τους βασικούς στόχους του πρότζεκτ είναι να δημιουργηθεί ένας αυτόνομος, πολιτιστικός οργανισμός που δεν επιβαρύνει οικονομικά την τοπική κοινότητα, αλλά αντίθετα θέτει επί τάπητος ένα αναπτυξιακό σχέδιο για την περιοχή. Μελετώντας άρθρα μάρκετινγκ τύπου καταστήθηκε σαφές ότι δεν θα ήταν δόκιμη η προσπάθεια δημιουργίας ενός κτιρίου σημείου αναφοράς, μια απόφαση που θα βάσιζε την επιτυχία της σε μια άρτια, αλλά εντυπωσιακή αρχιτεκτονική παρέμβαση, καθώς τέτοιου είδους επεμβάσεις προϋποθέτουν έναν ήδη αναγνωρισμένο αρχιτέκτονα, τα έργα του οποίου θεωρούνται 'συλλεκτικά'. Το ερώτημα μετατράπηκε σε τι είδους μουσείο θα μπορούσε να 'μεγαλώσει την κουκίδα' της πόλης του Βόλου στον παγκόσμιο πολιτιστικό χάρτη;

Κατά την έρευνα διαχείρισης μουσείων διαπιστώθηκε ότι οι πολιτιστικοί οργανισμοί σήμερα τείνουν να συσπειρώνονται σε δίκτυα για να αντιμετωπίσουν την δυσμενή, οικονομική συγκυρία. Γνωρίζοντας την λειτουργία ενός μουσειακού θεσμού, ήταν γνωστό ότι οι περιοδικές εκθέσεις που οργανώνονται για ένα βραχύβιο χρονικό διάστημα καταλήγουν στην αποθήκη του μουσείου, αποσβήνοντας ή όχι, ανάλογα με την επιτυχία ή όχι έκβαση της έκθεσης, το κόστος δημιουργίας και λειτουργίας της. Τότε δημιουργήθηκε η σκέψη ενός δικτύου "Μουσείων-Αποθήκη". Τα μουσεία που συμμετέχουν σε αυτό το δίκτυο είναι οι υποδοχείς των περιοδικών εκθέσεων σημαντικών μουσείων του κόσμου, όπως το MOMA και η Tate Gallery. Μέσα από αυτό το δίκτυο αυξάνεται η αναγνωρισιμότητα και τα έσοδα αυτών των μουσείων, ενώ ταυτόχρονα επωφελούνται οι τοπικές, μικρές οικονομίες, οι οποίες έχουν ένα ισχυρό θέλγητρο για την προσέλευση του τουριστικού κεφαλαίου.

Στόχος ήταν αυτή η αναπτυξιακή κίνηση να μην είναι ανταγωνιστική, αλλά συμπληρωματική στην πολιτική προώθησης των μεγάλων μουσείων. Για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος λήφθηκε υπόψη το Bilbao. Το Bilbao είναι μια μικρή περιφερειακή πόλη, που έγινε γνωστή χάρη στο μουσείο του Frank Gehry, Guggenheim Bilbao. Το δίκτυο "Μουσείων-Αποθήκη" αποτελείται λοιπόν από περιφερειακές πόλεις. Αποφασίστηκε επίσης σε κάθε χώρα να συμμετέχει μια μόνο πόλη στο δίκτυο, οπότε διαμορφώνεται αυτόματα ένα διεθνές δίκτυο μουσείων. Μέλος του δικτύου είναι και η πόλη του Βόλου. Σε

B. TO ΠΡΟΤΖΕΚΤ CONCEPT

αυτό το σημείο ερευνηθήκαν οι πιθανοί τρόποι σύνδεσης του Βόλου με άλλες πόλεις, ώστε να πραγματοποιείται η ασφαλής διακίνηση των εκθεμάτων. Ο Βόλος κατέχει λιμάνι, σιδηροδρομικό σταθμό και αεροδρόμιο. Το πλεονέκτημα της πόλης όμως είναι ότι ανήκει σε ένα δίκτυο φτηνών αεροπορικών γραμμών με αεροδρόμια τοποθετημένα σε περιφερειακές πόλεις. Την λύση απέδωσε η υπάρχουσα υποδομή. Το δίκτυο “Μουσείων-Αποθήκη” θα αποτελείται από τις πόλεις που συνδέονται με τις φθηνές αεροπορικές γραμμές. Μια ειδική σύμβαση με τις αεροπορικές εταιρείες πιθανά να μπορούσε να εξασφαλίσει την χαμηλή σε κόστος και ασφαλή μετακίνηση των συλλογών. Σύμφωνα με το μάρκετινγκ τύπου πρέπει πάνω από όλα να επικοινωνείται ουσία. Ένα τέτοιο εγχείρημα υποδοχής περιοδικών εκθέσεων πιθανά να μην είναι αρκετό να συγκεντρώσει τουρίστες από το εξωτερικό. Αν όμως η πόλη είχε το υπόβαθρο για να αποτελέσει ένα τουριστικό θέρετρο, ένας επισκέπτης θα έβρισκε επιπρόσθετους λόγους να τον επιλέξει για ταξιδιωτικό προορισμό. Η πόλη του Βόλου υπερπληρεί αυτή την προϋπόθεση. Το ίδιο συμβαίνει και με τα υπόλοιπα μέλη του δικτύου.

Μια ακόμη σκέψη ήταν το δίκτυο των ‘Μουσείων-Αποθήκη’ να τοποθετηθούν στα αεροδρόμια, ακόμη και μέσα σε ένα αεροπλάνο, ώστε να απευθύνεται και στους transit επισκέπτες της πόλης, που συχνά διανυκτερεύουν στο αεροδρόμιο. Γρήγορα όμως η ιδέα εγκαταλείφθηκε, γιατί δεν πληρούσε την βαθύτερη επιθυμία, να γίνει βαθιά σύνδεση του πρότζεκτ με την τοπική κοινότητα και οικονομία. Η τοποθέτηση του πρότζεκτ στο αεροδρόμιο ή σε ένα αεροπλάνο θα μείωνε τη διάδραση μουσείου-πόλης.

Η τοποθέτηση του μουσείου εντός του αστικού ιστού και κοντά σε κόμβο μεταφορών ανάλογα με τις υποδομές της κάθε πόλης, έθετε το πρότζεκτ στο επιθυμητό πλαίσιο, καθώς η γειτνίαση του με λιμάνι, ΚΤΕΛ, σιδηροδρομικό σταθμό εξυπηρετούσε την εύκολη πρόσβαση του από τον επισκέπτη, διευκόλυνε την μεταφορά των εκθεμάτων και πιθανά να αναβάθμιζε το υποβαθμισμένο προάστιο της πόλης, όπου συνήθως τοποθετούνται οι κόμβοι μεταφορών.

Το επόμενο καίριο ζήτημα ήταν το πώς θα παρεισφρούσε η τοπική κοινότητα σε αυτό το πρότζεκτ με διεθνή χαρακτήρα. Στόχος ήταν να προβληθεί ο τοπικός χαρακτήρας και η τοπική ιδιαιτερότητα μέσα από αυτό το ‘παράθυρο’ στον υπόλοιπο κόσμο. Μια προσωπική αγάπη προς την υφαντική αποτέλεσε την αφετηρία για έρευνα πάνω στην παράδοση του τόπου πάνω στην υφαντική, την κεντητική και την κλωστοϋφαντουργία. Η παράδοση της πόλης με έντονο βιομηχανικό χαρακτήρα σχετίζεται έντονα με την παραδοσιακή ύφανση, αλλά και με την βιομηχανοποιημένη παραγωγή κλωστής και υφαντών. Κατά την έρευνα διαπιστώθηκε η στροφή που έγινε λόγω κρίσης προς το χειροποίητο προϊόν με την έννοια του ‘Κάντο μόνος σου’, αλλά και πιο συγκεκριμένα προς την υφαντική, την αναβίωση αυτής της τέχνης ως μέσο αντιμετώπισης της κρίσης.

Το πρόγραμμα ‘Πηνελόπη Γκάντι’ στην Κρήτη έχει ως στόχο να αναβιώσει την υφαντική τέχνη και να την εισάγει στο ελληνικό εκπαιδευτικό σύστημα. Κατ’ αντιστοιχία ο Μωχάμετ Αλ Γκάντι κάλεσε τους Ινδούς να απελευθερωθούν από τον Αγγλικό ζυγό αναπτύσσοντας μια οικιστική οικονομία υφαντών, όπου η κάθε οικία θα ήταν ένα παραγωγικό κύτταρο της

νέας οικονομίας. Η συγκυρία αποποινικοποίησης της κλωστικής κάνναβης (*Cannabis Sativa* L) με το σχέδιο νόμου του 2013 'Νόμος περί εξαρτησιογόνων ουσιών', θεωρήθηκε θετικό πρόσημο στην ανάπτυξη ενός κέντρου υφαντικής. Αποφασίστηκε λοιπόν κάθε 'Μουσείο-Αποθήκη' να πλαισιώνεται από ένα κέντρο σχεδιασμού ή ερευνών που να αφορά στην τοπική παράδοση και οικονομία. Ως case study επιλέχθηκε η περίπτωση της πόλης του Βόλου, όπου αναπτύσσεται ένα κέντρο υφαντικής, το 'Κ.Υ.ΒΟ.ς', 'Κέντρο Υφαντικής Βόλου[;]'. Μακροπρόθεσμος, φιλόδοξος στόχος θα ήταν η περαιτέρω ανάπτυξη του κέντρου, η βαθύτερη εμπλοκή του με την επιστημονική κοινότητα και η συνεργασία του με τις βασικές γεωργικές και κτηνοτροφικές μονάδες της Θεσσαλίας.

- 'ΚΥΒΟΣ' : Μουσείο-Κέντρο Design Υφαντικής

Ο τίτλος του κέντρου αποτελεί και μια ερώτηση-μεταδεδομένο καθώς αμφισβητεί και θέτει το ερώτημα της διττής φύσης του κέντρου, που δεν αφορά μόνο στην υφαντική, στην κεντητική, το σχεδιασμό και τη δημιουργία υφάσματος και αντικειμένων μικρής κλίμακας, αλλά και στο ότι περικλείει το 'Μουσείο-Αποθήκη'.

Για την υλοποίηση του 'ΚΥΒΟΣ' επιλέχθηκε το οικόπεδο της Παλαιάς Ψαραγοράς. Πέραν του ότι βρίσκεται κοντά και μπορεί να συσχετιστεί εύκολα με το ΚΤΕΛ, το σιδηροδρομικό σταθμό και το πολυτεχνείο, το κομμάτι βρίσκεται στην πρώην βιομηχανική περιοχή του Βόλου όπου λειτούργησαν σημαντικές μονάδες κλωστοϋφαντουργίας. Η πλειοψηφία των λειτουργιών του 'ΚΥΒΟΣ' τοποθετείται στις δύο πέτρινες αποθήκες που πλαισιώνουν την πλατεία και υφίστανται από τις αρχές του 19^{ου} αι. Οι αργαλειοί και το 'Μουσείο-Αποθήκη' φιλοξενούνται σε μια νέα μεταλλική κατασκευή. Η επανένταξη ενός χειρωνακτικού εργαστηρίου υφαντικής στην περιοχή των Παλαιών αποτελεί σημείο αναφοράς στον μάστορα των Παλαιών που με την τέχνη του κάποτε κυριαρχούσε στην μικροοικονομία της περιοχής.

Τα αντικείμενα που παραμένουν ενταγμένα στο ζωτικό τους χώρο είναι πιο προσιτά από εκείνα εκτίθενται ως συλλεκτικά αντικείμενα. Οι ζωτικοί χώροι προσφέρουν ένα πλαίσιο όπου διευκολύνεται η αποκωδικοποίηση των νοημάτων των αντικειμένων την προσέγγιση και την κατανόηση τους. Παρέχουν ενδείξεις για τη χρήση και τη λειτουργία τους, το λόγο κατασκευής τους (Νάκου, 2001, σελ.).

Τι συμβαίνει όμως με τα αντικείμενα που δεν διατηρούνται στο χώρο τους, αλλά επανατοποθετούνται και επαναχρησιμοποιούνται με τον παραδοσιακό τρόπο;

Τα αντικείμενα μπορούν να εκληφθούν ως κείμενα καθώς αφηγούνται την ιστορία τους. Σύμφωνα με τον Μπαρτ 'ο αόριστος χρόνος που χρησιμοποιείται συχνά στα γραπτά κείμενα και κυρίως στις αφηγήσεις υποστηρίζει μια αμφισημία μεταξύ της έννοιας του χρόνου και της αιτιότητας, υποδηλώνει μια ερμηνεία, δηλαδή μία κατανόηση της Αφήγησης. [...] Είναι ο πλαστός χρόνος των κοσμογονιών, των μύθων, των ιστοριών και των μυθιστορημάτων. Προϋποθέτει ένα δομημένο, επεξεργασμένου οροθετημένο κόσμο [...] κι όχι ένα διάχυτο και ανοιχτό κόσμο. Πίσω από τον αόριστο υπάρχει πάντα ένας δημιουργός, ένας θεός, ένας

αφηγητής [...]. Ο αόριστος είναι τελικά η έκφραση μιας τάξης, μιας ευφορίας. Εξαιτίας τους η πραγματικότητα δεν είναι ούτε μυστηριώδης, ούτε παράλογη. Είναι σαφής, σχεδόν οικεία.

Τι συμβαίνει όμως όταν την ιστορία την αφηγείται η ίδια η εμπειρία; Όταν η ερμηνεία γίνεται προσωπικό ζήτημα;

Το 'ΚΥΒΟΣ' δεν είναι απλά ένα κέντρο υφαντικής, αλλά ένα ζωντανό λαογραφικό μουσείο. Εκθέματα του είναι οι παραδοσιακές τέχνες, οι μέθοδοι παραγωγής, η επεξεργασία των υλικών και το πάντρεμα τους με νέες τεχνολογίες. Ο επισκέπτης δεν καλείται να θαυμάσει αποστασιοποιημένα, αλλά να συμμετέχει ενεργά, να μπει σε καινούργιες διαδικασίες μάθησης: να υφάνει, να κεντήσει, να κατασκευάσει, να πειραματιστεί, να δημιουργήσει, να αναρωτηθεί, να διδαχθεί. Στόχος είναι η

οικειοποίηση της γνώσης της δημιουργίας και η (μη) αμφισβήτηση/διερεύνησης της μέσω της δημιουργικής προσπάθειας. Παράλληλα, είναι ένα μουσείο συναισθημάτων. Μέσα από την εμπειρία μπαίνει ο επισκέπτης στη θέση του νέο-εκπαιδευόμενου που δυσκολεύεται, χαίρεται, πιέζεται, ενθουσιάζεται, άγχεται, εκπλήσσεται, βαριέται, θαυμάζει, κουράζεται, ηρεμεί, αγανακτεί και καμαρώνει. Οι θεματικές που καλύπτει το 'ΚΥΒΟΣ' αντλούν έμπνευση από τις περιοδικές εκθέσεις που φιλοξενούνται στο 'Μουσείο-Αποθήκη'. Με αυτόν τον τρόπο η συνάφεια τους μεγαλώνει και ξεκινά ένας διάλογος μεταξύ των ντόπιων ερασιτεχνών, καλλι-τεχνών και των αναγνωρισμένων καλλιτεχνών.

Το πειραματικό εργαστήριο πρόσμιξης υλικών που κατέχει το 'ΚΥΒΟΣ' προσφέρει μια ακόμη δυνατότητα συνεργασίας του νέου θεσμού με την ακαδημαϊκή κοινότητα. Υλικά που κατασκευάζονται με βάση τα ντόπια τυπικά υλικά ύφανσης ή χρησιμοποιώντας δημιουργικά ετερόκλητα υλικά και εφαρμόζοντας πάνω τους τις δομικές αρχές της ύφανσης μπορεί να οδηγήσει στην εφεύρεση καινοτόμων πρώτων υλών που θα ερευνώνται σε επιστημονική βάση από την ακαδημαϊκή κοινότητα. Αντίστοιχα, νέα, καινοτόμα υλικά, που προκύπτουν μέσα σε πολυτεχνικά εργαστήρια, μπορούν να χρησιμοποιούνται ως βάση στο 'ΚΥΒΟΣ'. Η πρόθεση είναι τα εργαστήρια του να είναι διαθέσιμα στη φοιτητική κοινότητα.

Ένας χώρος γίνεται τόπος καθώς αποκτά σημασία και νόημα. Είναι ο χώρος όπου βασικές μας ανάγκες καλύπτονται. Η βάση του σπιτιού είναι τα εργαλεία – η τροφή και η αίσθηση καταφυγίου. Τόπος είναι μια παύση στην κίνηση. Η παύση επιτρέπει στην τοποθεσία να γίνει επίκεντρο αισθαντικής αξίας. Η μονιμότητα είναι ένα στοιχείο τόπου. Κάποιος μπορεί να βρει τον τόπο μέσα σε έναν άλλον άνθρωπο. Η έννοια του τόπου υφίσταται για να ενδυναμώνει τους ανθρώπινους δεσμούς, διαφορετικά γίνεται χώρος, ένα διάστημα μεταξύ δύο σημείων, ένα κενό (Yi-Fu Tuan, 1997, σελ. 136 -9).

ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Εργαστήριο Υφαντικής. Περιλαμβάνει 15 χειροκίνητους και ημι-αυτόματους αργαλειούς διαστάσεων 2μ. x 2μ. με απόσταση 1μ. μεταξύ τους. Συνοδεύεται από αποθηκευτικό χώρο επισκέψιμο, όπου υπάρχουν δύο πάγκοι εργασία για το μηχανοποιημένο τύλιγμα κουβαριών και στημονιών.

Εργαστήριο πλεκτικής. Περιλαμβάνει 16 χειροκίνητες μηχανές πλεκτικής 1,5μ. x 0,30μ. σε αντικριστή διάταξη, δύο μηχανές πλεκτικής κυκλικές για single verser διαμ. 1,5μ. και έναν 3D printer για κοπή με λέιζερ και ραγδαία προτυποποίηση που συνοδεύεται από υπολογιστές χειρισμού. Ο ED printer βρίσκεται σε από κοινού χρήση με το Εργαστήριο Πρόσμιξης Υλικών.

Εργαστήριο Industrial Weaving. Περιλαμβάνει 2 αυτόματες μηχανές Jacquard Weaving Machine 2,5μ. x 1,5μ. επισκέψιμες από πάνω, από ένα γυάλινο πατάρι. Ο χειρισμός τους γίνεται από ένα pc lab με ειδικά σχεδιαστικά προγράμματα για ύφασμα, όπου περνιούνται τα σχέδια μέσω δισκετών. Οι μηχανές αυτές προορίζονται για satin, twirl και άλλες τυπολογίες, έχουν πολλά στημόνια για ποικιλία μοτίβων σε μορφολογία και κλίμακα. Υπάρχει πάγκος εργασίας και αποθήκη υλικών.

Εργαστήριο Βαφής και Εκτύπωση. Στο εργαστήριο αυτό τα υφάσματα δύνανται να επενδυθούν π.χ. μια αδιαβροχοποίηση, γυαλιστερές βαφές κ.α. Ο χώρος έχει εξοπλισθεί με τραπέζια και τελάρια, έναν σκοτεινό θάλαμο 30 τ.μ. και ένα χώρο 30 τ.μ. για τους φούρνους και τις τοστιέρες (ατμός). Το εργαστήριο είναι επίσης εξοπλισμένο με αποθήκη υλικών. Στο πίσω το μέρος του εργαστηρίου υπάρχει ένα μικρό πλυσταριό για την εμφάνιση των prints.

Εργαστήριο Πρόσμιξης Υλικών. Στο εργαστήριο αυτό δεν γίνονται επιστημονικές μετρήσεις, μόνο πρακτικοί πειραματισμοί π.χ. εμπειρική μίξη υλικών. Πρόθεση είναι να χρησιμοποιούνται μαζί πειραματικά ετερόκλητα υλικά, ακόμη και εκείνα που δεν συνεργάζονται π.χ. σκυρόδεμα - ροκανίδι. Οι πρώτες ύλες είναι φυσικές, π.χ. βαμβάκι, μαλλί, προέρχονται από την ανακύκλωση π.χ. πλαστικά ή μη τοξικά βιομηχανικά κατάλοιπα π.χ. ρανίδες μετάλλου από τη μεταλλουργία. Νανο-υλικά ή καινοτόμα υλικά που παράγονται από ερευνητές χρησιμοποιούνται και εντάσσονται στην έννοια ύφασμα. Οπότε μια δεύτερη κατηγορία πρώτων υλών είναι νέα υλικά π.χ. μικρο-ίνες, σκόνες, νανο-υλικά σε μορφή νανοσωλήνων, υαλοίνες, χαλύβδινες, προπυλενίου. Για κάθε ομάδα πρώτων υλικών χρησιμοποιείται διαφορετικός εξοπλισμός, μικρής κλίμακας, π.χ. μίνι μπετονιέρα, φούρνοι, μικρών διαστάσεων δεξαμενές, μηχανήμα κάμψης μέσω ατμού, χύτευση, ανοδίωση - μια ηλεκτροχημική διαδικασία που καθιστά την επιφάνεια του μετάλλου ανθεκτική προς τη διάβρωση και τις δύσκολες καιρικές συνθήκες-, πάγκος επεξεργασίας πολυμερών (φιλτράρισμα, spin bath, τέντωμα, πλύσιμο, φινίρισμα, στέγνωμα).

Τα εργαστήρια Ξύλου και Μετάλλου είναι εφοδιασμένα με τον τυπικό εξοπλισμό που απαιτείται για την κατασκευή μικρής και μεγάλης κλίμακας αντικειμένων. Στόχος είναι οι τεχνικές αυτές να συνδυαστούν με τις τεχνικές της υφαντικής.

Μεταλλουργείο. Επεξεργασία αλουμινίου και σιδήρου. Κόφτης, τροχός, οξυγονοκόλληση, τρυπητήρι (ρούτερ), ραουλιέρα, compressor (αέρας), πάγκοι εργασίας.

Ξυλουργείο. Σβούρα (πατούρες), κορδέλα, πρέσσα, γωνιάστρα, πλάνη, τρυπιτική.

- Εκθεσιακός χώρος Μουσείου Αποθήκη, Παιδότοπος, Καφέ-Σουβενίρ

Ο γραμμικός εκθεσιακός χώρος καλύπτεται σχεδόν από 450 τ.μ. όπου εντάσσονται ένα lobby -εκεί γίνεται η πώληση εισιτηρίων, αλλά ταυτόχρονα αποτελεί και το χώρο-εφέ με τις αρχικές πληροφορίες-πλαίσιο που σε εισάγει στη θεματική της εκάστοτε έκθεσης, καθώς και ένα καφέ-σουβενίρ. Στον υπαίθριο χώρο υπάρχουν καθίσματα ενσωματωμένα στο deck, καθώς και ένας παιδότοπος που αποτελείται από έναν κánaβο στρογγυλών κολώνων όπου πάνω τους έχουν προσαρτηθεί σχοινιά τύπου net climbing.

Η ΧΑΡΑΞΗ. ΠΟΡΕΙΑ. ΤΕΛΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.

Το πρότζεκτ χαρακτηρίζεται από δίπολα, έναν συνεχή διάλογο. Το παλιό και το νέο, η παράδοση και η καινοτομία, η διάρκεια και το καινό, το μεταβαλλόμενο και το σταθερό, το βιομηχανικό κτίριο και η νέα κατασκευή, ο δρόμος και η πλατεία, δύο υπαίθριοι χώροι και δύο κτίρια.

Σε ό,τι αφορά την τοποθέτηση της νέας κατασκευής στο οικοπέδο λήφθηκε υπόψη πρώτα η χωρική δομή. Πρόκειται για ένα περικλειστο οικοπέδο, αφού στις τρεις πλευρές του έχει αυστηρά όρια (θάλασσα και λιμάνι), ενώ στο βόρειο μέρος του εκτονώνεται στην πλατεία. Επίσης, η περιοχή των Παλαιών όπου βρίσκεται είναι ανιεράρχητη και διάσπαρτη. Η πλοήγηση στο χώρο είναι χαοτική. Απαιτείται λοιπόν μια καθαρή, κυκλική πορεία στο χώρο που θα εκκινεί και θα καταλήγει την πλατεία. Επομένως, η πλατεία είναι ο πρώτος χώρος (υπαίθριος), η είσοδος του πρότζεκτ. Επίσης, χρήσιμη θα ήταν η κατακόρυφη χάραξη διαμπερών ροών στο οικοπέδο. Τέλος, λήφθηκε υπόψη ότι έρχεται σε άμεση επαφή με την αγορά βιολογικών προϊόντων και την Ψαραγορά.

Τα αντικείμενα αγκυρώνουν το χρόνο (Yi-Fu Tuan, 1997, σ. 187), εγώ θα έλεγα ότι αγκυρώνουν τον τόπο.

Η μορφολογία του κτιρίου με την αυστηρή γραμμικότητα και τα σχοινιά, που λειτουργούν ως ένα σύστημα σκίασης, παραπέμπει στο τεντωμένο στημόνι του αργαλειού, τη γραμμικότητα της διαδικασίας ύφανσης και τη μορφή των διάτρητων μεταλλικών καρτών της μηχανής Jacquard. Ωστόσο, η χάραξη του κτιρίου στο οικοπέδο βασίζεται καθαρά στις ροές κίνησης μέσα στο χώρο και την συνομιλία της νέας δομής με τα υπάρχοντα κτίρια. Φιλοδοξώντας να ενσωματώσει το κτίριο τις δύο βασικές ροές επισκεπτών που κινούνται

παράλληλα με τη θάλασσα, προς το κέντρο και τα Παλαιά, το κτίριο μετατράπηκε σε ένα κτίριο-διάδρομο με κεντρικό άξονα μια διαμπερή οριζόντια κίνηση. Αντίστοιχα στην προσπάθεια να κατευθύνει τον επισκέπτη προς τις πέτρινες αποθήκες διαμορφώθηκε αντίστοιχα σε έναν κάθετο προς την πλατεία άξονα.

Ο τόπος είναι ένα ειδικού τύπου αντικείμενο. Δίνεται μέσω της ικανότητα της κίνησης. Οπότε βιώνεται ως η σχετική θέση των αντικειμένων ή χώρων, ως η απόσταση που χωρίζει ή ενώνει χώρους και αντικείμενα, ως μια περιοχή που καθορίζεται ως δίκτυο χώρων. Ένα αντικείμενο ή ένας τόπος αγγίζει την απτή πραγματικότητα όταν η εμπειρία μας από αυτό είναι απόλυτη, δηλαδή μέσα από όλες τις αισθήσεις μας. Η οργάνωση του ανθρώπινου χώρου εξαρτάται από την όραση. Οι υπόλοιπες εμπειρίες επεκτείνουν και εμπλουτίζουν τον οπτικό χώρο. Οι άνθρωποι δεν αναγνωρίζουν μόνο γεωμετρικά μοτίβα στη φύση και δημιουργούν αφαιρετικούς χώρους νοητικά, αλλά προσπαθούν να ενσωματώσουν τη σκέψη τους, τις εικόνες και τα αισθήματα τους σε απτό υλικό. Το αποτέλεσμα είναι γλυπτικός και αρχιτεκτονικός χώρος, και σε μεγάλη κλίμακα η πόλη (Yi-Fu Tuan, 1997, σελ. 12-18). [...] Ο χρόνος μπορεί να ειδωθεί ως κίνηση ή ροή και ο τόπος ως η παύση, ενώ η προσκόλληση σε έναν τόπο ως λειτουργία χρόνου. Η κίνηση στο χώρο μπορεί να είναι κυκλική υπονοώντας επαναληπτικότητα. Ο σκοπός είναι η δημιουργία ενός τόπου στο χώρο (Yi-Fu Tuan, 1997σ. 184)

Ο πρώτος χώρος που συναντά ο επισκέπτης είναι το σημείο τομής των δύο αξόνων όπου φιλοξενούνται οι πιο δημόσιοι χώροι του συγκροτήματος, δηλαδή το lobby με τα εισιτήρια και το εισαγωγικό κομμάτι της κάθε έκθεσης, ενώ στη συνέχεια βρίσκεται στο καφέ-σουβενίρ. Από εκεί μπορεί είτε να επισκεφτεί το εργαστήριο αργαλειών επιλέγοντας μια πορεία παράλληλη στην πλατεία, είτε να προχωρήσει ευθεία προς τη θάλασσα, στον υπόλοιπο εκθεσιακό χώρο. Ακολουθώντας την δεύτερη επιλογή καταλήγει στο πίσω μέρος του πέτρινου κτιρίου. Διασχίζοντας το βρίσκεται ξανά στον μπροστινό χώρο της πλατείας. Αποτυπώνεται δηλαδή μια κυκλική πορεία.

Οι δύο άξονες του κτιρίου παρεμβάλλονται από τη μία μεριά μεταξύ πλατείας και πέτρινων αποθηκών και από την άλλη μεταξύ παραλίας και πέτρινων αποθηκών δημιουργώντας ζώνες διάδρασης και διαφορετικών χρήσεων. Για παράδειγμα οι υπαίθριοι χώροι μπροστά από το πέτρινο κτίριο μπορούν να χρησιμοποιηθούν για υπαίθρια εργαστήρια τους θερινούς μήνες ή μια υπαίθρια έκθεση. Ο χώρος των αργαλειών επιλέχτηκε να φιλοξενηθεί στη συγκεκριμένη τοποθεσία για επικοινωνιακούς σκοπούς, καθώς κάποιος αντιλαμβάνεται άμεσα ότι το συγκρότημα αφορά την τέχνη της υφαντικής και μπορεί να θαυμάσει τα αντικείμενα και τη διαδικασία ακόμη και από έξω χάρη στο γυάλινο περίβλημα.

Η περίκλειστη πλατεία έχει ξεχωριστές λειτουργίες και φύτευση που αναπτύσσονται διαδοχικά. Μια συστάδα από ακακίες Κωνσταντινουπόλεως ή πλατανομουριών, ιδανικές για σκίαση και φιλτράρισμα καυσαερίων και ήχου, σαν ηχώφραγμα βρίσκεται στο μέτωπο της πλατείας, ακολουθείται από μια μεταλλική κατασκευή-στεγάστρο με deck για ποικίλες δημόσιες χρήσεις, που την διαδέχεται μια συστάδα ροδιών και ο βασικός χώρος της πλατείας. Στην κάτω μεριά η πλατεία πλαισιώνεται από τη νέα κατασκευή. Μια συστάδα

Β. ΤΟ ΠΡΟΤΖΕΚΤ Ο ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΧΩΡΟΣ

του ελληνικού φοίνικα χαμαίροπα έχει τοποθετηθεί στον υπαίθριο παιδότοπο και μια συστάδα της πανέμορφης πιπεριάς Μαγαδασκάρης αναπτύσσεται γύρω από τη νέα κατασκευή. Χαμηλή ξηροφυτική φύτευση στολίζει τα παρτέρια στον βασικό χώρο της πλατείας. Το όριο που δημιουργείται προς το δρόμο με την υψηλή φύτευση και το στέγαστρο, συνεχίζει στις δύο μεριές με την τοποθέτηση της νέας κατασκευής και στην τέταρτη πλευρά με το υφιστάμενο κτίριο της Παραγοράς. Οι οπτικές φυγές που δημιουργούνται μέσα από τις συστάδες δέντρων στο μέτωπο του δρόμου, η χαμηλή δόμηση και διαπερατότητα της νέας κατασκευής με θέα τη θάλασσα και οι διάδρομοι πίσω από τη νέα κατασκευή μειώνουν την αίσθηση εγκλεισμού της πλατείας, δημιουργώντας μάλλον έναν χωρικό εναγκαλισμό.

Ο ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΧΩΡΟΣ

Σύμφωνα με τον Warnen Brown η μετάβαση από την έννοια χώρος στην έννοια τόπος γίνεται μέσα από τη διαδικασία αρχικά ανάγνωσης της εισόδου-εξόδου και στη συνέχεια από την ανάγνωση 'ορόσημων'. Οι βασικές τοποθεσίες παραμένουν η είσοδος και η έξοδος. (Yi-Fu Tuan, 1997, σελ. 71). Η γραμμικότητα του χώρου στην περίπτωση του 'ΚΥΒΟΣ' δεν αφήνει περιθώρια επιλογής εναλλακτικών προσανατολισμών. Ωστόσο, οι πολλαπλές εισοδοί προσφέρουν τη δυνατότητα μιας μη γραμμικής αφήγησης.

Υπάρχουν δύο ευέλικτοι τρόποι έκθεσης των αντικειμένων. Είτε ανάρτηση και αιώρηση στο χώρο με τη χρήση συρματόσχοινων, είτε μέσω ενός πολυχρηστικού μετακινούμενου επίπλου που μετατρέπεται σε γυάλινη ή γυμνή προθήκη και διαθέτει σύστημα ανάρτησης πινάκων.

Το σώμα ανταποκρίνεται σε βασικά χαρακτηριστικά του σχεδιασμού όπως εγκλεισμός, έκθεση, καθετότητα, οριζοντιότητα, μάζα, όγκος, ευρυχωρία, φως. Ο χώρος του 'Μουσείου-Αποθήκη' χαρακτηρίζεται από ευελιξία και προσαρμοστικότητα.

Οι δυνατότητες που επιτρέπει η τοποθέτηση του μετακινούμενου επίπλου έκθεσης στο χώρο σε ελεύθερη διάταξη, δημιουργεί πλήθος μοτίβων κίνησης -αναδίπλωση, κυματισμό, ταλάντωση, εγκλεισμό, τοπική ένταση. Οι διαφοροποιήσεις αυτές δημιουργούν πολλαπλές οπτικές. Αποφεύγεται έτσι η στατική θέαση και δημιουργούνται κύκλοι θέασης. Επίσης, σε περιπτώσεις που τα αντικείμενα είναι στιβαρά κι όχι ευαίσθητα, ο εκθεσιακός χώρος δύναται να μη συσκοτίζεται κατά τις απογευματινές ώρες δημιουργώντας νέες διαδρομές θέασης, στους δύο παράλληλους διαδρόμους που με σωστή σήμανση θα μπορούν κατά τόπους να μπλέκονται μεταξύ τους.

Ρολά Black Out συσκοτίζουν το χώρο κατά τη διάρκεια έκθεσης, ενώ καθώς χάνεται η διαπερατότητα του κτιρίου τα σχοινιά εξωτερικά γίνονται ο καμβάς και χώρος ανάρτησης καλλιτεχνικών επεμβάσεων και εκπαιδευτικών παιχνιδιών. Ανάλογα με την έκταση και τις απαιτήσεις της εκάστοτε έκθεσης κάποιοι χώροι δύνανται να απομονωθούν, παράλληλα

B. ΤΟ ΠΡΟΤΖΕΚΤ Ο ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΧΩΡΟΣ

άλλοι να ανοιχτούν στο κοινό, ακόμη και να γίνουν ημι-υπαίθριοι χάρη στην αναδιπλούμενη τζαμαρία .

Ο εκθεσιακός χώρος πληρεί τις βασικές προϋποθέσεις μουσειακού χώρου, καθώς είναι εξοπλισμένος με σύστημα VRV που διατηρεί συγκεκριμένα επίπεδα υγρασίας και θερμοκρασίας στο χώρο, σύστημα συναγερμού, εγκατάσταση φωτισμού με σποτ και σύστημα πυρόσβεσης ενσωματωμένα στην οροφή, περιμετρικό έμμεσο φωτισμό, σύστημα black out συσκότισης.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [1] S. Anholt, "Place branding: Is it marketing, or isn't it?," *Place Brand. Public Dipl.*, vol. 4, no. 1, pp. 1–6, Feb. 2008.
- [2] G. J. Ashworth, "The instruments of place branding," *Eur. Spat. Res. policy*, vol. 16, no. 1, pp. 9–22, 2009.
- [3] J. G. Brida, M. Disegna, and R. Scuderi, "Visitors of two types of museums: A segmentation study," *Expert Syst. Appl.*, vol. 40, no. 6, pp. 2224–2232, May 2013.
- [4] Cliff Moughtin, *Urban design: street and square*. London: Butterworth Architecture, 1992.
- [5] H. Mommaas and N. van Boom, *Comeback Cities: Transformation Strategies for Former Industrial Cities*. Rotterdam: NAI010.
- [6] C. Scott, "Branding. Positioning museums in the 21st cen.," *Int. J. Arts Manag.*, vol. 2, no. 3, 2000.
- [7] L. Scrofani and L. Ruggiero, "Museum networks in the Mediterranean area : Real and virtual opportunities &," *J. Cult. Herit.*, 2013.
- [8] G. Stavroulaki and J. Peponis, "The spatial construction of seeing at Castelvecchio," *Proc. 4th Int. Sp. ...*, 2003.
- [9] E. W. Todd, "Visual Design and Exhibition Politics in the Smithsonian's Between a Rock and a Hard Place," *Radic. Hist. Rev.*, vol. 2004, no. 88, pp. 139–162, Jan. 2004.
- [10] Y.-F. Tuan, *Space and Place*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997.
- [11] F. Tung, "Weaving with Rush : Exploring Craft-Design Collaborations in Revitalizing a Local Craft," *Int. J. Des.*, vol. 6, no. 3, pp. 71–84, 2012.
- [12] K. Words and E. Design, "Total displacement : exhibiting folklore and the boundaries of museum space," *Milli Folk.*, vol. 23, no. 90, pp. 54–64, 2011.
- [13] Κωστής Αδαμάκης, "Η αξιοποίηση της βιομηχανικής κληρονομιάς του Βόλου," 2013. [Online]. Available: <http://www.greekarchitects.gr/gr/αρχιτεκτονικες-ματιες/η-αξιοποιηση-της-βιομηχανικης-κληρονομιας>.
- [14] Πόπη Ζώρα, *Λαϊκή Τέχνη*. Αθήνα, 1995, pp. 2–31.
- [15] Γρηγόρης Καρταπάνης, "Ι/Σ 3: Τα Παλαιά Ψαράδικα (β' μέρος)," 2013. [Online]. Available: <http://www.taxydromos.gr/article.php?id=72353&cat=2008>.
- [16] Γρηγόρης Καρταπάνης, "Ι/Σ 4: Μετά τα Παλαιά Ψαράδικα," 2013. [Online]. Available: <http://www.taxydromos.gr/article.php?id=73026&cat=2008>.

- [17] Ειρήνη Νάκου, *Μουσεία: Εμείς, τα πράγματα και ο πολιτισμός*. Αθήνα: Νήσος, 2001.
- [18] Μαρία Οικονόμου, *Μουσείο: Αποθήκη ή ζωντανός οργανισμός*; Αθήνα, 2003.
- [19] Δημήτρης Φιλιππίδης, *Αρχιτεκτονικές Μεταμορφώσεις*. Αθήνα: Μέλισσα, 2006.
- [20] Βίλμα Χαστάογλου, *Βόλος. Το πορτραίτο της πόλης*. Βόλος: Δημοτικό Κέντρο Ιστορίας και Τεκμηρίωσης Βόλου, 2007.
- [21] "Polymer processing." [Online]. Available: <http://www.teonline.com/knowledge-centre/polymer-processing.html>.
- [22] "Παραδοσιακά υφαντά." [Online]. Available: <http://www.cretanethnologymuseum.gr/imke/html/gr/intro.html>.
- [23] "Ι/Σ 1: Ιστορία τελωνείου και πέτρινων αποθηκών λιμανιού." [Online]. Available: http://www.pesty.gr/index.php?option=com_content&view=article&id.
- [24] "Textile equipment." [Online]. Available: http://www.textileequipments.in/products_detail.php?id=2.