



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ  
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ  
"ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ"**

## **ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ  
ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

**—  
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ:  
ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΗΣ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ**

**ΧΑΤΖΗΚΥΡΙΑΚΟΥ ΦΩΤΕΙΝΗ-ΗΛΙΑΝΑ**

**Επιβλέπων καθηγητής: Σαπουνάκης Αριστείδης**

**Βόλος, Φεβρουάριος 2018**



*Δηλώνω ενυπογράφως ότι είμαι συγγραφέας της παρούσας διπλωματικής εργασίας, για την ολοκλήρωση της οποίας κάθε βοήθεια είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται λεπτομερώς στην εργασία αυτή. Έχω αναφέρει πλήρως και με σαφείς αναφορές, όλες τις πηγές χρήσης δεδομένων, απόψεων, θέσεων και προτάσεων, ιδεών και λεκτικών αναφορών.*

Χατζηκυριάκου Φωτεινή

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	- 1 -
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	- 1 -
ABSTRACT.....	- 2 -
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	- 3 -
Α' ΜΕΡΟΣ.....	- 6 -
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΜΟΥΣΕΙΑ.....	- 6 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	- 7 -
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ.....	- 7 -
1.1 Η έννοια του πολιτισμού.....	- 7 -
1.2 Η έννοια του τουρισμού.....	- 9 -
1.2.1 Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού.....	- 10 -
1.3 Η έννοια της πολιτιστικής κληρονομιάς.....	- 13 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	- 16 -
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	- 16 -
2.1 Έννοιες και ορισμοί του πολιτιστικού τουρισμού.....	- 16 -
2.2 Τα χαρακτηριστικά του πολιτιστικού τουρισμού.....	- 17 -
2.3 Η χάρτα του πολιτιστικού τουρισμού.....	- 18 -
2.4 Τα είδη των πολιτιστικών τουριστών.....	- 20 -
2.5 Τα οφέλη που προκύπτουν από τον πολιτιστικό τουρισμό.....	- 23 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	- 26 -
ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	- 26 -
3.1 Η έννοια του όρου "μουσείο".....	- 26 -
3.2 Ιστορική εξέλιξη των μουσείων.....	- 27 -
3.3 Τα μουσεία σήμερα και ο ρόλος τους.....	- 28 -
3.4 Τα είδη-οι τύποι των μουσείων.....	- 30 -
3.5 Η σχέση αλληλεπίδρασης των μουσείων και του τουρισμού.....	- 31 -
3.6 Η συμβολή των μουσείων στην κοινωνία, την τοπική ανάπτυξη και την οικονομία του τόπου.....	- 33 -
3.7 Συνεισφορά των μουσείων στην τουριστική ανάπτυξη και η ικανοποίηση των επισκεπτών.....	- 35 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	- 39 -

ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	- 39 -
4.1 Ζήτηση του πολιτιστικού τουρισμού στην Ελλάδα.....	- 39 -
4.2 Η ιστορική εξέλιξη των ελληνικών μουσείων και το θεσμικό τους πλαίσιο....	- 40 -
4.3 Τα ελληνικά μουσεία σήμερα .....	- 42 -
4.4 Επισκεψιμότητα των ελληνικών μουσείων .....	- 43 -
4.5 Παρεχόμενες υπηρεσίες μουσείων .....	- 50 -
Β' ΜΕΡΟΣ.....	- 52 -
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ -.....	- 52 -
ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΗΣ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ .....	- 52 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 .....	- 53 -
ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΗΣ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ .....	- 53 -
5.1 Γενικά .....	- 53 -
5.2 Ιστορικά στοιχεία.....	- 54 -
5.3 Η τοποθεσία του Μουσείου Ακρόπολης .....	- 55 -
5.4 Η δομή του Μουσείου Ακρόπολης.....	- 56 -
5.5 Η επισκεψιμότητα του Μουσείου Ακρόπολης .....	- 59 -
5.6 Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης ανά έτος (2009-2017).....	- 62 -
5.7 Η σχέση του Μουσείου με τους Έλληνες πολίτες.....	- 64 -
5.8 Το έργο της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας.....	- 65 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 .....	- 72 -
Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΤΗΣ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ.....	- 72 -
6.1 Μεθοδολογία έρευνας.....	- 72 -
6.2 Περιορισμοί της έρευνας .....	- 73 -
6.3 Ενίσχυση της επισκεψιμότητας και του ρόλου του Μουσείου.....	- 74 -
6.4 Ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου.....	- 75 -
6.5 Απόψεις σχετικά με το έργο της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας.....	- 76 -
6.6 Η ανάπτυξη εμπορικής ζώνης καταστημάτων στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου και η αντίληψη της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες .....	- 78 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	- 80 -
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΠΗΓΕΣ.....	- 85 -
Ελληνόγλωσση .....	- 85 -
Ξενόγλωσση.....	- 88 -

Διαδίκτυο .....	- 92 -
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	- 94 -
Α. Γραφήματα.....	- 94 -
Β. Υπόδειγμα ερωτηματολογίου για τις συνεντεύξεις.....	- 99 -
Γ. Συνεντεύξεις .....	- 101 -
Δ. Απαντήσεις φορέων σχετικά με την παραχώρηση συνεντεύξεων .....	- 136 -

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Ο αρχαιολογικός χώρος της Ακρόπολης και το Μουσείο της Ακρόπολης.-	53
-	
Εικόνα 2: Εσωτερική άποψη του τελευταίου επιπέδου του Μουσείου, όπου παρουσιάζεται ο γλυπτός διάκοσμος του Παρθενώνα.....	- 56 -
Εικόνα 3: Εσωτερική άποψη του πρώτου ορόφου του Μουσείου .....	- 57 -
Εικόνα 4: Σκίτσο της πρότασης της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας της εταιρείας ΕΑΧΑ .....	- 66 -
Εικόνα 5: Σκίτσο της πρότασης της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας της εταιρείας ΕΑΧΑ .....	- 66 -
Εικόνα 6: Περιοχή παρέμβασης της ΕΑΧΑ Α.Ε.....	- 68 -
Εικόνα 7: Το γενικό σχέδιο πεζοδρόμησης του "Μεγάλου Περιπάτου" .....	- 68 -
Εικόνα 8, Εικόνα 9, Εικόνα 10: Η οδός Διονυσίου Αρεοπαγίτου πριν την έναρξη των εργασιών πεζοδρόμησης .....	- 70 -
Εικόνα 11, Εικόνα 12 : Η οδός Αποστόλου Παύλου πριν την έναρξη των εργασιών πεζοδρόμησης .....	- 70 -

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1: Βαθμός καταναλωτικού κινήτρου για τον πολιτιστικό τουρισμό .....	- 20 -
Γράφημα 2: Επισκέπτες και εισπράξεις στους αρχαιολογικούς χώρους της Ελλάδας (2008-2014) (σε εκατομμύρια) .....	- 39 -
Γράφημα 3: Επισκέπτες και εισπράξεις στα μουσεία της Ελλάδας (2008-2014) (σε εκατομμύρια) .....	- 40 -
Γράφημα 4: Κίνηση Μουσείων και Αρχαιολογικών Χώρων (1/2012-6/2017).....	- 44 -
Γράφημα 5: Κίνηση Μουσείων και Αρχαιολογικών Χώρων (1/2013-9/2017).....	- 44 -
Γράφημα 6: Επισκεψιμότητα μουσείων (%) - Ιούνιος 2017 .....	- 45 -
Γράφημα 7: Επισκεψιμότητα μουσείων (%) - Σεπτέμβριος 2017.....	- 46 -

Γράφημα 8: Εισπράξεις μουσείων και αρχαιολογικών χώρων (1/2012-6/2017) .....	47 -
Γράφημα 9: Εισπράξεις μουσείων και αρχαιολογικών χώρων (1/2013-9/2017) .....	47 -
Γράφημα 10: Επισκέπτες των δέκα πρώτων χωρών (μεμονωμένοι επισκέπτες) κατά την περίοδο Ιουνίου 2016-Μαΐου 2017.....	59 -
Γράφημα 11: Σύνολο χρηστών που επισκέφτηκαν την ιστοσελίδα του μουσείου κατά την περίοδο Ιουνίου 2016-Μαΐου 2017 .....	61 -
Γράφημα 12: Εισπράξεις του Μουσείου ανά έτος λειτουργίας (2009 - 2017).....	64 -
Γράφημα 13: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2009 (ανά μήνα)...	94 -
Γράφημα 14: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2010 (ανά μήνα)...	94 -
Γράφημα 15: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2011 (ανά μήνα)...	95 -
Γράφημα 16: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2012 (ανά μήνα)...	95 -
Γράφημα 17: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2013 (ανά μήνα)...	96 -
Γράφημα 18: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2014 (ανά μήνα)...	96 -
Γράφημα 19: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2015 (ανά μήνα)...	97 -
Γράφημα 20: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2016 (ανά μήνα)...	97 -
Γράφημα 21: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2017 (ανά μήνα)...	98 -

## **ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ**

Πίνακας 1: Αριθμός επισκεπτών κατά τη διάρκεια των ετών 2016 και 2017 με εισιτήριο και ο αριθμός επισκεπτών ελεύθερης εισόδου κατά την ίδια περίοδο .....	46 -
Πίνακας 2: Αριθμός επισκεπτών κατά την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουνίου 2016 και κατά την ίδια περίοδο του 2017.....	48 -
Πίνακας 3: Επισκέπτες μουσείων και αρχαιολογικών χώρων - Εισπράξεις (2015, 2016, Ιανουάριος-Σεπτέμβριος 2016 και 2017) .....	49 -
Πίνακας 4: Σύνολο ομαδικών επισκέψεων, αριθμός εισιτηρίων δωρεάν εισόδου και εισιτηρίων μειωμένης εισόδου κατά την περίοδο Ιουνίου 2016-Μαΐου 2017 .....	60 -
Πίνακας 5: Σύνολο μαθητών σε σχολικές ομάδες κατά την περίοδο Ιουνίου 2016-Μαΐου 2017 .....	61 -

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή της διπλωματικής μου εργασίας κ. Σαπουνάκη Αριστείδη, Αρχιτέκτονα Μηχανικό και Αναπληρωτή Καθηγητή στο Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, καθώς και τον κ. Βογιαζίδη Νικολό, συμβασιούχο διδάσκοντα του Τμήματος, Πολιτικό Επιστήμονα και Κοινωνιολόγο για το αμέριστο ενδιαφέρον τους, την καθοδήγησή και την υποστήριξή τους καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες θα ήθελα να απευθύνω στους υπευθύνους οργανισμών του Δήμου Αθηναίων και της Περιφέρειας Αττικής, που συνέβαλαν ουσιαστικά στην εκπόνηση της εργασίας μου μέσα από την παραχώρηση συνεντεύξεων. Ειδικότερα, ευχαριστώ τον κ. Κοκκώση Χάρη - Αρχιτέκτονα Μηχανικό, Καθηγητή στο Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και Τέως Διευθύνοντα Σύμβουλο του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ), τον κ. Ρωμανό Αριστείδη - Αρχιτέκτονα Μηχανικό και Τεχνικό Διευθυντή της Εταιρείας Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων Αθήνας (ΕΑΧΑ), τον κ. Διαμαντόπουλο Δημήτρη - Αρχιτέκτονα Μηχανικό και Μελετητή της πεζοδρόμησης Δ. Αρεοπαγίτου και Α. Παύλου, τον κ. Παπαμιχαήλ Επαμεινώνδα - Αρχιτέκτονα Μηχανικό και Στέλεχος Παρακολούθησης Έργων της Διαχειριστικής Αρχής ΕΣΠΑ Περιβάλλοντος, τον κ. Λεφαντζή Μιχάλη - Αρχιτέκτονα Μηχανικό και υπεύθυνο στη Διεύθυνση Αναστήλωσης Αρχαίων Μνημείων του Υπουργείου Πολιτισμού, την κ. Ανδρουλάκη Ελευθερία - Πολεοδόμο και Τέως Προϊσταμένη στο Τμήμα Σχεδιασμού και Ανάπτυξης Τουρισμού της Περιφέρειας Αττικής, την κ. Θεωνά Σοφία - πρόεδρο του Σωματείου Διπλωματούχων Ξεναγών Αττικής, τις κ. Σταμούδη Κατερίνα, κ. Κοντοπανάγου Μαριλένα και κ. Βλαχάκη Άννα - Αρχαιολόγους στην Εφορεία Αρχαιοτήτων Αθηνών, την κ. Ιωακειμοπούλου Αγγελική και την κ. Σκαλτσά Μαίρη - Στελέχη Μονάδας Αξιολόγησης Έργων Περιβάλλοντος της Διαχειριστικής Αρχής ΕΣΠΑ Περιβάλλοντος, τον κ. Σουργιαδάκη Φίλιο - Αρχιτέκτονα Μηχανικό και Στέλεχος Μονάδας Αξιολόγησης Έργων Περιβάλλοντος της Διαχειριστικής Αρχής ΕΣΠΑ Περιβάλλοντος, καθώς και την κ. Δημοπούλου Γεωργία - Οικονομολόγο και Προϊσταμένη Μονάδας Σχεδιασμού, Προγραμματισμού και Παρακολούθησης του Υπουργείου Τουρισμού. Ακόμα, ευχαριστώ τους Πολεοδόμους κ. Γουργιώτη Ανέστη και κ. Ευμολπίδη Γιάννη.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου, τους αδερφούς μου - πολιτικούς μηχανικούς - Λευτέρη και Μπάμπη, τη φίλη μου - αρχιτέκτονα μηχανικό Γκουζέλου Ντιάνα για την αμέριστη συμπαράσταση και ηθική στήριξη που μου παρέχουν σε κάθε μου βήμα και τους συμφοιτητές μου τόσο για το ευχάριστο κλίμα που δημιουργήθηκε μεταξύ μας, όσο και για τις δημιουργικές συζητήσεις που αναπτύξαμε καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών μας.

*Στη μνήμη της αδερφής μου Ευαγγελίας*



# Η συμβολή των μουσείων στην τουριστική ανάπτυξη - Μελέτη περίπτωσης: Το Μουσείο της Ακρόπολης

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Κατά την τελευταία δεκαετία, ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους κλάδους της τουριστικής βιομηχανίας στην Ευρώπη. Αναπόσπαστο κομμάτι της πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου είναι τα μουσεία, τα οποία λειτουργούν ως πόλοι έλξης επισκεπτών. Τα μουσεία προβάλλουν σήμερα ως απαραίτητοι πόροι για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου, καθώς ενισχύουν την κοινωνία της γνώσης, συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη και αστική αναγέννηση των πόλεων. Στόχος της παρούσας μελέτης είναι να εξετάσει το ρόλο των μουσείων στην τουριστική ανάπτυξη των πόλεων. Αρχικά, θα προσεγγιστεί θεωρητικά το φαινόμενο του τουρισμού και πιο συγκεκριμένα του πολιτιστικού τουρισμού και του πολυδιάστατου ρόλου του στην περιφερειακή ανάπτυξη σε παγκόσμιο επίπεδο. Παρακάτω, θα αναλυθούν συναφείς έννοιες του πολιτιστικού τουρισμού, η χάρτα του πολιτιστικού τουρισμού, καθώς και οι επιπτώσεις κοινωνικού και οικονομικού περιεχομένου του συγκεκριμένου τομέα τουρισμού στην περιοχή υποδοχής. Στη συνέχεια, θα δοθεί ο ορισμός και θα αναλυθεί ο ρόλος των σύγχρονων μουσείων ως βασικών πολιτιστικών και τουριστικών πόρων και θα περιγραφεί η συμβολή τους στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Ως μελέτη περίπτωσης επιλέχτηκε το Μουσείο Ακρόπολης. Οι μέθοδοι που επιλέχθηκαν για τη συλλογή των απαραίτητων πληροφοριών είναι δευτερογενείς πηγές μέσω της βιβλιογραφικής επισκόπησης σε θέματα που άπτονται του θέματος και ποιοτική πρωτογενής έρευνα με τη μορφή ημι-δομημένων συνεντεύξεων σε εμπλεκόμενους φορείς του πολιτισμού και του τουρισμού. Η έρευνα καταλήγει στο συμπέρασμα ότι για την περαιτέρω ανάπτυξη των μουσείων είναι απαραίτητες οι συνέργειες μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων και η δημιουργία ενός σχεδίου διαχείρισης των πολιτιστικών πόρων.

*Λέξεις κλειδιά: πολιτισμός, τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, πολιτιστική κληρονομιά, μουσεία, τουριστική ανάπτυξη, Μουσείο της Ακρόπολης*

# **The Contribution of museums to tourism development - Case study: The Museum of Acropolis**

## **ABSTRACT**

Over the past decade, cultural tourism is one of the fastest growing sectors of the tourism industry in Europe. The museums are an integral part of a place's cultural heritage and act as the attraction of visitors. Museums appear today as essential resources for sustainable tourism development of a place, since they strengthen the knowledge society, contribute to the economic development of the cities and the urban regeneration. The aim of this study is to examine the role of museums in the tourist development of cities. Initially, it will theoretically approach the phenomenon of tourism and more specifically cultural tourism and its multidimensional role in regional development on a global level. Afterwards, relevant concepts of cultural tourism will be analyzed, as well as the charter of cultural tourism and the social and economic impact of this particular tourism sector in the host region. Subsequently, the role of modern museums as key cultural and tourist resources will be defined and analyzed, and a description of their contribution to sustainable tourism development will be given. As a case study, the Acropolis Museum was selected. The methods chosen for collecting the necessary information are secondary sources of literature review on issues related to the subject and qualitative primary research in the form of semi-structured interviews with stakeholders of culture and tourism. The research concludes that for further development of the museums the synergy between the actors involved and the creation of a cultural resource management plan are necessary.

***Keywords:*** *culture, tourism, cultural tourism, cultural heritage, museums, tourist development, Acropolis Museum*

*"Τα μουσεία είναι πνευματικοί χώροι. Οι άνθρωποι χαμηλώνουν την ένταση της φωνής τους όταν έρχονται σε επαφή με την τέχνη".*

*Mario Botta, αρχιτέκτονας*

*«Ο πολιτισμός είναι χρόνος, είναι μνήμη και χώρος, είναι συνείδηση και ανάγκη μιας ταλαιπωρημένης κοινωνίας. Πάνω απ' όλα ο πολιτισμός είναι το μεγάλο συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας, η βαριά βιομηχανία, στη σύγχρονη διεθνή συγκυρία».<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Μουμουλίδης, Θ. (2016). Άμεση ανάγκη εθνικού διαλόγου για τον πολιτισμό. *Ανεξάρτητη συνεταιριστική εφημερίδα efsyn.gr* (Πηγή: <http://www.efsyn.gr/arthro/amesi-anagki-ethnikoy-dialogoy-gia-ton-politismo>)

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Από τις αρχές της δεκαετίας του '80, η ευαισθητοποίηση του σύγχρονου ανθρώπου σε περιβαλλοντικά ζητήματα και η διάθεση "φυγής" του από την καθημερινότητα οδήγησαν σε μια μεταστροφή των τουριστών προς την αναζήτηση αυθεντικών ταξιδιωτικών εμπειριών, σε περιοχές που κυριαρχεί ο παραδοσιακός τρόπος ζωής (Χαζάπη & Σδράλη, χ.χ.). Πραγματοποιήθηκε, με αυτόν τον τρόπο, μια προσαρμογή του τουριστικού τομέα σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού και σημειώθηκε μια στροφή από τον ποσοτικό στον ποιοτικό τουρισμό (ό. π.). Έτσι, ο τουρισμός απέκτησε κοινωνικό, περιβαλλοντικό, πολιτισμικό και επικοινωνιακό νόημα. Τα τελευταία είκοσι χρόνια, αναπτύσσεται ο πολιτιστικός τουρισμός, ο οποίος περιλαμβάνει δραστηριότητες που σχετίζονται με την προβολή και προστασία του πολιτιστικού κεφαλαίου και ικανοποιεί τις νέες τάσεις τουριστικών προτιμήσεων για προορισμούς (Hughes & Allen, 2005: 173-183). Σήμερα αναδεικνύεται σε έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της τουριστικής βιομηχανίας, καθώς σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού αναπτύσσεται με ρυθμό 15% σε ετήσια βάση και το 37% όλων των διεθνών ταξιδιών περιλαμβάνει ένα πολιτιστικό στοιχείο. (Λιναδάрту, χ.χ.). Ως αποτέλεσμα της ζήτησης της συγκεκριμένης μορφής εναλλακτικού τουρισμού, δημιουργούνται στην περιοχή υποδοχής σημαντικά οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά οφέλη που οδηγούν στην τουριστική ανάπτυξη.

Την τελευταία εικοσιπενταετία, εφαρμόζονται παγκοσμίως από μεγάλες πόλεις στρατηγικές αστικής αναζωογόνησης μέσω του πολιτισμού (urban regeneration through culture), που στοχεύουν στη φυσική, οικονομική και κοινωνική αναζωογόνησή τους, καθώς και στη διεκδίκηση μιας υψηλότερης θέσης στο διεθνές ή εθνικό αστικό σύστημα (Κόνσολα, 2006 και 2011). Σημαντικό ρόλο στην επίτευξη των στόχων των στρατηγικών τους διαδραματίζουν τα μουσεία (ιστορικά, αρχαιολογικά, επιστήμης και τεχνολογίας, ειδικά θεματικά ή πινακοθήκες και μουσεία τέχνης) (ό. π.), τα οποία αποτελούν βασικό μέρος της πολιτιστικής βιομηχανίας και με τη λειτουργία τους προσελκύουν μεγάλο μέρος εγχώριων και ξένων επισκεπτών, ενισχύοντας παράλληλα την οικονομική, πολιτιστική, αστική και τουριστική ανάπτυξη των πόλεων. Παρά το γεγονός ότι τα μουσεία με τη σημερινή τους μορφή υπάρχουν από τον 15ο αιώνα, σήμερα παρατηρούνται αλλαγές στην ανάπτυξή τους σε επίπεδο θεσμού και κτιριακής υποδομής. Οι αλλαγές στα εν λόγω ιδρύματα αφορούν τους τομείς της εκπαίδευσης, της προσβασιμότητας, της συντήρησης, της έκθεσης, της κτιριακής εγκατάστασης, του

εξειδικευμένου προσωπικού και ιδιαίτερα των επισκεπτών (Λιναδάрту, χ.χ.). Μέσα στο πλαίσιο του επαναπροσδιορισμένου ρόλου τους, τα μουσεία λαμβάνουν υπόψη την ικανοποίηση των αισθητικών και λειτουργικών αναγκών των επισκεπτών τους και διευρύνουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες τους. Έχουν μετατραπεί σε πολυσύνθετους οργανισμούς και σε πολιτιστικούς, εκπαιδευτικούς και ψυχαγωγικούς πόλους έλξης τουριστών. Η ανάπτυξη του τομέα των μουσείων είναι αξιοσημείωτη στον ευρωπαϊκό χώρο, καθώς εκτιμάται ότι σε κάθε μουσείο που υπήρχε το 1950 στην Ευρώπη αντιστοιχούν τέσσερα νέα μουσεία. Σήμερα λειτουργούν στην Ευρώπη πάνω από 13.500 μουσεία. (ό. π.)

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας μέσα από την επιλογή του συγκεκριμένου θέματος είναι να παρουσιαστεί ο νέος ρόλος των σύγχρονων μουσείων και το πώς αυτά συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη της εκάστοτε πόλης υποδοχής. Απώτερος σκοπός είναι η εξαγωγή συμπερασμάτων για το Μουσείο της Ακρόπολης αναφορικά με το βαθμό συμβολής του στην τουριστική ανάπτυξη της Αθήνας. Κίνητρο για την επιλογή του συγκεκριμένου θέματος αποτελεί η συνεχώς επιταχυνόμενη ανάπτυξη των μουσείων σε επίπεδο θεσμού και κτιριακών υποδομών που παρατηρείται τις τελευταίες δεκαετίες στις βιομηχανικά ανεπτυγμένες χώρες και η μετατροπή τους σε σημεία αναφοράς των πόλεων. Η εργασία διαρθρώνεται σε έξι κεφάλαια και μπορεί να διακριθεί σε δύο μέρη: το *θεωρητικό*, που αφορά τη διατύπωση των εννοιών του πολιτισμού, του τουρισμού, της πολιτιστικής κληρονομιάς, του μουσείου και τη *μελέτη περίπτωσης*, που αφορά το Μουσείο της Ακρόπολης.

Αναλυτικότερα, στο πρώτο μέρος της εργασίας και στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται η θεωρητική προσέγγιση του πολιτισμού, της πολιτιστικής κληρονομιάς και του φαινομένου του τουρισμού μέσω της ανάλυσης της ιστορικής του εξέλιξης σε παγκόσμια κλίμακα και του πολυσήμαντου ρόλου του στην περιφερειακή ανάπτυξη. Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται η ειδική αυτή μορφή εναλλακτικού τουρισμού, ο πολιτιστικός τουρισμός, προσδιορίζονται οι βασικές έννοιες και τα χαρακτηριστικά του, παρουσιάζονται η Διεθνής Χάρτα του πολιτιστικού τουρισμού και τα είδη των πολιτιστικών τουριστών, καθώς και τα κοινωνικά και οικονομικά οφέλη που προκύπτουν στην κοινότητα υποδοχής από τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού. Στο τρίτο κεφάλαιο διατυπώνεται η έννοια του μουσείου, η ιστορική εξέλιξή του, ο σύγχρονος ρόλος των μουσείων, τα είδη των μουσείων που υπάρχουν σήμερα και αναλύεται ακόμα η σχέση αλληλεπίδρασης μεταξύ των μουσείων και του τουρισμού και η συμβολή τους στην κοινωνική, οικονομική και τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου.

Στο τέταρτο κεφάλαιο επιχειρείται η καταγραφή της ελληνικής πραγματικότητας όσον αφορά την προσέλκυση πολιτιστικών τουριστών, γίνεται αναφορά στην ιστορική εξέλιξη των ελληνικών μουσείων και στο θεσμικό τους πλαίσιο και αναλύεται η λειτουργία των σύγχρονων ελληνικών μουσείων, αλλά και ο ρόλος των επισκεπτών στην ανάπτυξη των μουσείων. Εξετάζεται ακόμα η ποιότητα και το εύρος των υπηρεσιών τους και παρουσιάζονται τα μουσεία με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα σε εθνικό επίπεδο.

Στο δεύτερο μέρος, που αφορά τη μελέτη περίπτωσης, και συγκεκριμένα στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στη θέση, στη δομή και στην κίνηση του Μουσείου από τα εισιτήρια ανά έτος λειτουργίας. Επειδή η λειτουργία του Μουσείου ως πόλος έλξης επισκεπτών και η συμβολή του στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με την κατάσταση των αρχαιολογικών χώρων της πόλης ως σύνολο. Ακόμα, αναλύεται το έργο της ενοποίησης αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας. Στο έκτο κεφάλαιο αναλύονται οι απόψεις των φορέων που σχετίζονται με την συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική ανάπτυξη της Αθήνας και η σχέση του με την τοπική κοινωνία. Η συλλογή των απόψεων έγινε μέσω ημι-δομημένων συνεντεύξεων σε οργανισμούς του Δήμου Αθηναίων και της Περιφέρειας Αττικής. Η παρούσα μελέτη ολοκληρώνεται στο έβδομο κεφάλαιο, όπου παρουσιάζονται τα συμπεράσματα και διατυπώνονται προτάσεις αναφορικά με τη συμβολή των μουσείων στην τουριστική ανάπτυξη των πόλεων, που προκύπτουν τόσο από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση, όσο και από την έρευνα πεδίου που πραγματοποιήθηκε.

**Α' ΜΕΡΟΣ**

**ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΜΟΥΣΕΙΑ**

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

# ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ

### 1.1 Η έννοια του πολιτισμού

Ο πολιτισμός αποτελεί βασικό συστατικό κάθε κοινωνίας. Ο όρος "πολιτισμός" δεν έχει σαφές περιεχόμενο, παρόλο που χρησιμοποιείται ευρύτατα και καθημερινά από τους ανθρώπους των σύγχρονων κοινωνιών. Προέρχεται από τη γαλλική λέξη *civilization* και αναφέρεται "στο σύνολο των υλικών και πνευματικών αξιών και επιτευγμάτων που κληροδοτούνται από γενιά σε γενιά στο πέρασμα των χρόνων, διαμορφώνοντας κοινές εικόνες και βιώματα για ένα σύνολο ατόμων, παραπέμποντας παράλληλα σε μια πορεία συνεχούς κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης" (Μπιτσάνη, 2004). Συνδέεται ακόμα με τις έννοιες της παιδείας, της εκπαίδευσης, της επικοινωνίας, της ψυχαγωγίας, της πνευματικής και ψυχικής προόδου, της κοινωνικής συμμετοχής και της τεχνολογικής εξέλιξης (Badie, 1995). Επίσης, ο όρος "πολιτισμός" αναφέρεται στις ανθρώπινες σχέσεις, στα ήθη, στη συμπεριφορά, στην αισθητική έκφραση, αλλά και στον τρόπο ζωής ενός συνόλου μιας κοινωνίας (Μπαμπινιώτης, 2006). Έχοντας ως βάση τον πολιτισμό, τα μέλη ενός κοινωνικού συνόλου αναγνωρίζονται μεταξύ τους, αποκτούν την ατομική τους ταυτότητα, και συμμετέχουν στη ζωή όντας ενταγμένοι στο κοινωνικό σύνολο (Cuche, 2001 και Τσαούσης, 1983).

Όπως επισημαίνει ο Williams (1994) ο όρος του πολιτισμού σήμερα ορίζεται ως δίσημος. Πολλοί ερευνητές ταύτισαν τον όρο του "πολιτισμού" με τον αντίστοιχο της "κουλτούρας", προσπαθώντας να αποδώσουν ένα σύνολο νοημάτων, αξιών και εμπειριών (Μπιτσάνη, 2004). Οι δύο όροι, "πολιτισμός" (*civilization*) και "κουλτούρα" (*culture*) χρησιμοποιούνται για να δηλώσουν τον "υλικό πολιτισμό" και τον "πνευματικό πολιτισμό" αντίστοιχα. Ο υλικός πολιτισμός αφορά την διαχρονική και συγχρονιστική μελέτη των τεχνουργημάτων/χειροτεχνημάτων (*artefacts*) και την κατανόηση και ερμηνεία των τρόπων παραγωγής και κατανάλωσής τους, των αντιλήψεων, δοξασιών, πεποιθήσεων, νοοτροπιών και συμπεριφορών, όπως αυτά αποτυπώνονται και ενσωματώνονται στα αντικείμενα/τεχνουργήματα, του πολιτισμού εν γένει μιας κοινωνίας ή πολιτισμικής ομάδας (Οικονόμου, 2014:26). Ο πνευματικός πολιτισμός περιλαμβάνει τους τομείς της τέχνης, της θρησκείας, της παιδείας και της



φιλοσοφίας (Ρόζεναντ, 1976). Στις πρώτες χρήσεις του, ο όρος "κουλτούρα" (culture) συνδέθηκε με την εκτροφή των ζώων και την καλλιέργεια των φυτών, αλλά και με τη θρησκευτική λατρεία (Smith, 2001). Από τον 16ο έως τον 19ο αιώνα, ο ίδιος όρος χρησιμοποιείται για να δηλώσει τη βελτίωση της σκέψης και των τρόπων συμπεριφοράς του ατόμου μέσω της εκπαίδευσης. Την ίδια περίοδο, ο όρος "κουλτούρα" άρχισε να χρησιμοποιείται ως συνώνυμο του "πολιτισμού" (civilization) (ό. π.). Με την άνοδο του Ρομαντισμού την εποχή της Βιομηχανικής Επανάστασης, ο όρος άρχισε να χρησιμοποιείται για τον προσδιορισμό της πνευματικής εξέλιξης μιας κοινωνίας σε αντιπαράθεση με τις υλικές αλλαγές στην υποδομή της. Στα τέλη του 19ου αιώνα σημειώθηκαν και άλλες αλλαγές, οι οποίες τόνιζαν ότι καθημερινότητα και παράδοση ανήκαν στον κόσμο της κουλτούρας (ό. π.). Σύμφωνα με τον Williams (1976), οι ιστορικές αυτές αλλαγές αντανακλώνται στις τρεις χρήσεις του όρου "κουλτούρα".

- Στη διανοητική, πνευματική και αισθητική εξέλιξη ενός ατόμου, μιας ομάδας ή μιας κοινωνίας.
- Στην αποτύπωση ενός φάσματος διανοητικών και καλλιτεχνικών δραστηριοτήτων και των προϊόντων τους (θέατρο, κινηματογράφος, μορφές τέχνης).
- Στον προσδιορισμό ενός τρόπου ζωής και διάφορων δραστηριοτήτων, απόψεων και εθίμων ενός λαού, μιας ομάδας ή μιας κοινωνίας. (Smith, 2001)

Αξίζει ακόμα να σημειωθεί πως η έννοια της κουλτούρας ερμηνεύεται ως ένα μεταβλητό και αμεταβίβαστο στοιχείο ενός κοινωνικού συνόλου που συνδέεται άρρηκτα με το θεσμό της παιδείας, με αξίες, καθώς και με ηθικές και πνευματικές παραδόσεις (Μπιτσάνη, 2004). Αντίθετα, ο όρος πολιτισμός έχει μεταβιβάσιμα χαρακτηριστικά, που κατευθύνονται από το ένα κοινωνικό σύνολο στο άλλο (Πασχαλίδης & Χαμπούρη-Ιωαννίδου, 2002). Εν κατακλείδι, η διαφοροποίηση μεταξύ πολιτισμού και κουλτούρας έγκειται στο ότι ο πολιτισμός εκφράζει τα τεχνολογικά επιτεύγματα του ανθρώπου (τεχνικός πολιτισμός), ενώ η κουλτούρα τον εσωτερικό πνευματικό του κόσμο, καθώς αναφέρεται παράλληλα και στο σύνολο της πνευματικής παράδοσης ενός λαού (πνευματικός πολιτισμός) (Badie, 1995).

## 1.2 Η έννοια του τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί ένα σύγχρονο κοινωνικο-οικονομικό φαινόμενο, το οποίο γνώρισε ραγδαία ανάπτυξη ιδιαίτερα κατά την μεταπολεμική περίοδο και αναδείχθηκε σε έναν από τους ταχέως αναπτυσσόμενους κλάδους της παγκόσμιας οικονομίας. Σύμφωνα με τους Hunziker και Krapf (1942) "ο τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και των γεγονότων που απορρέουν από το ταξίδι και την παραμονή προσώπων σε έναν τόπο διαφορετικό του τόπου κύριας διαρκούς διαμονής και εργασίας τους". Στον ορισμό αυτό αναφέρεται ότι ο τουρισμός πρέπει απαραίτητα να περιλαμβάνει τόσο το ταξίδι όσο και τη διαμονή, αποκλείοντας τις ημερήσιες περιηγήσεις-τις εκδρομές. Επιπλέον, δεν περιλαμβάνει τα επαγγελματικά ταξίδια που συνδέονται με οποιαδήποτε κερδοσκοπική δραστηριότητα.

Αργότερα, ακολούθησαν και άλλες προσπάθειες απόδοσης του ορισμού του τουρισμού (Barbaréσος, 2008:56). Στο Διεθνές Λεξικό του Τουρισμού που εκδόθηκε από τη Διεθνή Ακαδημία του Τουρισμού, ο τουρισμός ορίζεται ως "το σύνολο των ανθρώπινων δραστηριοτήτων ενεργοποιούμενων για να πραγματοποιηθεί το ταξίδι" και ως "μια βιομηχανία, η οποία συμβάλλει στην ικανοποίηση των αναγκών του τουρίστα" (ό. π.). Οι Mill και Morrison (1985) όρισαν τον τουρισμό ως "μια δραστηριότητα που ενεργοποιείται μέσα από το ταξίδι και περιλαμβάνει όλες τις ενέργειες που σχετίζονται με την προετοιμασία και πραγματοποίηση του ταξιδιού, την παραμονή, την επιστροφή και τις αναμνήσεις". Ακόμα, περιλαμβάνει τις δραστηριότητες που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, τις αγορές και τη σχέση επικοινωνίας που δημιουργείται μεταξύ τουριστών και των κατοίκων της περιοχής υποδοχής. (ό. π.)

Στο Διεθνές Συνέδριο Στατιστικής για τα Ταξίδια και τον Τουρισμό που πραγματοποιήθηκε το 1991 στον Καναδά δόθηκε ο εξής ορισμός για τον τουρισμό: "ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες που συνδέονται με τον ελεύθερο χρόνο και αναφέρεται σε τουρίστες που ταξιδεύουν και παραμένουν σε περιοχές εκτός της γεωγραφικής περιοχής της μόνιμης κατοίκησης τους, για λιγότερο από ένα συνεχόμενο έτος" (Λαγός, 2005). Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO, 1993), ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και παραμένουν σε ένα μέρος διαφορετικό από το σύνηθες περιβάλλον τους για διάστημα όχι μεγαλύτερο από ένα συνεχόμενο έτος, με σκοπό την αναψυχή, την εργασία ή άλλους λόγους (Middleton & Hawkins, 2004:112).

Κατά τον Λαγό (2005) ο τουρισμός αποτελεί "ένα πολυσύνθετο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, το οποίο συμβαίνει όταν τα άτομα αλλάζουν φυσικό περιβάλλον και ρυθμούς ζωής, ικανοποιώντας ταυτόχρονα ανάγκες ψυχικού, σωματικού και πνευματικού χαρακτήρα, μέσα από συνειδητή και πρόσκαιρη μετακίνηση σε μη γνωστό για αυτούς γεωγραφικό χώρο και η παραμονή τους σ' αυτόν είναι για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (μέχρι ένα έτος). Παράλληλα, στον χώρο επίσκεψης- προορισμού πραγματοποιούνται δραστηριότητες διακοπών, ψυχαγωγίας, αναψυχής, θρησκευτικές, κλπ.

Τέλος, σύμφωνα με τους Goeldner και Ritchie (2009), ο τουρισμός μπορεί να οριστεί ως η επιστήμη, η τέχνη και η επιχειρηματική δραστηριότητα που ελκύει επισκέπτες, τους μεταφέρει, τους φιλοξενεί και κυρίως καλύπτει τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους. Οι ίδιοι προσδιόρισαν τον τουρισμό ως τη διαδικασία, τις δραστηριότητες και τα αποτελέσματα που προκύπτουν από τις σχέσεις και τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ των τουριστών, των προμηθευτών τουριστικών προϊόντων, των κοινοτήτων υποδοχής, των αρχών στους τόπους υποδοχής και του περιβάλλοντος που εμπλέκονται στην προσέλκυση και τη φιλοξενία επισκεπτών. Τόνισαν ότι ο τουρισμός αντιπροσωπεύει "το άθροισμα των βιομηχανικών και εμπορικών δραστηριοτήτων που παράγουν αγαθά και υπηρεσίες για να καταναλωθούν κατά κύριο λόγο από ξένους και όχι από εγχώριους τουρίστες. (ό. π.)

### **1.2.1 Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού**

Ο όρος "τουρισμός" εμφανίστηκε για πρώτη φορά στις αρχές του 19<sup>ου</sup> αιώνα και εξελίχτηκε παράλληλα με τα γεγονότα που δημιούργησαν την ανθρωπότητα κατά τις τελευταίες χιλιετίδες (Βαρβαρέσος, 2000). Το 1800 χρησιμοποιείται η λέξη "tourist" για να περιγράψει τα άτομα που συμμετείχαν στη μακρά περιήγηση (Grand Tour), ενώ το 1811 χρησιμοποιείται η λέξη "tourism" για να εξηγήσει την πρακτική του να ταξιδεύει κανείς από ευχαρίστηση (ό. π.). Τα πρώτα ταξίδια πραγματοποιήθηκαν στους αρχαίους χρόνους από εμπόρους και επιστήμονες, που ταξίδευαν για επαγγελματικούς λόγους (Τσάρτας, 1996:11). Τα ταξίδια για θρησκευτικούς λόγους αποτέλεσαν τα πρώτα ταξίδια αναψυχής (ό. π.). Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, ο τουρισμός εμφανίζεται ως πολιτιστικό και θρησκευτικό συμβάν (Βαρβαρέσος, 2000). Στην Ευρώπη, τη Μεσόγειο και τη Βαλτική οι έμποροι αποτελούν μια κατηγορία τουριστών, όπου η επαγγελματική τους ιδιότητα συνυπάρχει με τα πολιτιστικά τους ενδιαφέροντα

(ό. π.). Με άλλα λόγια, τη περίοδο αυτή εγκαθιδρύεται ο επαγγελματικός τουρισμός σε ένα ευρύτερο πλαίσιο αναψυχής (ό. π.). Ακόμα, αναπτύσσεται ο πανεπιστημιακός τουρισμός στα πανεπιστημιακά κέντρα της Ευρώπης (Παρίσι, Μονπελιέ, Οξφόρδη, Κέμπριτζ) και ο τουρισμός των μεγάλων θρησκευτικών γεγονότων (ό. π.). Τον 17ο αιώνα, τα ταξίδια θεωρούνταν τμήμα της εκπαίδευσης των παιδιών των ευγενών, καθώς οι τελευταίοι επιθυμούσαν τα παιδιά τους να ταξιδεύουν (Lickorish και Jenkins, 2004).

Την περίοδο της Αναγέννησης αυξήθηκαν οι τουριστικές μετακινήσεις και οι άνθρωποι επέλεξαν πλέον τα ταξίδια από "διανοουμενίστικη περιέργεια" (Βαρβαρέσος, 2000). Στη Γαλλία δημιουργήθηκαν δύο περιηγήσεις που εξυπηρετούσαν τις μετακινήσεις των Άγγλων ευγενών: η "μικρή περιήγηση" (Petit Tour), που περιλάμβανε το Παρίσι και τη νοτιοδυτική Γαλλία και η "μεγάλη περιήγηση" (Grand Tour), που περιλάμβανε τις παραπάνω περιοχές, τη Βουργουνδία, τη νότια και τη νοτιοανατολική Γαλλία (ό. π.). Βασικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού διαδραμάτισαν οι τεχνολογικές εξελίξεις στα μεταφορικά μέσα, καθώς θεωρούνται απαραίτητα για την επίσκεψη ενός προορισμού (Lickorish και Jenkins, 2004). Η μαζική τουριστική ανάπτυξη έπαιξε καταλυτικό ρόλο στη δημιουργία ενός μαζικού μεταφορικού μέσου-του σιδηροδρόμου (Σιταράς και Τζένος, 2007). Τα μεταφορικά μέσα, οι ταξιδιωτικοί οδηγοί και τα τουριστικά καταλύματα φαίνονταν ωστόσο ανεπαρκή για περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού (Βαρβαρέσος, 2000). Ο Thomas Cook θεωρήθηκε πρωτοπόρος, καθώς δημιούργησε το πρώτο ολοκληρωμένο τουριστικό πακέτο που περιελάμβανε τη μεταφορά, το κατάλυμα και τις δραστηριότητες σε έναν τουριστικό προορισμό. Την πρωτοποριακή αυτή ιδέα του υιοθέτησαν αργότερα πολλές εταιρίες παγκοσμίως (Lickorish και Jenkins, 2004). Κατά την περίοδο του μεσοπολέμου (1918-1939), η ακμάζουσα πορεία του τουρισμού διακόπηκε λόγω του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου το 1914. Τη δεκαετία του '30 μετά τη βιομηχανική επανάσταση, ο τουρισμός αναδεικνύεται σε κοινωνικο-οικονομικό φαινόμενο, καθώς βελτιώνονται οι κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες διαβίωσης και δημιουργούνται παραγωγικές σχέσεις στις ανεπτυγμένες χώρες. Όμως, η ακμάζουσα πορεία του τουρισμού διακόπτεται πάλι από τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. (Τσάρτας, 1996 και Βαρβαρέσος, 2008)

Άνοδος της τουριστικής δραστηριότητας παρατηρείται μετά το 1945, κατά την μεταπολεμική εποχή, μια εποχή μεγάλων τεχνολογικών εξελίξεων, βιομηχανικής ανάπτυξης και αύξησης του εισοδήματος (Τσάρτας, 1996). Ο τουρισμός αναδείχθηκε σε έναν από τους δυναμικότερους κλάδους της παγκόσμιας οικονομίας ειδικά μετά το

1970 (ό. π.). Για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες, ο τουρισμός είναι ένας από τους κυρίαρχους οικονομικούς τομείς, τόσο σε εισόδημα όσο και σε αριθμό εργαζομένων, γεγονός που τον καθιστά βασικό μοχλό της ανάπτυξης τους (ό. π.). Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO)<sup>2</sup> από το 1952 ως το 2005 ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων αυξήθηκε, με αποτέλεσμα να εκτιναχθεί από τα 25 στα 797 εκατομμύρια. Έως το 1950, οι 15 πιο δημοφιλείς διεθνείς προορισμοί απορροφούσαν το 88% των παγκόσμιων αφίξεων, το 1970 το 75% και το 2005 το 57%.

Οι βασικοί λόγοι που οδήγησαν στην ανάπτυξη του τουρισμού διαχρονικά είναι οι παρακάτω:

- Η οικονομική πρόοδος που οδήγησε στην αύξηση του εισοδήματος
- Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου
- Η βελτίωση στις υποδομές αερομεταφορών, η ανάπτυξη του σιδηρόδρομου και της αυτοκινητοβιομηχανίας, αλλά και το χαμηλό κόστος μεταφοράς, κυρίως στα μακρινά ταξίδια
- Η πολεοδομική και οικιστική αναρχία
- Η πληθυσμιακή διόγκωση των πόλεων
- Η κυκλοφορική συμφόρηση στις πόλεις
- Η αστική ρύπανση και μόλυνση
- Η βιομηχανική παντοκρατορία
- Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου των ανθρώπων λόγω της αυτοματοποίησης των παραγωγικών διαδικασιών και η μείωση ωρών εργασίας στις αναπτυγμένες χώρες κ.α. (Καραγιάννης και Έξαρχος, 2016:30).

Όσο ψηλότερος είναι ο βαθμός της αστικοποίησης του πληθυσμού μιας χώρας ή μιας πόλης, τόσο πιο ανοδική είναι η τάση της εξόδου πληθυσμού και επομένως τόσο πιο υψηλό εκδηλώνεται το φαινόμενο του τουρισμού (ό. π.).

---

<sup>2</sup> Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) αποτελεί μια εξειδικευμένη υπηρεσία που ενισχύει την προώθηση του τουρισμού ως "κινητήρια δύναμη" οικονομικής και περιβαλλοντικής βιώσιμης ανάπτυξης, προσφέροντας ταυτόχρονα υποστήριξη στην προώθηση της γνώσης και των πολιτικών του τουρισμού παγκοσμίως. Στόχος του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού είναι να εφαρμόζεται ο Παγκόσμιος Κώδικας Δεοντολογίας για τον τουρισμό για να ελαχιστοποιηθούν οι πιθανές αρνητικές συνέπειες του τουρισμού και η "φτώχεια", αλλά και να προωθήσει τον τουρισμό ως ένα αποτελεσματικό εργαλείο ανάπτυξης μέσω έργων τεχνικής βοήθειας για την επίτευξη των βιώσιμων αναπτυξιακών στόχων (SDGs) σε παγκόσμιο επίπεδο. Τα μέλη του οργανισμού περιλαμβάνουν 157 χώρες. (UNWTO, 2015)

Το 2006 οι παγκόσμιες αφίξεις έφθασαν τα 842 εκατομμύρια, ενώ το 2007 αποτελεί το τέταρτο έτος της ανοδικής πορείας της τουριστικής βιομηχανίας σε παγκόσμιο επίπεδο. Το 2008 ο τουρισμός πλήττεται από την παγκόσμια οικονομική κρίση. Ανάλογη πορεία είχε και το 2009, καθώς στους περισσότερους προορισμούς της Ευρώπης παρατηρείται μείωση των αφίξεων της τάξης του 4,83% συγκριτικά με το 2008. Το 2010 οι παγκόσμιες αφίξεις έφθασαν τα 940,3 εκατομμύρια. Σήμερα, ο τουρισμός συνεχίζει την αλματώδη πορεία του και αναμένεται να σημειώσει θετικά αποτελέσματα στα επόμενα έτη. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού υποστηρίζει πως οι διεθνείς αφίξεις προβλέπεται να φτάσουν τα 1,6 δισεκατομμύρια έως το 2020. Οι κορυφαίες περιοχές υποδοχής θα είναι η Ευρώπη, η Ανατολική Ασία και η Αμερική. (UNWTO, 2011)

### 1.3 Η έννοια της πολιτιστικής κληρονομιάς

Με τον όρο "πολιτιστική κληρονομιά" ασχολούνται σήμερα επιστήμονες, φορείς διοίκησης και διεθνείς οργανισμοί (Κόνσολα, 2006). Με την ευρεία έννοια της, η πολιτιστική κληρονομιά εμπλουτίζεται με νέες κατηγορίες και επεκτείνεται από τα προϊστορικά χρόνια έως και σήμερα. (ό. π.). Ο νέος τρόπος ζωής έχει οδηγήσει στον αποπροσανατολισμό και την απώλεια του παρελθόντος. Για αυτόν το λόγο, διεθνείς οργανώσεις έχουν ευαισθητοποιηθεί και μέλημά τους είναι η διατήρηση της "πολιτιστικής κληρονομιάς" (Hewison, 1987).

Στη Σύμβαση για την προστασία της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς (Παρίσι, 1972) διατυπώθηκε η έννοια της πολιτιστικής κληρονομιάς. Σύμφωνα με το άρθρο 1 της σύμβασης ως πολιτιστική κληρονομιά θεωρούνται:

α) μνημεία: αρχιτεκτονικά έργα, σημαντικά έργα γλυπτικής και ζωγραφικής, έργα ή κατασκευές αρχαιολογικού χαρακτήρα, επιγραφές, σπήλαια και σύνολα έργων παγκοσμίου αξίας από την άποψη της ιστορίας της τέχνης ή της επιστήμης

β) σύνολα οικοδομημάτων: ομάδες κτιρίων μεμονωμένων ή ενοτήτων (οικισμών), τα οποία λόγω της αρχιτεκτονικής τους, της ομοιογένειάς τους ή της θέσης τους έχουν παγκόσμια αξία από την άποψη της ιστορίας της τέχνης ή της επιστήμης

γ) τοπία: έργα του ανθρώπου και της φύσεως, αλλά και εκτάσεις, συμπεριλαμβανομένων και των αρχαιολογικών χώρων, οι οποίοι έχουν παγκόσμια αξία από ιστορική, αισθητική, εθνολογική και ανθρωπολογική άποψη (Λάββας, 1997).

Ο όρος "πολιτιστική κληρονομιά" προσδιορίζει την υλική κληρονομιά, που κατηγοριοποιείται σε δύο είδη πολιτιστικών αγαθών: τα ακίνητα και τα κινητά αγαθά (Κόνσολα, 2006). Ως πολιτιστικό αγαθό νοείται κάθε αντικείμενο, το οποίο έχει σπουδαιότητα για την αρχαιολογία, την προϊστορία, τη φιλολογία, την τέχνη ή την επιστήμη. (Άρθρο 1. Δ.Σ. Παρισιού, 1970). Στην κατηγορία των ακίνητων αγαθών περιλαμβάνονται τα μεμονωμένα κτίσματα, τα οικιστικά και ταφικά σύνολα, ιστορικοί και αρχαιολογικοί χώροι και "πολιτιστικά τοπία", στα οποία υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ ανθρώπου και φύσης για τη δημιουργία τους. Στην κατηγορία των κινητών πολιτιστικών αγαθών υπάγονται τα έργα τέχνης και τεχνικής, τα γραπτά μνημεία και όλα τα ευρήματα από αρχαιολογικές ανασκαφές που εκθέτονται και φυλάσσονται σε προθήκες των μουσείων.

Ο όρος "πολιτιστική κληρονομιά" χρησιμοποιείται ακόμα για να δηλώσει την άυλη κληρονομιά, που σύμφωνα με τη σύμβαση της Unesco<sup>3</sup> είναι οι πρακτικές, αναπαραστάσεις, εκφράσεις, γνώσεις και δεξιότητες, τις οποίες κοινότητες, ομάδες και σε κάποιες περιπτώσεις μεμονωμένα άτομα αναγνωρίζουν ως στοιχεία της κληρονομιάς τους (παραδόσεις, γλώσσα, παραστατικές τέχνες, ήθη και έθιμα, κοινωνικές και πρακτικές τελετουργίες κλπ.). (www.portal.unesco.org και Κόνσολα, 2006). Άλλωστε, ότι παρουσιάζει αρχαιολογικό, ιστορικό, εθνολογικό, καλλιτεχνικό, επιστημονικό ή τεχνολογικό ενδιαφέρον μπορεί να χαρακτηριστεί ως πολιτιστικό αγαθό (Κόνσολα, 2006).

Αξίζει ακόμα να επισημανθεί ότι λόγω της συνεχούς διεύρυνσης της έννοιας της "πολιτιστικής κληρονομιάς" προστίθενται νέα προϊόντα στους Καταλόγους της Παγκόσμιας Κληρονομιάς, όπως τα "υλικά κατάλοιπα" της βιομηχανίας και της τεχνολογίας, καθώς και οι ιστορικοί τόποι από την προϊστορία ως τη σύγχρονη εποχή. (ό. π.). Σύμφωνα με το άρθρο 11 της Σύμβασης του Παρισιού προβλέπεται απογραφή των αγαθών σε δύο καταλόγους, τον "Κατάλογο Παγκόσμιας Κληρονομιάς" και τον "Κατάλογο της εν κινδύνω Παγκόσμιας Κληρονομιάς". Σκοπός αυτών των καταλόγων είναι η συγκεκριμενοποίηση και διευκόλυνση των οργάνων που προβλέπει η Διεθνής Σύμβαση (Άρθρο 11. Δ.Σ. Παρισιού, 1970).

Τα στοιχεία που παρουσιάζουν την ιστορική εξέλιξη της πολιτιστικής κληρονομιάς συνιστούν την ταυτότητα κάθε έθνους, μιας χώρας, ενός τόπου. Η πολιτιστική κληρονομιά, με την ευρύτερή έννοιά της ανήκει σε όλους, καθώς

---

<sup>3</sup> Άρθρο 2 (Convention on the Safeguarding of the Cultural Heritage)

αποτυπώνει την καθημερινότητά μας και ενισχύει την ανάπτυξη κάθε κοινωνικού συνόλου ή περιοχής (Κρεμέζη, 2002).



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

#### 2.1 Έννοιες και ορισμοί του πολιτιστικού τουρισμού

Έρευνες και μελέτες για τον τουρισμό και την αναψυχή έχουν καταλήξει στο συμπέρασμα ότι ο "πολιτισμός" και ο "τουρισμός" είναι δύο έννοιες που συνδέονται άρρηκτα μεταξύ τους και συγκροτούν τον πολιτιστικό τουρισμό (Hughes, 2002), ο οποίος θεωρείται ότι συμβάλλει σημαντικά στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας και επομένως και στην οικονομία του δυτικο-ευρωπαϊκού χώρου (Bywater, 1993). Τα πρώτα σημάδια πολιτιστικού τουρισμού εμφανίζονται στην Αίγυπτο το 1500 π.Χ., από τουρίστες που επισκέφτηκαν τις πυραμίδες (Casson, 1994). Τους τελευταίους αιώνες άτομα ή περιηγητές και ομάδες περιηγητών ταξίδευαν σε τόπους με αρχαιολογικό, ιστορικό ή θρησκευτικό ενδιαφέρον. Τα συγκεκριμένα πολιτιστικά ταξίδια θεωρήθηκαν η πρώτη μορφή πολιτιστικού τουρισμού, ο οποίος διαφέρει από άλλες δραστηριότητες τουρισμού (ό. π.)

Ο πολιτιστικός τουρισμός έχει αναγνωριστεί από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ως οικονομική δύναμη και τα μουσεία κρίνεται ότι έχουν συμβάλλει σημαντικά σε αυτό. Η εν λόγω μορφή τουρισμού αναφέρεται στο τμήμα της τουριστικής βιομηχανίας που δίνει έμφαση στην πολιτιστική κληρονομιά και τα αξιοθέατα ενός τόπου. Σύμφωνα με τον Richards (1997) "ο πολιτιστικός τουρισμός είναι "η μετακίνηση των ανθρώπων σε πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από τον τόπο διαμονής τους, με την προσδοκία να συγκεντρώσουν νέες πληροφορίες, εμπειρίες και να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές ανάγκες τους". Κατά τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, "ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει τις μετακινήσεις των ατόμων με βασικά πολιτιστικά κίνητρα, όπως ταξίδια εκπαιδευτικά, θεάτρου και άλλων πολιτιστικών περιηγήσεων, επίσκεψη σε μνημεία, ταξίδια για μελέτη της φύσης ή της λαϊκής τέχνης ή για προσκύνημα". (World Tourism Organization, 1985)

Οι Ashworth και Goodall (1990) όρισαν τον πολιτιστικό τουρισμό "ως μια μορφή τουρισμού που χαρακτηρίζεται από συναισθήματα νοσταλγίας, ρομαντισμού και της αίσθησης του χώρου και του χρόνου". Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση του αριθμού των τουριστών που αναζητούν την πολιτιστική κληρονομιά στα ταξίδια αναψυχής τους, συνδυάζοντας διασκέδαση, γνώση και κουλτούρα. Εκτιμάται ότι το

2004 το 81% από τα 146 εκατομμύρια άτομα, που πήγαν ένα ταξίδι άνω των 50 μιλίων από την κατοικία τους, αναζητούσαν την πολιτιστική κληρονομιά (Kotler et al, 2008). Αυτή η αύξηση του πολιτιστικού τουρισμού προέκυψε λόγω της ανόδου του βιωτικού, μορφωτικού και πνευματικού επιπέδου (Bonet, 2003).

Ο Hoetscher (2006) τονίζει ότι η πολιτιστική κληρονομιά για τον σύγχρονο κόσμο είναι ένα μέσο κατανόησης και αξιοποίησης του παρελθόντος, ενώ δημιουργεί παράλληλα οικονομικά έσοδα και συνιστά θεμέλιο της προσωπικής και συλλογικής ταυτότητας. Είναι βέβαιο ότι η ιστορία, η πολιτιστική κληρονομιά και ο τουρισμός κάθε τόπου συνδέονται (ό. π.) . Η κάθε χώρα μπορεί να αναπτύξει δραστηριότητες που σχετίζονται με την πολιτιστική κληρονομιά και τον τουρισμό, προκειμένου να αυξηθεί η ζήτηση για εκπαιδευτικούς και ψυχαγωγικούς λόγους (Herbert et al, 1989). Σύμφωνα με τον Prentice (1993), "στον τομέα του τουρισμού ο όρος κληρονομιά δεν αναφέρεται μόνο στα τοπία, στην ιστορία, στα κτίρια, στα έργα τέχνης, στις πολιτιστικές παραδόσεις ή σε όσα περνούν από γενιά σε γενιά, αλλά αποτελείται ακόμα από αυτά που μπορούν να συμβάλλουν στην προώθηση των τουριστικών προϊόντων και την προσθήκη νέων υπηρεσιών". Το γεγονός αυτό μπορεί, όπως επισημαίνει ο Hayes MacLeod (2005 στο Tajtakova et al, 2010) να προσελκύσει τουρίστες που ενδιαφέρονται για τουριστικά πακέτα και να ενισχυθεί με αυτόν τον τρόπο η οικονομία της εκάστοτε περιφέρειας.

## 2.2 Τα χαρακτηριστικά του πολιτιστικού τουρισμού

Ως κύρια χαρακτηριστικά του πολιτιστικού τουρισμού στη διεθνή βιβλιογραφία αναφέρονται τα παρακάτω:

- Ταυτίζεται από πολλούς συγγραφείς με τον μορφωτικό τουρισμό, καθώς μέσω της τουριστικοπολιτιστικής εμπειρίας που αποκομίζουν οι επισκέπτες, μαθαίνουν παράλληλα για τον πολιτισμό του προορισμού (Τσάρτας, 1995).
- Συνδέεται άμεσα με την πολιτιστική κληρονομιά και τον πολιτιστικό πλούτο του τουριστικού προορισμού, στοιχεία των οποίων λειτουργούν ως τουριστικά προϊόντα (Σφακιανάκης, 2000).

- Προβάλλει τα χαρακτηριστικά του πολιτισμού του τουριστικού προορισμού και συντελεί σημαντικά στην ανάπτυξη, την αναβίωση και την προστασία των πολιτιστικών στοιχείων του προορισμού (ό.π.).
- Αποτελεί φιλική προς το περιβάλλον μορφή τουρισμού, καθώς προστατεύει το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον (ό.π.).
- Απαραίτητη προϋπόθεση ανάπτυξής της εν λόγω μορφής τουρισμού είναι η ευαισθητοποίηση του τοπικού πληθυσμού και των αρμόδιων τουριστικών φορέων σχετικά με τη διαχείριση και προστασία του πολιτιστικού πλούτου και την προώθηση των πολιτιστικών προϊόντων (ό.π.).
- Συντελεί στην ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμού (ό.π.).

### 2.3 Η χάρτα του πολιτιστικού τουρισμού

Το Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Τοποθεσιών (ICOMOS)<sup>4</sup> υπέγραψε το 1985, στην 7<sup>η</sup> Γενική Συνέλευση στο Ροστόκ της Γερμανίας, τη Χάρτα του Πολιτιστικού Τουρισμού και τη συμπεριέλαβε στις ειδικές επιτροπές του. Η Διεθνής Επιτροπή Πολιτιστικού Τουρισμού (ειδική επιτροπή του ICOMOS) βελτίωσε και αναθεώρησε την Χάρτα το 1999 στο Μεξικό. (Τσάρτας et al, χ.χ.)

Πρακτικά, η Χάρτα υπαγορεύει έναν κώδικα συμπεριφοράς για τους τουριστικούς παράγοντες και τους επισκέπτες απέναντι στην πολιτιστική κληρονομιά ενός τόπου, όταν αυτός αποτελεί στοιχείο τουριστικού ενδιαφέροντος (Κρεμέζη, 2002). Στη Χάρτα αναλύεται το τουριστικό φαινόμενο και οι δράσεις για την προστασία της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, στην περίπτωση που υπάρχουν αρνητικές επιδράσεις από το φαινόμενο του τουρισμού. Η *Χάρτα του Πολιτιστικού Τουρισμού* αποτελείται από δύο μέρη: α) τις γενικές αρχές που αφορούν το πλαίσιο της διαχείρισης του τουρισμού σε περιοχές με σημαντική πολιτιστική κληρονομιά και β) τα έξι άρθρα ή αρχές της (ό. π.).

Στις Γενικές Αρχές αναφέρεται ο βασικός σκοπός της διατήρησης ενός πολιτιστικού τόπου ή αγαθού, ο οποίος είναι η ανάδειξη των κύριων χαρακτηριστικών

---

<sup>4</sup> Το Ελληνικό Τμήμα του ICOMOS (International Council on Monuments and Sites) ιδρύθηκε το 1972, ως Επιστημονική Επιτροπή του Τεχνικού Επιμελητηρίου της Ελλάδας (ΤΕΕ). Το 1992 συνεχίζει τη δράση του ως ανεξάρτητο και αναγνωρισμένο επιστημονικό σωματείο. Το Ελληνικό Τμήμα του ICOMOS συμβάλλει στη διάσωση και στην προστασία πολιτιστικών αγαθών, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στον διεθνή χώρο. Δραστηριοποιείται στο χώρο της Νοτιοανατολικής Ευρώπης και στη Μεσόγειο και δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη διάσωση μνημείων από καιρικά φαινόμενα ή πολέμους στα Βαλκάνια. Ελληνικό ICOMOS, (<https://www.icomoshellenic.gr/>, 26/11/2016)

του (π.χ. φυσικών, καλλιτεχνικών κλπ.) και της σημασίας του, που οφείλει να είναι κατανοητή από τους επισκέπτες και τους κατοίκους μιας συγκεκριμένης περιοχής. Για να εξασφαλιστούν οφέλη για τον τουρισμό θα πρέπει να διαμορφώνεται η διαχείριση των ιστορικών τόπων με πολιτιστική κληρονομιά για την ενίσχυση των σχέσεων μεταξύ των πολιτιστικών αγαθών και του τουρισμού. Η αντικειμενική απόδοση της σημασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου συνιστά σημαντική ενέργεια για την τουριστική ανάπτυξη. (ό. π.)

Στη Χάρτα διατυπώνονται ακόμα κριτήρια αξιολόγησης, τα οποία είναι αναγκαίο να συνδυάζονται με τις βασικές αρχές της και να προσαρμόζονται ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του κάθε τόπου. Ειδικότερα αναφέρονται:

- στα χαρακτηριστικά του τόπου (νομικό πλαίσιο, οικονομία, υποδομές, μεταφορικά μέσα κλπ.)
- στη σημασία του τόπου (ιστορικό, πολιτιστικό, οικολογικό περιεχόμενό του τόπου, κοινωνικά και επιστημονικά χαρακτηριστικά του, τα απτά και άυλα στοιχεία του, οι απόψεις του ντόπιου πληθυσμού για τον τόπο τους, οι τουρίστες ή η διεθνής κοινή γνώμη)
- στη διατήρηση (οικονομικοί πόροι, διαχείριση, μέτρα προστασίας κλπ.)
- στον τουρισμό (εγχώριος/διεθνής, ατομικός/ομαδικός, υποδομές υποδοχής-μεταφοράς, οφέλη για τον τόπο υποδοχής)
- στη σχέση τουρισμού και διατήρησης (αναγνωρισμένος ή καινούριος τουριστικός τόπος, με δυναμική ανάπτυξης του τουρισμού ή όχι, οι αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού)

Οι έξι Αρχές της Χάρτας, που βασίζονται στα κριτήρια αξιολόγησής της, έχουν τους παρακάτω στόχους:

**Αρχή 1<sup>η</sup>** → η πολιτιστική κληρονομιά θα πρέπει να είναι άμεση και κατανοητή στους επισκέπτες, αλλά και στην τοπική κοινωνία

**Αρχή 2<sup>η</sup>** → ο πολιτιστικός τόπος και ο τουρισμός χαρακτηρίζονται από μια δυναμική και συγκρουόμενη σχέση, η οποία, όμως, θα πρέπει να εγγυάται τη βιωσιμότητα για τις επόμενες γενιές

**Αρχή 3<sup>η</sup>** → η διατήρηση και ο τουριστικός σχεδιασμός για πολιτιστικούς τόπους θα πρέπει να εξασφαλίζει στον επισκέπτη αξιόλογη, εποικοδομητική και ευχάριστη εμπειρία

**Αρχή 4<sup>η</sup>** → η τοπική κοινωνία θα πρέπει να συμμετέχει στο σχεδιασμό της διατήρησης των πολιτιστικών αγαθών του τόπου και της τουριστικής δραστηριότητας

**Αρχή 5<sup>η</sup>** → οι δραστηριότητες που αφορούν τον πολιτισμό και τη διατήρηση θα πρέπει να είναι ωφέλιμες για την τοπική κοινωνία

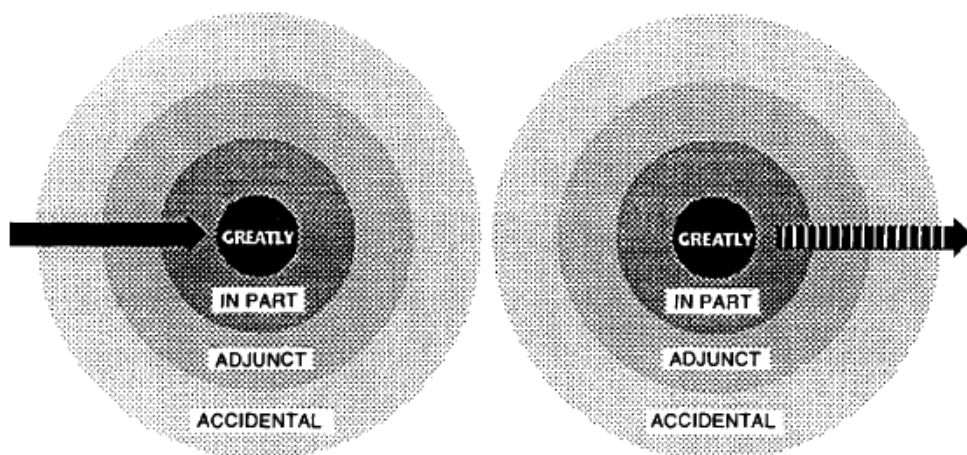
**Αρχή 6<sup>η</sup>** → τα σχέδια προβολής του τουρισμού θα πρέπει να προστατεύουν και να προάγουν τη φυσική και την πολιτιστική κληρονομιά (ό. π.).

Στόχος της Χάρτας είναι να εφαρμοστεί σε παγκόσμιο επίπεδο. Για την επιτυχή εφαρμογή της, είναι αναγκαίο να γίνει η προσαρμογή των αρχών της στις κατά τόπους συνθήκες και να υπάρξει η κατάλληλη συνεργασία μεταξύ των άμεσα ενδιαφερομένων φορέων για τον πολιτισμό και τον τουρισμό. (ό. π.)

## 2.4 Τα είδη των πολιτιστικών τουριστών

Αποτελεί κοινή πεποίθηση πολλών μελετητών το γεγονός ότι οι πολιτιστικοί τουρίστες είναι μια ανομοιογενής αγορά με διαφορετικά χαρακτηριστικά και ανάγκες (Hughes, 2002 στο Stylianiou-Lambert, 2011). Έτσι, υπάρχουν διαφορετικά είδη πολιτιστικών τουριστών ανάλογα με το βαθμό του κινήτρου κατανάλωσης για την εν λόγω μορφή τουρισμού, καθώς δεν ενδιαφέρονται όλα τα άτομα το ίδιο για τον πολιτισμό. Ο Silberberg (1995) δημιούργησε ένα μοντέλο για να περιγράψει τον διαφορετικό βαθμό του κινήτρου των καταναλωτών για τον πολιτιστικό τουρισμό.

### Γράφημα 1: Βαθμός καταναλωτικού κινήτρου για τον πολιτιστικό τουρισμό



Πηγή: Silberberg, 1995

Πρόκειται για ένα γράφημα ομόκεντρων κύκλων, που διαφοροποιεί τέσσερα επίπεδα συμμετοχής των καταναλωτών. Στο κέντρο, ο μικρότερος κύκλος αναφέρεται στα άτομα που ενδιαφέρονται σε μεγάλο βαθμό για πολιτιστικές δραστηριότητες. Αυτό το τμήμα περιλαμβάνει τους ανθρώπους που ταξιδεύουν ειδικά σε μια πόλη λόγω της τέχνης και των πολιτιστικών ευκαιριών που προσφέρει όπως θεατρικά και πολιτιστικά δρώμενα ή ακόμα και μουσεία. Ο δεύτερος κύκλος αφορά τα άτομα που αντιπροσωπεύουν "εν μέρει" τον πολιτισμό και επιλέγουν να επισκεφτούν μια τοποθεσία σύμφωνα με τις προσφερόμενες πολιτιστικές ευκαιρίες, αλλά και για να συναντήσουν φίλους ή συγγενείς. Ο τρίτος κύκλος περιλαμβάνει τουρίστες που ο πολιτισμός είναι για αυτούς κάτι "επιπρόσθετο" και διαθέτουν ένα άλλο κύριο κίνητρο επίσκεψης ενός προορισμού. Επιλέγουν δηλαδή τον προορισμό χωρίς κάποιο πολιτιστικό κίνητρο, αλλά κατά τη διάρκεια της παραμονής τους σε αυτόν επιθυμούν να συμπεριλάβουν στο πρόγραμμά τους πολιτιστικές δραστηριότητες. Ο εξωτερικός κύκλος αναφέρεται στους "τυχαίους πολιτιστικούς τουρίστες". Σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν άτομα που ταξιδεύουν σε μια πόλη χωρίς να έχουν σκοπό να παρακολουθήσουν κάποια πολιτιστική εκδήλωση ή να επισκεφτούν κάποιο πολιτιστικό αξιοθέατο, αλλά για παράδειγμα ένα πολιτιστικό δρώμενο πραγματοποιείται κοντά στο ξενοδοχείο τους. Έτσι, η παρουσία τους σε κάποια πολιτιστική δραστηριότητα δεν είναι σχεδιασμένη, αλλά τυχαία. Η τελευταία ομάδα, η οποία οριοθετείται εκτός των κύκλων, αφορά τα άτομα που δεν θα επισκέπτονταν κάποιο πολιτιστικό αξιοθέατο ή δεν θα συμμετείχαν σε κάποια πολιτιστική δραστηριότητα υπό οποιεσδήποτε συνθήκες. (ό. π.)

Μια άλλη κατηγοριοποίηση γίνεται από τον Hughes (2002), ο οποίος ταξινομεί τους πολιτιστικούς τουρίστες σε δύο κατηγορίες. Οι πρώτοι είναι οι κύριοι (core), οι οποίοι ταξιδεύουν αποκλειστικά σε ένα μέρος για να γνωρίσουν τον πολιτισμό του και οι δεύτεροι οι περιφερειακοί (peripheral) που πραγματοποιούν ένα ταξίδι σε έναν προορισμό για άλλους λόγους. Ακόμα, χωρίζει τους κύριους τουρίστες σε πρωταρχικούς (primary) και σε πολύ-πρωταρχικούς (multi-primary), κατηγορίες πολιτιστικών τουριστών που ακολουθούν τις δύο πρώτες, που έχει καθορίσει ο Silberberg. Αντίστοιχα, οι περιφερειακοί τουρίστες χωρίζονται από τον Hughes σε συμπτωματικούς (incidental) και σε τυχαίους (accidental), που συνάδουν με τις δύο τελευταίες κατηγορίες πολιτιστικών τουριστών του Silberberg. (Stylianou-Lambert, 2011)

Στοιχεία έρευνας που έχει πραγματοποιήσει το Travel Industry Association of America δείχνουν ότι οι επισκέπτες που συμμετέχουν σε πολιτιστικές και ιστορικές

δραστηριότητες κατά τη διάρκεια διαμονής τους σε έναν προορισμό καταναλώνουν περισσότερα χρήματα και μένουν περισσότερο σε σύγκριση με άλλους Αμερικανούς τουρίστες (Hargrove, 2002). Οι πολιτιστικοί τουρίστες προέρχονται από τις αναπτυγμένες χώρες, που διαθέτουν υψηλό εκπαιδευτικό-μορφωτικό επίπεδο και είναι κατά βάση μέσης ή τρίτης ηλικίας. Πρόκειται για άτομα υψηλού κοινωνικού και οικονομικού επιπέδου, τα οποία ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό, την ιστορία, τα ήθη και έθιμα άλλων λαών, τα γράμματα και τις τέχνες αλλά και για τις λαϊκές παραδόσεις. Αυτά τα χαρακτηριστικά φαίνεται να μην κατέχουν οι τουρίστες άλλων μορφών τουρισμού (π.χ. του μαζικού τουρισμού), καθώς οι πολιτιστικές δραστηριότητες που συμμετέχουν περιλαμβάνονται στο τουριστικό πακέτο που επιλέγουν. (Σφακιανάκης, 2000)

Για να μπορέσει ένας τουριστικός προορισμός να γίνει ελκυστικός και να αυξηθεί το μερίδιο της αγοράς που καταλαμβάνει πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η ύπαρξη των διαφορετικών βαθμών καταναλωτικού κινήτρου των τουριστών. Για την προσέλκυση τουριστών με διαφορετικά ενδιαφέροντα θα πρέπει να δημιουργηθούν τουριστικά πακέτα και να υπάρξει συνεργασία μεταξύ:

- πολιτιστικών προϊόντων του ίδιου τύπου (όπως μουσεία, θέατρα, κλπ.)
- πολιτιστικών προϊόντων διαφορετικού τύπου (όπως μουσεία και φεστιβάλ, κλπ.)
- πολιτιστικών και μη πολιτιστικών τουριστικών προϊόντων (όπως ξενοδοχεία, αθλητικές δραστηριότητες, διασκέδαση και ψυχαγωγία, κλπ.) (Silberberg, 1995).

Η συνέργεια όλων των παραγόντων του τουρισμού και ο συνδυασμός διαφορετικών δραστηριοτήτων μπορεί να αναδείξει τις δυναμικές ενός προορισμού, οι οποίες θα μπορούσαν να συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη (Denicolai et al, 2010).

## 2.5 Τα οφέλη που προκύπτουν από τον πολιτιστικό τουρισμό

Ο πολιτιστικός τουρισμός θεωρείται πηγή οικονομικής ανάπτυξης και αναγέννησης περιοχών, ιδιαίτερα σε περιπτώσεις οικονομικών ενοτήτων που η οικονομία τους βρίσκεται σε παρακμή, καθώς αξιοποιεί την πολιτιστική κληρονομιά του κάθε τόπου και αναπτύσσει προϊόντα και υπηρεσίες προς προσέλκυση τουριστών (Jolliffe and Smith, 2001). Η κατάλληλη αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς μπορεί να επιφέρει σημαντικά οικονομικά, κοινωνικά, πολιτισμικά και εκπαιδευτικά οφέλη στην τοπική κοινότητα, ενισχύοντας ακόμα την τουριστική ανάπτυξη. Ειδικότερα, η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού συμβάλλει στην παραγωγή τοπικών προϊόντων και στην κατασκευή ειδών λαϊκής τέχνης και χειροτεχνημάτων, καθώς επίσης βελτιώνει τις εμπορικές δραστηριότητες και την τοπική επιχειρηματικότητα με τη δημιουργία επιχειρήσεων (Strauss & Lord, 2001). Παράλληλα, λόγω της ανάδειξης της περιοχής και της ανάπτυξης της σε επιχειρηματικό επίπεδο λύνεται το πρόβλημα της εποχικότητας του τουρισμού και επεκτείνεται χρονικά η τουριστική περίοδος (Cuccia and Rizzo, 2011).

Αποτελεί γεγονός ότι ο πολιτιστικός τουρισμός συντελεί σημαντικά στην μείωση της ανεργίας και ιδιαίτερα των κοινωνικά ευπαθών ομάδων. Ακόμα, ενθαρρύνει τη διατήρηση των παραδόσεων και την αναβίωση παραδοσιακών επαγγελμάτων (MacDonald and Jolliffe, 2003). Με βάση τα παραπάνω, η τοπική πολιτιστική κληρονομιά προσελκύει τουρίστες, κυρίως εύπορους που επιλέγουν μακράς διάρκειας διακοπές (Strauss and Lord, 2001) και αυξάνεται με αυτόν τον τρόπο το τοπικό εισόδημα και η εισροή συναλλάγματος (Cano and Mysyk, 2004). Σύμφωνα με τους Bums & Sancho (2003) και τον Smith (2004), μέσω της αξιοποίησης της πολιτιστικής κληρονομιάς αναδεικνύονται νέες περιοχές και επεκτείνεται η τουριστική ανάπτυξη σε μέρη που στερούνται δυνατοτήτων ανάπτυξης και δεν κατέχουν ιδιαίτερους φυσικούς πόρους και υποδομές, όπως τα μικρά άγονα νησιά. Σε περιοχές που η οικονομία τους βασίζεται στον αγροτικό τομέα, ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να δημιουργήσει θέσεις εργασίας - εκτός του γεωργικού κλάδου - και να δώσει τη δυνατότητα στους κατοίκους της περιοχής να εργαστούν στον τόπο καταγωγής τους και να μην τον εγκαταλείψουν. (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2009).

Επιπρόσθετα, ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μέσο για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς σκοπός του είναι η απόκτηση γνώσεων σχετικά με



την ιστορική, καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά ενός τόπου (Konsola, 1993). Η εν λόγω μορφή τουρισμού βοηθά στην ίδρυση μουσείων, τη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων, την αναβίωση παραδόσεων και εθίμων, αλλά συνεισφέρει και στη δημιουργία εκπαιδευτικών προγραμμάτων που απευθύνονται τόσο στους κατοίκους της περιοχής όσο και στους τουρίστες (Αποστολόπουλος και Σδράλη 2009). Μέσα σε μια παγκοσμιοποιημένη κοινωνία, ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή του πολιτισμικού τουρισμού στην ενδυνάμωση της υπερηφάνειας των κατοίκων (Bachleitner and Zins, 1999) και στην ισχυροποίηση της εθνικής και τοπικής τους ταυτότητας (Burns and Sancho, 2003). Οι κάτοικοι ακόμα φροντίζουν με αυτόν τον τρόπο για τη διατήρηση και τη μεταβίβασή της πολιτιστικής τους κληρονομιάς στις επερχόμενες γενιές (Hughes and Allen, 2005). Αξίζει ακόμα να σημειωθεί πως ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί αρωγό στην προώθηση της διεθνούς συνεργασίας και ειρήνης (Goeldner και Ritchie, 2009).

Ωστόσο, θα πρέπει να τονιστεί ότι ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να επιφέρει και αρνητικές επιδράσεις στην τοπική κοινωνία. Σύμφωνα με τους Ashworth (1993) και Richards (1997) σε πολλά κέντρα πολιτιστικού τουρισμού δημιουργείται συμφόρηση από την υπερεπισκεψιμότητα τουριστών, μόλυνση και κατάχρηση των φυσικών πόρων. Ακόμα, δημιουργείται αλλοίωση της αρχιτεκτονικής, καταστρέφονται τα τοπικά οικοσυστήματα και εξασθενούν οι τοπικές παραδόσεις με αποτέλεσμα να χάνεται η αυθεντικότητα της πολιτιστικής ταυτότητας του τόπου (Πασχαλίδης και Χαμπούρη-Ιωαννίδου, 2002). Για να αποφεύγονται τυχόν αρνητικές επιπτώσεις του πολιτιστικού τουρισμού είναι απαραίτητο να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα του στο χώρο και το χρόνο και να υπάρχει κατάλληλος σχεδιασμός και το κατάλληλο νομοθετικό πλαίσιο, ώστε ανάλογα με τη δυναμική της κάθε περιοχής να εκτιμάται και να περιορίζεται η ένταση και έκταση της δραστηριότητας της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού. (Βερνίκος et al., 2004)

Η Αυγερινού-Κολώνια (1995) υποστηρίζει πως ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να αντισταθμίσει τις αρνητικές επιπτώσεις που προκαλούνται στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον από τη μαζική επισκεψιμότητα τουριστών. Είναι σαφές πως μέσω της ανάπτυξής του, ενθαρρύνονται αναπτυξιακά έργα και βελτιώνεται η προσβασιμότητα της περιοχής, στοιχεία που επιφέρουν σημαντικά οφέλη στην τοπική κοινωνία (Garrod and Fyall, 2001). Ακόμα, αναστηλώνονται παραδοσιακά κτίρια και βελτιώνεται η αισθητική εικόνα της περιοχής (Strauss and Lord, 2001). Τέλος, βελτιώνεται η ποιότητα ζωής των κατοίκων μέσω της δημιουργίας νέων υπηρεσιών

(Callegar, 2003), ενώ παράλληλα ενισχύονται οι τομείς της υγειονομικής περίθαλψης και της αστυνόμευσης (Grünewald, 2002).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

#### 3.1 Η έννοια του όρου "μουσείο"

Ο όρος "μουσείο" σήμαινε και σημαίνει διαφορετικά πράγματα σε διαφορετικούς ανθρώπους και εποχές και δεν υπάρχει ένας διεθνώς κοινός αποδεκτός ορισμός για αυτόν. Στην αρχαιότητα ο όρος "μουσείο" σήμαινε ναός, ο οποίος ήταν αφιερωμένος στις εννέα Μούσες, ενώ στη ρωμαϊκή κοινωνία παρέπεμπε σε χώρους που πραγματοποιούνταν συζητήσεις φιλοσοφικού περιεχομένου. Στην περίοδο της Αναγέννησης, η λέξη "μουσείο" χρησιμοποιήθηκε για να χαρακτηρίσει τη συλλογή του Λαυρεντίου του Μεγαλοπρεπούς των Μεδίκων και την εποχή του Διαφωτισμού η σημασία της αναφερόταν σε βιβλία. Τον 18ο αιώνα χρησιμοποιείται για να δηλώσει όχι μόνο τη συλλογή αλλά και το κτίριο που τη φιλοξενεί, ενώ στις αρχές του 19ου αιώνα απέκτησε την έννοια του κτιρίου που στεγάζει εκθέσεις δημοσίων συλλογών. (Γκαζή, 1999)

Από τη δεκαετία του 1970 και μετά διατυπώθηκαν πολλοί ορισμοί για τα σύγχρονα μουσεία (Γλύτση, 2002). Ο Σύνδεσμος των Αμερικανικών Μουσείων (AAM American Association of Museums) ορίζει το μουσείο το 1970 ως "ένα μόνιμο, μη κερδοσκοπικό οργανισμό, που απασχολεί εξειδικευμένους επαγγελματίες και έχει στην κυριότητα του απτά αντικείμενα, τα οποία χρησιμοποιεί και εκθέτει στο κοινό με κάποια κανονικότητα" (Weil, 1990). Ακόμα σημειώνει ότι όλα τα μουσεία συνιστούν "μοναδική συμβολή στο κοινό με τη συλλογή, τη διατήρηση και την ερμηνεία των πραγμάτων του κόσμου". Ένας άλλος ορισμός δόθηκε από τον Σύνδεσμο Βρετανικών Μουσείων (1984) που παρουσίασε το μουσείο ως ένα ίδρυμα που συλλέγει, τεκμηριώνει και συντηρεί εκθέματα και ερμηνεύει υλικά τεκμήρια και πληροφορίες σχετικά με αυτά προς δημόσιο όφελος (Vergo, 1999). Ο ορισμός αυτός άλλαξε το 1998 και προσαρμόστηκε ως εξής: "Τα μουσεία επιτρέπουν στους ανθρώπους να εξερευνούν συλλογές για έμπνευση, μάθηση και ψυχαγωγία. Κάνουν προσιτά αντικείμενα του φυσικού κόσμου, τα οποία διαφυλάσσουν για την κοινωνία" (<http://www.museumsassociation.org>). Τέλος, σύμφωνα με το Διεθνές Συμβούλιο

Μουσείων (ICOM)<sup>5</sup> (2009) το μουσείο είναι "ένα μόνιμο, μη κερδοσκοπικό ίδρυμα, στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξής της, ανοιχτό στο κοινό, που ερευνά τα υλικά αντικείμενα των ανθρώπων και του περιβάλλοντός τους, αποκτά αυτά τα αντικείμενα, τα διατηρεί, τα ερμηνεύει και τα εκθέτει κυρίως προς όφελος του κοινού με στόχο τη μελέτη, την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία".

### 3.2 Ιστορική εξέλιξη των μουσείων

Η ανάγκη των ανθρώπων για συλλογή αντικειμένων αρχίζει να υπάρχει κατά τον 15ο αιώνα, που οι αριστοκράτες της Ευρώπης διατηρούσαν ιδιωτικές συλλογές από σπάνια αντικείμενα. Το μουσείο ωστόσο διαμορφώθηκε σύμφωνα με τις ιδέες της Αναγέννησης και του Διαφωτισμού τον 18ο αιώνα. Στις αρχές του 19ου αιώνα, το μουσείο λειτούργησε ως εργαλείο για την εκπαίδευση και τον εκπολιτισμό των ανθρώπων, καθώς και για τη βελτίωση των κοινωνιών. (Hooper-Greenhill, 2006)

Τα τελευταία πενήντα χρόνια παρατηρούνται αλλαγές στη φιλοσοφία, στο ρόλο και τη λειτουργία των μουσείων, καθώς τα μουσεία εξελίσσονται ταυτόχρονα με την κοινωνία. Η δεκαετία του 1960 αποτέλεσε μια περίοδο σημαντικών αλλαγών αναφορικά με τον συγκεκριμένο τομέα. Οι βασικότεροι λόγοι που συνέβαλαν στην αλλαγή του ρόλου των μουσείων ήταν οι ταχέως αναπτυσσόμενες τεχνολογικές εξελίξεις και οι κοινωνικο-οικονομικές αλλαγές της εποχής (Herreman, 2003). Οι Van Aalst και Boogaarts (2002) υποστηρίζουν πως οι αλλαγές στη διαχείριση των μουσείων δημιούργησαν την ανάγκη για επαναπροσδιορισμό του ρόλου τους. Στη διάρκεια του 20ου αιώνα, ο αριθμός των μουσείων αυξήθηκε.

Οι Gilmore και Rentschler (2002) αναφέρουν ότι οι αλλαγές στην εφαρμογή των τεχνικών μάρκετινγκ στα μουσεία διακρίνονται στην αλλαγή του ρόλου των διευθυντών τους. Αρχικά, το μάρκετινγκ μουσείων αφορούσε την εκπαίδευση των επισκεπτών και την πληροφόρηση του προσωπικού, καθώς και την ικανοποίηση των επισκεπτών μετά την επίσκεψη. Αργότερα, τα μουσεία υιοθέτησαν πρακτικές για τη δημιουργία διαλόγου και αλληλεπίδρασης μεταξύ των επισκεπτών και των υπευθύνων των μουσείων, την

---

<sup>5</sup> Το ICOM συστάθηκε το 1946 από την UNESCO και έχει εθνικές επιτροπές σε περισσότερα από εκατό κράτη. Τη χρονιά της σύστασής του, το 1946, γίνονται από το ICOM και οι πρώτες διατυπώσεις για τον ορισμό του μουσείου..

Κανονισμός ICOM 1974. (Πηγή: ICOM (2009). Κώδικας Δεοντολογίας του ICOM για τα Μουσεία (Λάμπας, Σ., Μετάφ.) Αθήνα: ICOM - Ελληνικό Τμήμα. Το πρωτότυπο έργο δημοσιεύτηκε το 2006.)

περίοδο 1988-1993. Στη σημερινή εποχή, εφαρμόζονται νέα μοντέλα μάρκετινγκ για την αντιμετώπιση των επισκεπτών με διαφορετικά εκθέματα και προσφέρονται διαφορετικές εμπειρίες στους μουσειακούς χώρους.

Όπως αναφέρει ο Kawashima (1998), από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 και ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια χρησιμοποιούνται διαφορετικές στρατηγικές στα μουσεία έτσι ώστε να αναπτυχθούν οι διοικητικές ικανότητες του προσωπικού των μουσείων και να αυξηθούν τα εισοδήματα των ιδρυμάτων. Ο Tobelem (1997) επισημαίνει τη λειτουργία των μουσείων σύμφωνα με τη υιοθέτηση των τεχνικών μάρκετινγκ:

α) στο πρώτο στάδιο, η προσοχή των μουσείων ήταν προσανατολισμένη στις συλλογές τους, χωρίς να εστιάζουν στις επιθυμίες των επισκεπτών

β) στο δεύτερο στάδιο, τα μουσεία βελτίωσαν την ποιότητα της ατομικής επίσκεψης, αυξάνοντας με αυτόν τον τρόπο την επισκεψιμότητά τους και μελετήθηκαν οι ανάγκες και οι προσδοκίες διαφορετικών τύπων επισκεπτών

γ) στο τρίτο στάδιο, χρησιμοποιήθηκαν μέθοδοι επικοινωνίας, ώστε τα μουσεία να βελτιώσουν την εικόνα τους, να ενημερώσουν τους δυνητικούς επισκέπτες και να τους δώσουν το έναυσμα να επισκεφτούν το μουσείο.

### **3.3 Τα μουσεία σήμερα και ο ρόλος τους**

Σήμερα, υπάρχουν διάφορα είδη μουσείων ανά τον κόσμο και λειτουργούν πλέον σε διαφορετικό περιβάλλον από το παρελθόν. Στη σύγχρονη εποχή, η αποστολή των μουσείων έχει επαναπροσδιοριστεί μέσα στο πλαίσιο των κοινωνικών, πολιτικών, οικονομικών και τεχνολογικών αλλαγών (Κόνσολα, 2006:65). Τα μουσεία αποτελούν πλέον δυναμικούς-μη στατικούς οργανισμούς, που εντάσσονται στη σύγχρονη ζωή και στην υπηρεσία του κοινωνικού συνόλου, χωρίς να παρουσιάζουν μόνο τις συλλογές και τον εξοπλισμό τους (ό. π.). Ο Weil (1990) σημειώνει πως "ένα μουσείο το οποίο αντί να υπηρετεί τους συναθρώπους του, υπηρετεί μόνο τις συλλογές του, είναι ένα μουσείο χωρίς λόγο ύπαρξης". Το μουσείο σήμερα καλείται να διαδραματίσει έναν νέο ρόλο και να λειτουργεί ως μέσο για την βελτίωση της ποιότητας ζωής της κάθε κοινότητας, στη μόρφωσή της, αλλά και στην ψυχαγωγία για όλες τις κοινωνικές ομάδες (Πικοπούλου-Τσολάκη et al, 2002). Χωρίς να λαμβάνεται υπόψη το είδος του μουσείου, το καθένα από αυτά πρέπει να θέσει κοινούς στόχους, όπως είναι η προαγωγή της γνώσης και της

ψυχαγωγίας, πέραν των βασικών λειτουργιών του, οι οποίες είναι η συλλογή, η προστασία, η μελέτη, η έκθεση και η διατήρηση των συλλογών του (Bazin, 1967).

Σήμερα, τα σύγχρονα μουσεία αποτελούν πηγή έμπνευσης και δημιουργικότητας για το κοινό (Janes et al, 2005). Τα εν λόγω ιδρύματα δεν αποτελούν πλέον κλειστές οντότητες, αλλά αναπτύσσουν μια αμφίδρομη επικοινωνία με τον επισκέπτη, παρέχοντας του παράλληλα καλής ποιότητας υπηρεσίες, ώστε να θελήσει να ξαναεπισκεφτεί τους μουσειακούς χώρους στο μέλλον. Ακόμα, θέματα κοινωνικού αποκλεισμού και κοινωνικής ενσωμάτωσης ήρθαν στο προσκήνιο και ανασχεδιάστηκε η λειτουργία των μουσείων του 21ου αιώνα, με βασικό στόχο την ικανοποίηση των αναγκών των επισκεπτών. Ο νέος τύπος μουσείου - ο "συμμετοχικός" εστιάζει στην ενεργό συμμετοχή των επισκεπτών στα μουσειακά δρώμενα, όπου οι τελευταίοι μπορούν να δημιουργήσουν, να μοιραστούν σκέψεις, ιδέες και γνώσεις και να κοινωνικοποιηθούν (Simon, 2010). Με άλλα λόγια, τα μουσεία σήμερα αναλαμβάνουν την κοινωνική τους ευθύνη και απευθύνονται ακόμα και σε ευπαθείς κοινωνικές ομάδες και σε ομάδες που δεν ανήκουν στο κλασικό κοινό τους (Anderson, 2004). Μέσα από τις εκπαιδευτικές υπηρεσίες που προσφέρονται σε κάθε κοινωνική ομάδα, αναβαθμίζεται η ποιότητα ζωής των πολιτών της κάθε κοινωνίας, ενώ παράλληλα ενισχύεται η σχέση αλληλεπίδρασης μεταξύ των εκθεμάτων και του κοινού (Weil, 1999 και MacDonald, 2006).

Με βάση τα ρήματα "αποκτά, συντηρεί, ερευνά, κοινοποιεί και εκθέτει που περιγράφουν εξ' ορισμού τις βασικές λειτουργίες του μουσείου σχετικά με την αντιμετώπιση των συλλογών του ο Washburn (1996) αναφέρει ότι σήμερα όλες αυτές οι λειτουργίες θεωρούνται αναγκαίες αν και δεν χρησιμοποιούνται όλες κατά τον ίδιο βαθμό (Γλύτση, 2002). Αναφορικά με τη μουσειακή έκθεση αξίζει να σημειωθεί πως τα τελευταία χρόνια έχει διαφοροποιηθεί και τα εκθέματα αποτελούν πλέον, εκτός από ιστορικά αντικείμενα, και εργαλεία παραγωγής πληροφόρησης και κοινωνικά αγαθά καθώς μετατρέπουν την πληροφορία σε γνώση (Λάββας, 2010).

Στα σύγχρονα μουσεία χρησιμοποιούνται τεχνικές μάρκετινγκ που τα βοηθούν να γίνουν πιο επιτυχημένα και να αυξήσουν την επισκεψιμότητά τους μέσω της προσέλκυσης ενός ευρύτερου κοινού (Gilmore & Rentschler, 2002). Πολλά μουσεία ανακαλύπτουν νέες μεθόδους και ιδέες, ώστε να βελτιώσουν την εμπειρία του επισκέπτη και κάνουν προσπάθειες για να διευρυνθεί το ακροατήριό τους, προσεγγίζοντας ανθρώπους που δεν είναι συχνοί επισκέπτες τους (McPherson, 2005). Σήμερα, το ενδιαφέρον εστιάζεται στον άνθρωπο και υιοθετούνται νέες πρακτικές και

τεχνολογίες. Ο επισκέπτης του σήμερα είναι ριζικά διαφορετικός από το παρελθόν και απαιτεί υψηλό επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών. Σε ένα σύγχρονο μουσείο είναι αναγκαία η χρήση του μάρκετινγκ με ψυχαγωγικό και εκπαιδευτικό χαρακτήρα για το κοινό (Hooper-Greenhill, 2006). Τα μουσεία οφείλουν να έχουν στενή σχέση με τον επισκέπτη τους, να ικανοποιούν τις ανάγκες του και να είναι ανοιχτά κέντρα μάθησης και ψυχαγωγίας (Weil, 1999).

Σύμφωνα με τον Kotler (2000), οι υπεύθυνοι των μουσείων επιδιώκουν τη βέλτιστη ικανοποίηση του επισκέπτη. Είναι αναγκαίο οι εν λόγω χώροι πολιτισμού να ανταποκριθούν στις πολυάριθμες αλλαγές που συμβαίνουν στη σύγχρονη κοινωνία. Καλούνται δε να επιδείξουν ευελιξία στο ρόλο τους, αλλά και να συμβάλλουν στον εμπλουτισμό των γνώσεων των επισκεπτών δίνοντας έμφαση στα κοινωνικά και πολιτισμικά στοιχεία των εκθεμάτων (Hooper-Greenhill, 2006). Κατά τον Bradburne (2001), είναι απαραίτητο τα μουσεία να εξελίξουν τη σχέση τους με τους επισκέπτες, οι οποίοι πλέον συμμετέχουν ενεργά στη μουσειακή εμπειρία. Ακόμα υπάρχει η ανάγκη οι χορηγοί να αναπτύξουν μια μακροχρόνια σχέση με τα εν λόγω ιδρύματα, βασισμένη σε κοινές αξίες και στόχους (ό. π.)

Με βάση τα παραπάνω, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το μουσείο αποτελούσε διαχρονικά έναν θεσμό, που προσαρμοζόταν στις εκάστοτε κοινωνικές, πολιτικές και πολιτιστικές συνθήκες. Λόγω της μορφής του και του ρόλου του μπορεί πάντα να προσαρμόζεται και να ακολουθεί σύγχρονες τάσεις και τις σύγχρονες αντιλήψεις του ανθρώπου. Παρόλα αυτά, στη σημερινή εποχή δεν συμβαδίζουν όλα τα μουσεία με τις νέες αντιλήψεις που δομούν ένα σύγχρονο μουσείο, αλλά υπάρχουν και κάποια που βασίζονται στις παραδοσιακές αξίες του μουσείου του 19ου αιώνα.

### **3.4 Τα είδη-οι τύποι των μουσείων**

Τα μουσεία αποτελούν ιδρύματα, που μεταβάλλονται ανάλογα με τις αλλαγές που παρουσιάζονται στο ιστορικό, κοινωνικό, οικονομικό, πολιτικό, πολιτισμικό και επιστημονικό περιβάλλον. Ως αποτέλεσμα αυτών των αλλαγών, προέκυψε η δημιουργία διαφορετικών τύπων μουσείων. Ανάλογα με τις προσφερόμενες υπηρεσίες, τις συλλογές, τις λειτουργίες και την επικοινωνιακή πολιτική τους τα μουσεία διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες: τα "παραδοσιακά", τα "μοντέρνα" και τα "μεταμοντέρνα" (Νάκου, 2001).

Τα παραδοσιακά μουσεία αρχίζουν να λειτουργούν στα τέλη του 18ου αιώνα και στις αρχές του 19ου αιώνα συνδέονται στενά με την ιδεολογία του έθνους. Οι μουσειακές εκθέσεις παρουσιάζουν την εθνική ιστορία της κάθε χώρας, ενώ τα μουσειακά αντικείμενα συγκροτούν την εθνική κληρονομιά. Τα μεγάλα μουσεία της Ευρώπης εκθέτουν το παρελθόν και άλλων εθνών, λειτουργώντας ταυτόχρονα ως φύλακες των ιδεών της εθνικής κληρονομιάς, ενότητας και συγκρότησης (Κουερίνης, 2012). Τα παραδοσιακά μουσεία εστιάζουν το ενδιαφέρον τους στα ίδια τα αντικείμενα και στις συλλογές τους, χωρίς να ενδιαφέρονται για τις κοινωνικές και ατομικές ανάγκες, τις ιδέες και τη "θέαση" των επισκεπτών τους (ό. π.).

Οι αλλαγές στην οικονομία, την κοινωνία, την πολιτική που εκδηλώθηκαν κατά τον 20ο αιώνα επηρέασαν σημαντικά τα μουσεία και έτσι δημιουργήθηκε η ανάγκη για αναζήτηση μιας νέας πολιτισμικής και κοινωνικής ταυτότητας. Έτσι, προέκυψε η δημιουργία ενός νέου τύπου μουσείων - των μοντέρνων μουσείων. Τα μοντέρνα μουσεία συνδέονται εξίσου με το παρελθόν και το παρόν και παρουσιάζουν τις συλλογές τους σε παραλληλία με τον κοινωνικό τους ρόλο, παρέχοντας ταυτόχρονα πληροφορίες που αποσκοπούν στην κατανόησή τους από το κοινό. Ο συγκεκριμένος τύπος μουσείων προσφέρει στους επισκέπτες μια βιωματική εμπειρία αναφορικά με τα μουσειακά αντικείμενα και τις εκθεσιακές ενότητες, καθώς απευθύνονται τόσο στο νου όσο και στις αισθήσεις του κοινού τους. Εστιάζουν δηλαδή τόσο στις συλλογές τους, όσο και στους ανθρώπους και έχουν καθαρά εκπαιδευτικό και ψυχαγωγικό χαρακτήρα. (ό. π.)

Τα μεταμοντέρνα μουσεία επικεντρώνονται στην εξυπηρέτηση και ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών των επισκεπτών τους, γι' αυτό εξυπηρετούν πολύπλευρους, ατομικούς και κοινωνικούς σκοπούς. Παράλληλα, αναπτύσσουν σύγχρονες μεθόδους επικοινωνίας και προβολής μέσω της χρήσης των νέων τεχνολογιών. (ό. π.)

### **3.5 Η σχέση αλληλεπίδρασης των μουσείων και του τουρισμού**

Οι McKercher και Du Cros (2002) υποστηρίζουν ότι ο τουρισμός και ο πολιτισμός συνδέονται μέσω μιας πολύπλοκης σχέσης, παρόλο που ο κάθε τομέας έχει διαφορετικό ρόλο στην κοινωνία, διαφορετικές πολιτικές αρχές και αφορά διαφορετικές ομάδες ενδιαφερομένων. Ωστόσο, είναι δύο τομείς που παρουσιάζουν πολλά κοινά χαρακτηριστικά. Τα κοινά χαρακτηριστικά σχετίζονται με την σύνδεση και των δύο με



το κοινό, καθώς και με την παραγωγή και την προβολή του πολιτισμού (Bruner, 1993). Ακόμα, η ύπαρξή τους προέκυψε από τα ταξίδια, ενώ παράλληλα οργανώνουν εμπειρίες που αναφέρονται στην κουλτούρα και τον πολιτισμό (Harrison, 1997).

Κατά τον Hooper-Greenhill (1992) τα μουσεία θεωρούνται πλέον βασικό και αναπόσπαστο στοιχείο της τουριστικής δραστηριότητας και συμβάλλουν σημαντικά στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού. Ο τουρισμός λειτουργεί ως μέσο προσέλκυσης επισκεπτών και ως πηγή εσόδων για τα μουσεία και τα μουσεία αντίστοιχα παίζουν σημαντικό ρόλο στον τουρισμό καθώς προσελκύουν τουρίστες, οι οποίοι ενισχύουν την οικονομία του τόπου επίσκεψής τους (NMDC, 2010). Οι παράγοντες που έχουν οδηγήσει διαχρονικά στην ανάπτυξη του τουρισμού και συνεπακόλουθα στην άνοδο της επισκεψιμότητας στα μουσεία είναι:

- η αύξηση των εισοδημάτων και η κοινωνική και πολιτική ελευθερία, ιδιαίτερα στην Ασία και στις τριτοκοσμικές χώρες
- η αύξηση του ελεύθερου χρόνου ως αποτέλεσμα της οικονομικής ανάπτυξης και της γήρανσης του πληθυσμού
- το υψηλό επίπεδο μόρφωσης, που συμβάλλει στη δημιουργία μεγαλύτερης ζήτησης για πολιτιστικά θέλγητρα σε συνδυασμό με τον τουρισμό
- η βελτίωση των μέσων μεταφοράς
- οι τεχνολογικές εξελίξεις σε πληροφοριακά και επικοινωνιακά συστήματα (Kotler, 1998).

Ο Silberberg (1995), αναφερόμενος στον πολιτιστικό τουρισμό, επισημαίνει ότι τα μουσεία μπορούν να αυξήσουν την επισκεψιμότητά τους και κατά συνέπεια τα έσοδά τους με την υιοθέτηση διαφορετικών και νέων πρακτικών. Η βάση για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού έγκειται στη συνεργασία του κλάδου του τουρισμού και των μουσείων και στην αναγνώριση των κοινών χαρακτηριστικών τους. (Jolliffe and Smith, 2001).

### **3.6 Η συμβολή των μουσείων στην κοινωνία, την τοπική ανάπτυξη και την οικονομία του τόπου**

Διαχρονικά έχουν δοθεί διάφοροι ορισμοί για την έννοια της "ανάπτυξης". Κατά την Μπιτσάνη (2004), η "ανάπτυξη" ορίζεται ως μια διαδικασία κοινωνικών, οικονομικών και πολιτιστικών αλλαγών που δημιουργούνται σε μια περιοχή και οδηγούν στην υλική και κοινωνική εξέλιξη των κατοίκων της. Συνεισφέρει στη βελτίωση της ευημερίας των ατόμων του τοπικού πληθυσμού που έχουν χαμηλό εισόδημα, συμβάλλει στην εξάλειψη της φτώχειας και του αναλφαβητισμού, ενισχύει την παραγωγική δραστηριότητα, εξασφαλίζοντας παράλληλα θέσεις εργασίας για τον ντόπιο πληθυσμό και δίνει τη δυνατότητα σε όλες τις κοινωνικές ομάδες να συμμετέχουν στη διαδικασία λήψης αποφάσεων για τον τόπο τους (ό. π.). Όταν συναντούμε τον όρο "ανάπτυξη" δίπλα στη λέξη τουρισμός, η έννοιά της σχετίζεται με την πρόοδο του τουρισμού και την ανοδική εξέλιξή του.

Τα οφέλη που προκύπτουν στην τοπική κοινότητα από τη λειτουργία των μουσείων μπορούν να διακριθούν σε οικονομικά οφέλη, κοινωνικά και πολιτιστικά. Αν και τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ενδιαφέρον από τη μεριά των ερευνητών, των οικονομολόγων και φορέων για την οικονομική αξιολόγηση των πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών, είναι δύσκολο να μετρηθεί η απόδοση των μουσείων στην οικονομία (Choi et al., 2010). Αυτή η δυσκολία μπορεί να γίνει εύκολα αντιληπτή αν σκεφτούμε ότι τα μουσεία ασχολούνται με ένα ευρύ φάσμα πόρων, οι οποίοι είναι δύσκολο να μετρηθούν λόγω της ετερογενούς φύσης τους. Ακόμα, τα μουσεία αποτελούν συνήθως δημόσια ιδρύματα μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, στα οποία το κέρδος δεν μπορεί να μετρηθεί μόνο σε οικονομικούς όρους και το προϊόν που προσφέρουν δεν είναι πάντα εμπορικής φύσης (Del Barrio et al., 2009).

Τα τοπικά μουσεία συμβάλλουν σημαντικά στην οικονομία μιας κοινωνίας και παράλληλα ενισχύουν την περιφερειακή ανάπτυξη. Όπως αναφέρει ο Resource (2001), τα τοπικά μουσεία εξυπηρετούν άτομα μιας συγκεκριμένης περιοχής και η επιδίωξη των υπευθύνων τους είναι η ερμηνεία και η προβολή της ταυτότητας μιας κοινωνίας αναφορικά με τον τρόπο ζωής της και τον πολιτισμό της (Δερμιτζάκη et al., 2009). Τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν περιλαμβάνουν τα κέρδη από τα εισιτήρια και από τις αγορές σε πωλητήρια και εστιατόρια. Ωστόσο, αυτά αποτελούν μια μικρή ένδειξη του συνολικού αντίκτυπου, που μπορεί να επιφέρει η λειτουργία ενός μουσείου στην

τοπική οικονομία. Οι έμμεσες οικονομικές επιπτώσεις της λειτουργίας του, όπως χρήματα που ξοδεύουν οι επισκέπτες στα μέσα μεταφοράς, στη διαμονή τους, στην ψυχαγωγία και στις αγορές σε εμπορικά καταστήματα και καταστήματα εστίασης, είναι δύσκολο να υπολογιστούν (ό. π.). Παράλληλα, προκύπτουν επιπρόσθετα οφέλη στην τοπική κοινωνία, που αφορούν τη δημιουργία θέσεων εργασίας, την αύξηση του εισοδήματος του πληθυσμού της περιοχής και την ενίσχυση των τοπικών επιχειρήσεων. (ό. π.)

Όπως πολύ ορθά επισημαίνουν οι Ambrose και Paine (2006), τα μουσεία μπορούν να διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο στην υλοποίηση έργων αναγέννησης υποβαθμισμένων αστικών και αγροτικών περιοχών. Με αυτόν τον τρόπο σε αστικές περιοχές, όπου δεν υπάρχουν πλέον κατασκευαστικές και βιομηχανικές δραστηριότητες, η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού μπορεί να αποτελέσει μια οικονομική πολιτική για την τοπική κοινωνία. Ακόμα, σε αγροτικές περιοχές, τα μουσεία μπορούν να λειτουργήσουν ως κύριοι πόλοι έλξης των τουριστών. Σε περιοχές που στερούνται ανάπτυξης, τα μουσεία μπορούν να αποτελέσουν έναν ισχυρό μοχλό προσέλκυσης επιχειρήσεων ή οργανισμών, συμβάλλοντας μέσω των επενδύσεων στην αναβάθμιση υποανάπτυκτων περιοχών. Επιπλέον, μπορούν να ενισχύσουν τις τοπικές οικονομίες μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας και της καταπολέμησης της ανεργίας. Η βελτίωση των υφιστάμενων και η δημιουργία νέων υποδομών συνεισφέρουν στην ανάδειξη μιας περισσότερο ελκυστικής εικόνας της περιοχής για τους τωρινούς και μελλοντικούς της κατοίκους. (ό. π.)

Όσον αφορά τα κοινωνικά και πολιτιστικά οφέλη, τα μουσεία ως φορείς πολιτισμού μπορούν να συμβάλλουν στην ολοκληρωμένη ανάπτυξη ενός τόπου, καθώς βελτιώνονται οι οικονομικές, κοινωνικές και πολιτιστικές συνθήκες μιας κοινωνίας με την αξιοποίηση του ντόπιου εργατικού δυναμικού, των φυσικών πόρων και της τοπικής παράδοσης (Δερμιτζάκη et al., 2009). Αναλυτικότερα, ο κοινωνικός ρόλος των μουσείων γίνεται αντιληπτός μέσω της δημιουργίας πολιτιστικών εκδηλώσεων και χώρων ελεύθερης πρόσβασης, όπου τα άτομα της τοπικής κοινότητας κερδίζουν αναγνώριση. Επιπρόσθετα, ενισχύεται η κοινωνική ένταξη και συνοχή και περιορίζονται οι κοινωνικές εντάσεις. Στα κοινωνικά και πολιτιστικά οφέλη περιλαμβάνονται ακόμα η συμβολή των μουσείων στη διατήρηση της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς ενός τόπου, η προβολή της ιστορίας και της τοπικής κουλτούρας, αλλά και η δυνατότητα που δίνεται στους κατοίκους της περιοχής για συμμετοχή σε εκπαιδευτικά και εθελοντικά προγράμματα (Ambrose και Paine, 2006). Ωστόσο, τα

μουσεία δε βοηθούν μόνο στην εξοικείωση των κατοίκων της περιοχής με την τοπική ιστορία. Όπως χαρακτηριστικά επισημαίνει ο Mercer (2004), συντελούν στην ενίσχυση της δημιουργικότητας και έμπνευσης των ατόμων μιας κοινότητας, καθώς μπορούν να αυξήσουν τις γνώσεις και τις δεξιότητες, συμβάλλουν στην κατανόηση των πολιτιστικών στοιχείων ενός τόπου και στην αντιμετώπιση της ανεργίας, ενώ παράλληλα δημιουργούν το αίσθημα περηφάνειας για τον τόπο και δίνουν το έναυσμα στους πολίτες να συμμετέχουν με ενεργό ρόλο στην κοινότητα.

Εν κατακλείδι, η ύπαρξη ενός μουσείου σε μια περιοχή δεν επιφέρει θετικά οφέλη μόνο στους δημοσίους και ιδιωτικούς φορείς, αλλά λειτουργεί και προς όφελος της τοπικής κοινότητας και της κοινωνίας στο σύνολό της (Brida et al, 2011).

### **3.7 Συνεισφορά των μουσείων στην τουριστική ανάπτυξη και η ικανοποίηση των επισκεπτών**

Η τουριστική ανάπτυξη κρίνεται σημαντική για τις περισσότερες χώρες, καθώς ο τουρισμός είναι σημαντική πηγή για την οικονομία. Αποτελεί τη στρατηγική που επιλέγεται από τις διάφορες κυβερνήσεις, που στοχεύουν στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων μιας περιοχής μέσω της αύξησης του εισοδήματος και της δημιουργίας θέσεων εργασίας, καθώς και για την μετάβαση ενός προορισμού από μια κατάσταση υπανάπτυξης σε μια νέα κατάσταση περισσότερης ανάπτυξης (Ανδριώτης, 2003). Η τουριστική ανάπτυξη αντιμετωπίζεται, δηλαδή, ως μέσο για την οικονομική ανάπτυξη της χώρας που θα την υιοθετήσει. Ο Ηγουμενάκης (2000) επισημαίνει ότι η τουριστική ανάπτυξη αναφέρεται στην ανοδική εξέλιξη του τουρισμού, σαν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας της χώρας, που επιτυγχάνεται με την πιο ορθολογική αξιοποίηση των τουριστικών πόρων, με την αύξηση και τη βελτίωση της παραγωγής, και κυρίως με την προσαρμογή της στις προτιμήσεις και ανάγκες των τουριστών (τουριστική ζήτηση).

Ο όρος ανάπτυξη συνοδεύεται συχνά στη βιβλιογραφία από τον όρο βιωσιμότητα. Μια βιώσιμη ανάπτυξη είναι απλά η "ανάπτυξη που ανταποκρίνεται στις ανάγκες του παρόντος χωρίς να θέτει σε κίνδυνο τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες". Ο κύριος στόχος μιας βιώσιμης ανάπτυξης είναι να διασφαλιστεί η ποιότητα ζωής, όχι μόνο για το παρόν, αλλά και για το μέλλον. Στην περίπτωση του τουρισμού, η αειφόρος ανάπτυξη είναι μια ζωτικής σημασίας έννοια και η σημασία της είναι ευρέως αναγνωρισμένη. Η αειφόρος ανάπτυξη δεν συνδέεται μόνο

με ζητήματα του φυσικού περιβάλλοντος, αλλά σχετίζεται παράλληλα και με άλλους τομείς, όπως ο πολιτισμός και πολιτιστική κληρονομιά. Όσον αφορά τη πολιτιστική κληρονομιά, τα μουσεία ασχολούνται με κάποιο είδος πόρου (παραγωγή ή αγαθά). Στην περίπτωση της σχέσης μεταξύ των μουσείων και του τουρισμού είναι δυνατό να υπάρξει πολιτιστική βιωσιμότητα ή ακόμα και βιώσιμος πολιτιστικός τουρισμός. Η "πολιτιστική βιωσιμότητα" μπορεί να σημαίνει ανάπτυξη, ανανέωση και διατήρηση των ανθρώπινων πολιτισμών, που δημιουργούν συνεχείς σχέσεις με άλλους λαούς και τον φυσικό κόσμο. Στον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού η πολιτιστική βιωσιμότητα κρίνεται σημαντική, καθώς είναι κοινά αποδεκτό πως το μέλλον του τουριστικού κλάδου εξαρτάται από την προστασία του περιβάλλοντος, της κληρονομιάς και των πολιτιστικών πόρων. Στον τομέα της διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς, η συζήτηση για την πολιτιστική βιωσιμότητα έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, δεδομένου ότι οι κοινωνίες εξελίσσονται με ταχείς ρυθμούς και κατά συνέπεια μεγάλο μέρος της κληρονομιάς της κάθε κοινωνίας κινδυνεύει να χαθεί είτε από φυσική καταστροφή, είτε από απώλεια γνώσεων. (Mc Kercher & Du Cros, 2002)

Η βασική υποχρέωση των μουσείων είναι να διατηρήσουν τις συλλογές τους, δηλαδή την απτή και άυλη πολιτιστική κληρονομιά τους. Λαμβάνοντας υπόψη μόνο τη σύσταση των μουσείων, μπορούμε να υποστηρίξουμε πως είναι ιδρύματα πολιτιστικής βιωσιμότητας, καθώς είναι ικανά να εξελιχθούν παράλληλα με την ανάπτυξη της κοινωνίας. Ακόμα, είναι υποχρεωμένα να είναι προσβάσιμα και να παρέχουν χρήσιμες πληροφορίες και γνώσεις στις επόμενες γενιές.

Τα τελευταία είκοσι χρόνια πολλοί διευθυντές μουσείων υποστηρίζουν ότι οι επισκέπτες είναι ο κύριος παράγοντας επιτυχίας των οργανισμών τους (Mc Lean, 1994). Για αυτό το λόγο οι υπεύθυνοι των σύγχρονων μουσείων προσαρμόζουν σήμερα τις στρατηγικές τους και επιδιώκουν να προσελκύσουν ένα ευρύτερο κοινό. Ο DiMaggio (1996) αναφέρει πως οι υπεύθυνοι των μουσείων αναγνωρίζουν ως απαραίτητο στοιχείο της μουσειακής εμπειρίας την ικανοποίηση του επισκέπτη, από την οποία εξαρτάται η μελλοντική συμπεριφορά του σχετικά με τη διάθεση επόμενης επίσκεψης και στη διάδοση του χώρου με την δια στόματος διαφήμιση (word-of-mouth communication) (Mc Lean, 1994).

Οι θετικές ή αρνητικές εμπειρίες που θα αποκομίσουν οι τουρίστες χαρακτηρίζουν την ικανοποίησή τους από το ταξίδι τους. Φαίνεται ότι οι τουρίστες επιλέγουν τον προορισμό τους με βάση την εμπειρία που θα αποκτήσουν. Οι Huo και

Miller (2007) επιχειρώντας να μελετήσουν τη σχέση ανάμεσα στην ικανοποίηση του επισκέπτη και την τουριστική ανάπτυξη έθεσαν κάποιες υποθέσεις. Αυτές είναι οι εξής:

- α) όσο μεγαλύτερη είναι η ικανοποίηση του επισκέπτη από την μουσειακή εμπειρία, τόσο πιθανότερο το γεγονός να ξαναεπισκεφτεί ξανά το μουσείο
- β) η ικανοποίηση του τουρίστα εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά της επίσκεψης, το προσωπικό και τη συνολική εμπειρία
- γ) η ικανοποίηση διαφέρει και εξαρτάται από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά της κάθε ομάδας επισκεπτών. Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους επιβεβαίωσαν τις παραπάνω υποθέσεις που είχαν θέσει. Το προσωπικό του μουσείου φαίνεται ότι παίζει καθοριστικό ρόλο στην αξιολόγηση των προσφερόμενων υπηρεσιών και της διάθεσής του να συστήσει το μουσείο σε κάποιον άλλο. Η ικανοποίηση ωστόσο διαφοροποιείται ανάλογα με τη χώρα προέλευσης του.

Οι διευθυντές των μουσείων θεωρούν ότι απαραίτητο στοιχείο της μουσειακής επίσκεψης είναι ο βαθμός ικανοποίησης του επισκέπτη μετά την επίσκεψη του στο μουσειακό χώρο, ώστε να επισκεφτεί ξανά τον χώρο και να τον προτείνει και σε άλλους (Harrison και Shaw, 2004). Οι ικανοποιημένοι επισκέπτες συμβάλλουν στην μακροπρόθεσμη επιβίωση των μουσείων, μέσω των επιλαμβανομένων επισκέψεων, την πιστότητα στην επωνυμία και της επικοινωνίας (από στόμα σε στόμα-word of mouth). Σύμφωνα με τον Kotler (2008) το μάρκετινγκ είναι η τέχνη να προσελκύεις και να διατηρείς επισκέπτες, αλλά για να συμβεί αυτό πρέπει οι καταναλωτές να είναι ικανοποιημένοι.

Το word-of-mouth communication και η ικανοποίηση του επισκέπτη είναι τα βασικά μέσα προώθησης των μουσείων και των πολιτιστικών οργανισμών (DiMaggio, 1996). Η διάθεση για μελλοντική επίσκεψη στο μουσειακό χώρο και η διάδοση του χώρου από τον επισκέπτη εξαρτάται από την ικανοποίησή του από την επίσκεψη (McLean, 1994). Οι τουρίστες φαίνεται ότι θα επιλέξουν τον προορισμό τους με βάση την εμπειρία που επιθυμούν να βιώσουν. Οι θετικές ή αρνητικές εμπειρίες του επισκέπτη καθορίζουν την ικανοποίησή του από το ταξίδι του. Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών παίζουν σημαντικό ρόλο στην ικανοποίησή τους και ιδιαίτερα όταν επισκέπτονται μουσεία. (Huo και Miller, 2007)

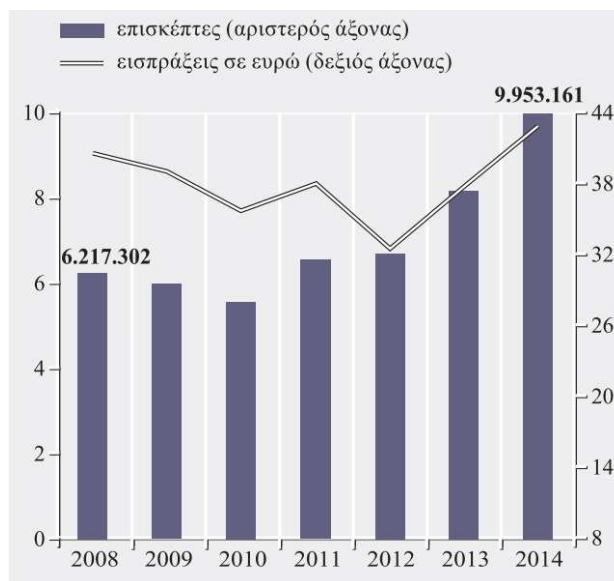
Σύμφωνα με τους Huo και Miller (2007) η μελλοντική επίσκεψη του τουρίστα σε μουσειακό χώρο εξαρτάται από την ικανοποίησή του από την συνολική εκλαμβανόμενη εμπειρία που αποκόμισε, από το προσωπικό του μουσείου και τα δημογραφικά

χαρακτηριστικά του. Το επίπεδο ικανοποίησης διαφοροποιείται ανάλογα με τη χώρα προέλευσής του.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4****ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ****4.1 Ζήτηση του πολιτιστικού τουρισμού στην Ελλάδα**

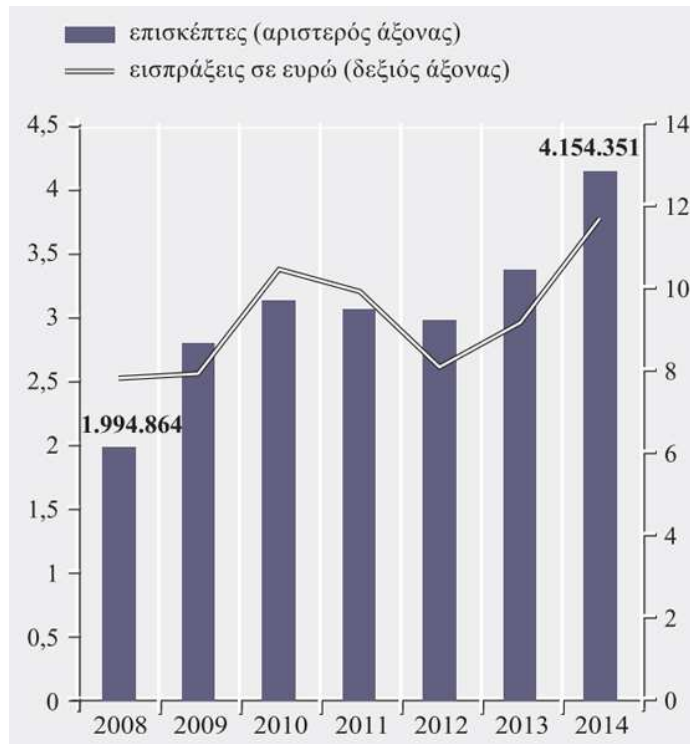
Μεγάλο μερίδιο τουριστών που επισκέπτεται την Ελλάδα για αναψυχή αναζητά τα στοιχεία της πολιτιστικής και ιστορικής της ταυτότητας. Με βάση τα στοιχεία έρευνας που πραγματοποιήθηκε το 2013, οι αρχαιολογικοί χώροι και οι πολιτιστικές δραστηριότητες αποτελούν πρώτη προτεραιότητα επίσκεψης των ταξιδιωτών αναψυχής. Κατά την περίοδο 2008- 2014 οι επισκέψεις στους αρχαιολογικούς χώρους σημείωσαν αύξηση κατά 60% (από 6.217.302 επισκέπτες το 2008 σε 9.953.161 το 2014) με τη σημαντικότερη να παρουσιάζεται την περίοδο 2010-2014. Όσον αφορά τα μουσεία της χώρας, κατά την ίδια χρονική περίοδο παρατηρείται υπερδιπλασιασμός στους επισκέπτες και πάνω από 50% αύξηση στις εισπράξεις. Καθοριστικό ρόλο στην αύξηση των επισκεπτών των αρχαιολογικών χώρων και των μουσείων διαδράματισαν οι διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις που συντελέστηκαν από το 2010 και μετά, όπως η απελευθέρωση επαγγελμάτων, που σχετίζονται με τον πολιτιστικό τουρισμό (π.χ. ξεναγοί) και το διευρυμένο ωράριο των μουσείων και των αρχαιολογικών χώρων. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2015)

**Γράφημα 2: Επισκέπτες και εισπράξεις στους αρχαιολογικούς χώρους της Ελλάδας (2008-2014) (σε εκατομμύρια)**



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ



**Γράφημα 3: Επισκέπτες και εισπράξεις στα μουσεία της Ελλάδας (2008-2014) (σε εκατομμύρια)**

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

## 4.2 Η ιστορική εξέλιξη των ελληνικών μουσείων και το θεσμικό τους πλαίσιο

Η ψήφιση του πρώτου αρχαιολογικού νόμου πραγματοποιήθηκε τον Μάιο του 1834 από τον νομοθέτη G. Maurer (Φ.Ε.Κ., αριθμ. 22, 16/28 Ιουνίου 1834) και ισχύει μέχρι σήμερα. Η ίδρυση των μουσείων στην Αθήνα και την υπόλοιπη Ελλάδα καθορίστηκε από τον ίδιο νόμο. Ουσιαστικά, ο συγκεκριμένος νόμος καθόρισε για πρώτη φορά την οργάνωση και τη λειτουργία των μουσείων στη χώρα. Μετά τη λειτουργία του Μουσείου της Ακρόπολης εκδόθηκε διάταγμα (1985) για την οργάνωση των μουσείων της Αθήνας ("Περί διοργανισμού των εν Αθήναις Μουσείων, ΦΕΚΑ113). Το 1931 τα μουσεία αντιμετωπίζονται ως πνευματικά και πολιτιστικά κέντρα (νόμος 5081/1931 περί μουσείων και πόλεων). Παρόλα αυτά ο νόμος δεν εφαρμόστηκε, πέραν της περίπτωσης του μουσείου της Φλώρινας. Μέχρι τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο στην Ελλάδα δεν υπήρξε μουσειολογική νομοθετική μέριμνα και οι προσπάθειες ρύθμισης θεμάτων των μουσείων ήταν ελάχιστες. Τα επόμενα χρόνια που

ακολούθησαν, λόγω της οικονομικής παρακμής της Ελλάδας, η νομοθεσία για τα μουσεία συνέχισε να έχει δευτερεύοντα ρόλο.

Στις αρχές του 20ου αιώνα άρχισαν να ιδρύονται μουσεία. Μετά τη δεκαετία του 1960 δημιουργούνται πολλά αρχαιολογικά μουσεία, ενώ μετά τη δεκαετία του 1970 παρατηρείται μεγάλη αύξηση των λαογραφικών μουσείων λόγω της ίδρυσης του Υπουργείου Πολιτισμού και Επιστημών το 1971. Τις δεκαετίες που ακολούθησαν ιδρύθηκαν πολλά μουσεία σε διάφορες ελληνικές πόλεις (ναυτικά, ιστορικά, βυζαντινά). Έτσι, τα μουσεία γίνονται αντικείμενο μέριμνας και λειτουργούν υπό την εποπτεία του Υπουργείου Πολιτισμού. Σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη και ανάπτυξη των μουσείων αποτέλεσε και η σύσταση του ελληνικού τμήματος του ICOM το 1983 (Σαλή, 2000). Τα τελευταία χρόνια, η πλειονότητα των μουσείων που ιδρύονται αφορά ιδιωτικούς επενδυτές και φορείς (ό. π.).

Για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς έχει εκδοθεί νομοθετικό πλαίσιο, καθώς η προστασία του πολιτιστικού περιβάλλοντος είναι υποχρέωση του κράτους (Το Σύνταγμα της Ελλάδας 1975/1986/2001, Άρθρο 24, παρ.1). Στον ίδιο νόμο αναφέρεται η προστασία των μνημείων (παρ.5). Με θέσπιση του νόμου 3028/2002 επιχειρείται μια αναθεώρηση και μια σύμπλευση με τη διεθνή μουσειολογία των ήδη υπαρχόντων νόμων. Με τις αντίστοιχες διατάξεις του ίδιου νόμου καθορίζεται η προστασία των αρχαιοτήτων και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Ο νόμος αυτός ρύθμιζε ζητήματα που αφορούν τη λειτουργία των μουσείων (ωράριο λειτουργίας, πρόσβαση του κοινού στα μουσεία), ενώ προέβλεπε τη δυνατότητα οικονομικής ενίσχυσης των μουσείων από το Υπουργείο Πολιτισμού. Το 2014 έγινε η τελευταία σημαντική αλλαγή, αναφορικά με το νομοθετικό πλαίσιο των μουσείων, με το διάταγμα 104/2014, όπου οι αρμοδιότητες του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού μεταβιβάζονται στις Περιφερειακές και Ειδικές Περιφερειακές Υπηρεσίες και στα Δημόσια Μουσεία, αρμοδιότητας της Γενικής Διεύθυνσης Αρχαιοτήτων και Πολιτιστικής Κληρονομιάς και στις Περιφερειακές Υπηρεσίες, αρμοδιότητας της Γενικής Διεύθυνσης Αναστήλωσης, Μουσείων και Τεχνικών Έργων του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού (ΦΕΚ, 2891/2014).

### 4.3 Τα ελληνικά μουσεία σήμερα

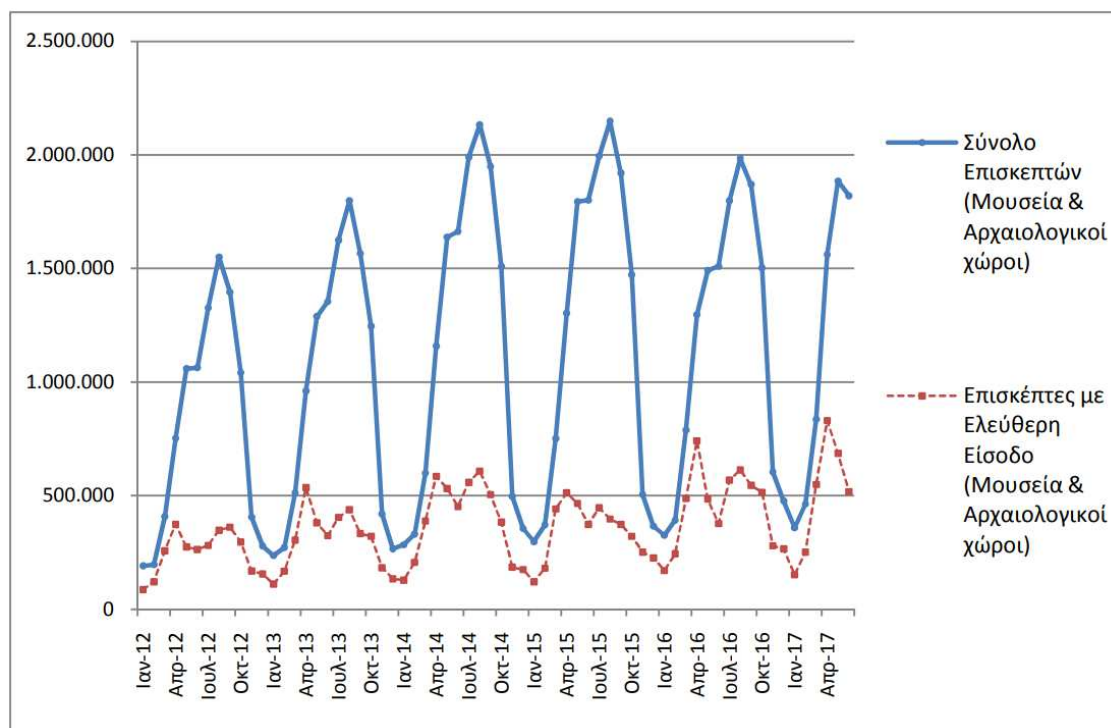
Στην Ελλάδα μετά την σύσταση του ελληνικού κράτους εκδηλώθηκε έντονο ενδιαφέρον για την αξιοποίηση και ανάδειξη της εθνικής πολιτιστικής κληρονομιάς. Από το δεύτερο μισό του 19ου αιώνα άρχισαν να πραγματοποιούνται ανασκαφές από την ελληνική Αρχαιολογική Υπηρεσία, αλλά και από ξένες αρχαιολογικές σχολές (Γλύτση, 2002). Η εκτεταμένη ανασκαφική δραστηριότητα κατά το δεύτερο μισό του 20ου αιώνα συνέβαλε στο να καταστούν επισκέψιμοι για το κοινό αρχαιολογικοί χώροι, στους οποίους βρέθηκαν ευρήματα από την Παλαιολιθική περίοδο ως τους νεότερους χρόνους. Σήμερα στη χώρα λειτουργούν σήμερα περίπου 420 μουσεία που υπάρχουν σε όλη την έκταση της, εκ των οποίων περισσότερα από 200 αποτελούν κρατικά μουσεία ή είναι υπό την εποπτεία του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού και 107 μη δημόσια μουσεία. Τα ελληνικά μουσεία κατατάσσονται στις παρακάτω κατηγορίες (ό. π.):

- Αρχαιολογικά μουσεία
- Βυζαντινά μουσεία
- Ιστορικά και λαογραφικά μουσεία
- Μουσεία ελληνικής τέχνης (αρχαίας, βυζαντινής, νεώτερης)
- Μουσεία ασιατικής τέχνης
- Εικαστικά μουσεία και Πινακοθήκες
- Μουσεία θεάτρου
- Μουσεία κινηματογράφου και φωτογραφίας
- Μουσεία μουσικής
- Ναυτικά μουσεία
- Μουσεία φυσικής ιστορίας
- Μουσεία επιστήμης και τεχνολογίας

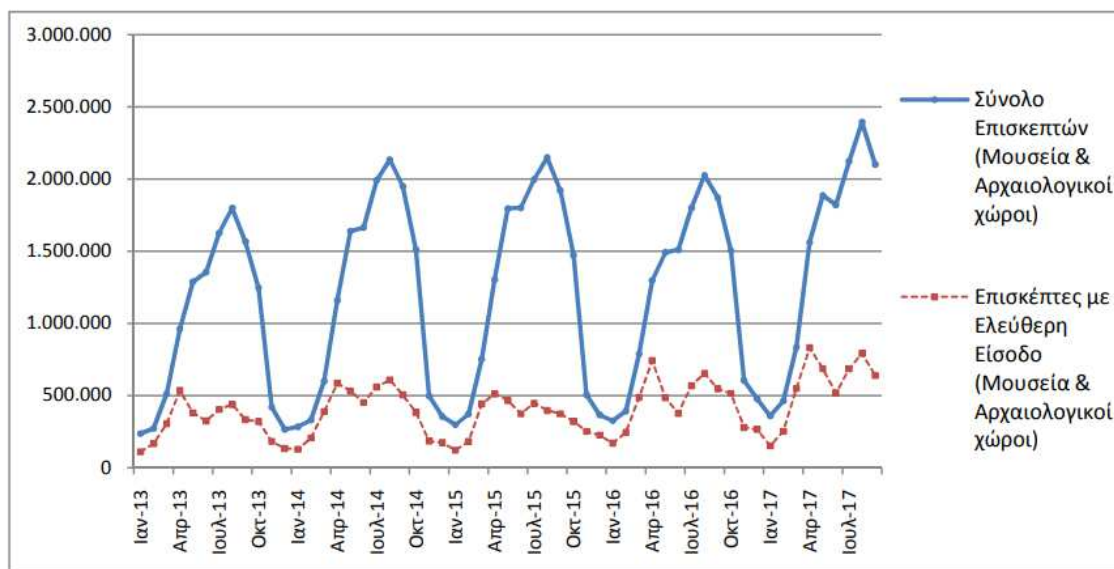
#### 4.4 Επισκεψιμότητα των ελληνικών μουσείων

Είναι σαφές ότι τα αποτελέσματα που προκύπτουν από έρευνες που πραγματοποιούνται για την επισκεψιμότητα των μουσείων και πολιτιστικών χώρων συμβάλλουν σημαντικά στον τομέα της πολιτιστικής διαχείρισης και χρησιμεύουν ως εργαλεία για τον πολιτιστικό σχεδιασμό, τις τουριστικές υποδομές και αφορούν πέραν των μουσείων και την εθνική οικονομία (Πικοπούλου-Τσολάκη et al, 2002)

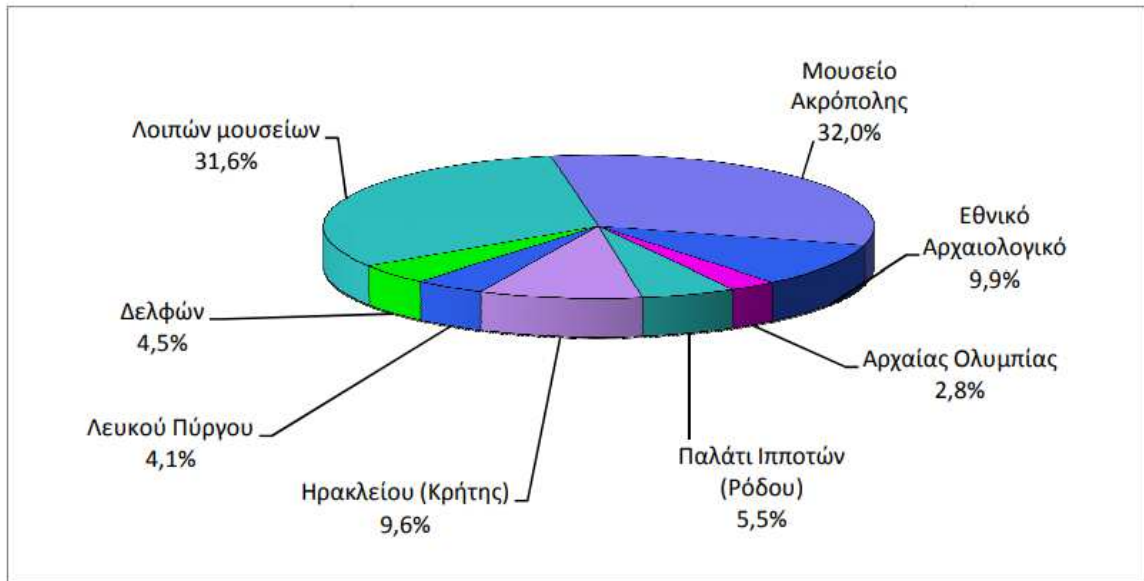
Αναλύοντας τα αποτελέσματα από την Έρευνα Κίνησης Μουσείων και Αρχαιολογικών Χώρων της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος (ΕΛΣΤΑΤ) ([www.statistics.gr](http://www.statistics.gr)), παρατηρούμε ότι η μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στα μουσεία και στους αρχαιολογικούς χώρους της χώρας μας σημειώθηκε κατά τον μήνα Ιούλιο του 2014 και τον αντίστοιχο μήνα του 2015 με αποτέλεσμα οι συνολικοί επισκέπτες να ξεπερνούν τα 2.000.000 σε ολόκληρη χώρα. Οι επισκέπτες στα ελληνικά μουσεία κατά τον μήνα Μάιο 2017 αυξήθηκαν κατά 26%, οι επισκέπτες ελεύθερης εισόδου αυξήθηκαν κατά 29,7% και οι εισπράξεις κατά 25,5% σε σχέση με τους επισκέπτες και τις εισπράξεις του αντίστοιχου μήνα του 2016. Ακόμα, κατά την περίοδο Ιανουαρίου-Μαΐου 2017 σημειώθηκε αύξηση σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του έτους 2016 κατά 17,6% στους επισκέπτες των μουσείων και αύξηση κατά 11,6% στους επισκέπτες ελεύθερης εισόδου, ενώ παράλληλα οι αντίστοιχες εισπράξεις παρουσίασαν αύξηση κατά 23,7%. Κατά τον μήνα Ιούνιο 2017 σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του 2016, υπήρξε αύξηση των επισκεπτών των μουσείων κατά 19,9%, αύξηση των επισκεπτών ελεύθερης εισόδου κατά 56,2% και αύξηση των εισπράξεων κατά 26,1% (Πίνακας 1). Στους αρχαιολογικούς χώρους της χώρας κατά τον μήνα Ιούνιο 2017 σε σύγκριση με τον αντίστοιχο μήνα του 2016, παρατηρείται αύξηση των επισκεπτών κατά 20,9%, αύξηση των επισκεπτών ελεύθερης εισόδου κατά 29,3%, και αύξηση των εισπράξεων κατά 17,7%. Κατά τη διάρκεια της χρονικής περιόδου Ιανουαρίου – Ιουνίου 2017, παρατηρείται αύξηση σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του έτους 2016 κατά 18,2% στους επισκέπτες των μουσείων και αύξηση κατά 16,6% στους επισκέπτες ελεύθερης εισόδου, ενώ οι αντίστοιχες εισπράξεις παρουσίασαν αύξηση κατά 24,5% (Πίνακας 2). Στους αρχαιολογικούς χώρους, κατά την περίοδο Ιανουαρίου – Ιουνίου 2017 σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2016, παρατηρείται αύξηση των επισκεπτών κατά 20,0% και αύξηση κατά 21,1% των επισκεπτών ελεύθερης εισόδου ενώ οι αντίστοιχες εισπράξεις παρουσίασαν αύξηση κατά 21,3%. (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2017)

**Γράφημα 4: Κίνηση Μουσείων και Αρχαιολογικών Χώρων (1/2012-6/2017)**

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

**Γράφημα 5: Κίνηση Μουσείων και Αρχαιολογικών Χώρων (1/2013-9/2017)**

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

**Γράφημα 6: Επισκεψιμότητα μουσείων (%) - Ιούνιος 2017**

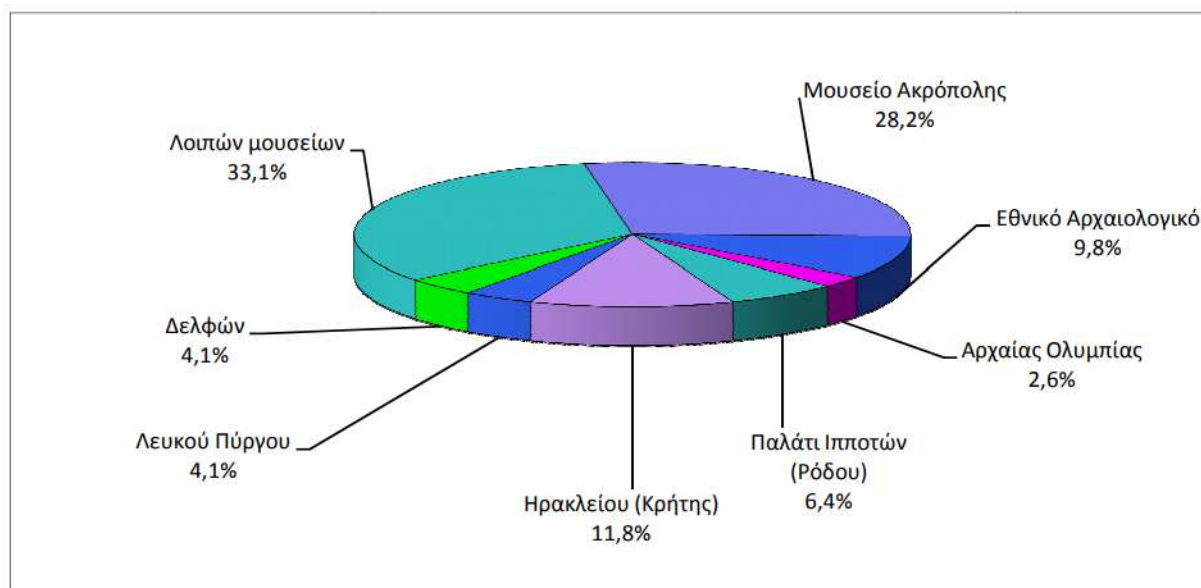
**Πηγή:** ΕΛΣΤΑΤ

Όπως φαίνεται στο γράφημα, τα περισσότερα εισιτήρια εκδίδονται από αρχαιολογικά και βυζαντινά μουσεία που βρίσκονται σε αστικά κέντρα ή σε αναγνωρισμένους τουριστικούς προορισμούς, όπου οι επισκέπτες μπορούν να φτάσουν με απευθείας πτήσεις (Κρήτη-Ρόδος).

Από τα στοιχεία προκύπτει ότι τα μουσεία με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στην Ελλάδα είναι τα 8 παρακάτω:

- Μουσείο Ακρόπολης
- Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο
- Μουσείο Ηρακλείου Κρήτης
- Παλάτι Ιπποτών Ρόδου
- Μουσείο Δελφών
- Λευκός Πύργος
- Μουσείο Αρχαίας Ολυμπίας.

Γράφημα 7: Επισκεψιμότητα μουσείων (%) - Σεπτέμβριος 2017



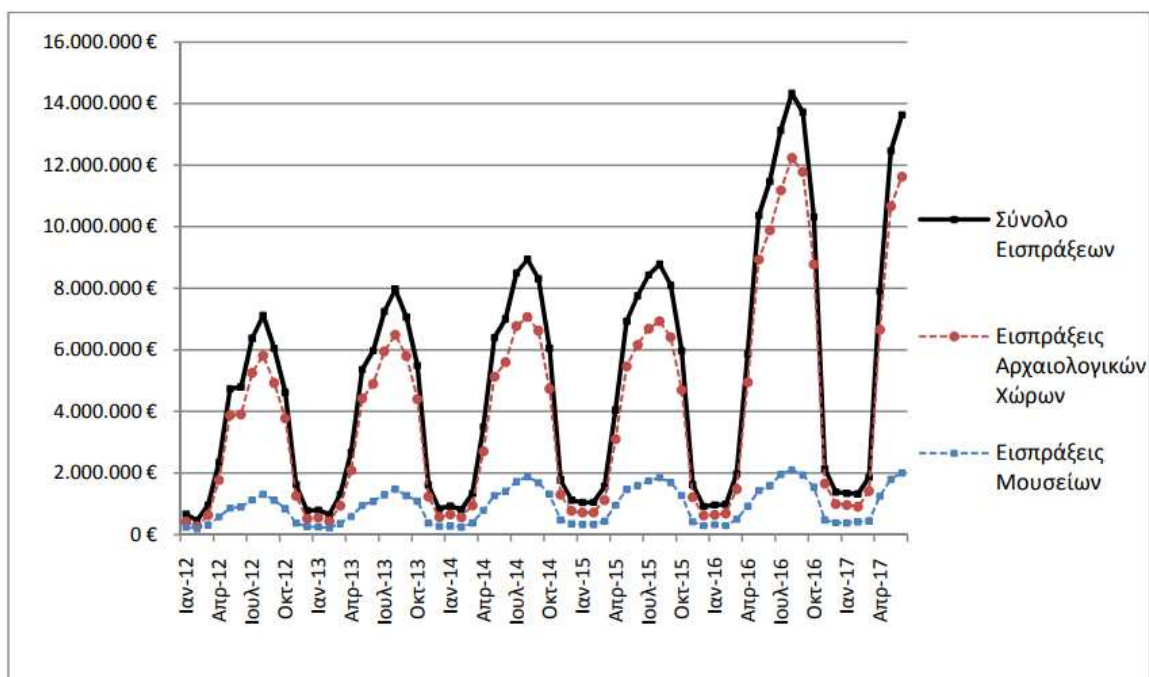
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Πίνακας 1: Αριθμός επισκεπτών κατά τη διάρκεια των ετών 2016 και 2017 με εισιτήριο και ο αριθμός επισκεπτών ελεύθερης εισόδου κατά την ίδια περίοδο

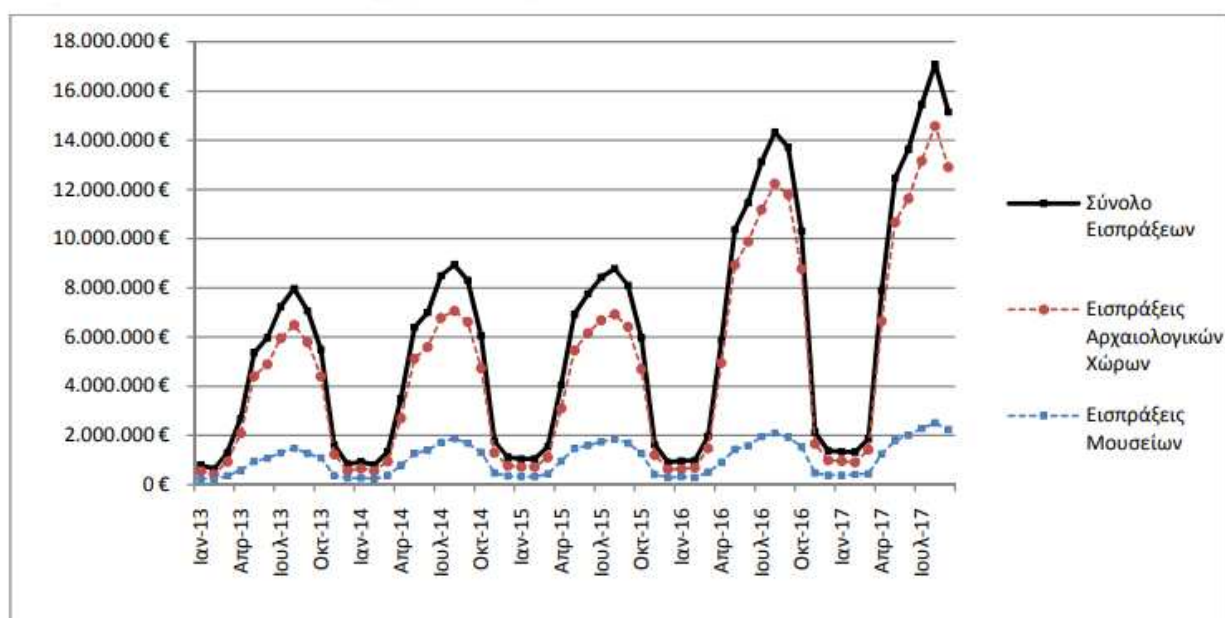
II. ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΜΕ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ			
	2016	2017	Μεταβολή 2017/2016
<b>Σύνολο Επισκεπτών Με Εισιτήριο (Γ+Δ)</b>	<b>1.006.121</b>	<b>1.199.249</b>	<b>19,2%</b>
Γ. Μουσεία	245.243	301.735	23,0%
Δ. Αρχαιολογικοί χώροι	760.878	897.514	18,0%
III. ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΕΙΣΟΔΟΥ			
	2016	2017	Μεταβολή 2017/2016
<b>Σύνολο Επισκεπτών Ελεύθερης Εισόδου (Ε+Ζ)</b>	<b>484.803</b>	<b>686.112</b>	<b>41,5%</b>
Ε. Μουσεία	198.835	257.897	29,7%
Ζ. Αρχαιολογικοί χώροι	285.968	428.215	49,7%
IV. ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ (σε ευρώ)			
	2016	2017	Μεταβολή 2017/2016
<b>Σύνολο Εισπράξεων (Η+Θ)</b>	<b>10.368.546,00</b>	<b>12.461.470,00</b>	<b>20,2%</b>
Η. Μουσεία	1.430.368,00	1.795.010,00	25,5%
Θ. Αρχαιολογικοί χώροι	8.938.178,00	10.666.460,00	19,3%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ



**Γράφημα 8: Εισπράξεις μουσείων και αρχαιολογικών χώρων (1/2012-6/2017)**

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

**Γράφημα 9: Εισπράξεις μουσείων και αρχαιολογικών χώρων (1/2013-9/2017)**

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ



Πίνακας 2: Αριθμός επισκεπτών κατά την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουνίου 2016 και κατά την ίδια περίοδο του 2017

I. ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ					
Μουσεία - Αρχαιολογικοί Χώροι	2015	2016	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ- ΙΟΥΝΙΟΣ		Μεταβολή 2017/2016
			2016	2017	
<b>Γενικό σύνολο επισκεπτών (Α+Β)</b>	<b>14.725.895</b>	<b>14.040.961</b>	<b>5.801.070</b>	<b>6.924.666</b>	<b>19,4%</b>
<b>A. Μουσεία (Γ+Ε)</b>	<b>4.405.842</b>	<b>4.476.288</b>	<b>1.961.852</b>	<b>2.318.042</b>	<b>18,2%</b>
Μουσείο Ακρόπολης	1.510.615	1.406.096	627.543	723.481	15,3%
Εθνικό Αρχαιολογικό	476.754	447.093	206.619	259.383	25,5%
Αρχαίες Ολυμπίας	135.972	124.136	62.548	71.975	15,1%
Παλάτι Ιπποτών (Ρόδου)	251.091	237.361	69.786	78.635	12,7%
Ηρακλείου (Κρήτης)	201.657	355.237	141.447	139.386	-1,5%
Λευκού Πύργου	273.659	290.192	126.594	120.860	-4,5%
Δελφών	205.369	166.091	83.649	108.550	29,8%
Λοιπών μουσείων	1.350.725	1.450.082	643.666	815.772	26,7%
<b>B. Αρχαιολογικοί χώροι (Δ+Ζ)</b>	<b>10.320.053</b>	<b>9.564.673</b>	<b>3.839.218</b>	<b>4.606.624</b>	<b>20,0%</b>
Επιδαύρου <sup>(1)</sup>	443.565	375.437	172.633	229.066	32,7%
Ακροπόλεως Μυκηνών και Θησαυρού Ατρέα	402.565	342.854	167.664	185.832	10,8%
Ακροπόλεως Αθηνών	2.043.868	1.807.580	800.773	1.085.636	35,6%
Σουνίου	236.285	222.800	103.704	117.933	13,7%
Ακροπόλεως Λίνδου	580.875	421.070	122.254	135.601	10,9%
Βασιλικοί Τάφοι Βεργίνας	211.132	186.627	99.823	107.278	7,5%
Αρχαίες Ολυμπίας	439.836	423.424	168.568	182.835	8,5%
Κνωσού (Κρήτης)	632.288	611.455	208.162	203.800	-2,1%
Φαιστού (Κρήτης)	94.689	77.071	26.723	28.636	7,2%
Αρχαίας Κορίνθου <sup>(1)</sup>	141.490	153.307	72.327	98.603	36,3%
Μυστρά <sup>(1)</sup>	117.010	114.293	50.814	54.209	6,7%
Δελφών	319.754	290.705	135.465	159.938	18,1%
Λοιπών αρχαιολογικών χώρων	4.656.696	4.538.050	1.710.308	2.017.257	17,9%
II. ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΜΕ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ					
	2015	2016	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ-ΙΟΥΝΙΟΣ		Μεταβολή 2017/2016
			2016	2017	
<b>Σύνολο Επισκεπτών Με Εισιτήριο (Γ+Δ)</b>	<b>10.544.249</b>	<b>8.749.957</b>	<b>3.296.556</b>	<b>3.938.132</b>	<b>19,5%</b>
Γ. Μουσεία	2.867.641	2.406.665	950.351	1.138.855	19,8%
Δ. Αρχαιολογικοί χώροι	7.676.608	6.343.292	2.346.205	2.799.277	19,3%
III. ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΕΙΣΟΔΟΥ					
	2015	2016	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ- ΙΟΥΝΙΟΣ		Μεταβολή 2017/2016
			2016	2017	
<b>Σύνολο Επισκεπτών Ελεύθερης Εισόδου (Ε+Ζ)</b>	<b>4.181.646</b>	<b>5.291.004</b>	<b>2.504.514</b>	<b>2.986.534</b>	<b>19,2%</b>
Ε. Μουσεία	1.538.201	2.069.623	1.011.501	1.179.187	16,6%
Ζ. Αρχαιολογικοί χώροι	2.643.445	3.221.381	1.493.013	1.807.347	21,1%
IV. ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ (σε ευρώ)					
	2015	2016	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ- ΙΟΥΝΙΟΣ		Μεταβολή 2017/2016
			2016	2017	
<b>Σύνολο Εισπράξεων (Η+Θ)</b>	<b>56.224.962,00</b>	<b>86.647.638,00</b>	<b>31.631.870,00</b>	<b>38.527.143,00</b>	<b>21,8%</b>
Η. Μουσεία	12.385.213,00	13.448.464,00	5.058.515,00	6.295.749,00	24,5%
Θ. Αρχαιολογικοί χώροι	43.839.749,00	73.199.174,00	26.573.355,00	32.231.394,00	21,3%

<sup>(1)</sup> Ισχύει ενιαίο εισιτήριο για τα μουσεία και τον αρχαιολογικό χώρο.

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

**Πίνακας 3: Επισκέπτες μουσείων και αρχαιολογικών χώρων - Εισπράξεις (2015, 2016, Ιανουάριος-Σεπτέμβριος 2016 και 2017)**

I. ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ					
Μουσεία - Αρχαιολογικοί Χώροι	2015	2016	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ- ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		Μεταβολή 2017/2016
			2016	2017	
<b>Γενικό σύνολο επισκεπτών (Α+Β)</b>	<b>14.725.895</b>	<b>14.080.639</b>	<b>11.496.712</b>	<b>13.540.080</b>	<b>17,8%</b>
<b>A. Μουσεία (Γ+Ε)</b>	<b>4.405.842</b>	<b>4.515.966</b>	<b>3.572.454</b>	<b>4.172.095</b>	<b>16,8%</b>
Μουσείο Ακρόπολης	1.510.615	1.406.096	1.104.883	1.267.434	14,7%
Εθνικό Αρχαιολογικό	476.754	447.093	338.458	435.272	28,6%
Αρχαίας Ολυμπίας	135.972	124.136	104.785	120.330	14,8%
Παλάτι Ιπποτών (Ρόδου)	251.091	237.361	199.866	198.980	-0,4%
Ηρακλείου (Κρήτης)	201.657	394.915	339.950	350.870	3,2%
Λευκού Πύργου	273.659	290.192	215.510	212.176	-1,5%
Δελφών	205.369	166.091	135.895	175.517	29,2%
Λοιπών μουσείων	1.350.725	1.450.082	1.133.107	1.411.516	24,6%
<b>B. Αρχαιολογικοί χώροι (Δ+Ζ)</b>	<b>10.320.053</b>	<b>9.564.673</b>	<b>7.924.258</b>	<b>9.367.985</b>	<b>18,2%</b>
Επιδαύρου <sup>(1)</sup>	443.565	375.437	320.223	398.851	24,6%
Ακροπόλεως Μυκηνών και Θησαυρού Ατρέα	402.565	342.854	290.783	335.605	15,4%
Ακροπόλεως Αθηνών <sup>(2)</sup>	2.043.868	1.807.580	1.474.297	2.214.774	-
Σουνίου	236.285	222.800	183.297	211.435	15,4%
Ακροπόλεως Λίνδου	580.875	421.070	367.311	379.734	3,4%
Βασιλικό Τάφοι Βεργίνας	211.132	186.627	148.813	164.140	10,3%
Αρχαίας Ολυμπίας	439.836	423.424	355.452	397.207	11,7%
Κνωσού (Κρήτης)	632.288	611.455	527.981	528.853	0,2%
Φαιστού (Κρήτης)	94.689	77.071	65.341	68.744	5,2%
Αρχαίας Κορίνθου <sup>(1)</sup>	141.490	153.307	124.770	159.718	28,0%
Μυστρά <sup>(1)</sup>	117.010	114.293	98.168	107.886	9,9%
Δελφών	319.754	290.705	244.516	284.313	16,3%
Λοιπών αρχαιολογικών χώρων	4.656.696	4.538.050	3.723.306	4.116.725	10,6%
II. ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΜΕ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ					
	2015	2016	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ-ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		Μεταβολή 2017/2016
			2016	2017	
<b>Σύνολο Επισκεπτών Με Εισιτήριο (Γ+Δ)</b>	<b>10.544.249</b>	<b>8.749.957</b>	<b>7.265.126</b>	<b>8.438.764</b>	<b>16,2%</b>
Γ. Μουσεία	2.867.641	2.406.665	1.979.275	2.289.093	15,7%
Δ. Αρχαιολογικοί χώροι	7.676.608	6.343.292	5.285.851	6.149.671	16,3%
III. ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΕΙΣΟΔΟΥ					
	2015	2016	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ- ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		Μεταβολή 2017/2016
			2016	2017	
<b>Σύνολο Επισκεπτών Ελεύθερης Εισόδου (Ε+Ζ)</b>	<b>4.181.646</b>	<b>5.330.682</b>	<b>4.231.586</b>	<b>5.101.316</b>	<b>20,6%</b>
Ε. Μουσεία	1.538.201	2.109.301	1.593.179	1.883.002	18,2%
Ζ. Αρχαιολογικοί χώροι	2.643.445	3.221.381	2.638.407	3.218.314	22,0%
IV. ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ (σε ευρώ)					
	2015	2016	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ- ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		Μεταβολή 2017/2016
			2016	2017	
<b>Σύνολο Εισπράξεων (Η+Θ)</b>	<b>56.224.962,00</b>	<b>86.647.638,00</b>	<b>72.818.388,00</b>	<b>86.222.078,00</b>	<b>18,4%</b>
Η. Μουσεία	12.385.213,00	13.448.464,00	11.045.005,00	13.330.475,00	20,7%
Θ. Αρχαιολογικοί χώροι	43.839.749,00	73.199.174,00	61.773.383,00	72.891.603,00	18,0%

(1) Ισχύει ενιαίο εισιτήριο για το μουσείο και τον αρχαιολογικό χώρο.

(2) Στα στοιχεία που αφορούν τον αριθμό των επισκεπτών του αρχαιολογικού χώρου της Ακροπόλεως Αθηνών περιλαμβάνονται από τον Μάιο του 2017 και τα εισιτήρια του Αρχαίου Θεάτρου Διονύσου, για το λόγο αυτό δεν είναι δυνατή η σύγκριση με προηγούμενα έτη.

Αξίζει να αναφερθεί πως κατά τη διάρκεια του μήνα Σεπτεμβρίου του έτους 2017 παρατηρήθηκε αύξηση των επισκεπτών των Μουσείων της χώρας κατά 13%, αύξηση των επισκεπτών ελεύθερης εισόδου κατά 11% και αύξηση των εισπράξεων κατά 15,8%. Κατά τη χρονική περίοδο Ιανουαρίου – Σεπτεμβρίου 2017 σημειώθηκε αύξηση αναφορικά με την αντίστοιχη περίοδο του έτους 2016 κατά 16,8% στους επισκέπτες των Μουσείων της Ελλάδας, αύξηση κατά 18,2% στους επισκέπτες ελεύθερης εισόδου, ενώ οι εισπράξεις παρουσίασαν αύξηση κατά 20,7% σε σχέση με αυτές του προηγούμενου έτους.

#### 4.5 Παρεχόμενες υπηρεσίες μουσείων

Προσπαθώντας να αξιολογήσουν την αποτελεσματικότητα ενός συστήματος μουσείων στην Ισπανία οι Del Barrio et al (2009) κατατάσσουν τα μουσεία σε τέσσερις κατηγορίες ανάλογα με τις υπηρεσίες που προσφέρουν.

α) Τα ιδανικά μουσεία (ideal museums), τα οποία είναι καλά εξοπλισμένα με τις απαραίτητες εγκαταστάσεις, με άρτια καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό και εκτεταμένο ωράριο λειτουργίας. Έτσι, τα συγκεκριμένα μουσεία μπορούν να προσελκύσουν μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών και κατά συνέπεια να επιτύχουν υψηλότερα επίπεδα κοινωνικής επίδρασης στις δραστηριότητές τους.

β) Τα ενδιάμεσα μουσεία (intermediate museums), τα οποία διαθέτουν ικανοποιητικές υποδομές, έχουν περιορισμένο αριθμό προσωπικού (3-4 άτομα) και ελεγχόμενο ωράριο λειτουργίας. Έχουν υψηλή επισκεψιμότητα και οι συλλογές τους σε συνδυασμό με τις κοινωνικές δραστηριότητες τους έχουν σημαντικό αντίκτυπο.

γ) Τα εμβρυϊκά μουσεία (embryonic museums), τα οποία έχουν μικρό αριθμό εργαζομένων, ελάχιστο εξοπλισμό και σποραδικό ωράριο λειτουργίας. Ο αριθμός των επισκεπτών τους είναι αρκετά σημαντικός και η επίδραση από τις κοινωνικές δραστηριότητές τους σημαντική ως έναν βαθμό.

δ) Τα ακανόνιστα - παράτυπα μουσεία (irregular museums), τα οποία είναι τα λιγότερο οργανωμένα και μετά βίας πληρούν τις προϋποθέσεις της έκθεσης και συντήρησης που ορίζουν ένα μουσείο.

Αναφορικά με την κατάσταση των ελληνικών μουσείων αξίζει να αναφερθεί πως σύμφωνα με τα αποτελέσματα έρευνας του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού, που πραγματοποιήθηκε το 2011, η πλειονότητά τους παρουσιάζει ελλείψεις σε βασικές υπηρεσίες (π.χ. ενημερωτικό φυλλάδιο, μη κατάλληλους χώρους υγιεινής και μη ικανοποιητικό πωλητήριο). Αναλυτικότερα, από τους 170 μουσειακούς χώρους που καταγράφηκαν οι 117 δεν παρείχαν τις βασικές υπηρεσίες (ΥΠΠΟ, 2011). Η πλειοψηφία των ελληνικών μουσείων παρέχει βασικές διευκολύνσεις, όπως ενημερωτικά φυλλάδια (62,7%), ύπαρξη χώρου στάθμευσης (52,9%), ύπαρξη χώρων υγιεινής (74,5%) καθώς και ξεναγήσεις (60,8%). Ικανοποιητικός είναι ο αριθμός των τοπικών μουσείων που διαθέτουν πωλητήριο (43,1%), οδηγό έκθεσης (47,1%) και εκδόσεις σε ξένες γλώσσες (41,5%). Φαίνεται ότι σήμερα οι υπεύθυνοι των μουσείων προσπαθούν να κατανοήσουν και να καλύψουν τις επιθυμίες και ανάγκες των επισκεπτών. Στα περισσότερα δε επιλέγεται ο παραδοσιακός τρόπος ερμηνείας των

εκθεμάτων μέσω ξεναγήσεων και φυλλαδίων, ενώ η χρήση οπτικοακουστικού υλικού δεν είναι συχνή. Ακόμα, φαίνεται πως δεν υπάρχουν επαρκείς υποδομές για άτομα με ειδικές ανάγκες στα περισσότερα από αυτά. (Δερμιτζάκη et al, 2009)

**Β' ΜΕΡΟΣ**  
**ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ -**  
**ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΗΣ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ**



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΗΣ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ

#### 5.1 Γενικά

Η δημιουργία του Μουσείου της Ακρόπολης σηματοδότησε με την ίδρυσή του το 2003 μια νέα εποχή για τα μουσειακά πράγματα της Ελλάδας (Γκαζή, 2012). Από τα εγκαίνια του, που πραγματοποιήθηκαν στις 20 Ιουνίου το 2009, ο νέος μουσειακός οργανισμός ταυτίστηκε στο συλλογικό υποσυνείδητο των Ελλήνων με την έννοια του μουσείου, ρόλο προνομιακό που έως τότε κατείχε το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο (Μούλιου, 2015). Αποτέλεσε ουσιαστικό παράδειγμα επώνυμης μουσειακής αρχιτεκτονικής εμπειρίας, λόγω της χωρικής και οπτικής σύνδεσής του με τον αρχαιολογικό χώρο της Ακρόπολης και τον Παρθενώνα, καθώς και με την πόλη της Αθήνας, τόσο με τον ιστορικό της πυρήνα όσο και με τις διαφορετικές θέες των γειτονιών της προς βορρά και νότο (ό. π.). Στα τέλη του 2015, το Μουσείο ανακηρύχθηκε από τους χρήστες του TripAdvisor ως το ενδέκατο στον κατάλογο των 25 κορυφαίων μουσείων στον κόσμο, με βάση τις αξιολογήσεις των επισκεπτών της ιστοσελίδας του TripAdvisor για τη διάρκεια ενός έτους (Καρνής, 2015). Έχουν εκφραστεί ποικίλα σχόλια για το Μουσείο της Ακρόπολης με θετικό ή κριτικό τόνο, αλλά κυρίως για το θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας του και το ειδικό καθεστώς του ως Νομικού Προσώπου Δημοσίου Δικαίου (Μούλιου, 2015).

#### Εικόνα 1: Ο αρχαιολογικός χώρος της Ακρόπολης και το Μουσείο της Ακρόπολης



Πηγή: <http://www.theacropolismuseum.gr/el/content/istoria-0>

## 5.2 Ιστορικά στοιχεία

Μετά τη σύσταση του ελληνικού κράτους δημιουργήθηκε έντονο ενδιαφέρον για την κατασκευή ενός μουσείου πάνω στο βράχο της Ακρόπολης. Το 1863 αποφασίστηκε να κατασκευαστεί το μουσείο νοτιοανατολικά του Παρθενώνα και τον Δεκέμβριο του 1865 πραγματοποιείται η θεμελίωσή του. Το κτιριολογικό πρόγραμμα του μουσείου προέβλεπε το ύψος του κτιρίου να μην υπερβαίνει το στυλοβάτη του Παρθενώνα. Είχε έκταση 800 τ.μ. και κρίθηκε σύντομα ακατάλληλο να στεγάσει την πληθώρα των ευρημάτων από τις ανασκαφές της Ακρόπολης που ξεκίνησαν το 1886. Ένα δεύτερο μουσείο-το Μικρό Μουσείο κατασκευάστηκε το 1888 αλλά κατεδαφίστηκε το 1947, ενώ παράλληλα επιχειρήθηκε η επέκταση του πρώτου μουσείου της Ακρόπολης. Από τη δεκαετία του 1970 και μετά κρίθηκε ότι το μουσείο δεν μπορούσε να ανταπεξέλθει στον μεγάλο αριθμό επισκεπτών. Την ανάγκη για τη δημιουργία του νέου Μουσείου της Ακρόπολης εξέφρασε ο Κωνσταντίνος Καραμανλής το 1976, ορίζοντας το χώρο που θα κατασκευάζονταν το νέο Μουσείο. Στόχος του ήταν να κατασκευαστεί ένα μουσείο που θα διέθετε όλες τις απαραίτητες εγκαταστάσεις για τη διατήρηση των αρχαίων ευρημάτων και τους κατάλληλους χώρους για τη στέγαση των γλυπτών του Παρθενώνα, των Καρυάτιδων και των γλυπτών, που βρίσκονταν στο παλαιό μουσείο. ([www.theacropolismuseum.gr](http://www.theacropolismuseum.gr))

Έτσι, το 1976 και το 1979 διεξήχθησαν δύο αρχιτεκτονικοί διαγωνισμοί. Το 2000, ο Οργανισμός Ανέγερσης του Νέου Μουσείου Ακρόπολης (ΟΑΝΜΠΑ) προκήρυξε ένα νέο διαγωνισμό, ο οποίος ήταν σύμφωνος με τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το βραβείο έλαβε η ομάδα των αρχιτεκτόνων Bernard Tshumi και Μιχάλη Φωτιάδη και η οικοδόμηση του Νέου Μουσείου της Ακρόπολης πραγματοποιήθηκε κατά την περίοδο 2005-2007. ([www.theacropolismuseum.gr](http://www.theacropolismuseum.gr) και Τσάκος, 2014). Το Μουσείο της Ακρόπολης εγκαινιάστηκε το 2009 και οικοδομήθηκε στο οικόπεδο του πρώην Στρατοπέδου Μακρυγιάννη και βρίσκεται μόλις 300 μέτρα νοτιοανατολικά του Παρθενώνα. Το κτίριο φιλοξενεί ευρήματα, τα οποία βρέθηκαν στο λόφο κατά την απομάκρυνση των ερειπίων του μεσαιωνικού οικισμού (1833) και ευρήματα από ανασκαφές στα τέλη του 19ου αιώνα (Τσάκος, 2014). Η επιλογή της θέσης και ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός υπαγορεύτηκε από τρεις βασικούς παράγοντες: τη διαλεκτική συσχέτιση του μουσείου με τα μνημεία της Ακρόπολης, την ανάγκη ανάπτυξης των αρχιτεκτονικών γλυπτών του Παρθενώνα και των άλλων ναών και την ανάγκη της διατήρησης και ενσωμάτωσης της αρχαίας ανασκαφής, η οποία

ανακαλύφθηκε κατά τη διάρκεια εκτεταμένων ανασκαφικών διερευνήσεων του προς οικοδόμηση χώρου (Φωτιάδης, 2011). Τον Ιούνιο του 2010, το μουσείο προσέλκυσε 1,7 εκατομμύρια επισκέπτες κατά τους πρώτους εννιά μήνες λειτουργίας του και συνολικά πάνω από 2 εκατομμύρια επισκέπτες κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας του ([www.theacropolismuseum.gr](http://www.theacropolismuseum.gr)).

### **5.3 Η τοποθεσία του Μουσείου Ακρόπολης**

Το Μουσείο της Ακρόπολης βρίσκεται στην περιοχή του Κουκακίου. Το Κουκάκι βρίσκεται στην νοτιοανατολική πλευρά του λόφου Φιλοπάππου και συνορεύει με τα Πετράλωνα και το Νέο Κόσμο. Περικλείει τις περιοχές Ακρόπολη, Μακρυγιάννη και Φιλοπάππου. Παρότι είναι μια γειτονιά με σημαντική ιστορία, δεν προκαλεί την καλύτερη εντύπωση στους ξένους επισκέπτες, κυρίως λόγω της πυκνής της δόμησης. Στη συνοικία του Κουκακίου υπάρχουν ακόμα μεσοπολεμικές μονοκατοικίες και νεοκλασικά, τα οποία θυμίζουν την ιστορία της Αθήνας. Η συγκεκριμένη περιοχή ήταν γνωστή λόγω του εργοστασίου του Φιξ. Η ανάπτυξη της περιοχής επηρεάστηκε σε μεγάλο βαθμό από την ανέγερση του Μουσείου Ακρόπολης και προσφάτως από την ανέγερση του Εθνικού Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης. Το τελευταίο διάστημα έχουν πληθύνει οι περιπτώσεις ανθρώπων, οι οποίοι σπεύδουν να νοικιάσουν μικρά επιπλωμένα διαμερίσματα στο κέντρο της Αθήνας και κυρίως σε περιοχές γύρω από το ιστορικό κέντρο της και στη συνέχεια τα υπενοικιάζουν σε τουρίστες σε υψηλότερες τιμές. Σύμφωνα με μια έρευνα της εταιρείας καταχώρησης, εύρεσης και ενοικίασης καταλυμάτων Airbnb, το Κουκάκι αποτέλεσε για το έτος 2015 την πέμπτη δημοφιλέστερη γειτονιά στο σύνολο του δικτύου της εταιρείας παγκοσμίως. Είναι χαρακτηριστικό ότι ο αριθμός των ανθρώπων, που έμειναν σε κατοικίες του δικτύου της Airbnb στο Κουκάκι αυξήθηκε κατά 800% το 2015, τάση που συνεχίζεται ακόμα και σήμερα. (<http://www.lifo.gr>, <https://www.vice.com>, <http://www.kathimerini.gr>)



#### 5.4 Η δομή του Μουσείου Ακρόπολης

Οι εκθεσιακοί χώροι του μουσείου καταλαμβάνουν 14.000 τ.μ., όπου εκτίθενται 4000 εκθέματα. Το μουσείο καλύπτει συνολικά την έκταση των 25.000 τ.μ., συμπεριλαμβανομένων των χώρων προβολών, του αμφιθεάτρου, της αίθουσας των περιοδικών εκθέσεων, του αναγνωστηρίου, του εστιατορίου, των δύο πωλητηρίων, των εργαστηρίων, του γκαράζ και των βοηθητικών χώρων. Η "οπτική επαφή με τον Βράχο διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνεται ο επισκέπτης τα εκθέματα" (Παντερμαλής, 2013). Η είσοδος του μουσείου βρίσκεται στον πεζόδρομο της Διονυσίου Αρεοπαγίτου και συνδέει το μουσείο με την Ακρόπολη και τα υπόλοιπα σημαντικά αρχαιολογικά μνημεία της Αθήνας.

**Εικόνα 2: Εσωτερική άποψη του τελευταίου επιπέδου του Μουσείου, όπου παρουσιάζεται ο γλυπτός διάκοσμος του Παρθενώνα**



**Πηγή:** Προσωπικό αρχείο, 2017

Η πρώτη εκθεσιακή συλλογή βρίσκεται στο επίπεδο 0 (ισόγειο). Σε αυτή παρουσιάζονται ευρήματα και προθήκες από τα ιερά και τον οικισμό που αναπτύχθηκε

στις κλιτύες της Ακρόπολης σε διαφορετικές ιστορικές περιόδους. Το δάπεδο της αίθουσας είναι επικλινές και παραπέμπει στη διαδρομή που ακολουθούσε ο επισκέπτης της αρχαιότητας στην Ακρόπολη, κατά την είσοδό του στα Προπύλαια. Η πρώτη ενότητα που βρίσκεται στον ισόγειο χώρο αναφέρεται στο ιερό της Νύμφης και οι προθήκες έχουν ως θέμα το γάμο. Οι προθήκες αποτελούνται από λουτροφόρους διαφορετικών τεχνοτροπιών και μορφολογίας και σε αυτές απεικονίζονται γαμήλιες πομπές, ζώα ή μυθολογικά όντα. Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζονται ακόμα αντικείμενα που αφιερώνονταν στο Ιερό της Νύμφης, όπως σφονδύλια, κουδουνίστρες, αρωματοδοχεία κ.α. Η δεύτερη ενότητα αφορά το Ιερό του Ασκληπιού με αναθήματα που σχετίζονται με την ιατρική και την προσφορά στο Θεό. Ακόμα, στο ίδιο επίπεδο υπάρχει η ενότητα που είναι αφιερωμένη στο Ιερό του Διονύσου. Στην άλλη πλευρά της αίθουσας, εκτίθενται ευρήματα από τον οικισμό που αναπτύχθηκε στις πλαγιές της Ακρόπολης. Στις προθήκες της συγκεκριμένης ενότητας παρουσιάζονται αντικείμενα καθημερινής χρήσης, όπως οικιακά σκεύη, σκεύη για κοσμήματα ή καλλυντικά κ.α. Φιλοξενούνται επίσης εκθέματα από το Ιερό Νυμφών και Πανός, το Ιερό Βλαύτης και Γης Κουροτρόφου, το Ιερό Πανδήμου Αφροδίτης, το Ιερό Απόλλωνα, το Ιερό Ουρανίας Αφροδίτης και το Ιερό Αγλαύρου. ([www.theacropolismuseum.gr](http://www.theacropolismuseum.gr))

### Εικόνα 3: Εσωτερική άποψη του πρώτου ορόφου του Μουσείου



**Πηγή:** <http://www.theacropolismuseum.gr/el/content/5os-ai-ph-5os-ai-mh>

Στο τμήμα Α του πρώτου ορόφου του ιδρύματος (1Α) φιλοξενούνται ευρήματα από τον 14ο π.Χ. ως και τον 7ο αιώνα μ.Χ. Αριστερά από το κλιμακοστάσιο,

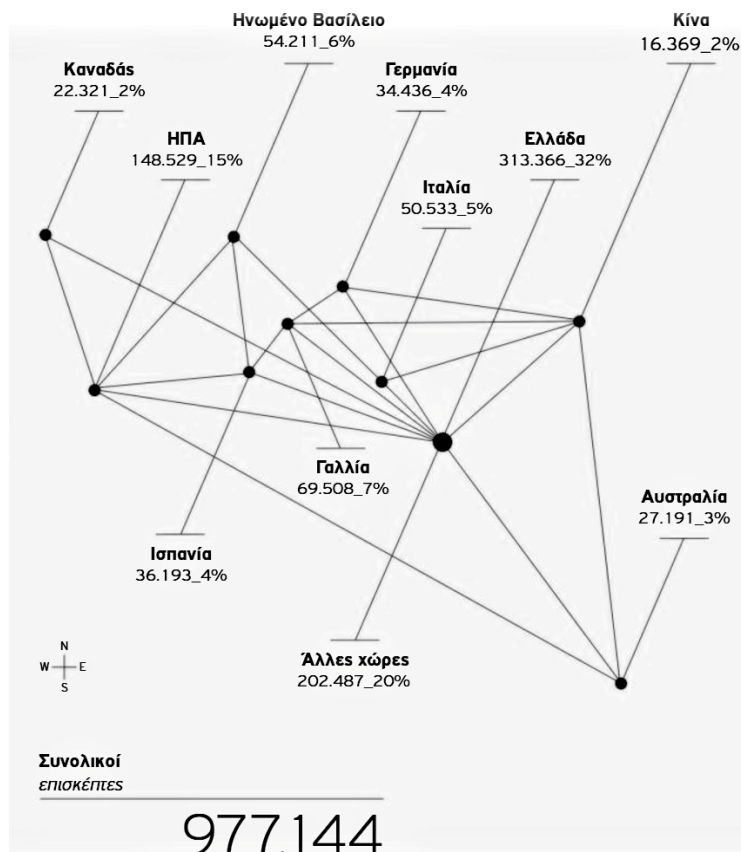
βρίσκονται σε προθήκες αντικείμενα της μυκηναϊκής εποχής. Στο δεύτερο χώρο του ίδιου επιπέδου (1B), στο ανατολικό και νότιο τμήμα της αίθουσας εκτίθενται τμήματα ναών και αφιερώματα της Αρχαϊκής εποχής. Αναλυτικότερα, παρουσιάζονται πώρινα αετώματα από τα Ιερά της Ακρόπολης, αετωματικά γλυπτά από τον Εκατόμπεδο και τον Αρχαίο Ναό, αναθηματικά γλυπτά από την πρώιμη Αρχαϊκή περίοδο, από την μέση Αρχαϊκή περίοδο, αναθήματα Ιππέων, αφιερώματα, όπως η σφίγγα και έργα της ύστερης Αρχαϊκής περιόδου - των πρώιμων κλασικών χρόνων. Στο δυτικό τμήμα Γ του ίδιου ορόφου (1Γ) εκτίθενται έργα από τα μνημεία του οικοδομικού προγράμματος του Περικλή. Όσον αφορά την ενότητα των Προπυλαίων περιλαμβάνονται σε αυτή αρχιτεκτονικά μέλη και γλυπτά. Στην ενότητα της Αθηνάς Νίκης παρουσιάζονται γλυπτά από τη ζωοφόρο και το αέτωμα του ναού και το θωράκιο του. Στην ενότητα του Ερεχθείου υπάρχουν γλυπτά της ζωοφόρου και οικοδομικές επιγραφές, αλλά και οι Καρυάτιδες σε διαμορφωμένο εξώστη. Στο βόρειο τμήμα του ίδιου επιπέδου (1Δ) εκτίθενται έργα που σχετίζονται με το θρησκευτικό, πολιτικό και κοινωνικό χαρακτήρα της Ακρόπολης από τον 5ο αιώνα π.Χ. έως το τέλος της αρχαιότητας. ([www.theacropolismuseum.gr](http://www.theacropolismuseum.gr))

Στο τελευταίο επίπεδο του μουσείου (3), παρουσιάζεται ο γλυπτός διάκοσμος του Παρθενώνα. Η αίθουσα διαμορφώθηκε με τρόπο που να έχει τον προσανατολισμό και τις διαστάσεις του σηκού του Παρθενώνα. Οι αρχιτέκτονες επέλεξαν στο εξωτερικό κέλυφος της αίθουσας να χρησιμοποιήσουν ως κατασκευαστικό υλικό το γυαλί, προκειμένου να επιτυγχάνεται άμεση οπτική επαφή των επισκεπτών με το μνημείο της Ακρόπολης (Jakobsen, 2012).

## 5.5 Η επισκεψιμότητα του Μουσείου Ακρόπολης

Σύμφωνα με την ετήσια αναφορά, που διεξήχθη από τον ίδιο τον οργανισμό, οι συνολικοί επισκέπτες για την χρονική περίοδο Ιουνίου 2016 - Μαΐου 2017 ανήλθαν σε 1.475.022, εκ των οποίων το 76% (1.117.610) αφορούσε μεμονωμένους επισκέπτες και το 24% (357.412) σε οργανωμένες ομάδες. Σχετικά με την γεωγραφική κατανομή των επισκεπτών άξιο αναφοράς αποτελεί το γεγονός ότι το 32% αυτών (313.366) ήταν Έλληνες, το 15% (148.529) Αμερικάνοι και το 7% (69.508) Γάλλοι. Τα εισιτήρια δωρεάν εισόδου αποτελέσαν το 42% (619.260) των συνολικών εισιτηρίων, ενώ τα εισιτήρια μειωμένης εισόδου ήταν 126.767. ([www.theacropolismuseum.gr](http://www.theacropolismuseum.gr))

**Γράφημα 10: Επισκέπτες των δέκα πρώτων χωρών (μεμονωμένοι επισκέπτες) κατά την περίοδο Ιουνίου 2016-Μαΐου 2017**



Πηγή: <http://www.theacropolismuseum.gr/>

**Πίνακας 4: Σύνολο ομαδικών επισκέψεων, αριθμός εισιτηρίων δωρεάν εισόδου και εισιτηρίων μειωμένης εισόδου κατά την περίοδο Ιουνίου 2016-Μαΐου 2017**

<b>Σύνολο ομαδικών επισκέψεων</b>		<hr/>	
		357.412	
<hr/>		<hr/>	
<b>ομάδες μαθητών</b>		<b>ομάδες ενηλίκων</b>	
44%	159.035	56%	198.377
<hr/>		<hr/>	
<b>Εισιτήρια δωρεάν εισόδου</b>		<hr/>	
		619.260	
		42% του συνόλου των επισκεπτών	
<hr/>		<hr/>	
<b>Εισιτήρια μειωμένης εισόδου</b>		<hr/>	
		126.767	
		9% του συνόλου των επισκεπτών	

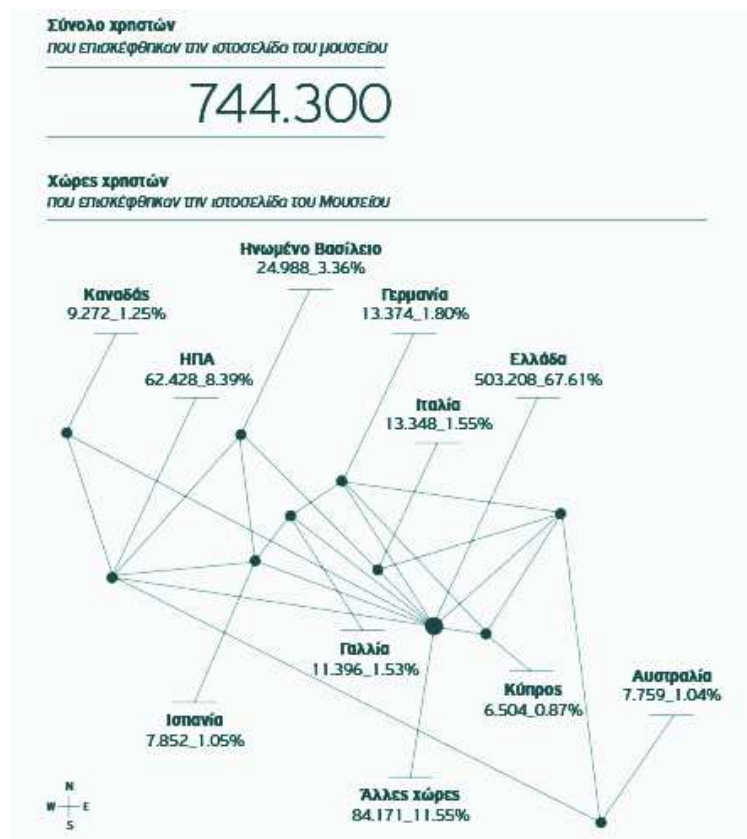
**Πηγή:** <http://www.theacropolismuseum.gr/>

Η διοίκηση του Μουσείου έχει δώσει έμφαση στις επισκέψεις από σχολεία και στις επισκέψεις στη σελίδα του οργανισμού μέσω της ιστοσελίδας του. Ειδικότερα, ο αριθμός των μαθητών που επισκέφτηκαν το μουσείο με το σχολείο τους για την ίδια χρονική περίοδο ανήλθε σε 159.035, εκτός των οποίων το 64% (101.968) ήταν Έλληνες και το 36% (57.067) ξένοι μαθητές. Αναφορικά με την διαδικτυακή επισκεψιμότητα του μουσείου μέσω της ιστοσελίδας του, την χρονική περίοδο Ιουνίου 2016-Μαΐου 2017 744.300 χρήστες επισκέφτηκαν την ηλεκτρονική πλατφόρμα του οργανισμού. Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 3 το μεγαλύτερο μέρος των χρηστών αναφέρεται σε πολίτες της Ελλάδας, της Αμερικής, του Ηνωμένου Βασιλείου και της Γερμανίας.

**Πίνακας 5: Σύνολο μαθητών σε σχολικές ομάδες κατά την περίοδο Ιουνίου 2016-Μαΐου 2017**

<b>Σύνολο μαθητών σε σχολικές ομάδες</b>			
<b>159.035</b>			
<b>Ελληνες μαθητές</b>		<b>Μαθητές ξένων σχολείων</b>	
64%	<b>101.968</b>	36%	<b>57.067</b>
<b>Μαθητές πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης</b>		<b>Μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης</b>	
34%	<b>53.643</b>	59%	<b>93.849</b>
<b>Μαθητές τριτοβάθμιας εκπαίδευσης</b>		<b>Άλλες παιδικές ομάδες</b>	
5%	<b>7.493</b>	2%	<b>4.050</b>

Πηγή: <http://www.theacropolismuseum.gr/>

**Γράφημα 11: Σύνολο χρηστών που επισκέφθηκαν την ιστοσελίδα του μουσείου κατά την περίοδο Ιουνίου 2016-Μαΐου 2017**

Πηγή: <http://www.theacropolismuseum.gr/>

## 5.6 Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης ανά έτος (2009-2017)

Τους πρώτους 11 μήνες λειτουργίας του (Ιούνιος 2009-Μάιος 2010) το Μουσείο της Ακρόπολης προσέλκυσε συνολικά 1.950.539 επισκέπτες. Από αυτούς, το 74% επισκέφτηκε το ίδρυμα μεμονωμένα, με φίλους ή την οικογένειά του, ενώ το υπόλοιπο 26% σε οργανωμένες ομάδες. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 43% των επισκεπτών προέρχονταν από την Ελλάδα και το 57% από άλλες χώρες. Χρήσιμο εργαλείο για όσους δεν μπόρεσαν να επισκεπτούν το μουσείο και για όσους ήθελαν να προετοιμάσουν την επίσκεψή τους αποτέλεσε η ιστοσελίδα του μουσείου. Κατά την ίδια χρονική περίοδο, επισκέφτηκαν την ιστοσελίδα 794.917 χρήστες, εκ των οποίων το 70% αφορούσε πολίτες της Ελλάδας και το 11% των Ηνωμένων Πολιτειών και του Ηνωμένου Βασιλείου. Το υπόλοιπο 19% κάλυπτε διαδικτυακούς χρήστες της Γερμανίας, της Ιταλίας, της Γαλλίας, της Κύπρου, του Καναδά και της Ισπανίας. Οι συνολικές εισπράξεις από τα εισιτήρια για το έτος 2009 ανήλθαν σε 546.855 ευρώ.

Κατά το δεύτερο χρόνο λειτουργίας του (Ιούνιος 2010-Μάιος 2011), το μουσείο υποδέχτηκε 1.309.859 επισκέπτες, εκ των οποίων το 68% αφορούσε μεμονωμένους επισκέπτες και το 32% επισκέπτες σε ομάδες. Το μεγαλύτερο μέρος των επισκεπτών προερχόταν από την Ελλάδα (53%), ενώ το 47% αυτών από άλλες χώρες (Ηνωμένες Πολιτείες, Γαλλία, Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία, Ισπανία, Καναδά και Αυστραλία). Οι εισπράξεις από τα εισιτήρια για το έτος 2010 έφτασαν τα 4.034.145 ευρώ, με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα να σημειώνεται κατά τους μήνες Ιούλιο, Αύγουστο και Σεπτέμβριο.

Στη διάρκεια του τρίτου χρόνου λειτουργίας του (Ιούνιος 2011-Μάιος 2012), το μουσείο προσέλκυσε συνολικά 1.143.886 εγχώριους και ξένους τουρίστες. Το 74% αυτών αφορούσε μεμονωμένες αφίξεις επισκεπτών, ενώ το 26% αφίξεις επισκεπτών σε οργανωμένες ομάδες. Το 46% των επισκεπτών προέρχονταν από την Ελλάδα, το 13% από τις Ηνωμένες Πολιτείες, το 6% από τη Γαλλία και το υπόλοιπο 35% από άλλες χώρες (Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία, Ισπανία, Γερμανία, Αυστραλία, Καναδά, Βραζιλία). Κατά τη διάρκεια του έτους 2011, τα έσοδα του μουσείου από τα εισιτήρια ανήλθαν σε 3.577.611 ευρώ. Η μεγαλύτερη επισκεψιμότητα παρατηρήθηκε κατά τους μήνες Ιούνιο, Ιούλιο, Αύγουστο και Σεπτέμβριο του ίδιου έτους.

Αναφορικά με το τέταρτο έτος λειτουργίας του (Ιούνιος 2012-Μάιος 2013), το μουσείο υποδέχτηκε 1.036.059 επισκέπτες, από τους οποίους το 74% σχετιζονταν με μεμονωμένους επισκέπτες και το 26% με επισκέπτες σε ομάδες. Το 46% αυτών ήταν



Έλληνες πολίτες, το 12% πολίτες της Αμερικής και το 7% πολίτες της Γαλλίας και το υπόλοιπο 35% αφορούσε πολίτες άλλων χωρών (Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Ιταλία, Ισπανία, Αυστραλία, Καναδά, Ρωσία). Την ιστοσελίδα του μουσείου κατά την ίδια περίοδο επισκέφτηκαν 465.943 χρήστες, με την πλειονότητα αυτών να αφορά Έλληνες πολίτες. Τα συνολικά έσοδα από τις εισπράξεις των εισιτηρίων κατά τη διάρκεια του έτους 2012 έφτασαν τα 2.703.109 ευρώ, με τη μεγαλύτερη κίνηση να πραγματοποιείται κατά τους μήνες Ιούνιο, Ιούλιο, Αύγουστο και Σεπτέμβριο.

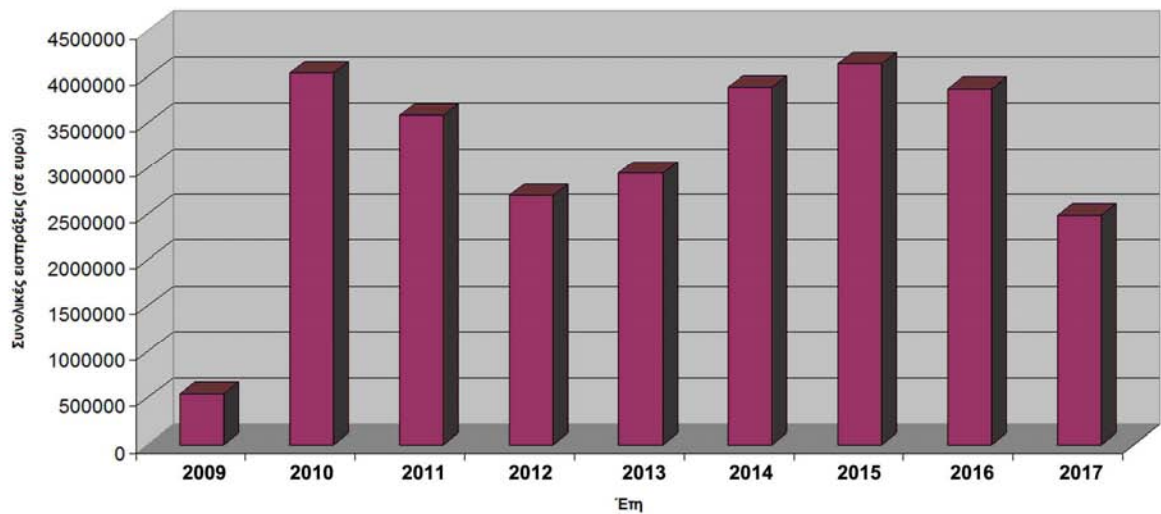
Κατά τον πέμπτο χρόνο λειτουργίας του (Ιούνιος 2013-Μάιος 2014), το μουσείο προσέλκυσε συνολικά 1.161.555 εγχώριους και διεθνείς τουρίστες. Το 73% αυτών αφορούσε μεμονωμένους επισκέπτες και το 27% επισκέπτες σε ομάδες. Η πλειονότητα των επισκεπτών προέρχονταν από την Ελλάδα (44%) και από τις Ηνωμένες Πολιτείες (13%). Οι συνολικές εισπράξεις του μουσείου από τα εισιτήρια κατά τη διάρκεια του έτους 2013 ανήλθαν σε 2.941.483 ευρώ.

Στη διάρκεια του έκτου χρόνου λειτουργίας του (Ιούνιος 2014-Μάιος 2015), το μουσείο δέχτηκε συνολικά 1.460.135 επισκέπτες, από τους οποίους το 73% ήταν μεμονωμένοι επισκέπτες και το 27% επισκέπτες σε ομάδες. Οι συνολικές εισπράξεις από τα εισιτήρια, κατά το έτος 2014, ανήλθαν σε 3.883.438 ευρώ.

Κατά τη χρονική περίοδο Ιουνίου 2015-Μαΐου 2016, δηλαδή κατά τη διάρκεια του έβδομου χρόνου λειτουργίας του, το μουσείο προσέλκυσε 1.425.100 επισκέπτες, με το 75% εξ' αυτών να αφορά μεμονωμένους επισκέπτες και το 25% άτομα σε ομαδικές επισκέψεις. Τα έσοδα από τα εισιτήρια κατά το έτος 2015 έφτασαν τα 4.136.424 ευρώ.

Στη διάρκεια του όγδοου χρόνου λειτουργίας του (Ιούνιος 2016-Μάιος 2017), το κατώφλι του μουσείου πέρασαν 1.475.022 επισκέπτες, από τους οποίους το 76% αφορούσε μεμονωμένους επισκέπτες και το 24% επισκέπτες σε ομάδες. Κατά τη διάρκεια του έτους 2016, το μουσείο συγκέντρωσε από τα εισιτήρια το πόσο των 3.869.894 ευρώ και κατά τη διάρκεια των πρώτων επτά μηνών του 2017 (Ιανουάριος-Ιούλιος) ο αριθμός των εισιτηρίων απέφερε έσοδα της τάξης των 2.485.824 ευρώ. ([www.theacropolismuseum.gr](http://www.theacropolismuseum.gr))



**Γράφημα 12: Εισπράξεις του Μουσείου ανά έτος λειτουργίας (2009 - 2017)**

**Πηγή:** Ιδία επεξεργασία στοιχείων

### 5.7 Η σχέση του Μουσείου με τους Έλληνες πολίτες

Η εννιάχρονη μέχρι σήμερα λειτουργία του και η σχέση που έχει αναπτύξει με τους Έλληνες πολίτες είναι δεδομένη, γεγονός που αποδεικνύεται από συστηματικές έρευνες που παρέχουν εύγλωττα ποσοτικά και ποιοτικά δεδομένα (Μούλιου, 2015) . Στο πλαίσιο έρευνας σχετικά με την αποτύπωση της κοινής γνώμης των πολιτών για τα μουσεία και την κοινωνική τους αξία, η οποία πραγματοποιήθηκε το 2014, οι ενδείξεις από την ανάλυση των απαντήσεων δείχνουν ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (72%) αναγνωρίζει το Μουσείο της Ακρόπολης ως το σημαντικότερο μουσείο της Ελλάδας για πολλούς λόγους. Ειδικότερα, οι Έλληνες πολίτες πιστεύουν ότι είναι το σημαντικότερο

- λόγω των εκθεμάτων που φιλοξενεί
- λόγω της συμβολής του στην προσπάθεια επιστροφής των μαρμάρων του Παρθενώνα
- λόγω του καθοριστικού του ρόλου στην προβολή της Ελλάδας στο εξωτερικό
- λόγω της σχέσης του με τον Παρθενώνα, που αποτελεί το πιο εμβληματικό ιστορικό μνημείο της Ελλάδας

- λόγω της αφήγησης της ιστορίας της αρχαίας Αθήνας μέσω των συλλογών του.

Ακόμα, η χωροθέτησή του στην περιοχή του Μακρυγιάννη έχει συμβάλει στον τομέα της πολιτιστικής και τουριστικής κίνησης, αλλά και στην εμπορική ανάπτυξη μικρών επιχειρήσεων, που εξυπηρετούν τις ανάγκες των εγχώριων, ντόπιων και ξένων περιηγητών. (ό. π.)

## 5.8 Το έργο της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας

Σημαντικό ρόλο στη αύξηση της τουριστικής κίνησης στην Αθήνα διαδραμάτισε το έργο της ενοποίησης αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, που αποτελεί μέχρι σήμερα το μεγαλύτερο πρόγραμμα πολεοδομικών παρεμβάσεων της πρωτεύουσας. Στόχος του συγκεκριμένου έργου ήταν να πραγματοποιηθεί το παλιό όραμα του ενιαίου "αρχαιολογικού πάρκου" της Αθήνας, που θα ξεκινούσε από το την περιοχή του Ολυμπίου και θα έφτανε ως τον Κεραμεικό, συμβάλλοντας παράλληλα στην αναβάθμιση όλων των περιοχών που γειτνιάζαν με το πάρκο. Το έργο ξεκίνησε με πρωτοβουλία του Υπουργείου Πολιτισμού και του Υπουργείου Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων με την προκήρυξη αρχιτεκτονικού διαγωνισμού για την πεζοδρόμηση του άξονα Διονυσίου Αρεοπαγίτου-Αποστόλου Παύλου, υλοποιήθηκε από την εταιρεία "Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων Αθήνας Α.Ε." (ΕΑΧΑ) και παραδόθηκε στο κοινό το 2002. ([www.domesindex.com](http://www.domesindex.com))

Η προσπάθεια της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της πρωτεύουσας ξεκίνησε το 1976 με προτάσεις αρχιτεκτόνων-πολεοδόμων. Το 1983 το Υπουργείο Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων παρουσίασε το "αρχαιολογικό πάρκο" στο πλαίσιο του Ρυθμιστικού Σχεδίου της Αθήνας. Το 1987 το Υπουργείο Πολιτισμού εκπόνησε ένα στρατηγικό σχέδιο (master plan), το οποίο καθόρισε την κλίμακα της πολεοδομικής παρέμβασης. Συνολικά, εκπονήθηκαν έξι μελέτες με πρωτοβουλία του Υπουργείου Πολιτισμού για την αρχαιολογική περιοχή από το Ολυμπίο ως τον Κεραμεικό, σε συνδυασμό με τη μελέτη πεζοδρόμησης των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου, που σκοπό είχε την ανάδειξη των περί την Ακρόπολη αρχαιολογικών χώρων. Το πρώτο βραβείο στον διαγωνισμό έλαβε η ομάδα Πλειάς και το 1998 ανέλαβε τη μελέτη η εταιρεία "Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων Αθήνας Α.Ε.". Η ανάθεση του έργου περιελάμβανε ακόμα μελέτη

πολεοδομικής οργάνωσης της περιοχής, μελέτη αποτύπωσης, καθώς και μελέτη ανάπλασης των όψεων των ήδη υπαρχόντων κτηρίων. (ό. π.)

**Εικόνα 4: Σκίτσο της πρότασης της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας της εταιρείας ΕΑΧΑ**



**Πηγή:** <http://www.lifo.gr/mag/features/1552>

**Εικόνα 5: Σκίτσο της πρότασης της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας της εταιρείας ΕΑΧΑ**



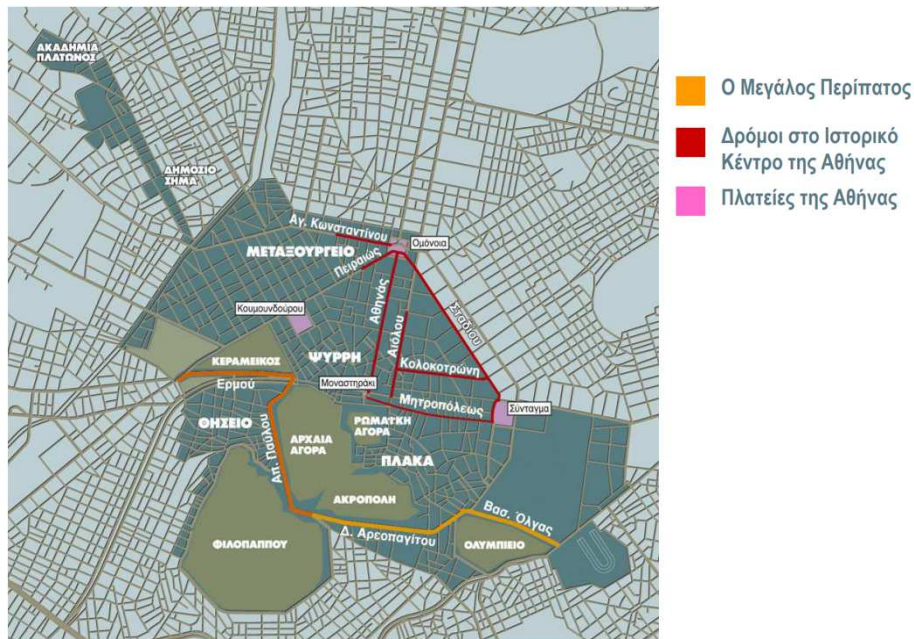
**Πηγή:** Εταιρεία Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων Αθήνας (ΕΑΧΑ)

Στόχος του εν λόγω έργου ήταν να αναβαθμιστεί λειτουργικά, περιβαλλοντικά και αισθητικά το φυσικό και το τεχνητό περιβάλλον και να δημιουργεί ένας πόλος έλξης επισκεπτών και τουριστών. Επιπρόσθετος στόχος ήταν η ανάδειξη του ιστορικού, αρχαιολογικού και φυσικού τοπίου της περιοχής σε ό,τι αφορά στο ανάγλυφο έδαφος και στη διατήρηση της ιστορικής μνήμης, την αρμονική μετάβαση από τον αρχαιολογικό χώρο στο δημόσιο χώρο, την υποβολή της αίσθησης αρχαιολογικού περιπάτου, καθώς και την εξυπηρέτηση των λειτουργικών αναγκών των επισκεπτών και των αρχαιολογικών χώρων. Ακόμα, σκοπός της μελέτης ήταν να μετατραπεί ο οδικός άξονας της Διονυσίου Αρεοπαγίτου από αυτοσχέδιο χώρο στάθμευσης τουριστικών λεωφορείων σε πεζόδρομο και να αναδιαρθρωθούν οι κοινόχρηστοι ελεύθεροι αστικοί χώροι του οδικού αυτού άξονα. Κύρια χαρακτηριστικά του οδικού άξονα ήταν τα μεμονωμένα μνημεία και οι κατακερματισμένοι αρχαιολογικοί χώροι, το ιστορικό τοπίο υπό την απειλή της εγκατάλειψης και ένα δομημένο περιβάλλον υπερτροφικό. (ό. π.)

Το πρωταρχικό μέλημα της ομάδας μελέτης ήταν η αναγνώριση της ιστορικής διάστασης του τόπου. Το ανάγλυφο του εδάφους του βράχου της Ακρόπολης αποτελεί γνώρισμα του Αττικού τοπίου, το οποίο μένει αναλλοίωτο ανά τους αιώνες. Ο σχεδιασμός του πεζοδρομημένου άξονα στις προαναφερθείσες οδούς αφορούσε το σύνολο των περί την Ακρόπολη αρχαιολογικών χώρων. Ειδικότερα, με τον κατάλληλο σχεδιασμό δημιουργήθηκαν πλατώματα θέασης, άξονες μονοπατιών και διαμορφώθηκαν σκόπιμες υποχωρήσεις του αστικού χώρου, ώστε να αναδειχθούν τα μνημεία (π.χ. το Ιερό της Νύμφης). Λόγω της ιστορικότητας της περιοχής κρίθηκε απαραίτητο να χρησιμοποιηθούν απέρριπτα υλικά, χωρίς έντονη παρουσία, για τις επιστρώσεις των διαμορφώσεων και τις υπόλοιπες κατασκευές. Το χρώμα όφειλε να είναι συμβατό με τους υπόλευκους και γαιώδεις τόνους του αρχαιολογικού τοπίου. (ό. π.)



Εικόνα 6: Περιοχή παρέμβασης της ΕΑΧΑ Α.Ε.



Πηγή: Εταιρεία Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων Αθήνας (ΕΑΧΑ)

Εικόνα 7: Το γενικό σχέδιο πεζοδρόμησης του "Μεγάλου Περιπάτου"



Πηγή: Παπαγεωργίου-Βενετάς, 2004

Το συνολικό έργο της Εταιρείας Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων Αθήνας (ΕΑΧΑ) περιελάμβανε περίπου εξήντα μικρές και μεγάλες παρεμβάσεις σε ένα γεωγραφικό χώρο, που συνέπιπτε σε γενικές γραμμές με το Ιστορικό Κέντρο της Αθήνας. Ο χώρος υποδιαιρέθηκε σε έξι ενότητες:

Ενότητα 1: Θησείο, Κεραμεικός, Γκάζι, οδός Πειραιώς, αρχή Ιεράς Οδού

Ενότητα 2: Αρχαία και Ρωμαϊκή Αγορά, Βιβλιοθήκη Ανδριανού, Πλάκα

Ενότητα 3: Άξονας Διονυσίου Αρεοπαγίτου - Αποστόλου Παύλου, Μακρυγιάννη, Ακρόπολη, Φιλοπάππου

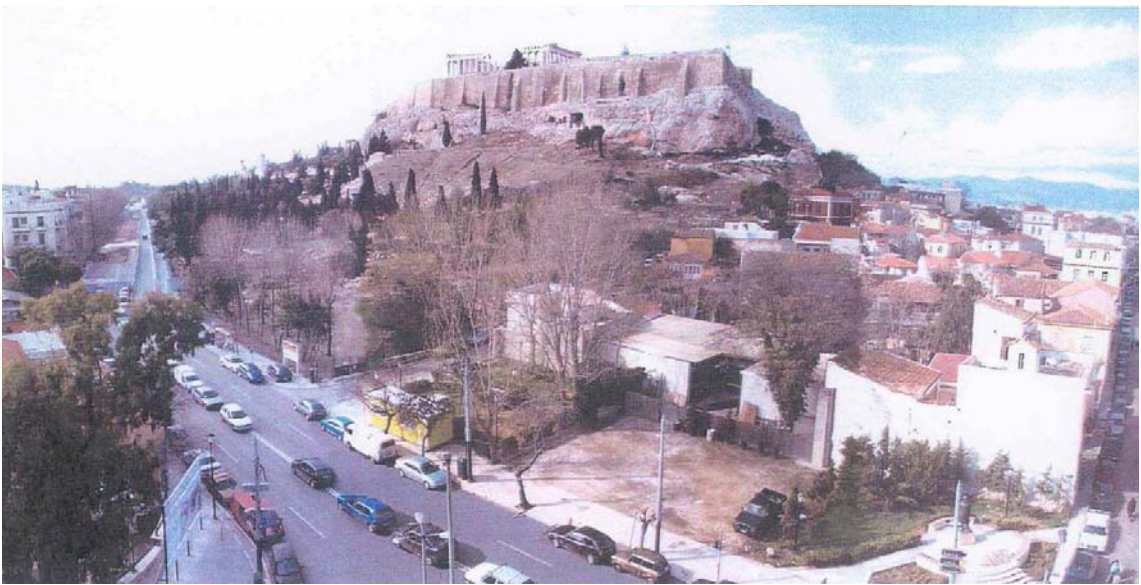
Ενότητα 4: Ψυρρή, Μεταξουργείο, Ακαδημία Πλάτωνος

Ενότητα 5: Εμπορικό Τρίγωνο (Σταδίου - Μητροπόλεως - Ερμού - Αθηνάς), Μοναστηράκι

Ενότητα 6: Αρδηττός, Στάδιο, Ζάππειο, Μετς και Ολυμπείο έως τη Λεωφόρο Αμαλίας. (Ρωμανός, 1999:5)

Αξίζει ωστόσο να σημειωθεί πως το έργο δεν υλοποιήθηκε πλήρως και όπως προβλέπονταν στην αρχική μελέτη. Πιο συγκεκριμένα, οι διαμορφώσεις που κρίθηκαν πιο απαιτητικές και περιλάμβαναν μικροαπαλλοτριώσεις για να διευρυνθούν αδόμητοι χώροι και να αναδειχθούν θαμμένα αρχαιολογικά ευρήματα και θα έφερναν τον περιπατητή σε άμεση επαφή με τις αρχαιότητες δεν υλοποιήθηκαν. Τέτοιες διαμορφώσεις, εκτός των άλλων, προβλέπονταν στη διασταύρωση Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Παρθενώνος (οικία Πρόκλου) και στη διασταύρωση Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Προπυλαίων, έναντι του Ηρωδείου, όπου θα αναδεικνύονταν ψηφιδωτά δάπεδα. Ακόμα, δεν πραγματοποιήθηκαν οι προβλεπόμενες απαλλοτριώσεις για να ενοποιηθεί οπτικά ο λόφος της Πνύκας με την πρόσβαση από την Αρχαία Αγορά. ([www.domesindex.com](http://www.domesindex.com))

**Εικόνα 8, Εικόνα 9, Εικόνα 10: Η οδός Διονυσίου Αρεοπαγίτου πριν την έναρξη των εργασιών πεζοδρόμησης**



**Πηγή:** Εταιρεία Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων Αθήνας (ΕΑΧΑ)

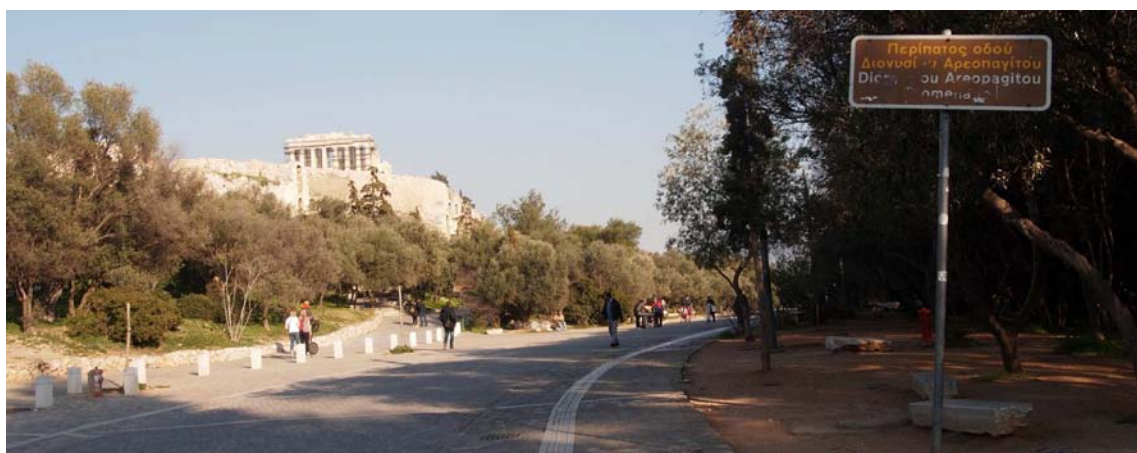
**Εικόνα 11, Εικόνα 12 : Η οδός Αποστόλου Παύλου πριν την έναρξη των εργασιών πεζοδρόμησης**



**Πηγή:** Ενοποίηση Αρχαιολογικών Χώρων Αθήνας Α.Ε.



**Εικόνα 13, Εικόνα 14: Διαμόρφωση της οδού Διονυσίου Αρεοπαγίτου - σημερινή κατάσταση**



**Πηγή:** google maps, Προσωπικό αρχείο, 2018



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΤΗΣ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ

#### 6.1 Μεθοδολογία έρευνας

Στη συγκεκριμένη διπλωματική εργασία, χρειάστηκε να διενεργηθεί πρωτογενής έρευνα για τη συλλογή των απόψεων των φορέων, που σχετίζονται με το ιδιαίτερο αντικείμενο της εργασίας, δηλαδή τη συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική ανάπτυξη της Αθήνας. Η έρευνα αυτή επιλέχτηκε να γίνει μέσω ποιοτικής μεθοδολογικής προσέγγισης και με τη βοήθεια προσωπικών ημι-δομημένων συνεντεύξεων βασισμένων σε ερωτηματολόγια. Το δείγμα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε με τον παραπάνω τρόπο αποτελείται από εκπροσώπους φορέων και οργανισμών του Δήμου Αθηναίων και της Περιφέρειας Αττικής, που έχουν άμεση σχέση με τον τουρισμό και ειδικότερα με τα μουσεία.

Πιο συγκεκριμένα, προσωπικές ημι-δομημένες συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν με τους εκπροσώπους των παρακάτω φορέων:

- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ): Με τον τέως διευθύνοντα σύμβουλο του οργανισμού κ. Κοκκώση Χάρη, Αρχιτέκτονα Μηχανικό και Καθηγητή στο Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης
- Περιφέρεια Αττικής: Με την κ. Ανδρουλάκη Ελευθερία, τέως προϊσταμένη του Τμήματος Σχεδιασμού και Ανάπτυξης Τουρισμού, Πολεοδόμο Μηχανικό
- Διαχειριστική Αρχή ΕΣΠΑ Περιβάλλοντος (ΕΥΔ-ΥΜΕΠΕΡΑΑ): Με τον κ. Παπαμιχαήλ Επαμεινώνδα, Αρχιτέκτονα Μηχανικό και Στέλεχος Παρακολούθησης Έργων
- Διαχειριστική Αρχή ΕΣΠΑ Περιβάλλοντος (ΕΥΔ-ΥΜΕΠΕΡΑΑ): Με την κ. Ιωακειμοπούλου Αγγελική, Αρχιτέκτονα Μηχανικό και Στέλεχος Μονάδας Αξιολόγησης Έργων Περιβάλλοντος
- Διαχειριστική Αρχή ΕΣΠΑ Περιβάλλοντος (ΕΥΔ-ΥΜΕΠΕΡΑΑ): Με την κ. Σκαλτσά Μαίρη, Κοινωνιολόγο και Στέλεχος Μονάδας Αξιολόγησης Έργων Περιβάλλοντος

- Υπουργείο Τουρισμού - Επιτελική Δομή ΕΣΠΑ - Τομέας Τουρισμού: Με την κ. Δημοπούλου Γεωργία, Οικονομολόγο και Προϊσταμένη Μονάδας Α' Σχεδιασμού, Προγραμματισμού και Παρακολούθησης
- Αρχιτεκτονικό γραφείο Πλειάς: Με τον κ. Διαμαντόπουλο Δημήτρη, Αρχιτέκτονα Μηχανικό και Μελετητή της πεζοδρόμησης των οδών Δ. Αρεοπαγίτου και Α. Παύλου
- Σωματείο Διπλωματούχων Ξεναγών: Με την κ. Θεωνά Σοφία, Διπλωματούχο Ξεναγό
- Εφορεία Αρχαιοτήτων Αθηνών: Με την κ. Σταμούδη Κατερίνα, Αρχαιολόγο
- Εφορεία Αρχαιοτήτων Αθηνών: Με την κ. Κοντοπανάγου Μαριλένα, Αρχαιολόγο
- Εφορεία Αρχαιοτήτων Αθηνών: Με την κ. Βλαχάκη Άννα, Αρχαιολόγο
- Διαχειριστική Αρχή ΕΣΠΑ Περιβάλλοντος (ΕΥΔ-ΥΜΕΠΕΡΑΑ): Με τον κ. Σουργιαδάκη Φίλιο, Αρχιτέκτονα Μηχανικό
- Εταιρεία Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων Αθήνας (ΕΑΧΑ): Με τον κ. Ρωμανό Αριστείδη, Αρχιτέκτονα Μηχανικό-Πολεοδόμο και Τέως Τεχνικό Διευθυντή του έργου ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας
- Υπουργείο Πολιτισμού - Διεύθυνση Αναστήλωσης Αρχαίων Μνημείων: Με τον κ. Λεφαντζή Μιχάλη, Αρχιτέκτονα Μηχανικό και υπεύθυνο του έργου τύμβου Καστά Αμφίπολης.

## 6.2 Περιορισμοί της έρευνας

Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι οι απαντήσεις που λάβαμε κρίνονται ως ιδιαίτερα ικανοποιητικές, ενώ υπήρξε μεγάλη ανταπόκριση από την πλειονότητα των φορέων που απευθυνθήκαμε. Παρόλα αυτά υπήρξαν και κάποια εμπόδια, τα οποία δυσχέραιναν τη συγκέντρωση στοιχείων. Η επιδίωξή μας ήταν να συμπεριληφθούν στην έρευνα απόψεις από τους εκπροσώπους του Μουσείου της Ακρόπολης και άλλων φορέων, που σχετίζονται με τον τουρισμό. Αυτό όμως δεν κατέστη δυνατό, δεδομένου ότι το Μουσείο της Ακρόπολης και άλλοι φορείς, στους οποίους θα αναφερθούμε παρακάτω, δεν ανταποκρίθηκαν στο αίτημά μας. Πιο συγκεκριμένα το Μουσείο της Ακρόπολης μας κοινοποίησε σε σχετική ηλεκτρονική επιστολή, τους λόγους μη συμμετοχής στην έρευνα, το κείμενο της οποίας παρατίθεται στο παράρτημα αυτής της εργασίας. Ακόμα, οι παρακάτω φορείς έκριναν ότι δεν μπορούν να συμμετέχουν στην

έρευνα λόγω έλλειψης επαρκών στοιχείων του οργανισμού τους αναφορικά με το υπό διερεύνηση θέμα της διπλωματικής εργασίας: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ), Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ), Εταιρεία Ανάπτυξης και Τουριστικής Προβολής Αθηνών (ΕΑΤΑ), Εμπορικός Σύλλογος Αθηνών, Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών-Αττικής (ΕΞΑΑΑ).

### **6.3 Ενίσχυση της επισκεψιμότητας και του ρόλου του Μουσείου**

Η γενική αντίληψη των φορέων της πόλης είναι ότι το Μουσείο, από το έτος ίδρυσής του έως σήμερα, έχει συμβάλλει σημαντικά στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής. Άλλωστε ο ιδιαίτερος ρόλος του Μουσείου στην επισκεψιμότητα των αρχαιολογικών χώρων της πόλης συνάγεται και από την κίνηση που παρουσιάζει από άποψη εισιτηρίων. Το Μουσείο έχει αναδειχθεί σε ένα από τα πιο δημοφιλή μουσεία σε παγκόσμιο επίπεδο και αποτελεί ένα σημαντικό τοπόσημο για τους ξένους, τους εγχώριους και τους ντόπιους επισκέπτες της Αθήνας. Ο χρόνος παραμονής των περισσότερων τουριστών στην Αθήνα παρατείνεται λόγω της ύπαρξης του Μουσείου, με αποτέλεσμα να αυξάνονται οι δυνατότητες κατανάλωσης σε υποδομές διανυκτέρευσης, σίτισης και εμπορίου της πόλης. Επιπρόσθετα, το Μουσείο συνεισφέρει στη διεύρυνση των δυνατοτήτων για ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμού, όπως για παράδειγμα ο συνεδριακός τουρισμός και προσφέρει νέες υπηρεσίες και δραστηριότητες, που σχετίζονται με άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Η αμεσότητα του Μουσείου με το ιστορικό μνημείο της Ακρόπολης έδωσε τη δυνατότητα στους επισκέπτες του να πραγματοποιήσουν μια ολοκληρωμένη επίσκεψη στον ιερό βράχο της Ακρόπολης και συνέβαλλε διαχρονικά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του αρχαιολογικού χώρου της. Ακόμα, η προσβασιμότητα της περιοχής του Μουσείου και του αρχαιολογικού χώρου της Ακρόπολης αυξήθηκε στο μέγιστο αφενός λόγω της δημιουργίας του σταθμού του μετρό και αφετέρου λόγω της πεζοδρόμησης των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου, Αποστόλου Παύλου και Μακρυγιάννη.

Σύμφωνα με τους τοπικούς φορείς, η εισχώρηση των επισκεπτών στο Μουσείο δεν επηρεάστηκε σε μεγάλο βαθμό από την παγκόσμια οικονομική κρίση για τον λόγο ότι η πλειονότητα των επισκεπτών του Μουσείου διαθέτει υψηλό μορφωτικό επίπεδο και εισόδημα. Όπως, άλλωστε, φαίνεται και από τα έσοδα που προκύπτουν κάθε χρόνο από τα εισιτήρια του Μουσείου, διαχρονικά παρατηρείται ανοδική τάση της

επισκεψιμότητας στο μουσειακό οργανισμό που μελετάμε. Τα τελευταία χρόνια, η Αθήνα παρουσιάζει εκρηκτική αύξηση του τουρισμού και προσελκύει τουρίστες και εκτός της καλοκαιρινής περιόδου, γεγονός που αποδεικνύεται από τα στατιστικά στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής σχετικά με τις αφίξεις τουριστών στη χώρα. Η Αθήνα έχει γίνει κέντρο επενδύσεων και οι αεροπορικές εταιρείες αυξάνουν συνεχώς τις πτήσεις τους για την πόλη.

#### **6.4 Ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου**

Εξετάζοντας τα ζητήματα που ενδεχομένως να εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου φαίνεται ότι τα περισσότερα είναι χωροταξικά, κυρίως λόγω μη επαρκούς διαθέσιμου περιβάλλοντος χώρου που απαιτεί υψηλούς κόστους απαλλοτριώσεις. Υπάρχουν κυκλοφοριακά ζητήματα που χρήζουν επίλυσης και δημιουργήθηκαν λόγω της πεζοδρόμησης των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου στο πλαίσιο του έργου Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων της Αθήνας. Σήμερα, τα τουριστικά λεωφορεία, κατά την επιβίβαση και αποβίβαση τουριστών, σταθμεύουν προσωρινά είτε στη συμβολή της οδού Διονυσίου Αρεοπαγίτου και της λεωφόρου Βασιλίσσης Αμαλίας (έναντι της Πύλης Ανδριανού), είτε στη συμβολή των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Ροβέρτου Γκάλι, δημιουργώντας προβλήματα στην κυκλοφορία. Ο συνωστισμός στις προαναφερθείσες οδούς κατά την μαζική επίσκεψη τουριστών στο Μουσείο, η μη ύπαρξη χώρου στάθμευσης για τα τουριστικά λεωφορεία, καθώς και η πρόσβαση των τουριστών μέσα από την πόλη της Αθήνας αποτελούν αρνητικά στοιχεία, τα οποία δυσκολεύουν την επίσκεψή τους και αλλάζουν το πρόγραμμά της προγραμματισμένης τους επίσκεψης λόγω των καθυστερήσεων που δημιουργούνται από τα εν λόγω γεγονότα. Ωστόσο, το συγκεκριμένο ζήτημα φαίνεται να μην επιδρά ιδιαίτερα στην ανάπτυξη του Μουσείου και την επισκεψιμότητά του.

Η γενική πεποίθηση των φορέων της πόλης είναι ότι το Μουσείο έχει δυνατότητες ανάπτυξης τόσο σε χώρους έκθεσης, όσο και σε χώρους εκδηλώσεων, σεμιναρίων και παρουσιάσεων. Κρίνεται αναγκαία η διαμόρφωση ενός πλαισίου επικοινωνιακής προβολής και διαχείρισης, που θα επιτρέπει στο μουσείο τη συνεργασία με διεθνή πανεπιστημιακά ιδρύματα. Το Μουσείο πρέπει να αποκτήσει ένα εφάμιλλο ερευνητικό τμήμα παγκόσμιας εμβέλειας. Απαιτείται συνεργασία και συντονισμός στις δράσεις του Μουσείου με τους τοπικούς φορείς, ώστε να προβληθεί επαρκώς σε ένα τουριστικό πακέτο, αφενός με την προβολή των εκθεμάτων του και αφετέρου με την

συστηματική οργάνωση εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων στο χώρο του. Αξίζει ακόμα να αναφερθεί ότι προβλέπεται η διαμόρφωση του χώρου της ανασκαφής στο υπόγειο τμήμα του Μουσείου της Ακρόπολης. Έχει κατατεθεί σχετική μελέτη στις αρμόδιες υπηρεσίες του Υπουργείου Πολιτισμού εντός του 2017 και ο σκοπός του έργου είναι ο υπόγειος αρχαιολογικός χώρος του Μουσείου να γίνει επισκέψιμος.

Για την περαιτέρω ανάπτυξη του Μουσείου, οι υπεύθυνοι θα μπορούσαν να δημιουργήσουν μια διαδικτυακή πλατφόρμα, όπου θα υπάρχουν εξειδικευμένες παραγωγές-βίντεο και κείμενα, τα οποία θα αναφέρονται στις συλλογές του Μουσείου και θα είναι προσβάσιμα με συνδρομή. Η ζωντανή μετάδοση των περιοδικών εκθέσεων ή η παρουσίαση των εκθεμάτων των μόνιμων συλλογών του Μουσείου με την εφαρμογή συνδρομής θα μπορούσε να είναι ακόμα μια επιλογή για την οικονομική ενίσχυση του ιδρύματος. Η προβολή διαφημίσεων αναφορικά με τις ψηφιακές παρουσιάσεις των εκθεμάτων του σε αεροπορικά και ακτοπλοϊκά μέσα (κρουαζιερόπλοια, αεροπλάνα) θα συνέβαλε θετικά στην προσέλκυση επισκεπτών. Το τρίπτυχο, ωστόσο, που κρίνεται αναγκαίο για την προσέλκυση τουριστών και σχετίζεται άμεσα με την επιλογή των τουριστών να επισκεφτούν την πόλη της Αθήνας είναι η καθαριότητα, η προσβασιμότητα και η αισθητική.

## **6.5 Απόψεις σχετικά με το έργο της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας**

Σύμφωνα με την κοινή άποψη των τοπικών φορέων το έργο της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας και της πεζοδρόμησης των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου, Αποστόλου Παύλου και Μακρυγιάννη, καθώς και η δημιουργία του Μουσείου της Ακρόπολης σίγουρα έχουν συμβάλει θετικά στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον ελληνικό πληθυσμό - εντός και εκτός Αττικής και τους ξένους επισκέπτες. Ο «μεγάλος περίπατος» έδωσε τη δυνατότητα στους κατοίκους της περιοχής και στους τουρίστες να περπατήσουν σε μια έκταση 1600m συνεχούς διαδρομής. Η πεζοδρόμηση των προαναφερθέντων οδών «ζωντάνεψε» το ιστορικό κέντρο της πρωτεύουσας, το οποίο έγινε κατ' επέκταση ένας προορισμός, όπου οι επισκέπτες μπορούν να πραγματοποιήσουν διαφορετικές εμπειρίες-επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία και πολιτιστικά ιδρύματα. Ωστόσο, στη μελέτη πεζοδρόμησης δε μελετήθηκαν θέματα πρόσβασης των τουριστικών λεωφορείων στο σημείο του Μουσείου της Ακρόπολης, καθώς και ο τρόπος διακίνησης των τουριστών.

Η εταιρεία Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων Αθήνας (ΕΑΧΑ) με την υλοποίηση του έργου της συνέβαλε στην ευαισθητοποίηση του τοπικού πληθυσμού, όχι μόνο ως προς την πολιτιστική κληρονομιά, αλλά και ως προς το φυσικό περιβάλλον (επισκέψεις σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, περίπατοι, υπαίθριες εκθέσεις).

Οι τοπικοί φορείς θεωρούν πως είναι απαραίτητο να ολοκληρωθεί πλήρως το έργο της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας και σύμφωνα με τον αρχικό σχεδιασμό, που αφορά τη σύνδεση της περιοχής του ναού του Ολυμπίου Διός με την περιοχή του Κεραμεικού και την Ακαδημία Πλάτωνος. Αυτή η παρέμβαση θα μπορούσε να αναφέρεται σε ευρύτερο πλαίσιο, καθώς δεν αφορά μόνο τον τομέα του τουρισμού, αλλά και τη χωροταξία του κέντρου της Αθήνας. Θα πρέπει ακόμα να δημιουργηθεί σύνδεση μεταξύ των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, του Μουσείου και των υπολοίπων μουσείων της πόλης (Μουσείο Ακρόπολης-Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο-Βυζαντινό Μουσείο), ίσως με τρόπους μεταφοράς. Θα μπορούσαν να δημιουργηθούν ποδηλατόδρομοι, χώροι στάθμευσης για ποδήλατα και να δοθεί η δυνατότητα χρήσης ηλεκτρικών μεταφορικών μέσων στους επισκέπτες των μουσείων και των αρχαιολογικών χώρων για την εύκολη και άμεση πρόσβασή τους στους χώρους αυτούς, χωρίς παράλληλα να επιβαρύνεται το περιβάλλον από ρύπους καυσαερίων.

Επιπρόσθετα, είναι αναγκαίο να δημιουργηθούν περισσότερες διαδρομές πεζών και καλύτερες υποδομές για όλες τις κατηγορίες των Ατόμων με Αναπηρία (ΑΜΕΑ) (κωφούς, τυφλούς, κινητικά ανάπηρους). Η πλακόστρωση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου ίσως να μην είναι κατάλληλη για άτομα με μειωμένη κινητικότητα, που κινούνται στην πόλη με τα αναπηρικά αμαξίδιά τους. Ακόμα, είναι σκόπιμο να δημιουργηθούν περισσότερα σημεία ανάπαυλας και στάσης, κρίνες και σκίαστρα στις οδούς Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου. Άλλες ελλείψεις όσον αφορά την περιοχή του ιστορικού τριγώνου σχετίζονται με την κακή λειτουργία των υπηρεσιών του Δήμου Αθηναίων, όπου ανήκει το Μουσείο, και στην απουσία υλικοτεχνικών υποδομών για την εξυπηρέτηση και ενημέρωση του μεγάλου αριθμού των επισκεπτών. Η φύλαξη και συντήρηση των χώρων είναι σημαντικός παράγοντας. Η διαχείριση των επισκεπτών μπορεί να αναπτυχθεί και να συντονιστεί μέσω της εφαρμογής ενός στρατηγικού σχεδιασμού, που θα μπορούσε να υλοποιηθεί στο κέντρο της πόλης από τον Δήμο Αθηναίων και την Εταιρεία Ανάπτυξης και Τουριστικής Προβολής Αθηνών.

## 6.6 Η ανάπτυξη εμπορικής ζώνης καταστημάτων στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου και η αντίληψη της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων κρίνει ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος έχει συμβάλλει σίγουρα στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες της Αθήνας. Για τους ξένους επισκέπτες είναι βολικό να υπάρχουν καταστήματα αυτού του είδους γύρω από το Μουσείο. Οι προσφερόμενες υπηρεσίες, που προσφέρουν τα καταστήματα της ευρύτερης περιοχής του Μουσείου (Κουκάκι, Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) είναι παραλειπόμενες αυτού. Τα καταστήματα λειτουργούν συμπληρωματικά αναφορικά με την επίσκεψη των τουριστών στο Μουσείο, καθώς συντελούν στην ικανοποίηση των αναγκών τους (φαγητό, διασκέδαση, αναψυχή, αγορά αναμνηστικών δώρων). Ωστόσο, είναι βέβαιο πως η πληθώρα των καταστημάτων δεν αποτελεί θετικό στοιχείο για τους ντόπιους κατοίκους. Στην παρούσα φάση, τα καταστήματα δεν υποβαθμίζουν τον χαρακτήρα της περιοχής. Στην οδό Διονυσίου Αρεοπαγίτου υπάρχουν λίγα καταστήματα και στις οδούς Μακρυγιάννη και Αποστόλου Παύλου τα περισσότερα αφορούν την εστίαση. Η συγκεκριμένη ανάπτυξη της εμπορικής ζώνης στις οδούς Διονυσίου Αρεοπαγίτου, Μακρυγιάννη και Αποστόλου Παύλου φαίνεται ότι είναι κατάλληλη. Ακόμα και οι πλανόδιοι πωλητές αποτελούν στοιχείο “couleur locale” του ιστορικού κέντρου. Η ύπαρξη του Μουσείου σε συνδυασμό με την ύπαρξη καταστημάτων τουριστικών ειδών και εστίασης συνέβαλε διαχρονικά στην αναγέννηση της περιοχής της Ακρόπολης, καθώς προσελκύει ορδές επισκεπτών σε ετήσια βάση. Η περιοχή που βρίσκεται το Μουσείο της Ακρόπολης-το Κουκάκι αναβαθμίστηκε και αποτελεί τα τελευταία χρόνια έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς ενοικίασης κατοικιών παγκοσμίως, που πραγματοποιούνται μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας airbnb. Η επισκεψιμότητα, ωστόσο, του Μουσείου δεν είναι σίγουρο ότι θα επηρεαζόταν, αν στην περιοχή υπήρχαν λιγότερα τουριστικά καταστήματα.

Σήμερα, τα καταστήματα της περιοχής του Μουσείου υπόκεινται σε περιορισμούς δόμησης, επειδή η περιοχή βρίσκεται εντός του κηρυγμένου αρχαιολογικού χώρου της πόλης των Αθηνών. Η γύρω περιοχή (Κουκακίου, Φιλοπάππου) βρίσκεται εντός ζώνης υψών, αλλά το ίδιο το Μουσείο αποτέλεσε ανασταλτικό παράγοντα για την προσπάθεια μείωσης υψών σε νέες οικοδομές - από τη

ζώνη της οδού Μακρυγιάννη μέχρι την οδό Συγγρού και τη Λεωφόρο Αμαλίας, αλλά δεν κατέστη δυνατό να προωθηθεί η αναβάθμιση της περιοχής ως προς την κλιμάκωση υψών των κτιρίων, παρόλο που η υπόθεση κινήθηκε στην UNESCO για την προστασία του περιβάλλοντος της Ακρόπολης. Οι τοπικοί φορείς θεωρούν πως είναι απαραίτητο να γίνει κάποια βελτίωση όσον αφορά την οπτική εικόνα των καταστημάτων, τα οποία πρέπει να χαρακτηρίζονται από ομοιομορφία ως προς την αισθητική και τη χρήση τους, για να αποτυπώνουν συγκεκριμένο αισθητικό στίγμα, που να έχει σχέση με την παλιά ιστορική Αθήνα. Οι χρήσεις των καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος πρέπει να υπόκεινται σε ποσοτικά όρια, δηλαδή να υπάρχουν περιορισμοί ως προς τον αριθμό των καταστημάτων στην ευρύτερη περιοχή του ιστορικού κέντρου. Ουσιαστικά, η χωροθέτηση των καταστημάτων πρέπει να ακολουθεί κριτήρια μη κορεσμού και η τοποθέτησή τους να υπόκεινται σε μια διαδρομή φυσικής ροής.

Απαιτείται η ζώνωση και η μελετημένη κατανομή των χρήσεων και της δόμησης στην κάθε περιοχή βασιζόμενη στην υπάρχουσα κατάσταση, στις τάσεις χρήσεων που επικρατούν και στην φέρουσα ικανότητα της κάθε περιοχής, ώστε να μην χαθεί η ποιότητα στην εμπειρία των επισκεπτών στο βωμό της ποσότητας. Ακόμα, είναι αναγκαίο να υπάρχει γύρω από το Μουσείο μια μίξη λειτουργιών (βιβλιοπωλείο-καφέ, γκαλερί, χώροι εκθέσεων), έτσι ώστε να μην παρέχονται στους επισκέπτες μονοσήμαντες πληροφορίες. Εξίσου σημαντικό ρόλο σε κάθε προσπάθεια ανάπτυξης διαδραματίζει και η τήρηση υψηλών προδιαγραφών όσον αφορά την παροχή των προσφερόμενων υπηρεσιών και την ποιότητα των κτιριακών υποδομών σε έναν καθαρό και τακτοποιημένο περιβάλλοντα χώρο.



**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

Οι πρωτοφανείς αλλαγές που συμβαίνουν στο σύγχρονο κόσμο, καθώς και η αβεβαιότητα που τον χαρακτηρίζει, έχουν φέρει στην επιφάνεια το θέμα της βιωσιμότητας της πολιτιστικής κληρονομιάς και της αναζήτησης νέων δημιουργικών λύσεων. Σε ένα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, που χαρακτηρίζεται από κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές, απαιτείται η οργάνωση και ο επαναπροσδιορισμός των αξιών, προκειμένου να γίνει ευρέως αντιληπτό ότι η πολιτιστική κληρονομιά αποτελεί το κίνητρο για αλληλοσυμπλήρωση και προάσπιση της ταυτότητας του κάθε τόπου. Η πολιτιστική κληρονομιά συνιστά βασικό τουριστικό πόρο μιας περιοχής, για αυτό το λόγο πρέπει να προστατεύεται, ώστε να διασφαλιστεί η ποιότητα ζωής των ανθρώπων και το μέλλον των πόλεων.

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί σήμερα έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς στην τουριστική βιομηχανία και θεωρείται απαραίτητο μέσο για την κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη περιφερειακών κοινοτήτων. Η πολιτιστική κληρονομιά δημιουργεί αύξηση της ελκυστικότητας του τουρισμού, ενισχύοντας παράλληλα την ανταγωνιστικότητα στον συγκεκριμένο τομέα. Σε κοινωνίες, που στερούνται ανάπτυξης, ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να είναι σημαντική μέθοδος αναζωογόνησης των τοπικών κοινωνιών. Συνιστά ακόμα μια στρατηγική ανάπτυξης σε τοπικό και υπερτοπικό επίπεδο και συμβάλλει στη μετατροπή των περιοχών με πολιτιστικό ενδιαφέρον σε ιδανικά μέρη διακοπών, μόνιμης κατοίκησης, εργασίας και προσέλκυσης επενδύσεων. Η αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων της εκάστοτε περιοχής, μέσα από τον πολιτισμικό τουρισμό, μπορεί να διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στην επίτευξη των οικονομικών, κοινωνικών, πολιτιστικών και εκπαιδευτικών ωφελειών, δηλαδή της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης ενός τόπου σε μακροπρόθεσμο επίπεδο.

Αποτελεί κοινή παραδοχή ότι τα μουσεία θεωρούνται για κάθε κοινωνία κορυφαία έργα επιστημονικής, καλλιτεχνικής και παιδευτικής σημασίας και χώροι πολιτισμού, όπου εκφράζονται και αναπτύσσονται δημιουργικές ιδέες, συναισθήματα και σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων. Στη διάρκεια των ετών, τα μουσεία εξελίχθηκαν παράλληλα με την κοινωνία και η λειτουργία τους υπέστη αλλαγές κοινωνικής, επιστημονικής και πολιτισμικής φύσης. Ο σύγχρονος ρόλος των μουσείων έχει αλλάξει ριζικά από το παρελθόν και τα μουσεία δεν λειτουργούν πλέον μόνο για την προαγωγή της εθνικής υπερηφάνειας μιας χώρας, αλλά αποτελούν χώρους έκφρασης ιδεών και επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων. Το μεγάλο ζητούμενο των σημερινών μουσείων

έγκειται στον συνδυασμό του εκπαιδευτικού και ψυχαγωγικού τους ρόλου, ώστε να μπορέσουν να ανταποκριθούν στις νέες απαιτήσεις και να επιβιώσουν στην αγορά, αναπτύσσοντας παράλληλα τον κοινωνικό και εμπορικό τους χαρακτήρα. Το ενδιαφέρον των υπευθύνων των μουσείων για την προσέλκυση επισκεπτών έχει ενισχυθεί σημαντικά, καθώς τα συγκεκριμένα πολιτιστικά ιδρύματα συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στην οικονομία των πόλεων.

Στη σύγχρονη κοινωνία τα μουσεία προβάλλουν ως απαραίτητοι πόροι για την αιφόρο τουριστική ανάπτυξή της. Μπορούν υπό προϋποθέσεις να αποτελέσουν μοχλό ανάπτυξης της χώρας της οποίας αποτελούν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας. Η οικονομική κρίση μπορεί να δώσει το έναυσμα στους υπευθύνους των μουσείων να δημιουργήσουν και να δράσουν συλλογικά για τη διατήρηση και ανάδειξη του πολιτισμού μας, καθώς και να αξιοποιήσουν δυναμικές στη διαμόρφωση της ταυτότητας και της φυσιογνωμίας των τοπικών κοινωνιών. Για τη βιωσιμότητα του πολιτισμού, των τοπικών κοινωνιών και των μουσείων είναι απαραίτητος ο επαναπροσδιορισμός των προτεραιοτήτων σε τοπικό και εθνικό επίπεδο, η ιεράρχηση αξιών και στόχων, ο στρατηγικός σχεδιασμός και η διαχείριση σε συμμετοχικά μοντέλα. Η ανάπτυξη συνεργιών και η αλλαγή στρατηγικής αποτελούν, αδιαμφισβήτητα, καλές πρακτικές σε μια εποχή κρίσης. Σε πρακτικό επίπεδο, η κατάρτιση των επαγγελματιών των μουσείων, ο σχεδιασμός των δεξιοτήτων τους και η διαχείρισή τους, η προσαρμογή των λειτουργιών των ιδρυμάτων, καθώς και η συμμετοχή των επισκεπτών στον έλεγχο και στην προσαρμογή του περιεχομένου των μουσείων, μπορούν να βοηθήσουν στο να μετατραπούν τα μουσεία σε οργανισμούς μάθησης μακροπρόθεσμα.

Είναι βέβαιο πως η χώρα που επιδιώκει την τουριστική ανάπτυξη μέσω των σημαντικών τουριστικών της πόρων-των μουσείων, τα οποία αποτελούν πόλους έλξης εγχώριων και ξένων τουριστών, οφείλει να πραγματοποιήσει επενδύσεις τόσο με τις πρωτοβουλίες του δημοσίου φορέα, όσο και του ιδιωτικού. Τα οικονομικά, πολιτιστικά, κοινωνικά οφέλη που προκύπτουν σε μια χώρα από την τουριστική ανάπτυξη είναι σίγουρα πολλά. Αυτό όμως που πρέπει να τονιστεί είναι πως σε καμία περίπτωση, τα μουσεία δεν μπορούν να επιλύσουν τα οικονομικά προβλήματα μιας χώρας, αλλά μπορούν να συμβάλλουν στην προσπάθεια επίλυσής τους, ενισχύοντας την οικονομία της περιφέρειας, καταπολεμώντας την ανεργία και αυξάνοντας τα εισοδήματα των πολιτών της.

Για να μπορέσει μια χώρα να αναπτυχθεί με βάση τους πολιτιστικούς της πόρους-τα μουσεία πρέπει αρχικά η πολιτική ηγεσία της να εφαρμόσει μια ρεαλιστική στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης. Βασικός στόχος της στρατηγικής πρέπει πάντα να είναι η προσφορά και εξασφάλιση σε εγχώριους και ξένους επισκέπτες κατάλληλων υπηρεσιών, που να ικανοποιούν τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους. Για να είναι όμως αποτελεσματική η στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης που εφαρμόζει η εκάστοτε εξουσία, είναι αναγκαίο οι αρχικοί στόχοι που εκφράζονται εκ μέρους της να είναι εφικτοί και να διατυπώνονται με σαφήνεια, ώστε να αποφεύγονται τυχόν πιθανές παρερμηνείες τους.

Τα ελληνικά μουσεία παρά το γεγονός ότι διαθέτουν το πλεονέκτημα μιας αξιόλογης πολιτιστικής κληρονομιάς, δεν είναι σε θέση να την αξιοποιήσουν. Πολλά από αυτά αντιμετωπίζουν προβλήματα ως προς τον σχεδιασμό των κτιρίων, των λειτουργιών τους και οι υπηρεσίες που προσφέρουν στους επισκέπτες τους είναι χαμηλού επιπέδου. Με άλλα λόγια, αδυνατούν να συμβαδίσουν με τις σύγχρονες τάσεις που εμφανίζονται σε παγκόσμιο επίπεδο και επομένως δυσκολεύονται να αυξήσουν την επισκεψιμότητά τους. Το ζητούμενο πλέον δεν είναι να αυξηθούν τα μουσεία στην επικράτεια, αλλά τα ήδη υπάρχοντα να γίνουν περισσότερο ελκυστικά, ευέλικτα και λιγότερο εσωστρεφή. Είναι σκόπιμο να ελέγχονται σε τακτά χρονικά διαστήματα από το Υπουργείο Πολιτισμού, ώστε να γίνεται μια καταγραφή των συλλογών τους, τεκμηρίωση της επάρκειας και καταλληλότητας του χώρου τους, να καταγράφονται στοιχεία για το προσωπικό τους και να γίνεται προγραμματισμός των δράσεών τους. Με αυτό τον τρόπο, θα μειωθούν τα φαινόμενα κακής λειτουργίας και οι περιπτώσεις δυσαρέσκειας των επισκεπτών. Τα ελληνικά μουσεία αποτελούν σημαντικούς πόρους για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της χώρας. Η σύνδεση των μουσείων και των πολιτιστικών μνημείων με τον τουριστικό κλάδο, μπορεί να συμβάλει στην αύξηση τουριστών, στην αναβάθμιση της ποιότητας του προσφερόμενου προϊόντος, καθώς και στη διαφοροποίηση του τουριστικού προορισμού από τους ανταγωνιστικούς του, ενισχύοντας τη βιώσιμη ανάπτυξή του.

Εξετάζοντας την περίπτωση του Μουσείου της Ακρόπολης, διαπιστώνουμε πως την ανάπτυξή του την οφείλει πρωτίστως στην ιστορική αξία των εκθεμάτων του, στη χωροθέτησή του στο ιστορικό κέντρο της περιοχής της Αθήνας και στην άμεση οπτική επαφή των χώρων του με το ιστορικό μνημείο της Ακρόπολης, στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων, συνεδρίων, σεμιναρίων, εκπαιδευτικών προγραμμάτων και

περιοδικών εκθέσεων, που προσελκύουν μεγάλη μερίδα επισκεπτών, ακόμα και του εγχώριου πληθυσμού της χώρας. Το Μουσείο λόγω του θεσμικού πλαισίου λειτουργίας του και του αυτοδιαχειριζόμενου χαρακτήρα του, δε φαίνεται να παρουσιάζει προβλήματα ως προς τους οικονομικούς πόρους. Έχει αναπτύξει με βέλτιστο τρόπο την προβολή του Μουσείου σε παγκόσμιο επίπεδο μέσω της ιστοσελίδας του. Ωστόσο, οι υπεύθυνοι του Μουσείου θα μπορούσαν να συμβάλλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη του και στη μεγαλύτερη προσέλκυση τουριστών μέσω της δημιουργίας μιας διαδικτυακής πλατφόρμας, όπου θα μπορούν οι διαδικτυακοί χρήστες σε όλο τον κόσμο με την υποβολή συνδρομής να έχουν πρόσβαση στις περιοδικές ή μόνιμες εκθέσεις του Μουσείου.

Ο δυναμικός του ρόλος στην τουριστική ανάπτυξη της πόλης της Αθήνας θα αξιοποιηθεί αν οι εμπλεκόμενοι φορείς της πόλης προχωρήσουν στην πλήρη ολοκλήρωση του έργου της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας και συνδέσουν με κατάλληλες περιπατητικές διαδρομές όλους τους αρχαιολογικούς χώρους της πόλης και τα μουσεία της. Σε σημεία, που αυτό δεν είναι εφικτό να πραγματοποιηθεί, θα μπορούσε να αποφευχθεί η πεζοδρόμηση και να προταθεί η χρήση οικολογικών μέσων μεταφοράς, τα οποία θα μπορούν να προμηθεύονται δωρεάν οι τουρίστες σε κεντρικά σημεία ή σε πολιτιστικούς χώρους της πόλης και τα οποία θα συμβάλλουν στην άμεση και εύκολη πρόσβαση τους στα πολιτιστικά ιδρύματα. Ένα άλλο ζήτημα που χρήζει επίλυσης αποτελεί η μη ύπαρξη χώρου στάθμευσης για τα τουριστικά λεωφορεία που επιχειρούν να προσεγγίσουν το ιστορικό κέντρο και δημιουργούν κυκλοφοριακά προβλήματα λόγω του συνωστισμού σε κεντρικές οδούς της πόλης. Θα πρέπει, λοιπόν, να δημιουργηθεί ένας κατάλληλος χώρος στάθμευσης των τουριστικών λεωφορείων για την καλύτερη εξυπηρέτηση και διακίνηση τουριστών, ιδιαίτερα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες που σημειώνεται μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στο Μουσείο. Η βέλτιστη διαχείριση των επισκεπτών θα μπορούσε να συντονιστεί μέσω της εφαρμογής ενός στρατηγικού σχεδιασμού, που θα εφαρμόζεται στο κέντρο της πόλης από τον Δήμο Αθηναίων και την Εταιρεία Ανάπτυξης και Τουριστικής Προβολής Αθηνών.

Όσον αφορά τα εμπορικά καταστήματα και τα καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος της περιοχής, φαίνεται ότι έχουν συμβάλει διαχρονικά στη βελτίωση της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες. Παρόλα αυτά, απαιτείται η μελετημένη κατανομή χρήσεων και δόμησης στην κάθε περιοχή του ιστορικού κέντρου, η μελετημένη εφαρμογή μίξης λειτουργιών και η βελτίωση της ομοιομορφίας των ήδη

υπαρχόντων καταστημάτων ως προς την αισθητική τους. Επιπρόσθετα, το επίπεδο των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών και προϊόντων θα πρέπει να υπόκεινται σε υψηλού επιπέδου προδιαγραφές, ώστε να αποτελεί η πόλη της Αθήνας ελκυστικό προορισμό σε παγκόσμιο επίπεδο. Εν κατακλείδι, αξίζει να αναφερθεί πως μια περιοχή δεν μπορεί να στηρίζει τις δυνατότητες ανάπτυξής της μόνο σε ένα μουσείο, χωρίς να διαθέτει ένα συνολικό περιφερειακό σχέδιο και ένα σχέδιο αστικής ανάπλασης, τα οποία πρέπει να επικεντρώνονται στην κάλυψη των αναγκών και επιθυμιών τόσο των εγχώριων και ξένων τουριστών, όσο και του τοπικού πληθυσμού της Αθήνας. Η εφαρμογή πολιτικών στρατηγικού σχεδιασμού από τους τοπικούς φορείς παράλληλα με τη αξιοποίηση των τεχνικών μάρκετινγκ μπορούν να βοηθήσουν ουσιαστικά στον καθορισμό και στην πραγματοποίηση του οράματός τους και να οδηγήσουν σε περαιτέρω οικονομική ανάπτυξη της πόλης, μέσω της εκμετάλλευσης των δυνατοτήτων του αστικού τουρισμού.

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΠΗΓΕΣ****Ελληνόγλωσση**

Αποστολόπουλος, Δ. Κ. και Σδράλη, Β. Δ. (2009). *Εναλλακτικός και Ήπιος Τουρισμός Υπαίθρου: Θεωρητική Προσέγγιση & Εφαρμογές*. Αθήνα: Δ.Β. Ελληνοεκδοτική Α.Ε.Ε.Ε.

Αυγερινού-Κολώνια, Σ. (1995). "Πολιτιστικές τουριστικές διαδρομές, δρόμοι διαλόγου και ανάπτυξης". *Σύγχρονα Θέματα*, τ. 55, σ. 104-111

Badie, B. (1995). *Κουλτούρα και Πολιτική*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκης

Βαρβαρέσος Σ. (2000). *Τουρισμός - έννοιες, μεγέθη, δομές – η ελληνική πραγματικότητα*,. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός

Βαρβαρέσος, Κ. (2008). *Οικονομική του Τουρισμού - Εννοιολογικές, Θεωρητικές και Μεθοδολογικές Προσεγγίσεις από τον 19ο έως τον 21ο Αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός, σ. 56

Βερνίκος Ν., Δασκαλοπούλου Σ., Μπαντιμαρούδης Φ., Μπουμπάρης Ν. και Παπαγεωργίου Δ. (2004). *Πολιτιστικές Βιομηχανίες – Διαδικασίες, Υπηρεσίες και Αγαθά*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική

Γκαζή, Α. (1999). Από τις μούσες στο Μουσείο: Η ιστορία ενός θεσμού δια μέσου των αιώνων. *Αρχαιολογία και Τέχνες*, τεύχος 70, σ. 39-46

Γκαζή, Α. (2012). Εθνικά μουσεία στην Ελλάδα: όψεις του εθνικού αφηγήματος. Στο Α. Μπούνια & Α. Γκαζή (Επιμ.), *Εθνικά Μουσεία στη Νότια Ευρώπη. Ιστορία και Προοπτικές*, σ. 36-71. Αθήνα: Καλειδοσκόπιο

Γλύτση, Ε. (2002). Η Ιστορία των Μουσείων στην Ευρώπη. Ειδική Αναφορά στην Ελλάδα. Στο Αθανασοπούλου, Α., Γλύτση, Ε., & Χαμπούρη-Ιωαννίδου, Αικ., *Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων*, Τόμος Β', σ.σ. 227-311, Πάτρα: ΕΑΠ

Cuche, D. (2001). *Η έννοια της κουλτούρας στις κοινωνικές επιστήμες* (επιμ. Λεοντσίνι, Μ.). Αθήνα

Δερμιτζάκη Κ., Δοξανάκη Τ. και Λιναρδάκης Μ. (2009). "Πολιτιστικός τουρισμός και τοπικά μουσεία: παράγοντες που επηρεάζουν τη μεταξύ τους σχέση", *Περιοδική Έκδοση του Κέντρου Μουσειακών Ερευνών του Πανεπιστημίου Αθηνών - Μουσείο*, 6, σ. 20-29

Gee, Y.C., Makens, C.J. & Choy, J.L.D. (2001). *Τουριστική & Ταξιδιωτική Βιομηχανία*. Περιστέρι: Εκδόσεις "Έλλην"

Ηγουμενάκης, Ν. (2000). *Προϋποθέσεις για τη χάραξη και εφαρμογή μιας ρεαλιστικής πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης*. Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων. Ινστιτούτο Τεχνολογικής Εκπαίδευσης (Ι.Τ.Ε.). Αθήνα: Εκδόσεις Λύχνος

- Hooper-Greenhill, E. (2006). *Το Μουσείο και οι Πρόδρομοι του*. Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Τράπεζας Πειραιώς
- Καραγιάννης, Σ. Γ. και Έξαρχος, Γ. Σ. (2016) . *Τουριστική Ανάπτυξη. Κοινωνική Ευθύνη και Στοχασμοί*. Αθήνα: Εκδόσεις Διάυλος, σ. 30
- Καρνής, Λ. (2015). *Το Μουσείο Ακρόπολης είναι το 11ο καλύτερο στον κόσμο*. CNN Greece. ανακτημένο στις 13/2/18 από: <http://www.cnn.gr/style/politismos/story/3633/to-moyseioakropolis-einai-to-11o-kalytero-ston-kosmo>
- Κόνσολα, Ν. (2006). *Πολιτιστική Ανάπτυξη και Πολιτική*. Αθήνα: Παπαζήση
- Κόνσολα Ντ. (2011). "Δίκτυα Μουσείων στην σύγχρονη πόλη", *10ο Επιστημονικό Συνέδριο της Ελληνικής Εταιρείας Περιφερειακής Επιστήμης*, Αθήνα.
- Κουερίνης, Ν. (2012) *Το μουσείο: Η συμβολή του και η σημασία του παράγοντα επισκεψιμότητα και νέες μουσειακές τάσεις*. Πανεπιστήμιο Πειραιά
- Κρεμέζη, Α. (2002). *Γενικές Αρχές της Χάρτας*. Διαθέσιμο στο: [https://www.icomos.org/charters/tourism\\_greek.pdf](https://www.icomos.org/charters/tourism_greek.pdf) (πρόσβαση: 1/12/2017)
- Λάββας, Γ.Π. (1997). *Πολιτιστική Κληρονομιά. Βασικές έννοιες, Ιδεολογία, Διεθνείς Συμβάσεις, Μεθοδολογία*. Αθήνα
- Λάββας, Π. Γ. (2010). *Ζητήματα Πολιτιστικής Διαχείρισης*. Αθήνα: Εκδόσεις Μέλισσα
- Λαγός, Δ. (2005). *Τουριστική Οικονομική*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική
- Lickorish, L. J. & Jenkins, C. L. (2004). *Μια εισαγωγή στον τουρισμό* (επιμ. Τσάρτας, Π.). Αθήνα: Κριτική
- Λιναδάрту, Χ. (χ.χ.). *Πολιτιστικός τουρισμός. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων. Γενική Γραμματεία Εκπαίδευσης Ενηλίκων
- Middleton, V. & Hawkins, R. (2004). *Τουριστικό Μάρκετινγκ για Βιώσιμη Ανάπτυξη* (επιμ.: Π. Τσάρτας). Αθήνα, σ.112
- Μούλιου, Μ. (2015). "Το μουσείο ως ποιότητα, εμπειρία, αστικό σύμβολο και ήπια δύναμη. Παραδείγματα από τη διεθνή και εγχώρια μουσειακή πρακτική", στο Πούλιος, Ι., Αλιβιζάτου, Μ., Αραμπατζής, Γ., Γιαννακίδης, Α., Καραχάλης, Ν., Μάσχα, Ε., Μούλιου, Μ., Παπαδάκη, Μ., Προσύλης, Χ., Τουλούπα, Σ. (επιμ.) *Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη*, Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών
- Μπαμπινιώτης Γ. (2006). *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*. Β' Έκδοση. Γ' Ανατύπωση, Κέντρο Λεξικολογίας, Αθήνα

- Μπιτσάνη, Ε. Π. (2004). *Πολιτισμική διαχείριση & περιφερειακή ανάπτυξη: σχεδιασμός πολιτιστικής πολιτικής & πολιτιστικού προϊόντος*. Αθήνα: Διόνικος
- Νάκου, Ε. (2001). *Μουσεία: εμείς, τα πράγματα και ο πολιτισμός*. Αθήνα: Νήσος
- Οικονόμου, Α. (2014). *Υλικός πολιτισμός: θεωρία, μεθοδολογία, αξιοποίηση*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, σ. 26
- Παντερμαλής, Δ., Ελευθεράτου, Σ., Βλασσοπούλου, Χ. (2013). *Μουσείο Ακρόπολης-Οδηγός*. Αθήνα: Εκδόσεις Μουσείου Ακρόπολης
- Παπαγεωργίου-Βενετάς, Αλ. (2004). *Ο Αθηναϊκός Περίπατος και το ιστορικό τοπίο των Αθηνών*. Αθήνα: Καπόν
- Πασχαλίδης, Γ. & Χαμπούρη-Ιωαννίδου Κ. (2002). *Οι διαστάσεις των πολιτιστικών φαινομένων. Εισαγωγή στον Πολιτισμό*. Τόμος Α'. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
- Πικοπούλου – Τσολάκη Δ., Κακούρου – Χρόνη, Γ., Ζαφειράκου, Α. και Γλύση, Ε. (2002). *Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων, Τόμος Γ Πολιτισμός και Εκπαίδευση*, Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
- Ρόζεναλντ, Μ. (1976). *Φιλοσοφικό Λεξικό, Γνώσεις*. Αθήνα
- Ρωμανός, Α. (1999). *Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας*. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο
- Σαλή, Τ. (2000). *Ο ρόλος των μουσείων στην εκπαίδευση, που διήρκεσε έναν ολόκληρο μήνα*
- Σιταράς, Θ.& Τζένος, Χ. (2007). *Εισαγωγή στη θεωρία του τουρισμού*. Εκδόσεις Interbooks
- Σφακιανάκης, Μ. Κ. (2000). *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις "Ελλην"
- Τράπεζα της Ελλάδος (2015). *Οικονομικό δελτίο*, τεύχος 42
- Τσάκος, Κ. (2014). *Η Ακρόπολη και το και το νέο μουσείο της, Ιστορικός και Αρχαιολογικός Οδηγός*. Αθήνα: Εκδόσεις Έσπερος
- Τσάρτας, Π. (1995). "Πρόγραμμα ανάπτυξης Πολιτιστικού τουρισμού στη Χίο", ΤΕΕ, Τουρισμός και Περιβάλλον, *Τεχνικά Χρονικά*, 5, σελ. 87-90
- Τσάρτας, Π. (1996). *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*. Αθήνα: Εξάντας, σ.11
- Τσαούσης, Γ.Δ. (1983). *Προβλήματα ιστορίας και ιστορικής μεθοδολογίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Θεμέλιο



Vergo, P. (1999). "Επανεξέταση της Νέας Μουσειολογίας", *Αρχαιολογία & Τέχνες*, 70, σελ. 50-52

Williams, R. (1994). *Κουλτούρα και ιστορία*. Αθήνα: Εκδόσεις Γνώση

Χαζάπη, Α. & Σδράλη, Δ. (χ.χ.). *Εκτίμηση της συμβολής του πολιτιστικού τουρισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη της νήσου Άνδρου*

Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού (2011). *Εισήγηση του Υπουργού Πολιτισμού και Τουρισμού, κ. Παύλου Γερουλάνου, κατά την παρουσίαση των πρώτων αποτελεσμάτων του προγράμματος αναβάθμισης υπηρεσιών σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και μουσεία*, Δελτίο τύπου, ανακτημένο στις 13/2/18 από:  
[http://www.yppo.gr/2/g22.jsp?obj\\_id=48314](http://www.yppo.gr/2/g22.jsp?obj_id=48314)

Φωτιάδης, Μ. (2011). *Νέο Μουσείο Ακρόπολης, Στοιχεία μελέτης και κατασκευής*. Αθήνα: Μιλητός

## Ξενόγλωσση

Ambrose T. & Paine C. (2006). *Museum Basics*, Second Edition. London and New York: Routledge

Anderson, G. (2004). *Reinventing the Museum. Historical and Contemporary Perspectives on the Paradigm Shift*. Lanham MD: Atlantic Press, p.1

Andriotis, K. (2000): "Local Community Perceptions of Tourism as a Development Tool: The Island of Crete." Bournemouth University. Sponsored by the Greek Foundation of State Scholarships

Ashworth, G. and Goodall, B. (1990). *Tourist Images: Marketing Considerations* in Goodall, B. and Ashworth, G. (eds) *Marketing in the Tourism Industry*. London: Routledge

Bachleitner, R. and Zins, A. (1999). "Cultural tourism in rural communities: the residents' perspective". *Journal of Business Research*, Vol. 44, No 3, pp. 199-209

Bazin, G. (1967). *The Museum Age*. N. York: Universe Books

Bonet, L. (2003). Cultural Tourism. In R. Towse (Eds.), *A Handbook of Cultural Economics* (pp. 187-193). Northampton: Edward Elgar

Bradburne, J. (2001). A new strategic approach to the museum and its relationship to society. *Museum Management and Curatorship*, Vol.14, No.1, pp. 67-105

Burns, P. and Sancho, M. (2003). "Local perceptions of tourism planning: the case of Cuellar, Spain". *Tourism Management*, Vol. 24, No 3, pp. 331-339

Brida, G.J., Meleddu, M. και Pulina, M. (2011). "Factors influencing the intention to

revisit a cultural attraction: The case study of the Museum of Modern and Contemporary Art in Rovereto", *Journal of Cultural Heritage*

Bywater, M. (1993). The market for cultural tourism in Europe. *Travel and Tourism Analyst no.6*, pp. 30-46

Callegar, F. (2003). "Sustainable development prospects for Italian coastal cultural heritage: a Ligurian case study". *Journal of Cultural Heritage*, Vol. 4, No 1, pp. 49-56

Cano, L. and Mysyk, A. (2004). "Cultural tourism, the State and Day of the Dead". *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, No 4, pp. 879-898

Casson, L. (1994). *Travel in the Ancient World*. Johns Hopkins. Baltimore: University Press

Choi, S. A., Ritchie, W. B., Papandrea, F. και Bennett, J. (2010). "Economic valuation of cultural heritage sites: A choice modeling approach", *Tourism Management*, 31, 213-220

Cuccia, T. and Rizzo, I. (2011). "Tourism seasonality in cultural destinations: Empirical evidence from Sicily". *Tourism Management*, 32, pp. 589-595

Del Barrio, M. J., Herrero, L. C. & Sanz, J. A. (2009). "Measuring the efficiency of heritage institutions: A case study of a regional system of museums in Spain", *Journal of Cultural Heritage*, 10, p.p. 258-268

Denicolai, S., Cioccarelli, G. and Zucchella, A. (2010). "Resource-based local development and networked core-competencies for tourism excellence". *Tourism Management*, 31, pp. 260-266

DiMaggio, P. (1996). The art museum visitors different from other people? The relationship between attendance and social political attitudes in the United States. *Journal of Poetics*, Vol. 24, pp. 161-180

Garrod, B. and Fyall, A. (2001). "Heritage tourism". *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, No 4, pp. 1049-1052

Gilmore, A. & Rentschler, R. (2002). "Changes in museum management: A custodial or marketing emphasis?". *Journal of Management Development*, Vol. 21 Issue: 10, pp.745-760

Goeldner, C.R. and Ritchie, J.R.B. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Wiley

Grünewald, R. (2002). "Tourism and cultural revival". *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No 4, pp. 1004-1021

Hargrove, M. C. (2002). "Heritage Tourism". *CRM, Cultural Resource Management*, 25 (1), pp. 10-11

- Harrison, P. J. and Shaw, R. (2004). Consumer Satisfaction and Post-purchase intentions: An explanatory Study of Museum Visitors, *International Journal of Arts Management*, Vol.6 No.2, pp.23-32
- Herbert, D., Prectice, R. and Thomas, C. (1989). *Heritage Sites: Strategies for Marketing and Development*. Aldershot: Avebury
- Herreman, Y. (2003). Museums and Tourism: Culture and Consumption. *Museum International*, pp. 4-12
- Hewison, R. (1987) . *The Heritage Industry: Britain in a Climate of Decline*. London: Methuen
- Hoelscher, S. (2006). *A Companion to Museum Studies*, ed. Sharon Mcdonald. Oxford: Blackwell
- Hughes, H.L. (2002). "Culture and tourism: A framework for further analysis", *Managing Leisure*, 7(3), pp. 164-175
- Hughes, H. and Allen, D. (2005). "Cultural tourism in Central and Eastern Europe: The views of induced images formation agents". *Tourism Management*, Vol. 26, No 2, pp. 173-183
- Hunziker, W. & Krapf, K. (1942). *Allgemeine Fremdenverkehrslehre*. Zurich
- Huo, Y. and Miller, D. (2007). Satisfaction Measurement of Small Tourism Sector (Museum): Samoa. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol.12-Issue 2
- Jakobsen, A. S. (2012). Experience in-between architecture and context: the New Acropolis Museum, Athens. *Journal of Aesthetics & Culture*, Vol.4
- Janes, R.R. and Conaty, T.G. (2005). *Looking reality in the Eye. Museum and Social Responsibility*. Calgary: University of Calgary Press, p. 3
- Jolliffe, L. and Smith, R. (2001). "Heritage, Tourism and Museums: the case of the North Atlantic islands of Skye, Scotland and Prince Edward Islands, Canada". *International Journal of Heritage Studies*, 7 (2), pp. 149-172
- Kawashima, N. (1998). Knowing the Public. A Review of Museum Marketing Literature and Research. *Journal of Museum Management and Curatorship*, Vol. 17, No.1, pp. 21-39
- Konsola, D. (1993). Cultural tourism and regional development: some proposals for cultural itineraries. In D. Konsola (Eds.) *Culture, Environment and Regional Development*, Regional Development Institute. Athens
- Kotler , N. & P. (1998). *Museum Strategy and Marketing: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*, Jossey-Bass - A Wiley imprint

- Kotler, N. & Kotler. P. (2000). 'Can Museums be All Things to all People? Missions, Goals and Marketing's Role', *Museum Management and Curatorship*, Vol. 18, No.3 pp. 271-287
- Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2008). *Marketing para Turismo*. (3<sup>a</sup> ed.). España: Prentice Hall
- Macdonald, S. (2006). *A Companion to Museum studies*. Oxford: Blackwell, p.44
- MacDonald, R. and Jolliffe, L. (2003). "Cultural rural tourism: Evidence from Canada". *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, No 2, pp. 307-322
- McKercher B. & Du Cros H. (2002). *Cultural Tourism- The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: The Haworth Hospitality Press
- McLean, F.C. (1994). Marketing in Museums: A Contextual Analysis. *Journal of Museum Management and Curatorship*, Vol.12, pp.11-27
- McPherson, G. (2006). Public memories and private tastes: The shifting definitions of museums and their visitors in the UK. *Journal of Museum Management and Curatorship*, Vol. 21, pp.44-57
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (1985). *The tourism system: An introductory*. Engelwood Cliffs. N.J.: Prentice Hall
- Prentice, R. (1993). *Tourism and Heritage Attractions*. London and New York: Routledge
- Richards, G. (1997). The social context of cultural tourism. In Richards, G. (ed.) *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: CAB International
- Richards, G. and Bonink, C. (1992). *European cultural tourism: myth and reality*
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, Vol. 16, No. 5, pp. 361-365
- Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. Santa Cruz. California: Museum 2.0, p.p. ii-iii
- Smith, P. (2001). *Cultural theory. An introduction*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd
- Smith, M. (2004). "Seeing a new side to seashores: culturally regenerating the English seaside town". *International Journal of Tourism Research*, Vol. 6, No 1, pp. 17-28
- Strauss, C. and Lord, B. (2001). "Economic impacts of a heritage tourism system". *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 8, No 1, pp. 199-204
- Stylianou - Lambert, T. (2011). "Gazing From Home: Cultural Tourism and Art Museums". *Annals of Tourism Research*, 38 (2), pp. 403-421

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): pp. 118-126

Tobelem, J. M. (1997). The Marketing Approach in Museums. *Museum Management and Curatorship*, Vol. 16, Issue 4

Van Aalst, I. and Boogaarts, I. (2002). From museum to mass entertainment. The evolution of the role of museums in cities. *SAGE journals*

Weil, St. E. (1990). *Rethinking the Museum and other Meditations*. Washington & London: Smithsonian Institution Press

Weil, S. (1999). "The Ongoing Transformation of the American Museum. From Being about Something to Being for Somebody", *Daedalus*, vol.128, p.255

Williams, R. (1976). *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*. New York: Oxford University Press

World Tourism Organization (1985). *The Role of Recreation Management in the Development of Active Holidays and Special Interest Tourism and the Consequent Enrichment of the Holiday Experience*. Madrid: World Tourism Organization

UNWTO (2011). *Tourism Highlights*, ανακτημένο στις 11/01/18 μέσω:  
<http://mkt.unwto.org/en/content/tourism-highlights>

Van Aalst, I. and Boogaarts, I. (2002). From museum to mass entertainment: the evolution of the role of museum in cities. *European Urban and Regional Studies*, 9(3): pp. 195-209

## Διαδίκτυο

Βρόντη, Σ. (2014). Ανάμεσα σε δύο μουσεία. Διαθέσιμο στο <URL: <http://www.kathimerini.gr/790479/article/epikairothta/ellada/koykaki-anamesa-se-dyo-mouseia>>

Γαλάνη, Ν. (χ.χ.). Ενοποίηση αρχαιολογικών χώρων Αθήνας Α.Ε. Διαθέσιμο στο <URL: [http://library.tee.gr/digital/m2201/m2201\\_galani.pdf](http://library.tee.gr/digital/m2201/m2201_galani.pdf)>

Μουσείο Ακρόπολης. Διαθέσιμο στο <URL: <http://www.theacropolismuseum.gr>>

Museum Association. Διαθέσιμο στο <URL: [www.museumassociation.org](http://www.museumassociation.org)>

Πανταζόπουλος, Γ. (2017). Καλωσορίσατε στο Κουκάκι, την 5η πιο περιζήτητη γειτονιά του aibnb στον κόσμο. Διαθέσιμο στο <URL:

[http://www.lifo.gr/articles/athens\\_articles/162791/kalorisate-sto-koykaki-tin-5i-pio-perizititi-geitonia-toy-airbnb-ston-kosmo](http://www.lifo.gr/articles/athens_articles/162791/kalorisate-sto-koykaki-tin-5i-pio-perizititi-geitonia-toy-airbnb-ston-kosmo)

Το ψηφιακό ευρετήριο ελληνικής αρχιτεκτονικής. Διαθέσιμο στο <URL: <http://domesindex.com/buildings/nees-diamorfwseis-katw-apo-thn-akropolh/> [πρόσβαση 13/2/18]

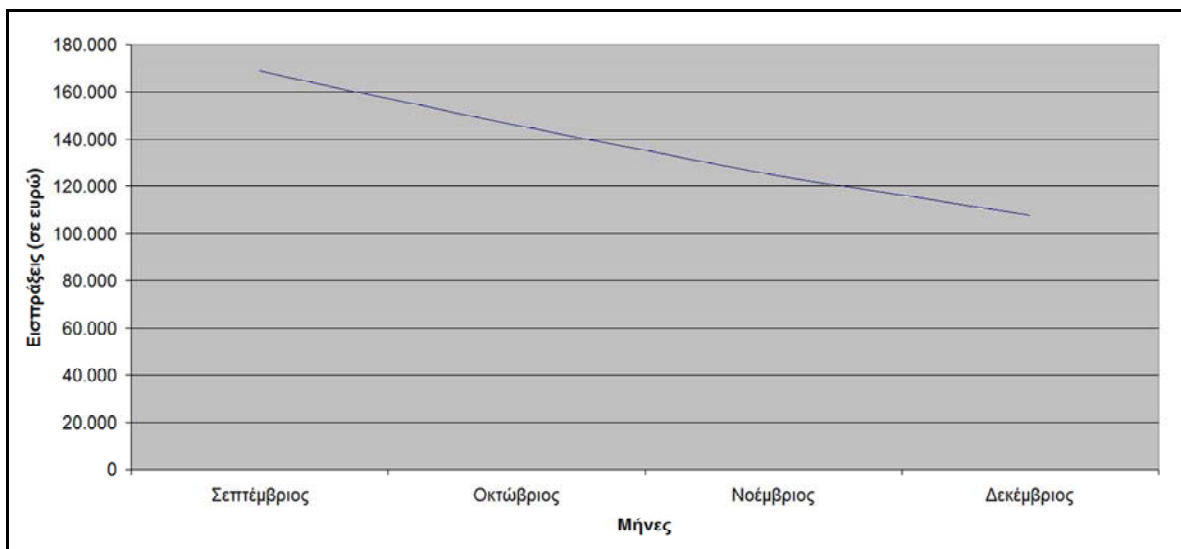
Χοντρόγιαννος, Θ. (2017). Το airbnb άλλαξε την Αθήνα μέσα σε λίγους μήνες και αυτό δεν είναι απαραίτητα καλό. Διαθέσιμο στο <URL: <https://www.vice.com/gr/article/pae98z/to-airbnb-alla3e-thn-a8hna-mesa-se-ligoys-mhnes-kai-ayto-den-einai-aparaithta-kalo>

UNESCO (United Nations, Educational, Scientific and Cultural Organization). Διαθέσιμο στο <URL: [www.portal.unesco.org](http://www.portal.unesco.org)

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

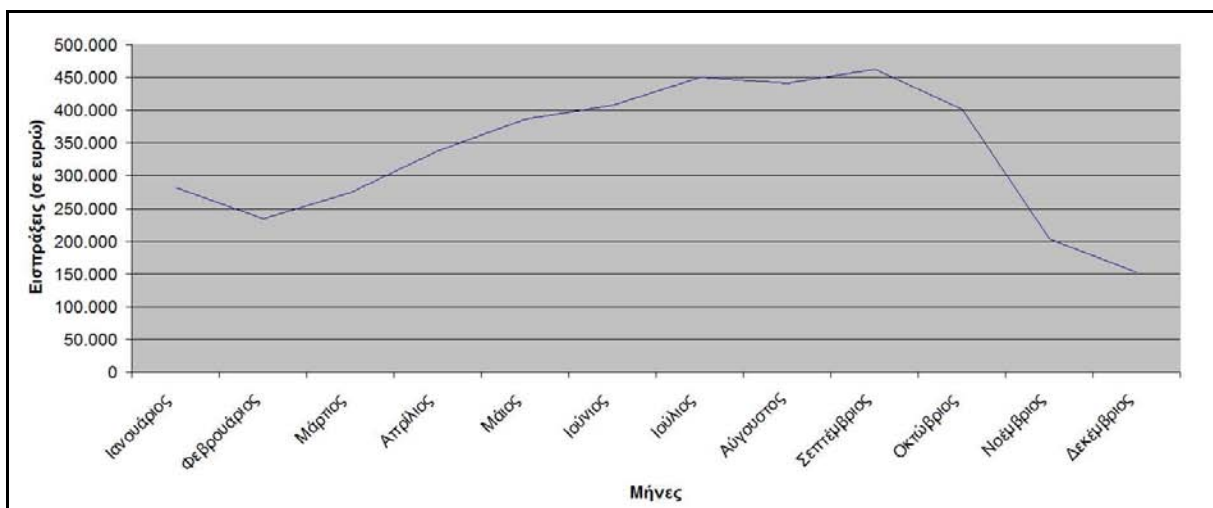
### Α. Γραφήματα

Γράφημα 13: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2009 (ανά μήνα)



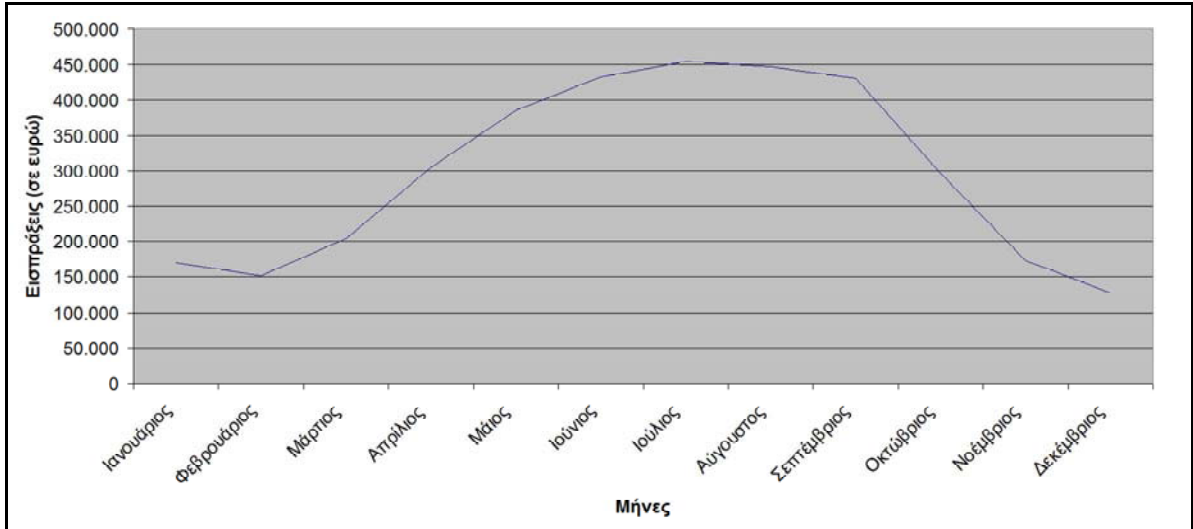
Πηγή: Ιδία επεξεργασία στοιχείων

Γράφημα 14: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2010 (ανά μήνα)



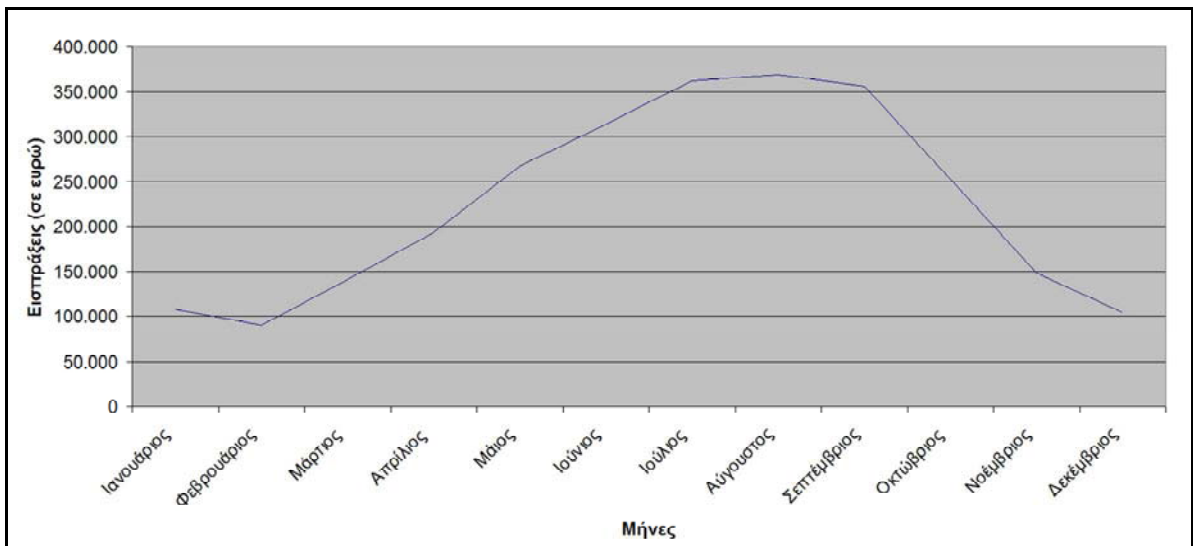
Πηγή: Ιδία επεξεργασία στοιχείων

Γράφημα 15: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2011 (ανά μήνα)



Πηγή: Ιδία επεξεργασία στοιχείων

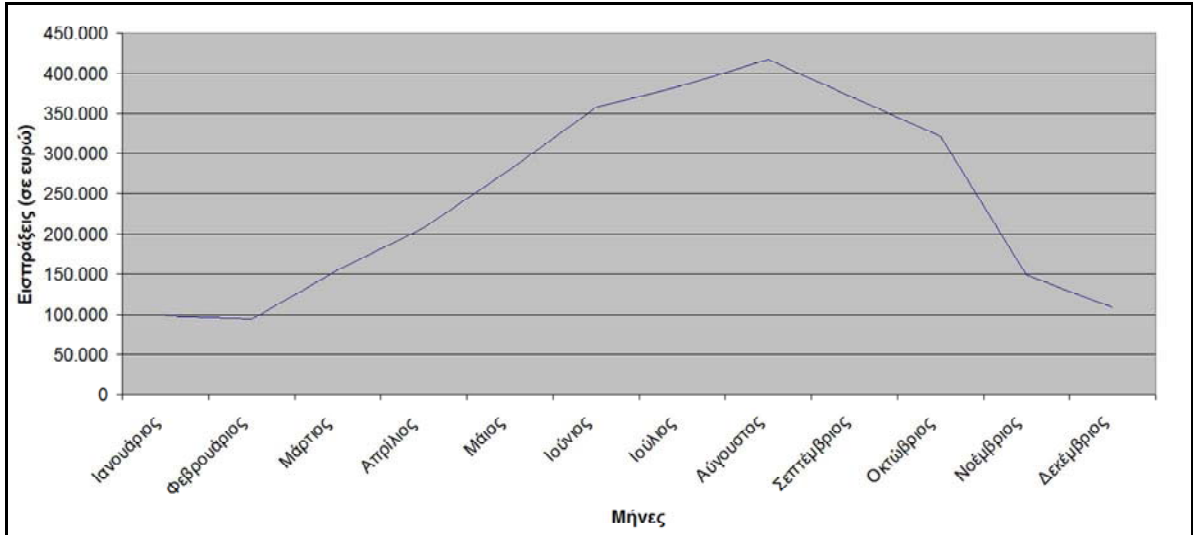
Γράφημα 16: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2012 (ανά μήνα)



Πηγή: Ιδία επεξεργασία στοιχείων

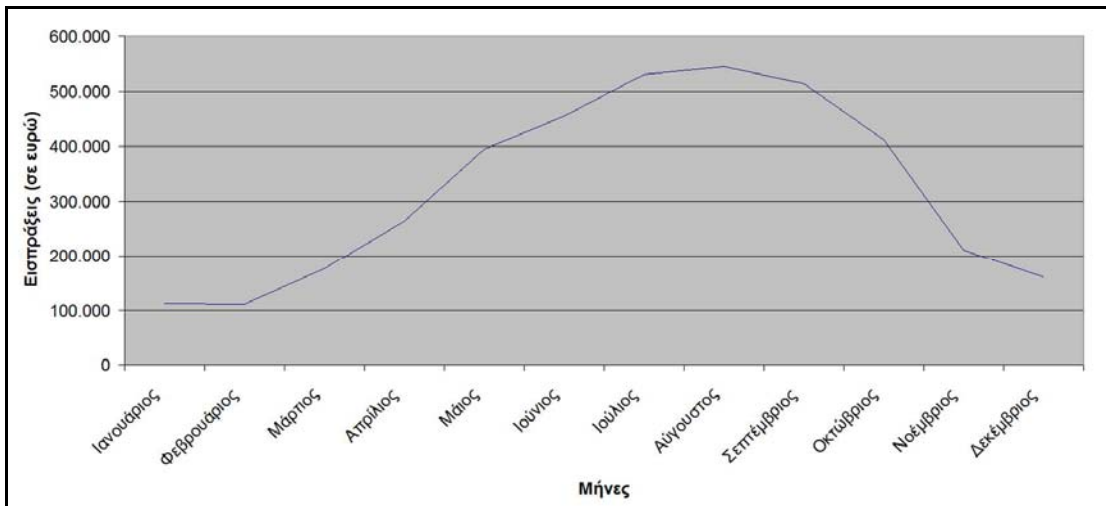


Γράφημα 17: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2013 (ανά μήνα)



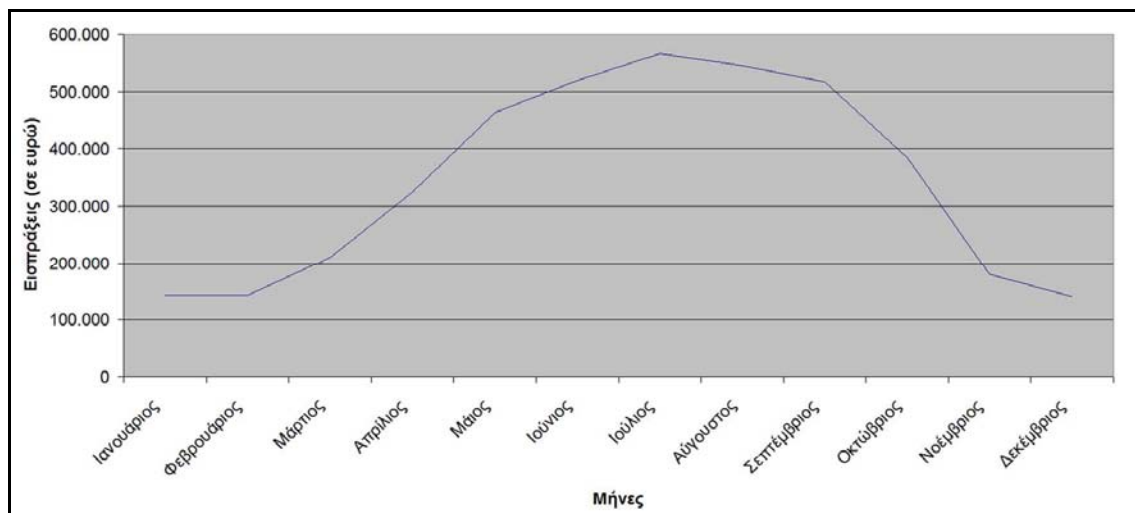
Πηγή: Ιδία επεξεργασία στοιχείων

Γράφημα 18: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2014 (ανά μήνα)



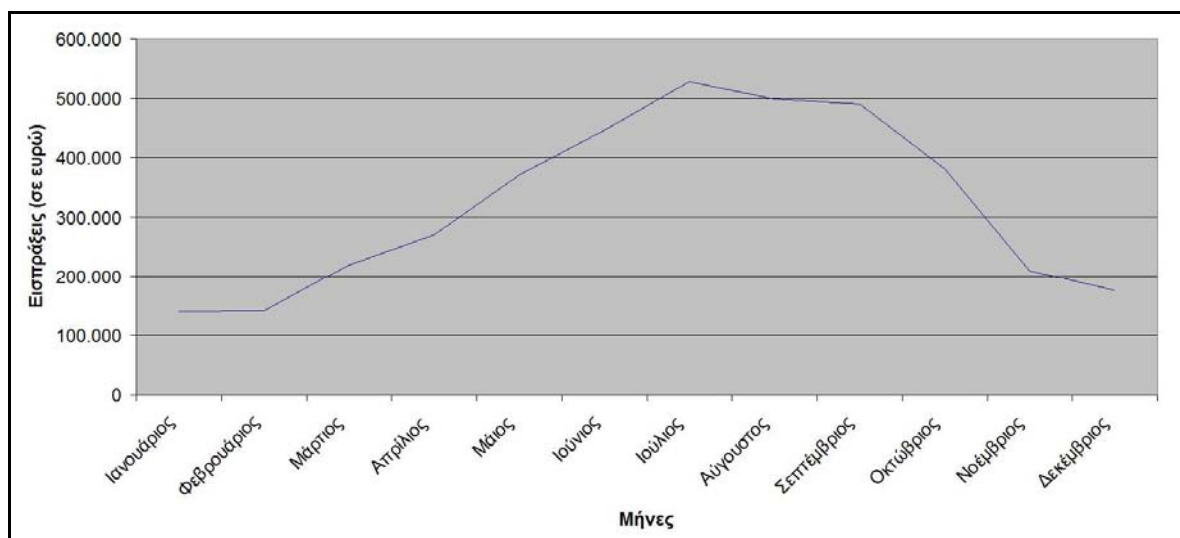
Πηγή: Ιδία επεξεργασία στοιχείων

Γράφημα 19: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2015 (ανά μήνα)



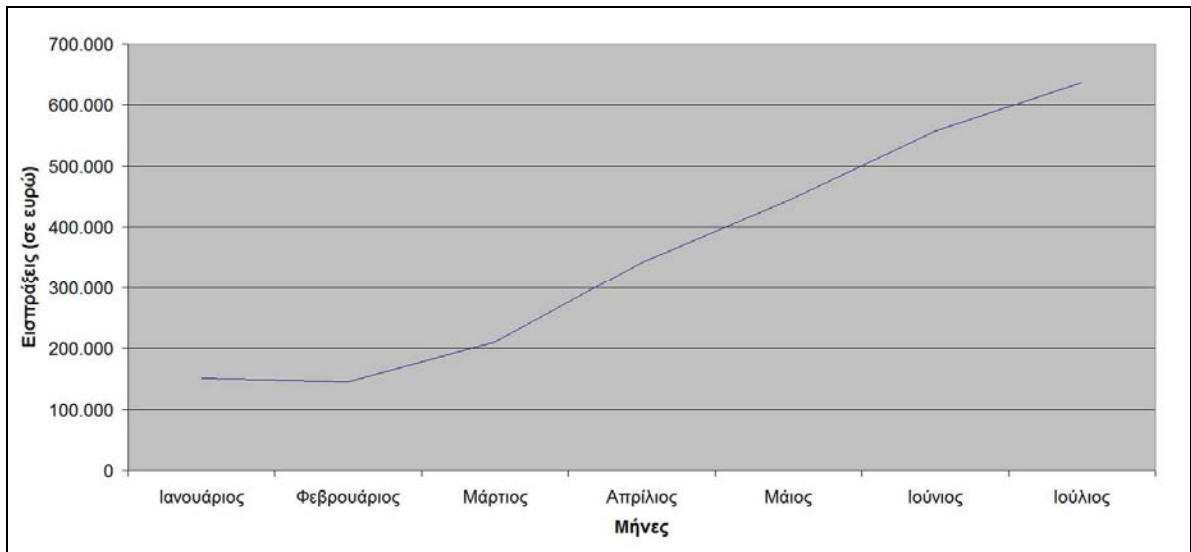
Πηγή: Ιδία επεξεργασία στοιχείων

Γράφημα 20: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2016 (ανά μήνα)



Πηγή: Ιδία επεξεργασία στοιχείων

Γράφημα 21: Εισπράξεις του Μουσείου Ακρόπολης για το έτος 2017 (ανά μήνα)



**Πηγή:** Ίδια επεξεργασία στοιχείων

**B. Υπόδειγμα ερωτηματολογίου για τις συνεντεύξεις**

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού" του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Επωνυμία φορέα:

Στοιχεία ερωτώμενου:

Θέση ερωτώμενου:

1. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής γενικότερα;
2. Θεωρείτε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου;
3. Πιστεύετε ότι υπάρχουν ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου της Ακρόπολης; Έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και σε ποιους τομείς βλέπετε να δομείται αυτή η ανάπτυξη;
4. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και η δημιουργία του Μουσείου Ακρόπολης έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον τοπικό πληθυσμό και τους ξένους επισκέπτες και πιθανά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Μουσείου. Πιστεύετε ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει καλύτερα αυτή η ενότητα; Βλέπετε ελλείψεις σε συγκεκριμένους τομείς πχ σε ζητήματα υποδομών, διαχείρισης επισκεπτών κλπ;
5. Πιστεύετε ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης (Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) έχει συμβάλει στη βελτίωση της

αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες; Πιστεύετε ότι αποτελεί για αυτούς επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο και την περιοχή του ιστορικού κέντρου ή ότι υποβαθμίζει τον χαρακτήρα της περιοχής οπότε και χρειάζεται να υπόκειται σε συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης;

## Γ. Συνεντεύξεις

### Συνέντευξη Ι'

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού" του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Επωνυμία φορέα: **Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ)**

Στοιχεία ερωτώμενου: **Κοκκώσης Χάρης, Αρχιτέκτων Μηχανικός**

Θέση ερωτώμενου: **Τέως Διευθύνων Σύμβουλος**

1. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής γενικότερα;

*Έχει συμβάλει, καθώς έχει αναδειχτεί σε ένα από τα πιο γνωστά και δημοφιλή μουσεία σε παγκόσμιο επίπεδο. Ακόμα, έχει συμβάλει στο άνοιγμα των αγορών. Πέρα από τη βασική συμβολή του στην αύξηση της επισκεψιμότητάς του, το Μουσείο έχει συνεισφέρει στη διεύρυνση των δυνατοτήτων για ανάπτυξη των άλλων μορφών τουρισμού (συνεδριακός, κλπ.). Εμπλουτίζει δηλαδή το τουριστικό προϊόν της Αθήνας, με τη δημιουργία και προσφορά άλλων υπηρεσιών και δραστηριοτήτων που σχετικά με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.*

2. Θεωρείτε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου;

*Δε διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο. Η Αθήνα παρουσιάζει εκρηκτική αύξηση του τουρισμού τα τελευταία χρόνια. Προσελκύει τουρίστες και εκτός της καλοκαιρινής περιόδου.*

3. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και η δημιουργία του Μουσείου

Ακρόπολης έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον τοπικό πληθυσμό και τους ξένους επισκέπτες και πιθανά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Μουσείου. Πιστεύετε ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει καλύτερα αυτή η ενότητα; Βλέπετε ελλείψεις σε συγκεκριμένους τομείς πχ σε ζητήματα υποδομών, διαχείρισης επισκεπτών κλπ;

*Υπάρχουν ελλείψεις και ζητήματα που χρήζουν επίλυσης. Θα πρέπει να δημιουργεί σύνδεση μεταξύ των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, του Μουσείου, της περιοχής του Κεραμεικού και της Ακαδημίας Πλάτωνος. Αυτό που είναι σημαντικό είναι το μέλλον, καθώς η καινοτομία στην τεχνολογία οδηγεί στη ανάπτυξη νέων προοπτικών. Η τεχνολογία βελτιώνει σημαντικά τις δυνατότητες ανάπτυξης και προβολής και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Πολλά μουσεία σε όλο τον κόσμο έχουν υιοθετήσει καινοτόμα τεχνολογικά εργαλεία για την προβολή τους και την ανάπτυξή τους. Η τεχνολογική καινοτομία ανοίγει νέες προοπτικές για τη διεύρυνση νέων εμπειριών και δραστηριοτήτων για τους επισκέπτες των μουσείων.*

4. Πιστεύετε ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης (Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες; Πιστεύετε ότι αποτελεί για αυτούς επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο και την περιοχή του ιστορικού κέντρου ή ότι υποβαθμίζει τον χαρακτήρα της περιοχής οπότε και χρειάζεται να υπόκειται σε συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης;

*Δεν υπάρχει ξεκάθαρη απάντηση. Στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης μοιραία υπάρχει συσσώρευση τουριστικών καταστημάτων.*

## Συνέντευξη 2<sup>η</sup>

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού" του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Επωνυμία φορέα: **Περιφέρεια Αττικής**

Στοιχεία ερωτώμενου: **Ανδρουλάκη Ελευθερία, Πολεοδόμος**

Θέση ερωτώμενου: **Τμήμα Σχεδιασμού και Ανάπτυξης Τουρισμού**

1. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής γενικότερα;

*Η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής είναι πολύ σημαντική, καθώς βοήθησε παράλληλα στην αύξηση της επισκεψιμότητας του αρχαιολογικού χώρου της Ακρόπολης διαχρονικά.*

2. Θεωρείτε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου;

*Αν δεν υπήρχε οικονομική κρίση σίγουρα θα ήταν μεγαλύτερη η επισκεψιμότητα του Μουσείου. Σε ένα μικρό βαθμό ωστόσο την επηρέασε.*

3. Πιστεύετε ότι υπάρχουν ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου της Ακρόπολης; Έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και σε ποιους τομείς βλέπετε να δομείται αυτή η ανάπτυξη;

*Σίγουρα υπάρχουν ελλείψεις σε ζητήματα υποδομών και διαχείρισης επισκεπτών. Σύμφωνα με μελέτες, το τρίπτυχο που σχετίζεται με την επιλογή των τουριστών να επισκεπτούν την Αθήνα είναι η καθαριότητα, η προσβασιμότητα και η αισθητική. Ο*



συνωστισμός στην οδό Διονυσίου Αρεοπαγίτου κατά την μαζική επίσκεψη τουριστών στο Μουσείο, η μη ύπαρξη πάρκινγκ για τα τουριστικά λεωφορεία, καθώς και η πρόσβαση των τουριστών μέσα από την πόλη της Αθήνας αποτελούν αρνητικά στοιχεία, τα οποία δυσκολεύουν την επίσκεψή τους και αλλάζουν το πρόγραμμά της προγραμματισμένης τους επίσκεψης λόγω των καθυστερήσεων που δημιουργούνται από αυτά τα γεγονότα.

4. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και η δημιουργία του Μουσείου Ακρόπολης έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον τοπικό πληθυσμό και τους ξένους επισκέπτες και πιθανά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Μουσείου. Πιστεύετε ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει καλύτερα αυτή η ενότητα; Βλέπετε ελλείψεις σε συγκεκριμένους τομείς πχ σε ζητήματα υποδομών, διαχείρισης επισκεπτών κλπ;

*Υπάρχουν χωροταξικά ζητήματα. Είναι απαραίτητο να ενοποιηθεί το κομμάτι της πεζοδρόμησης που ξεκινά από τον ναό του Ολυμπίου Διός.. Αυτή η παρέμβαση θα μπορούσε να αναφέρεται σε ευρύτερο πλαίσιο, καθώς δεν αφορά μόνο τον τουρισμό, αλλά και τη χωροταξία του κέντρου της Αθήνας.*

5. Πιστεύετε ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης (Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες; Πιστεύετε ότι αποτελεί για αυτούς επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο και την περιοχή του ιστορικού κέντρου ή ότι υποβαθμίζει τον χαρακτήρα της περιοχής οπότε και χρειάζεται να υπόκειται σε συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης;

*Υπάρχουν ήδη περιορισμοί δόμησης όσον αφορά τα καταστήματα στην ευρύτερη περιοχή του ιστορικού κέντρου του Μουσείου της Ακρόπολης. Θα πρέπει να ελεγχθεί η πυκνότητα τους. Είναι βέβαιο πως η πληθώρα των εμπορικών καταστημάτων και την καταστημάτων εστίασης δεν αποτελεί θετικό στοιχείο για τον ντόπιους κατοίκους. Για τους επισκέπτες τα καταστήματα αποτελούν θετικό στοιχείο και ικανοποιούν τις ανάγκες τους (φαγητό,*

*σουβενίρ, διασκέδαση, κλπ.) Ίσως χρειάζεται να αυξηθούν τα καταστήματα για να επιτευχθεί προσέλκυση περισσότερων τουριστών και περαιτέρω ανάπτυξη.*

**Συνέντευξη 3<sup>η</sup>**

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού" του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Επωνυμία φορέα: **Διαχειριστική Αρχή ΕΣΠΑ Περιβάλλοντος (ΕΥΔ-ΥΜΕΠΕΡΑΑ)**

Στοιχεία ερωτώμενου: **Παπαμιχαήλ Επαμεινώνδας, Αρχιτέκτων Μηχανικός**

Θέση ερωτώμενου: **Στέλεχος Παρακολούθησης Έργων**

1. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής γενικότερα;

*Ο χρόνος επίσκεψης των τουριστών επεκτείνεται κατά μισή μέρα λόγω της ύπαρξης του Μουσείου. Η παραμονή των επισκεπτών αυξάνει τις δυνατότητες κατανάλωσης σε υποδομές διανυκτέρευσης, σίτισης και εμπορίου. Το Μουσείο της Ακρόπολης αποτελεί ένα σημαντικό τοπόσημο, ενώ ο συνδυασμός του με τον πεζόδρομο των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και το σταθμό του μετρό κάνει την περιοχή πιο προσβάσιμη. Αυξάνεται δηλαδή στο μέγιστο η προσβασιμότητα της περιοχής λόγω του συνδυασμού αυτού.*

2. Θεωρείτε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου;

*Η παγκόσμια οικονομική κρίση επηρέασε σε μικρό βαθμό-οριακά την επισκεψιμότητα του Μουσείου και παρατηρούνται ανοδικές τάσεις μετά το 2012.*

3. Πιστεύετε ότι υπάρχουν ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου της Ακρόπολης; Έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και σε ποιους τομείς βλέπετε να δομείται αυτή η ανάπτυξη;

*Οι υπεύθυνοι του Μουσείου θα μπορούσαν να δημιουργήσουν μια διαδικτυακή πλατφόρμα, όπου θα υπάρχουν εξειδικευμένες παραγωγές-βίντεο και κείμενα, τα οποία θα αναφέρονται στις συλλογές του Μουσείου και θα είναι προσβάσιμα με συνδρομή.*

4. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και η δημιουργία του Μουσείου Ακρόπολης έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον τοπικό πληθυσμό και τους ξένους επισκέπτες και πιθανά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Μουσείου. Πιστεύετε ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει καλύτερα αυτή η ενότητα; Βλέπετε ελλείψεις σε συγκεκριμένους τομείς πχ σε ζητήματα υποδομών, διαχείρισης επισκεπτών κλπ;

*Θα έπρεπε να υπάρχουν περισσότερα σημεία ανάπαυλας και στάσης, κρίνες και σκίαστρα. Ακόμα είναι αναγκαίο να υπάρχει μη γραφειοκρατική πιστοποίηση του μικροεμπορίου. Πρέπει να γίνει μια μελέτη αναφορικά με τον αριθμό των καταστημάτων που πρέπει να υπάρχουν στην περιοχή και μια ρύθμιση για τον περιορισμό του μικροεμπορίου με κριτήρια ποιότητας υπηρεσιών και τουριστικών προϊόντων.*

5. Πιστεύετε ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης (Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες; Πιστεύετε ότι αποτελεί για αυτούς επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο και την περιοχή του ιστορικού κέντρου ή ότι υποβαθμίζει τον χαρακτήρα της περιοχής οπότε και χρειάζεται να υπόκειται σε συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης;

*Η ενθάρρυνση της ανάπτυξης της εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και υγειονομικού ενδιαφέροντος έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες στο βαθμό που ακολουθούνται ποιοτικά κριτήρια παραγωγής και παρουσίασης-έκθεσης των εμπορευμάτων. Η χωροθέτηση των καταστημάτων πρέπει να ακολουθεί κριτήρια μη κορεσμού και η τοποθέτησή τους να υπόκειται σε μια διαδρομή φυσικής ροής.*

**Συνέντευξη 4<sup>η</sup>**

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού" του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Επωνυμία φορέα: **Διαχειριστική Αρχή ΕΣΠΑ Περιβάλλοντος (ΕΥΔ-ΥΜΕΠΕΡΑΑ)**

Στοιχεία ερωτώμενου: **Ιωακείμοπούλου Αγγελική, Αρχιτέκτων Μηχανικός**

Θέση ερωτώμενου: **Στέλεχος Μονάδας Αξιολόγησης Έργων Περιβάλλοντος**

1. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής γενικότερα;

*Η ιστορική σημαντικότητα των εκθεμάτων προσελκύει τουρίστες από όλο τον κόσμο παράλληλα με το μνημείο της Ακρόπολης, που επίσης προσελκύει πολύ μεγάλες εισροές τουρισμού.*

2. Θεωρείτε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου;

*Θεωρώ ότι η οικονομική κρίση δε διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου. Αυτό αποδεικνύεται με βάση τα στατιστικά στοιχεία μελετών που έχουν γίνει, είτε από το Μουσείο, είτε από την Ελληνική Στατιστική Αρχή.*

3. Πιστεύετε ότι υπάρχουν ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου της Ακρόπολης; Έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και σε ποιους τομείς βλέπετε να δομείται αυτή η ανάπτυξη;

*Το Μουσείο θα μπορούσε να επεκταθεί με διαδικτυακό τρόπο, ενδεχομένως με ζωντανή μετάδοση των περιοδικών εκθέσεων ή παρουσίαση των εκθεμάτων των μόνιμων συλλογών του με την εφαρμογή κάποιας συνδρομής για τους διαδικτυακούς επισκέπτες*

του. Τα μεγαλύτερα μουσεία του κόσμου πραγματοποιούν ζωντανή διαδικτυακή «ξενάγηση» των εκθεμάτων των μόνιμων συλλογών τους στους διαδικτυακούς επισκέπτες τους. Ακόμα, το Μουσείο θα μπορούσε να προωθήσει στους επισκέπτες του μια εφαρμογή για κινητά που θα αφορά την παρουσίαση των εκθεμάτων του.

4. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και η δημιουργία του Μουσείου Ακρόπολης έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον τοπικό πληθυσμό και τους ξένους επισκέπτες και πιθανά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Μουσείου. Πιστεύετε ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει καλύτερα αυτή η ενότητα; Βλέπετε ελλείψεις σε συγκεκριμένους τομείς πχ σε ζητήματα υποδομών, διαχείρισης επισκεπτών κλπ;

*Θα πρέπει να ολοκληρωθεί το έργο ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας σύμφωνα με τον αρχικό σχεδιασμό. Θα πρέπει να δημιουργηθούν καλύτερες υποδομές για όλες τις κατηγορίες ΑΜΕΑ (κωφούς, τυφλούς, κινητικά ανάπηρους). Η πλακόστρωση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου ίσως να μην είναι κατάλληλη για άτομα με μειωμένη κινητικότητα, που κινούνται στην πόλη με τα αναπηρικά αμαξίδια τους.*

5. Πιστεύετε ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης (Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες; Πιστεύετε ότι αποτελεί για αυτούς επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο και την περιοχή του ιστορικού κέντρου ή ότι υποβαθμίζει τον χαρακτήρα της περιοχής οπότε και χρειάζεται να υπόκειται σε συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης;

*Η ενθάρρυνση της ανάπτυξης της εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης δεν έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες. Είναι απαραίτητο τα κτίρια να χαρακτηρίζονται από ομοιομορφία δόμησης ως προς την αισθητική και ως προς τη χρήση τους.*

**Συνέντευξη 5<sup>η</sup>**

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού" του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Επωνυμία φορέα: **Διαχειριστική Αρχή ΕΣΠΑ Περιβάλλοντος (ΕΥΔ-ΥΜΕΠΕΡΑΑ)**

Στοιχεία ερωτώμενου: **Σκαλτσά Μαίρη, Κοινωνιολόγος**

Θέση ερωτώμενου: **Στέλεχος Μονάδας Αξιολόγησης Έργων Περιβάλλοντος**

1. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής γενικότερα;

*Η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής είναι εξαιρετικά σημαντική, καθώς δίνεται η δυνατότητα στον επισκέπτη να πραγματοποιήσει ολοκληρωμένη επίσκεψη στο ναό της Ακρόπολης. Η αμεσότητα του Μουσείου με το ιστορικό μνημείο της Ακρόπολης κάνει τους επισκέπτες να θέλουν να «ταξιδέψουν» σε μια άλλη εποχή.*

2. Θεωρείτε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου;

*Θεωρώ ότι η εισχώρηση των επισκεπτών στο Μουσείο δεν έχει επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό από την παγκόσμια οικονομική κρίση.*

3. Πιστεύετε ότι υπάρχουν ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου της Ακρόπολης; Έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και σε ποιους τομείς βλέπετε να δομείται αυτή η ανάπτυξη;

*Θα μπορούσε να επεκταθεί με διαδικτυακό τρόπο και να πραγματοποιεί ψηφιακές παρουσιάσεις των εκθεμάτων του σε διαφημίσεις που θα προβάλλονται σε αεροπορικά*

και ακτοπλοϊκά μέσα (κρουαζιερόπλοια, αεροπλάνα). Ουσιαστικά να προδιαθέτει τον επισκέπτη μέσω ψηφιακών βίντεο να το επισκεφτεί.

4. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και η δημιουργία του Μουσείου Ακρόπολης έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον τοπικό πληθυσμό και τους ξένους επισκέπτες και πιθανά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Μουσείου. Πιστεύετε ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει καλύτερα αυτή η ενότητα; Βλέπετε ελλείψεις σε συγκεκριμένους τομείς πχ σε ζητήματα υποδομών, διαχείρισης επισκεπτών κλπ;

*Θα πρέπει να ολοκληρωθεί το έργο ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας σύμφωνα με τον αρχικό σχεδιασμό. . Θα πρέπει ακόμα να δημιουργηθεί μια καλύτερη σύνδεση μεταξύ των μουσείων της Αθήνας με τρόπους μεταφοράς. Θα μπορούσαν να υπάρχουν ποδηλατοδρόμοι, πάρκινγκ για ποδήλατα, καθώς και ηλεκτρικά αυτοκίνητα που θα επιτρέπουν στους επισκέπτες την εύκολη και άμεση πρόσβασή τους στα μουσεία της Αθήνας χωρίς ταυτόχρονα να επιβαρύνεται το περιβάλλον από τους ρύπους καυσαερίων.*

5. Πιστεύετε ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης (Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες; Πιστεύετε ότι αποτελεί για αυτούς επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο και την περιοχή του ιστορικού κέντρου ή ότι υποβαθμίζει τον χαρακτήρα της περιοχής οπότε και χρειάζεται να υπόκειται σε συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης;

*Πιστεύω ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου δεν έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες. Τα καταστήματα πρέπει να υπόκεινται σε ομοιομορφία και περιορισμούς δόμησης για να αποτυπώνουν συγκεκριμένο αισθητικό στίγμα, που να έχει σχέση με την παλιά ιστορική Αθήνα.*



**Συνέντευξη 6<sup>η</sup>**

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού" του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Επωνυμία φορέα: **Υπουργείο Τουρισμού – Επιτελική Δομή ΕΣΠΑ – Τομέας**

**Τουρισμού**

Στοιχεία ερωτώμενου: **Δημοπούλου Γεωργία, Οικονομολόγος**

Θέση ερωτώμενου: **Προϊσταμένη Μονάδας Α' Σχεδιασμού, Προγραμματισμού και Παρακολούθησης**

1. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής γενικότερα;

*Το Μουσείο της Ακρόπολης αποτελεί πόλο έλξης επισκεπτών, όχι μόνο πολιτιστικού ενδιαφέροντος, αλλά και για άλλες ειδικές κατηγορίες τουριστών. Από τις μέχρι τώρα καταγραφές της επισκεψιμότητας του Μουσείου και τα δημοσιεύματα σε ξένους ιστοτόπους και ηλεκτρονικά έντυπα του εξωτερικού εκτιμάται ότι το Μουσείο της Ακρόπολης είναι ένα τοπόσημο για την περιοχή της Αθήνας. Φέρει πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα και αύξηση των επισκεπτών της Αθήνας και από πλευρά επιχειρηματικής δραστηριότητας φέρει ενδιαφέρον.*

2. Θεωρείτε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου;

*Θεωρώ ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση δε διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου και αυτό αποδεικνύεται από τα στατιστικά στοιχεία βλέπουμε ότι η Αθήνα έχει γίνει ένας τουριστικός προορισμός. Έχει γίνει κέντρο κέντρο επενδύσεων και αυτό φαίνεται και από το γεγονός ότι αεροπορικές εταιρείες αυξάνουν τις*

πήσεις τους για την πόλη της Αθήνας. Σε συνδυασμό με τη μάθηση-επιθυμία για νέες εμπειρίες και για νέους προορισμούς βλέπουμε ότι υπάρχει έντονα κάτι που δεν έχει ξαναδεί κάποιος.

3. Πιστεύετε ότι υπάρχουν ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου της Ακρόπολης; Έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και σε ποιους τομείς βλέπετε να δομείται αυτή η ανάπτυξη;

*Δε γνωρίζω. Πάντοτε θα πρέπει το μουσείο να είναι ψηφιακά προσβάσιμο σε διαδικτυακούς επισκέπτες σε παγκόσμιο επίπεδο. Θα πρέπει ακόμα οι υπεύθυνοι του μουσείου να παρακολουθούν τις τεχνολογικές εξελίξεις. Οι περιοδικές εκθέσεις τυγχάνουν ευρείας προβολής και παρουσίας.*

4. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και η δημιουργία του Μουσείου Ακρόπολης έχει συμβάλλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον τοπικό πληθυσμό και τους ξένους επισκέπτες και πιθανά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Μουσείου. Πιστεύετε ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει καλύτερα αυτή η ενότητα; Βλέπετε ελλείψεις σε συγκεκριμένους τομείς πχ σε ζητήματα υποδομών, διαχείρισης επισκεπτών κλπ;

*Δεν παρατηρώ ελλείψεις. Τα στατιστικά στοιχεία από μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί αποδεικνύουν την ικανοποίηση των επισκεπτών. Ωστόσο, θα πρέπει να πραγματοποιηθούν δράσεις από το Δήμο Αθηναίων και τον Εμπορικό Σύλλογο Αθηνών για να αποδειχθεί ο βαθμός της συνολικής ικανοποίησης των επισκεπτών.*

5. Πιστεύετε ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης (Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) έχει συμβάλλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες; Πιστεύετε ότι αποτελεί για αυτούς επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο και την περιοχή του ιστορικού κέντρου ή ότι υποβαθμίζει τον χαρακτήρα της περιοχής οπότε και χρειάζεται να υπόκειται σε συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης;

*Η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων έχει συμβάλλει οπωσδήποτε στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες. Ένας επισκέπτης θέλει να υπάρχουν βασικές υποδομές εστίασης και αναψυχής. Είναι αναγκαίο να βελτιωθούν οι προσφερόμενες υπηρεσίες και τα προσφερόμενα τουριστικά ελληνικά προϊόντα. Στην παρούσα φάση, τα καταστήματα δεν υποβαθμίζουν τον χαρακτήρα της περιοχής. Παρόλα αυτά ίσως χρειάζεται να γίνει κάποια βελτίωση, που αφορά στην οπτική εικόνα των καταστημάτων (στις όψεις τους).*

**Συνέντευξη 7<sup>η</sup>**

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού" του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Επωνυμία φορέα: ΠΛΕΙΑΣ

Στοιχεία ερωτώμενου: Διαμαντόπουλος Δημήτρης, Αρχιτέκτων Μηχανικός

Θέση ερωτώμενου: Μελέτη-υλοποίηση της πεζοδρόμησης των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου

1. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής γενικότερα;

*Οτιδήποτε ανασυγκροτεί και αναδεικνύει την ταυτότητα ενός τόπου και συμβάλλει στην «ακτινοβολία» και επισκεψιμότητά του. Το Μουσείο της Ακρόπολης και η αναβάθμιση του ευρύτερου περιβάλλοντος του αρχαιολογικού χώρου της Αθήνας προβάλλει την ταυτότητα της Αθήνας με δυναμικό τρόπο και αναδεικνύει την εικόνα του Μουσείου. Η πόλη πουλάει, προβάλλει τον εαυτό της με μεγαλύτερη αξιοπρέπεια. Η πόλη της Αθήνας έχασε διαχρονικά την ταυτότητα της (κοινωνικές δομές, αυθεντικότητα). Έπαψε να ασκεί ελκυστικότητα με βάση την ταυτότητα της. Έχοντας υποστεί μια απίστευτη καταστροφή τον 20<sup>ο</sup> αιώνα, τον 21<sup>ο</sup> αιώνα ανασυγκροτείται. Δεν θεωρώ ότι η θέση επιλογής οικοδόμησης του Μουσείου ήταν η καλύτερη, αλλά είναι σε οπτική επαφή με τον ιερό βράχο της Ακρόπολης. Είναι βέβαιο ότι το Μουσείο της Ακρόπολης συνέβαλε διαχρονικά στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής.*

2. Θεωρείτε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου;

*Πιστεύω ότι η οικονομική κρίση δε διαδράματισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου.*

3. Πιστεύετε ότι υπάρχουν ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου της Ακρόπολης; Έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και σε ποιους τομείς βλέπετε να δομείται αυτή η ανάπτυξη;

*Το Μουσείο της Ακρόπολης σίγουρα έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης.*

4. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και η δημιουργία του Μουσείου Ακρόπολης έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον τοπικό πληθυσμό και τους ξένους επισκέπτες και πιθανά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Μουσείου. Πιστεύετε ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει καλύτερα αυτή η ενότητα; Βλέπετε ελλείψεις σε συγκεκριμένους τομείς πχ σε ζητήματα υποδομών, διαχείρισης επισκεπτών κλπ;

*Ο «μεγάλος περίπατος» έδωσε τη δυνατότητα στους κατοίκους της περιοχής και τους τουρίστες να περπατήσουν σε μια έκταση 1600 m. Αν το έργο πεζοδρόμησης συνέχιζε στην Ακαδημία Πλάτωνος, στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο θα ήταν συναρπαστικό για την Αθήνα και τους κατοίκους της. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας και η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου «ζωντάνεψε» το ιστορικό κέντρο της πρωτεύουσας, το οποίο έγινε κατ' επέκταση ένας προορισμός για να μπορεί ο επισκέπτης να πραγματοποιήσει πολλές διαφορετικές εμπειρίες-επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία και πολιτιστικά ιδρύματα (Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, Κέντρο Πολιτισμού Σταύρος Νιάρχος). Ο τοπικός πληθυσμός «απολαμβάνει» περισσότερο τον «μεγάλο περίπατο». Ωστόσο, κάποιιοι που ζουν στην περιοχή μπορεί να ενοχλούνται. Δεν υπήρχε αντίστοιχος τόπος, ο οποίος να έχει αναφορά στους αρχαιολογικούς χώρους. Σε αυτόν τον τόπο έχουν συμβεί τα σημαντικότερα γεγονότα της Ευρώπης. Όσον αφορά το έργο πεζοδρόμησης των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου θα πρέπει να υλοποιηθεί πλήρως. Πρέπει ακόμα να υλοποιηθεί σύνδεση μεταξύ των μουσείων της Αθήνας (Μουσείο Ακρόπολης, Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο και Βυζαντινό Μουσείο). Ακόμα είναι αναγκαίο να δημιουργηθούν διαδρομές πεζών για να «ζωντανέψει» ξανά το κέντρο της Αθήνας και γενικότερα η πόλη.*

5. Πιστεύετε ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης (Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες; Πιστεύετε ότι αποτελεί για αυτούς επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο και την περιοχή του ιστορικού κέντρου ή ότι υποβαθμίζει τον χαρακτήρα της περιοχής οπότε και χρειάζεται να υπόκειται σε συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης;

*Ένας τρόπος είναι «κακό» να αποκτά μονοσήμαντη λειτουργία. Πρέπει οπωσδήποτε να υπάρχουν κανόνες και περιορισμοί ως προς τη δόμηση και τον αριθμό των καταστημάτων. Από την οδό Μακρυγιάννη έως τη Διονυσίου Αρεοπαγίτου θα πρέπει να υπάρχει σίγουρα περιορισμός στον αριθμό καταστημάτων. Οι χρήσεις των καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος πρέπει να υπόκεινται σε ποσοτικά όρια. Ακόμα, είναι αναγκαίο να υπάρχει γύρω από το Μουσείο μια μίξη-ένας συνδυασμός λειτουργιών (βιβλιοπωλείο-καφέ, γκαλερί, χώροι εκθέσεων), που δε θα παρέχουν στους επισκέπτες μονοσήμαντες πληροφορίες.*

**Συνέντευξη 8<sup>η</sup>**

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού" του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Επωνυμία φορέα: **Σωματείο Διπλωματούχων Ξεναγών**

Στοιχεία ερωτώμενου: **Θεωνά Σοφία**

Θέση ερωτώμενου: **Διπλωματούχος Ξεναγός**

1. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής γενικότερα;

*Η τουριστική ανάπτυξη της Αθήνας σίγουρα αυξήθηκε σε σχέση με τους Έλληνες επισκέπτες από το 2009, που άνοιξε το νέο Μουσείο. Με το που άνοιξε το Μουσείο όλη η Ελλάδα εντυπωσιασμένη από την προβολή, αλλά και την ιδιαιτερότητα του Μουσείου θέλησε να το επισκεφτεί και μάλιστα με ξεναγό. Δημιουργήθηκε ένα παραλήρημα τα πρώτα χρόνια 2009 έως το 2012. Οι πάντες ήθελαν να επισκεφτούν το Μουσείο της Ακρόπολης. Σίγουρα ήρθαν Έλληνες τουρίστες, που δεν θα είχαν έρθει αν δεν υπήρχε το Μουσείο. Οι ξένοι θα επισκεπτόντουσαν την Αθήνα και χωρίς την ύπαρξη του Μουσείου, για τον λόγο ότι η Αθήνα ως τουριστικός προορισμός προσφέρει πολλές τουριστικές υπηρεσίες και τουριστικά προϊόντα. Αξίζει όμως να αναφέρουμε ότι το Μουσείο της Ακρόπολης προβλήθηκε από το κράτος και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης όσο κανένα άλλο μουσείο στην Ελλάδα και εις βάρος άλλων μουσείων της πρωτεύουσας (Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, Βυζαντινό Μουσείο, Μουσείο Κυκλαδίτικης Τέχνης, Μουσείο Μπενάκη).*

2. Θεωρείτε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου;

*Δεν επηρεάστηκε καθόλου η επισκεψιμότητα του Μουσείου από την παγκόσμια οικονομική κρίση. Τα πρώτα τρία χρόνια της λειτουργίας του είχε πολλή μεγάλη επισκεψιμότητα. Οι Έλληνες πολίτες που δεν είχαν επισκεφτεί ποτέ στη ζωή τους μουσείο επισκέφθηκαν το Μουσείο της Ακρόπολης. Ακόμα, οι ίδιοι κατάλαβαν ότι ένας ξεναγός είναι απαραίτητος για την ξενάγησή τους.*

3. Πιστεύετε ότι υπάρχουν ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου της Ακρόπολης; Έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και σε ποιους τομείς βλέπετε να δομείται αυτή η ανάπτυξη;

*Το Μουσείο είναι «τυχερό» γιατί βρίσκεται σε εκείνη την πλευρά της Αθήνας. Δεν υπάρχουν ζητήματα που να εμποδίζουν την ανάπτυξή του. Όλα λειτουργούν υπέρ της ανάπτυξης του Μουσείου. Σε επίπεδο χωροθέτησης η τοποθεσία του Μουσείου διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξή του. Ένα ζήτημα που χρήζει επίλυσης είναι αυτό της προσωρινής ή μόνιμης στάθμευσης των τουριστικών λεωφορείων.*

4. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και η δημιουργία του Μουσείου Ακρόπολης έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον τοπικό πληθυσμό και τους ξένους επισκέπτες και πιθανά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Μουσείου. Πιστεύετε ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει καλύτερα αυτή η ενότητα; Βλέπετε ελλείψεις σε συγκεκριμένους τομείς πχ σε ζητήματα υποδομών, διαχείρισης επισκεπτών κλπ;

*Το έργο της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας δημιούργησε μια μεγάλη απόσταση μεταξύ της Αρχαίας Αγοράς και του Μουσείου της Ακρόπολης. Η πεζοδρόμηση δημιούργησε την αίσθηση της ένωσης της περιοχής του Κεραμεικού με την τοποθεσία της Αρχαίας Αγοράς. Αν μελλοντικά πεζοδρομηθούν και άλλες οδοί (Βασιλίσσης Ολγας και Λεωφόρος Αμαλίας) θα υπάρξει μεγαλύτερο πρόβλημα αναφορικά με την προσωρινή στάθμευση των τουριστικών λεωφορείων στην περιοχή του Μουσείου. Στη μελέτη πεζοδρόμησης των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου δε μελετήθηκαν*



*θέματα πρόσβασης των τουριστικών λεωφορείων στο σημείο του Μουσείου της Ακρόπολης.*

5. Πιστεύετε ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης (Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες; Πιστεύετε ότι αποτελεί για αυτούς επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο και την περιοχή του ιστορικού κέντρου ή ότι υποβαθμίζει τον χαρακτήρα της περιοχής οπότε και χρειάζεται να υπόκειται σε συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης;

*Σίγουρα η ενθάρρυνση εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος συνέβαλε στη βελτίωση της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες. Αποτελεί για αυτούς ένα επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο. Ωστόσο, αυτό δε σημαίνει ότι αν υπήρχαν στην περιοχή του Μουσείου λιγότερα καταστήματα θα σημειώνονταν μικρότερη επισκεψιμότητα τουριστών στο Μουσείο. Στα υπάρχοντα καταστήματα υπάρχουν ήδη περιορισμοί δόμησης. Στη Διονυσίου Αρεοπαγίτου υπάρχουν λίγα καταστήματα. Στη Μακρυγιάννη τα καταστήματα είναι περισσότερα και αφορούν την εστίαση. Ακόμα και οι πλανόδιοι πωλητές αποτελούν στοιχείο “couleur locale” της Αθήνας. Είναι βέβαιο ότι η ύπαρξη του Μουσείου σε συνδυασμό με τα καταστήματα τουριστικών ειδών και εστίασης συνέβαλε στην αναγέννηση της περιοχής της Ακρόπολης, καθώς προσέλκυσε ορδές επισκεπτών διαχρονικά. Η περιοχή που βρίσκεται το Μουσείο της Ακρόπολης, το Κουκάκι, αναβαθμίστηκε και αποτελεί πλέον έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς ενοικίασης κατοικιών παγκοσμίως, που πραγματοποιούνται μέσω της πλατφόρμας airbnb.*

**Συνέντευξη 9<sup>η</sup>**

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού" του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Επωνυμία φορέα: **Εφορεία Αρχαιοτήτων Αθηνών**

Στοιχεία ερωτώμενου: **Σταμούδη Κατερίνα, Αρχαιολόγος**

Θέση ερωτώμενου: **Υπάλληλος**

1. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής γενικότερα;

*Θεωρώ πως η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής είναι πολύ σημαντική, καθώς έφερε σε άμεση επαφή το ευρύ κοινό με τις αρχαιότητες της Ακρόπολης και με άλλες αρχαιότητες από άλλες περιοδικές εκθέσεις.*

2. Θεωρείτε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου;

*Η τουριστική και οικονομική ανάπτυξη δεν επηρεάστηκε από την οικονομική κρίση, με δεδομένο ότι οι επισκέπτες είναι κυρίως από χώρες του εξωτερικού με υψηλό μορφωτικό και βιοτικό επίπεδο.*

3. Πιστεύετε ότι υπάρχουν ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου της Ακρόπολης; Έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και σε ποιους τομείς βλέπετε να δομείται αυτή η ανάπτυξη;

*Υπάρχουν κυκλοφοριακά ζητήματα που πρέπει να λυθούν και τα οποία δημιουργήθηκαν λόγω της πεζοδρόμησης των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου στο*

πλαίσιο του έργου της εταιρείας Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων της Αθήνας (ΕΑΧΑ). Αξιίζει να αναφέρουμε ότι προβλέπεται η διαμόρφωση του χώρου της ανασκαφής στο υπόγειο τμήμα του Μουσείου της Ακρόπολης. Έχει κατατεθεί σχετική μελέτη στις αρμόδιες υπηρεσίες του Υπουργείου Πολιτισμού εντός του 2017 και ο σκοπός του έργου είναι ο υπόγειος αρχαιολογικός χώρος του Μουσείου να γίνει επισκέψιμος.

4. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και η δημιουργία του Μουσείου Ακρόπολης έχει συμβάλλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον τοπικό πληθυσμό και τους ξένους επισκέπτες και πιθανά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Μουσείου. Πιστεύετε ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει καλύτερα αυτή η ενότητα; Βλέπετε ελλείψεις σε συγκεκριμένους τομείς πχ σε ζητήματα υποδομών, διαχείρισης επισκεπτών κλπ;

*Η εταιρεία Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων Αθήνας (ΕΑΧΑ) έχει βοηθήσει στην ευαισθητοποίηση του τοπικού πληθυσμού, όχι μόνο ως προς την πολιτιστική κληρονομιά, αλλά και ως προς το φυσικό περιβάλλον (επισκέψεις, περίπατοι, υπαίθριες εκθέσεις).*

5. Πιστεύετε ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης (Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) έχει συμβάλλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες; Πιστεύετε ότι αποτελεί για αυτούς επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο και την περιοχή του ιστορικού κέντρου ή ότι υποβαθμίζει τον χαρακτήρα της περιοχής οπότε και χρειάζεται να υπόκειται σε συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης;

*Οπωσδήποτε έχει προωθηθεί η ανάπτυξη καταστημάτων τουριστικού ενδιαφέροντος σε συνάρτηση βέβαια με την κρίση και τα ψηλά ενοίκια που υπάρχουν στην περιοχή Μακρυγιάννη. Η ανάπτυξη καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος υπόκεινται σε περιορισμούς δόμησης, επειδή η περιοχή βρίσκεται εντός του κηρυγμένου αρχαιολογικού χώρου της πόλης των Αθηνών. Η γύρω περιοχή (Κουκακίου, Φιλοπάππου) βρίσκεται εντός ζώνης υψών, αλλά το ίδιο το Μουσείο αποτέλεσε ανασταλτικό παράγοντα για την προσπάθεια μείωσης υψών σε νέες οικοδομές (από τη ζώνη της οδού Μακρυγιάννη μέχρι*

*την οδό Συγγρού και τη Λεωφόρο Αμαλίας), οπότε δεν κατέστη δυνατό, παρόλο που κινήθηκε η υπόθεση στην UNESCO για την προστασία του περιβάλλοντος της Ακρόπολης, να προωθηθεί η αναβάθμιση της περιοχής ως προς την κλιμάκωση υψών.*

**Συνέντευξη 10<sup>η</sup>**

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού" του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Επωνυμία φορέα: **Υπουργείο Πολιτισμού**

Στοιχεία ερωτώμενου: **Λεφαντζής Μιχάλης, Αρχιτέκτων Μηχανικός**

Θέση ερωτώμενου: **Διεύθυνση Αναστήλωσης Αρχαίων Μνημείων, Υπεύθυνος Έργου Τύμβου Καστά Αμφίπολης**

1. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και την Περιφερειακή ενότητα Αττικής γενικότερα;

*Θεωρώ ότι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης είναι πολύ σημαντική στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και την Περιφερειακή ενότητα Αττικής.*

2. Θεωρείτε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου;

*Η οικονομική κρίση δε διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου, ίσως σε μικρό βαθμό.*

3. Πιστεύετε ότι υπάρχουν ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου της Ακρόπολης; Έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και σε ποιους τομείς βλέπετε να δομείται αυτή η ανάπτυξη;

*Με τις περιοδικές εκθέσεις επιτυγχάνεται μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στο Μουσείο. Δεν υπάρχουν ζητήματα που να εμποδίζουν την ανάπτυξή του. Θα πρέπει ωστόσο να διαμορφωθεί ένα πλαίσιο επικοινωνιακής προβολής και διαχείρισης και να συνεργάζεται*

*το μουσείο με πανεπιστημιακά ιδρύματα παγκοσμίως και να διαμορφωθεί ένα εκπαιδευτικό πλαίσιο με βασικό άξονα την έρευνα. Το Μουσείο πρέπει να αποκτήσει ένα εφάμιλλο ερευνητικό τμήμα με παγκόσμια εμβέλεια.*

4. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και η δημιουργία του Μουσείου Ακρόπολης έχει συμβάλλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον τοπικό πληθυσμό και τους ξένους επισκέπτες και πιθανά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Μουσείου. Πιστεύετε ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει καλύτερα αυτή η ενότητα; Βλέπετε ελλείψεις σε συγκεκριμένους τομείς πχ σε ζητήματα υποδομών, διαχείρισης επισκεπτών κλπ;

*Θα πρέπει να λυθεί το ζήτημα της προσωρινής ή μόνιμης στάθμευσης των τουριστικών λεωφορείων. Σε ζητήματα υποδομών, το Μουσείο της Ακρόπολης διαθέτει τις καλύτερες υποδομές, που θα μπορούσε να διαθέτει ένα Μουσείο.*

5. Πιστεύετε ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης (Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) έχει συμβάλλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες; Πιστεύετε ότι αποτελεί για αυτούς επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο και την περιοχή του ιστορικού κέντρου ή ότι υποβαθμίζει τον χαρακτήρα της περιοχής οπότε και χρειάζεται να υπόκειται σε συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης;

*Η ανάπτυξη της εμπορικής ζώνης καταστημάτων σίγουρα συνέβαλε στη βελτίωση της αντίληψη της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες. Σήμερα, η οδός Μακρυγιάννη έχει ένα «μελίσι» υγειονομικού χαρακτήρα. Τα τραπεζοκαθίσματα σε όλη την περιοχή, ενώ είναι παράνομα, συνεχίζουν να υπάρχουν επειδή καταβάλλουν τα πρόστιμα με μεγάλη ευκολία, λόγω του μικρού τους κόστους Το σύστημα αναψυχής είναι εκτός ελέγχου, αλλά οι προσφερόμενες υπηρεσίες της περιοχής είναι παραλειπόμενες του*

*Μουσείον. Τα καταστήματα λειτουργούν συμπληρωματικά με το Μουσείο. Είναι βέβαιο πως πρέπει να περιοριστεί ο αριθμός και οι χρήσεις των υφισταμένων καταστημάτων.*

**Συνέντευξη ΙΙ"**

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού" του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Επωνυμία φορέα: **Εταιρεία Ενοποίησης Αρχαιολογικών Χώρων Αθήνας**

Στοιχεία ερωτώμενου: **Ρωμανός Αριστείδης, Αρχιτέκτων Μηχανικός-Πολεοδόμος**

Θέση ερωτώμενου: **Τεχνικός Διευθυντής**

1. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής γενικότερα;

*Σίγουρα είναι σημαντική η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφέρειας Αττικής.*

2. Θεωρείτε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου;

*Η οικονομική κρίση σίγουρα θα επηρέασε κάποιους Έλληνες πολίτες, που προέρχονται από χαμηλά οικονομικά στρώματα αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο της Ακρόπολης. Η οικονομική κρίση δεν επέδρασε αρνητικά στην επιλογή των ξένων τουριστών να επισκεφτούν το Μουσείο της Ακρόπολης.*

3. Πιστεύετε ότι υπάρχουν ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου της Ακρόπολης; Έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και σε ποιους τομείς βλέπετε να δομείται αυτή η ανάπτυξη;

*Το μόνο ζήτημα που χρήζει επίλυσης είναι το ζήτημα της προσωρινής ή μόνιμης στάθμευσης των τουριστικών λεωφορείων. Σήμερα τα λεωφορεία παρκάρουν προσωρινά στη συμβολή των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Ροβέρτου Γκάλι, εμποδίζοντας την*



κυκλοφορία. Το συγκεκριμένο ζήτημα δε φαίνεται ωστόσο να επιδρά στην ανάπτυξη του Μουσείου (την επισκεψιμότητά του).

4. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και η δημιουργία του Μουσείου Ακρόπολης έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον τοπικό πληθυσμό και τους ξένους επισκέπτες και πιθανά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Μουσείου. Πιστεύετε ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει καλύτερα αυτή η ενότητα; Βλέπετε ελλείψεις σε συγκεκριμένους τομείς πχ σε ζητήματα υποδομών, διαχείρισης επισκεπτών κλπ;

*Σίγουρα το έργο της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας και της πεζοδρόμησης των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου, καθώς και η δημιουργία του Μουσείου της Ακρόπολης έχει συμβάλει θετικά στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους ντόπιους και ξένους επισκέπτες. Το μόνο ζήτημα που χρήζει επίλυσης είναι το ζήτημα της στάθμευσης των τουριστικών λεωφορείων και ο τρόπος διακίνησης των τουριστών με τα τουριστικά λεωφορεία.*

5. Πιστεύετε ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης (Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες; Πιστεύετε ότι αποτελεί για αυτούς επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο και την περιοχή του ιστορικού κέντρου ή ότι υποβαθμίζει τον χαρακτήρα της περιοχής οπότε και χρειάζεται να υπόκειται σε συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης;

*Τα καταστήματα αποτελούν για τους επισκέπτες συμπληρωματική επίσκεψη αναφορικά με την επίσκεψή τους στο Μουσείο της Ακρόπολης. Εφόσον το φαγητό είναι η κουλτούρα ενός λαού, δεν θεωρώ ότι υποβιβάζουν τον χαρακτήρα της περιοχής. Είναι απαραίτητο βέβαια να υπάρχει πάντα σε ανάλογες περιπτώσεις περιορισμός ως προς τον αριθμό και τη χρήση των καταστημάτων γύρω από ένα μουσείο. Σίγουρα δεν πρέπει ο αριθμός των καταστημάτων στην οδό Διονυσίου Αρεοπαγίτου να είναι ο ίδιος με αυτόν της οδού*

*Αποστόλου Παύλου. Η συγκεκριμένη ανάπτυξη της εμπορικής ζώνης καταστημάτων στις οδούς Μακρυγιάννη και Αποστόλου Παύλου είναι κατάλληλη.*

**Συνέντευξη 12"**

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού" του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Επωνυμία φορέα: **Εφορεία Αρχαιοτήτων Αθηνών**

Στοιχεία ερωτώμενου: **Κοντοπανάγου Μαριλένα**

Θέση ερωτώμενου: **Αρχαιολόγος Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού,**

**Υποψήφια διδάκτωρ Προϊστορικής Αρχαιολογίας στο Πανεπιστήμιο**

**Πελοποννήσου**

1. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής γενικότερα;

*Θεωρώ ότι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής είναι πολύ σημαντική, όπως προκύπτει εξάλλου από τον αριθμό των επισκεπτών.*

2. Θεωρείτε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου;

*Θεωρώ ότι η οικονομική κρίση δε διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου.*

3. Πιστεύετε ότι υπάρχουν ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου της Ακρόπολης; Έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και σε ποιους τομείς βλέπετε να δομείται αυτή η ανάπτυξη;

*Δε μπορώ να φανταστώ ζητήματα, που να εμποδίζουν την ανάπτυξη εκτός από τη γενική πολιτική και οικονομική κατάσταση της χώρας. Η πιθανή ανάπτυξη σχετίζεται*

ενδεχομένως με την προβολή των εκθεμάτων και των δραστηριοτήτων του Μουσείου και την προσέλκυση δράσεων με άλλους φορείς.

4. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και η δημιουργία του Μουσείου Ακρόπολης έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον τοπικό πληθυσμό και τους ξένους επισκέπτες και πιθανά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Μουσείου. Πιστεύετε ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει καλύτερα αυτή η ενότητα; Βλέπετε ελλείψεις σε συγκεκριμένους τομείς πχ σε ζητήματα υποδομών, διαχείρισης επισκεπτών κλπ;

*Ναι, πιστεύω ότι έχουν συμβάλει θετικά στην αντίληψη της πόλης γενικά για τον ελληνικό πληθυσμό εντός και εκτός Αττικής. Οι ελλείψεις σχετικά με όλη την περιοχή του ιστορικού τριγώνου σχετίζονται με την κακή λειτουργία των υπηρεσιών του Δήμου Αθηναίων, όπου ανήκει το Μουσείο, και στην απουσία υλικοτεχνικών υποδομών για την εξυπηρέτηση και ενημέρωση του μεγάλου αριθμού των επισκεπτών. Η φύλαξη και συντήρηση των χώρων είναι σημαντικός παράγοντας.*

5. Πιστεύετε ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης (Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες; Πιστεύετε ότι αποτελεί για αυτούς επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο και την περιοχή του ιστορικού κέντρου ή ότι υποβαθμίζει τον χαρακτήρα της περιοχής οπότε και χρειάζεται να υπόκειται σε συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης;

*Ναι, πιστεύω ότι έχουν συμβάλει θετικά στην αντίληψη της πόλης γενικά για τον ελληνικό πληθυσμό. Πιστεύω ότι για τους ξένους επισκέπτες είναι βολικό να υπάρχουν αυτά τα καταστήματα γύρω από το Μουσείο. Η ανάπτυξη πρέπει να αποβλέπει σε υψηλού επιπέδου υπηρεσίες, ενδεχομένως και εναλλακτικού χαρακτήρα. Όμως πιστεύω ότι επιβάλλεται να προστατευθεί με αυστηρούς όρους η περιοχή ώστε να μη χάσει τον ιδιαίτερο χαρακτήρα της.*

**Συνέντευξη 13<sup>η</sup>**

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού" του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Επωνυμία φορέα: **ΥΜΕΠΕΡΑΑ / Τομέας Περιβάλλοντος**

Στοιχεία ερωτώμενου: **Σουργιάδάκης Φίλιος, Αρχιτέκτων Μηχανικός**

Θέση ερωτώμενου: **Μονάδα ΑΠ**

1. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής γενικότερα;

*Πολύ σημαντική γιατί για την επίσκεψη του παρατείνεται ο χρόνος παραμονής στην Αθήνα των περισσότερων τουριστών που τη επισκέπτονται, με όλα τα θετικά που προκύπτουν από αυτήν την έξτρα παραμονή στην πόλη.*

2. Θεωρείτε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου;

*Όχι. Οι επισκέπτες του Μουσείου είναι κατά κύριο λόγο επισκέπτες μέσου και άνω εισοδήματος.*

3. Πιστεύετε ότι υπάρχουν ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου της Ακρόπολης; Έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και σε ποιους τομείς βλέπετε να δομείται αυτή η ανάπτυξη;

*Χωρικά κυρίως λόγω μη επαρκούς διαθέσιμου περιβάλλοντος χώρου που απαιτεί υψηλό κόστους απαλλοτριώσεις. Οι δυνατότητες ανάπτυξης που έχει είναι τόσο σε χώρους έκθεσης όσο και σε χώρους εκδηλώσεων, σεμιναρίων, παρουσιάσεων.*

4. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και η δημιουργία του Μουσείου Ακρόπολης έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον τοπικό πληθυσμό και τους ξένους επισκέπτες και πιθανά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Μουσείου. Πιστεύετε ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει καλύτερα αυτή η ενότητα; Βλέπετε ελλείψεις σε συγκεκριμένους τομείς πχ σε ζητήματα υποδομών, διαχείρισης επισκεπτών κλπ;

*Η συνέχιση και κυκλική ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων σε έναν συνεχή ροής και κυκλοφορίας κυρίως με πεζοδρόμους και ποδηλατοδρόμους επιβάλλεται να γίνει και να ολοκληρωθούν οι υποδομές που έως σήμερα είναι ελλιπείς, για την ολοκληρωμένη και συνολική βελτίωση του κέντρου και την αξιοποίηση όλων εί δυνατόν των τουριστικών πόλων έλξης της Αθήνας, συμπεριλαμβανομένου και του Μουσείου. Η διαχείριση των επισκεπτών μπορεί να αναπτυχθεί και συντονιστεί με στρατηγικό σχεδιασμό και να υλοποιηθεί κεντρικά από τον Δήμο Αθηναίων και ειδικότερα από την Εταιρεία Ανάπτυξης και Τουριστικής Προβολής Αθηνών.*

5. Πιστεύετε ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης (Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες; Πιστεύετε ότι αποτελεί για αυτούς επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο και την περιοχή του ιστορικού κέντρου ή ότι υποβαθμίζει τον χαρακτήρα της περιοχής οπότε και χρειάζεται να υπόκειται σε συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης;

*Ναι έχει συμβάλει, όμως απαιτείται η μελετημένη ζώνωση και μελετημένη σωστά κατανομή των χρήσεων και της δόμησης στην κάθε περιοχή βασιζόμενη στην υπάρχουσα κατάσταση, στις τάσεις χρήσεις που επικρατούν και τις πιθανές μελλοντικές νέες χρήσεις και στην φέρουσα ικανότητα της κάθε ζώνης/περιοχής, ώστε να μην χαθεί η ποιότητα στην εμπειρία του επισκέπτη στον βωμό της ποσότητας. Τον ίδιο ρόλο παίζει και η τήρηση υψηλών στάνταρτς και συνεχής επιτήρηση για την διατήρηση σε υψηλό επίπεδο τόσο στην παροχή υπηρεσιών όσο και στην ποιότητα των κτιριακών υποδομών και σε ένα καθαρό, τακτοποιημένο περιβάλλοντα χώρο.*

**Συνέντευξη 14<sup>η</sup>**

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού" του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Επωνυμία φορέα: **Εφορεία Αρχαιοτήτων Αθηνών**

Στοιχεία ερωτώμενου: **Βλαχάκη Άννα**

Θέση ερωτώμενου: **Αρχαιολόγος**

1. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στην τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Αθηναίων και της Περιφερειακής ενότητας Αττικής γενικότερα;

*Είναι αρκετά σημαντική καθώς λόγω προβολής του Μουσείου υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον στην επισκεψιμότητα της πόλης -σε συνδυασμό πάντα με άλλους παράγοντες.*

2. Θεωρείτε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην επισκεψιμότητα του Μουσείου;

*Διαδραμάτισε θετικό ρόλο καθώς υπάρχει μεγαλύτερη ροή τουριστών στην Ελλάδα λόγω χαμηλού κόστους στις παροχές.*

3. Πιστεύετε ότι υπάρχουν ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του Μουσείου της Ακρόπολης; Έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και σε ποιους τομείς βλέπετε να δομείται αυτή η ανάπτυξη;

*Σαφώς και υπάρχουν θέματα στα οποία χρειάζεται βελτίωση το μουσείο αλλά λόγω θέσης δεν είμαι η κατάλληλη να απαντήσω.*

4., 5. Η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου και η δημιουργία του Μουσείου Ακρόπολης έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τον τοπικό πληθυσμό και τους ξένους επισκέπτες και πιθανά στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Μουσείου. Πιστεύετε ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει καλύτερα αυτή η ενότητα; Βλέπετε ελλείψεις σε συγκεκριμένους τομείς πχ σε ζητήματα υποδομών, διαχείρισης επισκεπτών κλπ; Πιστεύετε ότι η ενθάρρυνση της ανάπτυξης εμπορικής ζώνης καταστημάτων με τουριστικά είδη και καταστημάτων εστίασης στην ευρύτερη περιοχή του Μουσείου της Ακρόπολης (Πλάκα, Θησείο, Μοναστηράκι) έχει συμβάλει στη βελτίωση της αντίληψης της εικόνας της πόλης για τους εγχώριους και ξένους επισκέπτες; Πιστεύετε ότι αποτελεί για αυτούς επιπρόσθετο κίνητρο αναφορικά με την επιλογή τους να επισκεφτούν το Μουσείο και την περιοχή του ιστορικού κέντρου ή ότι υποβαθμίζει τον χαρακτήρα της περιοχής οπότε και χρειάζεται να υπόκειται σε συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης;

*Οι αλλαγές που πρέπει να γίνουν είναι στα πλαίσια προστασίας του γύρω χώρου από όλες τις οχληρές δραστηριότητες καθώς και από την άναρχη εξάπλωση των καταστημάτων και άλλων μικροεμπόρων. Θα μπορούσε να έχει πολύ καλύτερη εξέλιξη η περιοχή από αυτήν που έχει τώρα.*



## Δ. Απαντήσεις φορέων σχετικά με την παραχώρηση συνεντεύξεων

### Μουσείο Ακρόπολης

#### Acropolis Museum Info

προς Εμένα ▾

Κα Χατζηκυριάκου Φωτεινή,

Ευχαριστούμε για το ενδιαφέρον σας στο Μουσείο Ακρόπολης.

Σας ενημερώνουμε ότι το Μουσείο λαμβάνει καθημερινά μεγάλο αριθμό αιτημάτων από φοιτητές που εκπονούν εργασίες σχετικά με τη λειτουργία του Μουσείου. Δυστυχώς, το περιορισμένο σε αριθμό προσωπικό του Μουσείου δεν είναι διαθέσιμο να απαντήσει συγκεκριμένα στα ερωτήματα της έρευνας που διεξάγετε.

Για το σκοπό αυτό, κατευθύνουμε κάθε ενδιαφερόμενο στον ιστότοπο του Μουσείου. Πιο συγκεκριμένα, σας προτείνουμε να συμβουλευτείτε την ετήσια αναφορά με στατιστικά στοιχεία επισκεψιμότητας και πληροφορίες για τα προγράμματα του Μουσείου:

<http://www.theacropolismuseum.gr/el/content/etisios-apologismos>

Με εκτίμηση,

Η Διοίκηση του Μουσείου

\*\*\*

Τμήμα Επικοινωνίας & Προβολής Μουσείου Ακρόπολης  
Communications & Promotion - Acropolis Museum  
Tel.: [+30 210 9000960](tel:+302109000960)

### Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ)

Aris Ikkos - INSETE <[ikkos@insete.gr](mailto:ikkos@insete.gr)>

προς Εμένα, INSETE ▾

Κυρία Χατζηκυριάκου,

Δεν διαθέτουμε στοιχεία για την συμβολή του Μουσείου της Ακρόπολης στον τουρισμό της Αθήνας.

Ευχαριστούμε για το ενδιαφέρον σας.

Με εκτίμηση

Άρης Ίκκος

**Dr. Aris Ikkos, ISHC**  
**Research Director**

Email: [ikkos@insete.gr](mailto:ikkos@insete.gr)

Mobile: [+30 694 247 4480](tel:+306942474480)



34, Amalias Avenue - 105 58 Athens - Greece

Tel: [+30 210 324 4368](tel:+302103244368)

Web: [www.insete.gr](http://www.insete.gr)