

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

**ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ
ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ &
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
‘ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ’**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ
ΕΡΓΑΣΙΑ**

ANNA ΚΑΤΣΑΟΥΝΗ ΤΟΥ ΑΝΔΡΕΑ

**ΘΕΜΑ: Ο ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΤΗΣ
ΒΕΡΟΙΑΣ: ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΜΙΧΑΛΗΣ
ΖΟΥΜΠΟΥΛΑΚΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ**

ΒΟΛΟΣ, ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2015



ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μία από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που αναφέρεται σε πολιτιστικά τουριστικά ταξίδια τα οποία έχουν ως κυρίαρχα κίνητρα δραστηριότητες και εμπειρίες σχετικές με τον πολιτισμό και φέρνει τον επισκέπτη σε επαφή με τον πολιτισμό του τόπου που επισκέπτεται. Στην παρούσα διπλωματική εργασία πραγματοποιείται, αρχικά, η επισκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας σε θέματα ορισμού του πολιτισμού, του τουρισμού, του πολιτιστικού τουρισμού, της πολιτιστικής κληρονομιάς και του μουσείου. Στη συνέχεια, η μελέτη περίπτωσης αφορά τη διερεύνηση των έξι μουσείων του Δήμου της Βέροιας που είναι οι Βασιλικοί Τάφοι των Αιγών στη Βεργίνα και στην πόλη της Βέροιας το Αρχαιολογικό, το Βυζαντινό, το Λαογραφικό ή αρχοντικό Σαράφογλου, το Εθνικό Μουσείο Εκπαίδευσης και το Βλαχογιάννειο Μουσείο Μακεδονικού Αγώνα και η συνεισφορά τους στην πολιτιστική ανάπτυξη. Για τα σκοπό αυτό πραγματοποιήθηκε η ποιοτική πρωτογενής έρευνα με τη μορφή συνέντευξης σε αυτούς τους φορείς. Η έρευνα καταλήγει στο συμπέρασμα ότι για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού και δη των μουσείων χρειάζεται ένα ολοκληρωμένο δίκτυο μουσείων και για την επίτευξη του στόχου θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στην οργάνωση ενός διαχειριστικού σχεδίου των πολιτιστικών πόρων.

Λέξεις κλειδιά

Πολιτιστικός Τουρισμός, Πολιτιστική Κληρονομιά, μουσεία, Βέροια, Βεργίνα

ABSTRACT

Cultural tourism is one of the alternative forms of tourism, referring to cultural tourism trips that are predominantly motivated activities and experiences on culture and brings visitors in touch with the culture of the place visited. This thesis is made, initially, an overview of the literature on the specification of culture, tourism, cultural tourism, cultural heritage and museum. Then, the case study on investigation six museums of Municipality of Veria is the Royal Tombs of Aigai in Vergina and in Veria Archaeological, Byzantine, Folklore or mansion Sarafoglou, the National Museum of Education and Vlachogiannio Museum Macedonian Struggle and their contribution to cultural development. For this purpose conducted qualitative primary research in the form of interview in these bodies. The study concludes that the development of cultural tourism and public museums need an integrated network of museums and to achieve the objective should be given particular attention to the organization of a management plan of cultural resources.

Keywords

Cultural Tourism, Cultural Heritage, museums, Veria, Vergina

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ

Δηλώνω ρητά ότι είμαι συγγραφέας αυτής της διπλωματικής εργασίας, ότι αντιπροσωπεύει τις προσωπικές μου απόψεις και ότι αναφέρω πλήρως όλες τις πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνησή της. Είμαι υπεύθυνη για την τήρηση του υφιστάμενου κώδικα δεοντολογίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, ως προς την προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων τρίτων και το αδίκημα της λογοκλοπής www.uth.gr/ethics.

Ονοματεπώνυμο

Άννα Κατσαούνη

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ABSTRACT.....	4
ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ.....	5
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	6
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	9
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ.....	10
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΧΑΡΤΩΝ.....	11
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΩΝ.....	12
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	13
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	14
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΡΟΗΣ.....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	20
1.1 Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ.....	20
1.2 Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	21
1.2.2 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ.....	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	25
2.1 ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	25
2.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ.....	29
2.3 ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ.....	30
2.3.1 ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ.....	32
2.4 ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΣΤΑ ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ.....	32
2.5 ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΣ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	33
2.6 ΒΙΩΜΑΤΙΚΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	34
2.7 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ ΚΑΙ ΜΟΥΣΕΙΑ.....	35
2.8 Η ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ.....	37
2.8.1 ΕΞΕΛΙΞΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ.....	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ.....	40
3.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ.....	40
3.1.2 ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ.....	41

3.2 ΦΟΡΕΙΣ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ...	42
3.3 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΙΔΡΥΣΗ ΤΗΣ UNESCO ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ.....	43
3.3.1 <i>Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΧΑΡΤΑ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ</i>	47
3.4 ΧΩΡΕΣ ΚΑΙ ΠΟΛΕΙΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ.....	48
3.4.1 <i>ΣΠΗΛΑΙΑ – ΦΡΟΥΡΙΑ – ΑΝΑΚΤΟΡΑ</i>	49
3.5 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ – ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	50
3.5.1 <i>ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ ΕΛΛΑΔΑΣ</i>	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ.....	54
4.1 Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ.....	54
4.1.1 <i>ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ</i>	58
4.2 ΤΑ ΔΙΚΤΥΑ ΜΟΥΣΕΙΩΝ.....	60
4.3 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	64
4.4 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ.....	68
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΤΗΣ ΒΕΡΟΙΑΣ.....	73
5.1 ΜΟΥΣΕΙΟ ΒΑΣΙΛΙΚΩΝ ΤΑΦΩΝ ΤΩΝ ΑΙΓΩΝ.....	73
5.1.1 <i>ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΒΑΣΙΛΙΚΩΝ ΤΑΦΩΝ ΤΩΝ ΑΙΓΩΝ</i>	76
5.1.2 <i>ΣΧΟΛΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ</i>	80
5.2 ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ.....	81
5.2.1 <i>ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ</i>	83
5.2.2 <i>ΣΧΟΛΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ</i>	86
5.3 ΒΥΖΑΝΤΙΝΟ ΜΟΥΣΕΙΟ.....	87
5.3.1 <i>ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟ ΒΥΖΑΝΤΙΝΟ ΜΟΥΣΕΙΟ</i>	89
5.3.2 <i>ΣΧΟΛΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ</i>	94
5.4 ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ Ή ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΣΑΡΑΦΟΓΛΟΥ.....	95
5.4.1 <i>ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟ ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ Ή ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΣΑΡΑΦΟΓΛΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΤΣΑΛΙΑΓΚΟΥ ΑΘΑΝΑΣΙΑ</i>	96
5.4.2 <i>ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟ ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ Ή ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΣΑΡΑΦΟΓΛΟΥ ΜΕ ΤΟΝ ΒΛΑΧΑΚΗ ΙΩΑΝΝΗ</i>	96
5.4.3 <i>ΣΧΟΛΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ</i>	99

5.5 ΕΘΝΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ.....	99
5.5.1 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ.....	100
5.5.2 ΣΧΟΛΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ.....	103
5.6 ΒΛΑΧΟΓΙΑΝΝΕΙΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΟΥ ΑΓΩΝΑ.....	104
5.6.1 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟ ΒΛΑΧΟΓΙΑΝΝΕΙΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΟΥ ΑΓΩΝΑ.....	105
5.6.2 ΣΧΟΛΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ.....	107
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	123
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	133
ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ.....	133
ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ.....	136
ΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ.....	141

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

α/α	ΘΕΜΑ	αρ. σελ.
ΠΙΝΑΚΑΣ 1	Τα κριτήρια επιλογής για να συμπεριληφθούν τοποθεσίες στον Κατάλογο Παγκόσμιας Κληρονομιάς	44
ΠΙΝΑΚΑΣ 2	Ελληνικά Μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς	53
ΠΙΝΑΚΑΣ 3	Κοινές Ερωτήσεις Συνεντεύξεων	109
ΠΙΝΑΚΑΣ 4	Ανάλυση SWOT Μουσείου Βασιλικών Τάφων των Αιγών	112
ΠΙΝΑΚΑΣ 5	Ανάλυση SWOT Αρχαιολογικού Μουσείου	115
ΠΙΝΑΚΑΣ 6	Ανάλυση SWOT Βυζαντινού Μουσείου	117
ΠΙΝΑΚΑΣ 7	Ανάλυση SWOT Λαογραφικού μουσείου ή αρχοντικού Σαράφογλου	119
ΠΙΝΑΚΑΣ 8	Ανάλυση SWOT Εθνικού Μουσείου Εκπαίδευσης	120
ΠΙΝΑΚΑΣ 9	Ανάλυση SWOT Βλαχογιάννείου Μουσείου Μακεδονικού Αγώνα	121

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

α/α	ΘΕΜΑ	αρ. σελ.
Γράφημα 1	Διακύμανση των θέσεων της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς 2005 - 2015	45
Γράφημα 2	Θέσεις προτεινόμενες για επανεξέταση 2006 - 2015	46
Γράφημα 3	1978- 2015	46

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΧΑΡΤΩΝ

α/α	ΘΕΜΑ	Αρ. σελ.
Χάρτης 1	Γεωγραφική Κατανομή των Πολιτιστικών Θέσεων στον Κατάλογο της Παγκόσμιας Κληρονομιάς	45
Χάρτης 2	Αποτύπωση Ελληνικών Μνημείων Παγκόσμιας Κληρονομιάς	53

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΩΝ

ΑΜΕΑ:	Άτομα Με Ειδικές Ανάγκες
Ε.Ε.:	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΚΠΑ:	Εφορεία Κλασικών Προϊστορικών Αρχαιοτήτων
ΕΣΠΑ:	Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς
ΕΣΣΔ:	Ένωση Σοβιετικών Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών
ΗΠΑ:	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
Κ.Π.Σ:	Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης
ΚΕΠΑ:	Κοινωφελή Επιχείρηση Πολλαπλής Ανάπτυξης
Μ.Μ.Ε.:	Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
ΟΤΑ:	Οργανισμός Τοπικής Αυτοδιοίκησης
ΠΟΤ:	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού
ΠΕΠ:	Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
ΣΕΤΕ:	Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
ΤΑΠΑ:	Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων
ΥΠΠΟ:	Υπουργείο Πολιτισμού
ATLAS:	European Association for Tourism and Leisure Education
GMB:	Guggenheim
ICOM:	International Councils of Museums
ICOMOS:	International Council on Monuments and Sites
MSGs:	United Nations Millennium Development Goals
SWOT:	Strengths Weaknesses Opportunities Threats
UNESCO:	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO:	The World Tourism Organization
WTD:	Παγκόσμια Τουριστική Ημέρα

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Μιχάλη Ζουμπουλάκη, Καθηγητή στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, για το αμέριστο ενδιαφέρον του, την καθοδήγηση και τη συνεχή υποστήριξη του, όποτε τη χρειάστηκα. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους εκπροσώπους των μουσείων της Βέροιας που συνέβαλαν στη διεξαγωγή του ερευνητικού μέρους της εργασίας. Ακόμη θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τη μαμά μου για την ηθική της συμπαράσταση καθόλη την πορεία των σπουδών μου.

Σας ευχαριστώ πολύ,
Άννα Κατσαούνη

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο σύγχρονος τουρίστας έχει εντάξει στις νέες του ανάγκες και συνήθειες τον πολιτιστικό τουρισμό, καθώς ο ίδιος είναι καλλιεργημένος, με υψηλό εισόδημα, ελεύθερο χρόνο και υψηλές απαιτήσεις. Στα πλαίσια της ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού¹ αναφέρεται η πορεία της ανάπτυξης της έρευνας, καθώς ξεκίνησε ως εξερεύνηση τόπων και μνημείων, πηγή πόρων και εξελίχθηκε σε ανάγκη αναψυχής και καλλιέργεια του πνεύματος.

Η πολιτιστική κληρονομιά προσφέρεται για ένα ευρύ φάσμα πολιτιστικού τουρισμού και ως εκ τούτου, κρίθηκε αναγκαίο να δημιουργηθούν οργανισμοί, όπως η United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (*UNESCO*), για να προστατεύουν και να αξιοποιήσουν περαιτέρω τα πολιτιστικά αξιοθέατα της πολιτιστικής κληρονομιάς. Εξάλλου, τα οικονομικά οφέλη από τον πολιτιστικό τουρισμό δεν ήταν ευκαταφρόνητα και οδήγησαν στη δημιουργία στρατιάς πολιτιστικών βιομηχανιών. Ένα κοινωνικό πολιτιστικό ίδρυμα είναι και τα μουσεία που συμβάλουν στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού με συνέπεια να αποφέρουν οικονομικά οφέλη σε έναν τόπο.

Τα μουσεία και οι παντός είδους συλλογές τους, λειτουργούν ως καταλύτες στην πολιτιστική, μορφωτική, εκπαιδευτική, ψυχαγωγική, επιστημονική, μακροχρόνια επιρροή στους επισκέπτες. Για το λόγο αυτό και έγινε πολύς λόγος και μελέτες επί σειρά ετών, για να αποδοθεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο ο ορισμός του μουσείου και η πολιτιστική του συμβολή στον τουρισμό και στις επιπτώσεις του στην οικονομία, στην κοινωνία και το περιβάλλον.

Η παρούσα διπλωματική εργασία με τίτλο 'Ο πολιτιστικός τουρισμός στο Δήμο της Βέροιας: τα μουσεία' πραγματοποιείται στα πλαίσια της ολοκλήρωσης του διατμηματικού προγράμματος μεταπτυχιακών σπουδών 'Σχεδιασμός και ανάπτυξη τουρισμού και πολιτισμού' που πραγματοποιείται από τα τμήματα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και Οικονομικών Επιστημών

¹ Σε αυτό το σημείο κρίνεται σκόπιμο να παρατεθεί η διάκριση του Μπαμπινιώτη (2006: 1441-1442) μεταξύ των επιθέτων 'πολιτιστικός' και 'πολιτισμικός'. Το πολιτιστικός χρησιμοποιείται περισσότερο για τον πολιτισμό ως σύνολο δραστηριοτήτων, καθώς και για τη δήλωση του τεχνικού πολιτισμού, ενώ το πολιτισμικός τείνει να δηλώνει περισσότερο την αφηρημένη πλευρά του πολιτισμού καθώς και για τον πολιτισμό ως πνευματική καλλιέργεια.

του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Κύριος σκοπός της εργασίας μέσα από την επιλογή του συγκεκριμένου θέματος είναι αφενός να παρουσιάσει τις έννοιες του πολιτιστικού τουρισμού, μέσα από την ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας, αλλά και να αναλύσει τις έννοιες για την καλύτερη προσέγγιση του πολιτισμού, του τουρισμού, της πολιτιστικής κληρονομιάς και ιδιαίτερα του μουσείου. Η εργασία παρουσιάζει το στοιχείο της πρωτοτυπίας που αφορά αποκλειστικά τα μουσεία του Δήμου της Βέροιας. Κίνητρο για την επιλογή του συγκεκριμένου θέματος αποτελεί η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και δη του πολιτιστικού που παρουσιάζεται τελευταία στην Ελλάδα και κρίνεται ιδιαίτερα κατάλληλος ο Δήμος της Βέροιας γι' αυτό το σκοπό, με το πλούσιο πολιτιστικό του απόθεμα και τη μοναδικότητα του περιεχομένου των μουσείων που διαθέτει.

Πραγματοποιήθηκε ποιοτική έρευνα με συνεντεύξεις στους φορείς των έξι μουσείων του Δήμου της Βέροιας, που είναι: οι Βασιλικοί Τάφοι των Αιγών στη Βεργίνα και στην πόλη της Βέροιας το Αρχαιολογικό, το Βυζαντινό, το Λαογραφικό ή αρχοντικό Σαράφογλου, το Εθνικό Μουσείο Εκπαίδευσης και το Βλαχογιάννειο Μουσείο Μακεδονικού Αγώνα.

Οι ερωτήσεις διαμορφώθηκαν κατά μελέτη περίπτωσης του κάθε μουσείου, έπειτα από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση και αφορούν τους επισκέπτες, την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών στους χώρους του μουσείου και προπαντός του διαδικτύου ως μέσου προώθησης, οργάνωσης εκθεμάτων, το πλάνο χρηματοδότησης, τη λειτουργία και την πολιτική διευθέτηση του μουσείου. Ειδικότερα η έρευνα αποσκοπεί στο να εντοπίσει τα προβλήματα της λειτουργίας των μουσείων μελέτης να διερευνηθούν οι ελλείψεις τους, να προταθούν λύσεις, να ενταχθούν σε ένα πρόγραμμα πολιτιστικού τουρισμού, σε ένα ολοκληρωμένο δίκτυο μουσείων υπό την επίβλεψη του Δήμου της Βέροιας. Παράλληλα να ανιχνευτούν οι δυνατοί τρόποι ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού στοχεύοντας στην οικονομική ανάπτυξη του τόπου.

Οι παράμετροι στην εργασία αφορούν την καταγραφή των πολιτιστικών στοιχείων των μουσείων της πόλης για μία ολοκληρωμένη πολιτιστική τουριστική πολιτική από το πολιτισμικό παρελθόν, το παρόν και το μέλλον. Η Βέροια παρουσιάζει έντονο πολιτιστικό χαρακτήρα και γι' αυτό συνιστάται ως κλασική περίπτωση ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού, που μπορεί να αποφέρει αναρίθμητα πολιτιστικά και οικονομικά οφέλη.

Η δομή της Διπλωματικής Εργασίας έχει ως εξής: Αρχικά, παρουσιάζεται η Εισαγωγή της διπλωματικής. Η εργασία μπορεί να διακριθεί σε δύο μέρη το *θεωρητικό*, που αφορά γενικά τη διατύπωση των ορισμών του πολιτισμού, του τουρισμού, του πολιτιστικού τουρισμού, της πολιτιστικής κληρονομιάς καθώς και του μουσείου και το *διερευνητικό* που αφορά τα μουσεία της Βέροιας.

Αναλυτικά, πρώτα παρουσιάζεται η Εισαγωγή και στο Κεφάλαιο 1 ορίζονται οι έννοιες του πολιτισμού, του τουρισμού και της πολιτιστικής βιομηχανίας, καθώς και ο τουρισμός ως οικονομικός παράγοντας. Στο Κεφάλαιο 2 αναλύεται ο πολιτιστικός τουρισμός, πιο συγκεκριμένα οι έννοιες και ορισμοί του πολιτιστικού τουρισμού, η διάκριση των πολιτιστικών τουριστών, η συμπεριφορά πολιτιστικών τουριστών, τα κίνητρα σύγχρονων επισκεπτών στα αξιοθέατα, η συμπεριφορά και ο στόχος του μαζικού τουρισμού, ο βιωματικός πολιτιστικός τουρισμός, τα πολιτιστικά αξιοθέατα και μουσεία καθώς και η πολιτιστική στρατηγική στην Ευρωπαϊκή Ένωση και η εξέλιξη της πολιτιστικής στρατηγικής. Έπειτα, στο Κεφάλαιο 3 παρουσιάζεται και διατυπώνεται η εννοιολογική οριοθέτηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, η διεύρυνση και εξέλιξή της, οι φορείς και ο σκοπός, ο σκοπός και η ίδρυση της UNESCO και λειτουργία του οργανισμού, η Διεθνής Χάρτα και ο ρόλος της, οι χώρες και πόλεις παγκόσμιας κληρονομιάς, τα μνημεία – φρούρια – ανάκτορα, η πολιτιστική κληρονομιά – τουρισμός και ανάπτυξη και η παγκόσμια πολιτιστική και φυσική κληρονομιά Ελλάδας. Στο Κεφάλαιο 4 αναλύονται τα μουσεία, πιο συγκεκριμένα, ο ορισμός του μουσείου, τα δίκτυα μουσείων, η συμβολή των μουσείων και της πολιτιστικής κληρονομιάς στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού και η εννοιολογική οριοθέτηση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων στα μουσεία.

Στη συνέχεια, στο δεύτερο μέρος, που είναι το ερευνητικό στο Κεφάλαιο 5, διερευνώνται τα έξι μουσεία μελέτης και η εμπειρική έρευνα που διεξήχθησε κατά τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο με τις συνεντεύξεις στα μουσεία, η αποτύπωση της ανάλυσης SWOT, για κάθε ένα μουσείο μελέτης, όπου αποτυπώνονται παραστατικά τα δυνατά σημεία, τα αδύνατα σημεία, οι ευκαιρίες, και οι απειλές και η ανάλυση των συνεντεύξεων. Η παρούσα μελέτη ολοκληρώνεται στο Κεφάλαιο 6 με τα συμπεράσματα - προτάσεις που προκύπτουν τόσο από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση όσο και από την εμπειρική έρευνα που πραγματοποιήθηκε. Στο τέλος της εργασίας παρατίθεται η βιβλιογραφία.

Η έρευνα για τα μουσεία της Βέροιας καταδεικνύει, πως υπάρχουν οι αξιόπιστες βάσεις για ανάπτυξη της αγοράς του πολιτιστικού τουρισμού στον Δήμο. Η γεωγραφική θέση της περιοχής καθιστά εύκολη την πρόσβαση του πολιτιστικού τουρίστα από την Εγνατία οδό, από τον αερολιμένα Μακεδονία και το λιμάνι της Θεσσαλονίκης. Ο πολιτιστικός τουρίστας έχει την ευκαιρία να επισκεφθεί μαζί με το μουσείο της Βασιλικών Τάφων των Αιγών στη Βεργίνα και τα άλλα αξιόλογα μουσεία της πόλης της Βέροιας, που καλύπτουν όλες τις ιστορικές περιόδους από τους προϊστορικούς χρόνους (Αρχαιολογικό) μέχρι την Νεότερη Ιστορία (Βλαχογιάννειο μουσείο Μακεδονικού Αγώνα). Το διευρυμένο ωράριο, το ενιαίο εισιτήριο στα πλαίσια του δικτύου μουσείων είναι κίνητρο στους τουρίστες να τα επισκεφτούν και να αποκτήσουν μία ολοκληρωμένη εικόνα του πολιτιστικού περιβάλλοντος.

Ο σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η οριοθέτηση ενός θεωρητικού πλαισίου μέσα από την ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας για την έννοια του πολιτιστικού τουρισμού ως προς την εξέλιξή του και μάλιστα τη συμβολή των μουσείων στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού μέσα από τα δίκτυα μουσείων.

Η εφαρμοζόμενη μεθοδολογία είναι η ανασκόπηση της ελληνόγλωσσης και ξενόγλωσσης βιβλιογραφίας, μέσα από τη διερεύνηση σε επιστημονικά περιοδικά, συνέδρια, διαδίκτυο, βιβλία και εφημερίδες. Η μεθοδολογία της έρευνας που ακολουθήθηκε είναι η ποιοτική και πραγματοποιήθηκε με βασικό εργαλείο τη δομημένη συνέντευξη, όπου οι ερωτώμενοι απάντησαν σε προκαθορισμένες ερωτήσεις και «οι απαντήσεις» τους καταγράφηκαν αυτολεξή (Φίλιας, 1996: 132· Ιωσηφίδης, 2008: 111· Paraskevoπούλου – Kollia, 2008: 76). Ο αριθμός των ερωτήσεων δεν είναι ίδιος σε όλα τα μουσεία καθώς κάποια ερωτήματα απαντήθηκαν από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και πολλά ερωτήματα δεν απαντήθηκαν από τους ερωτώμενους, καθώς υπήρχε έλλειψη συνεργασίας.

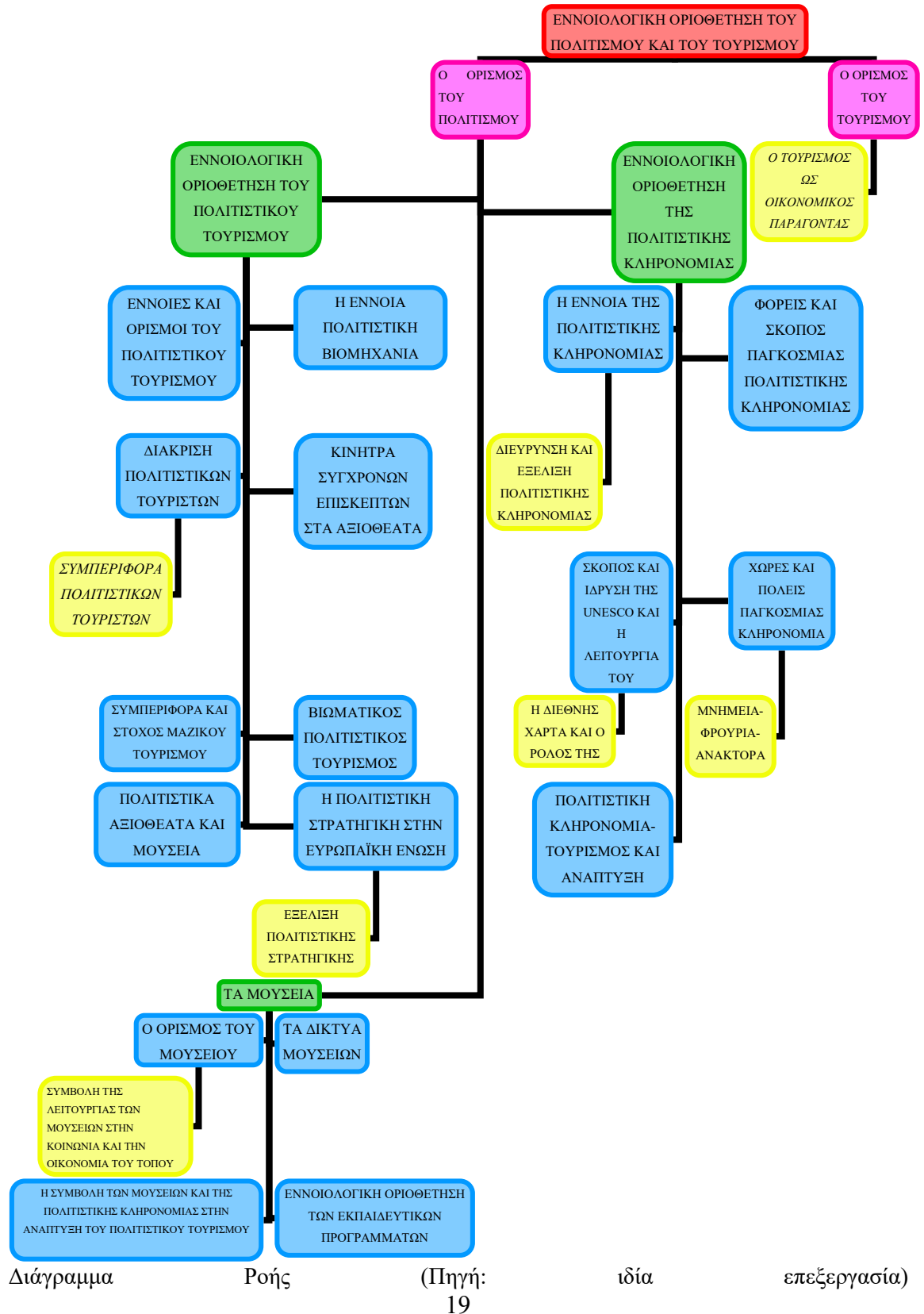
Πεδίο έρευνας αποτελούν όλα τα μουσεία του Δήμου της Βέροιας, εκπροσωπήθηκαν από έναν υπάλληλο τους και όλες οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν τηλεφωνικά, πλην του μουσείου Βασιλικών Τάφων των Αιγών και του Αρχαιολογικού που έγινε την Πέμπτη 27 Αυγούστου 2015 ως επισκέπτρια.

Πιο συγκεκριμένα, στη συνέντευξη από το μουσείο των Βασιλικών Τάφων των Αιγών απαντάει ο υπάλληλος κ. Παναγιώτης Παπαπαναγιώτου (υπάρχει αρμόδια υπάλληλος επικοινωνίας, που παρά τις επίμονες προσπάθειες μου τηλεφωνικές και ηλεκτρονικές δεν απάντησε στις ερωτήσεις μου και όταν επισκέφτηκα το μουσείο δεν

ήταν εκεί, καθώς μου είπαν ότι έρχεται από Θεσσαλονίκη). Το Αρχαιολογικό εκπροσωπεί η υπάλληλος κ. Βίζνα Άννα, καθώς αρμόδιοι υπάλληλοι όπως αρχαιολόγοι και αρχιτέκτονες δεν θέλησαν να μου μιλήσουν. Το Βυζαντινό μουσείο εκπροσωπεί η διευθύντρια Βυζαντινών Αρχαιοτήτων της Ημαθίας κ. Χειμωνοπούλου Μαρία, στην οποία οι ερωτώ – απαντήσεις στάλθηκαν για εξακρίβωση, το Λαογραφικό ή αρχοντικό Σαράφογλου εκπροσωπεί η αρμόδια Μηχανικός Τσαλιαγκού Αθανασία της Εφορείας Νεωτέρων Μνημείων Κεντρικής Μακεδονίας, η οποία υπάγεται στην Υπηρεσία Νεωτέρων Μνημείων Τεχνικών Έργων Κεντρικής Μακεδονίας του Υπουργείου Πολιτισμού και ο υπεύθυνος του τμήματος Τουρισμού του Δήμου Βέροιας κ. Βαλαχής Ιωάννης. Το Εθνικό Μουσείο Εκπαίδευσης ο αρμόδιος και υπεύθυνος κ. Ξυνάδας Μανώλης και το Βλαχογιάνναιο Μουσείο Μακεδονικού Αγώνα ο αρμόδιος και υπεύθυνος κ. Κανέλλος Ντόντος. Στις προτάσεις – συμπεράσματα εκτός των άλλων, παρουσιάζεται η «ανάλυση SWOT» (Armstrong και Kotler, 2009: 107· Lin, 2015: 87), που «αξιολογεί τα δυνατά σημεία (strengths [S])» και «τα αδύνατα σημεία (weaknesses [W])», «της τρέχουσας κατάστασης μάρκετινγκ» (Armstrong και Kotler, 2009: 108) στο εσωτερικό περιβάλλον, όπως επίσης τις «ευκαιρίες (opportunities [O])» και τις «απειλές (threats [T])» (ό. π.: 107· Lin, 2015: 87) «στο εξωτερικό περιβάλλον» που παρουσιάζουν τα μουσεία της μελέτης (Armstrong Kotler, 2009: 107). Η παρουσίαση αυτών των στοιχείων βασίστηκε σε πληροφορίες που αναζητήθηκαν από τις συνεντεύξεις και τις επίσημες ιστοσελίδες του Μουσείου Βασιλικών Τάφων των Αιγών και το Οδυσσεύς.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΡΟΗΣ

Ο πίνακας που ακολουθεί περιλαμβάνει ένα διάγραμμα ροής, το οποίο αναπαριστά τη διαδικασία που ακολουθήθηκε για την εκπόνηση του θεωρητικού μέρους της παρούσας μελέτης.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Η «λέξη πολιτισμός» είναι πολύ δύσκολο να οριστεί με απλό και σαφή τρόπο (Braudel, 2009: 51). Όπως υποστηρίζει «ο Λεβί – Στρώς» (ό. π.), «οι λέξεις» (ό. π.) «είναι εργαλεία και ο καθένας μας μπορεί να τις χρησιμοποιεί όπως νομίζει, φτάνει, προηγουμένως, να εξηγή τις προθέσεις του» (ό. π.). «Η λέξη *πολιτισμός* (*civilization*) έχει προέλευση γαλλική (ό. π.). Είναι ένας σχετικά πρόσφατος νεολογισμός, του 18^{ου} αιώνα, που εμφανίστηκε αθόρυβα» (ό. π.). «Υπάρχουν δύο λέξεις που αποδίδουν το νόημα του πολιτισμού: η πρώτη είναι η λέξη *πολιτισμός* (*civilization*) που αναφέρεται στον υλικό – τεχνολογικό πολιτισμό και η δεύτερη η λέξη *πολιτισμός* (*culture*) που αφορά τον πνευματικό πολιτισμό» (Βενετσανοπούλου, 2006: 136 στο Κοκκώσης κ.ά., 2011: 234). Κατά τον «Littrel» (1997 στο Richards, 2001: 7), πολιτισμός είναι ό τι σκέφτεται ο άνθρωπος, όπως «στάσεις, πεποιθήσεις, ιδέες και αξίες» της ζωής (Richards, 2001: 7), δηλαδή ορισμένη «συμπεριφορά και τρόπος ζωής», καθώς και ό τι κάνει, π.χ., «έργα τέχνης, χειροποίητα αντικείμενα, πολιτιστικά προϊόντα» (ό. π.).

Σχεδόν, δεδομένο είναι ότι, όλοι όσοι κάνουν τουρισμό δεν αρκούνται μόνο σ' αυτόν αλλά δείχνουν έντονο ενδιαφέρον και για «τον πολιτισμό» της περιοχής που επισκέπτονται (Μοίρα και Παρθένης, 2011: 145). Όπως ισχυρίζεται η «Boniface» (1995: viii στο ό. π.), αν έλειπε ο πολιτισμός από την ζωή μας, τα πάντα στη γη θα τα βλέπαμε το ίδιο και τίποτε δεν θα μας κέντριζε το ενδιαφέρον να ταξιδεύουμε, να γνωρίσουμε το κάτι άλλο πέρα από εμάς και τον τόπο μας. «Ο πολιτισμός είναι στο επίκεντρο» του πολιτιστικού τουρισμού και μερικοί τον θεωρούν ως τον «πυρήνα» του, δηλαδή αυτοσκοπό για ταξίδια, νέους προορισμούς κι επισκέψεις σε μουσεία, μνημεία καθώς και πολιτιστικούς χώρους (Hughes, 2002 :170). Γενικά ολόκληρος ο τρόπος ζωής του ανθρώπου χαρακτηρίζει τον πολιτισμό του, όπως υποστηρίζει ο «Williams» (1981: 90 στο Μοίρα και Παρθένης, 2011: 147).

1.2 Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Έχει γενικά παρατηρηθεί ότι «ο τουρισμός» αποτελεί «σύνθετο φαινόμενο» (van der Zee και Vanneste, 2015: 46). Θεωρείται ως αμοιβαία επενέργεια ανάμεσα σε επισκέπτες και προορισμούς που συνυπάρχουν και τους ενδιαφέρει ο τουρισμός λίγο ή πολύ, «άμεσα ή έμμεσα» (ό. π.: 46 - 7). Η τωρινή μορφή του τουρισμού προέκυψε από τη βιομηχανική επανάσταση «στα τέλη του 19^{ου} και τις αρχές του 20^{ου} αιώνα» και ο τουρισμός ήταν συνέπεια της αύξησης «των παραγωγικών δυνάμεων» (Antolikova et al., 2015: 63).

Οι ορισμοί για τον τουρισμό ανέρχονται σε περισσότερους «από εκατόν – πενήντα» και μερικοί από αυτούς που τους έχουν διατυπώσει είναι οι «E. Guyer – Fleuler (1905), E. Piccard (1911), J. Guth (1917), E. Novy and E. Fodor (1937)», ενώ οι ελβετικής καταγωγής «καθηγητές W. Huzniker και K. Krapf» εκτιμώνται ως οι «κλασικοί της θεωρίας» για τον τουρισμό (ό. π.). Σε δημοσιευμένη μελέτη των δύο τελευταίων που ονομάζεται «Σκιαγράφιση της Γενικής Διδασκαλίας του Τουρισμού» τον έθεσαν «ως το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή, των μη κατοίκων», με δεδομένο «ότι δεν οδηγούν σε μόνιμη κατοικία και δεν» συνδέονται με καμία ενέργεια που να αποσκοπεί στο κέρδος (ό. π.).

Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) (ΣΕΤΕ, χ. χ. :9) ορίζει ότι «ο τουρισμός είναι υποσύνολο των ταξιδιών, όπου τα ταξίδια νοούνται με την ευρεία έννοια που σημαίνει μετακίνηση από έναν τόπο σε άλλον» (ό. π.). «Ο τουρισμός αποτελεί» ένα φαινόμενο τόπου το οποίο περιέχει «την παραγωγή της ταυτότητας προορισμού σε διαφορετικές κλίμακες» (Hall, 1998 στο Wang και Xu, 2015: 241). Ακόμη, ο Ελβετός Claude Kaspar το «1995» τον ορίζει «ως το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από τα ταξίδια των μη μόνιμων κατοίκων σε βαθμό που δεν συνδέεται με οποιαδήποτε κερδοσκοπική δραστηριότητα» (Antolikova, et al., 2015: 63). Ερευνητές από τη Σλοβακία, «οικονομολόγοι και ειδικοί μάρκετινγκ» προσεγγίζουν τον τουρισμό από την οικονομική επιστήμη (ό. π.). Ο δε Sladek το «1970» θεώρησε ότι είναι ένας «τομέας» ανεξάρτητος της βιομηχανίας με τα δικά του χαρακτηριστικά (ό. π.). Σήμερα, η διερεύνηση του τουρισμού πραγματοποιείται «από τις κοινωνικές επιστήμες, όπως η οικονομία, η ψυχολογία, η κοινωνιολογία, η

εκπαίδευση και τις φυσικές επιστήμες όπως» είναι «η γεωγραφία και η οικολογία, αλλά και την ιατρική» (ό. π.) (ΣΕΤΕ, χ. χ.:9).

Ο «Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού» (*UNWTO*) είναι μία «εξειδικευμένη υπηρεσία» που έχει σκοπό την προώθηση του τουρισμού «ως κινητήρια δύναμη» οικονομικής και περιβαλλοντικής βιώσιμης ανάπτυξης, καθώς και την πολιτική «της γνώσης του τουρισμού» παγκοσμίως (*UNWTO*, 2015). Δέσμευση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού είναι να στηρίζει και να εφαρμόζεται ο Παγκόσμιος Κώδικας «Δεοντολογίας» για τον τουρισμό με σκοπό να επιτυγχάνει ο Αναπτυξιακός Στόχος «της Χιλιετίας των Ηνωμένων Εθνών» (*United Nations Millennium Development Goals (MSGs)*), ήτοι τη «μείωση» «της φτώχειας» και τις πιθανές αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού, χρησιμοποιώντας τον τουρισμό ως μέσο για την αναπτυξιακή πραγμάτωση «τεχνικής βοήθειας» τουρισμού σε πάνω από εκατό χώρες παγκοσμίως (ό. π.). Τα μέλη του Οργανισμού αριθμούν «εκατόν – πενήντα – έξι χώρες», η δε τουριστική ανάπτυξη επηρεάζει και «επηρεάζεται από την ξενοδοχειακή βιομηχανία» γι' αυτό και έχουν παράλληλη ανάπτυξη (ό. π.). Η «Παγκόσμια Τουριστική Ημέρα (*WTD*)» καθιερώθηκε να «γιορτάζεται κάθε χρόνο στις 27 Σεπτεμβρίου», θέλοντας να επισημανθεί η σπουδαιότητα του τουρισμού (ό. π.).

1.2.2 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ

Ο τουρισμός θεωρείται σήμερα πως είναι μία από τις πιο αξιόλογες πτυχές της οικονομίας των χωρών, σε παγκόσμιο επίπεδο (Al – Saadi, 2014: 50). «Ο τουρισμός» σε διεθνές επίπεδο, είναι η βιομηχανία που αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς, εξελίσσεται και συντελεί στην οικονομική ανάπτυξη, δημιουργώντας θέσεις «εργασίας» παροχής υπηρεσιών, εισροή «ξένου συναλλάγματος» και αύξηση του φορολογικού εισοδήματος (Eilat και Eivan, 2004 στο Huang et al., 2012: 1450).

Έρευνες σχετικά με την ελκυστικότητα μίας πόλης, έχουν αποκαλύψει ότι πολλές φορές ο τουρισμός είναι μια διάσταση που αγνοείται «από πολεοδόμους» (Russo και van der Borg, 2002: 631). Από την άλλη, μια στρατηγική που χρησιμοποιούν ευρωπαϊκές πόλεις για να προαγάγουν την τοπική τους κοινωνία, είναι η

προώθηση της τουριστικής βιομηχανίας, διότι συντελεί στην οικονομική ανάπτυξη προσφέροντας εργασία ακόμη και σε μη εξειδικευμένους εργαζόμενους «μερικής απασχόλησης», κυρίως γυναίκες (ό. π.). Οι οικονομικοί πόροι του τουρισμού χρησιμοποιούνται πολλές φορές «για τη διατήρηση και αποκατάσταση» μνημείων, όταν μάλιστα για το σκοπό αυτό ο κρατικός προϋπολογισμός είναι ελάχιστος έως ανύπαρκτος (ό. π.). Εξάλλου, οι πρόσοδοι από τον τουρισμό κατευθύνονται και σε άλλα τουριστικά αξιοθέατα, καθώς και σε υποδομές, προκειμένου να προσφέρουν στην περιφέρεια μία πρωτοπόρα και «ελκυστική εικόνα» (ό. π.).

Ας σημειωθεί πως ο τουρισμός, ως βιομηχανία που έχει αναπτυχθεί και δραστηριοποιηθεί σε πολλούς τομείς παράγει και ο ίδιος πολιτισμό (Boniface, 1998: 748). Η υγιής λειτουργία μίας βιομηχανίας που παράγει πολιτισμό, είναι πόλος έλξης για επενδύσεις οικονομικού ενδιαφέροντος από τους τουριστικούς πράκτορες και *ψυχολογική εγγύηση* για τους τουρίστες χάρη στην πεποίθηση πως οι διακοπές τους θα εκπληρώσουν πλήρως τις προσδοκίες τους για ξεκούραση και μια ανάπαυλα από τη ρουτίνα της καθημερινότητας (ό. π. : 749).

Επιπλέον, στη λειτουργία αυτής της βιομηχανίας ιδιαίτερο ρόλο παίζουν οι τουριστικοί πράκτορες οι οποίοι από την αρχή δημιουργούν την αγορά προορισμών σε συνεννόηση με όσους παρέχουν τουριστικές υπηρεσίες (ό. π.). Η συνεργασία όλων αυτών που εμπλέκονται με αμείωτο ενδιαφέρον στην «κουλτούρα» του τουρισμού, εγγυάται τον πολιτιστικό τουρισμό και την ανάπτυξη καθ' όλη την τουριστική περίοδο, καθώς τουρίστες, καταναλωτές και καταστηματαρχές επιδίδονται στη συναλλαγή παροχής υπηρεσιών (ό. π.). Εξάλλου, όταν πρόκειται για διακοπές σε μία χώρα που ευνοεί τον πολιτιστικό τουρισμό, οι τουριστικοί πράκτορες (*«tour operators»*) προωθούν και μία σειρά από προϊόντα που σε διαφορετική περίπτωση οι καταναλωτές – τουρίστες δεν τα χρειάζονται για το σπίτι τους (ό. π.). Εκείνο όμως που προέχει τις ημέρες των διακοπών και ευνοείται, είναι η αλλαγή των συνηθειών της συμπεριφοράς από την καθημερινή τους ζωή (ό. π.). Είναι μέρος του πολιτισμού, όταν οι επιχειρήσεις τουρισμού συνιστούν καταλύματα φιλόξενα, οικεία στους ξένους τουρίστες. Η διαμονή σε ένα ευχάριστο ξενοδοχείο είναι η βάση για να περάσει κανείς ωραίες αξέχαστες διακοπές (Boniface, 1995: 73 στο ό. π.). Ο πολιτιστικός τουρισμός επιδρά σημαντικά στον τουρίστα επισκέπτη, από τη στιγμή της «υποδοχής» κι αυτό αποτελεί ορόσημο για

το κατά πόσο θα τον κρατήσει ή όχι στον τόπο, συμβάλλοντας σε οικονομική ανάπτυξη (Boniface, 1998: 750).

Έτσι λοιπόν έχουμε τους τουρίστες που επιλέγουν τον «εναλλακτικό τουρισμό», αυτόν δηλαδή ο οποίος αποτελείται από «ένα υποσύνολο του τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων» (Ανδριώτης, 2008: 71). Τα ενδιαφέροντα αυτά ομαδοποιούνται έχοντας ως βάση «το κίνητρο των τουριστών», το οποίο μπορεί να είναι το φυσικό περιβάλλον, ο πολιτισμός, το «ενδιαφέρον – ενασχόληση με παραγωγικούς τομείς», οι «ενεργητικές δραστηριότητες», το «θαλάσσιο στοιχείο», η «υγεία – ευεξία», η «εκπαίδευση» και το «επάγγελμα», καθώς και «λοιπές μορφές», όπως είναι ο «κοινωνικός τουρισμός» (ό. π.: 69). Για να πραγματοποιήσουν τις επιθυμίες τους οι τουρίστες συχνά ταξιδεύουν σε άλλες περιοχές, όπου μπορεί να βρει τις εγκαταστάσεις και τις δραστηριότητες που επιζητεί, όπως γήπεδο «γκολφ, σέρφινγκ στον ωκεανό και σκι κατάβασης» (Stebbins, 1997: 948). Δεν είναι λίγες οι φορές που τέτοιες δραστηριότητες γίνονται τρόπος ζωής και σταδιοδρομίας (Stebbins, 1992: 6 - 8 στο ό. π.).

Ανακεφαλαιώνοντας, πολιτισμός είναι ο τρόπος ζωής μας. Θεωρείται πως είναι ο πυρήνας του πολιτιστικού τουρισμού. Ο ορισμός του τουρισμού, το ταξίδι, η διαμονή, απασχόλησε επί σειρά ετών τους επιστήμονες. Ο τουρισμός έχει εξελιχθεί σε παγκόσμια τουριστική βιομηχανία στην οποία επενδύουν επιχειρήσεις και κρατικοί μηχανισμοί με την πεποίθηση, πως είναι ένας εξαιρετικά ταχύς ανταποδοτικός οικονομικός παράγοντας. Πολλά επαγγέλματα και επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται γύρω από τον τουρισμό και δη τον πολιτιστικό και συγχρόνως κινητοποιούνται άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, που δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σημαντικό είναι πως έρευνες και μελέτες για τον τουρισμό και την αναψυχή των ανθρώπων κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι ο «πολιτισμός» και ο τουρισμός είναι *δύο άρρηκτα συνδεδεμένες έννοιες* που συγκροτούν τον πολιτιστικό τουρισμό (Hughes, 2002: 164), ο οποίος ευθύνεται για την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας, ένας τομέας που συντελεί τα μέγιστα στην οικονομία του δυτικο - ευρωπαϊκού χώρου κατά τον Bywater (1993: 30 στο ό. π.). Η σύγχυση με τον πολιτιστικό τουρισμό είναι ότι έχει ένα ευρύ φάσμα στην εφαρμογή του, όπως τα «ταξίδια, το χρόνο, τον τόπο» (Hughes, 2002: 165). Καθορίζεται ακόμη από τον λόγο του τουρισμού από ανθρώπους με άλλη «κουλτούρα» (ό. π.). «Η θρησκεία, η γλώσσα, οι παραδόσεις» είναι έννοιες που συμπεριλαμβάνονται στον πολιτιστικό τουρισμό (ό. π.). Ο όρος «πολιτιστικός τουρισμός» σαν μία ομπρέλα καλύπτει πολλές δραστηριότητες, μεταξύ αυτών και οι «επισκέψεις σε γιορτές και πανηγύρια», σε ζωολογικούς κήπους, εθνικά πάρκα, μουσεία και γκαλερί τέχνης (ό. π. : 167).

Αξίζει να σημειωθεί πως οι αρμόδιοι φορείς της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την εκπαίδευση και την αναψυχή αλλά και «για τον τουρισμό» ειδικότερα η European Association for Tourism and Leisure Education («ATLAS») «ορίζουν την πολιτιστική του τουρισμού από εννοιολογική άποψη», καθότι γίνεται η μετακίνηση των ανθρώπων για να γνωρίσουν τα πολιτιστικά αξιοθέατα και να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους με «πληροφορίες και εμπειρίες» ικανοποιώντας «τις πολιτιστικές τους ανάγκες» (Tajtakova et al., 2010: 119). Η μετακίνηση, τα ταξίδια σε «χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς», με λίγα λόγια ο «πολιτιστικός τουρισμός» αναδεικνύει την τουριστική αγορά και δίνει ώθηση στην οικονομία καθώς και την οργάνωση για την εκπαίδευση στον τουρισμό και την αναψυχή (Richards, 1996, Bendixen, 1997 και Bonet, 2003 στο ό. π.). Ο Bonet (2003 στο Tajtakova et al., 2010: 119) αποδίδει στην αύξηση του πολιτιστικού τουρισμού την άνοδο του βιωτικού, μορφωτικού και πνευματικού επιπέδου. Η έξαρση του πολιτιστικού τουρισμού τονίζεται από τους Majo et al. (2004 στο Tajtakova et al., 2010: 119), καθώς και η νέα τάση προβολής των «ταξιδιών αναψυχής» με «πολιτιστική» σκοπιμότητα (ό. π.). Σαφής διαχωρισμός δεν υπάρχει στον

όρο «πολιτιστικός τουρισμός» (Hughes, 2002 στο Tajtakova et al., 2010: 119), αφού η έννοια αυτή περιλαμβάνει τον τουρισμό κληρονομιάς, τεχνών και επιστημών. Αυτό έχει καταλάβει η τουριστική βιομηχανία κι αναπτύσσει νέους δεσμούς μεταξύ των τεχνών και του τουρισμού (Reiss, 1993 στο ό. π.: 120). Είναι δεδομένο πως, ο πολιτιστικός τουρισμός προσδιορίζει τις επισκέψεις των τουριστών σε αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία (Hughes, 1996: 707) και μνημεία, κάτι που ανήκει στον παραδοσιακό πολιτιστικό τουρισμό και ακόμη είναι ό τι βιώνει ο τουρίστας από τη σύγχρονη ζωή του λαού που επισκέπτεται (Richards, 2001: 7).

Με τη διεύρυνση της έννοιας του, όμως, συμπεριλαμβάνει και γκαλερί τέχνης καθώς και ιστορικούς χώρους, τους οποίους ιστορικά γεγονότα ανέδειξαν ως επισκέψιμους, για λόγους μνήμης και απόδοσης τιμής. Επίσης, συγκαταλέγονται οι εκδηλώσεις των εικαστικών και πλαστικών τεχνών και γενικώς τα «καλλιτεχνικά θεάματα» (Richards, 1994 στο ό. π.). Δεν περιελάμβανε αρχικά ο πολιτιστικός τουρισμός (ό. π.) τον τομέα της ψυχαγωγίας, όπως είναι η «ζωντανή παραδοσιακή μουσική, οι συναυλίες ποπ, ροκ, τζαζ» (ό. π.). Η σχέση τουρισμός, διακοπές και ψυχαγωγία είναι στοιχεία του λαϊκού πολιτισμού, όπως αναφέρει ο «Storey» (1993 στο ό. π.), τα οποία έχουν άμεση σχέση με τη ζωή των ανθρώπων προσφέροντάς τους «μία αίσθηση ικανοποίησης» (Hughes, 1996: 708) και διαφυγής από την καθημερινότητα.

Στην εκβιομηχανισμένη εποχή μας «ο τουρισμός» (Tajtakova et al., 2010: 118) αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους βιομηχανικούς παράγοντες, που αναδεικνύει και ανοίγει τον δρόμο του «πολιτιστικού τουρισμού» (Bywater, 1993, Bendixen, 1997 και Richards, 2005 στο ό. π.). Άλλωστε, ο πολιτισμός συνιστά τη βάση του τουρισμού, αφού οι τουρίστες επισκέπτονται ό τι εμπεριέχεται στην έννοια πολιτισμός, ανταποκρινόμενοι στην πρόκληση και την ευκαιρία να γνωρίσουν πολιτιστικά δρώμενα, όπως υποστηρίζει ο Bendixen (1997 στο ό. π.). Ειδικότερα, ο σημερινός πολιτιστικός τουρισμός στην Ευρωπαϊκή Ήπειρο δείχνει έντονο ενδιαφέρον για τις μετακινήσεις τουριστών και διοργανωτών στις πολιτιστικές εκδηλώσεις, στα πλαίσια «της περιφερειακής πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης» (Tajtakova et al., 2010: 118). Έτσι, κατά τον Hughes (2002 στο Tajtakova et al., 2010: 119), πολλά «ιστορικά μνημεία» και πολιτιστικοί χώροι «κληρονομιάς» έχουν καθιερωθεί ως αξιόλογοι τόποι προορισμού. Αυτή η εξέλιξη έφερε στο προσκήνιο από κοινού την πόλη και την πολιτιστική αγορά, ώστε να συμβαδίζουν «ως μία μοναδική εμπειρία» (Kolb, 2005 στο ό. π.) που προωθεί την ανασυγκρότηση και την «ομαδοποίηση» πολιτιστικών

προϊόντων προσθέτοντας νέες «υπηρεσίες» (Tajtakova et al., 2010: 119). Το γεγονός αυτό, όπως υποστηρίζει ο Hayes MacLeod (2005 στο ό. π.), προσελκύει τουρίστες που ενδιαφέρονται για πολιτιστικά πακέτα κι ενδυναμώνουν την περιφέρεια. Σήμερα, άλλοι λόγοι από τους οποίους επηρεάζεται ο πολιτιστικός τουρισμός «είναι η» εφαρμογή νέων τεχνολογιών και το διαδίκτυο (NTHP, 2004 στο Tajtakova et al., 2010: 119) καθώς και ο ελεύθερος χρόνος του Σαββατοκύριακου που προσφέρεται για πολιτιστικές εξορμήσεις σε άλλους τόπους, με άμεσο αποτέλεσμα την «αύξηση» του πολιτιστικού τουρισμού (ό. π.).

Επιπλέον, έρευνες για τη σχέση ανάμεσα στον πολιτισμό και τον τουρισμό έγιναν πρόσφατα από την Ευρωπαϊκή Ένωση (E. E.) (Hughes, 2002: 164: 167) και από την οργάνωση για την εκπαίδευση στον τουρισμό και την αναψυχή «ATLAS» (Richards, 1996, 2001 στο ό. π.). Σύμφωνα με το πόρισμα που εξέδωσε η ATLAS (Hughes, 2002: 167), διακρίνουμε τους πολιτιστικούς τουρίστες από τους «επισκέπτες σε πολιτιστικούς χώρους» (Richards, 1996, Prentice, 1993 στο ό. π. : 169).

Με τον πολιτιστικό τουρισμό έχει καταπιαστεί μελέτη της «Ιρλανδικής Επιτροπής Τουρισμού» (Ανδριώτης, 2008: 197) υποστηρίζοντας πως η Ελλάδα έχει τη μεγαλύτερη δυνατότητα «πολιτιστικού τουρισμού» από κάθε «άλλη χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης» (ό. π.), λόγω των μνημείων, των αρχαιοτήτων και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η «έλλειψη συντονισμού της τουριστικής πολιτικής» (ό. π.), «η ανεπαρκής χρηματοδότηση» (Kalogeropoulou, 1996 στο ό. π.), καθώς και η έλλειψη «ενός μακροπρόθεσμου σχεδιασμού» (Moussios, 1999· Leontidou, 1998· Buhalis, 2001 στο Ανδριώτης, 2008: 197) προκειμένου να αναπτυχθεί ο ελληνικός τουρισμός, είναι η αιτία για την «αναποτελεσματική εκμετάλλευση των πολιτιστικών πόρων της χώρας» (ό. π.).

Αλληλένδετοι είναι οι όροι πολιτισμός και τουρισμός και συνάγουν την έννοια *πολιτιστικός τουρισμός*. Σημειωτέον ότι ο ορισμός του *πολιτισμικού τουρισμού* έχει δοθεί από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού σχετικά πρόσφατα, «το 1985», και συμπεριλαμβάνει, με την ευρύτερη έννοια, όλα όσα καλά εκτελούνται από τον άνθρωπο κι επιστρέφουν στον ίδιο προς ευχαρίστησή του καλύπτοντας τις ανθρώπινες ανάγκες (Μοίρα και Παρθένης, 2011: 146). Μερικά από τα πολιτισμικά γεγονότα είναι όλα τα «πολιτιστικά δρώμενα, εκπαιδευτικά ταξίδια, προσκυνήματα, μουσεία, μνημεία, μελέτη φυσικού περιβάλλοντος» (ό. π.) και η τέχνη του «λαϊκού πολιτισμού» (WTO, 1985, G. Richards, 1996: 23 στο ό. π.: 147).

Έτσι, «ο πολιτισμικός τουρισμός αναφέρεται σε τουριστικά ταξίδια, τα οποία έχουν ως κυρίαρχα κίνητρα διαφορετικές δραστηριότητες και εμπειρίες σχετικές με τον πολιτισμό, όπως η συμμετοχή σε φεστιβάλ και πολιτιστικές εκδηλώσεις, γνωριμία με την ιστορία και την παράδοση τόπων και χωρών, επίσκεψη σε πολιτιστικά μνημεία και μουσεία, γνωριμία με τα τοπικά ήθη και έθιμα καθώς και την τοπική γαστρονομία» (Μοίρα, 2009: 25-26· Τσάρτας, 1996: 297· WTO: 1985· ICOMOS: 1999 στο Κοκκώσης κ.ά., 2011: 196). Οι δε ερευνητές που ασχολούνται με την μελέτη του πολιτισμικού τουρισμού διακρίνονται σ' αυτούς που εστιάζουν σε «πολιτιστικές δημιουργίες του παρελθόντος, ενώ άλλοι δίνουν έμφαση στη σύγχρονη δημιουργία» των έργων τέχνης και των συναφών δραστηριοτήτων (Κοκκώσης κ.ά., 2011: 202). Σκοπός των μελετητών είναι να αναδείξουν και να αξιοποιήσουν την πολιτιστική κληρονομιά, φέρνοντας τον τουρίστα κοντά «στην παράδοση και τον τρόπο ζωής των ντόπιων» (ό. π. : 203).

Αξιοσημείωτο είναι ότι, οι ερευνητές που ασχολούνται με τα πολιτισμικά θέματα, έχουν κατηγοριοποιήσει τον πολιτισμικό τουρισμό (McKercher and Du Cros, 2002: 4 στο Μοίρα και Παρθένης, 2011: 147), παρόλο που καλύπτει σαν «ομπρέλα» κάθε δραστηριότητα που αφορά τον πολιτισμό. Συνοψίζοντας, πολιτισμικός τουρισμός είναι το ταξίδι στον πολιτισμό με ό τι εμπεριέχεται στην έννοια αυτή, «δραστηριότητες», επισκέψεις σε «πολιτιστικά μνημεία και μουσεία», «τοπικά ήθη και έθιμα» από την αρχαιότητα μέχρι και σήμερα (Μοίρα και Παρθένης, 2011: 147).

Αναζητώντας λοιπόν το κάτι άλλο, το *διαφορετικό* κάνουμε εξορμήσεις, περιηγήσεις, τουρισμό για να γνωρίσουμε «άλλους» με άλλον πολιτισμό (Μοίρα και Παρθένης, 2011: 145). Αν μάλιστα βασιستούμε στα όσα έχουν γράψει και βιώσει πολλοί από τους αρχαίους Έλληνες φιλοσόφους, μεταξύ των οποίων οι «Θαλής, Αναξίμανδρος, Ηρόδοτος, Πλάτων, Στράβων, Πausanίας και άλλοι», ο πολιτισμικός τουρισμός είναι ο πρώτος και παράλληλα ο αρχαιότερος (ό. π.). Η προβολή κι η επισκεψιμότητα ιστορικών μνημείων κάθε τόπου, εξαιτίας κάποιων εκδηλώσεων αποτελεί τη βάση της «τουριστικής εμπειρίας», όπως υποστηρίζουν ο «McKercher» και η «Du Cros» (2002: 1 στο ό. π.) και ο πολιτισμικός τουρισμός προσδίδει μία ταυτότητα και χαρακτηρίζει παράλληλα μία περιοχή, μία χώρα, έναν τόπο σε κοινωνικά και οικονομικά ανεπτυγμένο (Μοίρα και Παρθένης, 2011: 145).

Ιδιαίτερα σημαντικό είναι ότι ο πολιτιστικός τουρισμός έχει υπερκορεσθεί από τα άπειρα μνημεία και μουσεία (Richards, 2001: 3) σε σημείο που μια εφημερίδα,

σύμφωνα με τον Glansey (1999, στο ό. π.), να κυκλοφορήσει με τον τίτλο «Αρκεί πια τόσοι πολιτισμός» (ό. π.). Ενδεικτικά, στο αρχείο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής «1998» είναι κατοχυρωμένα περί τα «200.000 μνημεία και 2.500.000 κτίρια» ιστορικής αξίας που είναι υπό την προστασία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Richards, 2001: 3).

Αξιοπρόσεκτο είναι επίσης πως, «στα τέλη της δεκαετίας του «70», όπως υποστηρίζει ο Tighe (1986: 2-5 στο Μοίρα και Παρθένης, 2011: 146), διαπιστώθηκε πως πολλοί τουρίστες τους οποίους διακινούσαν οι τουριστικοί πράκτορες έδειχναν έντονο ενδιαφέρον για να γνωρίσουν και να κατανοήσουν τον πολιτισμό, την πολιτισμική κληρονομιά «του τόπου προορισμού» (ό. π.). Πρέπει να τονιστεί ότι η έννοια του πολιτισμικού τουρισμού δεν έχει όρια καθότι σ' αυτήν εμπεριέχονται υλικά και πνευματικά δεδομένα, όπως είναι «η γλώσσα, η γαστρονομία η μουσική, η αρχιτεκτονική, τα φεστιβάλ, η θρησκεία, η εκπαίδευση» και πολλά ακόμη (Μοίρα και Παρθένης, 2011: 147).

Ο τουρισμός και οι τοπικές πολιτιστικές οργανώσεις που συνεργάζονται χρειάζεται να αποτείνουν το ενδιαφέρον προκειμένου να αναπτυχθεί η συνεργασία, οι διαδρομές «και τα δίκτυα» (Confetto et al., 2009: 32). Για να πραγματοποιηθεί αυτό χρειάζεται ο συντονισμός των τοπικών υπηρεσιών που προωθούν τον τουρισμό, με την «προϋπόθεση» να συνεργαστούν με «ταξιδιωτικούς πράκτορες, ταξιδιωτικά γραφεία, τουριστικούς οργανισμούς και ιδρύματα πολιτιστικής κληρονομιάς» προκειμένου να δημιουργηθούν πολιτιστικά τουριστικά προϊόντα (ό. π.).

2.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Ο όρος, πολιτιστική βιομηχανία, συζητήθηκε για πρώτη φορά το «1947» (Καραχάλης 2007: 46) στη «σχολή της Φρανκφούρτης» (Su, 2014: 2), από τους κοινωνιολόγους μελετητές «Theodor Adorno και Mark Horkheimer» (ό. π.), όταν θέλησαν να διατυπώσουν τον ορισμό στο βιβλίο τους «Διαλεκτική του Διαφωτισμού» (ό. π.). Αυτοί λοιπόν, πρώτοι όρισαν πως «η πολιτιστική βιομηχανία», αποτελεί την «τυποποιημένη μαζική παραγωγή πολιτιστικών αγαθών» και την αποδοχή τους χωρίς ενδοιασμούς από την «καπιταλιστική εκβιομηχάνιση» και τον «εκσυγχρονισμό» της

κοινωνίας (ό. π.). Η μαζικότητα παραγωγής των πολιτιστικών αγαθών σύμφωνα με αυτούς στερεί «την ελευθερία και τη φαντασία» άρα και τη δημιουργικότητα (ό. π.). Αξιοσημείωτο είναι ότι, η ανθρώπινη δυναμική δημιουργία και η βιομηχανία αποτελούν την βάση της «πολιτιστικής βιομηχανίας» (ό. π.). Ο όρος αυτός «μετατράπηκε» σε «πολιτιστικές βιομηχανίες, από Γάλλους κοινωνιολόγους, όπως ο Bernard Miegge» (Hesmondhalgh, 2002 στο Su, 2014: 2). Η αλλαγή του όρου σε πολιτιστικές βιομηχανίες, όπως διατυπώνει η Μπούνια «από τον ενικό στο πληθυντικό αριθμό» (Μπούνια, 2005: 39) ορίζει ως φορείς, «κυρίως επιχειρήσεις, αλλά και κρατικούς μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς που εμπλέκονται άμεσα στην παραγωγή κοινωνικού νοήματος» (ό. π.).

Στη συνέχεια, ο «Herbert Schiller» έχοντας σαν βάση το «πνεύμα της Σχολής της Φρανκφούρτης» (Su, 2014: 2) διατύπωσε ένα «νέο ιστορικό πλαίσιο» για τις «πολιτιστικές βιομηχανίες» στο οποίο συμπεριέλαβε και υπεραμύνθηκε «την ιδεολογική διάσταση» που έχει η πολιτιστική βιομηχανία (ό. π.). Ο «Mato» συμφωνεί ιδεολογικά με τους ενδιασμούς του «Adorno» και του «Horkheimer» που έγκειται στη λέξη «μάζα» αντί της λέξης «βιομηχανία» ζήτημα που αφορά τη διαχείριση και τον έλεγχο των πληθυσμών (Miller 2009: 89-90). Αυτοί λοιπόν οι μελετητές με βάση αυτά τα δεδομένα απέδωσαν στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής («ΗΠΑ») τον χαρακτηρισμό του αυταρχικού λαϊκισμού, στη δε «Γερμανία και την Ένωση Σοβιετικών Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών (ΕΕΕΔ)» αυτόν του ολοκληρωτισμού (ό. π.: 91). Παράλληλα, η «UNESCO» συμπεριέλαβε στις βιομηχανίες πολιτισμού την εκπαίδευση, την επιστήμη και τον πολιτισμό (ό. π.).

2.3 ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Οι πολιτιστικοί τουρίστες, είναι καλλιεργημένοι άνθρωποι που ταξιδεύουν και έχουν μία υπεροχή έναντι άλλων κοινών τουριστών οι οποίοι, διακρίνονται σε εκείνους που επιδιώκουν με σθένος να γνωρίσουν τον τοπικό πολιτισμό της χώρας ή του τόπου που επισκέπτονται και σε εκείνους που απλώς τον συναντούν περιστασιακά (Jončić, 2014: 2),. Μολονότι οι τουρίστες σήμερα έχουν την ευκαιρία να

πληροφορηθούν, από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ), ποια είναι τα πολιτιστικά αξιοθέατα στον τόπο που τους ενδιαφέρει, εντούτοις αυτοί επιθυμούν «να επισκεφθούν τις τοποθεσίες» και να τις γνωρίσουν από κοντά, ειδικά όταν οι τόποι αυτοί είναι παγκοσμίως δημοφιλείς όπως «ο Πύργος του Άιφελ ή το εθνικό πάρκο Γέλλουστοουν» (ό. π.). Στην κατηγορία αυτή κατατάσσονται τουρίστες με υψηλό «τουριστικό πολιτιστικό επίπεδο» και διαθέτουν πολύ χρόνο για να περιηγηθούν στα αξιοθέατα (ό. π.). Έχει λόγου χάρη παρατηρηθεί πως οι τουρίστες που επιθυμούν να αποκτήσουν μία πιο ολοκληρωμένη άποψη για την πρωτεύουσα της Γαλλίας διαθέτουν «το λιγότερο δέκα ημέρες» τουρισμού για να τη γνωρίσουν. Απεναντίας οι τουρίστες με περιστασιακό πολιτιστικό ενδιαφέρον, διαθέτουν μέχρι «τρεις ημέρες» για να αποκτήσουν άποψη για το Παρίσι (ό. π.).

Δεν είναι λίγοι οι ερευνητές του πολιτιστικού τουρισμού που έχουν καταλήξει στο συμπέρασμα πως οι σημερινοί πολιτιστικοί τουρίστες δείχνουν έντονο ενδιαφέρον σε αυτή την κατεύθυνση, επειδή θέλουν να συνδυάσουν ξεκούραση, αναψυχή και εκπαίδευση στους πολιτιστικούς προορισμούς τους (Laws και Wen Pan, 2004 στο Μαυραγάνη, 2011: 143). Στην ίδια έρευνα των Laws και Wen Pan, εντοπίστηκε πως οι λόγοι που οι τουρίστες δεν επισκέπτονται πολιτιστικές περιοχές είναι γιατί συχνά αγνοούν τις ευκαιρίες που προσφέρει ο προορισμός τους ή ακόμη και την ίδια την ύπαρξη τέτοιων περιοχών.

Κατά την τυπολογία των McKercher και Du Cros (Jovicic, 2014: 2), οι πολιτιστικοί τουρίστες που κατατάσσονται στην κατηγορία υψηλού πολιτιστικού επιπέδου, έχουν δηλώσει πως οι τουριστικές μετακινήσεις τους είναι ένα μέρος της καλλιέργειας τους (ό. π.). Το αυξημένο εκπαιδευτικό επίπεδο των σύγχρονων κοινωνιών και η παγκοσμιοποίηση του τουριστικού πολιτισμού, είχε σαν συνέπεια να στραφεί ο άνθρωπος στο να γνωρίσει και τη δική του τοπική κληρονομιά (Jovicic, 2014: 3), και όχι μόνο τον πολιτισμό, άλλων λαών, που για να τον γνωρίσει θα πρέπει να μετακινηθεί πολλές φορές σε μακρινούς τόπους (Richards, 2007 στο ό. π.). Ο πολιτιστικός τουρισμός, εξαιτίας της οικονομικής, πολιτιστικής και κοινωνικής ανταλλαγής που επιφέρει, είναι αιτία για περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου με πολιτιστικά αξιοθέατα (Richards, 2007 στο ό. π.).

2.3.1 ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Έχει διαπιστωθεί πως μέσα από τον πολιτιστικό τουρισμό ασχολούνται και συμμετέχουν ενεργά σε δραστηριότητες που αποσκοπούν στην διατήρηση και εξέλιξη του πολιτισμού, όλοι όσοι το κύριο επάγγελμά τους έχει σχέση με «τον πολιτισμό» (ΙΤΑ, 2008: 73). Μία ακόμα διαπίστωση είναι ότι άνθρωποι με μεγαλύτερη ηλικία, ενδιαφέρονται περισσότερο για τον πολιτιστικό τουρισμό που αφορά το παρελθόν και «την ιστορία» (ό. π.: 74). Επιπλέον, έχει παρατηρηθεί πως οι Ευρωπαίοι τουρίστες για να αποκτήσουν οικονομική ευχέρεια και να καλύψουν τις καταναλωτικές τους απαιτήσεις, έχουν μειώσει τον ελεύθερο χρόνο τους (ό. π.). Γι' αυτό το λόγο, προτιμούν τα ολιγοήμερα ταξίδια με τα οποία επιδιώκουν «να μάθουν» και να εμπεδώσουν την κουλτούρα του χώρου προορισμού τους (ό. π.: 75).

2.4 ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΣΤΑ ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ

Στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού συνέβαλε «κυρίως η περιέργεια των επισκεπτών να μάθουν» τον τρόπο που «ζουν οι άλλοι» λαοί ή πώς «έζησαν» στο παρελθόν σε διαφορετικά μέρη και σε άλλες «χρονικές περιόδους» (Μαυραγάνη, 2011: 144). Αξίζει να γνωρίζει κανείς τα κίνητρα που οδηγούν τους σύγχρονους επισκέπτες «να δουν τα αξιοθέατα», να συμμετέχουν σε εκπαιδευτικές «ειδικές εκδηλώσεις και να επισκεφτούν τις ρίζες τους» (Prentice, 2001 στο ό. π.). Στη μελέτη του πολιτιστικού τουρισμού είναι αξιοπρόσεκτο το ότι οι τουρίστες διατυπώνουν τις επιθυμίες τους και προσδοκούν οι χώροι που επισκέπτονται να είναι *αυθεντικοί*, ενώ ενδιαφέρονται για το περιεχόμενο αυτής της *αυθεντικότητας*, ακόμη και για το πώς μπορεί να αναπτυχθεί περαιτέρω (Μαυραγάνη, 2011: 144). Με την έννοια αυθεντικότητας, σύμφωνα με τον Prentice (2001 στο ό. π.), εννοούμε όλα «τα μνημεία και τα αντικείμενα» να βρίσκονται «στο φυσικό τους χώρο ή πολύ κοντά σε αυτόν» (ό. π.). Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τα «μοναδικής αξίας μνημεία και μουσεία» που βρίσκονται κοντά ή «μέσα στους αρχαιολογικούς χώρους» (ό. π.). Η τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου, σε εθνικό και τοπικό επίπεδο, εξαρτάται απόλυτα από την οικονομική ανάπτυξη που επιφέρει η αξιοποίηση των μνημείων και των μουσείων (ό. π.). Οι τοπικές κοινωνίες επιδιώκουν

τη δημιουργία μιας νέας ταυτότητας τουρισμού με σκοπό να προωθήσουν τη δική τους ποιοτική πολιτιστική κληρονομιά Cooper και Hall (2008 στο Jovicic, 2014: 3.) και να γίνει ο τόπος τους ένας τουριστικός προορισμός (ό. π.).

2.5 ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΣ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο συσχετισμός ανάμεσα στον τουρισμό και τον πολιτισμό και ο τρόπος που το ένα επιδρά στο άλλο αξίζει να μελετηθεί (Archer και Cooper, 1994: 8 ID 82 στο Boniface, 1998: 748). Πολλές φορές, οι σχετικές συζητήσεις, όπως υποστηρίζει ο Ryan (1991 στο ό. π.), αξιολογούν κατά πόσο ο πολιτισμός ή ο τουρισμός συντελούν πολύ ή λίγο στην ανάπτυξη της κοινωνίας και κατά πόσο οι τουρίστες την περίοδο των διακοπών κουβαλούν τον δικό τους πολιτισμό ή έστω της χώρας από την οποία προέρχονται, ή μήπως συμπεριφέρονται σύμφωνα με την κουλτούρα της χώρας την οποία επισκέπτονται (Jafari, 1987: 153 στο Boniface, 1998: 748). Είναι αλήθεια ότι τις ημέρες των διακοπών η συμπεριφορά των τουριστών είναι διαφορετική από την καθημερινότητά τους, καθώς βρίσκονται «μακριά από το σπίτι» τους, αν και στην ουσία συνεχίζουν να διακατέχονται από τις *νόρμες* του προσωπικού τους πολιτισμού (Boniface, 1998: 748). Έτσι δημιουργείται ένα νέο είδος πολιτισμού σε κάθε προορισμό (Jafari, 1987: 167 στο ό. π.). Πρόκειται για ένα *κράμα* πολιτισμού, του τοπικού και του προερχόμενου από τους τουρίστες (Boniface, 1998: 748). Για το ίδιο θέμα ο MacCannel (1976: 106 στο ό. π.) υπαινίσσεται ότι οι τουρίστες δεν συμπεριφέρονται σύμφωνα με την καθημερινή ρουτίνα της ζωής τους (Boniface, 1998: 748). Η παρατήρηση αυτή τονίζει πόσο πολύ διαφέρει η πρώτη μέρα των διακοπών σε σύγκριση με την καθημερινότητα (Krippendorf, 1987: 29 στο ό. π.), αφού γίνεται δεκτό σήμερα πως το ταξίδι για διακοπές «σαφώς έχει κίνητρο να ξεφύγουν» από την καθημερινότητα (Boniface, 1998: 748). Πάνω στο ίδιο θέμα, οι McIntosh, Goeldner και Ritchie δηλώνουν πως στο μαζικό τουρισμό οι τουρίστες διατηρούν το δικό τους πολιτισμό και δεν ενσωματώνονται στην κοινωνία «του οικοδεσπότη» που επισκέπτονται (ό. π.). Μία ιδιαίτερη σχέση δημιουργείται ανάμεσα στους τουρίστες και τους κατά τόπους παρόχους υπηρεσιών φιλοξενίας (ό. π.). Και οι δύο πλευρές οφείλουν να

συμπεριφέρονται μεταξύ τους διαφορετικά από τον τρόπο με τον οποίο συμπεριφέρονται «ο καθένας στο σπίτι του» (ό. π.).

Εξαιρετικά σημαντικό είναι πως η ανάπτυξη της τεχνολογίας συνετέλεσε στο να αλλάξουν τα πρότυπα «της τουριστικής κατανάλωσης» (Jončić, 2014: 3), οπότε βλέπουμε τουρίστες, οι οποίοι, στο πλαίσιο του *μαζικού* τουρισμού, επισκέπτονταν όλοι μαζί έναν πολιτιστικό χώρο, να ακολουθούν τώρα ο καθένας έναν «ακουστικό» οδηγό (ό. π.), πραγματοποιώντας τον προσωπικό τους δημιουργικό τουρισμό (Richards 2002, 2011 στο ό. π.), σε τομείς όπως της γαστρονομίας, της γλώσσας καθώς και της τέχνης, με όλες τις ατομικές τους διαφοροποιήσεις. Έρευνα που έγινε από την «ATLAS», (2007 στο Jončić, 2014: 3), διαβεβαίωσε πως οι πολιτιστικοί τουρίστες είναι άνθρωποι μορφωμένοι που έχουν υψηλά εισοδήματα, τα οποία χρησιμοποιούν γενναιόδωρα προκειμένου να ικανοποιήσουν τα πολιτιστικά τους ενδιαφέροντα, σε αντίθεση με εκείνους που ενδιαφέρονται μόνον περιστασιακά για τον πολιτισμό, τους «τουρίστες αναψυχής» (ό. π.). Η άποψη πως στο μαζικό πολιτιστικό τουρισμό ο στόχος είναι να γνωρίσουν οι πελάτες καλύτερα και πιο πολλά μνημεία και ιστορικούς χώρους με καλλιτεχνική αξία, είχε ως αποτέλεσμα τη δημιουργία νέων πολιτιστικών δεδομένων και την ανάπτυξη της πολιτιστικής στρατηγικής: «μάρκετινγκ του τουρισμού» (ό. π.), καθώς και τον ανταγωνισμό μεταξύ χωρών και περιοχών με απώτερο σκοπό το οικονομικό τουριστικό όφελος.

2.6 ΒΙΩΜΑΤΙΚΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένα είδος βιωματικού τουρισμού (Hughes, 1996: 708) που έχει σαν βάση την «αναζήτηση», καθώς και τη συμμετοχή σε «πολιτισμικές εμπειρίες αισθητικής» (Stebbins, 1997: 450), αλλά και πνευματικής, συναισθηματικής «ή ψυχολογικής φύσης», όπως υποστηρίζει ο Reisinger (1994: 24 στο ό. π.). Άνθρωποι που *περιοδεύουν* ή καλύτερα *κάνουν* «πολιτιστικό τουρισμό» (Stebbins, 1997: 450) συμμετέχοντας σε εθελοντικές δραστηριότητες, επιδιώκουν τη βιωματική αναψυχή και ανταμείβονται με «αυτό – ικανοποίηση, αυτό – έκφραση, ενίσχυση της αυτό – εικόνας», κάτι που ενδιαφέρει ιδιαίτερα τον άνθρωπο στη σημερινή «εποχή» (Hall και Weiller, 1992: 8 – 9 στο ό. π.).

Πρέπει να τονιστεί ότι, μερικά από τα πλεονεκτήματα του πολιτιστικού τουρισμού είναι τα εξής:

- Προστατεύει, αναδεικνύει και αξιοποιεί τους πολιτιστικούς πόρους και γενικότερα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής στην οποία αναπτύσσεται.

- Είναι ανεξάρτητος από την εποχικότητα, καθώς δεν επηρεάζεται σχεδόν καθόλου από τις κλιματολογικές συνθήκες. Επομένως, συμβάλλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, εκτός της περιόδου αιχμής.

- Διαχέει ευρύτερα το τουριστικό ρεύμα με την ανάδειξη νέων προορισμών σε λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές.

- Προσελκύει τουρίστες υψηλότερου εισοδήματος και μορφωτικού επιπέδου, οι οποίοι συνήθως παρατείνουν τη διαμονή τους σε ένα συγκεκριμένο μέρος και συμμετέχουν σε περισσότερες δραστηριότητες.

- Είναι φιλικός προς το φυσικό περιβάλλον, σε αντίθεση προς τον μαζικό τουρισμό, ο οποίος προκαλεί υποβάθμιση και αλλοίωση του περιβάλλοντος.

- Δημιουργεί νέες προοπτικές απασχόλησης για ειδικευμένο προσωπικό.

- Αποτελεί ένα από τα κυριότερα μέσα της σύγχρονης στρατηγικής για την αναζωογόνηση των αστικών κέντρων μέσω του πολιτισμού (*culture – led urban regeneration*) (Κόνσολα, 2013).

2.7 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ ΚΑΙ ΜΟΥΣΕΙΑ

Επακόλουθο της αύξησης του πολιτιστικού τουρισμού, κατά τον MacCannel (1976: 154 στο Richards, 2001: 3) είναι ο εκσυγχρονισμός με τη δημιουργία, την «ανταλλαγή» και τη διακίνηση αξιοθέατων μορφών πολιτιστικού τουρισμού (Richards, 2001: 3). Το ερέθισμα των εσόδων από τον τουρισμό έδωσε κίνητρο σε πόλεις και περιφέρειες, ώστε να βάλουν σε προτεραιότητα τα πολιτιστικά αξιοθέατα όπως και τα μνημεία (ό. π.). Έτσι, στα πολιτιστικά αξιοθέατα προστίθενται νέες στρατηγικές με αναπτυξιακά αστικά και αγροτικά προγράμματα (ό. π.).

Στη διάρκεια του 20^{ου} αιώνα έχει καθιερωθεί το δίπτυχο «ο τουρισμός είναι πολιτισμός» (Urry, 1990 στο Richards, 2001: 3). Σημαντικός λόγος για τη τουριστική *κουλτούρα* είναι τα μεγάλα πολιτιστικά αξιοθέατα, όπως το Λούβρο στο Παρίσι, το Βρετανικό Μουσείο στο Λονδίνο και το Μητροπολιτικό Μουσείο της Νέας Υόρκης τα οποία επισκέπτονται εκατομμύρια τουρίστες πολιτισμού, καθώς κι ο Πύργος του Άιφελ, το Μπιγκ Μπεν, το Κολοσσαίο και οι Πυραμίδες (Richards, 2001: 3). Άλλα ιστορικά μνημεία όπως το Atomium, ο Πύργος της Πίζας και η Πόλη της Βενετίας (ό. π.) απειλούνται από την κοσμοσυρροή των τουριστών, διότι τα συγκεκριμένα πολιτιστικά

αξιοθέατα (MacCannel, 1976 στο ό. π.) είναι απαραίλλητοι σταθμοί για τον επισκέπτη. Παρόλα αυτά, έρευνες έχουν δείξει πως οι τουρίστες, επισκέπτες μίας ημέρας, «ξοδεύουν μόνο το 2% των χρημάτων τους για τον πολιτισμό» (Richards, 2001: 3). Κατά τον Leiper (1990 στο ό. π.) τον επισκέπτη αυτόν προσελκύουν τουριστικές δραστηριότητες, οι οποίες αποτελούν τη βάση έντονου ανταγωνισμού για τις τουριστικές επιχειρήσεις (Richards, 2000 στο Richards, 2001: 3).

Αν τώρα επιχειρήσουμε έναν κατάλογο με τα «θέλγητρα», τους πόρους, τα «ενδιαφέροντα», εν τέλει όλα εκείνα τα «στοιχεία (υποδομές, δραστηριότητες) που μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο προσέλκυσης τουριστών πολιτιστικού τουρισμού» (Κοκκώσης κ.ά., 2011: 203), αυτός θα μπορούσε να περιλαμβάνει τα εξής:

- αρχαιολογικά μνημεία, τοποθεσίες και μουσεία
- λαογραφικά/ εθνογραφικά στοιχεία (ήθη - έθιμα)
- αρχιτεκτονική δομή, οικιστικά σύνολα (πόλεις ιστορικά κέντρα, παραδοσιακοί οικισμοί)
- αντικείμενα τέχνης, χειροτεχνήματα, γκαλερί, φεστιβάλ, εκδηλώσεις
- μουσική και χορός
- καλλιτεχνικές εκδηλώσεις (θέατρο, κινηματογράφος, μουσική, χορός)
- μελέτη του προφορικού και γραπτού λόγου
- εκπαιδευτικές και επιστημονικές εκδηλώσεις (σεμινάρια, επιστημονικές ανταλλαγές, ερευνητικά προγράμματα κ.ά.)
- θρησκευτικές εκδηλώσεις, μνημεία θρησκευτικού χαρακτήρα, επίσκεψη σε ναούς και μονές
- τεχνολογικές ή τεχνικές υποδομές (φράγματα, γέφυρες, κτιριακά συγκροτήματα κ.ο.κ) (ό. π.).

Ο «πολιτιστικός χάρτης τουρισμού» κατά το Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Τοποθεσιών (ICOMOS) περιλαμβάνει το είδος του τουρισμού που αποσκοπεί, εκτός των άλλων, να ανακαλύψει και να αποκαλύψει όσο το δυνατό πιο πολλά «για τα μνημεία και τους χώρους» με ιστορικό και καλλιτεχνικό ενδιαφέρον (Jovicic, 2014: 1). Είναι αλήθεια πως, σύμφωνα με αυτόν τον πολιτιστικό χάρτη τουρισμού, συμπίπτει ο ορισμός του πολιτιστικού και μνημειακού τουρισμού, μολονότι πολλές φορές κατά τον πολιτιστικό τουρισμό πραγματοποιούνται κι άλλες δραστηριότητες, που παρεκκλίνουν από έναν τέτοιο ορισμό (ό. π.). Αυτό υποστηρίζει και ο Richards (2002, 2007 στο ό. π.) και δίνει τον πλέον διαδεδομένο κι αποδεκτό ορισμό για τον πολιτιστικό τουρισμό, ισχυριζόμενος πως ο άνθρωπος μετακινείται σε τόπους με πολιτιστικά αξιοθέατα, αναζητώντας συγχρόνως να μάθει το συγκαιρινό πολιτισμό του τόπου που επισκέπτεται σήμερα (Jovicic, 2014: 1).

Ο πολιτιστικός τουρισμός επομένως, διακρίνεται σ' αυτόν της τουριστικής κληρονομιάς του παρελθόντος και «στον τουρισμό των τεχνών» της σύγχρονης

πολιτιστικής παραγωγής (Richards, 2001: 7). Η ανάπτυξη της διευρυμένης έννοιας «πολιτιστικά αξιοθέατα» (ό. π.: 11), έχει θέσει τις ευρωπαϊκές πόλεις σε πλήρη ανταγωνισμό προκειμένου να προσελκύσουν τουρίστες και συγχρόνως να επενδύσουν «σε αστικές περιοχές» κι όχι μόνο σε «πρωτεύουσες και μεγάλα αστικά κέντρα» (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 1998: 22 στο ό. π.).

2.8 Η ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

Κατά τον Richards (1999: 18 στο Hughes, 2002: 165), η «πολιτιστική τουριστική αγορά» στην Ευρώπη δεν είναι ευρέως διαδεδομένη και συχνά υπάρχει σύγχυση ως προς τη «σχέση πολιτισμού και τουρισμού» (ό. π.). Πράγματι, η πολιτιστική και τουριστική οικονομία βρέθηκε στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος χάρη στις προοπτικές για περαιτέρω ανάπτυξη «σε εθνικό και Ευρωπαϊκό επίπεδο» (Tajtakova et al., 2010: 118). Μέσα σ' αυτό το πνεύμα, «η Ευρώπη των Περιφερειών» (ό. π.) χρησιμοποιεί τον πολιτισμό «για την εμπορία της πόλης», όπως διατυπώνει ο «Richards» (2005 στο ό. π.).

Σε παγκόσμιο επίπεδο τα πολιτιστικά αξιοθέατα βρίσκονται στην κορωνίδα του πολιτισμού και κατοχυρώνονται στο όνομα «της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς», ή στηρίζονται από την Ε. Ε. - όταν λ.χ. κτήρια χρειάζονται αποκατάσταση, όπως στην περίπτωση του Παρθενώνα – ή εμπίπτουν στην περίπτωση της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης (Richards, 2001: 3).

Η Ε. Ε. θεωρεί τον πολιτισμό ως ένα στοιχείο ανάπτυξης, αφού παράγει και εισάγει πόρους στην Ε. Ε. προσφέροντας εργασία ακόμη και σε ανειδίκεντους εργαζόμενους (ό. π.: 5). Η «Συνθήκη του Μάαστριχτ το 1991, με το άρθρο 128» τονίζει τη σημασία «του πολιτισμού» για την «Ευρωπαϊκή αναπτυξιακή πολιτική» (ό. π.). Έκτοτε η Ε. Ε. δίνει έμφαση στον πολιτισμό με συνέπεια «ο πολιτιστικός τουρισμός και τα πολιτιστικά αξιοθέατα να έχουν γίνει μέρος της περιφερειακής οικονομικής δραστηριότητας και ανάπτυξης, που χρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή» (Richards, 1999 στο ό. π.). Με στόχο να προαγάγει τον «Ευρωπαϊκό πολιτιστικό τουρισμό» και να εξασφαλίσει για τα πολιτιστικά αξιοθέατα πόρους «για τη συντήρηση

και τη διατήρησή» τους, «το Συμβούλιο της Ευρώπης» «έχει δραστηριοποιηθεί στη δημιουργία ενός αριθμού Ευρωπαϊκών Πολιτιστικών Διαδρομών» μεταξύ των οποίων το διάσημο «Camino de Santiago» (Richards, 2001: 5), κατά τον «Murray και Graham» (1997 στο ό. π.).

Παράλληλα, δραστηριότητες όπως η «ξεχωριστή τοπική κουζίνα και τα τοπικά χειροτεχνήματα» (Edwards et al., 2000 στο Richards, 2001: 12) διευρύνουν τα πολιτιστικά αξιοθέατα και στην περιφέρεια (Richards, 2001: 11). Με στόχο πάντα να προσελκύσουν τουρίστες από διαφορετικές *κουλτούρες*, οι τοπικές κοινωνίες επικεντρώθηκαν σε πολιτιστικές πρωτοβουλίες που σχετίζονται με την ύπαιθρο, ή αλλιώς, τον αγροτικό και παραδοσιακό τουρισμό.

2.8.1 ΕΞΕΛΙΞΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Αξίζει να σημειωθεί πως τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης ενέδωσαν στην στρατηγική αυτή, προκειμένου να τονώσουν την οικονομία και να αναπτύξουν την πολιτιστική ζωή στις αστικές περιοχές (Roche, 1992· Bianchini and Parkinson, 1994· Gómez, 1998 στο Richards, 2001: 11). Με στόχο την προσέλκυση τουριστών, «κάθε πόλη και κωμόπολη» αξιώνει να έχει το «δικό της θέατρο, μουσείο και αίθουσα συναυλιών» (Richards, 2001: 11). Αυτό δημιούργησε προβλήματα ανταγωνισμού στις πόλεις και τις ηγεσίες που παράγουν πολιτιστικές δραστηριότητες, όπως είναι η μόδα, η μουσική, τα εικαστικά, οι εκδόσεις, όλα αυτά που δημιουργούν θέσεις εργασίας, ενισχύουν την οικονομία αλλά και αναζωογονούν την πολιτιστική ζωή της ίδιας της πόλης (ό. π. : 12). Τέτοιες εξελίξεις, κατά τον Van Elderen οδήγησαν τις Ευρωπαϊκές πόλεις στην ονομαζόμενη «φεστιβαλοποίηση» (*festivalization*) (1997: 126 στο ό. π.).

Το συμπέρασμα είναι ότι, πολιτισμός και τουρισμός συνθέτουν την έννοια του πολιτιστικού τουρισμού, ο οποίος εμπεριέχει και τον τουρισμό κληρονομιάς, τεχνών και επιστημών. Η ανασυγκρότηση και ομαδοποίηση πολιτιστικών προϊόντων, ενεργοποίησε βιομηχανικούς παράγοντες, έτσι ώστε να επενδύσουν στον πολιτιστικό τουρισμό, παράλληλα με τον τουρισμό αναψυχής. Η ανάγκη να προστατευτεί και να αναδειχθεί ο τουρισμός σε ύψιστο οικονομικό παράγοντα σήμερα, δημιούργησε οργανισμούς όπως τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού. Οι πολιτιστικοί τουρίστες

ξεχωρίζουν για την οικονομική ευχέρεια και τον χρόνο που διαθέτουν προκειμένου να καλύψουν εσωτερικές τους ανάγκες. Η συμπεριφορά κατά τον βιωματικό πολιτιστικό τουρισμό και το κίνητρό τους, το γόητρο, συμβάλει στην τουριστική οικονομική ανάπτυξη. Η συμπεριφορά του μαζικού πολιτιστικού τουρισμού δημιούργησε την ανάγκη πολιτιστικής στρατηγικής, (μάρκετινγκ τουρισμού) με στόχο το οικονομικό τουριστικό όφελος. Μουσεία και πολιτιστικά αξιοθέατα μετά και την καθιέρωση του χάρτη πολιτιστικού τουρισμού είναι στο επίκεντρο των πολιτιστικών προορισμών του πολιτιστικού τουρίστα. Πολιτιστικές στρατηγικές σε παγκόσμιο επίπεδο, επενδύουν και νομοθετούν για την τουριστική πολιτιστική αγορά, επειδή ενισχύει την οικονομία των κρατών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

3.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

Καταρχάς, η σχετική βιβλιογραφία «δεν έχει αποφανθεί οριστικά στον *ορισμό της πολιτιστικής κληρονομιάς και του πολιτιστικού τουρισμού*» (Alzua et al., 1998: 3 στο Hughes, 2002: 165). Με τον όρο «πολιτιστική κληρονομιά» ασχολούνται επιστήμονες αλλά και όλοι όσοι αναμειγνύονται με τη διοίκηση σε σχετικούς παγκόσμιους οργανισμούς. Με την πλατιά έννοιά της, η πολιτιστική κληρονομιά συνεχίζει να «εμπλουτίζεται» με νέα δεδομένα από τα προϊστορικά χρόνια μέχρι και σήμερα (Κόνσολα, 2006: 38). Ο νέος τρόπος ζωής, αυτός «του αποπροσανατολισμού και της απώλειας του παρελθόντος», έχει ευαισθητοποιήσει οργανώσεις που μέλημά τους είναι η διατήρηση της «πολιτιστικής κληρονομιάς» (Hewison, 1987 στο Richards, 2001: 5). Στον όρο «πολιτιστική κληρονομιά» περιλαμβάνονται όλα τα μνημεία και οι χώροι που παρουσιάζουν «αρχαιολογική, επιστημονική, εθνολογική αξία» για τον άνθρωπο (UNESCO, 2015).

Η ίδια η βιομηχανία «της πολιτιστικής κληρονομιάς» καθώς και το ερώτημα για το ποια είναι τα πολιτιστικά αξιοθέατα, έχουν αποτελέσει αντικείμενο διαφωνιών μεταξύ των συγγραφέων (Tunbridge και Ashworth, 1996 στο Richards, 2001: 5). Εξάλλου, ό τι παρουσιάζει «αρχαιολογικό, ιστορικό, εθνολογικό, επιστημονικό ή τεχνολογικό» «ενδιαφέρον» μπορεί να συγκαταλεχθεί στα πολιτιστικά αγαθά (Κόνσολα, 2006: 38).

Η πολιτιστική κληρονομιά προσφέρεται για ένα ευρύ φάσμα πολιτιστικού τουρισμού μέσα από τα «μουσεία», το «θέατρο», τη «μουσική» κ.ά. (Hughes, 2002: 164). Ειδικότερα, η πολιτιστική κληρονομιά κατηγοριοποιείται σε δύο μέρη: «τα ακίνητα και τα κινητά» αγαθά (Κόνσολα, 2006: 38). Στην κατηγορία των ακίνητων συμπεριλαμβάνονται όλα όσα είναι σταθερά στον χώρο που βρίσκονται, όπως είναι τα κτίσματα, τα ιστορικά μνημεία και οι «αρχαιολογικοί χώροι», καθώς και τα «πολιτιστικά τοπία», στα οποία η φύση και ο άνθρωπος έχουν συνεργαστεί για την

αξιοθέατη δημιουργία τους (ό. π.). Στην κατηγορία των κινητών πολιτιστικών αγαθών υπάγονται όλα τα «έργα τέχνης, τα γραπτά μνημεία και όλα τα είδη που βρίσκονται στις προθήκες των μουσείων και έχει ανακαλύψει η αρχαιολογική σκαπάνη, σε αρχαιολογικούς χώρους» (ό. π.).

Σε επίσημο επίπεδο, «το Σήμα Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Κληρονομιάς αναδεικνύει τα ορόσημα σημεία της ιστορίας, του πολιτισμού και της ολοκλήρωσης της Ευρώπης» με την «Απόφαση αριθ. 1194/2011/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της Ευρώπης, της 16ης Νοεμβρίου 2011, σχετικά με τη θέσπιση δράσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης για το Σήμα Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Κληρονομιάς» (WHC, 2015) (βλέπε Εικόνα 7).

ΕΙΚΟΝΑ 7: Έμβλημα Παγκόσμιας Κληρονομιάς



Πηγή: WHC, 2015

3.1.2 ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

Πρόκειται λοιπόν για μια έννοια η οποία συνεχώς διευρύνεται καθώς προστίθενται στον Κατάλογο νέα προϊόντα όπως «τα υλικά κατάλοιπα» της βιομηχανίας και της τεχνολογίας καθώς και ιστορικοί τόποι από την προϊστορία και την σύγχρονη εποχή (Κόνσολα, 2006: 38). Είναι άλλωστε πολύ πλατιά η «έννοια κληρονομιά» και σ' αυτήν περιλαμβάνονται, ό τι «φυσικό και πολιτιστικό» αγαθό μας περιβάλλει, όπως τοπία, ιστορικοί χώροι, τοποθεσίες, πολιτιστικές πρακτικές, παλιές και νέες εμπειρίες (Κρεμέζη, 2002: 1), και ακόμη περιλαμβάνει την «άυλη κληρονομιά» όπως είναι η «γλώσσα», οι «παραδόσεις, τα ήθη και έθιμα, η μουσική, ο

χορός και άλλα» (Κόνσολα, 2006 : 39). Είναι γεγονός ότι «η φυσική και πολιτιστική κληρονομιά, με την ευρύτερη έννοια ανήκει σε όλους» και όλοι μας εκτός από δικαιώματα, «έχουμε την υποχρέωση να κατανοούμε, να εκτιμούμε και να διατηρούμε τις παγκόσμιες αξίες» της (Κρεμέζη, 2002: 1).

Όλα τα στοιχεία που καταγράφονται και απεικονίζουν την μακρόχρονη ιστορική εξέλιξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, διαμορφώνουν και πιστοποιούν βασικά «την ταυτότητα κάθε έθνους», μίας «χώρας», ενός «τόπου» (Κρεμέζη, 2002: 1). Αποτυπώνουν επομένως την καθημερινότητά μας και δυναμιτίζουν την ανάπτυξη κάθε περιοχής ή ενός κοινωνικού συνόλου (ό. π.).

3.2 ΦΟΡΕΙΣ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

Οι φορείς «προστασίας της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς» είναι διεθνείς οργανισμοί και φορείς που «συνδέονται με την προστασία και την ανάδειξη της πολιτισμικής κληρονομιάς» (Κοκκώσης κ.ά., 2011: 203). Ο Κατάλογος αριθμεί τους εξής δέκα οργανισμούς:

- UNESCO: αναλαμβάνει πρωτοβουλίες για την προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς μέσα από διακρατικές συνεργασίες και δράσεις
 - Επιτροπή για την Παγκόσμια Κληρονομιά
 - Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Τοποθεσιών
 - Διεθνής Επιτροπή για τη Διατήρηση της Βιομηχανικής Κληρονομιάς
 - Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Βιομηχανικής και Τεχνικής Κληρονομιάς
 - Πανερωπαϊκή Ομοσπονδία για την Κληρονομιά
 - Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων
 - Διεθνές Κέντρο για τη Μελέτη της Συντήρησης και της Αποκατάστασης της Πολιτιστικής Περιουσίας
 - Διεθνής Επιτροπή για την Ιστορία της Τεχνολογίας
 - Ευρωπαϊκό Πανεπιστημιακό Κέντρο για τα Πολιτιστικά Αγαθά (ό. π.: 204).
- Η ίδρυση του Εκπαιδευτικού, Επιστημονικού και Πολιτιστικού Οργανισμού των Ηνωμένων Εθνών με την επωνυμία UNESCO, σκοπό έχει «την αναγνώριση, προστασία και διατήρηση της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς» (UNESCO, 2015).

3.3 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΙΔΡΥΣΗ ΤΗΣ UNESCO ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ

Ας σημειωθεί ότι η «Συνθήκη για την προστασία της Παγκόσμιας και Φυσικής Κληρονομιάς» καθιερώθηκε «από την Γενική Συνέλευση της UNESCO στις 16 Νοεμβρίου» (UNESCO, 2015) «1972» (UNESCO, 2015· Labadi, 2007: 149· Pendlebury et al., 2009: 249· Steiner και Frey, 2012: 25· Gullino και Larcher, 2013: 389· Paksoy, 2014: 307). Πρέπει να τονιστεί ότι, όλα «τα κράτη» - μέλη της Συνθήκης έχουν επισημάνει τους χώρους «που υπάγονται στην εθνική τους επικράτεια» και τους έχουν καταγράψει «στον Κατάλογο της Παγκόσμιας Κληρονομιάς», οι οποίοι «αποτελούν με κάθε επιφύλαξη της εθνικής κυριαρχίας και των δικαιωμάτων ιδιοκτησίας, παγκόσμια κληρονομιά» για την φύλαξη της οποίας είναι αρμόδια «η διεθνής κοινότητα» στο σύνολό της (UNESCO, 2015).

Σκοπός της UNESCO είναι να πείσει όλα «τα κράτη – μέλη να υπογράψουν την Συνθήκη του 1972» «για να εξασφαλίσουν την προστασία της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς τους» (ό. π.). Συγχρόνως, θα πρέπει να οργανώνουν τεχνικές οι οποίες, σε τακτά χρονικά διαστήματα, θα ελέγχουν την κατάσταση σε ό τι αποκαλούμε πολιτιστική κληρονομιά «της ανθρωπότητας» και θα την προστατεύουν (ό. π.). Επιπλέον, «οι τοποθεσίες πρέπει να είναι εξέχουσας παγκόσμιας αξίας και να πληρούν τουλάχιστον ένα από τα» (WHC, 2015) «δέκα κριτήρια» (WHC, 2015· Steiner και Frey, 2012: 27) «επιλογής» (WHC, 2015) (βλέπε Πίνακας 1). Έτσι, ο Κατάλογος «της Παγκόσμιας Κληρονομιάς» περιλαμβάνει «μνημεία» και τις σπουδαιότερες δημιουργίες «του ανθρώπου» (ό. π.). Όλα αυτά μαρτυρούν την παράδοση «ενός πολιτισμού που ζει ή έχει εξαφανιστεί», καθώς και τα «στάδια της ανθρώπινης ιστορίας» και γι' αυτό το λόγο έχουν «οικουμενική αξία» (ό. π.). Η 16 Νοεμβρίου, ημέρα της υπογραφής της Συνθήκης, γιορτάζεται έκτοτε κάθε χρόνο, υπενθυμίζοντας «το μεγαλείο της κοινής κληρονομιάς», μην αφήνοντας έτσι να ξεχαστεί η αιτία για την οποία υπογράφηκε η Συνθήκη της Παγκόσμιας Κληρονομιάς (ό. π.) (βλέπε Χάρτη 1 και Γράφημα 1, 2, 3). «Ο Κατάλογος έχει γίνει πολύ δημοφιλής και πολλοί τον θεωρούν ως την πιο αποτελεσματική διεθνή νομική πράξη για την προστασία της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς» (Strasser, 2002: 215 στο Steiner και Frey, 2012: 25).

Οι καταχωρήσεις στον Κατάλογο της «Παγκόσμιας Κληρονομιάς» γίνονται μετά από αίτηση μίας χώρας που ενδιαφέρεται να προσθέσει τα μνημεία της στον κατάλογο αυτό, σύμφωνα με τους ορισμούς της Σύμβασης (Κόνσολα, 1995: 101). Στον Κατάλογο εντάσσονται πόλεις – αρχαιολογικοί χώροι, οι οποίες παλιότερα κατοικούνταν κι είχαν σημαντική οικονομική παρουσία, καθώς και «πόλεις» που τις κατηγοριοποιούμε σε ιστορικές καθότι στη μακραίωνη ιστορία τους ήταν αναπτυγμένες και συνεχίζουν να αναπτύσσονται (ό. π. :102).

Το χρονικό πλαίσιο στο οποίο εντάσσονται οι πόλεις είναι αρκετά ευρύ, καλύπτοντας θέσεις και στοιχεία πολιτισμών από «την 3^η χιλιετία π. Χ. μέχρι τον 15^ο αιώνα μ. Χ.» (ό. π.). Αντιπροσωπεύονται από την Ασία μέχρι την Κεντρική και Νοτιοδυτική Αμερική, από «τις πολιτισμικές παραδόσεις των Ινδιάνων της Βόρειας Αμερικής και φυσικά από την Ευρώπη» (ό. π.). Η Ελλάδα στον Κατάλογο των θέσεων αυτών είναι καταχωρημένη με την «αρχαία πόλη της Δήλου και τη βυζαντινή πόλη του Μυστρά» καθώς και την «παλιά πόλη της Ρόδου» (ό. π.).

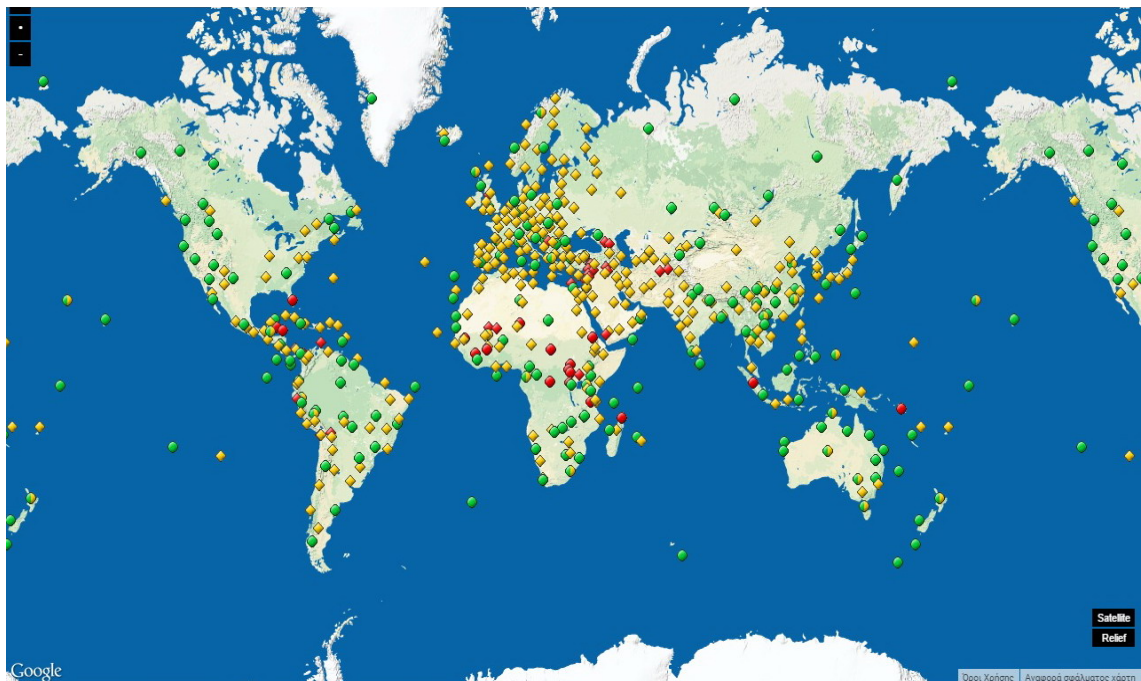
ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Τα κριτήρια επιλογής για να συμπεριληφθούν τοποθεσίες στον Κατάλογο Παγκόσμιας Κληρονομιάς

I	Να αντιπροσωπεύουν ένα αριστούργημα της ανθρώπινης δημιουργικής ιδιοφυΐας
Ii	να εμφανίζουν μία σημαντική ανταλλαγή των ανθρώπινων αξιών, πάνω από ένα χρονικό διάστημα ή εντός ενός πολιτιστικού χώρου στον κόσμο, σχετικά με τις εξελίξεις στην αρχιτεκτονική ή την τεχνολογία, μνημειακή τέχνη, πολεοδομία ή τον σχεδιασμό τοπίου
Iii	να φέρει μία μοναδική ή τουλάχιστον εξαιρετική μαρτυρία μίας πολιτιστικής παράδοσης ή ενός πολιτισμού που ξει ή το οποίο έχει εξαφανιστεί
Iv	να είναι ένα εξαιρετικό παράδειγμα τύπου κτηρίου, αρχιτεκτονικού ή τεχνολογικού συνόλου ή τοπίου που απεικονίζει σημαντικό στάδιο στην ανθρώπινη ιστορία
V	να είναι ένα εξαιρετικό παράδειγμα της παραδοσιακής ανθρώπινης εγκατάστασης, χρήσης γης, ή της χρησιμοποίησης της θάλασσας το οποίο είναι αντιπροσωπευτικό μίας κουλτούρας (ή πολιτισμών), ή ανθρώπινη αλληλεπίδραση με το περιβάλλον, ιδίως όταν έχει γίνει ευάλωτο υπό την επίδραση της μη αναστρέψιμης αλλαγής
Vi	να συνδέονται άμεσα ή απτά με γεγονότα ή ζωντανές παραδόσεις, με ιδέες ή πίστεις, με καλλιτεχνικά και λογοτεχνικά έργα εξέχουσας παγκόσμιας σημασίας. (Η Επιτροπή θεωρεί ότι το κριτήριο αυτό θα πρέπει κατά προτίμηση να χρησιμοποιείται σε συνδυασμό με άλλα κριτήρια)
Vii	να περιέχει εξαιρετικά φυσικά φαινόμενα ή περιοχές εξαιρετικής φυσικής ομορφιάς και αισθητικής σημασίας
Viii	να είναι ιδιάζοντα παραδείγματα μείζονων φάσεων της ιστορίας της γης, συμπεριλαμβανομένης της καταγραφής της ζωής, σημαντικών εν εξελίξει γεωλογικών διαδικασιών για την ανάπτυξη της γεωμορφίας, ή σημαντικής γεωμορφολογίας ή φυσιογραφικά χαρακτηριστικά

Ix	να είναι ιδιάζοντα παραδείγματα σημαντικών εν εξελίξει οικολογικών και βιολογικών διαδικασιών στην εξέλιξη και την ανάπτυξη των χερσαίων, γλυκού νερού, παράκτια και θαλάσσια οικοσυστήματα και τις κοινότητες των φυτών και των ζώων
X	να περιέχει τις πιο σημαντικές και σημαντικούς φυσικούς οικοτόπους για <i>επί τόπου</i> διατήρηση της βιολογικής ποικιλομορφίας, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που περιέχουν απειλούμενα είδη εξαιρετική παγκόσμια αξία από την άποψη της επιστήμης ή της διατήρησης

Πηγή: <http://whc.unesco.org/en/criteria/>, 2015a· Pendlebury et al., 2009: 350· Steiner και Frey, 2012: 27

Χάρτης 1: Γεωγραφική Κατανομή των Πολιτιστικών Θέσεων στον Κατάλογο της Παγκόσμιας Κληρονομιάς



Κατηγορία θέσεων

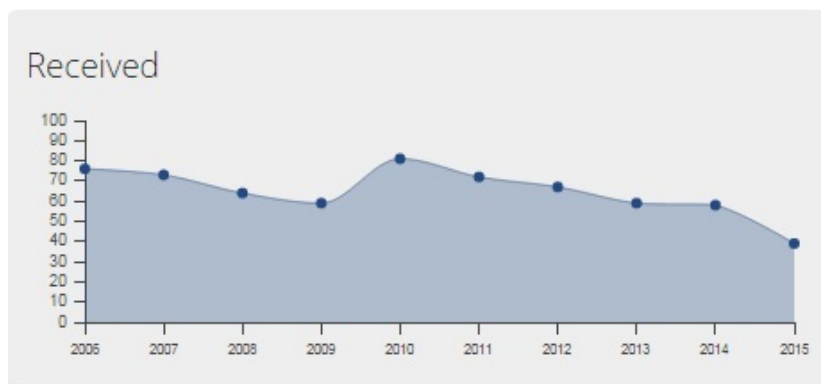
● Πολιτιστικές θέσεις ● Φυσικές θέσεις ● Μεικτές θέσεις

Θέσεις καταγεγραμμένες στο Κατάλογο που βρίσκονται σε αμφισβήτηση

● Πολιτιστικές θέσεις ● Φυσικές θέσεις ● Μεικτές θέσεις

Πηγή: <http://whc.unesco.org/en/interactive-map/>, 2015c

Γράφημα 1: Διακόμανση των θέσεων της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς 2006 – 2015



Πηγή: <http://whc.unesco.org/en/nominations/>, 2015b

Γράφημα 2: Θέσεις προτεινόμενες για επανεξέταση 2006 – 2015



Πηγή: <http://whc.unesco.org/en/nominations/>, 2015b

Γράφημα 3: 1978- 2015



Γαλάζιο χρώμα: πολιτιστικές θέσεις

Πράσινο: φυσικές θέσεις

Κίτρινο: μικτές (πολιτιστικές και φυσικές θέσεις)

Πηγή:

<http://whc.unesco.org/en/nominations/>,

2015b

3.3.1 Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΧΑΡΤΑ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ

Στο σημείο αυτό κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί ότι τους σχετικούς στόχους που έχει θέσει η Διεθνής Χάρτα του Πολιτιστικού Τουρισμού είναι α) να δίνει την ευκαιρία και να παροτρύνει όσους εμπλέκονται με την πολιτιστική κληρονομιά να την καταστήσουν φιλική «στα μέλη της τοπικής κοινότητας και τους επισκέπτες» (Κρεμέζη, 2002: 5). β) Να δίνει την ευκαιρία και να παροτρύνει όσους δραστηριοποιούνται στο τουρισμό να τον προβάλλουν και να τον προάγουν σεβόμενοι «τις ζωντανές παραδόσεις» στις τοπικές κοινότητες (ό. π.). γ) Να δίνει την ευκαιρία και να προτείνει τον διάλογο ανάμεσα στα συμφέροντα και στους παράγοντες «της τουριστικής βιομηχανίας», «σχετικά με την σημασία» της πολιτιστικής κληρονομιάς και τις ζωντανές παραδόσεις και το βιώσιμο μέλλον τους (ό. π.). δ) «Να ενθαρρύνει διαδικασίες και προγράμματα που στοχεύουν στην ανάπτυξη και στην προβολή των τόπων της πολιτιστικής κληρονομιάς» (ό. π.). ε) Να ενισχύει τις δραστηριότητες που στοχεύουν στην διαφύλαξη και διατήρησή της (ό. π.). στ) Να «ενθαρρύνει τα ενδιαφέροντα μέρη να διατυπώνουν λεπτομερείς οδηγίες, ώστε να διευκολύνεται η εφαρμογή των Αρχών στις ειδικές, κατά περίπτωση, συνθήκες ή τις ανάγκες των συγκεκριμένων οργανισμών και κοινοτήτων (ό. π.: 6).

Προκειμένου να διασφαλιστεί «η ακεραιότητα κατά τη διαχείριση και διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, «η Χάρτα» υποστηρίζει πρωτοβουλίες του «ICOMOS» και κανόνες που χρησιμοποιούν άλλοι διεθνείς οργανισμοί και η τουριστική βιομηχανία (ό. π.). Επίσης, η Χάρτα υποστηρίζει όσους εμπλέκονται «κατά καιρούς σε συγκρουόμενα συμφέροντα, υποχρεώσεις και αρμοδιότητες σε συνεργασίες για την επίτευξη των στόχων τους» και ακόμη, όσους επιθυμούν να διατυπώσουν οδηγίες με αποδέκτη τις Αρχές προκειμένου να εφαρμοσθούν από συγκεκριμένους οργανισμούς και κοινότητες (ό. π.).

3.4 ΧΩΡΕΣ ΚΑΙ ΠΟΛΕΙΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

Πολλές είναι οι πόλεις παγκοσμίως που και σήμερα με τις πολιτιστικές τους θέσεις αποτελούν πόλο έλξης για τους τουρίστες και αποτελούν τη βάση της οικονομίας των κατοίκων τους. Ενδεικτικά, ευρωπαϊκές πόλεις με αυτές τις προδιαγραφές ο Κατάλογος της Παγκόσμιας Κληρονομιάς συμπεριλαμβάνει την «Ρώμη», την «Βενετία», την «Φλωρεντία στην Ιταλία», την «Κωνσταντινούπολη στην Τουρκία», το «Στρασβούργο» στη «Γαλλία», την «Αγία Πετρούπολη και το κέντρο της Μόσχας, το Κρεμλίνο, την Κόκκινη Πλατεία στη Ρωσία» και άλλες (Κόνσολα, 1995: 104).

Εκτός των ιστορικών πόλεων, στον Κατάλογο καταγράφονται και «ιεροί χώροι και θρησκευτικά Μνημεία», «όπως οι πυραμίδες της Αιγύπτου, ο Άγιος Πέτρος της Ρώμης, η Αγία Σοφία και το Μπλε Τζαμί της Κωνσταντινούπολης, το Τζαμί των Ομείδων στη Δαμασκό» (ό. π.). Πρόκειται για ιστορικούς χώρους στους οποίους ο κόσμος συνέρρεε ή και συνεχίζει να συγκεντρώνεται για να εκφράσει τα θρησκευτικά του πιστεύω, και οι οποίοι εκτείνονται από τη Δυτική μέχρι την Ανατολική Ευρώπη (ό. π. :106). Ορισμένα ενδεικτικά παραδείγματα: στην Ιταλία, «το Βατικανό και ο Άγιος Παύλος, εκτός των Τειχών στη Ρώμη» στην Ελβετία, το «Σαιν Γκαλ» (ό. π.). Στη δε «Ανατολική Ευρώπη ο Κατάλογος περιλαμβάνει μοναστήρια και εκκλησίες» με μοναδική αρχιτεκτονική και «ζωγραφική διακόσμηση» από την εποχή που ακτινοβόλούσε ο βυζαντινός πολιτισμός (ό. π.). Έτσι μνημονεύουμε, π.χ., από την Ουκρανία, την Αγία Σοφία του Κιέβου, από την Τουρκία, τις ορθόδοξες «εκκλησίες της Καππαδοκίας» και από την Ελλάδα αξίζει να αναφερθούν τα ακόλουθα: «Άθως, Μετέωρα, Μονή Δαφνίου, Μονή Οσίου Λουκά, Νέα Μονή Χίου, Μυστράς» (ό. π.). Φυσικά, στα θρησκευτικά μνημεία συγκαταλέγονται και οι χώροι των άλλων θρησκειών, μεγάλων και μικρών, της Ασίας και της Αφρικής, όπως στη Κίνα τα «βουδιστικά και ταοϊστικά κέντρα στο όρος Ταϊσάν», το «Χοριού-ζι» στην Ιαπωνία και το «Παχαμπούρ» στο Μπαγκλαντές (ό. π.). Τέλος, μνημεία που εκπροσωπούν το μουσουλμανικό θρήσκευμα βρίσκονται κυρίως σε «ιστορικές μουσουλμανικές πόλεις», κυρίως του αραβικού κόσμου αλλά όχι μόνον (βλ. Ινδονησία), ή πόλεις που ανήκαν κάποια εποχή στη μεγάλη Οθωμανική Αυτοκρατορία (ό. π.).

3.4.1 ΜΝΗΜΕΙΑ – ΦΡΟΥΡΙΑ – ΑΝΑΚΤΟΡΑ

Από τα πιο γνωστά ταφικά μνημεία του αρχαίου κόσμου, που υπάγονται στις λεγόμενες «Μικρότερες Κατηγορίες» θέσεων στον Κατάλογο των μνημείων είναι οι «τρεις πυραμίδες της Γκίζας στην Αίγυπτο», καθώς και τα «μνημεία της κοιλάδας Μπούν στην Ιρλανδία» και το «Μαυσωλείο του πρώτου αυτοκράτορα της δυναστείας Qin στην Κίνα» (Κόνσολα, 1995 :107 - 108). «Τα σπήλαια του Καταλόγου» έχουν περιληφθεί στις «πολιτιστικές θέσεις» επειδή παρουσιάζουν «στα τοιχώματά τους» ζωγραφιές «ή εγχάρακτες παραστάσεις» από προϊστορικές περιόδους (ό. π.). Τέτοια σπήλαια υπάρχουν σε Ευρώπη, Αμερική και Ασία. Το σπήλαιο «Αλταμίρα στην Ισπανία», το σπήλαιο «Άλτα στη Νορβηγία», το σπήλαιο «Λασκώ στην κοιλάδα Βεζέρ στη Γαλλία» (ό. π.).

Επιπλέον, είναι ενταγμένα στον Κατάλογο «φρούρια και οχυρώσεις» από όλο τον κόσμο, διότι «αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα των ιστορικών πόλεων» (Κόνσολα, 1995 : 108). Αξίζει να μνημονευτούν από την «Ευρώπη» «το φρούριο της Βούδας στην όχθη του Δούναβη στη Βουδαπέστη και το Αλκαζάρ στη Σεβίλλη» (ό. π.). Από την «Αφρική, την Αμερική» και την «Ασία» έχουν συμπεριληφθεί επίσης φρούρια και οχυρώσεις που έχουν παίξει σημαντικό ρόλο στην άμυνα των πόλεων τους (ό. π.: 109). Μερικά από τα πιο γνωστά όλων των εποχών είναι «το φρούριο Χιμεζί-ζο στην Ιαπωνία», το φρούριο της Άγκρας στην Ινδία, «τα φρούρια Πορτομπέλλο και Σαν Λορέντζο στον Παναμά, και το Μεγάλο Σινικό Τείχος της Κίνας» (ό. π.). Ακόμη, στον Κατάλογο συμπεριλαμβάνονται πύργοι και μερικά από τα πιο γνωστά ανάκτορα τα οποία στην πλειονότητά τους βρίσκονται στην Ευρώπη, όπως είναι τα Ανάκτορα των Βερσαλλιών, «το Φοντενεμπλό και το Σαμπόρ της Γαλλίας», «το μουσουλμανικό ανάκτορο – φρούριο Αλάμπρα στη Γρανάδα της Ισπανίας» (ό. π.). Όσον αφορά την «Αφρική», είναι ο «πύργος Φασίλ Γκεμπί» στην «Αιθιοπία», ενώ στην «Ασία» από τα πιο γνωστά ανάκτορα είναι «το Φατεμπούρ Σικρί στην Ινδία και το ανάκτορο των δυναστειών Ming και Qing στην Κίνα» (ό. π.).

Εξάλλου, βιομηχανικά κατάλοιπα και περιοχές, όπως «ορυχεία» που εγκαταλείφθηκαν καθώς και παραδοσιακοί εργατικοί οικισμοί, που συνυπήρχαν με τις «εγκαταστάσεις» εκμετάλλευσης, έχουν ενταχθεί στον Κατάλογο καθότι παρουσιάζουν αρχιτεκτονικό παραδοσιακό ενδιαφέρον και είναι «αντικείμενο μελέτης της λεγόμενης

βιομηχανικής αρχαιολογίας» (ό. π.: 110). Γενικότερα, στον Κατάλογο περιλαμβάνονται «κτίρια και χώροι» που άφησαν εποχή εξαιτίας των γεγονότων που εξελίχθηκαν εκεί (ό. π.).

Μία από τις πλέον πρόσφατες πολιτιστικές θέσεις που έχουν καταχωρηθεί στον Κατάλογο είναι οι πολιτιστικές θέσεις που αφορούν «τοπία» που έχουν χαρακτηριστεί ως «περιοχές όπου έχει συντελεσθεί αρμονική αλληλεπίδραση μεταξύ φύσης και ανθρώπου» (ό. π.: 111). Στη μεικτή θέση του Καταλόγου των μνημείων περιλαμβάνονται πάρκα που δημιούργησε ο ανθρώπινος παράγοντας, τοπία που συνιστούν ένα ατόφιο «φυσικό περιβάλλον» και «τοπία» όπου συνυπάρχει το φυσικό περιβάλλον και η ανθρώπινη επέμβαση (ό. π.). Για παράδειγμα μεικτές θέσεις στην Ελλάδα είναι «το Άγιο Όρος και τα Μετέωρα» και στην Τουρκία «οι θέσεις με τις βυζαντινές εκκλησίες στην Καππαδοκία της Μικράς Ασίας» (ό. π.).

3.5 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ – ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Αναμφισβήτητα, η παγκοσμιοποίηση αποτελεί μεγάλη «πρόκληση» για την ανάδειξη, την προστασία και τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς σε κάθε χώρα, σ' ολόκληρο «τον κόσμο» (Κόνσολα, 1995 : 111). Έτσι, οι κανόνες που εφαρμόζονται διεθνώς στο διαχειριστικό μέρος της πολιτιστικής κληρονομιάς πρέπει να εφαρμόζονται με υπευθυνότητα από τις κοινότητες ή τις κατά τόπους ομάδες (ό. π.).

Πρώτο μέλημα και στόχος «της διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς» είναι να μεταλαμπαδεύσει την αξία και την ανάγκη «διατήρησής της στα μέλη της κοινότητας υποδοχής και στους επισκέπτες» (ό. π.). Η συμμετοχή στις πολιτιστικές εξελίξεις δημιουργεί συγχρόνως δικαιώματα, προνόμια αλλά και υποχρεώσεις, όπως είναι ο σεβασμός στις «πολιτιστικές αξίες» σε συνδυασμό με το ενδιαφέρον για «τα οικονομικά συμφέροντα της κοινότητας». Οφείλουν επομένως οι τοπικές ομάδες να προστατεύουν όλα εκείνα τα οποία συγκροτούν την πολιτιστική κληρονομιά (ό. π.).

Αξιοσημείωτο είναι ότι, ο τουρισμός έχει πολλές διασυνδέσεις με τον οικονομικό, κοινωνικό, επιστημονικό και εκπαιδευτικό τομέα (Κρεμέζη, 2002: 1). Έτσι, η «φυσική και πολιτιστική κληρονομιά» αποτελεί πόλο έλξης τουρισμού (ό. π.). Η

αλόγιστη διαχείρισή της όμως κι ό τι σχετίζεται με την ανάπτυξή της, «μπορεί να βλάψει τη φύση» και να αλλοιώσει τα «χαρακτηριστικά» της στοιχεία (ό. π.). Σημαντικό είναι ότι, για να αποδώσει όφελος «ο τουρισμός στις κοινότητες υποδοχής», θα πρέπει να τις εξασφαλίσει «κίνητρα» ώστε «να φροντίζουν και να διατηρούν τις παραδόσεις τους» (ό. π.). Ακόμη, είναι αναγκαία η «συνεργασία» των τοπικών αρχών με τουριστικούς πράκτορες κι όσους διαμορφώνουν πολιτιστική «πολιτική», με στόχο να είναι βιώσιμες οι τουριστικές δραστηριότητες καθώς και να εξασφαλίσουν τους πολιτιστικούς πόρους για τις επερχόμενες «γενιές» (ό. π.).

3.5.1 ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ ΕΛΛΑΔΑΣ

Κάτω από την ατελείωτη στέγη του όρου πολιτισμός βρίσκονται τα ιστορικά μνημεία της κάθε κοινωνίας και το «ICOMOS» (UNESCO, 2015) έχει καθιερώσει την «18 Απριλίου» (ό. π.) ως «Παγκόσμια Ημέρα Μνημείων και Χώρων» (Μπίστικα, 2013). Η χώρα μας έχει εντάξει δεκαεπτά «μνημεία και τοποθεσίες στον «Κατάλογο Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO» (βλέπε Πίνακας 3 και ΧΑΡΤΗΣ 2) και έχει ήδη εκδηλώσει το ενδιαφέρον να συμπεριληφθούν στον Κατάλογο κι άλλοι χώροι πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς (UNESCO, 2015). «Η Συνθήκη για την προστασία της Παγκόσμιας Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς υιοθετήθηκε από τη Γενική Συνέλευση της UNESCO στις 16 Νοεμβρίου 1972, ενώ η Συνθήκη για την Προστασία της Παγκόσμιας Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς κυρώθηκε από την Ελλάδα το 1981» (UNESCO, 2015· Οδυσσεύς, 2012). Η «παλιά» πόλη της Κέρκυρας έχει καταγραφεί «στον Κατάλογο Παγκόσμιας Κληρονομιάς» πληρώντας το «IV» από τα κριτήρια που πρέπει να έχει μια υποψήφια πόλη (Δήμος Κέρκυρας, 2015). Οχυρωμένη συνολικά πόλη και λιμάνι από την εποχή που το νησί ήταν υπό την κυριαρχία των Ενετών παρουσιάζει εξαιρετική παγκόσμια αξία «που διατηρεί τόσο την αυθεντικότητα όσο και την ακεραιότητά της», στοιχεία που παραπέμπουν σε μια «νέο – κλασική» πόλη (ό. π.).

Ανακεφαλαιώνοντας, η πολιτιστική κληρονομιά κληροδοτεί σε κάθε έθνος κράτος την πολιτιστική του ταυτότητα. Ο αποπροσανατολισμός, η απώλεια του παρελθόντος, ευαισθητοποίησαν, κινητοποιήσαν ανθρώπους και τους οδήγησαν στη δημιουργία Οργανισμών, όπως η UNESCO, με κύριο μέλημά τους όχι μόνο την προστασία αλλά και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς. Οι Οργανισμοί λειτουργούν βάσει καταστατικού που υπογράφουν όλα τα κράτη μέλη. Ο Κατάλογος αυτός των μελών, όπως και ότι χαρακτηρίζεται πολιτιστική κληρονομιά συνεχώς διευρύνεται. Είναι ένας σημαντικός παράγων οικονομικού πολιτιστικού τουρισμού, γι' αυτό και έχουν δημιουργηθεί βιομηχανίες πολιτιστικής κληρονομιάς.-

ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΝΗΜΕΙΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

1986	Ναός του Επικούριου Απόλλωνα στις Βάσσες
1987	Δελφοί
1987	Ακρόπολη Αθηνών
1988	Άγιον Όρος
1988	Μετέωρα
1988	Παλαιοχριστιανικά και Βυζαντινά Μνημεία Θεσσαλονίκης
1988	Επίδαυρος
1988	Μεσαιωνική Πόλη Ρόδου
1989	Ολυμπία
1989	Μυστράς
1990	Δήλος
1990	Μονή Δαιφνίου, Μονή Οσίου Λουκά και Νέα Μονή Χίου
1992	Πυθαγόρειο και Ηραίο Σάμιου
1996	Βεργίνα
1999	Μυκήνες και Τίρυνθα
1999	Ιστορικό κέντρο (Χώρα), Μονή Αγίου Ιωάννου Θεολόγου και Σπήλαιο της Αποκάλυψης στην Πάτμο
2007	Παλαιά Πόλη της Κέρκυρας

Πηγή: <http://odysseus.culture.gr/h/2/gh21.html>, 2012α

ΧΑΡΤΗΣ 2: ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ



Πηγή: <http://odysseus.culture.gr/h/2/gh21.html>, 2012α

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ

4.1 Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ

Αναμφίβολα τα μουσεία αποτελούν «τα πιο κοινωνικά πολιτιστικά ιδρύματα» σε παγκόσμιο επίπεδο που τα καθιστά ελκυστικά και έχουν σημειώσει αύξηση «από το τέλος της δεκαετίας του 1980» (Pallud και Straub, 2014: 359). Όπως διατυπώνει ο Poulot (2005 στο ό. π.) σε μία αναπτυγμένη χώρα «το ένα τρίτο του πληθυσμού επισκέπτεται συχνά μουσεία». «Ο αριθμός των μουσείων σε μία χώρα» παριστάνει τη βαθμίδα «των πολιτιστικών επιτευγμάτων» καθώς και τη βαθμίδα που έχει η επιστημονική έρευνα «στο συγκεκριμένο τομέα» (Popescu και Corbos, 2011 στο Vrana et al., 2015: 97).

Η αύξηση του βιοτικού και μορφωτικού επιπέδου επέφερε την αύξηση του «ελεύθερου χρόνου» των ανθρώπων κι ακόμη την ευχέρεια να δαπανούν χρήματα για τον πολιτισμό (Μπούνια, 2005: 42), πράγμα που οδήγησε στην «έκρηξη του αριθμού και του εύρους των μουσείων» (Vicente et al., 2012: 650). Αυτό είχε ως συνέπεια, ο όρος *μουσείο* να απασχολεί την ευκατάστατη αριστοκρατική κοινωνία ήδη από τον 16^ο και 17^ο αιώνα στην Ευρώπη (Οικονόμου, 2003: 15). Στη σύγχρονη κοινωνία, το μουσείο έχει αλλάξει πλήρως «το ρόλο και τη λειτουργία» του, εντάσσοντας «την ποικιλία» και την «πολυμορφία» (ό. π.).

Αξιοσημείωτο είναι ότι οι διαφορετικές απόψεις και οι διαμάχες περί του ορισμού των μουσείων δημιούργησαν την ανάγκη να ιδρυθεί το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων («ICOM») (Οικονόμου, 2003 :15), το οποίο «ιδρύθηκε το 1946» και εδρεύει «στο Παρίσι» (Najburt και Karounova, 2015: 159). Στη συνέχεια, αυτό πρωτοστάτησε στη διεξαγωγή μακροχρόνιων συζητήσεων μέσα από «διεθνή συνέδρια», όπου τέθηκε επί τάπητος οτιδήποτε αφορά στη λειτουργία των μουσείων σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς και στην προστασία της «πολιτιστικής κληρονομιάς» (Οικονόμου, 2003 :16). Σ' αυτό το πλαίσιο, εντάσσονται οι απόπειρες για τον εκδημοκρατισμό των μουσείων ως «χώρου» (Hein, 2012: 474), κι ο ορισμός ότι «το μουσείο είναι ίδρυμα μη κερδοσκοπικό, στην υπηρεσία της κοινωνίας, μόνιμο, ανοικτό στο κοινό, που συγκεντρώνει, φυλάσσει, ερευνά και προβάλλει τα υλικά τεκμήρια του ανθρώπου και

του περιβάλλοντός του, με σκοπό την παιδεία, τη μελέτη και τη ψυχαγωγία» (Hein, 2012: 474, Σαλή, 2006: 11, Appel, 2015: 160 – 1, Najburt και Karounova, 2015: 159· ICOM, 2007 στο Siu et al., 2013:293).

Στη συνέχεια, ένας ορισμός του μουσείου που δόθηκε το 1984, είναι παρεμφερής με αυτόν του ICOM (Οικονόμου, 2003: 18). Σε γενικές γραμμές, αναφέρεται στις λειτουργίες των μουσείων και στις συλλογές με κίνητρο «το δημόσιο όφελος» (ό. π.). Κατά την Οικονόμου, ένας άλλος «ορισμός του μουσείου το 1998» επικεντρώνει περισσότερο το ενδιαφέρον του στον άνθρωπο, «δίνοντας ένα ενεργητικό ρόλο» στους επισκέπτες και αφορμή να μη «δέχονται παθητικά τα μηνύματα του μουσείου» (ό. π.). Ένα θέμα που απασχολεί στο μέγιστο βαθμό τους ανθρώπους που εργάζονται σήμερα στα μουσεία, είναι η έννοια της πρόσβασης που έχει στα μουσεία το «ευρύ κοινό» (ό. π.: 19).

Τα μουσεία σήμερα «δεν δημιουργούνται και δεν λειτουργούν» πλέον έχοντας ως υπόδειγμα «το Βρετανικό μουσείο» που θεωρούνταν «ναός της γνώσης» (Hooper - Greenhill, 2006: 11). Έτσι λοιπόν, «ένα μουσείο μπορεί να στεγάζεται σε αγρόκτημα, σε αποθήκη, σε φυλακή, σε φρούριο, σε εξοχική κατοικία» (ό. π.). Πρέπει να τονιστεί ότι, «η εμπειρία πλέον της επίσκεψης σε μουσείο θυμίζει συχνά αντίστοιχες εμπειρίες από θεματικά πάρκα ή λαϊκά πανηγύρια μάλλον, παρά επίσκεψη στα παλαιού τύπου μουσεία, που προκαλούσαν δέος στο κοινό τους» (ό. π.).

Είναι σημαντικό να επισημανθεί ότι αυτή είναι μια παγκόσμια συζήτηση, ότι δηλαδή παγκοσμίως «λαμβάνονται κρίσιμες αποφάσεις για την ίδρυση και τη λειτουργία» μουσείων (ό. π.). Είναι όντως φυσικό να υπάρχουν ερωτηματικά για «το λόγο ύπαρξής τους, το ρόλο τους στην κοινωνία, τη λειτουργία τους» και την ανταποδοτικότητά τους (ό. π.: 12). Μάλιστα δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις όπου αυτά τα ερωτήματα λαμβάνουν ανεπαρκείς ή αργοπορημένες απαντήσεις, οπότε βλέπουμε μουσεία να υπολειτουργούν, «προσωπικό ν' απολύεται», και «συλλογές να βγαίνουν στο σφυρί» (ό. π.). Καταλαβαίνουμε πόσο κρίσιμο είναι το σχετικό διακύβευμα, αν λάβουμε υπόψη πως «ο διευθυντής της Ένωσης (Βρετανικών) μουσείων, μιλώντας στα μέλη του Κομητιακού Συμβουλίου», θέλοντας να δώσει και να τονίσει «τον εκπαιδευτικό χαρακτήρα των μουσείων», δήλωσε ότι, «τα μουσεία και οι συλλογές τους» έχουν για την κοινωνία πολύτιμες και ανυπολόγιστης πολιτιστικής και «πολιτισμικής κληρονομιάς» αξία (ό. π.).

Είναι γεγονός ότι τα μουσεία είναι οι κατεξοχήν χώροι όπου ο καθένας μπορεί να εμπλουτίσει τις γνώσεις του με άμεσο τρόπο, χώροι δηλαδή που προάγουν τη «διαπαιδαγώγηση και την καλλιέργεια» (ό. π.). Αξιοπρόσεκτο είναι ότι παλαιότερα απουσίαζαν έρευνες που να διερευνούν τις σχέσεις και τον ρόλο των μουσείων στο «εκπαιδευτικό σύστημα», σε αντίθεση με τα πεδία μελέτης που είχαν εγείρει η «λογοτεχνία» ή ακόμη και η «τηλεόραση» (ό. π.). Μόνο σχετικά πρόσφατα λοιπόν η μουσειολογία καταπιάστηκε με ερωτήματα όπως ο τρόπος με τον οποίο οργανώνονται τα μουσεία, «η σχέση μεταξύ αντικειμένων και ειδών» και η καταγραφή τους έχει ως συνέπεια την ανάδειξή τους και την προβολή τους και την δυνατότητα πνευματικής άσκησης και καλλιέργειας του ανθρώπου (ό. π.: 15).

Ο «μακροχρόνιος και σταθερός χαρακτήρας των μουσείων» (Οικονόμου, 2003: 16), έγκειται στη «διαφύλαξη» των αντικειμένων και τη συντήρησή τους ως παρακαταθήκη στις μελλοντικές «γενιές» (ό. π.). Άλλωστε, δεν πρέπει να λησμονεί κανείς τον κοινωνικό ρόλο και δημόσιο χαρακτήρα που έχουν τα μουσεία, ο οποίος έχει υιοθετηθεί από πολλά κράτη σε παγκόσμιο επίπεδο (ό. π.: 17). Αντιθέτως, οι «ιδιωτικές συλλογές» αποσκοπούν στην προσωπική ευχαρίστηση και το κέρδος των επιχειρήσεών τους (ό. π.).

Μέσα σε αυτό το κλίμα εξηγείται και η σημασία που αποδίδει η «Αμερικανική Ένωση Μουσείων» στο μη κερδοσκοπικό στόχο και την ανάλογη οργάνωση των μουσείων (Hein, 2012: 472). Έτσι, βλέπουμε να χρησιμοποιούν, τις ταξινομημένες συλλογές με «εκπαιδευτικό ή αισθητικό» χαρακτήρα τους, και το επαγγελματικό προσωπικό να απευθύνεται «στο κοινό», με «τακτό πρόγραμμα» (Οικονόμου, 2003: 17).

Η αποστολή των μουσείων όπως ορίζεται από το ICOM είναι:

1. Τα μουσεία διασώζουν, ερμηνεύουν και προωθούν πτυχές της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς της ανθρωπότητας.
2. Τα μουσεία διατηρούν συλλογές, τις οποίες φυλάσσουν με εμπιστοσύνη προς όφελος της κοινωνίας και της ανάπτυξής της.
3. Τα μουσεία κατέχουν βασικά στοιχεία για την καθιέρωση και την προώθηση της γνώσης.
4. Τα μουσεία παρέχουν ευκαιρίες για την εκτίμηση, απόλαυση, κατανόηση και τη διαχείριση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς.
5. Τα μουσεία κατέχουν πόρους που παρέχουν ευκαιρίες για άλλες δημόσιες υπηρεσίες και οφέλη.
6. Τα μουσεία εργάζονται σε στενή συνεργασία τόσο με τις κοινότητες από τις οποίες οι συλλογές τους προέρχονται, όσο και με εκείνες που εξυπηρετούν.
7. Τα μουσεία λειτουργούν με τον νόμιμο τρόπο.

8. Τα μουσεία λειτουργούν κατά τρόπο επαγγελματικό (Μαυραγάνη, 2011: 69).

Τέλος, σημειώνουμε ότι η βιομηχανία των μουσείων ακολουθεί τις ριζοσπαστικές αλλαγές που επέφερε η ραγδαία τεχνολογική ανάπτυξη «τις τελευταίες δεκαετίες», όπως διαπιστώνουν οι Rentschler *et al.* καθώς και ο Thomson (Vicente *et al.*, 2012: 650). Το γεγονός αυτό, οξύνει τον ανταγωνισμό ανάμεσα στα μουσεία, αναδεικνύοντας «νέες εναλλακτικές λύσεις ψυχαγωγίας» στην «αγορά» των μουσείων, όπως υποστηρίζουν οι Button και Scott (ό. π.). Αυτό ώθησε τη διοίκηση των μουσείων να στραφεί σε νέες υπηρεσίες και προϊόντα όλο και πιο ελκυστικά για τους επισκέπτες (ό. π.). Οι εξελίξεις αυτές οδήγησαν ενίοτε ακόμη και στην ιδιωτικοποίηση κάποιων ιδρυμάτων, όπως επισημαίνει ο Kawashima (στο ό. π.). Κατά δε τον Thomson (ό. π.), η αντίληψη ότι «τα αντικείμενα του Μουσείου» από μόνα τους είναι ικανά να δικαιολογήσουν και να προβάλλουν την πραγματική αξία τους, δεν ισχύει πλέον και τα μουσεία έχουν την ανάγκη να ενεργοποιηθούν «και να διευρύνουν» τους ορίζοντές τους (ό. π.).

Στη χώρα μας τα ιδρύματα που διαφυλάσσουν και προβάλλουν την πολιτιστική κληρονομιά, όπως ακριβώς είναι «τα μουσεία», τυγχάνουν μέριμνας και προωθούνται με σκοπό την προσέλκυση επισκεπτών, εκπληρώνοντας έτσι τον λόγο ύπαρξής τους (Martha και Kotsaki, 2015: 602). Παράλληλα όμως, ανάλογο ενδιαφέρον και διαφήμιση θα έπρεπε να απολάμβανε και το τμήμα πωλήσεων των μουσείων (Kavoura και Bitsani 2013a στο ό. π.). Αυτό διότι έχει διαπιστωθεί πως το «πωλητήριο του μουσείου» αποφέρει αξιосέβαστο ποσό που ξεπερνά κατά πολύ τα έσοδα από την πώληση των εισιτηρίων (Martha και Kotsaki, 2015: 605). Για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο, προϋπόθεση είναι η επαγγελματική εμπορευματοποίηση μιας ποιοτικής παραγωγής με γνώμονα «την ταυτότητα του μουσείου» (ό. π.). Για παράδειγμα, η πληροφορική (Nasiopoulos, Sakas, Vlachos, 2014 στο ό. π.) δίνει την ευκαιρία σε μουσεία και οίκους που κάνουν δημοπρασίες, να κοινοποιήσουν σε ένα εξαιρετικά διευρυμένο κοινό και να εμπλουτίσουν «με σύγχρονες αντιλήψεις» τόσο τα καθαρά παρελθοντικά εκθέματα λ.χ., τα περί παραδοσιακής αγροτικής κοινωνίας όσο και τα πιο μοντέρνα, όπως όσα τυχόν σχετίζονται με το «σύγχρονο αστικό τρόπο ζωής» (Martha και Kotsaki, 2015: 605). Εφόσον λοιπόν διατηρούν ευδιάκριτη την ταυτότητα τους (Kavoura και Bitsani, 2013b στο ό. π.) τα μουσεία μπορούν «επώνυμα να διαφημίζονται» (Martha και Kotsaki, 2015: 605). Η αυξανόμενη «συμβολή των μουσείων στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν» οδηγεί αυτά σε «καθεστώς αυτοχρηματοδότησης» (ό. π.). Για το λόγο αυτό κατατάσσονται

«στην πολιτιστική κληρονομιά του τουριστικού τομέα που αποφέρει έσοδα» (Siu et al., 2013: 293).

4.1.1 ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ

Η λειτουργία «των μουσείων» που παραδοσιακά κύριο μέλημά τους ήταν να ταξινομούν, να φυλάτουν και να εκθέτουν τις συλλογές τους, διαφοροποιήθηκε αισθητά τις τελευταίες δεκαετίες, επηρεαζόμενη από τις οικονομικές, τεχνολογικές, πολιτιστικές και κοινωνικές αλλαγές (Herreman, 2003 στο Κωστοπούλου κ.ά., 2012: 4). Η διεθνής και άμεση ενημέρωση «του κοινού», ο ελεύθερος χρόνος των πολιτών στο δυτικό κυρίως κόσμο οδήγησαν «τα μουσεία» στο να επαναπροσδιορίσουν το ρόλο τους και τη λειτουργία τους, καθιερώνοντας επιστημονικά, ψυχαγωγικά και κοινωνικά προγράμματα με αποτέλεσμα να λειτουργούν «ως ιδρύματα» για την έρευνα, την εκπαίδευση και την αναψυχή (Bazin, 1967 στο ό. π.).

Παράλληλα η μείωση των κρατικών επιχορηγήσεων, που ως τώρα εξασφάλιζε τα έξοδα της λειτουργίας των μουσείων οδήγησε παγκοσμίως «τα μουσεία» να υιοθετήσουν πρακτικές, που να τα καταστήσουν «βιώσιμα και ανταγωνιστικά», με σκοπό την εξασφάλιση χρηματοδότησης και την επίτευξη των στόχων της λειτουργίας τους (Herreman, 2003 στο ό. π.).

Λειτουργώντας κατ' αυτόν τον τρόπο «τα μουσεία» στις μέρες μας, παράγουν πόρους «για τα ίδια», αλλά και έσοδα στην «τοπική» κοινωνία προσελκύοντας «τουρίστες» (NMDC, 2010 στο ό. π.). Ακόμη και η συμβολή των μικρών μουσείων είναι σημαντική «στις τοπικές οικονομίες» καθώς η προσέλκυση τουριστών και η παραμονή τους «σε μία περιοχή» σημειώνει αύξηση των πόρων του τόπου (Jolliffe και Smith, 2001 στο Κωστοπούλου κ.ά., 2012: 4). Σχετική μελέτη ερευνητών για το θέμα αυτό είναι ελλιπής (Choi et al., 2010 στο Κωστοπούλου κ.ά., 2012: 4), καθώς η λειτουργία των μουσείων και τα έσοδά τους δεν αποσκοπούν αποκλειστικά στα οικονομικά οφέλη (Del Barrio et al., 2009 στο Κωστοπούλου κ.ά., 2012: 4). Η βάση

των κερδών που έχουν τα μουσεία είναι το πωλητήριο τμήμα, τα εισιτήρια, καθώς και τα εστιατόρια (Κωστοπούλου κ.ά., 2012: 4).

Το κατά πόσο η «τοπική οικονομία» θα ενισχυθεί εξαρτάται από το τι θα δαπανήσουν «οι επισκέπτες για» τα καταλύματα, τη «σίτιση», τη «ψυχαγωγία τους καθώς και για αγορές στα τοπικά εμπορικά καταστήματα» (Δερμιτζάκη et al., 2009 στο Κωστοπούλου κ.ά., 2012: 4). Τα κέρδη από τις δραστηριότητες αυτές θα οδηγήσουν τους μόνιμους κατοίκους να δημιουργήσουν νέες «επιχειρήσεις» όπως είναι «ξενοδοχεία, εστιατόρια» και άλλα, άρα και νέες θέσεις «εργασίας» (Κωστοπούλου κ.ά., 2012: 4).

Σύμφωνα με τους Ambrose και Paine (2006 στο ό. π.) «τα μουσεία» με προγραμματισμένες δραστηριότητες «μπορούν» να προσελκύσουν εκτός από τουρίστες και επιχειρήσεις «ή» οργανισμούς, επισκέπτες και να συμβάλουν ώστε να επιτευχθεί η ανάπτυξη και η οικονομική ανασυγκρότηση μίας υποβαθμισμένης αστικής ή αγροτικής περιοχής (ό. π.). Στο Ηνωμένο Βασίλειο «τα μουσεία» συνετέλεσαν στο να αναβαθμιστούν βιομηχανικές περιοχές (Traves, 2006 στο Κωστοπούλου κ.ά., 2012: 4). «Στο Μπιλμπάο της Ισπανίας» το νέο Μουσείο Guggenheim (GMB) το 2008, συνετέλεσε ώστε «μία πόλη» άγνωστη «για τα τουριστικά της αξιοθέατα» να προσελκύσει τουρίστες που δαπάνησαν ή έφεραν οικονομικό όφελος στην πόλη «231.788.989 ευρώ» (Plaza, 2010 στο Κωστοπούλου κ.ά., 2012: 5). Σήμερα, οι κρατικοί φορείς και οι ερευνητές διενεργούν διεθνώς έρευνες εκτιμώντας τα αγαθά και τις ελλείψεις που υπάρχουν στο παρόν και τις απαιτήσεις και τις προοπτικές για το μέλλον (Κωστοπούλου κ.ά., 2012: 5).

Στη χώρα μας δεν διεξάγονται παρόμοιες έρευνες από το κράτος ή αρμόδιους οργανισμούς, γεγονός που έχει ως συνέπεια τα στατιστικά δεδομένα να είναι ελλιπή (Φιδάνη, 2012 στο ό. π.). Είναι λίγα τα στοιχεία για την επισκεψιμότητα των αρχαιολογικών και βυζαντινών μουσείων που καταγράφονται, ενώ πολλά «λαογραφικά» κυρίως «μουσεία και συλλογές δεν» ελέγχονται «από το Υπουργείο Πολιτισμού αλλά από άλλους φορείς όπως» είναι ο Οργανισμός Τοπικής Αυτοδιοίκησης («ΟΤΑ»), οι «Περιφέρειες και» οι «ιδιώτες» με συνέπεια να δυσκολεύεται η πραγματοποίηση έρευνας (Παυλογεωργάτος et al., 2006 στο Κωστοπούλου κ.ά., 2012: 5). Η κοινωνική «και» πολιτιστική «συμβολή των μουσείων» στις τοπικές κοινωνίες έγκειται στο γεγονός ότι τους δίνεται η ευκαιρία να συμμετέχουν σε πολιτιστικές δραστηριότητες

εθελοντικά και να προστατέψουν και να αναδείξουν την πολιτιστική τους φυσική κληρονομιά (Ambrose και Paine, 2006 στο Κωστοπούλου κ.ά., 2012: 5).

Ο κύριος «σκοπός» των μουσείων και «ο εκπαιδευτικός ρόλος» τους επιδιώκεται δημιουργώντας «προγράμματα» που να ωθούν τους επισκέπτες στη γνώση της τοπικής ιστορίας αλλά και της παγκόσμιας τέχνης (Κωστοπούλου κ.ά., 2012: 5). Συγχρόνως δημιουργούν στις τοπικές κοινωνίες ενεργούς πολίτες με αίσθημα περηφάνιας για τον πολιτισμό τους (Mercer, 2004 στο Κωστοπούλου κ.ά., 2012: 5).

4.2 ΤΑ ΔΙΚΤΥΑ ΜΟΥΣΕΙΩΝ

Το μουσειακό δίκτυο έκανε την εμφάνισή του τις τελευταίες δεκαετίες του 20^{ου} αιώνα και έκτοτε αναπτύσσεται συνεχώς καταλαμβάνοντας εξέχουσα θέση στα αναπτυξιακά προγράμματα που θεσπίζουν πολλά αστικά κέντρα (Κόνσολα, 2011: 2). Το δίκτυο αυτό έχει συγκεντρωτικό και ρυθμιστικό χαρακτήρα, καθότι συγκροτείται από πολλές πολιτιστικές βιομηχανίες, «με την ευρεία έννοια του όρου», με στόχο να δημιουργηθεί ένα περιβάλλον που θα αποφέρει «την πολιτιστική» παραγωγικότητα και ανάπτυξη των περιοχών, όπου εφαρμόζεται» (Montgomery 2003 – Mommas 2004 στο ό. π.). Δημιουργούνται και αναπτύσσονται πολιτιστικές συγκεντρώσεις «ως μία εναλλακτική πηγή για την αστική πολιτιστική ανάπτυξη» (Mommmaas, 2004: 507). Πολιτιστικές λειτουργίες και δραστηριότητες παράγουν και παρουσιάζουν «τις εικαστικές» τέχνες με ποπ μουσική και τα νέα μέσα και ομαδοποιούνται σε ένα πολυμορφικό χώρο (ό. π.). «Τα σχέδια» παρουσιάζονται σε αυτόνομα «κτήρια» «ή συγκροτήματα ή και δίκτυα τοποθεσιών» (ό. π.), ενώ τα έργα στεγάζονται «σε πρώην βιομηχανικά συγκροτήματα» (ό. π.).

Τα μουσειακά δίκτυα φιλοδοξούν να διαμορφώσουν ένα πολεοδομικό σύνολο με επίκεντρο έναν αριθμό από γειτνιάζοντα μουσεία (Κόνσολα, 2011: 3). Υπάρχει επίσης το ενδεχόμενο να απαρτίζουν το «δίκτυο» και μουσεία που χωροταξικά είναι κατανεμημένα «σε μία ευρύτερη περιοχή», τα οποία όμως έχουν μεταξύ τους λειτουργική διασύνδεση (ό. π.).

Σε γενικές γραμμές, σύμφωνα και με τον Mommas (2004, στο Κόνσολα, 2011: 2), παρατηρείται πως η πολιτιστική πολιτική ασκείται μέσω μιας «στρατηγικής» χωρικής οριοθέτησης, η οποία συνδέει όλες τις πολιτιστικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες ψυχαγωγίας, με απώτερο σκοπό την χωροταξική, κοινωνική, πολιτική και οικονομική ανάπτυξη που βασίζεται στην προσέλκυση επισκεπτών και την καλύτερη προσφορά υπηρεσιών προς αυτούς (ό. π.). Τον όρο «πολιτιστική συγκέντρωση» χρησιμοποιεί κανείς όταν θέλει να αναφερθεί σε «πολιτιστικές περιοχές» όπως λ.χ. η περιοχή «Ψυρρή» στην Αθήνα (Καραχάλης, 2007 στο ό. π.: 3). Ως χαρακτηριζόμενη πολιτιστική περιοχή επιλέγεται από τις αρμόδιες υπηρεσίες πολιτισμού της δημοτικής αρχής, κατά το πλείστον μία υποβαθμισμένη συνοικία «της πόλης» την οποία μετατρέπουν σε δημοφιλή κι ελκυστικό προορισμό για αναψυχή και πολιτιστικές δραστηριότητες. Τέλος, στις πολιτιστικές συγκεντρώσεις, μαζί με τα δίκτυα μουσείων, κατατάσσονται και τα λεγόμενα ιδρύματα «υψηλής τέχνης» (Γοσποδίνη, 2006 στο ό. π.).

Τα πιο γνωστά δίκτυα μουσείων συναντά κανείς σε ευρωπαϊκές πόλεις, όπως «Άμστερνταμ (Museumplein), Ρότερνταμ (Museumpark), Ουτρέχτη (Museumkwartier), Βερολίνο (Museuminsel), Μόναχο (Kustareal), Φρανκφούρτη (Museumsufer), Βιέννη (Museums Quartier)» (Κόνσολα, 2011: 3). Στο δίκτυο μουσείων που χρησιμοποιεί μάλιστα την ονομασία «Το Μίλι των Μουσείων» (Museum Mile) συγκαταλέγονται και τα μουσειακά συγκροτήματα στη Νέα Υόρκη, τη Βόννη και το Λονδίνο (ό. π.). Συχνά δεν είναι εφικτή η δικτύωση των μουσείων βάσει της χωροταξικής τους θέσης, μπορούν όμως να εντάσσονται σε αυτό λόγω της «θεματικής τους διαδρομής» (ό. π.).

Παγκοσμίως υπάρχουν δίκτυα μουσείων που λειτουργούν σε μία πόλη, μία περιφέρεια ή σε διεθνή εμβέλεια με τη χρήση ενός στρατηγικού σχεδίου και ιστοσελίδας για τη διοργάνωση διεθνών συνεδρίων, όπως για παράδειγμα το «ICOM», «μια διεθνής μη κυβερνητική οργάνωση» μουσείων, την οποία συγκροτούν «εκατό – τριάντα- επτά» (137) «εθνικές και διεθνείς επιτροπές» και χρησιμοποιεί μία ιστοσελίδα η οποία εκπροσωπεί μεγάλα και «μικρά μουσεία» διεθνώς (Scrofanì και Ruggiero 2013: S76). «Το Δίκτυο Μουσείων Υπολογιστών» είναι ένας «διεθνής μη κερδοσκοπικός οργανισμός» που έκανε την εμφάνισή του στην «Πολιτεία της Νέας Υόρκης το 1967» (ό. π.). Η δημιουργία του έγκειται στο να υποστηρίζει εκτός των μουσείων και της πολιτιστικής κληρονομιάς θέματα που αφορούν την καλύτερη χρήση των νέων τεχνολογιών (ό. π.).

Διεθνή δίκτυα είναι ακόμη εκείνα που η λειτουργία τους συμβάλλει στη διάδοση «της τέχνης και του πολιτισμού» στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης (ό. π.: S77). «Το Global Guggenheim» είναι ορόσημο στο συγκεκριμένο πληροφοριακό σύστημα των μουσείων «Guggenheim της Νέας Υόρκης, τη Βενετία, το Μπιλμπάο, το Βερολίνο και το Λας Βέγκας» στον Κατάλογο του οποίου συντόμως θα προστεθεί και το Άμπου Ντάμπι (ό. π.).

Η δικτύωση των μουσείων πραγματοποιείται στη βάση :

1. «της μεταξύ τους ανταλλαγής ιδεών, πληροφοριών και τεχνογνωσίας»
2. της συνεργασίας «στη διοργάνωση ειδικών εκδηλώσεων και άλλων δραστηριοτήτων»
3. της αποτελεσματικότερης και «σε μεγαλύτερη κλίμακα προβολής τους»
4. «της προσέλκυσης» περισσότερων «επισκεπτών»
5. της δημιουργίας «κλίμακας» «οικονομιών» (Κόνσολα, 2011: 4).

Συγκεκριμένα, διαχωρίζονται τα μουσεία και τα δίκτυα σε α) «Συνοικίες Μουσείων» και β) «Διαδρομές Μουσείων» (ό. π.: 3). Οι «Συνοικίες Μουσείων» δημιουργούνται από πολεοδομικά σύνολα που απαρτίζονται κυρίως από «γειτονικά κτήρια μουσείων», καθένα εκ των οποίων διατηρεί την αυτονομία του, έχουν όμως όλα μαζί κοινά διαμορφωμένο ελεύθερο δημόσιο χώρο, όπως μια πλατεία ή ένα πάρκο (ό. π.). Πολλές φορές μεταξύ των μουσείων αυτών ανεγείρονται κτίσματα με βλέψεις να χρησιμοποιηθούν ως μουσεία ή εκθεσιακοί χώροι (ό. π.). Τα πολεοδομικά αυτά σύνολα, όπως κι αν τα χαρακτηρίσει κανείς, «Συνοικίες», «Πάρκα», «Πλατείες», «Νησί ή Όχθη Μουσείων» «είναι» ολοφάνερο πως αποτελούν «μια ξεχωριστή περιοχή της πόλης» (ό. π.). Ενδεικτικά, αναφέρονται πάλι οι «Συνοικίες Μουσείων στη Βιέννη, το Άμστερνταμ, το Μόναχο, το Βερολίνο» (ό. π.). Οι Συνοικίες των Μουσείων χαρακτηρίζονται από το είδος των μουσείων που ενσωματώνουν, αλλά και από τον τρόπο που λειτουργούν (ό. π.). Δημιουργήθηκαν από κρατικούς κυρίως φορείς και λειτουργούν υπό την αιγίδα μίας δημοτικής αρχής (ό. π.). Η συνεργασία τους με άλλους πολιτιστικούς οργανισμούς «στις Συνοικίες των Μουσείων» είναι απαραίτητη, όταν μάλιστα έχουν κοινά ενδιαφέροντα, όπως την προβολή τους και τις διασυνδέσεις τους (ό. π.: 4).

Μερικοί από τους τρόπους δικτύωσης τους είναι: το κοινό εισιτήριο, η έκδοση κοινού διαφημιστικού φυλλαδίου ή και τουριστικού οδηγού, «η δημιουργία κοινού ιστότοπου», οργανώσεις «φεστιβάλ εκθέσεων και σχετικών εκδηλώσεων» με πιο

γνωστό το περίφημο ετήσιο φεστιβάλ Μουσείων στην Φρανκφούρτη που το επισκέπτονται «δύομιση (2.5) εκατομμύρια επισκέπτες το χρόνο» (ό. π.).

Οι σκοποί για τους οποίους επιδιώχθηκε να δημιουργηθούν οι Συνοικίες των Μουσείων, είναι η ανάπλαση και η «αισθητική αναβάθμιση» ενός υποβαθμισμένου «κέντρου πόλης και η δημιουργία» μιας πολιτιστικής ταυτότητας που να ενισχύει το αίσθημα της «περηφάνιας των κατοίκων της πόλης» (Van Aalst and Boogaarts, 2002, Mommaas, 2004, Tien, 2010 στο ό. π.). Έτσι, μια συνοικία με αναβαθμισμένα «παλιά οικοδομήματα» αλλά και με «σύγχρονα κτήρια» προικίζεται με «δραστηριότητες», οι οποίες προβάλλουν αποτελεσματικά μία σύγχρονη και κοσμοπολίτικη εικόνα μιας πόλης (Κόνσολα, 2011: 4).

Η αμοιβαία αλληλεπίδραση «μεταξύ μουσείου και πόλης» επηρεάζει όχι μόνο την οικονομία «και την εικόνα» τους, αλλά και την κοινωνική συνοχή, στοιχείο που αποτρέπει την «ισοπέδωση» και τον ευτελισμό που επέβαλαν «στις πόλεις παγκόσμιες δυναμικές» (Scrofanì και Ruggiero, 2013: S78). Η συνεργασία πόλεων και οργανισμών δίνει την ευκαιρία να επενδύσουν στα μουσεία και επωφελούμενοι της συνεργασίας και του «ανταγωνισμού» των «περιφερειακών και» διεθνών «δικτύων» να ωφεληθούν αμφότεροι (ό. π.). Η «προσέλκυση αστικού, πολιτιστικού τουρισμού» ενισχύει την τοπική οικονομία (Κόνσολα, 2011: 4).

Η συνεργασία των μουσείων, στο επίπεδο της δικτύωσής τους, αποσκοπεί βέβαια και στην ενίσχυση «της επισκεψιμότητας», αλλά και στη διοργάνωση «φεστιβάλ» καθώς και άλλων δραστηριοτήτων (ό. π.: 5). Ένα από τα πιο πετυχημένα φεστιβάλ, το «Museum Mile Festival της Νέας Υόρκης», έχει καθιερώσει την «ελεύθερη» είσοδο στα μουσεία τις ημέρες της διεξαγωγής του, καθώς και την απαγόρευση της κυκλοφορίας «των αυτοκινήτων» σε τμήμα της 5^{ης} Λεωφόρου (ό. π.). Πολύ σημαντικό στη δικτύωση «των μουσείων» είναι και η καθιέρωση «κάρτας μουσείων» για μειωμένο εισιτήριο σε «τουρίστες» που ομαδικά επισκέπτονται τους χώρους (ό. π.).

Συνοψίζοντας, «τα πλεονεκτήματα της δικτύωσης των μουσείων» είναι τα εξής:

1. Η «διευκόλυνση της περιήγησης του επισκέπτη» (ό. π.).
2. Η «προβολή και των λιγότερο γνωστών μουσείων» τα οποία περιλαμβάνονται «στην ίδια διαδρομή με τα μεγάλα» (ό. π.).

3. Η «ωφέλεια» των μικρών μουσείων από τα μεγαλύτερα στον «τομέα της τεχνογνωσίας», «της διαχείρισης και της επικοινωνίας» (ό. π.).

4. Η φροντίδα «για τη συντήρηση των κτηρίων των μουσείων» «και τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών» (ό. π.).

Εκτός των άλλων, με σκοπό να διευκολυνθεί ο επισκέπτης ώστε να επισκεφτεί και να γνωρίσει τα μουσεία «το ένα» μετά το «άλλο», οι δημοτικές κυρίως αρχές έχουν καθιερώσει τη «Διαδρομή μουσείων» (ό. π.: 4 - 5).

Ως προς τούτο, υπάρχουν δύο δυνατότητες:

α) Τα μουσεία μπορεί να βρίσκονται σε μία σειρά «ενός οδικού άξονα», τον «Άξονα Μουσείων», χωρίς απαραίτητα να είναι κοντά το ένα με το άλλο (ό. π.). Ο πιο γνωστός, ο «άξονας των δέκα μουσείων» βρίσκεται στην «5^η Λεωφόρο της Νέας Υόρκης», ονομαστός ως «Μίλι των Μουσείων (*Museum Mile*)» (ό. π.: 5). Μεταξύ των μουσείων στον άξονα αυτό βρίσκεται και το γνωστό «Μητροπολιτικό Μουσείο» της Νέας Υόρκης (ό. π.). Το δίκτυο αυτό δημιούργησαν οι τοπικές αρχές προκειμένου, εκτός από αύξηση των επισκεπτών, να προσελκύσουν χορηγίες οργανισμών ή ιδιωτών (ό. π.).

β) Τα μουσεία είναι συχνά «διάσπαρτα σε μια ευρύτερη περιοχή», οπότε «οι προτεινόμενες διαδρομές» έχουν ενοποιητικό χαρακτήρα που τα διαπλέκει «σε ένα δίκτυο» (ό. π.).

4.3 ΣΥΜΒΟΛΗ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι διοικούντες τα μουσεία και οι υπεύθυνοι για τα μνημεία, έχουν επικεντρώσει το ενδιαφέρον τους στην προβολή, στη διατήρηση και την «αυθεντικότητα» των μνημείων έτσι που οι χώροι να γίνουν λειτουργικοί και ελκυστικοί στους επισκέπτες, και όλα αυτά σε συνεργασία με τους τοπικούς φορείς «και τους τουριστικούς πράκτορες» (Μαυραγάνη, 2011: 143). Στην πλειονότητά τους οι πολιτιστικοί τουρίστες είναι ξένοι οι οποίοι συμβάλλουν ουσιαστικά στην αύξηση «της επισκεψιμότητας» των μουσείων, με συνέπεια οι διευθυντές τους να πρέπει να

εξετάσουν και να ικανοποιήσουν τυχόν απαιτήσεις τους (Tobelem, 1998 στο ό. π.). Πράγματι, στοιχεία των υπεύθυνων του Υπουργείου «Πολιτισμού και Τουρισμού» συμπεραίνουν πως στη χώρα μας «το 50%» και πλέον «των επισκεπτών κατά τους θερινούς μήνες» είναι ξένοι επισκέπτες (Μαυραγάνη, 2011: 143). Επιπλέον, ένας σημαντικός «παράγοντας» που συμβάλλει «στην ανάπτυξη, του πολιτιστικού τουρισμού είναι η συνεισφορά των τουριστικών οδηγών και ξεναγών», οι οποίοι προωθούν επιλεγμένους πολιτιστικούς προορισμούς (Laws και Wen Pan, 2004 στο Μαυραγάνη, 2011: 143).

Πολλά μουσεία, προσπαθώντας «να αυξήσουν την επισκεψιμότητά τους», έχουν καθιερώσει νέες πολιτικές «στρατηγικές» όπως την καθιέρωση καλύτερης σχέσης με τα επικοινωνιακά μέσα και τα επιπρόσθετα αναπτυξιακά προγράμματα, με στόχο πάντα την προσέλκυση και φιλοξενία ομάδων «τουριστών» (Μαυραγάνη, 2011: 143). Όποιοι φορείς επιτύχουν στον αναπτυξιακό αυτό τομέα, «με επαγγελματικό τρόπο, θα πετύχουν να αυξήσουν τα έσοδα τους και θα συμβάλουν στην τοπική ανάπτυξη» (Tobelem, 1998 στο ό. π.).

Τα μουσεία ανήκουν στην εθνική πολιτιστική κληρονομιά κι η επιτυχημένη «συνεργασία» τους με τα γραφεία γενικού τουρισμού που έχουν τον έλεγχο όλου του πακέτου οργανωμένου τουρισμού (των ξενοδοχείων, των τόπων εστίασης, των αξιοθέατων), μπορεί να τελεσφορήσει έτσι ώστε κάθε μικρή πόλη και τόπος με πολιτιστικό ενδιαφέρον να καταστεί τόπος προορισμού των τουριστών (Μαυραγάνη, 2011: 141).

Με δεδομένο το γεγονός ότι «τα μουσεία και οι αρχαιολογικοί χώροι» κυριαρχούν ή αποτελούν το έρεισμα για τους ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς (Galani – Moutafi, 2003 στο ό. π.: 144). «Η πολιτιστική κληρονομιά» και η κουλτούρα που διέπει τους ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς και τις οποίες βιώνει ο επισκέπτης τουρίστας «θα πρέπει» να *προβάλλονται* και να *ενισχύονται* με ποιοτικές υπηρεσίες προς ικανοποίηση των επισκεπτών τους (Μαυραγάνη, 2011: 144). Αυτό διότι η αειφόρος, σταθερή αξία των μουσείων και των αρχαιολογικών χώρων δεν υποκαθίσταται από εκείνο «το ελληνικό τουριστικό προϊόν», το οποίο στηρίζεται μόνο στη «θάλασσα», την «παραλία και» τον ήλιο, αξίες που μπορεί εύκολα να αναζητήσει κανείς και σε «άλλες λιγότερο ακριβές μεσογειακές χώρες» (Lympferopoulos and Mavragani, 2007 στο ό. π.).

Όπως υποστηρίζουν οι Wilson και Boyle (2006, στο Μαυραγάνη, 2011: 144) η ανάπτυξη και η διαφύλαξη της «πολιτιστικής κληρονομιάς» δεν εξαρτάται μόνον από το μέγεθος της επισκεψιμότητας των τουριστών, «αδιαφορώντας για το περιβάλλον» στο οποίο βρίσκονται τα μνημεία που υπόκεινται υπό την αιγίδα της «UNESCO», αφού σύμφωνα με αυτήν, οι τοπικές κοινωνίες φέρουν ευθύνη για τη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς τους, και αντιστρόφως, η διαφύλαξη των μνημείων είναι δικαίωμα που πρέπει να διεκδικήσουν οι τοπικές κοινωνίες (Μαυραγάνη, 2011: 146).

Μολονότι ο Ευρωπαίος πολιτιστικός τουρίστας αιώνες πριν έκανε τουρισμό, παρατηρούμε πως τα τελευταία χρόνια δραστηριοποιείται ειδικά στον τουρισμό της πολιτιστικής κληρονομιάς (Richards, 1996: 265 στο Μαυραγάνη, 2011: 141). «Η πολιτιστική κληρονομιά και ο πολιτιστικός τουρισμός» εγγράφονται στο πεδίο «της τουριστικής βιομηχανίας», η οποία δείχνει πλέον ισόποσο ενδιαφέρον «στην πολιτιστική κληρονομιά» και στα «αξιοθέατα» (Μαυραγάνη, 2011: 141).

Κατά τον «Hoelscher» (2006 στο ό. π.), τη σημερινή εποχή η «πολιτιστική κληρονομιά» καθορίζεται από την κατανόηση και αξιοποίηση «του παρελθόντος» χρόνου, οπότε, όχι μόνο μας παρέχει οικονομικό όφελος, αλλά συγχρόνως «αποτελεί» τη βάση «της προσωπικής και συλλογικής ταυτότητας» (Μαυραγάνη, 2011: 141). Κατά τον ίδιο (2006 στο ό. π.) είναι δεδομένη στην ιστορία η συνύπαρξη «της πολιτιστικής κληρονομιάς και του τουρισμού». Σύμφωνα δε με τους «Herbert et al.» (1989 στο Μαυραγάνη, 2011: 142), αναπτύσσοντας και προωθώντας τους προορισμούς της πολιτιστικής κληρονομιάς, η εκάστοτε χώρα συμβάλει ώστε να αυξηθεί ο ψυχαγωγικός τουρισμός εξίσου με τον εκπαιδευτικό και τον πολιτιστικό. Εξάλλου, η έννοια του πολιτιστικού τουρισμού εμπεριέχει κάθε είδος δραστηριότητας πολιτισμού όπως τον ιστορικό τουρισμό, τον τουρισμό «της τέχνης», τον μουσειακό τουρισμό και κάθε άλλη μορφή τουρισμού» (ό. π.).

Η επιτυχία της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης θα προϋποθέτει μια αгаστή συνεργασία έξι διαφορετικών φορέων του πολιτισμού και του τουρισμού (Μαυραγάνη, 2011: 146).

- Έτσι οι:
1. Οι τοπικές αρχές
 2. Τα τουριστικά γραφεία
 3. Οι εκπαιδευτικοί οργανισμοί
 4. Οι εκπρόσωποι της κοινότητας
 5. Οι οργανισμοί ιδιωτικού τομέα
 6. Οι μεταφορικές επιχειρήσεις (ό. π.).

Μελετητές για τη βιωσιμότητα της τουριστικής ανάπτυξης, συμφωνούν ως προς τη σπουδαιότητα που έχουν τα αξιοθέατα και τα μνημεία για να διαλέξουν τον προορισμό τους οι τουρίστες (Μαυραγάνη, 2011: 146).

Η πολιτιστική κληρονομιά έχει προβληθεί και αναπτυχθεί τις τελευταίες δεκαετίες χάρη στην ανάπτυξη των αξιοθέατων και της τοπικής κουλτούρας στην περιφέρεια (ό. π.: 149). Από την άλλη, ο πολιτιστικός τουρισμός εξακολουθεί να ανθεί «στα παραδοσιακά αστικά κέντρα τουρισμού» (ό. π.). Οι επισκέψεις «σε πολιτιστικά αξιοθέατα» εμφανίζονται κατά το πλείστον «σε πρωτεύουσες» και «πόλεις» οι οποίες αναπτύχθηκαν «τον 14^ο και τον 16^ο αιώνα» και σήμερα έχουν αναδειχτεί σε πόλο έλξης «πολιτιστικού τουρισμού στην Ευρώπη» (ό. π.). Τον ανταγωνισμό ανάμεσα στον τουρισμό και τον πολιτισμό υπογραμμίζουν οι McKercher και Du Gros (2002 στο ό. π.) υποστηρίζοντας τους διαφορετικούς στόχους τους, για την υλοποίηση των οποίων ακολουθούν διαφορετικές τεχνικές (ό. π.). Πράγματι, τουρισμός και πολιτισμός απευθύνονται σε διαφορετικά κοινωνικά στρώματα (ό. π.). Για το λόγο αυτό η συνεργασία τους εγείρει δυσκολίες, οι οποίες έχουν αντίκτυπο και στο να παρέχουν τις βέλτιστες δυνατές υπηρεσίες στους επισκέπτες και στο να διαχειρίζονται από κοινού όλους τους διαθέσιμους πόρους προς όφελος του κοινωνικού, περιβαλλοντικού και βιώσιμου πολιτιστικού τουρισμού (ό. π.). Όπως η σχέση πολιτισμού – τουρισμού, έτσι και η συνεργασία των μουσείων και του πολιτιστικού τουρισμού θα πρέπει να βελτιωθεί με απώτερο σκοπό να εντοπίσουν σε ποια σημεία αποκλίνουν οι στόχοι τους και να μοιρασθούν τις ευθύνες τους για μία κερδοφόρα συνεργασία (ό. π.). Το σημείο που κυρίως διαφέρουν μουσεία και τουρισμός, «είναι ο μη κερδοσκοπικός χαρακτήρας των μουσείων» σε αντίθεση με τον τουρισμό που έχει κερδοσκοπική σκοπιμότητα (ό. π.).

Είναι παρόλα αυτά και μερικά ζητήματα που αντιμετωπίζονται από κοινού, όπως η «προώθηση της εκπαίδευσης» που συμβάλλει στην «κατανόηση» των πολιτισμών όλου του κόσμου (ό. π.). Εξάλλου, στόχος των μουσείων είναι η προβολή του δημόσιου χαρακτήρα τους και η προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών (ό. π.). Εδώ συγκλίνουν οι προσπάθειες τους, αφού οι επισκέπτες στα μουσεία είναι συνήθως πολιτιστικοί τουρίστες (ό. π.).

Τουρισμός και μουσεία είναι δύο πολιτιστικά στοιχεία των οποίων η αξιοποίηση αποφέρει πόρους (ό. π.: 150). Με δεδομένο ότι τα μουσεία ανήκουν στην πολιτιστική κληρονομιά, είναι χρέος του πολιτιστικού τουρισμού να στραφεί σε αυτά

αποβλέποντας σε μία αειφόρο ανάπτυξη, μέσα από τη συνεργασία των δύο τομέων για την αξιοποίηση των πόρων τους (ό. π.).

Επομένως, τουριστικοί προορισμοί πολιτιστικής κληρονομιάς και τουριστικοί προορισμοί «αναψυχής», προκειμένου να επιτύχουν μία αειφόρο ανάπτυξη, οφείλουν να «ανταγωνίζονται αναμεταξύ τους» εποικοδομητικά, χρησιμοποιώντας, μεταξύ άλλων, κάθε τεχνικό μέσο, όπως το «*μάρκετινγκ*», ώστε να δελεάσουν περισσότερους τουρίστες να επισκεφθούν «μουσεία και αξιοθέατα της πολιτιστικής κληρονομιάς» (ό. π.). Ακόμη, το ΥΠΠΟ και Τουρισμού, στην προσπάθεια του να εφαρμόσει μία ενιαία στρατηγική στον «πολιτιστικό και τουριστικό» κλάδο, για να πετύχει την προσδοκώμενη «ανάπτυξή τους στην εποχή της παγκοσμιοποίησης του τουρισμού» (Mavragani, 2008b στο ό. π.), έχει αναλάβει υπεύθυνο ρόλο διαμεσολάβησης και αρωγής, αποβλέποντας στη συνεργασία πολιτισμού και τουρισμού δεδομένου ότι στη χώρα μας τα πιο πολλά μουσεία είναι δημόσια (Μαυραγάνη, 2011: 150).

4.4 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα έχουν σκοπό την προετοιμασία και την παραγωγή μίας μεγάλης κλίμακας προγραμμάτων που αφορούν πολιτιστικά και πολιτισμικά ζητήματα, καθώς και «δραστηριότητες ανάπτυξης, τεχνολογίας, βιομηχανίας και άλλων επιστημών ή παραδοσιακών ενασχολήσεων» (Daniels, 2010 :17). Σε αυτά συμμετέχουν καλλιτεχνικοί οργανισμοί, οργανώσεις τέχνης και σχολεία (ό. π.). Η επιστήμη μουσεία ως εκπαιδευτικό ίδρυμα δεν περιορίζει τις δραστηριότητες μόνον σε αρχαιολογικά εκθέματα (Taylor, 1971: 126). Η μουσειακή εκπαίδευση εξελίσσεται και παράγει πολιτιστικό έργο στην κοινωνία (Hooper – Greenhill, 1991 στο Tran και King, 2007: 136).

Επιστημονικά ιδρύματα αποκαλεί ο Hansen (1984: 176) τα μουσεία. Η καταγραφή των εκπαιδευτικών τους προγραμμάτων κατοχυρώνει και την πολιτιστική τους ταυτότητα. Στο βωμό της επικοινωνίας σπουδαστών και μουσειολόγων ανακοινώνονται μελέτες για το παρελθόν και το μέλλον των αντικειμένων (ό. π.). Αξιοπρόσεκτο είναι αυτό που υποστηρίζουν οι Tran και King (2007: 131), ότι δηλαδή

τα μουσεία για να παράγουν ένα ποιοτικό εκπαιδευτικό έργο θα πρέπει οι μουσειοπαιδαγωγοί να κινούνται μέσα σ' ένα «πλαίσιο» (ό. π.). Οι ίδιοι υποστηρίζουν την ικανότητα που θα πρέπει να έχουν οι μουσειοπαιδαγωγοί στη διάδοση των επιστημών προκειμένου να προσελκύουν επισκέπτες (ό. π.: 132). Αυτό υποστηρίζουν και οι Bailey (2006), Roberts (1997), Bitgood, Serrel και Thompson (1994) (στο Tran και King, 2007: 131).

Χρησιμοποιούμε τα εκπαιδευτικά προγράμματα για την προώθηση της μάθησης και η μελέτη που βασίζεται «στο έργο» του Vygotsky² (Tran και King, 2007: 131), δείχνει «ότι η μάθηση είναι μία κοινωνική διαδικασία σύμφωνα με την οποία η γνώση αποκτάται από την επικοινωνία με τους άλλους» (ό. π.). Ο Fleming (2005 :6 στο Daniels, 2010 :20) «το 2004/2005 παρουσίασε μία σειρά από εννοιολογικές και παιδαγωγικές προκλήσεις και προτάσεις σχετικά με τις ιδιαιτερότητες του σχεδιασμού της μάθησης» (Boddington, 2011: 181).

Τα μεγάλα μουσεία στις πρωτεύουσες με τα εκπαιδευτικά τους προγράμματα παράγουν έργο θεραπευτικό «με το θέαμα» στους επισκέπτες (Hansen, 1984: 177). Σημαντικό είναι ότι, η αντίληψη για το μουσείο και το ρόλο του έχει αλλάξει καθώς έχει ανέβει και η «γενική εκπαίδευση» παγκοσμίως (ό. π. :178). Οι απορίες των επισκεπτών οδήγησαν τα μουσεία να προχωρήσουν στην «έρευνα και στις επικοινωνίες», εκτός από τη «συλλογή και τη διατήρηση» αντικειμένων (ό. π.).

Η γλώσσα των μουσείων είναι η βουβή γλώσσα των αντικειμένων, η οποία διαφοροποιείται αφού αλλάζουν το φυσικό τους περιβάλλον και τοποθετούνται «σε ένα μουσείο» (ό. π. :179). Ενημερωτικές δραστηριότητες των μουσείων καθορίζουν το μέλλον και διατηρούν το παρελθόν των αντικειμένων (ό. π.). Κατ' αυτό τον τρόπο γίνεται γνωστό στον επισκέπτη, φοιτητή τι συνέβη και τι πρόκειται να γίνει στο μέλλον της ανθρωπογεωγραφίας (ό. π.). Οι συλλογές μαρτυρούν την «αλληλεπίδραση μεταξύ ανθρώπου και φύσης» (ό. π. :179). Αφού πιστέψουμε κι αναγνωρίσουμε το έργο των μουσείων θα πρέπει να φροντίσουμε και για το μέλλον τους (ό. π.). Το μουσείο δεν είναι απλά «καθρέφτης του παρελθόντος, αλλά όμως και ένα παράθυρο για το μέλλον» (ό. π.: 177). Τα μουσεία είναι κοινωνική υπόθεση κι όχι ατομική ματαιοδοξία (ό. π. : 179).

²Το 1934 που έγινε θεμέλιο για περαιτέρω έρευνα και τη θεωρία της γνωστικής ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια, γνωστή ως «Θεωρία της Κοινωνικής Ανάπτυξης» (McLeod, 2014).

Σε συζητήσεις πως τα μουσεία μπορούν να διεγείρουν το ενδιαφέρον για μάθηση και να δώσουν κίνητρα για επαγγελματικό προσανατολισμό αναφέρθηκαν οι Csikzentmihalyi και Hermanson (1995 στο Hall και Bannon, 2006: 231), καθώς παρουσιάζουν ότι πολλές φορές έχουν γνωρίσει ανθρώπους επιτυχημένους, «ενήλικες, επαγγελματίες ή επιστήμονες οι οποίοι» υποστήριξαν πως τον προσανατολισμό τους «πυροδότησε» μια επίσκεψη σε μουσείο όταν ακόμη ήταν παιδιά (ό. π.). Τα μουσεία συγχρονίζουν τα «εκπαιδευτικά τους προγράμματα» προσθέτοντας τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών (Soloway, 1991, Guzdial και Soloway, 2002, στο Hall και Bannon, 2006: 232).

Τα μουσεία και η επαφή των παιδιών με τους χώρους, συντελεί στην εκ βάθρων «εκτίμηση και κατανόηση του υλικού πολιτισμού και της ιστορίας με ότι αυτό συμβολίζει» (Hooper - Greenhill, 1998 στο Hall και Bannon, 2006: 231). Μία τέτοια εμπειρία λειτουργεί δημιουργικά και αποτελεί «κίνητρο» στα παιδιά για μάθηση (Dewey, 1963 :27-28 στο Hall και Bannon, 2006: 231).

Σχετικά με τη συμπεριφορά των επισκεπτών στον εκθεσιακό χώρο και τις προσδοκίες τους, δημοσιεύθηκε μελέτη των Griggs και Hays – Jackson το 1983³, τα Εθνικά Μουσεία του Καναδά το 1979⁴, ή του Rieu το 1988⁵ (Dufresne - Tasse, και Lefebvre, 1994: 471). Σύμφωνα με τη μέθοδο Abrahamson, Gennaro και Heller το 1983⁶ ή Kearns το 1940⁷ (ό. π.) έχει αποσαφηνιστεί «ποια εκθέματα προσελκύουν τους επισκέπτες» και πόσος χρόνος δαπανάται κοιτάζοντας αυτά (ό. π.).

Το εκπαιδευτικό μουσείο επί του παρόντος, έχει διασφαλίσει και χρησιμοποιεί μεθόδους από την ακαδημαϊκή τάξη (ό. π.: 470), με πιο γνωστή τη «δημοφιλή θεωρία» της «συμπεριφοράς» (Alt και Griggs, 1984 στο ό. π.). Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία, που διατυπώθηκε από τον Screven (1974; 1975 στο ό. π.), ο εκπαιδευτικός ελέγχει τη συμπεριφορά του επισκέπτη λαμβάνοντας υπόψη «μόνο τα αποτελέσματα από αυτό που έχει προσπαθήσει να κάνει και του αξιολογεί μόνο τη μάθηση ή τις αλλαγές στη στάση που έχει προσπαθήσει να επιφέρει» (Dufresne - Tasse, και Lefebvre, 1994 :470).

³ 'Visitors' Perceptions of Cultural Institutions', *Museums Journal* 83: 145-151

⁴ *A Report on Visitors Surveys Conducted at the Canadian Railway Museum*, St-Constant, QU: The Canadian Railway Museum

⁵ *Les visiteurs et leurs musées. Le cas des musées de Mulhouse* Paris: La Documentation Française

⁶ 'Animal exhibits: a naturalistic study', *Museum Education Roundtable*, Roundtable Reports 8: 6-9

⁷ *Studies of Visitor Behaviour at the Peabody Museum of Natural History*, Yale University. *Museum News* 17: 5-8

Τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, σχολεία και επιστημονικά κέντρα αν συνεργασθούν θα αξιοποιήσουν και τους πόρους τους (Harte, 1989 στο Ramey – Gassert et al., 1994: 345) και οι Rutherford και Ahlgren (1990 στο Ramey – Gassert et al., 1994: 345) υποστηρίζουν πως από τη συνεργασία αυτή θα προκύψουν και νέες «ευκαιρίες μάθησης για τους μαθητές, τους εκπαιδευτικούς και τους εκπαιδευτικούς ερευνητές» (Ramey – Gassert et al., 1994: 345).

Πρόσθετα, όταν τα μουσεία στην επιστημονική εκπαίδευση επεκτείνονται και εκτός του παραδοσιακού μουσείου με τα αρχαιολογικά εκθέματα και «περιλαμβάνει πάρκα, κατασκηνώσεις, ζωολογικούς κήπους, επιστημονικά κέντρα, βοτανικούς κήπους» (ό. π. :346), όπως το «Πλανητάριο» στο Λονδίνο που αποτελεί πόλο έλξης και για τα παιδιά και για «τους ενήλικες», τότε έχουμε τον επαναπροσδιορισμό της επιστήμης. (Taylor, 1971: 125).

Επιπλέον, «το Συμβούλιο Μουσείων» συνεδριάζει και μελετά τον τρόπο με τον οποίο τα μουσεία θα παίξουν έναν πιο πετυχημένο ρόλο κι αποτελεσματικό, που να συνδυάζει την επίσκεψη στο μουσείο «με την απόλαυση της φυσικής ομορφιάς και της ευτυχίας των διακοπών» των επισκεπτών «ιδιαίτερα» της αριστοκρατικής κοινωνίας (ό. π. 128). Όλο και περισσότερο συνειδητοποιείται η αξία της συνεργασίας των σχολείων και των μουσείων επειδή διευρύνει την εκπαίδευση κι εξασφαλίζει την αγάπη των νέων προς τις τέχνες γενικά (ό. π.).

Εμπειρίες όπως η εκπαίδευση στα μουσεία, «ωφελεί στη μάθηση» και των δύο φύλων (Falk et al., 1986 στο Ramey – Gassert et al., 1994: 345). Για την ομαλή και εξελισσόμενη λειτουργία τους συνεδριάζει, μελετά κι ερευνά το «Συμβούλιο Μουσείων» (Taylor, 1971 :125). Ένα από τα επιτυχή προτεινόμενα εκπαιδευτικά προγράμματα είναι η κατηγοριοποίηση των μουσείων ανάλογα με τις συλλογές που φιλοξενούν αρχαιολογικές, επιστημονικές, αισθητικές και σύμφωνα με τη χρονική περίοδο στην οποία αναφέρονται (ό. π.).

Είναι γεγονός ότι, ο χώρος της εκπαίδευσης στα μουσεία εξελίσσεται και ολοκληρώνει την εκπαιδευτική αποστολή, επιδιώκοντας την «εξειδικευμένη» μάθηση της νεολαίας και δίνοντας την «ευκαιρία» στη δια βίου μάθηση στους ενήλικες (Chobot et al., 1990 :55). Στην λειτουργία της μουσειακής εκπαίδευσης έχει προταθεί «η τεχνολογία της απεικόνισης» (ό. π.: 61) γεγονός που δίνει την ευκαιρία στον επισκέπτη να έχει «πρόσβαση» στις συλλογές και να αναπτύξει τις γνώσεις του (ό. π.: 61).

Ανακεφαλαιώνοντας, η τεχνολογική ανάπτυξη, η οικονομία και η κοινωνική πολιτική επαναπροσδιορίζουν στις μέρες μας, τη ταυτότητα και το ρόλο των μουσείων. Παρόλα αυτά εξακολουθούν να είναι ιδρύματα μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Η λειτουργία τους αντανακλά τον κοινωνικό, πολιτιστικό και πολιτισμικό πολιτισμό και συγχρόνως διατηρούν την κληρονομιά του έθνους και του κόσμου. Ο ανταγωνισμός των μουσείων για την προσέλκυση επισκεπτών, έχει εξελιχθεί από την παραδοσιακή επίσκεψη της βιωματικής πολιτιστικής κληρονομιάς του αρχαίου πολιτιστικού τουρισμού, σε προϊόντα νέα ελκυστικά, σύγχρονα με το νέο τρόπο ζωής. Η πληροφορική είναι ένα μέσο στην υπηρεσία των μουσείων και από τη συντονισμένη συνεργασία με παράγοντες της τοπικής αυτοδιοίκησης επωφελούνται αμφότεροι. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα προσελκύουν τουρίστες, διαδίδεται το πνεύμα του πολιτισμού και αναζωογονείται η τοπική οικονομία. Τα δίκτυα μουσείων φιλοδοξούν να ασκήσουν πολιτική στρατηγική με στόχο την κοινωνική, πολιτιστική και οικονομική ανάπτυξη που βασίζεται στην προσέλκυση επισκεπτών. Οι συνοικίες και οι διαδρομές μουσείων δημιουργήθηκαν, για να προσδιορίσουν τη θεματική και χωροταξική θέση των μουσείων, με αποτέλεσμα τη δημιουργία του *άξονα μουσείων*.

ΒΕΡΟΙΑΣ

Σε ολόκληρο το Δήμο της Βέροιας υπάρχουν έξι αξιόλογα μουσεία που μαρτυρούν τον πολιτισμό που κυριάρχησε στην περιοχή με σπουδαιότερο το μουσείο Βασιλικών Τάφων των Αιγών, όπου αποτελεί πολιτιστική ταυτότητα (*brand name*) του Δήμου, εξαιτίας του τάφου του Φιλίππου Β΄ και έχει στρατηγική, ιστορική σημασία για την Ελλάδα. Το Αρχαιολογικό μουσείο κατέχει κεντρική θέση στην πόλη και έχει σημαντικά εκθέματα μεταξύ των οποίων την επιγραφή με το Γυμνασιαρχικό Νόμο της Βέροιας. Τη νεότερη ιστορία εκπροσωπούν εκθέματα που φιλοξενούνται στο Βλαχογιάννειο μουσείο Μακεδονικού Αγώνα. Το Βυζαντινό μουσείο ιδρύθηκε με την υποστήριξη του Υπουργείου Πολιτισμού και εμπλουτίζεται με δωρεές. Το Εθνικό μουσείο Εκπαίδευσης δημιουργήθηκε από δωρεά εκθεμάτων. Το Λαογραφικό μουσείο ή αρχοντικό Σαράφογλου είναι ένα κτήριο δωρεά στο Δήμο που δεν έχει λειτουργήσει μέχρι τώρα ως μουσείο και διατίθεται για περιοδικές εκθέσεις.

5.1 ΜΟΥΣΕΙΟ ΒΑΣΙΛΙΚΩΝ ΤΑΦΩΝ ΤΩΝ ΑΙΓΩΝ

Ένα μνημείο που συγκαταλέγεται από το «1996» στον «Κατάλογο» των ιστορικών μνημείων και χώρων της Ελλάδας είναι η «Βεργίνα» (UNESCO, 2015). Μία ολοκληρωμένη εικόνα του πολιτισμού στην Βεργίνα, στις «Αιγές» όπως ονομαζόταν στην αρχαιότητα, μας δίνουν οι ανακαλύψεις του Μανόλη Ανδρόνικου το 1997 (Slowikowski, 1990: 140). Στο μουσείο εκτίθενται «αντικείμενα τελετουργικά, μεταλλικά και κεραμικά αγγεία, όπλα, πανοπλίες, ανθρώπινα λείψανα, αρχιτεκτονική, ζωγραφική» (ό. π.), κοσμήματα, τοιχογραφίες φανερώνουν τα επιτεύγματα της ζωγραφικής και της τέχνης και είναι μόνο μερικά από τα αδιαμφισβήτητα «στοιχεία» του πολιτισμού και του ελληνικού στοιχείου που υπήρχε στα χρόνια της μεγάλης ακμής της πόλης των Αιγών⁸.

⁸ Στοιχεία από το Βαλαχή Ιωάννη βάση της ιδιότητάς του και της πρόσβασής του σε αρχεία του Δήμου.

Ο αρχαιολογικός χώρος των Αιγών βρίσκεται μόλις 13 χλμ. μακριά «από την Βέροια» (Αιγές, 2015). Η θέση αυτή την «καθιστά όχι μόνο ιστορικά αλλά και επικοινωνιακά κέντρο του Δικτύου Αρχαιολογικών Χώρων της Μακεδονίας», με πιο σημαντικούς «Πέλλα – Δίον – Αιανή» (ό. π.). «Οι Αιγές, «ο τόπος με τα πολλά κοπάδια» ««γιδιών», «η πρώτη πόλη των Μακεδόνων» (ό. π.), καταλαμβάνοντας τον χώρο στις παρυφές «των Πιερίων» ήταν προστατευμένη «από κινδύνους του βορά» με τον ποταμό Αλιάκμονα, Νότια από τα Πιέρια και τον Όλυμπο, ενώ είχε διέξοδο προς τη θάλασσα ανατολικά και δυτικά πάλι Πιέρια και Βέρμιο (Κοτταρίδη, 2012α). Το κτήριο του μουσείου είναι μία εντυπωσιακή υπόγεια κατασκευή που εξωτερικά «έχει τη μορφή χωμάτινου τύμβου, ενώ στο εσωτερικό του εκτίθενται από το Νοέμβριο του 1997 οι θησαυροί που βρέθηκαν μέσα στους βασιλικούς τάφους (Κοτταρίδη, 2012β).

Ο επισκέπτης εντυπωσιάζεται από «τους εκατοντάδες τύμβους» της περιοχής και μένει έκθαμβος από τα ευρήματα της αρχαιολογικής σκαπάνης, που μαρτυρούν τις συναλλαγές «με τον υπόλοιπο ελληνικό κόσμο», την ανάπτυξη της «τοπικής μεταλλοτεχνίας» τον πλούτο της περιοχής (Κοτταρίδη, 2012α). Μολονότι δεν έχει ανασκαφεί στο σύνολό της η αρχαιολογική έκταση, τα οικοδομικά συγκροτήματα «που έχουν αποκαλυφθεί δείχνει ότι στις Αιγές, όπως και στην Αθήνα, δεν υπήρχε ορθολογικά οργανωμένο πολεοδομικό σύστημα με κανονικά οικοδομικά τετράγωνα και κάθετους οδικούς άξονες» (ό. π.). Τα διάσπαρτα στο χώρο κτίσματα δηλώνουν την «βασιλική παρουσία και εξουσία» με τρόπο ώστε να εξασφαλίζεται η άμυνα του ανακτόρου και η πολιτική και θρησκευτική εξουσία του βασιλιά «συνδυάζεται με το θέατρο, το κέντρο της τέχνης και του πολιτισμού» (ό. π.). Ο Έλληνας αρχαιολόγος Μανόλης Ανδρόνικος, στην ανακάλυψη του στη Μεγάλη Τούμπα έφερε στο φως τρεις Βασιλικούς Μακεδονικούς τάφους εκ των οποίων ο δεύτερος είχε επικεντρώσει το ενδιαφέρον του ιδίου καθώς και της επιστημονικής διεθνούς έρευνας «στο κατά πόσον ανήκει στον Φίλιππο τον Β΄, τον πατέρα του Μεγάλου Αλεξάνδρου» (Slowikowski, 1990: 140). Η φιλόδοξη αυτή ανακάλυψη του Έλληνα αρχαιολόγου έμελλε να προβάλει το έθνος και την Ελλάδα σε διεθνές επίπεδο και να αποκομίσει οφέλη εθνικής σημασίας από τα δημοσιεύματα καθώς και «την παγκόσμια προβολή» προς όφελος και του πολιτιστικού τουρισμού (ό. π.). Στις δραστηριότητες του μουσείου είναι η συμμετοχή του σε «Πράσινες πολιτιστικές διαδρομές» στις αρχές Ιουνίου, στο Φεστιβάλ «Βέροια Εύηχη

Πόλη» στα τέλη Ιουνίου, καθώς και δράσεις για «ενήλικες και παιδιά, επισκέπτες» και εργαζόμενους κατά τη «Διεθνή Ημέρα Μουσείων» στις «18 Μαΐου» (Αιγές, 2015). Επιπλέον, οργανώνονται εκθέσεις σε συνεργασία με άλλους φορείς καθώς και εκπαιδευτικά «σχολικά προγράμματα» με τη συμμετοχή μαθητών της Βεργίνας και της Βέροιας και όχι μόνο (ό. π.).

Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα «*Βασιλικοί Παιδες*» πραγματοποιείται στο μουσείο και «σε διαμορφωμένο χώρο» του πρώην δημαρχείου της Βεργίνας (ό. π.). Ονομάστηκε έτσι το πρόγραμμα επειδή εμπεριέχει «ασχολίες» παιδιών και «εφήβων στη βασιλική αυλή» (ό. π.). Τα προγράμματα διενεργούνται μετά από τηλεφωνική επικοινωνία (ό. π.). Το μουσείο λειτουργεί όλες τις ημέρες της εβδομάδος «8.00» με «20.00» και έχει ενιαίο εισιτήριο με τον αρχαιολογικό χώρο και η τιμή του είναι «οχτώ ευρώ» για το «ολόκληρο» και το μειωμένο τέσσερα ευρώ (ό. π.) (βλέπε ΕΙΚΟΝΑ 8, 9). Στη περιοχή του «αρχαιολογικού χώρου των Αιγών» ένα νέο μουσείο το Πολυκεντρικό είναι υπό κατασκευή, καθώς και το εικονικό μουσείο Μέγας Αλέξανδρος (ό. π.). Ένα έργο για το οποίο έχουν επιστρατευθεί όλα τα σύγχρονα «επιστημονικά» μέσα της τεχνολογίας «της πληροφορικής» (ό. π.).

ΕΙΚΟΝΑ 8: Είσοδος μουσείου Βασιλικών Τάφων των Αιγών



Πηγή: Άννα Κατσαούνη

ΕΙΚΟΝΑ 9: Είσοδος Εκθεσιακού χώρου μουσείου Βασιλικών Τάφων των Αιγών



Πηγή: Α. Κ.

5.1.2 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΒΑΣΙΛΙΚΩΝ ΤΑΦΩΝ ΤΩΝ ΑΙΓΩΝ

1. Κατά την προσωπική σας εκτίμηση πόσο χρόνο χρειάζεται ένας επισκέπτης για την περιήγηση του στους χώρους του μουσείου;

Ανάλογα τον επισκέπτη, κάποιοι μένουν για μισή ώρα, κάποιοι άλλοι για δύο ώρες.

2. Η κρίση έχει επηρεάσει την επισκεψιμότητα;

Όχι.

3. Διαθέτετε υπεύθυνο για ξενάγηση;

Ναι, είναι υποχρεωτικό να έχουν όλα τα μουσεία ξεναγό.

4. Η ξενάγηση περιλαμβάνεται στην τιμή της εισόδου;

Όχι, οι επισκέπτες απευθύνονται στο Σύνδεσμο Ξεναγών Θεσσαλονίκης.

5. Υπάρχουν υποδομές για άτομα με ειδικές ανάγκες (ΑΜΕΑ);

Ναι, φυσικά.

6. Θα ήσασταν θετικοί στη συμμετοχή αν γινόταν ένα πρόγραμμα πολιτιστικού τουρισμού όπου να περιλαμβάνει το μουσείο αλλά και άλλους χώρους του Δήμου όπως τα υπόλοιπα μουσεία της Βέροιας;

Ναι φυσικά.

7. Το μουσείο χρησιμοποιεί τα τοπικά ή και διεθνή μέσα για την προβολή του;

Ναι, μάλιστα μία από τις δράσεις του μουσείου για την ενίσχυση του πολιτιστικού τουρισμού ισχύει από το Μάρτιο του 2014, έγκειται στα ενημερωτικά φυλλάδια σε αγγλικά και ελληνικά για το υπάρχον δίκτυο μουσείων που μαζί με το Αιγών είναι το Αρχαιολογικό και το Βυζαντινό της Βέροιας και διατίθενται σε όλα τα ξενοδοχεία της Θεσσαλονίκης. Η όλη ενέργεια γίνεται σε συνεργασία με το νέο μουσείο της Πέλλας καθότι βρίσκεται σε όμορο Νομό και τα εκθέματα του αναφέρονται στην οικογένεια του Μεγάλου Αλεξάνδρου.

8. Υπάρχουν έσοδα, δωρεές από «Φίλοι Μουσείου»;

Δεν υπάρχουν «Φίλοι Μουσείου».

9. Θεωρείτε ότι θα μπορούσε να αυξηθεί η τιμή του εισιτηρίου, πχ κατά 1 ευρώ, χωρίς να επηρεάσει την επισκεψιμότητα;

Ναι.

10. Από την ύπαρξη του βιβλίου «Μακεδονικοί Θησαυροί Μία περιήγηση στο Μουσείο Βασιλικών Τάφων των Αιγών» που εκδίδεται και στα ρωσικά, καταλαβαίνω ότι έχετε πολλούς επισκέπτες από την Ρωσία, υπάρχει σκοπός να γίνει αυτό στην ιστοσελίδα του μουσείου;

Ναι, σε όσο το δυνατό περισσότερες γλώσσες γίνεται θέλουμε να είναι η ιστοσελίδα

11. Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα που υπάρχει στο μουσείο, για παράδειγμα το «Εκπαιδευτικές δράσεις της Εφορείας Αρχαιοτήτων Ημαθίας και Μουσειοπαιδαγωγικές εφαρμογές των σχολείων», θεωρείται ότι μπορεί να αποτελέσει σκοπό ή έρεισμα για να πραγματοποιηθεί μία πολυήμερη εκπαιδευτική εκδρομή στο Δήμο;

Ναι.

12. Ποιες δραστηριότητες περιλαμβάνουν τα προγράμματα;

Κατασκευές ενδυμάτων, αργαλειού, παζλ και αναμνηστικά της επίσκεψης από πηλό.

13. Κάτι άλλο που να ιντριγκάρει τα παιδιά;

Ναι, θεατρικά δρώμενα στην τάξη και δράσεις για μετά την επίσκεψη.

14. Στην τάξη δηλαδή, πώς;

Τις Δευτέρες το μουσείο πηγαίνει στα σχολεία και προετοιμάζει κατά κάποιο τρόπο την επίσκεψη για το μουσείο.

15. Που κατασκευάζεται το Νέο Πολυκεντρικό μουσείο;

Δυτικά του χωριού, της Βεργίνας σε οικόπεδο έκτασης 140 στρεμμάτων.

16. Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση;

Ναι, συγχρηματοδοτείται από την Ελλάδα και την Ε.Ε. (ΠΕΠ Κεντρικής Μακεδονίας και ΕΣΠΑ) (Αναρτημένο στην επίσημη ιστοσελίδα του μουσείου).

17. Και ο προϋπολογισμός του έχει αναρτηθεί;

Αυτός ανέρχεται τα 7.000.000 Ευρώ (Αναρτημένο στην επίσημη ιστοσελίδα του μουσείου).

18. Ποιος είναι υπεύθυνός για τη διαχείριση των χρημάτων;

Η 17^η ΕΚΠΑ (Αναρτημένο στην επίσημη ιστοσελίδα του μουσείου).

19. Πόση επισκεψιμότητα έχει το μουσείο;

Περίπου χίλια άτομα την ημέρα.

20. Περισσότερο Έλληνες ή ξένοι;

Έλληνες και το καλοκαίρι και τα δύο.

21. Από σχολεία, γκρουπ ηλικιωμένων;

Από όλα και οικογένειες.

22. Υπάρχει πωλητήριο που να λειτουργεί;

Ναι.

23. Είναι ανοιχτό όλες τις ώρες του διευρυμένου ωραρίου;

Όχι, είναι ανοιχτό ως το μεσημέρι.

24. Έχεται διεξάγει ερωτηματολόγια κοινού;

Ναι.

25. Υπάρχει κυλικείο;

Ναι.

26. Πως οραματίζεστε το μέλλον του μουσείου;

Βασική ιδεολογική αρχή είναι η οργάνωση – ανάπτυξη – ανάδειξη των Αιγών. Η σχέση επισκέπτη – μουσείου – αρχαιολογικού χώρου ανέδειξαν την ανάγκη για δημιουργία ενός εξελισσόμενου Πολυκεντρικού μουσείου των Αιγών, που με τη βοήθεια της τεχνολογίας και του διαδικτύου θα παρουσιάζει μία εικονική πραγματικότητα, μουσείο και αρχαιολογικός χώρος στο γεωγραφικό χώρο που συνυπάρχουν. Ακόμη και το Εικονικό μουσείο Μέγας Αλέξανδρος που θα είναι αφιερωμένο στη γνωστότερη μορφή της ελληνικής και -ίσως- της παγκόσμιας ιστορίας. Στόχος είναι να χρησιμοποιηθούν όλες οι σύγχρονες τεχνολογίες της πληροφορικής και μία συνθετική, επιστημονικά έγκυρη και συγχρόνως γλαφυρή και ελκυστική παρουσίαση της πορείας του ίδιου του ήρωα στην ιστορία και στο

μύθο, αλλά και όλων εκείνων των διεργασιών που οδήγησαν στη δημιουργία του οικουμενικού πολιτισμού, τον ελληνιστικό και αποτέλεσε τη βάση των ιστορικών εξελίξεων, οι οποίες σφράγισαν καίρια την σύγχρονη κοσμοαντίληψη (αναρτημένο στην επίσημη ιστοσελίδα του μουσείου).

5.1.3 ΣΧΟΛΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Το ειδικό κατασκευαστικό σύμπλεγμα του μουσείου Βασιλικών Τάφων των Αιγών, δεν είναι ένα σύνηθες φαινόμενο. Να βρίσκει δηλαδή ο επισκέπτης το έκθεμα στον χώρο του αυτούσιο και αυτόφωτο. Ο υπάλληλος του μουσείου δήλωσε στη συνέντευξη πως είναι θετικοί στη συμμετοχή προγράμματος πολιτιστικού τουρισμού του Δήμου. Το γεγονός ότι το μουσείο είναι σχετικά καινούριο (1993) δεν εξυπακούεται πάντα πως πληροί τις υποδομές για άτομα με ειδικές ανάγκες κι ότι αυτές λειτουργούν κανονικά. Γι' αυτό και συμπεριέλαβα την ερώτηση στη συνέντευξη.

Με δεδομένο ότι το μουσείο χρησιμοποιεί τα τοπικά και διεθνή μέσα για την προβολή του, θα μπορούσε να το εκμεταλλευτεί στην δημιουργία «Φίλοι μουσείου», με διεθνή συμμετοχή. Η αύξηση της τιμής του εισιτηρίου πχ. ένα ευρώ σαφώς και δεν θα επηρεάσει το βαθμό της επισκεψιμότητας, αφού ο πολιτιστικός τουρίστας προκειμένου να ικανοποιήσει τα πολιτιστικά του ενδιαφέροντα, θα δαπανήσει όχι αλόγιστα φυσικά, αλλά θα ανταποκριθεί συννευτικά. Όταν μάλιστα στην τιμή αυτή συμπεριλαμβάνεται και ο παρακείμενος αρχαιολογικός χώρος και τα άλλα δύο μουσεία της Βέροιας (Αρχαιολογικό, Βυζαντινό) που εμπεριέχονται στο υπάρχον δίκτυο.

Τα μουσειοπαιδαγωγικά εκπαιδευτικά προγράμματα του μουσείου, δικαιολογούν την πολυήμερη εκπαιδευτική εκδρομή, αφού υπάρχει μάλιστα το δίκτυο μουσείων που αναφέρθηκε παραπάνω. Η προσέλκυση σχολείων, αφού τα προγράμματα αφορούν σχολεία, είναι εύλογο να συνδυασθεί και με άλλους πόρους εναλλακτικού τουρισμού που διαθέτει ο Δήμος, καθώς και με τις ανάλογες υποδομές (ξενοδοχεία κ.ά. και υπηρεσίες (Info kiosk) του πολιτιστικού τουρισμού. Αυτό που παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον είναι να δούμε τη λειτουργία του εικονικού μουσείου Μέγας Αλέξανδρος και του πολλά υποσχόμενου πολυκεντρικού μουσείου. Ένα αρνητικό για το μουσείο είναι ότι η διαθεσιμότητα του ξεναγού πρέπει να εξασφαλιστεί πριν την

επίσκεψη και μάλιστα με το σωματείο ξεναγών της Θεσσαλονίκης και πιθανόν η τιμή της ξενάγησης να αυξάνεται λόγω μη μόνιμης κατοικίας στην περιοχή.

5.2 ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

Άρχισε να κτίζεται στις αρχές της δεκαετίας του 1960 και το 1965 τέθηκε σε λειτουργία (Ψαρρά, 2012). Βρίσκεται σε κεντρικό σημείο της Βέροιας και είναι ένα μικρό ισόγειο κτήριο, με τρεις αίθουσες, γι' αυτό και στις προθήκες εκτίθενται αντιπροσωπευτικά σημαντικά ευρήματα «από τους προϊστορικούς χρόνους και από την εποχή του Σιδήρου» (ό. π.). Τα εκθέματα που φιλοξενεί σήμερα το μουσείο, ήταν πρώτα διάσπαρτα σε άλλους δημόσιους χώρους (ό. π.). «Φιλοξενεί ευρήματα από αρχαιολογικούς χώρους του νομού Ημαθίας που» ανάγονται στα ελληνιστικά και ρωμαϊκά χρόνια (ό. π.). Ακόμη, εκτίθενται αγγεία, γλυπτά κοσμήματα, πορτραίτα, επιγραφές, με κυριότερο μάλιστα «έκθεμα» του μουσείου την «επιγραφή με το *Γυμνασιαρχικό Νόμο* της Βέροιας (κανονιστικό κείμενο της λειτουργίας του Γυμνασίου της αρχαίας πόλης)» (ό. π.). Η διοίκηση του μουσείου ανήκει στην «ΙΖ' Εφορεία Προϊστορικών Κλασικών Αρχαιοτήτων (ΕΚΠΑ)» και λειτουργεί όλες τις ημέρες της εβδομάδος «08.00» με «20.00» (βλέπε ΕΙΚΟΝΑ 10, 11, 12, 13). Διαθέτει «πωλητήριο» και η τιμή του εισιτηρίου είναι «δύο ευρώ για ενήλικες και «ένα ευρώ» για ειδικές κατηγορίες επισκεπτών και (Οδυσσεύς, 2012).

ΕΙΚΟΝΑ 10: Ωράριο Λειτουργίας Αρχαιολογικού μουσείου



Πηγή: Α. Κ.

ΕΙΚΟΝΑ 10: Εξωτερικός χώρος Αρχαιολογικού μουσείου



Πηγή: Α. Κ.

ΕΙΚΟΝΑ 12: Αρχαιολογικό μουσείο



Πηγή: Α. Κ.

ΕΙΚΟΝΑ 13: Αύλιος χώρος Αρχαιολογικού μουσείου



Πηγή: Α. Κ.

5.2.2 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

1. Πόση επισκεψιμότητα έχει το μουσείο;

Έχει αρκετή, γιατί έρχονται επισκέπτες μετά την επίσκεψή τους στο μουσείο Βεργίνας, έχει ενιαίο εισιτήριο οχτώ ευρώ και το μειωμένο τέσσερα μαζί και με το Βυζαντινό μουσείο και επειδή είμαστε ανοιχτά πολλές ώρες.

2. Υπάρχει διευρυμένο ωράριο;

Ναι, οχτώ το πρωί με οχτώ το βράδυ τώρα με το θερινό ωράριο. Για το χειμώνα δεν ξέρουμε ακόμα.

3. Διαθέτεται υπεύθυνο για ξενάγηση;

Όχι.

4. Στο μουσείο της Βασιλικών Τάφων των Αιγών μου είπαν ότι όλα τα μουσεία είναι υποχρεωτικό να έχουν ξεναγό, τι έχετε να πείτε γι' αυτό;

Υπάρχει το σωματείο ξεναγών όπου εσείς παίρνεται τηλέφωνο και κλείνεται ραντεβού σε μία καθορισμένη ώρα και έρχεσται εδώ και σας ξεναγεί.

5. Κατά την προσωπική σας εκτίμηση πόσο χρόνο χρειάζεται ένας επισκέπτης για την περιήγησή του στους χώρους του μουσείου;

Ανάλογα τον επισκέπτη, εσείς πόσο μείνατε;

6. Η κρίση έχει επηρεάσει την επισκεψιμότητα;

Στο μουσείο έρχονται περισσότερο λόγω του κοινού εισιτηρίου με τη Βεργίνα.

7. Κατά τη γνώμη σας με ποιο σκεπτικό έρχονται στο Αρχαιολογικό, αφού έχουν επισκεφτεί το κυριότερο μουσείο της περιοχής, με τη χρυσή Λάρνακα του Τάφου του Φιλίππου Β΄;

Για να αποκτήσουν μία πλήρη εικόνα της ιστορίας της Μακεδονίας. Εδώ εκτίθενται αρχαιότητες από όλο το Νομό Ημαθίας. Εξάλλου εμείς τους παροτρύνουμε την επίσκεψη και στην αρχαία πόλη της Μιέζας, κοντά στη Νάουσα με τη Σχολή του Αριστοτέλους, τους μακεδονικούς τάφους, το θέατρο, την αγορά κι έτσι συμπληρώνουν την εικόνα του σπουδαίου μακεδονικού τόπου.

8. Προτείνεται δηλαδή το υπάρχον δίκτυο μουσείων να συμπεριλάβει και αυτόν του χώρου της Μιέζας παρότι ανήκει στο Δήμο της Νάουσας;

Βεβαίως, ναι και όχι μόνο. Να συμπεριλάβει και τον αρχαιολογικό χώρο της Πέλλας και το νεοσύστατο μουσείο της καθώς και τον αρχαιολογικό χώρο του Λόγγου Έδεσσας που είναι στον όμορο Νομό Πέλλης. Όλα αυτά θα συμπεριληφθούν κατά πάσα πιθανότητα στο Πολυκεντρικό που θα λειτουργήσει καλώς εχόντων των πραγμάτων μέσα στο 2016 με όλες τις καινοτόμες λειτουργίες που παρέχουν οι νέες τεχνολογίες.

9. Άρα να υποθέσω ότι θα ήσασταν θετικοί στη συμμετοχή του μουσείου αν γινόταν ένα πρόγραμμα πολιτιστικού τουρισμού, όπου να περιλαμβάνει το μουσείο αλλά και άλλους χώρους του Δήμου όπως τα υπόλοιπα μουσεία της Βέροιας;

Ναι.

10. Εκτός από τα εκτεθειμένα στον αύλιο χώρο αντικείμενα και αυτά στις προθήκες του μουσείου, υπάρχουν και άλλα στις αποθήκες;

Δεν μπορώ να σας πω είναι απόρρητες πληροφορίες.

11. Υπάρχουν εργαστήρια για αποκατάσταση και συντήρηση;

Βεβαίως και προσωπικό ειδικευμένο για το σκοπό αυτό.

12. Θεωρείται πως το μουσείο παραμένει ένας εκθεσιακός χώρος πολιτισμού ή παράγει νέα δεδομένα επισκεψιμότητας;

Σαφώς και η έννοια και η λειτουργία του μεταλλάσσεται, καθώς υποστηρίζει και συμμετέχει σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, μάλιστα τον Ιούνιο είχαν γίνει στον αύλιο χώρο μουσικές εκδηλώσεις.

13. Έχεται διεξάγει ερωτηματολόγια κοινού;

Όσο εργάζομαι εδώ όχι, παλιότερα δεν ξέρω.

14. Υπάρχουν έσοδα, δωρεές από «Φίλοι Μουσείου»;

Όχι.

15. Υπάρχουν υποδομές για άτομα με ειδικές ανάγκες;

Ναι.

16. Το πωλητήριο λειτουργεί;

Ναι.

17. Λειτουργεί όλες τις ώρες του διευρυμένου ωραρίου;

Ναι.

18. Ποια είναι τα έσοδα από το πωλητήριο τα τελευταία πέντε χρόνια;

Δεν είναι κανένα μεγάλο πωλητήριο, είναι μία βιτρίνα που έχει μέσα επτά βιβλία με θέμα το μουσείο και την περιοχή και πέντε – έξι κάρτες.

19. Υπάρχει κυλικείο;

Όχι.

Στη συνέχεια της συνέντευξης η απάντηση δίνεται από τον κ. Βαλαχή Ιωάννη, λόγω της θέσης του στο Δήμο: υπεύθυνος τμήματος Τουρισμού

20. Εκτός από το Γυμνασιαρχικό Νόμο τι άλλο χαρακτηριστικό έκθεμα έχει το μουσείο;

Στην είσοδο του μουσείου δεσπόζει η υπερφυσικού μεγέθους μαρμάρινη κεφαλή Μέδουσας, που ήταν προσαρμοσμένη στη Βόρεια Πύλη των αρχαίων τειχών της Βέροιας, ώστε να αποτρέπει τους εχθρούς της πόλης. Στην αίθουσα υποδοχής ξεχωρίζει η εντυπωσιακή μαρμάρινη προτομή του ποτάμιου θεού Όλγανου που έχει τη μορφή του Μεγάλου Αλεξάνδρου, ενώ ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να ενημερωθεί με σύγχρονα εποπτικά μέσα.

5.2.3 ΣΧΟΛΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Παρατηρείται πως το διευρυμένο ωράριο και το ενιαίο εισιτήριο που καθιερώθηκε από το δίκτυο μουσείων Βασιλικών Τάφων των Αιγών – Αρχαιολογικό – Βυζαντινό δίνει την ευκαιρία και το κίνητρο να το επισκεφτούν επισκέπτες που σε άλλη περίπτωση να μη το συμπεριέλαβαν στο πρόγραμμά τους. Αυτό ανεξαρτήτως από το περιεχόμενο των εκθεμάτων που άπτεται στα ενδιαφέροντα του καθενός. Έχει διαπιστωθεί ο εκσυγχρονισμός δραστηριοτήτων και το πνεύμα συνεργασίας και προώθησης άλλων μουσείων όμορων Νομών, όπως είναι το μουσείο της Πέλλας. Η συνεργασία αυτή θα είναι ο μοχλός μελλοντικής ανάπτυξης πολιτισμού. Είναι ένα θετικό κίνητρο να αξιοποιηθεί και να διευρυνθεί το δίκτυο που υπάρχει. Χαρακτηριστικό είναι ότι, το μουσείο έχει εκθέματα που μπορούν να γίνουν λόγοι επίσκεψης του μουσείου σε πολιτιστικούς τουρίστες.

5.3 BYZANTINO ΜΟΥΣΕΙΟ

Το Βυζαντινό μουσείο της Βέροιας στεγάζει ένα αναπαλαιωμένο βιομηχανικό κτήριο, που μέχρι τη δεκαετία το 1960 λειτουργούσε «ως αλευρόμυλος», ο ονομαζόμενος ο Μύλος «του Μάρκου» (Πέtkος, 2012). Με την εκμετάλλευση της κινητήριας δύναμης του νερού, ενός από τα παρακλάδια «του Τριπόταμου» βρίσκεται στη διατηρητέα συνοικία «της Κυριώτισσας» και χρονολογείται στις αρχές του περασμένου αιώνα (ό. π.). Το συνολικό του «εμβαδό 720 τ.μ.», αποτελούν οι τρεις όροφοι με εννοιολογική ενότητα των εκθεμάτων ο καθένας (ό. π.). Την αναπαλαίωση και την παραχώρησή του στο Βυζαντινό Μουσείο ανέλαβε «το ΥΠΠΟ» εκτιμώντας «την αξία του κτηρίου ως» ιστορικό διατηρητέο μνημείο «της πόλης» (ό. π.). Οι τρεις όροφοι στεγάζουν τη μόνιμη έκθεση «του μουσείου» με αυτοτελή θεματική ενότητα, «ισόγειο με πωλητήριο, εργαστήρια συντήρησης, περιοδικών εκθέσεων και διεξαγωγής διαλέξεων (ό. π.). Το μουσειολογικό του πρόγραμμα βασίζεται στη λειτουργία ενός περιφερειακού μουσείου που αντικατοπτρίζει τον πολιτισμό «όλης της Κεντρικής και Δυτικής Μακεδονίας» φιλοδοξώντας να συμπληρώσει παράλληλα τις συλλογές του Βυζαντινού μουσείου της Θεσσαλονίκης (ό. π.). Τα αξιόλογα μνημειακά εκθέματα του μουσείου, μας παραπέμπουν στο *βυζαντινό πολιτισμό* και «τις πολιτισμικές σχέσεις μεταξύ της Βέροιας και των μεγάλων κέντρων» της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας, όπως η Κωνσταντινούπολη και η Θεσσαλονίκη (ό. π.). Με γνώμονα την πληροφόρηση που παρέχει το μνημειακό «αντικείμενο, καταρτίστηκαν πέντε ενότητες» σύμφωνα με τις οποίες αποκαλύπτεται το όνομα «της πόλης με την οποία σχετίζεται η Βέροια» (ό. π.). Συλλογές «φορητών εικόνων, τοιχογραφίες από ναούς», «ψηφιδωτά δάπεδα, χειρόγραφα», «νομίσματα, ξυλόγλυπτα» και «μαρμάρινες επιγραφές» που φιλοξενούνται στο μουσείο, είναι μερικά από τα μνημεία που καταδεικνύουν τη σύνδεση «της Βέροιας» με την πρωτεύουσα, την «Κωνσταντινούπολη», με δεύτερη τη «Θεσσαλονίκη» και ύστερα την «Καστοριά» σε όλη τη μακραίωνη «ιστορία του Βυζαντίου» (ό. π.).

Η διοίκηση του μουσείου υπάγεται στην «11^η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων» (ό. π.). Λειτουργεί όλες τις ημέρες της εβδομάδος «08.00» με «20.00» (βλέπε ΕΙΚΟΝΑ 14, αναρτημένο στην είσοδο του μουσείου). Το αντίτιμο του

εισιτηρίου είναι «δύο» ευρώ για τους ενήλικες και «ένα» ευρώ για άλλες κατηγορίες επισκεπτών (Οδυσσεύς, 2012).

ΕΙΚΟΝΑ 14: Ωράριο Λειτουργίας Βυζαντινού μουσείου



Πηγή: Α. Κ.

ΕΙΚΟΝΑ 15 Χρηματοδότηση



Πηγή: Α. Κ.

5.3.1 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟ BYZANTINO ΜΟΥΣΕΙΟ

1. Διαθέτετε υπεύθυνο για ξενάγηση, αν ναι ξεναγήσεις γίνονται μόνο σε οργανωμένα γκρουπ;

Όχι.

2. Έχετε διεξάγει ερωτηματολόγια κοινού;

Όχι.

3. Κατά την προσωπική σας εκτίμηση πόσο χρόνο χρειάζεται ένας επισκέπτης για την περιήγηση του στους χώρους του μουσείου;

Δεν μένουν περισσότερο από σαράντα – πέντε λεπτά.

4. Υπάρχουν υποδομές για άτομα με ειδικές ανάγκες;

Ναι.

5. Υπάρχει συνεργασία με άλλα μουσεία για εμπλουτισμό, ανταλλαγή ή ροή εκθέματος;

Υπάρχουν περιπτώσεις σε διοργανώσεις. Το μουσείο δεν έχει δώσει σε εκθέσεις εντός Ελλάδος, έχει δώσει εκτός στην «Heaven and Earth».

6. Υπάρχουν δωρεές εκθεμάτων από ιδιώτες;

Ναι.

7. Πραγματοποιούνται εργασίες στους χώρους του μουσείου για αποκατάσταση και συντήρηση εκθεμάτων;

Υπάρχουν εργαστήρια στο μουσείο.

8. Μήπως κάποια αποστέλλονται στα μεγάλα κέντρα;

Το μουσείο διαθέτει πλήρη εξοπλισμό.

9. Οι αποθήκες του μουσείου έχουν πολλά ευρήματα;

Αρκετά.

10. Υπάρχει συνεργασία με τα κεντρικά μουσεία και φορείς της Θεσσαλονίκης και της Αθήνας;

Το μουσείο συμμετέχει σε επικοινωνιακές εκστρατείες.

11. Υπάρχει διασύνδεση με κάποιο Ευρωπαϊκό δίκτυο μουσείων, ποιο είναι αυτό;

Το Βυζαντινό ως μεμονωμένο όχι.

12. Πόση επισκεψιμότητα έχει το μουσείο;

Δεν το ξέρω αυτό θα πρέπει να δω τα βιβλία.

13. Πόσες επισκέψεις σχολείων δεχθήκατε τα τελευταία πέντε χρόνια; Απαντήστε μου κατά έτος.

Χιλιάδες. Μέσο όρο για φέτος δύο με τρεις χιλιάδες. Μαθητικές επισκέψεις γίνονται για τα εκπαιδευτικά προγράμματα, τις δράσεις που δεν ολοκληρώνονται σε μία επίσκεψη και ξαναέρχονται. Ακόμη και από επιστήμονες.

14. Υπάρχει κάποια προσωπική εκτίμηση για το ηλικιακό κοινό των επισκεπτών;

Το μαθητικό κοινό είναι μεγάλο από τις πρώτες τάξεις του νηπιαγωγείου ως την τρίτη Γυμνασίου, λιγότερο σε μεγαλύτερες τάξεις του Λυκείου. Έρχονται άνθρωποι που δεν εργάζονται και έχουν χρόνο για ταξίδι.

15. Υπάρχει πρόβλεψη για ιστοσελίδα αποκλειστικά για το μουσείο, αν όχι για ποιο λόγο;

Ναι.

16. Υπάρχει πρόβλεψη για ηλεκτρονικά εισιτήρια;

Δεν μπορεί να υπάρξει πρόβλεψη, δεν έχει ενημερωθεί το διοικητικό – οικονομικό, αν γίνει σε όλα τα αντίστοιχα μουσεία της Ελλάδας τότε θα γίνει και στο Βυζαντινό. Δεν γνωρίζω τι άλλο θα περιλαμβάνει η ιστοσελίδα.

17. Υπάρχει πρόβλεψη για χρήση όλων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;

Έχει κοινωνικά δίκτυα, ορισμένα.

18. Το μουσείο χρησιμοποιεί τα τοπικά ή και διεθνή μέσα για την προβολή του;

Ναι τοπικά.

19. Ποιες πρωτοβουλίες θα μπορούσε να αναλάβει το ίδιο το μουσείο για να προσελκύσει τους τοπικούς παράγοντες;

Το μουσείο όπως και όλα τα μουσεία οφείλει να προσεγγίσει το τοπικό κοινό, όπως γίνεται με τις προγραμματισμένες περιοδικές εκθέσεις, το 2012 έγιναν τρεις, ήδη μία αυτή τη στιγμή υπάρχει στο ισόγειο. Οι περιοδικές εκθέσεις είναι καλό επιχείρημα για την τοπική κοινωνία, για να έρθουν και να ξαναέρθουν άνθρωποι που έχουν έρθει.

20. Το μουσείο έχει την υποστήριξη των τοπικών αρχών αλλά και γενικότερα της τοπικής κοινότητας; Αν ναι, με ποιους τρόπους; Αν όχι γιατί κατά τη προσωπική σας άποψη συμβαίνει αυτό;

Ναι οι Δήμοι και οι τοπικές κοινωνίες θέλουν να στηρίζουν το μουσείο. Ναι ή όχι δεν μπορώ να απαντήσω.

21. Θα ήσασταν θετικοί στη συμμετοχή αν γινόταν ένα πρόγραμμα πολιτιστικού τουρισμού όπου να περιλαμβάνει το μουσείο αλλά και άλλους χώρους του Δήμου όπως τα υπόλοιπα μουσεία της Βέροιας;
Ναι, για να γίνει αυτό θα πρέπει να υπάρχει αίτημα από το Δήμο στα μουσεία, που να θέλει να κάνει μία ιστοσελίδα Πολιτιστικού Τουρισμού και να τα συμπεριλάβει ρωτώντας τη γνώμη του κάθε μουσείου.

22. Υπάρχει συνεργασία με α) ξενοδοχεία β) τουριστικούς πράκτορες γ) πολιτιστικούς φορείς του δήμου;

Υπάρχει το έντυπο του Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων (ΤΑΠΑ) των μουσείων σε όλα τα ξενοδοχεία της πόλης και ανατροφοδοτούνται συνεχώς.

23. Ποια η συμβολή των μουσείων στο τουριστικό προϊόν του δήμου;

Πολύ σημαντική για τον πολιτισμό, είναι τρία κρατικά μουσεία σε ένα Νομό μοναδικής ιστορικής σημασίας, με ευρήματα για προστασία του ίδιου του παρελθόντος του μουσείου.

24. Αν είναι όντως σημαντική, τότε τα μουσεία έχουν συνασπιστεί ή προβλέπεται να το πράξουν στο μέλλον, ώστε να διεκδικήσουν πιο αποτελεσματικά τα συμφέροντά τους;

Τα μουσεία εντάσσονται στο ΥΠΠΟ. Χρειάζονται κρατικούς πόρους για τη συντήρηση.

25. Υπάρχουν έσοδα, δωρεές από «Φίλοι Μουσείου»;

Όχι.

26. Ποιά είναι τα έσοδα από το πωλητήριο του μουσείου το 2014; Θεωρείται ότι είναι ικανοποιητικά, αν δεν είναι που οφείλεται;

Υπάρχειπωλητήριο, αλλά είναι κλειστό, δεν υπάρχει υπάλληλος για να το ανοίξει, υπάρχει γενικότερη έλλειψη προσωπικού στο μουσείο.

27. Η κρίση έχει επηρεάσει την επισκεψιμότητα και σε ποió βαθμό;

Ναι, αν και η τιμή του εισιτηρίου είναι φτηνή. Να σας ενημερώσω ότι το μουσείο συμπεριλαμβάνεται στο ενιαίο εισιτήριο του αρχαιολογικού χώρου των Αιγών, των μουσείων Βασιλικών Τάφων των Αιγών και του Αρχαιολογικού, όπου το ολόκληρο είναι στα οχτώ ευρώ και το μειωμένο τέσσερα ευρώ.

28. Θεωρείτε ότι θα μπορούσε να αυξηθεί η τιμή του εισιτηρίου, πχ κατά 1 ευρώ, χωρίς να επηρεάσει την επισκεψιμότητα;

Όχι σε τέτοιες εποχές.

29. Υπάρχει συμμετοχή του μουσείου στη διάρκεια των τοπικών εκδηλώσεων «Παύλια» (διαλέξεις/εκθέσεις);

Τα Παύλια διοργανώνονται από τη Μητρόπολη Βεροίας, Ναούσης και Καμπανίας, προσκαλούνται αρχαιολόγοι για επιστημονικές ομιλίες, συνέδρια.

30. Ποια είναι τα επόμενα σχέδια του μουσείου;

Κάθε χρόνο σχεδιάζονται Ευρωπαϊκές Ημέρες Πολιτιστικής Κληρονομιάς, όπως είναι η Βία και Ανεκτικότητα. Προσπαθούμε να βρούμε κομμάτια τοπικής ιστορίας που άπτονται από μαρτυρίες, καταγραφές, ευρήματα που μπορούν να δώσουν μία πληροφορία για εορτασμό, αν υπάρχουν επικοινωνιακές δράσεις με δική τους ιστορία.

31. Υπάρχουν Εθνικοί πόροι;

Ναι, 20% για το έργο Ανάπτυξη Συστημάτων Πληροφόρησης Επισκεπτών σε Μουσεία και Αρχαιολογικούς Χώρους, στην «Έκθεση – Εξοπλισμός Βυζαντινού

μουσείου Βέροιας (Β' φάση)». Υλοποιήθηκε από το ΥΠΠΟ (11^η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων) στα πλαίσια του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Πολιτισμός» Προϋπολογισμός 3.852.000,00 Ευρώ πλέον ΦΠΑ. (βλέπε ΕΙΚΟΝΑ 15 αναρτημένο έξω από την κεντρική είσοδο του μουσείου).

32. Υπάρχουν Ευρωπαϊκοί πόροι;

Ναι, από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης κατά 80% για το έργο που αναφέρθηκε (βλέπε ΕΙΚΟΝΑ 15 αναρτημένο έξω από την κεντρική είσοδο του μουσείου).

33. Υπάρχει κυλικείο;

Όχι.

5.3.3 ΣΧΟΛΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Σύμφωνα με την έρευνά μου στο Βυζαντινό μουσείο δεν υπάρχει ξεναγός. Συνέπεια αυτού είναι τα αναπάντητα ερωτήματα που δημιουργούνται στον πολιτιστικό επισκέπτη, του παρατηρώντας τα εκθέματα. Αν θα υπήρχε ερωτηματολόγιο, με ερώτηση αν θα ήθελαν οι επισκέπτες να αποκτήσουν ένα αντίγραφο μίας εικόνας, σίγουρα η απάντηση θα ήταν θετική. Γι' αυτό το λόγο λοιπόν προτείνεται αναγκαία και η επαναλειτουργήση του τμήματος πωλητηρίου, με εικόνες μάλιστα που θα παράγονται από τοπικά εργαστήρια αγιογραφίας ή ψηφιδωτών, για παράδειγμα της Παναγίας Δοβράς. Το γεγονός ότι στις αποθήκες του μουσείου βρίσκονται αρκετά ευρήματα, σύμφωνα με τη συνέντευξη, είναι ένα δυνατό στοιχείο για τη δημιουργία περιοδικών εκθέσεων με αυτά τα ευρήματα. Η υλοποίηση ενός τέτοιου προγράμματος προϋποθέτει φυσικά την ενίσχυση της κρατικής χρηματοδότησης, με αρμόδιο κρατικό φορέα της τοπικής διοίκησης για πολιτιστικά θέματα. Τα σχολικά εκπαιδευτικά προγράμματα θα ενισχυθούν από ένα τέτοιο πρόγραμμα και να μην λησμονηθεί, όπως αναφέρθηκε στη

βιβλιογραφική ανασκόπηση, ότι μία επίσκεψη σε μουσείο σε μικρή ηλικία δίνει το έναυσμα για επαγγελματικό προσανατολισμό.

Δεν πρέπει να υπάρξει εφησυχασμός σε επικοινωνιακές εκστρατείες σε τοπικό επίπεδο και χρειάζεται να γίνουν οι απαραίτητες ενέργειες για να επεκταθούν εντός και εκτός Ελλάδας. Η Βυζαντινή περίοδος που εκπροσωπούν κατά κύριο λόγο τα εκθέματα του μουσείου, υπήρξε η κοιτίδα της αναγέννησης και του διαφωτισμού στη Δύση κι επομένως οι καλλιεργημένοι πολιτιστικοί τουρίστες θ' ανταποκριθούν σε ένα κάλεσμα επικοινωνιακής ιστοσελίδας. Αποτέλεσμα η προσέλκυση πολιτιστικών τουριστών να διεξαχθεί καθόλη τη διάρκεια του έτους, δίνει την ευκαιρία να ενισχυθεί η τοπική οικονομία και να συμπαρασύρει την ανάπτυξη σ' όλους τους τομείς, τις υποδομές του τουρισμού (καταλύματα, εστίαση κ.ά.) ανελλιπώς.

Ο θρησκευτικός τουρισμός⁹ επίσης είναι μία μορφή εναλλακτικού τουρισμού, που θα μπορούσε άψογα να συνεργασθεί το μουσείο, διότι και το θρησκευτικό συναίσθημα του ανθρώπου είναι υψηλό και η Βέροια είναι από τις πόλεις που πανελλαδικά έχουν τις περισσότερες Βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες από τις οποίες μερικές και σήμερα λειτουργούν ως ενορίες. Απόρροια των δραστηριοτήτων θα είναι η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, προσέλκυση πολιτιστικών τουριστών και αύξηση του προσωπικού, τοπικού και κρατικού ακαθάριστου φορολογικού εισοδήματος και βελτίωση της τουριστικής εικόνας του τόπου.

5.4 ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ Ή ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΣΑΡΑΦΟΓΛΟΥ

Στεγάζεται σε μία αρχοντική κατοικία που «ανάγεται στον 18^ο αιώνα με διαδοχικούς ιδιοκτήτες» και τελευταίο τον κ. Σαράφογλου (Οδυσσεύς, 2012). «Στο δεύτερο μισό του 19^{ου} αιώνα» απέκτησε την εικόνα της πλούσιας αστικής κατοικίας με πολυάριθμα «δωμάτια» και θαυμάσια εσωτερική διακόσμηση την οποία όμως

⁹ «θεωρείται υποκατηγορία του πολιτισμικού τουρισμού, δεδομένου ότι οι συμμετέχοντες σε οργανωμένα θρησκευτικά ταξίδια διαθέτουν επιπλέον χρόνο για επίσκεψη σε επιλεγμένα τουριστικά αξιοθέατα πολιτισμικής σημασίας» (Κοκκώσης κ.ά., 2011:199).

ληηλάτησαν στη διάρκεια «του Α΄ Παγκοσμίου Πολέμου» αξιωματικοί «της Αντάντ» (ό. π.). Η «μεγάλη σκεπαστή αυλή» στερεωμένη με βότσαλα σε γεωμετρικά μοτίβα, δίνει στον επισκέπτη την πρώτη εντύπωση πως πρόκειται για ένα αξιοθαύμαστο αρχοντικό (ό. π.). Σκοπός της «αποκατάστασης» των ζημιών, ήταν να στεγάσει το Λαογραφικό μουσείο «της πόλης» (ό. π.).

5.4.1 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟ ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ Ή ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΣΑΡΑΦΟΓΛΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΤΣΑΛΙΑΓΚΟΥ ΑΘΑΝΑΣΙΑ

1. Ποιός είναι υπεύθυνος για τη λειτουργία του Λαογραφικού μουσείου;
Ως υπηρεσία υπάγεται στην Εφορεία Νεωτέρων Μνημείων Κεντρικής Μακεδονίας και το προστατεύουμε ως κτήριο. Είμαστε υπεύθυνοι για οποιαδήποτε οικοδομική εργασία, όπως είναι η εξωτερική συντήρηση, δεν είναι καταχωρημένο στους φακέλους μου ότι είμαστε υπεύθυνοι για κάτι άλλο πέρα από αυτό. Δεν έχει να κάνει με εμάς η λειτουργία του. Ανήκει στο Δήμο της Βέροιας.
2. Ποιός το έχει χαρακτηρίσει ως διατηρητέο κτήριο;
Έχει κηρυχτεί ως νεότερο διατηρητέο μνημείο από το Υπουργείο Πολιτισμού.
3. Δεν έχει εκθέματα;
Το μουσείο δεν είναι επισκέψιμο στο εσωτερικό του ως μουσείο με μόνιμα εκθέματα. Μπορείτε να το δείτε σαν κτήριο εξωτερικά.

5.4.2 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟ ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ Ή ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΣΑΡΑΦΟΓΛΟΥ ΜΕ ΤΟΝ ΒΑΛΑΧΗ ΙΩΑΝΝΗ

1. Το Λαογραφικό δεν έχει λειτουργήσει ποτέ ως μουσείο;

Όχι, δεν έχει λειτουργήσει ποτέ ως μουσείο.

2. Ως διατηρητέο μνημείο έχει κάνει απαλλοτρίωση ο Δήμος;
Είναι δωρεά από τον ιδιώτη Σαράφογλου στο Δήμο.
3. Για ποιο λόγο δεν λειτουργεί;
Υπάρχει ως διατηρητέο κτήριο στην παραδοσιακή συνοικία της Κυριώτισσας. Δεν έχει εκθέματα γι' αυτό δεν λειτουργεί ως μουσείο.
4. Περιοδικές εκθέσεις γίνονται;
Αυτό το διάστημα δεν έχει κάποια έκθεση, αλλά κατά καιρούς γίνονται περιοδικές εκθέσεις.
5. Με τι θέματα;
Καλλιτεχνικές εκθέσεις.
6. Ποιος διοργανώνει τις περιοδικές εκθέσεις ο Δήμος ή ιδιώτες έναντι αμοιβής;
Ο Δήμος μέσω της ΚΕΠΑ.
7. Υπάρχουν προβλέψεις για να λειτουργήσει μελλοντικά;
Υπάρχουν προβλέψεις αλλά ζούμε στην Ελλάδα της κρίσης και κάθε πρόβλεψη δεν υλοποιείται. Για να γίνει μόνιμη έκθεση χρειάζονται Ευρωπαϊκά προγράμματα όπως είναι το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ). Θα θέλαμε να λειτουργήσει. Ακόμη θα θέλαμε να κάνουμε και άλλα μουσεία, όπως είναι Νερού, Ήχου λόγω του ποταμιού Τριπόταμου που έχουμε εδώ.
8. Το μουσείο είναι κλειστό, θα θέλατε να μου πείτε κάτι αξιόλογο γι' αυτό;
Είναι ένα τυπικό δείγμα των ελληνικών αρχοντικών της Βέροιας. Η κεντρική είσοδος οδηγεί στη μεγάλη βοτσαλωτή στεγασμένη αυλή. Στο ισόγειο ήταν το εργαστήριο οινοποιίας, με το πατητήρι και τα βαρέλια, όπου αποθηκευόταν το κρασί. Το εσωτερικό του αρχοντικού και ότι αυτό το διακοσμούσε δυστυχώς έχει

καταστραφεί ή μεταφερθεί από Γάλλους στρατιωτικούς της Αντάντ στο Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο 1914-1918.

9. Είναι στα άμεσα σχέδια σας τα καινούρια μουσεία;

Δεν είναι καν στα σχέδια επί χάρτου, είναι μόνο ως ιδέα. Τον προσεχή Νοέμβριο θα γίνει το μεγάλο μουσείο στη Βεργίνα, το Πολυκεντρικό.

10. Το Πολυκεντρικό θα προστεθεί στο υπάρχον δίκτυο μουσείων Βασιλικών Τάφων των Αιγών, Αρχαιολογικό και Βυζαντινό ή στο τρίγωνο Βεργίνα – Πέλλα – Λόγγου Έδεσσας;

Στο πρώτο. Γιατί να μη συμπεριληφθεί.

11. Τι εκθέματα θα έχει;

Είναι ένα τεράστιο κτήριο στα πρότυπα της Αθήνας, που θα περιλαμβάνει αμφιθέατρο, αίθουσα πολλαπλών χρήσεων, χώρους εκπαίδευσης και επιστημονικών δραστηριοτήτων, εργαστήρια συντήρησης, αρχαιολογικές αποθήκες, εκθεσιακούς χώρους κλειστούς και υπαίθριους (αίθρια), ψηφιακό μουσείο που θα διατρέχει την περίοδο από τις απαρχές της Μακεδονίας μέχρι τις σύγχρονες αναφορές στο Μέγα Αλέξανδρο.

12. Στα πρότυπα ποιού μουσείου της Αθήνας;

Του Νέου Μουσείου της Ακρόπολης.

13. Από πού χρηματοδοτείται;

Από την Ευρωπαϊκή Ένωση με το ΕΣΠΑ που λέγαμε και από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ΠΕΠ) της Κεντρικής Μακεδονίας.

14. Μήπως το Αρχαιολογικό μεταφερθεί εκεί επειδή είναι μικρός ο χώρος του ή έστω κάποια εκθέματά του που είναι εκτεθειμένα στο προαύλιο χώρο;

Απ' όσο ξέρω όχι, γιατί δεν αναφέρεται μόνο σε αυτήν τη περίοδο αλλά διαθέτει εκθέματα και από άλλες περιόδους.

5.4.3 ΣΧΟΛΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ

Το Λαογραφικό μουσείο ή αρχοντικό Σαράφογλου είναι ένα διατηρητέο κτήριο το οποίο από την αρχή της δωρεάς του στον Δήμο δεν έχει αξιοποιηθεί στο έπακρο, για το σκοπό που χαρακτηρίστηκε, ως λαογραφικό μουσείο. Μέχρι σήμερα χρησιμοποιείται ως χώρος περιοδικών εκθέσεων και η μελλοντική του λειτουργία είναι αμφίβολη, καθώς χρειάζονται Ευρωπαϊκά Προγράμματα με μακροπρόθεσμο σχέδιο ανάπτυξης καθώς και κατάλληλους και δυναμικούς ανθρώπους για να τα διεκδικήσουν. Ακόμη και κατά τη διάρκεια της συνέντευξης ο κ. Βαλαχής εξήρε την κατασκευή ενός καινούριου κτηρίου, του Πολυκεντρικού, στα πρότυπα του Νέου Μουσείου της Ακρόπολης. Αξιοπρόσεκτο είναι ότι, ιδέες ανάπτυξης υπάρχουν με τη δημιουργία καινούριων μουσείων που έχουν ιδιαιτερότητα για το είδος τους, όπως ένα μουσείο Νερού, αλλά δεν υπάρχουν τα κονδύλια.

5.5 ΕΘΝΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Το Εθνικό Μουσείο Εκπαίδευσης «στεγάζεται» σε ένα «χώρο δίπλα στον ποταμό Αλιάκμονα» όπου παλαιότερα στεγάζονταν το Τμήμα «Μηχανικών Χωροταξίας και Ανάπτυξης», του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου «στην Αγία Βαρβάρα Βέροιας» (Ζιώγα, 2008).

Στο μουσείο φιλοξενούνται συλλογές μεγάλου αριθμού από βιβλία και αντικείμενα που χρησιμοποιήθηκαν στην εκπαίδευση καθώς και συλλογές από επαγγελματικά εργαλεία που τώρα εκκλήπουν (ό. π.). «Ο μαυροπίνακας, η παλιά» σχολική «σημαία με τους Τρεις Ιεράρχες» τους προστάτες των γραμμάτων καθώς «και ένας ανάγλυφος χάρτης της Μακεδονίας και η Μεγάλη Χάρτα του Ρήγα (1797) ζωγραφισμένη από τον γεωγράφο Φρανσουά Μίλερ στη Βιέννη», κοσμούν τις προθήκες του Μουσείου (ό. π.). Μέσα σε όλα τα βιβλία και τις εγκυκλοπαίδειες «που καλύπτουν όλες τις χρονικές περιόδους, «βρίσκεται το αρχαιότερο βιβλίο του

Μουσείου το «Εγχειρίδιο περί συντάξεων» που έγραψε ένας μοναχός με το όνομα Ματθαίος και τυπώθηκε στη Βιέννη το 1795». Η διοίκηση του ανήκει στην Κοινωφελή Επιχείρηση Πολλαπλής Ανάπτυξης (ΚΕΠΑ) του Δήμου Βέροιας. Το μουσείο λειτουργεί καθημερινά εκτός Σαββατοκύριακου από τις 9 το πρωί μέχρι τη 1 το μεσημέρι, τόσο για σχολεία όσο και για ιδιώτες με ελεύθερη είσοδο και πάντα κατόπιν συνεννόησης.

5.5.1 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

1. Από πότε λειτουργεί το μουσείο;

Από το 2006, ιδρύθηκε ως Δημοτικό, το 2011 το ανέλαβε η ΚΕΠΑ του Δήμου Βέροιας, που είναι η Κοινωφελής Επιχείρηση Πολλαπλής Ανάπτυξης.

2. Διαθέτετε υπεύθυνο για ξενάγηση, αν ναι ξεναγήσεις γίνονται μόνο σε οργανωμένα γκρουπ;

Ναι, γίνονται σε σχολικά τμήματα, δεν υπάρχει επισκεψιμότητα απλών ανθρώπων, βρίσκεται εκτός πόλης και χρειάζεται να προηγηθεί συνεννόηση.

3. Υπάρχουν υποδομές για άτομα με ειδικές ανάγκες;

Ναι.

4. Κατά την προσωπική σας εκτίμηση πόσο χρόνο χρειάζεται ένας επισκέπτης για την περιήγηση του στους χώρους του μουσείου;

Με τη σημερινή του μορφή είκοσι λεπτά.

5. Ποιος είναι ο ετήσιος αριθμός επισκεπτών;

Φέτος χίλια πεντακόσια (1500) άτομα κυρίως μαθητές από σχολεία. Πέρσι περίπου ο ίδιος αριθμός από οργανωμένες εκπαιδευτικές εκδρομές σχολείων από Μακεδονία, Ήπειρο, δύο από Πελοπόννησο και ένα ιδιωτικό σχολείο από Αθήνα που ήρθε στα πλαίσια της λευκής εβδομάδας¹⁰ στο Βέρμιο και το Σέλι.

6. Έχετε διεξάγει ερωτηματολόγια κοινού;

Όχι.

7. Υπάρχει πρόβλεψη για αποκλειστική ιστοσελίδα του μουσείου;

Όχι αποκλειστική, υπάρχουν πληροφορίες στο veriahistory.gr

8. Υπάρχει χρονολογική συμπαράταξη ή και θεματική διασύνδεση ώστε τα εκθέματα να αφηγούνται μία ιστορία και αν ναι ποιά ιστορία;

Κάτι υπάρχει, για ιστορία εκπαίδευσης, εγχειρίδια του 19^{ου} αιώνα, το πιο παλιό βιβλίο είναι του 18^{ου} αιώνα, η εκπαίδευση στην Ελλάδα από Τουρκοκρατία ως τα τέλη του 20^{ου} αιώνα, τη δεκαετία του '90.

9. Το μουσείο χρησιμοποιεί τα τοπικά ή και διεθνή μέσα για την προβολή του;

Τοπικά ναι, της Βέροιας, Πέλλας, Πιερίας και Κοζάνης, κατά καιρούς στέλνονται δελτία τύπου.

10. Ποιός φορέας καλύπτει τα λειτουργικά έξοδα;

Η ΚΕΠΑ Δήμου Βέροιας.

¹⁰ Στα τέλη Ιανουαρίου με αρχές Φεβρουαρίου κάποια ιδιωτικά σχολεία στα πρότυπα του εξωτερικού κλείνουν για δύο εβδομάδες και τους πηγαίνουν σε χειμερινά θέρετρα.

11. Υπάρχουν έσοδα, δωρεές από «Φίλοι Μουσείου»;

Όχι έσοδα οικονομικά, αλλά υπάρχουν δωρεές υλικού.

12. Υπάρχει η δυνατότητα να αγοραστούν καινούρια εκθέματα εκτός από τις δωρεές;

Όχι, μέχρι στιγμής, είναι όλα δωρεές από ιδιωτικές συλλογές.

13. Υπάρχει προθυμία δωρητών εκθεμάτων για περαιτέρω εμπλουτισμό του μουσείου;

Ναι.

14. Υπάρχουν χορηγίες από τοπικούς παράγοντες;

Όχι οικονομικούς.

15. Θεωρείται ότι θα μπορούσε να υπάρχει τιμή του εισιτηρίου, πχ σε 1 ευρώ, χωρίς να επηρεάσει την επισκεψιμότητα;

Θεωρητικά ναι.

16. Πωλητήριο του μουσείου γιατί δεν υπάρχει;

Δεν το είδαν ως κάτι που θα αποφέρει κέρδος. Ιδρύθηκε από 4.500 βιβλία και αρχικά βασίστηκε στα εκθέματα του Χρίστου¹¹ Τσολάκη, ακόμα και σήμερα η γυναίκα του έχει την προσωπική της συλλογή με βιβλία.

¹¹ Κατά την οδηγία του κ. Ξυνάδα γράφεται Χρίστος και όχι Χρήστος.

17. Στον ανταγωνισμό τοπικών μουσείων υπάρχουν φορείς επίσημοι ή ανεπίσημοι που να ευνοούν κάποια μουσεία πχ. αρχαιολογικά, έναντι άλλων πχ. βυζαντινά και νεότερα; Αν ναι γιατί πιστεύετε πως συμβαίνει αυτό;

Όχι.

18. Θα ήσασταν θετικοί στη συμμετοχή αν γινόταν ένα πρόγραμμα πολιτιστικού τουρισμού όπου να περιλαμβάνει το μουσείο αλλά και άλλους χώρους του Δήμου όπως τα υπόλοιπα μουσεία της Βέροιας;

Ναι.

19. Υπάρχει κυλικείο;

Όχι, αν και θα έπρεπε καθώς βρίσκεται εκτός πόλεως.

5.5.3 ΣΧΟΛΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Το Εθνικό μουσείο Εκπαίδευσης λειτουργεί σχεδόν δέκα χρόνια και παρόλα αυτά η επισκεψιμότητά του είναι μόνο από σχολεία, σύμφωνα με την έρευνά μου. Αυτό δείχνει πως το αντίτιμο του εισιτηρίου ακριβό ή συμβολικό δεν είναι αιτία για τη μη προσέλκυση επισκεπτών σε ένα μουσείο. Αν και οι υποδομές του είναι ικανοποιητικές καθότι στεγάζεται στις εγκαταστάσεις όπου πρώτα στεγαζόταν το Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας και Ανάπτυξης του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης και τα αξιόλογα εκθέματά του, αφού εκπροσωπούν εγχειρίδια της ιστορίας της εκπαίδευσης από τον 18^ο αιώνα μέχρι τη δεκαετία του '90 δεν έχει την προσέλκυση επισκεπτών. Προφανώς μία βασική αιτία είναι η έλλειψη κανονικής λειτουργίας ενός μουσείου με διευρυμένο ωράριο, καθότι σήμερα θα το βρει ο επισκέπτης ανοιχτό μόνο με προσυνεννόηση. Έχει αποδειχθεί¹² πως μουσεία με διευρυμένο ωράριο έχουν αυξήσει

¹² Αρχαιολογικό μουσείο Βέροιας σε απάντηση στη συνέντευξη

τον αριθμό των επισκεπτών. Αυτό λειτουργεί ψυχολογικά στον επισκέπτη τουρίστα που δεν πιέζεται χρονικά.

Το γεγονός πως δεν υπάρχει πωλητήριο από την αρχή της λειτουργίας, επειδή έκριναν πως δεν θα αποφέρει κέρδος, είναι σε λανθασμένη κατά την άποψή μου εκτίμηση. Πρώτον διότι πρέπει πάντα να υποστηρίζεται ο κοινωνικός μη κερδοσκοπικός χαρακτήρας του μουσείου και δεύτερον επειδή οι επισκέπτες του, μαθητές επί το πλείστον θα ήθελαν ένα αναμνηστικό, μία επανέκδοση συλλογική από το αναγνωστικό των γονιών τους.

Η διαπίστωση της έρευνας, πως υπάρχει προθυμία δωρητών εκθεμάτων, φανερώνει το ενδιαφέρον των πολιτών για περαιτέρω εμπλουτισμό και αξιοποίηση της λειτουργία του μουσείου. Το όραμα του ανθρώπου που χάρισε τη συλλογή του στο Δήμο και λειτουργεί υπό την αιγίδα της ΚΕΠΑ πήρε σάρκα και οστά και έχει συνεχιστές δωρητές, μιμητές της χειρονομίας του Χ. Τσολάκη. Η προβολή του μουσείου από τοπικά και περιφερειακά μέσα θα πρέπει να είναι συνεχής και με πανελλαδική επικοινωνιακή δραστηριότητα.

5.6 ΒΛΑΧΟΓΙΑΝΝΕΙΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΟΥ ΑΓΩΝΑ

Το Βλαχογιάνναιο Μουσείο Μακεδονικού Αγώνα, φέρει το όνομα της οικογένειας που παραχώρησε το οίκημα, για το σκοπό αυτό, στην «Ιερά Μητρόπολη» της Βέροιας (Ιστορικός Συλλέκτης, 2015). Έκτοτε η διοίκηση του «ανήκει στην «Ιερά Μητρόπολη Βέροιας Ναούσης και Καμπανιάς» (ό. π.). Την αποκατάσταση του νεοκλασικού κτιρίου έφερε εις πέρας «η Ιερά Μητρόπολη σε συνεργασία με την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας» και πέτυχε να εντάξει «στα προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο πλαίσιο Β' Κ.Π.Σ.» Κατόπιν «σε συνεργασία με το ΥΠΠΟ» πραγματοποιήθηκαν μουσειολογικές μελέτες «που διαμόρφωσαν τους εσωτερικούς χώρους» του μουσείου υπό τη σημερινή μορφή (ό. π.).

Οι δύο όροφοι του μουσείου διαθέτουν τη Συλλογή του κ. Κανέλλου Ντότου και εκθέματα από την εθνική δράση του απελευθερωτικού Μακεδονικού Αγώνα, που

διάφοροι ευεργέτες «διέθεσαν οικογενειακά κειμήλια της εποχής», με σκοπό να γίνονται γνωστά σε όλους τους επισκέπτες» (ό. π.). Η συλλογή περιέχει εκθέματα εκτός του Μακεδονικού Αγώνα από την περίοδο «1900 – 1980» (ό. π.). Η είσοδος του μουσείου είναι ελεύθερη «με ώρες λειτουργίας 11.30 έως 12.30 κάθε Σάββατο και Κυριακή, ενώ καθημερινά λειτουργεί κατόπιν συνεννοήσεως» (ό. π.).

5.6.1 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟ ΒΛΑΧΟΓΙΑΝΝΕΙΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΟΥ ΑΓΩΝΑ

1. Κατά την προσωπική σας εκτίμηση πόσο χρόνο χρειάζεται ένας επισκέπτης για την περιήγηση του στους χώρους;
Δύο ώρες περίπου.
2. Ο υπεύθυνος του μουσείου πραγματοποιεί ξενάγηση, αν ναι ξεναγήσεις γίνονται μόνο σε οργανωμένα γκρουπ;
Ξεναγήσεις πραγματοποιούνται σε όλους και είναι πάντα δωρεάν.
3. Θα ήσασταν θετικοί στη συμμετοχή αν γινόταν ένα πρόγραμμα πολιτιστικού τουρισμού όπου περιλαμβάνει το μουσείο αλλά και άλλους χώρους του Δήμου όπως τα υπόλοιπα μουσεία της Βέροιας;
Ναι απόλυτα θετικοί.
4. Ποιος είναι ο ετήσιος αριθμός επισκεπτών των τελευταίων πέντε χρόνων, υπάρχει κάποια εκτίμηση για το ηλικιακό κοινό;
Πεντακόσια με εφτακόσια άτομα.
5. Εκπαιδευτικά προγράμματα, υπάρχουν;
Δεν υπάρχουν.

6. Έχεται διεξάγει ερωτηματολόγια κοινού;
Όχι.
7. Μήπως υπάρχει πωλητήριο;
Όχι.
8. Υπάρχουν υποδομές για άτομα με ειδικές ανάγκες;
Ναι.
9. Το μουσείο χρησιμοποιεί τα τοπικά ή και περιφερειακά μέσα για την προβολή του;
Ναι αρκετά μπορώ να πω.
10. Ποιά είναι τα λειτουργικά έξοδα του μουσείου;
Αρκετά, δεν τα γνωρίζω, δεν τα χειρίζομαι εγώ, τα χειρίζεται η Μητρόπολη Βεροίας, Ναούσης και Καμπανίας.
11. Στην ολοκλήρωση του κτηρίου, συνέβαλε το Β΄ ΚΠΣ, υπάρχουν πόροι έκτοτε;
Οι πόροι είναι από τη Μητρόπολη.
12. Οι εθνικές γιορτές αυξάνουν την επισκεψιμότητα;
Βέβαια.
13. Οργανώνει το μουσείο εκδηλώσεις, διαλέξεις στις επετείους;
Όχι.
14. Οι επισκέπτες είναι κατά το πλείστον άνδρες ή γυναίκες, λόγω των εκθεμάτων;
Και τα δύο, με πάρα πολλές γυναίκες.
15. Υπάρχουν επισκέψεις από σχολεία ή γκρουπ στο πλαίσιο εκπαιδευτικής εκδρομής;
Πάρα πολλές.

16. Υπάρχει συνεργασία με άλλα μουσεία για εμπλουτισμό ή ανταλλαγή εκθεμάτων; Αν όχι για ποιο λόγο;

Έγιναν προσπάθειες στο παρελθόν με Κύπρο, αλλά δεν απέδωσαν. Με άριστα το δέκα θα έβαζα δύο. Η είσοδος στο Βλαχογιάννειο είναι δωρεάν, τα άλλα μουσεία έχουν είσοδο.

17. Έχει τη στήριξη της πολιτείας ή μόνο της Ιεράς Μητρόπολης;
Της Ιεράς Μητρόπολης.

18. Υπάρχουν έσοδα, δωρεές από «Φίλοι Μουσείου»;

Δωρεές απλού κόσμου μόνο για εκθέματα προσωπικά σ' εμένα, δεν επιτρέπω χρηματικά.

19. Θα μπορούσε να υπάρξει συνεργασία για ανταλλαγή εκθεμάτων με χώρες που πήραν μέρος στο Μακεδονικό Αγώνα;
Ναι έχει γίνει στο παρελθόν.

20. Πότε;

Το 2012 και το 2013.

21. Υπάρχει κυλικείο;

Όχι.

5.6.2 ΣΧΟΛΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Η επίσκεψη στο μουσείο είναι πολιτισμός και δεν επηρεάζεται από πολιτικές κρίσεις. Αυτή την παραδοχή δίνουν οι απαντήσεις στο διερευνητικό μου έργο για τη μελέτη περίπτωσης περί μουσείων και δη αυτό της Βεργίνας και των υπολοίπων

μουσείων. Δεν απομένει παρά να προκληθεί η προσέλκυση των επισκεπτών. Ο χρόνος που θα διαθέσει ο πολιτιστικός τουρίστας δεν εξαρτάται μόνο από τις προθέσεις του για μάθηση, γνώση ή απλώς περιήγηση αλλά και από την ποιότητα της ξενάγησης. Ο ειδικευμένος ξεναγός θα του δώσει απαντήσεις σε ερωτήματά του ή απορίες ή και θα δημιουργήσει άλλες απορίες που ο επισκέπτης δεν φανταζόταν.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: Κοινές Ερωτήσεις Συνεντεύξεων

Μουσεία	ΜΟΥΣΕΙΟ ΒΑΣΙΛΙΚΩΝ ΤΑΦΩΝ ΑΙΓΩΝ	ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ	ΒΥΖΑΝΤΙΝΟ	ΕΘΝΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	ΒΛΑΧΟΓΙΑΝΝΕΙΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΟΥ ΑΓΩΝΑ
Ερωτήσεις					
1. Κατά την προσωπική σας εκτίμηση πόσο χρόνο χρειάζεται ένας επισκέπτης για την περιήγηση του στους χώρους του μουσείου;	Ανάλογα τον επισκέπτη, κάποιοι μένουν για μισή ώρα, κάποιοι άλλοι για δύο ώρες	Ανάλογα τον επισκέπτη, εσείς πόσο μένате;	Δεν μένουν περισσότερο από σαράντα – πέντε λεπτά	Με τη σημερινή του μορφή είκοσι λεπτά.	Δύο ώρες περίπου
2. Διαθέτετε υπεύθυνο για ξενάγηση;	Ναι, είναι υποχρεωτικό να έχουν όλα τα μουσεία ξεναγό	Όχι	Όχι	Ναι, γίνονται σε σχολικά τμήματα, δεν υπάρχει επισκεψιμότητα απλών ανθρώπων, βρίσκεται εκτός πόλης και χρειάζεται να προηγηθεί συνεννόηση	Ξεναγήσεις πραγματοποιούνται σε όλους και είναι πάντα δωρεάν.
3. Υπάρχουν υποδομές για άτομα με ειδικές ανάγκες (ΑΜΕΑ);	Ναι, φυσικά.	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι

4. Θα ήσασταν θετικοί στη συμμετοχή αν γινόταν ένα πρόγραμμα πολιτιστικού τουρισμού όπου να περιλαμβάνει το μουσείο αλλά και άλλους χώρους του Δήμου όπως τα υπόλοιπα μουσεία της Βέροιας;	<i>Ναι φυσικά</i>	<i>Ναι</i>	<i>Ναι, για να γίνει αυτό θα πρέπει να υπάρχει αίτημα από το Δήμο στα μουσεία, που να θέλει να κάνει μία ιστοσελίδα Πολιτιστικού Τουρισμού και να τα συμπεριλάβει ρωτώντας τη γνώμη του κάθε μουσείου</i>	<i>Ναι</i>	<i>Ναι απόλυτα θετικοί</i>
5. Πόση επισκεψιμότητα έχει το μουσείο;	<i>Περίπου χίλια άτομα την ημέρα</i>	<i>Έχει αρκετή, γιατί έρχονται επισκέπτες μετά την επίσκεψη στο μουσείο Βεργίνας, έχει ενιαίο εισιτήριο μαζί και με το Βυζαντινό μουσείο και επειδή είμαστε ανοιχτά πολλές ώρες</i>	<i>Δεν το ξέρω αυτό θα πρέπει να δω τα βιβλία</i>	<i>Φέτος χίλια πεντακόσια (1500) άτομα κυρίως μαθητές από σχολεία. Πέρσι περίπου ο ίδιος αριθμός από οργανωμένες εκπαιδευτικές εκδρομές σχολείων από Μακεδονία, Ήπειρο, δύο από Πελοπόννησο και ένα ιδιωτικό σχολείο από Αθήνα που ήρθε στα πλαίσια της λευκής εβδομάδας στο Βέρμιο</i>	<i>Πεντακόσια με εφτακόσια άτομα</i>

				και το Σέλι	
6.Υπάρχει πωλητήριο;	Ναι	Ναι	Υπάρχει πωλητήριο, αλλά είναι κλειστό, δεν υπάρχει υπάλληλος για να το ανοίξει, υπάρχει γενικότερη έλλειψη προσωπικού στο μουσείο.	Δεν το είδαν ως κάτι που θα αποφέρει κέρδος. Ιδρύθηκε από 4.500 βιβλία και αρχικά βασίστηκε στα εκθέματα του Χρήστου Τσολάκη, ακόμα και σήμερα η γυναίκα του έχει την προσωπική της συλλογή με βιβλία	Όχι
7. Έχεται διεξάγει ερωτηματολόγια κοινού;	Ναι	Όσο εργάζομαι εδώ όχι, παλιότερα δεν ξέρω	Όχι	Όχι	Όχι
8.Υπάρχουν έσοδα, δωρεές από «Φίλοι Μουσείου»;	Δεν υπάρχουν «Φίλοι Μουσείου»	Όχι	Όχι	Όχι έσοδα οικονομικά, αλλά υπάρχουν δωρεές υλικού.	Δωρεές απλού κόσμου μόνο για εκθέματα προσωπικά σ' εμένα, δεν επιτρέπω χρηματικά.
9. Υπάρχει κυλικείο;	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι, αν και θα έπρεπε καθώς βρίσκεται εκτός πόλεως.	Όχι

ΠΗΓΗ: (Ιδία Επεξεργασία)

Πίνακας 4: Ανάλυση SWOT Μουσείου Βασιλικών Τάφων των Αιγών

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ
<ul style="list-style-type: none"> • Σχετικά καινούριο μουσείο (1993) • Παγκόσμια αναγνωρισιμότητα του μουσείου λόγω του τάφου του Φιλίππου Β΄, πατέρα του Μ. Αλεξάνδρου • Πωλητήριο • Κυλικείο • Δυνατή η πρόσβαση σε ΑΜΕΑ • Επισκεψιμότητα όλο το χρόνο • Διευρυμένο ωράριο λειτουργίας • Δίκτυο μουσείων με το Αρχαιολογικό και Βυζαντινό • Ενιαίο εισιτήριο με τον αρχαιολογικό χώρο των Αιγών και τα μουσεία Βυζαντινό και Αρχαιολογικό • Το ενιαίο εισιτήριο προσφέρει την απεριόριστη επισκεψιμότητα μέσα σε μία εβδομάδα • Επίσημη διαδικτυακή ιστοσελίδα σε Ελληνικά και Αγγλικά • Εκπαιδευτικά προγράμματα για παιδιά • Συμμετοχή σε Πράσινες πολιτιστικές διαδρομές στις αρχές Ιουνίου • Φεστιβάλ «Βέροια Εύηχη Πόλη» στα τέλη Ιουνίου • Δράση για ενήλικες και παιδιά, επισκέπτες και εργαζόμενοι κατά τη Διεθνή Ημέρα Μουσείων • Συνδιοργανωτής εκθέσεων σε συνεργασία με άλλους φορείς • Σχολικά προγράμματα όπου τις 	<ul style="list-style-type: none"> • Κρατική Χρηματοδότηση • Εκπαιδευτικά προγράμματα για ενήλικες • Έλλειψη κοινού οράματος στην τοπική κοινωνία για την ανάπτυξη των μουσείων • Ψηλάφηση εκθεμάτων ειδικά σχεδιασμένα για τυφλούς, όπου είναι εφικτό • Επιγραφές σε κώδικα Μπράιγ (Braille) • Ψηφιακά μέσα στο χώρο του μουσείου • Πωλητήριο ανοιχτό σε περιορισμένες ώρες

<p>Δευτέρες το μουσείο «πηγαίνει» σε σχολεία της Βεργίνας και της Βέροιας</p> <ul style="list-style-type: none"> Υπάρχει προγραμματισμός για ψηφιακό μουσείο, αφιερωμένο στον βασιλιά των Μακεδόνων, που θα προωθεί τον διεπιστημονικό διάλογο Υπάρχει προγραμματισμός για θεσμό εκπαιδευτικής ανασκαφής και των εφαρμογών πειραματικής αρχαιολογίας – συντήρησης από φοιτητές και ερευνητές των ελληνικών και ξένων πανεπιστημίων Υπάρχει προγραμματισμός για καθιέρωση τακτικών διεθνών συνεδρίων, συμποσίων και εργαστηρίων, με στόχο να γίνει κέντρο επιστημονικού τουρισμού Ένταξη σε πρόγραμμα Συμβουλίου της Ευρώπης που υποστηρίζεται από την Ε. Ε. Διαθέσιμο διαδικτυακά εκπαιδευτικό υλικό για την προετοιμασία των μαθητών στα εκπαιδευτικά προγράμματα από τους εκπαιδευτικούς πριν και κατά τη διάρκεια του προγράμματος 9.000 μαθητές τα τελευταία τρία χρόνια για τα εκπαιδευτικά προγράμματα Νέο κτήριο Πολυκεντρικό μουσείο Εικονικό μουσείο Μέγας Αλέξανδρος 	
<p>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη ιστοσελίδας σε άλλες γλώσσες πχ. γερμανικά, γαλλικά, ρωσικά Αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, όπως είναι ξενόγλωσσες εκδόσεις στα 	<p>ΑΠΕΙΛΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> Ανταγωνισμός με αντίστοιχα μουσεία της Περιφέρειας Μακριά από την Αθήνα Έλλειψη ενδιαφέροντος προσωπικού

<p>βιβλία του πωλητηρίου</p> <ul style="list-style-type: none"> • Εστιατόριο • Δίκτυο μουσείων και για τα έξι μουσεία • Ενιαίο εισιτήριο όλων των μουσείων • Δυνατότητα έκδοσης εισιτηρίου ηλεκτρονικά (πιστωτική/χρεωστική κάρτα/PayPal) • Πολιτιστικές Εκδηλώσεις όλη τη διάρκεια του χρόνου • Προώθηση εκδηλώσεων με δημιουργικά βίντεο • Οικονομική ανάπτυξη για την περιοχή (τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός) • Δημιουργούνται θέσεις εργασίας για την πραγματοποίηση των εκδηλώσεων • Διεύρυνση γλωσσών εμφάνισης της επίσημης διαδικτυακής ιστοσελίδας • Απευθείας σύνδεση με αστικά μέσα συγκοινωνίας με την πόλη της Βέροιας • Ένταξη σε τουριστικά πακέτα της ευρύτερης περιοχής • Συνδυασμός πολιτιστικού με θρησκευτικού τουρισμού • Δημιουργία info kiosk στην πόλη της Βέροιας (Ελιά) • Συνέχιση του ανασκαφικού έργου στη περιοχή με τους τύμβους για την ανάδειξη ευρημάτων που θα εμπλουτίσουν τις προθήκες • Ανάπτυξη και ενίσχυση συνεργασίας με άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως: θρησκευτικός, 	<p>για ενημέρωση κοινού</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αίθουσα διαλέξεων
--	---

<p>ορειβατικός με σκοπό την προσέλκυση διαφόρων ομάδων τουριστών και την επιμήκυνση της παραμονής τους</p> <ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργία δικτύων και διαδρομών που να περιλαμβάνουν αρχαιολογικά μνημεία, μουσεία και αξιοθέατα του Δήμου με στόχο την ευρύτερη διάχυση της τουριστικής κίνησης • Συνεργασία με το διαπανεπιστημιακό μεταπτυχιακό πρόγραμμα Μουσειολογίας που διοργανώνει το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης και το Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας, στη Θεσσαλονίκη όπου οι εκκολαπτόμενοι μουσειολόγοι θα επισκεφτούν το μουσείο για να το μελετήσουν και στα πλαίσια εργασίας τους να οργανώσουν και να διεξάγουν ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα για ενήλικες • Συμμετοχή σε περιοδικές εκθέσεις μεγάλων μουσείων του εξωτερικού, χρησιμοποιώντας τη φήμη του μουσείου που διαθέτει έκθεμα προστατευόμενο από την UNESCO • Δημιουργία Φίλων Μουσείου 	
--	--

ΠΗΓΗ: συνέντευξη· Αιγές, 2015· Οδυσσεύς, 2012 (Ιδία Επεξεργασία)

Πίνακας 5: Ανάλυση SWOT Αρχαιολογικού Μουσείου

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ
<ul style="list-style-type: none"> • Δίκτυο μουσείων με το Βυζαντινό και Βασιλικών Τάφων των Αιγών • Ενιαίο εισιτήριο με τον αρχαιολογικό χώρο των Αιγών, τα μουσεία Βυζαντινό και Βασιλικών Τάφων των Αιγών 	<ul style="list-style-type: none"> • Κρατική Χρηματοδότηση • Συγκροτημένη και συντονισμένη προβολή μουσείου από τα διεθνή μέσα ενημέρωσης • Μικρό μουσείο • Πολλά εκθέματα εκτεθειμένα στις

<ul style="list-style-type: none"> Υπάρχει πολιτιστικός τουρισμός καθόλη τη διάρκεια του χρόνου, λόγω του δικτύου μουσείων Προβολή μουσείου από τα τοπικά μέσα ενημέρωσης Εκπαιδευτικά προγράμματα για παιδιά καθορισμένα κάθε Παρασκευή Φεστιβάλ «Βέροια Εύηχη Πόλη» στα τέλη Ιουνίου Νύχτα εγκοίμησης στο μουσείο για ενήλικες «Μία νύχτα στο μουσείο» Συνδιοργανωτής εκθέσεων σε συνεργασία με άλλους φορείς Ένταξη σε πρόγραμμα Συμβουλίου της Ευρώπης που υποστηρίζεται από την Ε. Ε. Η θέση του μουσείου εντός της πόλης Διαθεσιμότητα ελεύθερων θέσεων στάθμευσης στο δρόμο Υποδομές ΑΜΕΑ 	<p>καιρικές συνθήκες στον αυλόγυρο του μουσείου</p> <ul style="list-style-type: none"> Ψηλάφηση εκθεμάτων ειδικά σχεδιασμένα για τυφλούς, όπου είναι εφικτό Επιγραφές σε κώδικα Μπράιγ (Braille) Κυλικείο Μικρό πωλητήριο
<p>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> Πρόχειρο κτίσμα για προφύλαξη ευρημάτων από φυσικά φαινόμενα και περιπτώσεις αρχαιοκαπηλίας Ενιαίο εισιτήριο όλων των μουσείων Προώθηση εκδηλώσεων με δημιουργικά βίντεο Οικονομική ανάπτυξη για την περιοχή (τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός) Δημιουργούνται θέσεις εργασίας για την πραγματοποίηση των εκδηλώσεων Δίκτυο μουσείων και για τα έξι 	<p>ΑΠΕΙΛΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> Ανταγωνισμός με αντίστοιχα μουσεία της Περιφέρειας Έλλειψη ενδιαφέροντος προσωπικού για ενημέρωση κοινού Καταστροφή εκθεμάτων (καιρικές συνθήκες, κλέψιμο)

<p>μουσεία</p> <ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργία info kiosk στην πόλη της Βέροιας (Ελιά) • Δυνατότητα έκδοσης εισιτηρίου ηλεκτρονικά (πιστωτική/χρεωστική κάρτα/PayPal) • Δημιουργία Φίλων μουσείου 	
--	--

ΠΗΓΗ: συνέντευξη· Οδυσσεύς, 2012 (Ιδία Επεξεργασία)

Πίνακας 6: Ανάλυση SWOT Βυζαντινού Μουσείου

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ
<ul style="list-style-type: none"> • Συμμετοχή σε Πράσινες πολιτιστικές διαδρομές • Φεστιβάλ «Βέροια Εύηχη Πόλη» στα τέλη Ιουνίου • Περιοδικές εκθέσεις • Ευρύ φάσμα εκπαιδευτικών δράσεων • Σχολικά προγράμματα μουσειακής αγωγής από εκπαιδευτικούς • Ένταξη σε πρόγραμμα Συμβουλίου της Ευρώπης που υποστηρίζεται από την Ε. Ε. • 6.000 μαθητικές επισκέψεις για τα εκπαιδευτικά προγράμματα στα τελευταία τρία χρόνια • Η εννοιολογική ενότητα των εκθεμάτων • Η αφήγηση των εκθεμάτων της πολιτιστικής και πολιτισμικής ζωής της Βέροιας κατά την μακρά ιστορία του Βυζαντίου • Τοποθεσία , όπου βρίσκεται εντός της πόλης • Αίθουσα διαλέξεων • Ο βυζαντινός πολιτισμός είναι 	<ul style="list-style-type: none"> • Κλειστό πωλητήριο • Χώρο στάθμευσης • Έλλειψη προσωπικού • Κρατική Χρηματοδότηση για ομαλή λειτουργία • Συγκροτημένη και συντονισμένη προβολή μουσείου από τα πανελλαδικά και διεθνή μέσα ενημέρωσης όλο το χρόνο για τουρισμό • Κίνητρα δραστηριοτήτων • Επιγραφές σε κώδικα Μπράιγ (Braille) • Ψηφιακά μέσα στο χώρο του μουσείου • Κυλικείο

<p>η ταυτότητα της πόλης</p> <ul style="list-style-type: none"> • Σύγχρονες εγκαταστάσεις και υποδομές • Δίκτυο μουσείων με το Αρχαιολογικό και Βασιλικών Τάφων των Αιγών • Ενιαίο εισιτήριο με τον αρχαιολογικό χώρο των Αιγών, τα μουσεία Αρχαιολογικό και Βασιλικών Τάφων των Αιγών 	
<p>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κρατική Χρηματοδότηση για ενίσχυση της ομαλής λειτουργίας • Επαναλειτουργήση κυλικείου • Ενιαίο εισιτήριο όλων των μουσείων • Συνέχιση Πολιτιστικών Εκδηλώσεων • Προώθηση εκδηλώσεων με δημιουργικά βίντεο • Δημιουργούνται θέσεις εργασίας για την πραγματοποίηση των εκδηλώσεων • Οικονομική ανάπτυξη για την περιοχή (τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός) • Δημιουργία σχολής συντήρησης έργων τέχνης (αγιογραφία, ξυλογλυπτική, ψηφιδωτά) • Προσέλκυση επισκεπτών με διαφορετικά κίνητρα και ενδιαφέροντα • Δίκτυο μουσείων και για τα έξι μουσεία • Δημιουργία info kiosk στην πόλη της Βέροιας (Ελιά) • Δυνατότητα έκδοσης εισιτηρίου ηλεκτρονικά (πιστωτική/χρεωστική 	<p>ΑΠΕΙΛΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ανταγωνισμός με αντίστοιχα μεγάλα μουσεία της Περιφέρειας • Έλλειψη ενδιαφέροντος προσωπικού για ενημέρωση κοινού

<p>κάρτα/PayPal)</p> <ul style="list-style-type: none"> Δημιουργία «Φύλων Μουσείου» για δωρεές και χορηγίες 	
--	--

ΠΗΓΗ: συνέντευξη· Οδυσσεύς, 2012 (Ιδία Επεξεργασία)

Πίνακας 7: Ανάλυση SWOT Λαογραφικού Μουσείου ή αρχοντικού Σαράφογλου

<p>ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ</p> <ul style="list-style-type: none"> Αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον για το οίκημα Ιστορική αξία οικήματος Περιοδικές εκθέσεις 	<p>ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ</p> <ul style="list-style-type: none"> Είναι κλειστό Δεν έχει λειτουργήσει ποτέ Μη προβολή σε τοπικό, περιφερειακό επίπεδο Έλλειψη περιεχομένου μόνιμης έκθεσης
<p>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> Λειτουργία μουσείου Εμπλουτισμός με εκθέματα λαϊκής παράδοσης Ένταξη σε δίκτυο μουσείων Ενιαίο εισιτήριο όλων των μουσείων Δημιουργία θέσεων εργασίας για την στελέχωση με ικανούς ανθρώπους να κινητοποιήσουν ομάδες και τοπικούς φορείς Ανάπτυξη για την περιοχή (τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός) Προγραμματισμένη και συνεχής συνεργασία με όλους τους τοπικούς φορείς πολιτισμού Πληροφόρηση και δημιουργία εκπαιδευτικών προγραμμάτων ιστορίας και πολιτισμού Δημιουργία info kiosk στην πόλη της Βέροιας (Ελιά) 	<p>ΑΠΕΙΛΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> Επιπτώσεις στον τοπικό πολιτισμό Κρατική χρηματοδότηση Αφανισμός στις παραδοσιακές λαϊκές ρίζες Εφησυχασμός των αρμόδιων φορέων

ΠΗΓΗ: συνέντευξη· Οδυσσεύς, 2012 (Ιδία Επεξεργασία)

Πίνακας 8: Ανάλυση SWOT Εθνικού Μουσείου Εκπαίδευσης

<p>ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Δωρεάν είσοδος • Δωρεάν ξενάγηση • Θέση και περιβάλλον • Διαθεσιμότητα χώρου στάθμευσης • Η μοναδικότητα του περιεχομένου του μουσείου για την ευρύτερη περιοχή της Βόρειας Ελλάδας • Ενημερωμένος υπάλληλος • Προβλεβόμενο σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο • Δωρητές εκθεμάτων 	<p>ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ωράριο λειτουργίας • Έλλειψη πωλητηρίου • Κρατική Χρηματοδότηση • Περιοδικές εκθέσεις • Προβλεβόμενο σε πανελλαδικό επίπεδο • Προβολή για τουρισμό όλο το χρόνο • Ψηφιακά μέσα στο χώρο του μουσείου • Δεν έχει κυλικείο, αναψυκτήριο, μολονότι βρίσκεται εκτός κατοικημένης περιοχής
<p>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Διευθέτηση τακτικού ωραρίου λειτουργίας • Ένταξη εκπαιδευτικών προγραμμάτων για παιδιά και ενήλικες • Δημιουργία καφετέριας • Δημιουργία πωλητηρίου • Δίκτυο μουσείων και για τα έξι μουσεία • Ενιαίο εισιτήριο όλων των μουσείων • Πολιτιστικές Εκδηλώσεις • Προώθηση εκδηλώσεων με δημιουργικά βίντεο • Συντονισμένη συνεργασία με όλους τους εμπλεκόμενους με τον τουρισμό φορείς (Τοπική Αυτοδιοίκηση, τοπικές επιχειρήσεις, πολιτιστικά ιδρύματα) • Πληροφόρηση και ψυχαγωγία 	<p>ΑΠΕΙΛΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κίνητρα χορηγίας • Δραστηριότητες για διεκδίκηση πόρων • Έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού τουριστικής ανάπτυξης • Προσέλευση επισκεπτών

<p>των επισκεπτών</p> <ul style="list-style-type: none"> Οικονομική ανάπτυξη για την περιοχή (τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός) Δημιουργούνται θέσεις εργασίας για την πραγματοποίηση των εκδηλώσεων Δημιουργία info kiosk στην πόλη της Βέροιας (Ελιά) 	
---	--

ΠΗΓΗ: συνέντευξη (Ιδία Επεξεργασία)

Πίνακας 9: Ανάλυση SWOT Βλαχογιάννιου Μουσείου Μακεδονικού Αγώνα

<p>ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ</p> <ul style="list-style-type: none"> Δωρεάν είσοδο Δωρεάν ξενάγηση σε όλους Ύπαρξη διαδικτυακής ιστοσελίδας Δωρητές εκθεμάτων Διάθεση για συνεργασία με άλλα μουσεία Συνεργασία ανταλλαγής εκθεμάτων και με χώρες του Μακεδονικού Αγώνα Οικονομική στήριξη Μητρόπολης 	<p>ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ</p> <ul style="list-style-type: none"> Λειτουργεί σχεδόν όλες τις ημέρες μόνο πρωί Προβολή μουσείου Περιοδικές εκθέσεις Μικρός αριθμός επισκεπτών Κυλικείο Ψηφιακά μέσα στο χώρο του μουσείου
<p>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> Δίκτυο μουσείων και για τα έξι μουσεία Ενιαίο εισιτήριο όλων των μουσείων Ένταξη εκπαιδευτικών προγραμμάτων για παιδιά και ενήλικες Πολιτιστικές Εκδηλώσεις Προώθηση εκδηλώσεων με δημιουργικά βίντεο Ανάπτυξη (τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός) 	<p>ΑΠΕΙΛΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> Προσυνεννόηση για επίσκεψη το Σαββατοκύριακο Η μη ενσωμάτωσή του σε κρατικό φορέα πολιτισμού Χορηγίες

<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργούνται θέσεις εργασίας για την πραγματοποίηση των εκδηλώσεων • Δημιουργία info kiosk στην πόλη της Βέροιας (Ελιά) 	
--	--

ΠΗΓΗ: συνέντευξη· Οδυσσεύς, 2012 (Ιδία Επεξεργασία)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Στην ανάπτυξη της παρούσας διπλωματικής εργασίας παρουσιάστηκε η έννοια πολιτισμός που είναι ένας τρόπος ζωής, μία πλατιά έννοια που αναφέρεται στη συμπεριφορά του ανθρώπου, της κοινωνίας απέναντι στον συνάνθρωπο και τις δημιουργίες του και απέναντι στη φύση. Πολιτισμός είναι η συντήρηση του παρελθόντος και η πηγή έμπνευσης για δημιουργία του μέλλοντος.

Από το κεφάλαιο περί τουρισμού προκύπτει πως ο τουρισμός είναι μία αμοιβαία επενέργεια μεταξύ χώρων προορισμού και επισκεπτών. Οι ορισμοί που διατυπώνουν τον τουρισμό ανέρχονται στον αριθμό εκατόν – πενήντα εξαιτίας του πολυδιάστατου τουριστικού πεδίου.

Οι επενδύσεις στον τουρισμό έχουν ανταποδοτικό χαρακτήρα, καθώς δημιουργούνται κίνητρα για προσέλκυση τουριστών, καταναλωτές τουριστικών προϊόντων που αποφέρουν οικονομική ανάπτυξη. Τουριστικές βιομηχανίες χρησιμοποιούν πολιτική στρατηγική τουρισμού προκειμένου να πετύχουν και να αξιοποιήσουν τους οικονομικούς πόρους του τουρισμού. Το κίνητρο των τουριστών, ο τόπος και οι ενεργητικές δραστηριότητες, καθορίζουν τη μορφή του εναλλακτικού τουρισμού.

Στη συνέχεια παρουσιάστηκε διεξοδικά η έννοια του πολιτιστικού τουρισμού, που είναι μία μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Οι όροι πολιτισμός και τουρισμός συνδέονται και δημιουργούν τον πολιτιστικό τουρισμό, μία από τις ειδικές, εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αναμφίβολα, ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να είναι ένας σημαντικός λόγος για την πραγματοποίηση ταξιδιών, ακόμη και ο μοναδικός, για την ανακάλυψη νέων προορισμών και επισκέψεων σε μουσεία, μνημεία καθώς και πολιτιστικούς χώρους.

Ο πολιτιστικός τουρισμός ωφελεί σημαντικά κάθε πολιτισμό και συνεπώς κάθε έθνος-κράτος είναι σκόπιμο να συμμετέχει σε οργανισμούς, όπως είναι η UNESCO, και να φροντίζει για την πολιτιστική του ταυτότητα. Ο πολιτιστικός τουρισμός, αρχικά προνόμιο της κοινωνικής ελίτ, έχει πλέον διευρυνθεί και μεταξύ των λαϊκών στρωμάτων της κοινωνίας, μόνο που αυτό γίνεται μάλλον περιστασιακά και επιφανειακά, αφού σκοπός του τουρισμού εκ μέρους τους είναι συνήθως η αναψυχή και η διέξοδος από τη ρουτίνα της καθημερινότητας.

Η αξιοποίηση μνημείων από κρατικούς φορείς, με χρηματοδότηση σε συνεργασία και με ιδιώτες, είναι ένας βασικός παράγοντας ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού. Η ανέλιξη του πολιτιστικού τουρισμού έδωσε το έναυσμα για να αναπτυχθεί, γρήγορα μάλιστα, η πολιτιστική βιομηχανία. Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου καθώς και η πρόοδος νέων τεχνολογιών και της βιομηχανίας, είχε ως άμεσο αποτέλεσμα την αύξηση του ελεύθερου χρόνου του ανθρώπινου δυναμικού. Τα ΜΜΕ, η τηλεόραση, ο έντυπος τύπος και το διαδίκτυο ανέλαβαν την παρουσίαση και την προβολή των αξιοθέατων σε παγκόσμιο επίπεδο. Ο πολιτιστικός τουρισμός και κάθε είδος εναλλακτικού τουρισμού, είναι, τρόπον τινά, ένα προσωπικό επίτευγμα, ένα σύμβολο γοήτρου για κάθε επιτυχημένο άνθρωπο, που για να το ζήσει ταξιδεύει πολλές φορές εντός κι εκτός της χώρας, μακριά από τον καθημερινό τόπο κατοικίας. Για το σκοπό αυτό, οι επισκέπτες, τουρίστες ξοδεύουν περισσότερα χρήματα από ότι συνέβαινε στο παρελθόν. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της προσωπικής και τοπικής οικονομίας, καθώς και τη συμμετοχή των κατοίκων στην προσφορά υπηρεσιών και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Επιχειρήσεις επενδύουν σε πολιτιστικά αξιοθέατα και δραστηριότητες με στόχο την προσέλκυση τουριστών στους οποίους προτείνουν δελεαστικά πακέτα για να παρατείνουν τον χρόνο διαμονής τους. Το γεγονός αυτό όμως έχει και αρνητικές συνέπειες στους κατοίκους των μικρών, τοπικών κοινωνιών, οι οποίοι δοκιμάζουν την αγωνία να διατηρήσουν τα πολιτιστικά τους στοιχεία αλώβητα από τους τουρίστες, που φέρνουν μαζί τους το δικό τους πολιτισμό. Παρόλα αυτά, χάρη στην πεποίθηση ότι τα οφέλη από τον τουρισμό είναι περισσότερα από το κόστος της εμπορευματοποίησής του, επενδύουν εν τέλει σ' αυτόν.

- Πολιτιστικοί τουρίστες σημαίνει αυξημένο εκπαιδευτικό και βιοτικό επίπεδο τουριστών
- Η πολιτιστική κληρονομιά αφορμή για πολιτιστικούς τουρίστες ενός τόπου, μίας χώρας
- Η ταυτότητα του τουριστικού προορισμού είναι πόλος έλξης των τουριστών και βάση οικονομικής τουριστικής ανάπτυξης
- Η συγκροτημένη και συντονισμένη προβολή αυθεντικών χώρων, αποτελεί κίνητρο και πόλο έλξης πολιτιστικών τουριστών
- Η συμπεριφορά των τουριστών επηρεάζει και επηρεάζεται στους τουριστικούς χώρους των διακοπών

- Η ανάπτυξη της τεχνολογίας συνετέλεσε στη διαφοροποίηση της τουριστικής κατανάλωσης
- Δημιουργούνται νέα πρότυπα πολιτιστικής κουλτούρας
- Για την εξασφάλιση της αειφόρου πολιτιστικής κληρονομιάς, είναι αναγκαία η πολιτιστική στρατηγική *μάρκετινγκ τουρισμού*
- Ο βιωματικός πολιτιστικός τουρισμός επιφέρει ποιότητα ζωής. Αναδεικνύει και αξιοποιεί τους πολιτιστικούς πόρους της περιοχής στην οποία αναπτύσσεται.

Η βιβλιογραφία συνεχώς εμπλουτίζει το περιεχόμενο της έννοιας της πολιτιστικής κληρονομιάς. Κατηγοριοποιείται σύμφωνα με το είδος των μνημείων που εκπροσωπεί σε ακίνητα και κινητά αγαθά. Η ανάγκη προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς δημιούργησε οργανισμούς για το σκοπό αυτό. Έχουν καταγραφεί διεθνώς δέκα οργανισμοί με αξιολογότερη την UNESCO. Η δράση της είναι κυρίως πολιτική. Επιβάλλει μέτρα προστασίας των πολιτιστικών αγαθών α) αναγνωρισιμότητα των μουσείων β) εθνική κυριαρχία και γ) δικαιώματα κληρονομιάς. Προωθεί κώδικες δεοντολογίας για την συμπεριφορά κοινωνικών και επιστημονικών φορέων ως και απλών πολιτών απέναντι στα πολιτιστικά αγαθά. Η συνεργασία ανθρώπου και φύσης δημιουργεί πολιτιστικά αξιοθέατα και εγείρει το προσωπικό πολιτιστικό ενδιαφέρον, βασικό κίνητρο για πολιτιστικό τουρισμό. Οι συμβάσεις που υπογράφονται από τα κράτη – μέλη της UNESCO εμπλουτίζουν το περιεχόμενό τους κάθε φορά με νόμους που προασπίζουν την πολιτιστική και πολιτισμική κληρονομιά σε παγκόσμιο επίπεδο. Η Διεθνής Χάρτα έχει ανάλογο ρόλο με την UNESCO κι επιπλέον ενισχύει την προβολή και τις δραστηριότητες της πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω της τουριστικής βιομηχανίας. Πολιτιστική βιομηχανία και τουρισμός έχουν άμεση σχέση που παρουσιάζει ζωηρό ενδιαφέρον. Η ενίσχυση του πολιτισμού αποφέρει οικονομικά τουριστικά οφέλη. Πολιτικές και τοπικές αποφάσεις της πολιτιστικής κληρονομιάς επηρεάζουν ταυτόχρονα τη συντήρηση, την ανάδειξη και την βιωσιμότητα της και η καθιέρωση της παγκόσμιας ημέρας μνημείων και χώρων από την ICOMOS, είναι για να αφυπνίσει τις τοπικές κοινωνίες σε παγκόσμιο επίπεδο, να προστατέψουν την πολιτιστική και φυσική κληρονομιά από τους ιδίους, από τυχόν παρεμβάσεις τους με απώτερο σκοπό το προσωπικό όφελός τους.

Ο σύγχρονος ορισμός του μουσείου μεταλλάσσεται, καθώς επαναπροσδιορίζεται η ταυτότητά του και ο ρόλος του στην κοινωνία σήμερα, εξαιτίας της τεχνολογικής ανάπτυξης, της οικονομίας και της πολιτικής μιας κοινωνίας. Το

γεγονός παραμένει ότι, σε όλες τις κοινωνίες, το μουσείο εμφανίζεται ως χώρος προσβάσιμος σε ανθρώπους ανεξαρτήτως ηλικίας και σ' όλη τη διάρκεια της ζωής τους, κατά τη βούληση και την επιθυμία τους. Στη σημερινή εποχή, τα μουσεία σε παγκόσμιο επίπεδο έχουν προσπαθήσει να επαναπροσδιορίσουν την ιδιότητα και το ρόλο τους και να προσφέρουν στο κοινό μια άρτια επιλογή για την αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου μας.

Τα μουσεία είναι πολιτιστικά ιδρύματα μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα που κύριο μέλημά τους είναι να βρίσκονται στην υπηρεσία της κοινωνίας, ανοιχτά στο κοινό, να συγκεντρώνουν, να φυλάτουν, να προβάλλουν και να ερευνούν τα υλικά τεκμήρια του ανθρώπου και του περιβάλλοντός του, με απώτερο στόχο την παιδεία, τη μελέτη, την καλλιέργεια και την ψυχαγωγία του.

Ο αριθμός και η λειτουργία των μουσείων σε μία χώρα, αντανακλά τον κοινωνικό, πολιτιστικό και πολιτισμικό της πολιτισμό. Ένα μουσείο θα πρέπει να λειτουργεί δίνοντας έμφαση στην πολιτισμική αξία του, παράγοντας και εξασφαλίζοντας στις τωρινές και μελλοντικές γενιές πολιτισμικές εμπειρίες. Προϋπόθεση για να πετύχει ο στόχος αυτός είναι το πολιτικό και οργανωτικό πλαίσιο της δημόσιας διοίκησης, το ΥΠΠΟ, στου οποίου την αρμοδιότητα υπάγεται η λειτουργία του μουσείου, να αναδείξει και να προβάλλει τις πολιτιστικές υποδομές της πολιτιστικής κληρονομιάς. Τον πυρήνα της αειφόρου ανάπτυξης των μουσείων αποτελούν οι νέες τεχνολογίες και οι μουσειακές και πολιτιστικές τουριστικές δραστηριότητες που έχουν αλλάξει τα πρότυπα της τουριστικής κατανάλωσης. Ο πολιτιστικός τουρισμός με αφετηρία τις επισκέψεις στα μουσεία είναι δεδομένο να είναι άμεσα συνδεδεμένος με την πολιτιστική κληρονομιά, την κουλτούρα και τον τρόπο ζωής μίας τοπικής κοινωνίας. Ερευνητές του πολιτιστικού τουρισμού συμπέραναν τις διαφοροποιήσεις των πολιτιστικών τουριστών στη σύγχρονη κοινωνία της παγκοσμιοποίησης του τουριστικού πολιτισμού. Τα μουσεία διατηρούν την κληρονομιά του έθνους και του κόσμου.

Ένας υγιής ανταγωνισμός γεννάται ανάμεσα στα μουσεία στην προσπάθειά τους να αναδείξουν νέες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, προσφέροντας νέα προϊόντα ελκυστικά και σύγχρονα με το νέο τρόπο ζωής. Η προσέλκυση επισκεπτών έχει διαπιστωθεί πως έφερε στα μουσεία αξιολογή αύξηση του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος. Η θετική αυτή εξέλιξη της οικονομίας είχε τις επιπτώσεις της στην ενίσχυση της τοπικής ανάπτυξης. Δημιουργήθηκαν νέες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε

προγράμματα και επαγγέλματα που οι παρεχόμενες υπηρεσίες τους στους τουρίστες ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις τους και εκτιμώνται για μελλοντικές επισκέψεις. Η πληροφορική είναι ένα μέσο στην υπηρεσία των μουσείων και του πολιτιστικού τουρισμού που οι εφαρμογές της στις σύγχρονες μεθόδους διαχείρισης και μάρκετινγκ των μουσείων έφερε νέες θέσεις εργασίας εξειδικευμένου προσωπικού. Παρόλα αυτά η συστηματική και συντονισμένη συνεργασία των μουσείων με όλους τους εμπλεκόμενους με τον τουρισμό φορείς, όπως για παράδειγμα η τοπική αυτοδιοίκηση, οι τοπικές επιχειρήσεις, τα πολιτιστικά ιδρύματα είναι αυτή που προσελκύει τουρίστες, αναβαθμίζει, αναπλάθει, συγκροτεί με στατιστικά δεδομένα την τοπική οικονομία των τοποθεσιών και χωρών όπου βρίσκονται αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία και πολιτιστικά αξιοθέατα.

Τα μουσειακά δίκτυα θεσπίστηκαν σε πολλά αστικά κέντρα με σκοπό την προώθηση των αναπτυξιακών τους προγραμμάτων. Οι πολιτιστικές βιομηχανίες, με την ευρεία έννοια του όρου, καθορίζουν το συγκεντρωτικό και ρυθμιστικό χαρακτήρα τους, στην πολιτιστική και αστική ανάπτυξη. Ακόμη, φιλοδοξούν να διαμορφώσουν και να ασκήσουν πολιτική στρατηγική με απώτερο σκοπό την χωροταξική, κοινωνική, πολιτιστική και οικονομική ανάπτυξη βασισμένη στην προσέλκυση επισκεπτών. Λειτουργούν παγκοσμίως με βάση την χωροταξική τους θέση ή ακόμη βάσει της θεματικής τους διαδρομής. Έτσι διαχωρίστηκαν τα μουσεία και τα δίκτυα σε Συνοικίες μουσείων και Διαδρομές μουσείων. Η δημιουργία των Συνοικιών προσδίδει την πολιτιστική ταυτότητα μίας περιοχής. Η αμοιβαία αλληλεπίδραση μουσείου και πόλης επηρεάζει την οικονομία και τη συνοχή της πόλης, ενισχύοντας την επισκεψιμότητα με δραστηριότητες όπως η διοργάνωση φεστιβάλ. Τα πιο γνωστά δίκτυα μουσείων συναντά κανείς σε ευρωπαϊκές πόλεις και στην Νέα Υόρκη. Η χωροταξική τους διάταξη σε ένα οδικό άξονα δημιούργησε τον Άξονα Μουσείων με πιο γνωστό αυτόν της 5^{ης} Λεωφόρου στη Νέα Υόρκη. Πολλές φορές τα μουσεία είναι διάσπαρτα σε μία ευρύτερη περιοχή, οπότε οι προτεινόμενες διαδρομές έχουν ενοποιητικό χαρακτήρα σε ένα δίκτυο.

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα των μουσείων κατοχυρώνουν την πολιτιστική τους ταυτότητα. Συμμετέχουν σ' αυτά καλλιτεχνικοί οργανισμοί, οργανώσεις τέχνης και σχολεία. Κύριο έργο τους είναι ο σχεδιασμός και η παρουσίαση νέων προκλήσεων για μάθηση, προκειμένου να προσελκύσουν επισκέπτες. Η λειτουργία της μουσειακής εκπαίδευσης δίνει την ευκαιρία στους ενήλικες για την εξειδικευμένη μάθηση με τη

χρήση νέων τεχνολογιών. Όταν τα μουσεία και η επιστημονική εκπαίδευση συνεργάζονται και σε θέματα εκτός της παραδοσιακής μορφής του μουσείου, τότε έχουμε τον επαναπροσδιορισμό της επιστήμης.

Η εξέλιξη κάθε μουσείου αποτελεί ουσιαστικό παράγοντα για την ανάπτυξή του, ως οργανισμού. Η εξέλιξη αυτή μεταλλάσσει την παρούσα μορφή του σε ένα χώρο που έχει ανάγκη από ανανέωση, των χώρων των μουσείων. Θα πρέπει να κατανοήσουν οι αρμόδιοι πως οι μάνατζερ είναι αναγκαίοι και χρήσιμοι εξίσου με τους αρχαιολόγους.

Το ειδοποιό γνώρισμα των πολιτιστικών τουριστών είναι η καλλιέργεια του τουριστικού πολιτιστικού επιπέδου που διαθέτουν, ο χρόνος και η οικονομική ευχέρεια προκειμένου να καλύψουν την εσωτερική τους ανάγκη για εκπαίδευση πολιτιστικής κληρονομιάς του τόπου προορισμού συνδυάζοντας αναψυχή ειδικών δραστηριοτήτων και ξεκούραση.

Η διαφορά από τα άλλα είδη εναλλακτικού τουρισμού έγκειται στο ότι δεν είναι ευκαιριακός τουρισμός. Ο πολιτιστικός τουρίστας θα αναζητήσει πληροφορίες εκ των προτέρων γι' αυτό που επιθυμεί και θα επιδιώξει να το γνωρίσει από κοντά. Αφιερώνει γι' αυτό χρόνο και δαπανά χρήματα για ν' αποκτήσει μία ολοκληρωμένη άποψη επιτόπου. Το πολιτιστικό περιβάλλον θα εκτιμηθεί από τον πολιτιστικό τουρίστα και με τη ποιότητα των υπηρεσιών που θα του παράσχουν οι τοπικοί πολιτιστικοί φορείς. Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού φέρνει την αύξηση του εισοδήματος του τόπου, νέες θέσεις εργασίας και αφύπνιση της αίσθησης της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς. Ο ενημερωμένος πολιτιστικός τουρίστας είναι ο καλλίτερος πρεσβευτής της προώθησης του πολιτιστικού τουρισμού.

Στη μελέτη περιπτώσεών μου το μουσείο Βασιλικών Τάφων των Αιγών είναι πόλος έλξης πολιτιστικών τουριστών, επειδή συμπεριλαμβάνεται στα Ελληνικά μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς, προστατευόμενο από την UNESCO και επικεντρώνει το ενδιαφέρον διεθνούς επιστημονικής έρευνας. Σύμφωνα με τη συνέντευξη που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της έρευνας διαπιστώθηκε ότι το σχετικά καινούριο μουσείο (1993) που κατέχει παγκόσμια αναγνωρισιμότητα εξαιτίας του τάφου του Φιλίππου Β', πατέρα του Μεγάλου Αλεξάνδρου, έχει επισκεψιμότητα όλο το χρόνο. Συμμετέχει σε Πράσινες πολιτιστικές διαδρομές και φεστιβάλ, όπως είναι «Βέροια Εύηχη πόλη». Προγραμματίζει εκπαιδευτικά προγράμματα για παιδιά της περιφέρειας και δη τη Διεθνή Ημέρα Μουσείων για όλους τους επισκέπτες. Είναι

κέντρο πολιτιστικού τουρισμού και ελκύει τον πολιτιστικό τουρίστα αφού η ύπαρξη του, από τους χρόνους της γέννησής του, επιβεβαιώνει τον αρχαίο – ελληνικό πολιτισμό.

Το Αρχαιολογικό μουσείο της Βέροιας κεντρίζει το ενδιαφέρον του πολιτιστικού τουρίστα εξαιτίας των εκθεμάτων και δη της επιγραφής με το Γυμνασιακό Νόμο της Βέροιας. Ένα σημαντικό στοιχείο έρευνας για τους επιστήμονες και τους πολιτιστικούς τουρίστες. Η συνεργασία του με το μουσείο των Βασιλικών Τάφων των Αιγών και το Βυζαντινό σε εκπαιδευτικά προγράμματα, εκθέσεις, φεστιβάλ της πόλης και δράσεις όπως «Μία νύχτα στο μουσείο», καταγράφονται στις θετικές δράσεις του μουσείου για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού.

Οι δραστηριότητες του Βυζαντινού μουσείου εντάσσονται στο τοπικό σύμπλεγμα του πολιτιστικού δικτύου των μουσείων Αιγών και Αρχαιολογικού, ενισχύοντας τον πολιτιστικό τουρισμό και οι πανελλήνιες επικοινωνιακές δράσεις του, δίνουν αφορμή για νέες δράσεις και ευκαιρίες για μάθηση και ψυχαγωγία. Τα ενημερωτικά φυλλάδια που διατίθενται σε όλα τα ξενοδοχεία της Θεσσαλονίκης και της πόλης της Βέροιας που μάλιστα ανατροφοδοτούνται συνεχώς, όπως διατυπώθηκε στη συνέντευξη, αποτελούν μία θετική ενέργεια για την προβολή των μουσείων και την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στην περιοχή. Μία από τις τοπικές εκδηλώσεις όπου το μουσείο συμμετέχει με τους αρχαιολόγους του σε επιστημονικές ομιλίες και συνέδρια είναι τα Παύλια, που γίνεται προς τιμήν του Αποστόλου Παύλου, τον κύρηκα των εθνών.

Το Λαογραφικό να τεθεί σε λειτουργία και να εκθέσει ο τι εκπροσωπεί την παράδοση, όπως είναι οι τοπικές ενδυμασίες και χρηστικά είδη, από αγροτικές δραστηριότητες, οικοτεχνίες της περιοχής κ.ά..

Το Εθνικό Μουσείο Εκπαίδευσης παρουσιάζει εθνικό πολιτιστικό ενδιαφέρον της Νεότερης Ιστορίας της εκπαίδευσης, από όπου πήρε και το όνομά του. Η επισκεψιμότητα του από οργανωμένα γκρουπ και δη σχολείων δίνει την ευκαιρία να μάθουν τα παιδιά την πορεία της εκπαίδευσης στην Ελλάδα.

Το Βλαχογιάννειο Μουσείο Μακεδονικού Αγώνα, εισάγει τον επισκέπτη πολιτιστικό τουρίστα στο πνεύμα της δωρεάς, του εθνικού ευεργέτη και στο πνεύμα της ιστορίας, της αυτοθυσίας για την πατρίδα. Τα εκθέματα αφορούν κυρίως τον Μακεδονικό Αγώνα και τους αγώνες της Νεότερης Ιστορίας του Έθνους. Για τους επισκέπτες το μουσείο αποτελεί ένα χώρο φόρου τιμής, θαυμασμού και εθνικής

υπερηφάνειας. Είναι θετικά στοιχεία του Βλαχογιάννειου μουσείου Μακεδονικού Αγώνα η δωρεάν είσοδος, δωρεάν ξενάγηση και ύπαρξη ιστοσελίδας, όταν μάλιστα οι περισσότεροι επισκέπτες είναι από σχολεία. Ο θαυμασμός για τα εκθέματα, η υπερηφάνεια που νιώθουν για τους προγόνους και η σιγή που ακολουθεί είναι πολιτισμός και φόρος τιμής στους αγωνιστές του Μακεδονικού Αγώνα. Το μουσείο χρησιμοποιεί βέβαια τα τοπικά ΜΜΕ για την προβολή του. Θα πρέπει όμως για να έχει την ευκαιρία να παρουσιάζει πολιτιστικές εκδηλώσεις και δράσεις οικονομικής ανάπτυξης (πολιτιστικός τουρισμός) να έχει την στήριξη, χρηματοδότηση και του Κράτους κι όχι μόνο της Μητρόπολης. Οι προσπάθειες συνεργασίας για ανταλλαγή εκθεμάτων με χώρες που πήραν μέρος στο Μακεδονικό Αγώνα, θα πρέπει να συνεχιστούν. Στον τομέα αυτό θα πρέπει να υπάρξει η συνεργασία και άλλων δημόσιων φορέων με υπηρεσίες επικοινωνίας. Ακόμη, απαιτείται η δημιουργία τμήματος πωλητηρίου, με αντίγραφα των εκθεμάτων του μουσείου και της πόλης της Βέροιας. Η δημιουργία ενός τέτοιου τμήματος θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας και ευκαιρία να αναζωπυρωθούν επαγγέλματα σχετικά με την παραγωγή εκθεμάτων από τοπικά εργαστήρια. Προοπτική όλων των παραπάνω είναι η αύξηση της οικονομίας.

Ένα αρνητικό σημείο του μουσείου είναι η λειτουργία του μόνο τις πρωινές ώρες. Προτείνεται το διευρυνόμενο ωράριο λειτουργίας που θα φέρει περισσότερους επισκέπτες και το πρόγραμμα διαδρομές του μουσείου ή ένα ολοκληρωμένο δίκτυο μουσείων του Δήμου για να λαμβάνονται εφαρμόσιμες αποφάσεις για όλα τα μουσεία.

Ο Δήμος της Βέροιας διαθέτει πολιτιστικούς πόρους του τουρισμού το δίκτυο μουσείων (Αιγών, Αρχαιολογικό, Βυζαντινό). Στο δίκτυο αυτό είναι σκόπιμο να ενταχθούν και τα άλλα μουσεία που υπάρχουν στο Δήμο (Λαογραφικό ή αρχοντικό Σαράφογλου, Εθνικό μουσείο Εκπαίδευσης και Βλαχογιάνναιο μουσείο Μακεδονικού Αγώνα) και να πραγματοποιηθεί πολιτιστική δικτύωση αλλά και οδική αστική με μέσα μαζικής μεταφοράς. Απόρροια του συμπλέγματος αυτού θα είναι η προσέλκυση επισκεπτών και η ωφέλεια για τον πολιτιστικό τουρίστα όπου θα γνωρίσει την ιστορία, τον πολιτισμό του τόπου από την προϊστορική εποχή (Αρχαιολογικό, Αιγών) μέχρι και τα νεότερα χρόνια (Βυζαντινό, Εθνικό Μουσείο Εκπαίδευσης, Βλαχογιάνναιο μουσείο Μακεδονικού Αγώνα, Λαογραφικό).

Με τη χρήση λογαριασμών σε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα μουσεία θα καταφέρουν να ανοίξουν διάλογο με το κοινό. Ένα μουσείο μετριέται στη συμβολή του στον πολιτιστικό τουρισμό μέσα από τους οικονομικούς πόρους, το εκπαιδευτικό

του έργου στο κοινό, τα εκπαιδευτικά προγράμματα για παιδιά και ενήλικες αλλά και από τη συμβολή του στην έρευνα για τους επιστήμονες του είδους.

Το συγκεκριμένο δίκτυο με συντονιστή το Δήμο και τη συνεργασία του με άλλους πόρους εναλλακτικού τουρισμού όπως είναι ο θρησκευτικός (Βήμα του Αποστόλου Παύλου, Άγιος Αντώνιος, Παναγία Σουμελά, Ιερά Μονή Τιμίου Προδρόμου, Ιερά Μονή Παναγίας Δοβρά), ιστορικές συνοικίες (Κυριώτισσας και Μπαρμπούτας), μνημεία (Οθωμανικά, Μεντερσέ Τζαμί, Ορτά Τζαμί, δίδυμοι λουτρώνες) και Βυζαντινοί ναοί και Μεταβυζαντινοί, θα επιφέρει αύξηση του πολιτιστικού και θρησκευτικού τουρισμού.

Η προγραμματισμένη και ανελλιπής συνεργασία αυτή φυσικά θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει και όλους τους φορείς που εμπλέκονται στον τουρισμό (ξενοδοχεία, εστιατόρια, καφετέριες, κέντρα ψυχαγωγίας), υπηρεσίες, όπως info kiosk σε κεντρικά σημεία της πόλης (Ελιά, πλατεία Ωρολογίου ή Ρακτιβάν, πλατεία Αγίου Αντωνίου) και οπωσδήποτε στους χώρους των μουσείων και στο χιονοδρομικό κέντρο Σέλι. Με την υλοποίηση των προτάσεων θα υπάρξει βελτίωση της τουριστικής εικόνας της περιοχής και του τοπικού πολιτιστικού προϊόντος και ακόμη τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, την αύξηση του βιωτικού επιπέδου και του ακαθάριστου φορολογικού εισοδήματος των κατοίκων του τόπου.

Με βάση μία τέτοια εξέλιξη θα ήταν φρόνιμο να επεκταθεί και σε ένα άλλο εναλλακτικό τουρισμό, τον χιονοδρομικό. Ήδη, όπως αναφέρθηκε από τον υπεύθυνο του μουσείου Εκπαίδευσης είχε επισκέψεις στη διάρκεια της λευκής εβδομάδας από ιδιωτικό σχολείο της Αθήνας, που είχαν στο πρόγραμμά τους το Σέλι για σκι. Οι υποδομές στο χιονοδρομικό κέντρο (ξενοδοχεία, εστιατόρια κ.ά.), καθώς και η ειδική τουριστική υποδομή με πίστες χιονοδρομίας. Η πρόσβαση στο χιονοδρομικό (με έγκαιρο εκχιονισμό) και το φυσικό περιβάλλον στο χιονοδρομικό κέντρο παρέχουν αίσθημα ασφάλειας στον τουρίστα και τον δελεάζουν να παρατείνει την παραμονή του στο χώρο, αρκεί φυσικά και το κόστος παροχής υπηρεσιών και ο ελεύθερος χρόνος του να το επιτρέπουν. Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές τουρισμού δραστηριοτήτων, αγροτουρισμού και αθλητικού.

Η σύσταση ειδικού τοπικού φορέα και η συνεργασία του με πολιτιστικούς συλλόγους και επιχειρήσεις θα ενισχύσουν την αύξηση του αριθμού των απασχολούμενων στους τουριστικούς πολιτιστικούς χώρους με εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό. Η συμμετοχή των τοπικών αρχών στο διαχειριστικό σχέδιο

ανάπτυξης πολιτιστικού τουρισμού και ατόμων με γνώσεις στους τομείς τουρισμού, πολιτισμού και οικονομίας είναι απαραίτητη. Προαπαιτούνται έργα υποδομής, εμφανή οδική σήμανση, ενημέρωση με χρήση τεχνολογιών, στελέχωση με επιστημονικό προσωπικό στα μουσεία και καινοτόμες δράσεις και συνεργασία σε τοπικές λαογραφικές παραδόσεις, έθιμα και τοπικά προϊόντα και γεύσεις(ρεβανί) που να μαγνητίζουν τους επισκέπτες.

Οι τοπικές αρχές θα πρέπει να ανταποδώσουν τα οφέλη από την ανάπτυξη του τοπικού πολιτισμού στους κατοίκους κι αυτοί με τη σειρά τους να προσφέρουν τις καλύτερες υπηρεσίες στους τουρίστες, οπότε αυτοί θα γίνουν οι καλύτεροι πρεσβευτές του πολιτισμού. Προκειμένου να επιτευχθεί ο στόχος μίας βιώσιμης ανάπτυξης είναι απαραίτητος ο σχεδιασμός των δραστηριοτήτων σε τοπικό επίπεδο και να αξιοποιηθούν οι δυνατότητες του κάθε μουσείου. Είναι απαραίτητο να υπάρχει προγραμματισμός για περιοδικές εκθέσεις με ανταλλαγή εκθεμάτων και ανάδυση εκθεμάτων από την αποθήκη μέσα από μία στρατηγική μάρκετινγκ.

Ένα από τα προτεινόμενα εκπαιδευτικά προγράμματα είναι η κατηγοριοποίηση των μουσείων ανάλογα με τις συλλογές που φιλοξενούν. Οι δραστηριότητες των μουσείων εκτός των άλλων διατηρούν το παρελθόν και καθορίζουν το μέλλον των αντικειμένων που εκθέτουν. Τα μουσεία εκτελούν κοινωνικό έργο. Οι αλλαγές και οι συσπειρώσεις στα μουσεία αποτελούν μία επανάσταση στη σχέση και τη σύλληψη του μουσείου, της πόλης και του πολιτιστικού τουρισμού.

Επιγραμματικά για την αύξηση των πόρων και την καλύτερη λειτουργία των μουσείων που παρουσιάστηκαν στη μελέτη παραθέτονται οι προτάσεις για το κάθε μουσείο σε μορφή πίνακα, που είναι οι ευκαιρίες της ανάλυσης SWOT. Για όλα τα μουσεία του Δήμου προτείνεται στο πλαίσιο του πολιτιστικού προγράμματος η καθιέρωση πολιτιστικού μήνα, για παράδειγμα «Πολιτιστικός Ιούνιος», όπου σε συνεργασία όλα τα μουσεία του Δήμου θα πραγματοποιούν πολιτιστικές εκδηλώσεις με τη μορφή φεστιβάλ, συναυλιών, περιοδικών εκθέσεων από ανάδυση ευρημάτων της αποθήκης για το Βυζαντινό και ανταλλαγή εκθεμάτων για τα υπόλοιπα μουσεία.

Για να υλοποιηθούν οι προτάσεις αυτές και να επιτευχθεί ο στόχος της βελτίωσης του πολιτιστικού προϊόντος και η ανάπτυξη της περιοχής εκτός από οικονομικούς πόρους είναι απαραίτητο ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα προβολής και προώθησης των ήδη υπαρχόντων τουριστικών πόρων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

Armstrong, G. και Kotler, P. (2009) *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ*, Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο

Braudel, F. (2009) *Γραμματική των Πολιτισμών*, Αθήνα: Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης

Hein, G. (2012) 'Μουσειακή εκπαίδευση' στο Macdonald, S., (επ.), (Μετάφραση Παπαβασιλείου, Δ.), στο *Μουσείο και Μουσειακές Σπουδές ένας πλήρης οδηγός*, Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, 471 - 487

Hooper-Greenhill, E. (2006) *Το μουσείο και οι πρόδρομοί του*, Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς

Ανδριώτης, Κ. (2008) *Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός*, Αθήνα: Σταμούλης

Ζιώγα, Ι. (2008) 'ΦΟΡΕΙΣ ΙΣΤΟΡΙΑΣ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ Ν. ΗΜΑΘΙΑΣ ΕΘΝΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΒΕΡΟΙΑΣ', στο: *Χρονικά Ιστορίας και Πολιτισμού Ν. Ημαθίας*, τρίμηνη έκδοση της Εταιρίας Μελετών Ιστορίας και Πολιτισμού Ν. Ημαθίας (Ε.Μ.Ι.Π.Η.), Οκτώβριος – Νοέμβριος – Δεκέμβριος 2008, Έτος Α', αρ. φύλλου 3

(ΙΤΑ) Ινστιτούτο Τοπικής Αυτοδιοίκησης (2008) *Οδηγός Τουρισμού της Υπαίθρου για τους Φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης*, Αθήνα

Ιωσηφίδης, Θ. (2008) *Ποιοτικές μέθοδοι έρευνας και κοινωνικές επιστήμες*, Αθήνα: Κριτική

Καραχάλης, Ν.-Γ. (2007) 'Πολιτισμός και Τοπική Ανάπτυξη: Ο ρόλος των πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών στη σύγχρονη πόλη', Διδακτορική Διατριβή, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα

Κοκκώσης, Χ. Τσάρτας, Π., Γρίμπα, Ε. (2011) *Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*, Αθήνα: Κριτική

Κόνσολα, Ν. (1995) *Η διεθνής προστασία της Παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς*, Αθήνα: Παπαζήση

Κόνσολα, Ν. (2006) *Πολιτιστική Ανάπτυξη και Πολιτική*, Αθήνα: Παπαζήση

Κόνσολα, Ν. (2011) 'Δίκτυα Μουσείων στη Σύγχρονη Πόλη', Στο: 9ο Εθνικό Συνέδριο ERSA-GR. Περιφερειακή Ανάπτυξη και Οικονομική Κρίση: Διεθνής Εμπειρία και Ελλάδα. Αθήνα, 6-7 Μαΐου 2011

Κόνσολα, Ν. (2013) 'Στρατηγικό σχέδιο πολιτιστικού τουρισμού για την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου', Στο: Ελληνικό Τμήμα της Ευρωπαϊκής και Διεθνούς Εταιρείας Περιφερειακής Επιστήμης (RSAI, ERSA). 11ο Τακτικό Επιστημονικό Συνέδριο "Αγροτική οικονομία, ύπαιθρος χώρος, περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη". Πάτρα, 14-15 Ιουνίου 2013

Κωστοπούλου, Σ., Μπάλλας, Δ. και Κουρκουρίδης, Δ. (2012) 'Χωρική Οργάνωση Πολιτιστικών Βιομηχανιών: Ο ρόλος των μουσείων στην Περιφερειακή δημιουργική ικανότητα', Στο: Ελληνικό Τμήμα της Ευρωπαϊκής και Διεθνούς Εταιρείας Περιφερειακής Επιστήμης (RSAI, ERSA), 10ο Τακτικό Επιστημονικό Συνέδριο 'Οικονομική Κρίση και Πολιτικές Ανάπτυξης και Συνοχής', Θεσσαλονίκη, 1 – 2 Ιουνίου 2012

Μαυραγάνη, Ε. (2011) *Η στρατηγική μάρκετινγκ μουσείων ως στοιχείο ανάπτυξης των ελληνικών τουριστικών προορισμών*, Διδακτορική Διατριβή, Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Μοίρα, Π. και Παρθένης, Σ. (2011) *Πολιτισμικός – Βιομηχανικός Τουρισμός*, Ανοικτή Βιβλιοθήκη: Σειρά, Νομική Βιβλιοθήκη ΑΕΒΕ

Μπαμπινιώτης, Γ. (2006) (Β΄ Έκδοση/Γ΄ ανατύπωση) *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*, Αθήνα: Κέντρο Λεξικολογίας

Μπούνια, Α. (2005/1^η έκδοση) ‘Τα μουσεία ως πολιτιστικές βιομηχανίες θέματα και προβληματισμοί μια προκαταρκτική συζήτηση’, στο Βερνίκος Νικόλας, Δασκαλοπούλου Σοφία, Μπαντιμαρούδης Φιλήμων, Μπουμπάρης Νίκος και Παπαγεωργίου Δημήτρης (επ.), *Πολιτιστικές Βιομηχανίες: διαδικασίες υπηρεσίες, αγαθά*, Αθήνα: Κριτική, 39-58

Οικονόμου, Μ. (2003) *Μουσείο: αποθήκη ή ζωντανός οργανισμός Μουσειολογικοί προβληματισμοί και ζητήματα*, Αθήνα: Κριτική

Σαλή, Τ. (2006/3^η έκδοση) *Μουσειολογία 2: Βασικές αρχές έκθεσης μουσειακών συλλογών Παρουσίαση και Ερμηνεία, Φωτισμός, Υποτιτλισμός, Σήμανση*, Αθήνα: Μεταίχμιο

Φίλιας, Β. (επ.) (1991/1996), *Εισαγωγή στη Μεθοδολογία και τις Τεχνικές των Κοινωνικών Ερευνών*, Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών (ΕΚΚΕ) - Σπουδαστήριο Κοινωνιολογίας ΠΑΣΠΕ, Αθήνα: Gutenberg Βιβλιοθήκη Κοινωνικής Επιστήμης και Κοινωνικής Πολιτικής

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Abrahamson, D., Gennaro, E. και Heller, P (1983) ‘Animal exhibits: a naturalistic study’, *Museum Education Roundtable*, Roundtable Reports 8: 6-9

Al – Saadi, N. (2014) *The role of international relations in the development tourism sector*, Deutschland: LAP LAMBERT Academic Publishing

Antolikova, S., Šenková, A. & Mitrikova, J. (2015) ‘Analysis of the selected trends in tourism and hotel industry in Slivak Republic in 1989 – 2000’, *Economic Annals – XXI*, 1 – 2 (1): 62 – 65

Appel, H. H. (2015) ‘‘Proper museum’ or branding platform? Club museums in England, Soccer & Society, 16 (2-3): 294-306

Boniface, P. (1998) ‘Tourism Culture’, *Annals of Tourism Research*, 25 (3): 746 - 749

Chobot, M. C. and Chobot, R. B. (1990) ‘Museums as educational institutions’, *New Directions for Adult and Continuing Education*, 55–62

Confetto, M. G., Siglioccolo, M., Tuccillo, C. (2009) ‘Identifying key relations for destination competitiveness and for creating cultural tourism products: a value system approach to tourist’, *ESPERIENZE D’IMPRESA*, 2: 23 - 38

Dufresne - Tasse, C. and Lefebvre, A. (1994), ‘The Museum in Adult Education: A Psychological Study of Visitor Reactions’, *International Review of Education*, 40 (6): 469-48

Griggs, S.A. και Hays-Jackson K (1983) ‘Visitors’ Perceptions of Cultural Institutions’, *Museums Journal* 83: 145-151

- Gullino, P., Larcher, F. (2013) ‘Integrity in UNESCO World Heritage Sites. A comparative study for rural landscapes’, *Journal of Cultural Heritage*, 14: 389 – 395
- Hall, T. and Bannon, L. (2006) ‘Designing ubiquitous computing to enhance children's learning in museums’, *Journal of Computer Assisted Learning*, 22 (4): 231–243
- Hansen, T. H. (1984) ‘The museum as educator’, *Museum International*, 36: 176-183
- Huang, C. – H., Tsaur, J. – R., Yang, C. – H. (2012) ‘Does world heritage list really induce more tourists? Evidence from Macau’, *Tourism Management*, 33: 1450 – 1457
- Hughes, H. L. (2002) ‘Culture and tourism: a framework for further analysis’, *Managing Leisure*, 7 (3): 164-175
- Jovicic, D. (2014) ‘Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism’, *Current Issues in Tourism*, 1 – 8
- Kearns, W.E. (1940) Studies of Visitor Behaviour at the Peabody Museum of Natural History, Yale University, *Museum News* 17: 5-8
- Labadi, S. (2007) ‘Representations of the nation and cultural diversity in discourses on World Heritage’, *Journal of Social Archaeology*, 7 (2): 147 – 170
- Lin M - C (2015) ‘Co - Opetition Strategy Model of Hakkanese Culture Relics Museums’, *International Journal of Management Sciences*, 5 (1): 85-101
- Martha, L. and Kotsaki, A. (2015) ‘International Conference on Strategic Innovative Marketing, IC-SIM 2014, September 1-4, 2014 Madrid Spain: The museum culture as a means of conjunction of the urban and rural environment’, *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 175: 601-606
- Miller, T. (2009) ‘FROM CREATIVE TO CULTURAL INDUSTRIES’, *Cultural Studies*, 23 (1): 88-99

Mommaas, H. (2004) ‘Cultural Clusters and the Post – industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy, *Urban Studies*, 41 (93): 507-532

Najburt, L. and Kapounova, J. (2015) ‘Personalized Guide through Educational Exhibition: Fuzzy Expert System as Museum Exhibition “Virtual Guide”’, *Journal of Education and Human Development*, 4 (1): 159-170

National Museums of Canada (1979) *A Report on Visitors Surveys Conducted at the Canadian Railway Museum*, St-Constant, QU: The Canadian Railway Museum

Paksoy, P. (2014) ‘Assessment of World Heritage List Nominations under Country Profile of Turkey’, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 13: 307 – 310

Pallud, J. and Straub, D.W. (2014) ‘Effective website design for experience-influenced environments: The case of high culture museums’, *Information & Management*, 51: 359-373

Pendlebury, J., Short, M. While, A. (2009) ‘Urban World Heritage Sites and problem of authenticity’, *Cities*, 26: 349 – 358

Ramey – Gassert, L., Herbert, J., Walberg, III and Herbert, J., Walberg (1994) ‘Reexamining connections: Museums as science learning environments’, *Science Education*, 78: 345-363

Richards, R. (2001) ‘The development of Cultural Tourism in Europe’ στο Richards, R. (ed) *Cultural Attractions and European Tourism*, London: CABI, 3 – 30

Rieu, A.M. (1988) *Les visiteurs et leurs musées. Le cas des musées de Mulhouse* Paris: La Documentation Française

Russo, A. P. and van der Borg, J. (2002) ‘Planning considerations for cultural tourism: a case study of four European cities’, *Tourism Management*, 23: 631-637

- Scrofani, L. and Ruggiero, L. (2013) ‘Museums networks in Mediterranean area: Real and virtual opportunities’, *Journal of Cultural Heritage*, 14S: S75 – S79
- Siu, N. Y. - M. Zhang, T. J. - F. Dong, P. and Kwan, H. – Y. (2013) ‘New Service Bonds and Customer in Customer Relationship Management: The Case of Museum Visitors’, *Tourism Management*, 36: 293 – 303
- Slowikowski, S. S. (1990) «The tombs at Vergina and the representation of physical culture», *The International Journal of the History of Sport*, 7(10): 140-148
- Stebbins, A. R. (1997) ‘Identity and cultural tourism’, *Annals of Tourism Research*, 14 (2): 450-472
- Steiner, L. & Frey, B. (2011) ‘Correcting the Imbalance of the World Heritage List: Did the UNESCO Strategy Work?’, *Journal of International Organizations Studies*, 3 (1): 25-40
- Su, W. (2014) ‘From culture for the people to culture for profit: the PRC’s journey toward a cultural industries approach’, *International Journal of Cultural Policy*, 1-16
- Tajtáková, M. Kopaničová, J. & Francová, Z. (2010) ‘Cross-border Cultural Tourism in Europe: Drivers for Cross-border Travels for the Performing Arts’, *Studia Commercialia Bratislavensia*, 3 (9): 118-126
- Taylor, W. W. (1971) ‘Museums and educations’, *Museum International*, 23: 125–133
- Tran, L. U. and King, H. (2007) ‘The Professionalization of Museum Educators: The Case in Science Museum’, *Museum Management and Curatorship*, 22 (2): 131-149
- van der Zee, E., & Vanneste, D., (2015) ‘Tourism networks unravelled; a review of the literature on networks in tourism management studies’ *Tourism Management Perspectives*, 15: 46-56

Vicente, E. Camarero, C. and Garrido, M. J. (2012) ‘Insights into Innovation in European Museums’, *Public Management Review*, 14 (5): 649-679,

Vrana, V., Nerantzaki, D.M. and Paschaloudis, D. (2015) ‘Greek Museums on the Web’, in Katsoni, V. *Cultural Tourism in a Digital Era: First International Conference IACuDiT Athens, 2014*, Cham: Springer, 97-109

Wang, S. & Xu H. (2015) ‘Influence of place – based senses of distinctiveness, continuity self – esteem and self – efficacy on residents’ attitudes toward tourism’, *Tourism Management*, 47: 241-250

ΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Αιγές (2015) Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.aigai.gr/>> [πρόσβαση 27 Σεπτεμβρίου 2015]

Δήμος Κέρκυρας (2015) Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.corfu.gr/web/guest/unesco/history>> [πρόσβαση 30 Αυγούστου 2015]

Daniels, N. D. (2010) 'The Promotion of Scientific Literacy Within a Museum Context', Submitted in fulfilment of the requirements for the degree of Magister Educationis in the Faculty of Education, *Nelson Mandela Metropolitan University*, Port Elizabeth South Africa, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.nmmu.ac.za/helpingteachers/GroupProjectWebb/NICOLETTE%20DEIDR%C3%89%20DANIELS%20MEEd.pdf>> [πρόσβαση 30 Αυγούστου 2015]

Ιστορικός Συλλέκτης (2015) Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.historicalcollector.gr/>> [πρόσβαση 30 Αυγούστου 2015]

Ιστορικός Συλλέκτης (2015) ΕΙΚΟΝΑ 6 στο εξώφυλλο Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.historicalcollector.gr/>> [πρόσβαση 30 Αυγούστου 2015]

Κοτταρίδη, Α. (2012α) Αιγές: Ιστορικό. Διαθέσιμο στο: <URL: http://odysseus.culture.gr/h/3/gh351.jsp?obj_id=2362> [πρόσβαση 27 Σεπτεμβρίου 2015]

Κοτταρίδη, Α. (2012β) Μουσείο Βασιλικών Τάφων των Αιγών: Περιγραφή. Διαθέσιμο στο: <URL: http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3297> [πρόσβαση 27 Σεπτεμβρίου 2015]

Κρεμέζη, Α. (2002) Γενικές Αρχές της Χάρτας. Σελ. 1-6. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.icomos.org/charters/tourism_greek.pdf> [πρόσβαση 14 Αυγούστου 2015]

Λαογραφικό Μουσείο Βέροιας (χ. χ) Εικόνα 3 στο εξώφυλλο. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://arive.gr/pages/guide/culture/laografiko/laografiko.html>> [πρόσβαση 28 Αυγούστου 2015]

McLeod, S. A. (2014) Lev Vygotski Δημοσιεύθηκε στην ιστοσελίδα του ομώνυμου επιστήμονα Simply Psychology Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.simplypsychology.org/vygotsky.html>> [πρόσβαση 29 Σεπτεμβρίου 2015]

Μουσείο Εκπαίδευσης (χ. χ) Εικόνα 4 στο εξώφυλλο. Διαθέσιμο στο: <URL: http://arive.gr/pages/guide/culture/mouseio_ekpaidefsis/mouseio_ekpaidefsis.html> [πρόσβαση 28 Αυγούστου 2015]

Μπίστικα, Ε. (2013) ‘Στο Μουσείο της Ακρόπολης κάτω από τον Παρθενώνα εορτάστηκε η εκδήλωση για την Παγκόσμια Ημέρα Μνημείων και Χώρων’, *Εφημερίδα Καθημερινή*, δημοσιεύθηκε 21 Απριλίου 2013, Διαθέσιμο σε: <URL: <http://www.kathimerini.gr/734815/opinion/epikairothta/arxeio-monimes-sthles/sto-moyseio-ths-akropolhs-katw-apo-ton-parthenwna-eortas8hke-h-ekdhlwsh-gia-thn-pagkosmia-hmera-mnhmeiwn-kai-xwrwn>> [πρόσβαση 29 Σεπτεμβρίου 2015]

Οδυσσεύς (2012) Διαθέσιμο στο: <URL: http://odysseus.culture.gr/index_gr.html> [πρόσβαση 25 Σεπτεμβρίου 2015]

Οδυσσεύς (2012α) Μνημεία. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://odysseus.culture.gr/h/2/gh21.html>> [πρόσβαση 25 Σεπτεμβρίου 2015]

Πέtkος, Α. (2012) Βυζαντινό: Περιγραφή. Διαθέσιμο στο: <URL: http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3299> [πρόσβαση 27 Σεπτεμβρίου 2015]

(ΣΕΤΕ) Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (χ. χ.) ‘Ορισμοί Στατιστικών Τουρισμού’, Διαθέσιμο στο: <URL: http://sete.gr/_fileuploads/basic_tourism_terminology/OrismoistatistikonTourismou.pdf> [πρόσβαση 27 Αυγούστου 2015]

(UNESCO) Ελληνική Εθνική Επιτροπή για την UNESCO (2015) Διαθέσιμο στο: <URL: <http://unesco-hellas.org>> [πρόσβαση 11 Αυγούστου 2015]

(UNWTO) World Tourism Organization (2015) Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www2.unwto.org/>> [πρόσβαση 11 Αυγούστου 2015]

(WHC) United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2015) Διαθέσιμο στο: <URL: <http://whc.unesco.org/>> [πρόσβαση 27 Αυγούστου 2015]

(WHC) United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2015a) Διαθέσιμο στο: <URL: <http://whc.unesco.org/en/criteria/>> [πρόσβαση 27 Σεπτεμβρίου 2015]

(WHC) United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2015b) Διαθέσιμο στο: <URL: <http://whc.unesco.org/en/nominations/>> [πρόσβαση 27 Σεπτεμβρίου 2015]

(WHC) United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2015c)
Διαθέσιμο στο: <URL: <http://whc.unesco.org/en/interactive-map/>> [πρόσβαση 27
Σεπτεμβρίου 2015]

Ψαρρά, Ε. (2012) Αρχαιολογικό: Περιγραφή και Ιστορικό. Διαθέσιμο στο: <URL:
http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3298> [πρόσβαση 14 Αυγούστου 2015]