

ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΓΟΥ:

"CRESCENT"

Center for Regional Social and Cultural  
Entrepreneurship in Tourism

«Οργάνωση και λειτουργία βιώσιμης κοινωνικής επιχείρησης από ένωση νέων, με σκοπό την ολοκληρωμένη αξιοποίηση και προβολή του πολιτισμικού και περιβαλλοντικού πλούτου της Περιφέρειας Πελοποννήσου»

ΟΔΗΓΟΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ, ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΟΠΙΚΩΝ  
ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ, ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ  
ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ-ΤΟΠΙΚΩΝ ΕΟΡΤΩΝ

ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΣΥΜΠΡΑΞΗ:

Α.Σ. : ΚΑΛΕΙΔΟΣΚΟΠΙΟ

ΕΤΑΙΡΟΙ:

ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΙΑΚΟ ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ

ΚΕΚ ΔΙΑΣΤΑΣΗ

ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ - ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ

ΑΝΕΣΤΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ  
ΓΑΡΓΑΛΙΑΝΟΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ  
ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΣ ΚΑΝΕΛΛΟΣ  
ΡΗΓΑΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

---

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	8
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	9
Ορισμός των μουσείων	9
Καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης στα λαογραφικά μουσεία της Πελοποννήσου	10
Σύγχρονες τάσεις για το ρόλο και τη λειτουργία των μουσείων	12
Εφαρμογές αρχών οργάνωσης και διαχείρισης	12
Σκοπός του οδηγού	13
Μεθοδολογία υλοποίησης	14
Δομή του Οδηγού	15
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:</b>	
<b>Στοιχεία οργάνωσης λαογραφικών μουσείων και συλλογών</b>	<b>16</b>
1.1 Εισαγωγή	16
1.2 Γενικό πλαίσιο λειτουργίας	17
1.3 Κτιριακές εγκαταστάσεις	17
1.3.1 Έκθεση των αντικειμένων	18
1.3.2 Ασφάλεια των αντικειμένων	19
1.3.3 Προστασία των αντικειμένων από τη φωτιά	20

1.3.4	Στελέχωση και εκπαίδευση του προσωπικού	20
1.4	Δημιουργία, οργάνωση και έκθεση συλλογών	21
1.5	Προσέγγιση του κοινού από το μουσείο	22
1.5.1.	Διευκολύνσεις για ΑΜΕΑ	24
1.6	Επίλογος	24
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:</b>		
<b>Αναβάθμιση της διδακτικής αξίας των λαογραφικών μουσείων και σύνδεσή τους με την κοινωνία</b>		
2.1	Εισαγωγή	25
2.2	Εκπαιδευτικά προγράμματα των λαογραφικών μουσείων	25
2.2.1	Τύποι εκπαιδευτικών προγραμμάτων	26
2.2.2	Εκπαιδευτικά προγράμματα για παιδιά	27
2.2.3	Εκπαιδευτικά προγράμματα για ΑΜΕΑ	30
2.2.4	Έντυπα και άλλο εκπαιδευτικό υλικό	31
2.2.5	Μουσειοσκευές (Φορητές εκπαιδευτικές μονάδες)	31
2.3	Αξιοποίηση του διαδικτύου και των νέων τεχνολογιών	32
2.4	Επίλογος	34
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Οργάνωση και διαχείριση πολιτιστικών εκδηλώσεων</b>		
3.1	Εισαγωγή	35
3.2	Σημασία των εκδηλώσεων	36
3.3	Γενικά χαρακτηριστικά των εκδηλώσεων	36
3.4	Κατηγοριοποίηση των εκδηλώσεων	37
3.5	Ανάπτυξη του πυρήνα μιας εκδήλωσης	37
3.6	Διαδικασία σχεδιασμού εκδηλώσεων	38

3.6.1	Καθορισμός στόχων	39
3.6.2	Ανάλυση του περιβάλλοντος μιας εκδήλωσης	39
3.6.3	Επιλογή στρατηγικών και εφαρμογή πλάνων	40
3.7	Οργανωτική διαδικασία	40
3.7.1	Διερεύνηση εφικτότητας	40
3.7.2	Ανάπτυξη συνεργασιών	45
3.7.3	Προετοιμασία της εκδήλωσης	45
3.7.4	Διεξαγωγή της εκδήλωσης	48
3.7.5	Ολοκλήρωση διαδικασιών	48
3.7.6	Απρόβλεπτοι παράγοντες - Υποθετικά σενάρια -Εναλλακτικές λύσεις	49
3.8	Τα logistics μιας εκδήλωσης	51
3.8.1	Μετακίνηση συμμετεχόντων / επισκεπτών	51
3.8.2	Αναμονή του κοινού σε ουρές	52
3.8.3	Κάλυψη αναγκών των καλλιτεχνών	53
3.9	Η «σκυνοθεσία» μιας εκδήλωσης	53
3.10	Επιλογή της θέσης / χώρου / εγκατάστασης μιας εκδήλωσης	54
3.11	Το μάρκετινγκ μιας εκδήλωσης	55
3.11.1	Οι προσδοκίες του κοινού και η ανάγκη για μάρκετινγκ	55
3.11.2	Το «μίγμα του μάρκετινγκ»	56
3.11.3	Κίνητρα και ανάγκες των συμμετεχόντων	58
3.11.4	Τμηματοποίηση της αγοράς	59
3.11.5	Η εκδήλωση ως προϊόν	60
3.11.6	Η ικανοποίηση του επισκέπτη - πελάτη	60

3.11.7	Η χορηγία των εκδηλώσεων	61
3.12	Έλεγχος μιας εκδήλωσης μέσω του προϋπολογισμού	63
3.13	Διαχείριση κινδύνων	64
3.14	Επίλογος	65
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Αναβάθμιση των πολιτιστικών εκδηλώσεων</b>		<b>66</b>
4.1	Εισαγωγή	66
4.2	Επιδράσεις των εκδηλώσεων στην τοπική κοινωνία	66
4.2.1	Τουριστική προώθηση και οικονομικές επιδράσεις	67
4.2.2	Εποχικότητα	68
4.2.3	Αναβάθμιση της τουριστικής εμπειρίας	68
4.2.4	Ενεργοποίηση ανάπτυξης	68
4.3	Επίλογος	68
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. Ανάπτυξη συμπληρωματικότητας στην παροχή υπηρεσιών και στη βελτίωση της επισκεψιμότητας</b>		<b>69</b>
5.1	Εισαγωγή	69
5.2	Υποδομές, υπηρεσίες και επιλογές ψυχαγωγίας	70
5.3	Η σχέση της συμπληρωματικότητας υποδομών και υπηρεσιών με την αύξηση της επισκεψιμότητας στα λαογραφικά μουσεία	70
5.4	Σχεδιασμός πλάνου ανάπτυξης της συμπληρωματικότητας	71
5.5	Δημιουργία ολοκληρωμένου σχεδίου αξιοποίησης και προβολής τοπικών λαογραφικών μουσείων και πολιτιστικών εκδηλώσεων	72
5.6	Δικτύωση των λαογραφικών μουσείων και τοπικών συλλογών στην Πελοπόννησο και οφέλη που προκύπτουν από αυτή	74
5.7	Η περίπτωση των λαογραφικών χώρων των απομακρυσμένων περιοχών	75
5.8	Επίλογος	76

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 - Κώδικας Δεοντολογίας για τα Μουσεία του Διεθνούς Συμβουλίου Μουσείων (ICOM) .....	77
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 - Νόμος 3028/2002 για την ίδρυση των Μουσείων .....	105
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3 - Εγχειρίδιο για την Τεκμηρίωση των Λαογραφικών Συλλογών ..	109
i. Τα Βασικά Διεθνή Πρότυπα Δεδομένων για την Τεκμηρίωση των Λαογραφικών Αντικειμένων	
ii. Ταξινόμηση Λαογραφικών / Εθνολογικών Συλλόγων και Κριτήρια Ταξινόμησης Μουσειακών Αντικειμένων	
iii. Το Μουσείο Μπενάκη και η Λαογραφική Συλλογή του	

# Πρόλογος

Ο Οδηγός αυτός υλοποιήθηκε μέσα από τη συνεργασία του Πελοποννησιακού Λαογραφικού Ιδρύματος και του ΚΕΚ Διάσταση, στο πλαίσιο του Έργου "CRESCENT". Βασικός σκοπός του Έργου "CRESCENT" είναι να συμβάλλει στην αύξηση του τουρισμού στην Πελοπόννησο, προς όφελος της απασχόλησης και της τοπικής κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης γενικότερα, με την κατάλληλη διαμόρφωση, οργάνωση, διαχείριση και προβολή του ανεξάντλητου πολιτισμικού και περιβαλλοντικού πλούτου της Περιφέρειας.

Σκοπός του Οδηγού είναι να παράσχει ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο για τη σωστή οργάνωση και διαχείριση των περιφερειακών λαογραφικών μουσείων και τοπικών συλλογών και την καλύτερη αξιοποίηση τους, καθώς επίσης και για την επιτυχή διοργάνωση των πολιτιστικών εκδηλώσεων και εορτών που διεξάγονται σε τοπικό επίπεδο στην περιφέρεια της Πελοποννήσου.

Οι στρατηγικές, μέθοδοι και δράσεις που προτείνονται στα πλαίσια του Οδηγού στοχεύουν στην αναβάθμιση της αισθητικής και της διδακτικής αξίας αυτών των πολιτιστικών χώρων, με στόχο την βελτίωση της επισκεψιμότητάς τους. Επίσης, δίνεται έμφαση στην καθοδήγηση ως προς την ανάπτυξη συμπληρωματικότητας στην παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών, την εξασφάλιση όλων των αναγκαίων εξυπηρετήσεων, καθώς και τη βελτίωση των συνθηκών περιβάλλοντος από λειτουργική, αισθητική και αντιληπτική άποψη αλλά και στην ανάδειξη ως πόλων έλξης απομακρυσμένων περιοχών με μικρή επισκεψιμότητα.

Προκειμένου να δοθεί στους χρήστες του Οδηγού η κατά το δυνατόν πληρέστερη πληροφορία, στα παραρτήματα του έχει συμπεριληφθεί μεταξύ άλλων πηγών και υλικό που αφορά σημαντικούς τομείς της οργάνωσης των μουσείων, το οποίο έχει αναπτυχθεί από το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων - ICOM<sup>1</sup>. Επίσης, επισυνάπτεται και ο νόμος που αναφέρεται στο θεσμικό πλαίσιο της ίδρυσης των μουσείων.<sup>2</sup>

1 I. Κώδικας Δεοντολογίας για τα Μουσεία

II. Εγχειρίδιο για την Τεκμηρίωση των Λαογραφικών Συλλογών

2 Νόμος 3028/2002.



# ΕΙΣΑΓΩΓΗ

---

## Ορισμός των μουσείων

Το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων ορίζει το μουσείο ως «ένα μόνιμο ίδρυμα, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξής της, ανοικτό στο κοινό, το οποίο διενεργεί έρευνες σχετικές με τα υλικά τεκμήρια του ανθρώπου και του περιβάλλοντός του, τα οποία συλλέγει, διατηρεί, κοινοποιεί και ιδίως τα εκθέτει για μελέτη, παιδεία και ψυχαγωγία». Ο ορισμός αυτός αποτελεί το αφετηριακό σημείο για οποιαδήποτε εξέταση και ανάλυση αναφορικά με την υφιστάμενη κατάσταση σε οποιοδήποτε μουσείο.

Κύριοι στόχοι ενός μουσείου είναι η επαφή του επισκέπτη με το πολιτιστικό παρελθόν, η γνωριμία του με την ιδιαίτερη πολιτιστική ταυτότητα, η ανάπτυξη των πνευματικών, ή ακόμα και των καλλιτεχνικών δεξιοτήτων του και η βελτίωση των γνώσεών του σε θέματα ιστορίας και επιστημονικής εξέλιξης.

Σύγχρονες τάσεις για το ρόλο και τη λειτουργία των λαογραφικών μουσείων

Στη σύγχρονη πραγματικότητα, τα λαογραφικά μουσεία δεν (πρέπει να) λειτουργούν ως αποθήκες, ή/και ως χώροι φύλαξης αντικειμένων, ή/και έργων τέχνης, αλλά (πρέπει να) διεκπεραιώνουν το έργο της διατήρησης, της ανάδειξης και της προβολής των παραδόσεων και της πολιτιστικής κληρονομιάς ενός λαού, λειτουργώντας, όμως, παράλληλα τόσο ως κέντρα παιδείας, όσο και ως πόλοι προσέλκυσης μελετητών και ερευνητών.

Οι άνθρωποι που τα διοικούν (πρέπει να) κατανοούν τη σημασία που έχει η εξειδικευμένη γνώση για: α) την αποτελεσματική διαχείριση των ανθρώπινων, των οικονομικών και των πολιτισμικών πόρων και β) την προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς που διαφυλάττουν. Η εξειδικευμένη μουσειολογική κατάρτιση συμβάλλει, μεταξύ άλλων, στο σχεδιασμό νέων αναπτυξιακών στόχων και σκοπών, στη χάραξη νέων στρατηγικών, προσανατολισμένων στην ικανοποίηση νέων αναγκών και στην ενίσχυση της θέσης των μουσείων μέσα στην ανταγωνιστική αγορά της «πολιτιστικής βιομηχανίας».

Παρατηρείται διεθνώς ότι οι επισκέπτες των μουσείων αντιμετωπίζουν πλέον με κριτική διάθεση την κοινωνική υπόσταση και το ρόλο των ιδρυμάτων αυτών στη διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς και έχουν υψηλές προσδοκίες από αυτά, μετρήσιμες σε χρηματική αξία και ποιότητα εμπειρίας. Ορισμένες από αυτές τις προσδοκίες είναι η ουσιαστική μετάδοση γνώσεων και πληροφοριών με τρόπο άμεσο και δυναμικό και η ανάπτυξη δράσεων και ενεργειών που να μετουσιώνουν την επαφή με το μουσείο σε μια πολυσήμαντης αξίας μορφωτική και ψυχαγωγική εμπειρία.

Για να αντεπεξέλθουν τα μουσεία σε τέτοιες απαιτήσεις χρειάζεται να αναθεωρήσουν όλο το πλαίσιο της «πρόσβασης» των επισκεπτών σε αυτά, στο οποίο περιλαμβάνεται η δομή και η λειτουργία του κτιρίου, η συντήρηση των συλλογών, η έκθεση των συλλογών, κλπ. Για να το πετύχουν αυτό χρειάζεται να εφαρμόσουν μεθόδους οργάνωσης και διαχείρισης (στις οποίες περιλαμβάνονται και οι τεχνολογικές εφαρμογές) που προσιδιάζουν στον κόσμο των επιχειρήσεων. Το ενδιαφέρον τους πρέπει να εστιάζεται όχι μόνο στα εκθέματα, αλλά και στους επισκέπτες και στις ιδιαίτερες ανάγκες τους.

## **Καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης στα λαογραφικά μουσεία της Πελοποννήσου**

Τα περιφερειακά λαογραφικά μουσεία της Πελοποννήσου και οι τοπικές συλλογές<sup>3</sup> ανασυνθέτουν και παρουσιάζουν τις παραδόσεις και τις μορφές λαϊκής τέχνης του τόπου, τις οποίες αναδεικνύουν μέσα από τις κατά τόπους πολιτιστικές εκδηλώσεις και τις εορτές<sup>4</sup>. Είναι δεδομένο ότι τα μουσεία αυτά αφενός αποτελούν μια τεράστια πολιτισμική παρακαταθήκη και αφετέρου συνιστούν έναν ακόμα παράγοντα ανάδειξης των αντίστοιχων περιοχών.

Όμως, διαπιστώνεται ότι η επισκεψιμότητα σε αρκετούς από αυτούς τους χώρους εμφανίζεται να είναι ιδιαίτερα χαμηλή και ειδικά στις κοινότητες που είναι απομακρυσμένες από τα αστικά κέντρα. Μία από τις βασικές αιτίες για τη μειωμένη προσέλευση του κοινού αποτελεί το γεγονός ότι οι χώροι αυτοί δεν πληρούν ορισμένες απαραίτητες προϋποθέσεις. Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι ελλείψεις και τα προβλήματα έχουν παρεμφερή μεταξύ τους χαρακτηριστικά, τα οποία περιλαμβάνονται στον ορισμό που έδωσε Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων. Σύμφωνα με τον ορισμό αυτό, θεμελιώδη στοιχεία ενός μουσείου είναι η μονιμότητα, η προσφορά υπηρεσιών στην κοινωνία και η ελεύθερη πρόσβαση του κοινού, ενώ στις κύριες δράσεις του περιλαμβάνονται η έρευνα, η συλλογή, η διατήρηση, η κοινοποίηση και η έκθεση των υλικών τεκμηρίων του ανθρώπου και του περιβάλλοντός

3 Στο πλαίσιο του έργου "Crescent", το 2007, διενεργήθηκε μια «Μελέτη αποτύπωσης πληροφοριών πολιτισμού, περιβάλλοντος και τουριστικών υποδομών της Περιφέρειας Πελοποννήσου», στην οποία υπήρχαν 61 εγγραφές στην κατηγορία *μουσεία*, όπου, προφανώς, είχαν συμπεριληφθεί και τοπικές λαογραφικές συλλογές.

4 Στην ίδια μελέτη και στην αντίστοιχη κατηγορία καταγραφής, οι εγγραφές για τις *Πολιτιστικές Εκδηλώσεις / Γιορτές* ήταν 219.

του για μελέτη, παιδεία και ψυχαγωγία.

Κατ' αρχή, ορισμένες φορές απουσιάζει το στοιχείο της μονιμότητας και της συνεπούς παρουσίας των μουσείων, συνήθως λόγω προβλημάτων που δημιουργούν οι αρμόδιοι πολιτιστικοί φορείς στον εαυτό τους εξ αιτίας της αδυναμίας τους να κατανοήσουν το χαρακτήρα και τις πραγματικές δυνατότητες των ιδρυμάτων αυτών. Δεν αρκεί, για παράδειγμα, να δημιουργηθεί μια τοπική συλλογή μέσα από μια πρωτοβουλία, ή προσφορά (π.χ., ένα κληροδότημα) χωρίς προηγουμένως να έχει καταρτιστεί ένα συγκεκριμένο πλάνο για τη διατήρηση / ανάπτυξη της προσπάθειας αυτής σε βάθος χρόνου. Επίσης, πολλές λαογραφικές συλλογές και μουσεία λειτουργούν μόνο εποχιακά (συνήθως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες), ή/και για λίγες ώρες και έτσι δεν μπορούν να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους σε ικανοποιητικό βαθμό στο κοινό. Τέλος, η λειτουργία πολλών τοπικών συλλογών συνήθως περιορίζεται σε απλή έκθεση αντικειμένων ενώ, σε ορισμένες περιπτώσεις, η εικόνα τους δεν παραπέμπει σε κάτι περισσότερο από ένα τακτοποιημένο αποθηκευτικό χώρο παλαιών αντικειμένων.

Ακόμη, υπάρχουν πολλά προβλήματα που σχετίζονται με την κτιριακή υποδομή και τις συνθήκες έκθεσης, αποθήκευσης και συντήρησης των συλλογών. Τα μουσεία φιλοξενούνται σε ποικίλων μορφών δημόσια, ή ιδιωτικά κτίσματα, τα οποία αρχικά είχαν σχεδιαστεί για κάποια άλλη χρήση (π.χ., σχολεία, σπίτια, γραφεία, βοηθητικούς χώρους, κλπ) και έχουν μετατραπεί για να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες ενός μουσείου. Στην πλειονότητα των περιπτώσεων η μετατροπή δεν περιλαμβάνει τη διαχείριση κύριων περιβαλλοντικών παραγόντων, όπως είναι η θερμοκρασία, η σχετική υγρασία, ο φωτισμός και η κατάσταση της ατμόσφαιρας. Επίσης, υπάρχει έλλειψη υποδομών για ΑμεΑ, ενώ και οι συνθήκες προστασίας από φωτιά, ή κλοπή συχνά δεν είναι οι ενδεδειγμένες.

Επιπλέον, η μη ύπαρξη εξειδικευμένου προσωπικού μόνιμης απασχόλησης, που συνδέεται άμεσα με την έλλειψη οικονομικών πόρων, συντείνει στη μεγιστοποίηση προβλημάτων που σχετίζονται με την έρευνα, την τεκμηρίωση, τη συντήρηση των αντικειμένων, την οργάνωση εκθέσεων, την προβολή του έργου των μουσείων, κλπ. Τα αποτελέσματα είναι: α) η συχνά επιφανειακή και ελλιπής τεκμηρίωση του υλικού τους, αφού βασίζεται μόνο σε προφορικές μαρτυρίες δωρητών, β) η πολύ περιορισμένη γνωστοποίηση της αξίας των συλλογών μέσα από την οργάνωση διαλέξεων / ημερίδων / συνεδρίων / έκδοση πληροφοριακών εντύπων, κλπ., και γ) η ένδεια στην οργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων και άλλων δράσεων για ενήλικες και παιδιά.

Η προσπάθεια διερεύνησης των αιτιών που δημιουργούν τα παραπάνω προβλήματα οδηγεί αρχικά στα ζητήματα των ανεπαρκών οργανωτικών δομών και στην αδυναμία εξεύρεσης επαρκών οικονομικών πόρων. Το γεγονός ότι οι περισσότερες τοπικές λαογραφικές συλλογές έχουν δημιουργηθεί από συγκυριακά αποτελέσματα πρωτοβουλιών μεμονωμέ-

---

5 Το ζήτημα αυτό παρουσιάζεται αναλυτικά στο κεφάλαιο 5, ενότητα 6

νων ατόμων, ή ολιγομελών ομάδων περιορίζει σημαντικά τις δυνατότητές τους και τις αποστερεί από τα πλεονεκτήματα μιας ενδεχόμενης δικτύωσης μεταξύ τους<sup>5</sup>.

Όσον αφορά στο οικονομικό σκέλος, τα έσοδα από τις διάφορες πιθανές πηγές (όπως είναι οι επιχορηγήσεις από το κράτος, ή τους δήμους, τα εισιτήρια, τις δωρεές, τα έσοδα από εκδηλώσεις, κλπ.) αποδεικνύονται ανεπαρκή στο να καλύψουν τις βασικές τους ανάγκες, ή/και να στηρίξουν δράσεις για την αναβάθμισή τους. Ελλιπής είναι επίσης τόσο η πληροφόρηση για σχετικά ευρωπαϊκά προγράμματα, όσο και η αξιοποίησή τους.

## **Σύγχρονες τάσεις για το ρόλο και τη λειτουργία των μουσείων**

Σε διεθνές επίπεδο, οι τάσεις που διαμορφώνονται στο χώρο των μουσείων αφορούν στον επαναπροσδιορισμό του ρόλου τους και στον εκσυγχρονισμό του καθεστώτος λειτουργίας, διαχείρισης και προβολής τους. Παρατηρείται μια εμφανής διαφοροποίηση ως προς τις κατευθυντήριες γραμμές και τους αντικειμενικούς σκοπούς τους. Είναι πλέον σαφές ότι έχει ξεπεραστεί το παλαιό μοντέλο κατά το οποίο αποτελούσαν πρακτικά μόνο χώρους αποθήκευσης και φύλαξης κάποιων - επιλεγμένων αυθαίρετα ως επί το πλείστον - παλαιών αντικειμένων, ή/και παράγωγων τοπικής λαϊκής τέχνης.

Στη σύγχρονη εποχή, το ενδιαφέρον των μουσείων έχει επεκταθεί από τα εκθέματα στην ικανοποίηση των επισκεπτών και έχει συντελεστεί μια αντίστοιχη διαφοροποίηση της στάσης και των απαιτήσεων του κοινού έναντι των μουσείων. Οι προσδοκίες των επισκεπτών είναι πλέον ανώτερες και η αποτίμηση της εμπειρίας τους, που θεωρείται μετρήσιμη σε επίπεδο ικανοποίησης και σε αξία χρημάτων, γίνεται με βάση κριτήρια ποιότητας που προκύπτουν μέσα από τη σύγκριση με άλλες ψυχαγωγικές και μορφωτικές δραστηριότητες. Προκειμένου να διεκδικήσουν αξιόλογο μερίδιο από το ενδιαφέρον και τη συμμετοχή του κοινού τα λαογραφικά μουσεία καλούνται να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα.

Η δημιουργία συλλογών και η οργάνωση εκθέσεων με στόχο τη διάσωση και την προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς και των παραδόσεων και η προσφορά στους ειδικούς του χώρου της δυνατότητας για μελέτη και έρευνα πρέπει να αποτελούν τμήμα μόνο του έργου που μπορούν να επιτελέσουν. Οι δυνατότητές τους πρέπει να διευρυνθούν και να στοχεύουν στην ανάδειξη τους ως εκπαιδευτικού και ψυχαγωγικού μέσου. Πρέπει να δίνουν τη δυνατότητα στο κοινό να προσεγγίζει γνωστικά το πολιτιστικό παρελθόν, να αντιλαμβάνεται στοιχεία της ιδιαίτερης πολιτιστικής ταυτότητάς του και να αναπτύσσει πνευματικές, τεχνικές, ή καλλιτεχνικές δεξιότητες.

## **Εφαρμογές αρχών οργάνωσης και διαχείρισης**

Προκειμένου οι λαογραφικοί χώροι να ικανοποιήσουν τα ζητούμενα από την πλευρά του

κοινού και να διεκδικήσουν έναν πιο ενεργό ρόλο, καλούνται να αναβαθμίσουν τόσο τις κτιριακές τους υποδομές, όσο και τις συνθήκες λειτουργίας τους, τα προγράμματά τους, τις δράσεις τους και, γενικά, την αλληλεπίδρασή τους με όλες τις κατηγορίες επισκεπτών. Είναι απαραίτητο να μετασχηματισθούν σε ενεργούς φορείς πολιτισμού που προσελκύουν όσο το δυνατόν μεγαλύτερο κοινό.

Σημαντική παράμετρος για την επίτευξη των παραπάνω επιδιώξεων είναι η ύπαρξη ανθρώπων με εξειδικευμένες γνώσεις, οι οποίοι να διασφαλίζουν την αποτελεσματική διαχείριση των πόρων (ανθρώπινων, οικονομικών, τεχνικών και πολιτισμικών). Επίσης, είναι απαραίτητη η εκπόνηση σχεδίου οργάνωσης και διαχείρισης με συγκεκριμένους σκοπούς και στρατηγικές, η ανάπτυξη εκπαιδευτικών προγραμμάτων, η αξιοποίηση νέων τεχνολογιών, η εφαρμογή μεθόδων προβολής του έργου τους, η στενή συνεργασία με κεντρικούς / περιφερειακούς πολιτιστικούς φορείς και, τέλος, η σύνδεση με τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις και εορτές.

Σε ό,τι αφορά στην τελευταία παράμετρο, είναι σαφές πως ανεξάρτητα με το είδος και το μέγεθός τους, προκειμένου να είναι επιτυχημένες οι τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις και εορτές πρέπει να μην είναι αποτέλεσμα αποσπασματικών πρωτοβουλιών και συγκυριών, αλλά να βασίζονται σε συγκεκριμένες αρχές οργάνωσης και διαχείρισης και να στοχεύουν: α) στην αύξηση του αριθμού των επισκεπτών, β) στην προβολή του τόπου, γ) στην ανάδειξή του ως τουριστικού προορισμού, δ) στην αύξηση των οικονομικών μεγεθών του τόπου, ε) στην ενεργή συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, κλπ. Η διασύνδεση των λαογραφικών χώρων με τοπικά πολιτιστικά δρώμενα μπορεί να αποβεί πολύ επωφελής και να συντείνει στην αύξηση της επισκεψιμότητάς τους αν υπάρχει συνεργασία και παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών προς το κοινό.

Πρωταρχική σημασία έχουν οι υποδομές που υπάρχουν σε κάθε τόπο και διατίθενται στους επισκέπτες προκειμένου να καλύψουν τις ανάγκες τους. Ως τέτοιες μπορούν να χαρακτηριστούν οι προσφερόμενες δυνατότητες για διαμονή, για εστίαση, για ψυχαγωγία, για εναλλακτικές δράσεις, για δημιουργική απασχόληση, κλπ. Η επάρκεια στους παραπάνω τομείς μεγιστοποιεί τις θετικές εντυπώσεις και αυξάνει τη συνολική αξία του προσωπικού οφέλους, όπως αυτό εκλαμβάνεται από τον εκάστοτε επισκέπτη.

## **Σκοπός του οδηγού**

Λαμβάνοντας υπόψη και αξιολογώντας τα προαναφερθέντα στοιχεία, ο Οδηγός στοχεύει στο να δημιουργήσει ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο για: α) τη σωστή οργάνωση και διαχείριση των περιφερειακών λαογραφικών μουσείων και των τοπικών συλλογών και β) την επιτυχή διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων και εορτών στην περιφέρεια της Πελοποννήσου. Οι προτεινόμενες στρατηγικές, μέθοδοι και δράσεις μπορούν να συντείνουν στη συνολική αναβάθμισή τους, με σκοπό την εδραίωσή τους στη συνείδηση του κοινού.

## Μεθοδολογία υλοποίησης

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για τη δημιουργία του παρόντος Οδηγού βασίστηκε στη συλλογή, ταξινόμηση, εξέταση, ανάλυση και αξιολόγηση στοιχείων από δευτερογενείς πηγές και περιλάμβανε τα παρακάτω στάδια / βήματα:

- Εξέταση της υπάρχουσας κατάστασης και επισήμανση των κύριων ζητημάτων αναφορικά με τα λαογραφικά μουσεία και την οργάνωση πολιτιστικών δρώμενων στην Πελοπόννησο.
- Διερεύνηση των σχετικών βιβλιογραφικών πηγών από την Ελλάδα και το διεθνή χώρο.
- Αξιοποίηση υλικού από τη διεθνή και την ελληνική επιστημονική αρθρογραφία πάνω σε γενικά και ειδικά θέματα μουσειολογίας.
- Επισήμανση και αξιοποίηση χρήσιμων στοιχείων μέσα από τη γενική αρθρογραφία στην Ελλάδα σχετικά με ζητήματα λαογραφικού, μουσειακού και γενικά πολιτιστικού ενδιαφέροντος.
- Εντοπισμός και καταγραφή παραδειγμάτων Καλής Πρακτικής αναφορικά με τη λειτουργία και τις δράσεις μουσείων στην Ελλάδα.
- Εξέταση περιπτώσεων εκπαιδευτικών προγραμμάτων μουσείων, τα οποία εφαρμόζονται σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας.
- Εντοπισμός και καταγραφή παραδειγμάτων συμμετοχής μουσείων σε ευρωπαϊκά προγράμματα.
- Εξέταση πιθανών τρόπων προβολής / προώθησης της εικόνας και του έργου πολιτιστικών φορέων.
- Χρησιμοποίηση στοιχείων ταξινόμησης από αντίστοιχους Οδηγούς οργάνωσης και διαχείρισης μουσείων στο εξωτερικό.
- Αξιοποίηση της διεθνούς και ελληνικής βιβλιογραφίας αναφορικά με τη διοργάνωση εκδηλώσεων (event management).
- Ανάπτυξη ολοκληρωμένης πρότασης για την άρτια οργάνωση τοπικών πολιτιστικών εκδηλώσεων και εορτών.
- Επεξεργασία των παραδοτέων άλλων δράσεων του Έργου, οι οποίες συνδέονται με τα ζητούμενα του Οδηγού και ιδιαίτερα αυτές που αφορούσαν: α) στην αποτύπωση του συνολικού πλέγματος των πολιτιστικών τοποθεσιών και δραστηριοτήτων και β) στις μελέτες συμπληρωματικότητας ήπιων εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Κεντρικό σημείο της μεθοδολογικής προσέγγισης αποτέλεσε η συνειδητοποίηση των περιορισμών που υπάρχουν λόγω ελλείψεων σε ανθρώπινους και υλικούς πόρους, ειδικά στις απομακρυσμένες περιοχές. Για το λόγο αυτό, καταβλήθηκε προσπάθεια να προσαρμοστούν τα στοιχεία που συλλέχθηκαν στα πραγματικά μέτρα και τα δεδομένα της περιφέρειας και να δημιουργηθεί μία ολοκληρωμένη δέσμη ρεαλιστικών και εφαρμόσιμων προτάσεων.

## **Δομή του Οδηγού**

Ο Οδηγός περιλαμβάνει τρεις θεματικές ενότητες. Στην πρώτη ενότητα εξετάζονται και αναλύονται διεξοδικά ζητήματα που αναφέρονται στη σωστή διαχείριση των χώρων και των αντικειμένων που διαθέτουν τα λαογραφικά μουσεία, στη διαδικασία συγκρότησης νέων συλλογών, στην αναβάθμιση της διδακτικής τους αξίας και στη σύνδεσή τους με την κοινωνία. Στη δεύτερη ενότητα παρατίθενται στοιχεία σχετικά με τους βασικούς τομείς της οργάνωσης, διαχείρισης και προβολής των τοπικών πολιτιστικών εκδηλώσεων και εορτών. Τέλος, στην τρίτη ενότητα εξετάζονται τα ζητήματα της συμπληρωματικότητας των υποδομών και υπηρεσιών, της δικτύωσης των λαογραφικών μουσείων και της δημιουργίας ολοκληρωμένου πλάνου ανάπτυξης και προβολής, ενώ γίνεται επισήμανση στοιχείων που αφορούν λαογραφικούς χώρους που φιλοξενούνται σε απομακρυσμένες περιοχές.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:

## Στοιχεία οργάνωσης λαογραφικών μουσείων και συλλογών

---

### 1.1 Εισαγωγή

Προκειμένου ένα μουσείο να επιτύχει ένα ικανοποιητικό επίπεδο λειτουργίας πρέπει να πληροί συγκεκριμένα κριτήρια σε μια σειρά θεμάτων που αφορούν στη σωστή διαχείριση των χώρων και των υλικών τεκμηρίων του. Τα κυριότερα από αυτά τα θέματα μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

- Γενικό πλαίσιο λειτουργίας.
- Κτιριακές εγκαταστάσεις (συνθήκες έκθεσης των μουσειακών αντικειμένων, ασφάλεια και πυρασφάλεια συλλογών).
- Ανθρώπινο δυναμικό.
- Δημιουργία, οργάνωση και έκθεση συλλογών.
- Προσέγγιση του κοινού από το μουσείο.

Η επιτυχής διεκπεραίωση του έργου της οργάνωσης προϋποθέτει αφενός μακροχρόνιο προγραμματισμό, συντονισμό και παρακολούθηση της εξέλιξης των επιμέρους στόχων και αφετέρου αξιοποίηση όλων των διαθέσιμων ανθρώπινων πόρων σε τοπικό επίπεδο.

Η αναβάθμιση των περιφερειακών λαογραφικών μουσείων και των τοπικών συλλογών σε όρους οργάνωσης, ταξινόμησης και λειτουργίας συνιστά ταυτόχρονα και αισθητική αναβάθμιση διότι επιτυγχάνεται: α) η διατήρηση των εκθεμάτων σε πολύ καλύτερη κατάσταση σε βάθος χρόνου, β) η παρουσίαση των εκθεμάτων στο σύνολό τους σε ένα ανώτερο αντιληπτικά, γνωστικά και αισθητικά επίπεδο και γ) η βελτίωση της εικόνας που έχουν οι επι-



σκέπτες για τα εκθέματα κινούμενοι μέσα στους χώρους του μουσείου.

## 1.2 Γενικό πλαίσιο λειτουργίας

Πρωταρχική και θεμελιώδης επιδίωξη ενός μουσείου είναι η διασφάλιση της μόνιμης και βιώσιμης (οικονομικά και λειτουργικά) υπόστασής του, πράγμα το οποίο μπορεί να προκύψει μόνο ως αποτέλεσμα συντονισμένης προσπάθειας. Στην πλειονότητα των περιπτώσεων, οι περιορισμένοι οικονομικοί πόροι των λαογραφικών χώρων στην Πελοπόννησο, σε συνδυασμό με την έλλειψη εξειδίκευσης και εμπειρίας στη διαχείρισή τους, αποτελούν τροχοπέδη για την επίτευξη της παραπάνω επιδίωξης. Προκειμένου να ξεπεραστούν –κατά το δυνατόν– αυτές οι αντικειμενικές δυσκολίες, είναι απαραίτητο να επιδιωχθούν τα εξής:

- Καθορισμός εφικτών στόχων. Είναι προτιμότερο να τεθούν μετριοπαθέστεροι στόχοι, οι οποίοι μπορούν να εξυπηρετηθούν από τις υφιστάμενες δυνατότητες του κάθε τόπου, παρά πιο μεγαλεπήβολοι, οι οποίοι δεν έχουν τις αντικειμενικές προϋποθέσεις για να πραγματοποιηθούν.
- Αναβάθμιση της εικόνας του μουσείου και προβολή του. Μέσω της όσο το δυνατόν συνεπέστερης δραστηριοποίησης, της βελτίωσης των παραμέτρων λειτουργίας και της δημοσιοποίησης του έργου δημιουργείται μια καλύτερη εικόνα για το μουσείο, η οποία μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση του ενδιαφέροντος και, συνεπώς, της επισκεψιμότητας.
- Εντοπισμός και αξιοποίηση δυνατοτήτων για την αύξηση των οικονομικών πόρων. Οι πιθανές πηγές εσόδων είναι ποικίλες (π.χ., δωρεές, επιχορηγήσεις, εισφορές από τους επισκέπτες, πωλήσεις αναμνηστικών, οργάνωση εκδηλώσεων, κλπ.) και η αξιοποίησή τους μπορεί να διευρύνει κατά πολύ τις δυνατότητες ενός μουσείου (όχι με στόχο την αποκόμιση κέρδους, αλλά την κάλυψη των αναγκών και τη βελτίωση των λειτουργιών).
- Συνεργασία με μουσεία που έχουν μεγαλύτερο μέγεθος και καλύτερη οργάνωση, τα οποία διαθέτουν μεγαλύτερη εμπειρία σε πολλά θέματα.

## 1.3 Κτιριακές εγκαταστάσεις

Η ποιότητα των κτιριακών εγκαταστάσεων όπου στεγάζονται τα λαογραφικά μουσεία αποτελεί ιδιαίτερα σημαντική παράμετρο για την καλή λειτουργία τους και τη διατήρηση / ανάδειξη των συλλογών τους. Η πλειονότητα των τοπικών συλλογών στεγάζεται σε χώρους που είναι αρκετά παλαιοί, στους οποίους έχουν γίνει σε ορισμένο βαθμό εργασίες αναπαλαίωσης και συντήρησης. Ανεξάρτητα, πάντως, από την αρχική κατάσταση του κτιρίου και από τις πιθανές προηγούμενες χρήσεις του είναι απαραίτητο να καταβάλλεται κάθε δυνατή προσπάθεια για τη μεγαλύτερη δυνατή βελτίωση των υφιστάμενων συνθηκών. Επιπλέον, θα πρέπει να δίνεται προσοχή και σε ζητήματα λειτουργιών και διαδικασιών, οι οποί-

ες διασφαλίζουν την επίτευξη των βασικών σκοπών των μουσείων.

Ως κύριοι τομείς ενδιαφέροντος μπορούν να επισημανθούν: α) οι συνθήκες υπό τις οποίες εκτίθενται, αποθηκεύονται και συντηρούνται τα αντικείμενα, β) οι συνθήκες ασφάλειας των αντικειμένων, γ) η προστασία των αντικειμένων από φωτιά και δ) η στελέχωση και η εκπαίδευση του προσωπικού.

### 1.3.1 Έκθεση των αντικειμένων

Επειδή το μουσείο πρέπει να είναι φιλικό προς τους επισκέπτες είναι απαραίτητο να εξασφαλίζεται η ελεύθερη και ανεμπόδιστη περιήγησή τους στις συλλογές σε όσα επίπεδα διαθέτει το κτίριο, η ανάδειξη των θεματικών συσχετίσεων και η αβίαστη ροή μεταξύ θεμάτων, ώστε να διευκολύνεται η αντιληπτική πρόσβαση στα αντικείμενα. Μέριμνα πρέπει να λαμβάνεται και για την κάλυψη των αναγκών ατόμων, ή ομάδων με κινητικά, ή άλλα προβλήματα (βλ. 1.5.1).

Εκτός από τους χώρους έκθεσης των αντικειμένων πρέπει να υπάρχουν χώροι και για άλλες βασικές λειτουργίες (π.χ., γραφεία για τα διοικητικά στελέχη του μουσείου, εργαστήρια για τη συντήρηση των αντικειμένων, χώροι για την αποθήκευσή τους, κλπ.). Αν υπάρχουν πολλοί διαθέσιμοι χώροι στο κτίριο μπορούν να αξιοποιούνται για τη διεξαγωγή εκπαιδευτικών προγραμμάτων, για την πραγματοποίηση κοινωνικών και άλλων εκδηλώσεων, κλπ. Στις περιπτώσεις που οι χώροι δεν αρκούν, εναλλακτική λύση μπορεί να αποτελέσει η ενοικίαση / αγορά χώρων σε άλλα κοντινά διαθέσιμα κτίρια. Εφόσον ούτε και αυτό είναι εφικτό, τουλάχιστον για τη συντήρηση των αντικειμένων πρέπει να ζητείται η συνδρομή μεγαλύτερων, κεντρικών μουσείων.

Οι κύριοι περιβαλλοντικοί παράγοντες που πρέπει να παρακολουθούνται και να ρυθμίζονται σε κατάλληλα επίπεδα μέσα στα λαογραφικά μουσεία είναι:

- Η θερμοκρασία και η σχετική υγρασία: Η πολύ υψηλή / πολύ χαμηλή / με μεγάλες διακυμάνσεις θερμοκρασία των χώρων, όπως και η σχετική υγρασία είναι υπαίτιες για διάφορων μορφών φθορές σε ευπαθή αντικείμενα (π.χ., χειρόγραφα), όπως για παράδειγμα ρωγμές, αλλοιώσεις στο χρώμα / στο μέγεθος / την ελαστικότητα ορισμένων αντικειμένων, μεγάλες διαστολές και συστολές, μαλάκωμα ορισμένων υλικών (π.χ., κερί), ή ακόμα και πρόκληση φωτιάς.
- Ο φωτισμός: Ο κακός φωτισμός των χώρων έκθεσης μπορεί να οδηγήσει στην πρόκληση φθορών, ή την καταστροφή αντικειμένων.
- Η κατάσταση της ατμόσφαιρας: Η σκόνη, ο καπνός, κλπ., επιβαρύνουν πολύ το περιβάλλον στους χώρους έκθεσης.

Η παρακολούθηση της κατάστασης των χώρων και των αντικειμένων είναι ιδιαίτερα σημαντική, διότι μπορεί να οδηγήσει στον εντοπισμό παραγόντων που προξενούν φθορές. Η αναγνώριση ενδείξεων κινδύνου, ο σχεδιασμός και η άμεση εφαρμογή μέτρων για την αντιμετώπισή τους μπορεί να καθυστερήσει, ή και να σταματήσει τη φθορά. Παραδείγματα προβλημάτων που μπορούν να εντοπιστούν στο χώρο του μουσείου είναι: α) να πέφτει το ηλιακό φως πάνω σε μια ευαίσθητη επιφάνεια, β) να δημιουργούνται υγρασιές πάνω σε ψυχρές επιφάνειες, γ) να εμφανίζεται υγρασία σε τοίχους και σε οροφές, δ) να υπάρχουν ίχνη από έντομα, ή ποντικούς, κλπ.

Αν δεν δίνεται προσοχή σε τέτοιου είδους προβλήματα τότε η φθορά των αντικειμένων (αποχρωματισμός, αλλοίωση, αποδόμηση) μεγιστοποιείται μέσα στο χρόνο και, αναπόδραστα, οι συλλογές υφίστανται μικρές, ή μεγάλες ζημιές. Αποτελεσματικές μέθοδοι για την αποφυγή, ή την επιβράδυνση των φθορών είναι:

- Η αποφυγή των παραγόντων που τις προκαλούν (αυτό είναι πιο εφικτό κυρίως στην περίπτωση των νέων κτισμάτων).
- Το μπλοκάρισμα των παραγόντων αυτών (για παράδειγμα, μπορούν να στεγανοποιηθούν τα παράθυρα των παλαιών κτιρίων και να καλυφθούν ενδεχόμενες ρωγμές και ανοίγματα στην κτιριακή δομή για να μη μπορούν να μπουν έντομα, παράσιτα, κλπ.).
- Η παρακολούθηση των περιβαλλοντικών παραγόντων μέσα στο κτίριο με εγκατάσταση οργάνων μέτρησης (π.χ., θερμοκρασίας, υγρασίας, κλπ.).
- Η εφαρμογή μέτρων για την αντιμετώπιση προβλημάτων που υποδεικνύονται από τις μεθόδους παρακολούθησης και τα όργανα μέτρησης.
- Η απολύμανση των χώρων.

Σε περίπτωση που ένα αντικείμενο υποστεί φθορά μπορεί να υποβληθεί σε διαδικασία αποκατάστασης. Όμως, όσο καλή και να είναι φροντίδα που θα δεχτεί μετά δεν θα είναι το ίδιο. Η φθορά των αντικειμένων αποτελεί ένα λόγο για τον οποίο καθίσταται απαραίτητη η ανανέωση των συλλογών.

### 1.3.2 Ασφάλεια των αντικειμένων

Για να προστατεύονται τα εκθέματα από κλοπή πρέπει οι χώροι να επιτηρούνται αποτελεσματικά (ειδικά κατά τη διάρκεια επισκέψεων μεγάλων ομάδων) και να γίνεται σωστή διαχείριση των κλειδιών. Στην περίπτωση που υπάρχουν αντικείμενα σπάνια / μεγάλης αξίας πρέπει να προβλεφθεί η τοποθέτησή τους σε ειδικές θήκες. Η εγκατάσταση ηλεκτρονικού συστήματος προστασίας αυξάνει το επίπεδο ασφάλειας, ειδικά για τις ημέρες και τις ώρες κατά τις οποίες το λαογραφικό μουσείο δεν βρίσκεται σε λειτουργία.

### 1.3.3 Προστασία των αντικειμένων από τη φωτιά

Ο κίνδυνος που διατρέχουν οι συλλογές από την πρόκληση πυρκαγιάς είναι ιδιαίτερα σοβαρός, αφού μπορεί να προκαλέσει μέχρι και ολοκληρωτική καταστροφή. Για την αποφυγή του απαιτείται η λήψη ειδικών μέτρων, όπως είναι: α) η απαγόρευση των εύφλεκτων υλικών στους χώρους του μουσείου, β) ο συχνός έλεγχος των ηλεκτρικών εγκαταστάσεων, γ) η απαγόρευση του καπνίσματος σε όλες τις αίθουσες, δ) η εγκατάσταση αυτόματου συστήματος πυρανίχνευσης / πυρόσβεσης και φορητών πυροσβεστήρων και ε) η εκπαίδευση του προσωπικού σε θέματα πυρασφάλειας.

### 1.3.4 Στελέχωση και εκπαίδευση του προσωπικού

Το ανθρώπινο δυναμικό που απασχολείται σε ένα λαογραφικό μουσείο είναι ανάλογο με το «μέγεθός» του και τις ανάγκες που πρέπει να καλυφθούν. Έτσι, μπορούν να υπάρχουν οι παρακάτω ειδικότητες: μουσειολόγος (ο οποίος έχει τη γενική ευθύνη της διεύθυνσης του μουσείου), υπεύθυνος ταξινόμησης, υπεύθυνος για τη διαχείριση και προβολή των συλλογών, υπεύθυνος για την οικονομική διαχείριση, βιβλιοθηκονόμος, υπεύθυνος εκπαιδευτικών προγραμμάτων, υπεύθυνος πληροφορικής, υπεύθυνος για την ασφάλεια, υπεύθυνος για τις ξεναγήσεις, υπεύθυνος για τη συντήρηση των αντικειμένων, υπεύθυνος για τη γραμματειακή υποστήριξη, κλπ. Όλα τα παραπάνω στελέχη έχουν ανάγκη για τακτική εκπαίδευση και επιμόρφωση, ώστε να παρακολουθούν τις εξελίξεις που δημιουργούνται στη μουσειακή αγωγή, ενώ πολλά από αυτά πρέπει να γνωρίζουν μία, ή δύο ξένες γλώσσες και να μπορούν να χρησιμοποιήσουν ηλεκτρονικό υπολογιστή.

Στην περίπτωση της συντριπτικής πλειονότητας των λαογραφικών χώρων της Πελοποννήσου, οι παραπάνω ειδικότητες / θέσεις δεν είναι δυνατό να θεωρηθούν ως προαπαιτούμενα στοιχεία, ούτε καν ως ζητούμενα, αφού οι δυνατότητες είναι πολύ μικρές και η εφαρμογή σχεδίων ανάπτυξης υψηλού επιπέδου είναι πρακτικά αδύνατη. Παρ' όλα αυτά, δίνουν τη γενική κατεύθυνση στην οποία πρέπει να κινηθούν οι υπεύθυνοι μιας τοπικής συλλογής, ή ενός περιφερειακού λαογραφικού μουσείου που επιδιώκει την αναβάθμισή του. Μια καλή προοπτική θα ήταν η δημιουργία κινήτρων σε νέους ανθρώπους για να παρακολουθήσουν αντίστοιχες σπουδές, με σκοπό τη μελλοντική αξιοποίησή τους από τα μουσεία.

Τα στελέχη των τοπικών μουσείων μπορούν να βοηθηθούν σε ικανοποιητικό βαθμό από άτομα (π.χ., στελέχη της τοπικής εκπαιδευτικής κοινότητας μπορούν να αναλάβουν την οργάνωση / διεξαγωγή εκπαιδευτικών προγραμμάτων και εκδηλώσεων) και τοπικούς φορείς, αλλά και από στελέχη μεγαλύτερων μουσείων. Με τον τρόπο αυτό αυξάνονται οι λειτουργικές δυνατότητες των τοπικών μουσείων.

Η εθελοντική προσφορά υπηρεσιών είναι ιδιαίτερα σημαντική και η αξιοποίησή της ανα-

γκαία. Όμως, για να μη δημιουργούνται προβλήματα πρέπει και τα δύο μέρη να ακολουθούν κάποιους βασικούς κανόνες. Για παράδειγμα, τα λαογραφικά μουσεία πρέπει να παρέχουν με πλήρη, σαφή και κατανοητό τρόπο όλες τις πληροφορίες που είναι απαραίτητες, ώστε κάθε εθελοντής να κατανοεί τις ενέργειες που πρέπει να κάνει έτσι ώστε να επιτελέσει επαρκώς το έργο που του ανατίθεται. Από την πλευρά του ο εθελοντής πρέπει να κατανοεί το χαρακτήρα της συμμετοχής του σε μία δράση (υποβοηθητικός), έτσι ώστε να μην υπερβαίνει τα καθήκοντά του και να μη δημιουργεί προβλήματα συντονισμού.

#### **1.4 Δημιουργία, οργάνωση και έκθεση συλλογών**

Στα κατά τόπους λαογραφικά μουσεία συγκεντρώνεται σημαντικό υλικό. Προκειμένου το υλικό αυτό να συγκροτήσει μια αξιόλογη συλλογή - τόσο για το ευρύ κοινό, όσο και για τους ερευνητές - πρέπει πρωτίστως να οργανωθεί και να συστηματοποιηθεί. Η σωστή οργάνωση περιλαμβάνει την τήρηση αρχείων και τη δημιουργία καταλόγων, στους οποίους γίνεται λεπτομερειακή καταγραφή των στοιχείων για κάθε αντικείμενο ξεχωριστά. Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται η καλύτερη κατανόηση, αξιολόγηση, ταξινόμηση, διαχείριση και αξιοποίηση του υλικού της συλλογής και μπορεί κάθε ενδιαφερόμενος να έχει άμεσα πληροφορίες που το αφορά.

Συγκεκριμένα, κάθε αντικείμενο πρέπει να αριθμείται και να περιγράφεται με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη λεπτομέρεια (ονομασία, ή ονομασίες του, τόπος / τρόπος / χρόνος απόκτησης, τόπος / χρόνος / υλικό / τεχνική κατασκευής, στοιχεία για τον κατασκευαστή, στοιχεία για τις χρήσεις, πολιτιστικά / ιστορικά στοιχεία που πιθανά συνδέονται με αυτό, κατάσταση στην οποία βρίσκεται, στοιχεία για τη συντήρηση που έχει υποστεί, κλπ.). Επίσης, πρέπει να γίνεται η εκτίμησή του, να φωτογραφίζεται, να ταξινομείται και, όταν είναι απαραίτητο, να συντηρείται.

Εκτός από την πρακτική της αξίας σε οργανωτικό - διαχειριστικό επίπεδο, η τεκμηρίωση των αντικειμένων μέσω της καταγραφής πληροφοριών και στοιχείων από δευτερογενείς πηγές έχει ιδιαίτερη σημασία για την εξακρίβωση της αξίας τους και σε ερευνητικό επίπεδο. Με τον τρόπο αυτό δημιουργείται η δυνατότητα ελέγχου των στοιχείων μέσα από την αντιδιαστολή και τη σύγκριση με στοιχεία από άλλες αρχειακές και βιβλιογραφικές πηγές. Έτσι, διευκολύνεται η τοπική ιστορική έρευνα και καθίσταται δυνατή η ανάπλαση των συνθηκών ζωής και η ερμηνευτική παρουσίαση της εξέλιξης των τοπικών κοινωνιών.

Η έκθεση μίας συλλογής αποτελεί το κύριο μέσο ανάδειξης του υλικού που έχει στη διάθεσή του ο εκάστοτε λαογραφικός χώρος, αλλά και ένα δίαυλο επικοινωνίας με το ευρύ κοινό, στο οποίο παρέχει μια οπτικού κυρίως τύπου γνωστική εμπειρία. Για το λόγο αυτό, η συλλογή πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πληρέστερη θεματικά, ελκυστικότερη αισθητικά, καθώς και χρηστικότερη γνωστικά, ώστε να κατανοεί ο επισκέπτης τις πληροφορίες που σχετίζονται με τα εκθέματα όσο το δυνατόν καλύτερα.

Έχει υποστηριχθεί ότι η *λειτουργική μέθοδος*<sup>6</sup> στην έκθεση των αντικειμένων έχει καλύτερα αποτελέσματα, αφού οι επισκέπτες μπορούν να δουν τα εκθέματα σε ολοκληρωμένες συνθέσεις. Αυτός ο τρόπος έκθεσης δημιουργεί ενόπτες που αναδεικνύουν τους συσχετισμούς μεταξύ των αντικειμένων, προβάλλουν τις διάφορες χρήσεις τους και παρουσιάζουν θέματα σχετικά με τη λαϊκή τέχνη (π.χ., την υφαντική). Επίσης, αφαιρεί την έλλειψη σύνδεσης και τις ασάφειες (η λογική συνέχεια ως προς τη φυσική και νοητική πορεία στην περιήγηση στα εκθέματα βελτιώνει σημαντικά τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών), βελτιώνει την κατανόηση του περιεχομένου των αντικειμένων και τονίζει τη χρηστική, τεχνική και καλλιτεχνική τους αξία.

Για την καλύτερη επικοινωνία της έκθεσης με τους επισκέπτες και τη μεγιστοποίηση της κατανόησης των εκθεμάτων από αυτούς είναι απαραίτητο να παρέχονται και γραπτές πληροφορίες για τα θέματα και τα αντικείμενα της έκθεσης. Τα κείμενα μπορεί να παρέχουν γενικές πληροφορίες για ένα θέμα που παρουσιάζεται στην έκθεση (π.χ., όπως παραπάνω: υφαντική), ή να παρέχουν ειδικά στοιχεία για κάποιο αντικείμενο (π.χ., ονομασία, υλικό, χρήση, κατασκευή, χρονολογία, κλπ.).

Με δεδομένο ότι το κοινό των μουσείων είναι ποικίλο από πλευράς ηλικιών, γνώσεων και εμπειριών τα κείμενα πρέπει να είναι απλά και σαφή, ώστε να ενθαρρύνεται ο επισκέπτης να τα διαβάσει. Ενέργειες που βοηθούν στο να τραβήξουν την προσοχή του επισκέπτη και να διευκολύνουν την ανάγνωση είναι: α) η τοποθέτηση των πινακίδων / κειμένων σε κατάλληλα σημεία (όχι πολύ ψηλά, ή πολύ χαμηλά), β) η χρήση τίτλων, γ) η αποφυγή μεγάλων προτάσεων και δ) η χρήση ευδιάκριτων σε μέγεθος γραμμάτων. Τέλος, τα κείμενα μπορούν κατά περίπτωση να πλαισιώνονται κατάλληλα με τη χρήση συμπληρωματικών εποπτικών μέσων (π.χ., σχέδια, χάρτες, φωτογραφίες, κλπ.), ή ακόμα και - όπου υπάρχει η δυνατότητα - από ένα σύντομο οπτικοακουστικό πρόγραμμα.

Στις περιπτώσεις νέων συλλογών η συγκρότησή τους δεν πρέπει να γίνεται με τη λογική της συγκέντρωσης αντικειμένων με προσωπικά αισθητικά κριτήρια, αλλά με ερευνητική προσέγγιση, δηλαδή με συστηματική συγκέντρωση όσο το δυνατόν περισσότερων πληροφοριών από τον τόπο που βρίσκονται τα αντικείμενα και, στο βαθμό που είναι δυνατό, από άτομα που τα είχαν χρησιμοποιήσει. Σκοπός είναι να προκύψουν συνθέσεις που θα είναι αντιπροσωπευτικές της παράδοσης, της ιστορίας και του πολιτισμού του τόπου, θα αντανakλούν το όραμα και τα ενδιαφέροντα των ανθρώπων που ζουν εκεί και θα είναι συμβατά με τις επιχειρησιακές δυνατότητες του φορέα που έχει την ευθύνη της δημιουργίας τους.

## 1.5 Προσέγγιση του κοινού από το μουσείο

Το κοινό των λαογραφικών μουσείων μπορεί να διακριθεί σε δύο κατηγορίες: α) στο πραγ-

<sup>6</sup> Στη συστηματική ταξινόμηση τα αντικείμενα παρουσιάζονται απλώς σε μια σειρά.

ματικό, δηλαδή στα άτομα που όντως επισκέπτονται το μουσείο και β) στο πιθανό (το «εν δυνάμει»), δηλαδή στα άτομα που σε κάποια δεδομένη στιγμή θα μπορούσαν να το επισκεφθούν. Το πραγματικό κοινό μπορεί να ταξινομηθεί σε: α) γενικό, δηλαδή σε αυτούς που επισκέπτονται τις εκθέσεις τυχαία και ατομικά και β) ειδικό, που με τη σειρά του μπορεί να καταταμηθεί σε υποομάδες που έχουν ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά - είτε φυσικά (π.χ., ηλικία, φύλο, κλπ.), είτε κοινωνικά (π.χ., επάγγελμα, μορφωτικό επίπεδο, κλπ.), που συνήθως επισκέπτονται το μουσείο κατά ομάδες. Ειδική αναφορά πρέπει να γίνει στους νέους (από την προσχολική ηλικία έως και την ηλικία που αποφοιτά κάποιος από το πανεπιστήμιο), που ίσως αποτελούν το πιο σημαντικό κοινό των μουσείων.

Βασικοί στόχοι των μουσείων πρέπει να είναι: α) η διευκόλυνση της πρόσβασης κάθε επισκέπτη σε αυτά, β) η παροχή μιας ευχάριστης και μορφωτικά ουσιαστικής εμπειρίας και γ) η καλλιέργεια μιας αμφίδρομης σχέσης με τους επισκέπτες. Ως σημαντικά μέσα προσέγγισης του κοινού και ταυτόχρονα ουσιώδη εκπαιδευτικά μέσα του μουσείου αναφέρονται: α) οι εκθέσεις, β) η προσέλκυση του ενδιαφέροντος του κοινού για τις δραστηριότητες του μουσείου και γ) η κοινοποίηση των αποτελεσμάτων των δραστηριοτήτων του (μέσω εκδόσεων και των ΜΜΕ).

Το ενδιαφέρον του κοινού προσελκύεται μέσα στους χώρους του μουσείου (οι ξεναγήσεις στις εκθέσεις αναδεικνύουν το γνωστικό, το ιστορικό και το πολιτισμικό περιεχόμενο των συλλογών, καθώς και την αισθητική και την καλλιτεχνική αξία των εκθεμάτων) και έξω από αυτούς (ποικίλες δράσεις μπορούν να σχεδιαστούν / υλοποιηθούν για σχολεία, σωματεία, χώρους ιστορικής μνήμης, κλπ., οι οποίες να στοχεύουν στο να προτρέψουν το κοινό να επισκεφθεί το μουσείο και να γνωρίσει το έργο του και το περιεχόμενο των συλλογών του), ενισχύοντας την κοινωνική διάσταση της λειτουργίας του και ενδυναμώνοντας την επικοινωνία του με την τοπική κοινωνία.

Όταν το μουσείο κοινοποιεί τα αποτελέσματα της επιστημονικής και της εκπαιδευτικής του δράσης υπερβαίνει τα στενά τοπικά όρια και απευθύνεται σε ένα ευρύτερο επιστημονικό κοινό. Η κοινοποίηση αυτή μπορεί να γίνει με πολλούς τρόπους, όπως είναι οι εκδόσεις (συμβάλλουν στην προσέγγιση τόσο των ειδικών [επιστημονικοί κατάλογοι, μονογραφίες] όσο και του ευρύτερου κοινού [βοηθήματα για την προετοιμασία της επίσκεψης, πηγή επιπλέον πληροφοριών, σημεία αναφοράς και μελέτης, αναμνηστικά]), τα δελτία τύπου, τα άρθρα σε εφημερίδες / περιοδικά, οι συνεντεύξεις, η παροχή υλικού για αφιερώματα για ραδιοφωνικές / τηλεοπτικές εκπομπές, κλπ.

Όταν η πραγματοποίηση των παραπάνω ενεργειών κοινοποίησης υπερβαίνει τις δυνατότητες του τοπικού φορέα διαχείρισης του λαογραφικού χώρου, μπορεί να ζητηθεί η συνεργασία κεντρικών φορέων με μεγαλύτερες επιχειρησιακές δυνατότητες, οι οποίοι μπορούν να συμβάλλουν στη διεκπεραίωση αυτού του έργου. Τέτοιου είδους συνεργασίες μπορούν να προκύψουν από τη δικτύωση των τοπικών συλλογών και των περιφερειακών λαο-

γραφικών μουσείων στην Πελοπόννησο, έννοια που αναλύεται διεξοδικότερα στην αντίστοιχη ενότητα.

### 1.5.1 Διευκολύνσεις για ΑΜΕΑ

Όπως όλες οι άλλες κατηγορίες κοινού, έτσι και τα ΑΜΕΑ<sup>7</sup> πρέπει να έχουν τη δυνατότητα να εισέρχονται απρόσκοπτα στους χώρους του μουσείου και να περιηγούνται στις εκθέσεις του. Αυτό προβλέπεται άλλωστε και από το άρθρο 26 του Χάρτη Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, στο οποίο αναγνωρίζεται «το δικαίωμα των ατόμων με ειδικές ανάγκες να επωφελούνται μέτρων που θα τους εξασφαλίζουν την αυτονομία». Αυτού του είδους η προσέγγιση δείχνει ότι τα στελέχη του μουσείου σέβονται το δικαίωμα των ανθρώπων αυτών να απολαμβάνουν ισότιμα τα πολιτιστικά αγαθά. Επίσης, μπορεί να αποτελέσει το έναυσμα για να γίνουν βελτιώσεις στις υφιστάμενες συνθήκες και στις υπηρεσίες των μουσείων που θα μπορούν να απολαμβάνουν όλοι οι επισκέπτες. Για παράδειγμα, η ανάρτηση πληροφοριών για τα εκθέματα, η εγκατάσταση καλύτερου φωτισμού στους χώρους των εκθέσεων, η αντικατάσταση των σκαλοπατιών με ράμπες, κλπ., αφορούν το γενικό κοινό ενός μουσείου και όχι μόνο κάποιες ειδικές ομάδες.

Σε πολλές περιπτώσεις, η εξασφάλιση πλήρους προσβασιμότητας σε ένα μουσείο είναι από πολύ δύσκολη έως ανέφικτη, διότι υπάρχουν πολλοί ανασταλτικοί παράγοντες (π.χ., παλαιότητα του κτιρίου, μικροί χώροι, πολλά επίπεδα, κλπ.). Σε κάθε περίπτωση, είναι απαραίτητο να μελετώνται οι δυνατότητες που υπάρχουν και να καταβάλλεται προσπάθεια να λύνονται τα προβλήματα με την εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων οργάνωσης, τη χρήση τεχνικά εξελιγμένων μέσων και την παροχή της εμπειρίας με εναλλακτικούς τρόπους. Για παράδειγμα, οι ράμπες, οι ευρύχωρες πόρτες και οι ανελκυστήρες διευκολύνουν πολύ τους χρήστες αναπηρικών αμαξιδίων στις μετακινήσεις προς τους χώρους του μουσείου και μέσα σε αυτούς. Αν είναι αδύνατο να δημιουργηθούν αυτές οι διευκολύνσεις μπορεί να εξεταστεί το ενδεχόμενο να τους δίνεται η ευκαιρία να γνωρίζουν όσα υπάρχουν στο μουσείο με άλλα μέσα (π.χ., φωτογραφίες, διαφάνειες, βίντεο, κλπ.).

## 1.6 Επίλογος

Η σωστή οργάνωση και διαχείριση των λαογραφικών μουσείων και των συλλογών αποτελεί μια πολλή σημαντική προϋπόθεση για την επιβίωση, αλλά και για την ανάπτυξή τους. Ακολουθώντας απλές διαδικασίες μπορούν τα στελέχη τους να δημιουργήσουν ένα ευχάριστο, ασφαλές και δημιουργικό περιβάλλον για τους επισκέπτες και να τους παρέχουν μια εποικοδομητική εμπειρία.

<sup>7</sup> Με την ευρεία έννοια του όρου, στα ΑΜΕΑ περιλαμβάνονται και τα ηλικιωμένα άτομα, οι έγκυες γυναίκες, οι προσωρινά τραυματίες, οι μεταφέροντες βαριά φορτία, κλπ).



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Αναβάθμιση της διδακτικής αξίας των λαογραφικών μουσείων και σύνδεσή τους με την κοινωνία

---

### 2.1 Εισαγωγή

Η συγκρότηση, η διατήρηση και η έκθεση αξιόλογων συλλογών πρέπει να αποτελούν μόνο την αφετηρία της δραστηριοποίησης των μουσείων, τα οποία οφείλουν να διεκδικούν ευρύτερο ρόλο μέσα στο χώρο του πολιτιστικού γίγνεσθαι της τοπικής τους κοινωνίας και της ευρύτερης γεωγραφικής τους περιφέρειας. Για να επιτύχουν το στόχο αυτό πρέπει να παρέχουν κάτι περισσότερο από μια απλή άθροιση αντικειμένων λαογραφικού ενδιαφέροντος. Μια τέτοια δυνατότητα προσφέρουν τα εκπαιδευτικά προγράμματα, τα οποία μπορούν να εξελιχθούν σε μια ζωντανή διαφήμιση των μουσείων και μια σοβαρή αιτία για να τα επισκεφθούν άτομα, ή ομάδες που βρίσκονται έξω από το στενό γεωγραφικό περιβάλλον τους και, ως εκ τούτου, σε μια καλή βάση για περαιτέρω ανάπτυξη.

### 2.2 Εκπαιδευτικά προγράμματα των λαογραφικών μουσείων

Η εκπαιδευτική δραστηριότητα μπορεί να συντελέσει τόσο στην επιβίωση, όσο και στην αναβάθμιση των τοπικών λαογραφικών μουσείων. Μπορούν να αναπτυχθούν πολύμορφα προγράμματα και να απευθυνθούν σε αρκετές κατηγορίες κοινού. Ειδικοί στόχοι αυτών των προγραμμάτων μπορούν να είναι η επαφή / γνωριμία με το εκάστοτε τοπικό μουσείο, η καλλιέργεια ενδιαφέροντος γι' αυτό, η παροχή γνωστικών εφοδίων, η προαγωγή της τοπικής πολιτισμικής συνείδησης, η αισθητική αγωγή, κλπ.

### 2.2.1 Τύποι εκπαιδευτικών προγραμμάτων

Υπάρχουν δύο τύποι εκπαιδευτικών προγραμμάτων:

α) Με βάση το κοινό που απευθύνονται:

- Μαθητές
- Φοιτητές
- Εκπαιδευτικούς
- Μεμονωμένους επισκέπτες
- Οικογένειες
- Ευρύ κοινό
- Επιστήμονες και ερευνητές
- Άτομα με αναπηρίες
- Παλιννοστούντες / Μετανάστες

β) Με βάση το είδος τους:

- Ξεναγήσεις: Είναι βασική μορφή εκπαιδευτικής δράσης από την πλευρά των μουσείων. Έχουν περιορισμένη χρονική διάρκεια για να μην είναι κουραστικές και απευθύνονται σε όλες τις κατηγορίες κοινού. Ανάλογα με τις δυνατότητες που υπάρχουν αυτές μπορούν να οργανώνονται: α) κατά τη διάρκεια του ωραρίου λειτουργίας του μουσείου (αυτό ενδείκνυται μόνο για περιόδους, ή/και ημέρες που η προσέλευση είναι ιδιαίτερα αυξημένη, όπως είναι οι ημέρες τοπικών εορτών και εκδηλώσεων), β) σε καθορισμένες ημέρες και ώρες, οι οποίες ανακοινώνονται εκ των προτέρων και γ) για ομάδες επισκεπτών. Η εκπαιδευτική αυτή δραστηριότητα μπορεί να ανατεθεί σε μέλη του διοικητικού συμβουλίου του φορέα διαχείρισης, σε μέλη του προσωπικού του μουσείου, σε εθελοντές, κλπ.
- Οργάνωση μουσικών εκδηλώσεων και θεατρικών, ή χορευτικών παραστάσεων: Αποτελούν ιδιαίτερες εκπαιδευτικές δραστηριότητες που μπορούν να διοργανωθούν οποιαδήποτε εποχή του χρόνου. Οι οργανωτικές απαιτήσεις τους μπορούν να είναι ανάλογες με το διαθέσιμο χώρο και την υλικοτεχνική υποδομή του μουσείου.
- Διαλέξεις και ομιλίες: Είναι ενδιαφέρουσες δράσεις που αξιοποιούν ανθρώπους που μπορούν να παρουσιάσουν ζητήματα σχετικά με τη λαϊκή τέχνη, την τοπική ιστορία και

παράδοση, ή άλλα θέματα τοπικού ενδιαφέροντος.

- Επιστημονικά συνέδρια και συμπόσια
- Προβολή ταινιών λαογραφικού περιεχομένου.
- Επίδειξη χειροτεχνικών εργασιών: Μπορούν να προσκληθούν λαϊκοί τεχνίτες που δραστηριοποιούνται στην περιοχή για να κάνουν ζωντανή επίδειξη των τεχνικών τους (π.χ., ξυλογλυπτική, μεταλλοτεχνία, υφαντική, ψαθοπλεκτική, κατασκευή τσαρουχιών, κέντημα, αγγειοπλαστική, κλπ.). Στο τέλος της επίδειξης μπορούν να επιτρέψουν σε αυτούς που παρακολουθούν να ασχοληθούν για λίγο με αυτές.
- Εργαστήρια δημιουργικής απασχόλησης: Αν υπάρχει ενδιαφέρον, οι παραπάνω επιδείξεις μπορούν να εξελιχθούν σε σειρά μαθημάτων, κατά τη διάρκεια των οποίων θα διδάσκονται οι τεχνικές αυτές. Μετά την ολοκλήρωση των μαθημάτων ενδείκνυται η οργάνωση σχετικών εκθέσεων.
- Σεμινάρια επαγγελματικής επιμόρφωσης
- Σεμινάρια για φοιτητές πανεπιστημίου
- Έντυπα / CD, DVD
- Φορητό εκπαιδευτικό υλικό
- Προβολές ταινιών λαογραφικού περιεχομένου

Ίσως η ανάπτυξη και η λειτουργία όλων των παραπάνω προγραμμάτων από το σύνολο των τοπικών μουσείων να μην είναι ένας ρεαλιστικός στόχος. Όμως, η πραγματοποίηση πολλών από αυτά είναι εφικτή αν γίνει ο κατάλληλος σχεδιασμός, στον οποίο θα συμπεριληφθούν παράμετροι όπως η υποστήριξη από μεμονωμένα άτομα (π.χ., εκπαιδευτικούς, άτομα με ειδικές δεξιότητες από την περιοχή, κλπ.), η υποστήριξη από φορείς (π.χ., σωματεία της περιοχής, μεγαλύτερα μουσεία από την ευρύτερη περιφέρεια, κλπ.), η εξέταση της πιθανότητας επιτυχούς διεξαγωγής ειδικών δράσεων ανά τόπο, η περιοδικότητα, κλπ.

### 2.2.2 Εκπαιδευτικά προγράμματα για παιδιά

Υπάρχουν τρεις λόγοι που τα λαογραφικά μουσεία θεωρούν τα παιδιά ως την πιο σημαντική κατηγορία κοινού. Πρώτον διότι τα μουσεία μεταλαμπαδεύουν αποτελεσματικότερα σε αυτά την παράδοση και τον πολιτισμό. Δεύτερον διότι η ανάπτυξη της σχέσης με τα παιδιά αποτελεί το ισχυρότερο εκέγγυο για τη συνέχιση της ύπαρξής τους και τη διατήρηση της επικοινωνίας τους με την κοινωνία. Τρίτον διότι τα παιδιά είναι άριστοι πρεσβευτές του έργου τους προς τους ενήλικους. Συνεπώς, για τα μουσεία η οργάνωση και η διεξαγωγή

εκπαιδευτικών προγραμμάτων για παιδιά πρέπει να αποτελεί βασικό στρατηγικό στόχο.

Σε τέτοιου είδους προγράμματα εντάσσονται τα εργαστήρια δημιουργικής απασχόλησης, παραδείγματα των οποίων ακολουθούν: Πασχαλινά έθιμα (βάψιμο αυγών και πλάσιμο κουλουριών), Χριστουγεννιάτικα έθιμα (στόλισμα δέντρου, εκμάθηση τοπικών τραγουδιών / κάλαντα), έθιμα μεταμφίεσεων σε αποκριάτικες εορτές (κατασκευή και βάψιμο μασκών, εκμάθηση χωρών με παραδοσιακή μουσική), έθιμα Καθαρής Δευτέρας (κατασκευή και διακόσμηση χαρταετού), λαϊκή κεραμική (κατασκευή και χρωματισμός κεραμικών), παραδοσιακός λόγος (αφήγηση / δραματοποίηση παραμυθιών), θέατρο σκιών (χαρτοκοπτική, ζωγραφική φιγούρων ανθρώπων / ζώων / καθημερινών αντικειμένων / ηρώων από τον Καραγκιόζη, αυτοσχέδιες παραστάσεις).

Ένα ακόμη ενδιαφέρον πρόγραμμα που θα μπορούσε να υλοποιηθεί είναι αυτό της εκπαίδευσης των παιδιών ως «μικρών λαογράφων», δηλαδή η εξοικείωσή τους με τα εκθέματα του εκάστοτε τοπικού λαογραφικού χώρου και η πραγματοποίηση ξεναγήσεων για το κοινό από αυτά σε μια καθορισμένη ημέρα και ώρα. Μέσα από ένα τέτοιο πρόγραμμα μπορεί να δοθεί μια πρώτης τάξεως αφορμή για να παρακινηθούν οι οικογένειες των παιδιών να επισκεφτούν το λαογραφικό μουσείο και να το γνωρίσουν από κοντά.

Τα προγράμματα αξιοποιούν το λόγο και την κίνηση. Περιλαμβάνουν επιδείξεις, επεξηγήσεις, παροχή έντυπου πληροφοριακού υλικού, καθώς και δημιουργία πρόχειρων κατασκευών. Δίνουν τη δυνατότητα στα παιδιά να μάθουν με το να παρατηρούν, να περιεργάζονται και να ακούν, κυρίως όμως με το να αυτενεργούν. Το στοιχείο της αυτενέργειας, συνδυαζόμενο με το αίσθημα της επίτευξης που αντλούν από τα δημιουργήματά τους, τους προσφέρουν τη μεγαλύτερη ευχαρίστηση. Η διοργάνωση μικρών εκθέσεων με τις κατασκευές τους στους χώρους των μουσείων ενισχύει περισσότερο αυτή την ευχαρίστηση. Η συμμετοχική / διδακτική διαδικασία ολοκληρώνεται με την ηθική επιβράβευση όλων ανεξαιρέτως των παιδιών. Η εποικοδομητική και ευχάριστη εμπειρία που αποκομίζουν πιθανότατα θα τα οδηγήσει στο μέλλον και πάλι προς το μουσείο και τις δραστηριότητές του.

Για τις περιπτώσεις που δεν υπάρχει δυνατότητα οργάνωσης προγραμμάτων (μικροί πολιτιστικοί χώροι / τοπικές συλλογές σε απομακρυσμένες περιοχές), ενδείκνυται η συνεργασία με τα περιφερειακά λαογραφικά μουσεία. Εφόσον αναπτυχθεί και έρθει εις πέρας ένα πρόγραμμα, είναι σκόπιμο να επιδιωχθεί η εφαρμογή του και σε άλλες γειτονικές περιοχές. Κατ' αυτό τον τρόπο - όπως επίσης και με ενέργειες όπως ο δανεισμός υλικού σε άλλους φορείς και η οργάνωση κινητών εκθέσεων - προβάλλεται το έργο των λαογραφικών μουσείων και συλλογών, ενισχύονται οι συνεργασίες με φορείς της ευρύτερης περιοχής τους και αναπτύσσεται το ενδιαφέρον για επισκέψεις ή συμμετοχές σε μελλοντικά εκπαιδευτικά προγράμματα τους.

### 2.2.2.1 Εκπαιδευτικά προγράμματα για μαθητές

Η σύνδεση των περιφερειακών λαογραφικών μουσείων και των τοπικών συλλογών με τη σχολική κοινότητα δίνει τη δυνατότητα στους μαθητές να έρθουν σε επαφή με τον πολιτισμό και τις μορφές τέχνης του τόπου τους και να γνωρίσουν καλύτερα την ιστορία του. Μέσα από την παρατήρηση και την αλληλεπίδραση με τα εκθέματα μπορούν να κάνουν συσχετισμούς και συγκρίσεις, να βγάλουν συμπεράσματα, να αισθανθούν και να ανασυνθέσουν δραστηριότητες, συνήθειες και έθιμα περασμένων εποχών, δηλαδή να μάθουν.

Η οργάνωση των προγραμμάτων για μαθητές πρέπει να γίνεται έγκαιρα και συντονισμένα. Στην αρχή της σχολικής χρονιάς πρέπει να αφιερώνεται χρόνος για την ενημέρωση των εκπαιδευτικών των τοπικών σχολικών μονάδων, ειδικά όσων δεν έχουν ήδη γνωρίσει το λαογραφικό μουσείο. Επίσης, πρέπει να ενημερώνονται (πιθανόν με την αποστολή σύντομου κειμένου, ή με τηλεφωνική επικοινωνία με τις διευθύνσεις τους) τα σχολεία της ευρύτερης περιοχής. Δεδομένου ότι ο νόμος προβλέπει εκπαιδευτικές επισκέψεις των σχολικών μονάδων σε επιλεγμένους χώρους κατά τη διάρκεια της χρονιάς είναι βέβαιο ότι θα υπάρχει εκδήλωση ενδιαφέροντος. Με βάση τα στοιχεία από τα ενδιαφερόμενα σχολεία (ημέρες, ώρες, αριθμός τμημάτων και μαθητών) καταρτίζεται ένα πρόγραμμα επισκέψεων και ρυθμίζονται οι απαραίτητες λεπτομέρειες.

Ο ρόλος των εκπαιδευτικών είναι πολύ ουσιαστικός για την επιτυχία των προγραμμάτων. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να ενθαρρύνονται στο να επικοινωνούν με το μουσείο, ή/και να το επισκέπτονται εκ των προτέρων, ώστε να προετοιμάζεται η επίσκεψη όσο το δυνατόν καλύτερα (εξοικείωση με το χώρο, γνωριμία με τα αρμόδια πρόσωπα, διευθέτηση πρακτικών θεμάτων, παρουσίαση ειδικών απαιτήσεων, ανάλυση διαδικασίας, κλπ.). Οι εκπαιδευτικοί θα πρέπει να εναρμονίζονται με το γενικό πνεύμα του μουσείου και τις κατευθύνσεις που δίνει, χωρίς να επιβάλλουν την παρουσία τους.

Όταν υπάρχει έντυπο υλικό (ιστορία του μουσείου, εκθέματα, κλπ.) πρέπει να δίνεται στους εκπαιδευτικούς, ώστε να προετοιμάζουν καλύτερα την επίσκεψη με τους μαθητές, αλλά και να τους δίνεται η δυνατότητα να κάνουν και οι ίδιοι αποτελεσματική χρήση των χώρων του μουσείου σε επόμενες επισκέψεις. Στα σχολεία άλλων περιοχών μπορεί να αποσταλεί πληροφοριακό υλικό σε ηλεκτρονική μορφή, εφόσον είναι διαθέσιμο.

Η επίσκεψη στο μουσείο δεν πρέπει να έχει τη μορφή απλής περιήγησης στο χώρο των εκθεμάτων που θα αφήνει τους μαθητές σε παθητικό ρόλο θεατή / ακροατή. Είναι πιο αποτελεσματικό να τους τίθενται κατευθυνόμενες ερωτήσεις που θα τους δίνουν ερεθίσματα για συμμετοχή, διάλογο, συγκρίσεις και τοποθετήσεις. Το περιεχόμενο των ερωτήσεων μπορεί να διαμορφώνεται και να προσαρμόζεται ανάλογα με την ηλικία των μαθητών.

Ειδικά για τους μαθητές μεγαλύτερων τάξεων μπορεί να σχεδιαστεί και να υλοποιηθεί ένα

ολοκληρωμένο πρόγραμμα αναφορικά με τα μουσεία. Ειδικότερα, οι μαθητές μπορούν να:

- Συζητούν για ζητήματα συμπεριφοράς μέσα σε ένα μουσείο.
- Αναφέρονται σε εμπειρίες από προηγούμενες επισκέψεις σε μουσεία.
- Ευαισθητοποιούνται σε θέματα λαϊκού πολιτισμού και των παραδόσεων του τόπου τους.
- Συζητούν στοιχεία της ζωής σε παλιότερα χρόνια.
- Συνδέουν την τοπική τους παράδοση με την ιστορία και με τη λογοτεχνία.
- Ανακαλύπτουν εναλλακτικές χρήσεις των εκθεμάτων του μουσείου.
- Αναπτύσσουν τα στοιχεία της δημιουργικότητας μέσα από τη βιωματική μάθηση.

Η επιτυχία των προγραμμάτων βασίζεται στη σωστή προετοιμασία της τάξης στο σχολείο. Πριν από την επίσκεψη στο μουσείο, ή μετά από αυτή οι μαθητές μπορούν να κατευθυνθούν να αναζητήσουν στοιχεία: α) σε παραπομπές σε κείμενα των σχολικών τους βιβλίων, τα οποία σχετίζονται είτε με τα μουσεία γενικά, είτε με τα αντικείμενα που εκτίθενται στα τοπικά μουσεία, β) σε άλλη βιβλιογραφία και εγκυκλοπαίδειες, γ) στο διαδίκτυο, δ) από ηλικιωμένα άτομα που πιθανόν να έχουν σχετικές μνήμες, ή γνώσεις για τα εκθέματα του τοπικού μουσείου, κλπ.

Κατά τη διάρκεια της επίσκεψης στο χώρο των μουσείων, οι μαθητές μπορούν να συγκροτήσουν ομάδες για να συμπληρώσουν τα φύλλα εργασίας που περιέχουν ερωτήσεις και δραστηριότητες. Μετά το πέρας της επίσκεψης μπορούν να ολοκληρώσουν την εκπαιδευτική διαδικασία στο χώρο του σχολείου με το να γράψουν τα συμπεράσματά τους, τους προβληματισμούς τους, τις εντυπώσεις και τα συναισθήματά τους από την επίσκεψη, ή να κάνουν ζωγραφιές, κατασκευές, χειροτεχνήματα, κλπ., που να βασίζονται στα αντικείμενα των εκθέσεων.

### 2.2.3 Εκπαιδευτικά προγράμματα για ΑΜΕΑ

Για να εξυπηρετήσουν τα ΑΜΕΑ που επισκέπτονται το μουσείο σε ομάδες και να τους προσφέρουν μια πραγματικά αξιόλογη εμπειρία τα στελέχη του μουσείου πρέπει πρώτα να κατανοήσουν τις ιδιαίτερες ανάγκες τους. Για να το πετύχουν αυτό πρέπει να συνεργαστούν μαζί τους και να πάρουν κάποια γενικά στοιχεία (π.χ., ηλικίες, ενδιαφέροντα, προβλήματα που αντιμετωπίζουν, κλπ.), ώστε να κάνουν κάποια προετοιμασία, ή/και να τους προμηθεύσουν υλικό. Ορισμένες πρακτικές μέθοδοι εξυπηρέτησης είναι οι παρακάτω:

- Χρησιμοποίηση μαγνητοφωνημένου υλικού για τυφλούς και γενικά τα άτομα με διατα-

ραχές στην όραση. Πικακίδες με γράμματα Μπράϊγ διευκολύνουν την επαφή των ατόμων αυτών με τα εκθέματα.

- Για άτομα με προβλήματα ακοής μπορούν να χρησιμοποιηθούν η ανάγνωση των χειλιών, με αργή ομιλία και μικρές προτάσεις, χωρίς αφηρημένες έννοιες. Επίσης, επεξήγηση με κάποιες χειρονομίες και αναφορές σε συγκεκριμένα σημεία των εκθεμάτων. Ιδιαίτερα χρήσιμες είναι οι πινακίδες με κείμενα σχετικά με τα εκθέματα.

Εάν τα ΑΜΕΑ δυσκολεύονται να μετακινηθούν και το μουσείο διαθέτει την κατάλληλη τεχνολογική υποδομή μπορεί να χρησιμοποιηθεί κάποιο φορητό εκπαιδευτικό υλικό, το οποίο θα μεταφέρεται στο χώρο που εδρεύουν οι ομάδες αυτές και θα πλαισιώνεται με απλές δραστηριότητες σχετικές με το υλικό αυτό.

#### 2.2.4 Έντυπα και άλλο εκπαιδευτικό υλικό

Μέσα στο πλαίσιο των εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων των λαογραφικών μουσείων περιλαμβάνεται και η ανάπτυξη πληροφοριακού / εκπαιδευτικού υλικού σχετικά με τους χώρους και τις συλλογές τους. Ο ρόλος των εντύπων είναι σημαντικός διότι: α) προβάλλουν το έργο των μουσείων, β) δίνουν την ευκαιρία στο κοινό να εξοικειωθεί μαζί τους, γ) διευκολύνουν την κατανόηση της μορφής, του περιεχομένου και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των συλλογών και των εκθέσεων τους και δ) συμπληρώνουν θεματικά και εννοιολογικά το πεδίο δράσης τους με αναφορές σε άλλα στοιχεία τοπικής παράδοσης και πολιτισμού. Ορισμένοι τύποι εκδόσεων είναι οι παρακάτω:

- Στοιχεία γενικής πληροφόρησης του κοινού για το μουσείο.
- Παρουσίαση αντικειμένων που εκτίθενται στο μουσείο.
- Περιοδικές εκδόσεις με θεματολογία λαογραφικού περιεχομένου (π.χ., τοπικές εορτές και δρώμενα, τοπικά έθιμα και παραδόσεις, κλπ.).
- Έντυπα για μαθητές.
- Ειδικές εκδόσεις (π.χ., με υλικό από παιδικά εκπαιδευτικά προγράμματα).

Ακόμη και στις περιπτώσεις που δεν είναι εφικτή η συχνή, ή μεγάλης κλίμακας παραγωγή έντυπου υλικού τα τοπικά μουσεία πρέπει να προσπαθήσουν να δημιουργήσουν ένα, κατ' αρχή, βασικό φυλλάδιο, με προοπτική να το αναβαθμίσουν όταν το επιτρέψουν οι συνθήκες.

#### 2.2.5 Μουσειοσκευές (Φορητές εκπαιδευτικές μονάδες)

Οι φορητές εκπαιδευτικές μονάδες δίνουν τη δυνατότητα στο εκάστοτε μουσείο να ανα-

πτύξει δραστηριότητα και εκτός του φυσικού του χώρου. Μια τέτοια μονάδα μπορεί να περιέχει κάποια αντικείμενα που προέρχονται από τη συλλογή του μουσείου (τα οποία μπορεί να διαφοροποιούνται κατά περίπτωση), ενημερωτικά έντυπα (γενικά / ειδικά, για μαθητές), ή/και οπτικοακουστικό υλικό (διαφάνειες, βίντεο, μαγνητοφωνημένες πληροφορίες). Η χρήση των μονάδων αυτών μπορεί να γίνει είτε από στέλεχος του μουσείου, είτε από κάποιον εκπαιδευτικό που έχει τις γνώσεις για να τις αξιοποιήσει και έχει εκπαιδευτεί κατάλληλα από τα στελέχη του μουσείου. Ανάλογα με το σε ποιους πρόκειται να γίνει η επίδειξη, το υλικό πρέπει να διαμορφώνεται με τρόπον ώστε η παρουσίαση να είναι όσο το δυνατόν πιο συμβατή με τις ηλικίες και τα ενδιαφέροντα του ακροατηρίου.

Στην περίπτωση δανεισμού μιας τέτοιας μονάδας σε κάποιο σχολείο, ο εκπαιδευτικός που θα την παραλάβει έχει τη δυνατότητα να υλοποιήσει δημιουργικές δράσεις που θα λειτουργήσουν εισαγωγικά, ή συμπληρωματικά σε μια ενδεχόμενη επίσκεψη στο μέλλον. Είναι απαραίτητο να παρέχονται στον εκπαιδευτικό πληροφορίες σχετικά το περιεχόμενο της μονάδας και τον τρόπο χρήσης της, καθώς και προτάσεις για δραστηριότητες μέσα στο χώρο του σχολείου. Όταν η εκπαιδευτική μονάδα επιστραφεί, μπορεί ο εκπαιδευτικός να επισυνάψει το αποτέλεσμα της ενασχόλησης των παιδιών με το υλικό (π.χ., εργασίες, κατασκευές, ζωγραφιές, κλπ.) προκειμένου να οργανωθεί μια μικρή σχετική έκθεση στο μουσείο.

### **2.3 Αξιοποίηση του διαδικτύου και των νέων τεχνολογιών**

Οι συνθήκες και οι τάσεις της σύγχρονης εποχής επιτάσσουν τη διερεύνηση των δυνατοτήτων που παρέχουν οι τεχνολογίες αιχμής και η χρήση του διαδικτύου. Η διαρκώς ευκολότερη πρόσβαση σε αυτό και η αλλαγή της στάσης των ανθρώπων απέναντι στη χρήση του το έχουν καταστήσει ένα ιδιαίτερα σημαντικό εργαλείο στην καθημερινή τους ζωή και το έχουν αναδείξει ως έναν από τους πρωταρχικούς τρόπους πρόσβασης στην πληροφορία. Ως αποτέλεσμα, το διαδίκτυο καθίσταται αυτόματα και σπουδαίο μέσο επιρροής ως προς τη διαδικασία λήψης απόφασης του ευρύτερου κοινού και για ζητήματα επιλογής δραστηριοτήτων στο πεδίο του πολιτισμού και της αναψυχής γενικότερα.

Αναφορικά με τα τοπικά λαογραφικά μουσεία, η ανάπτυξη ιστοσελίδων μπορεί να αποβεί ιδιαίτερα επωφελής ως προς την ανάδειξη του υλικού τους, την αναβάθμιση της εικόνας τους και την αύξηση της επισκεψιμότητάς τους. Ουσιαστικά, το εκάστοτε μουσείο εξασφαλίζει ενεργή παρουσία και δυνατότητα ενημέρωσης του κοινού από απόσταση, ακόμη και για τις περιόδους που πιθανόν να αδυνατεί να έχει ενεργή δραστηριότητα. Πρέπει να σημειωθεί πως το κόστος για την ανάπτυξη μιας ιστοσελίδας δεν είναι απαγορευτικό, ιδιαίτερα αν συνεκτιμηθούν οι χρήσεις που προσφέρει καθώς και τα εκτιμώμενα οφέλη.

Ειδικά για τους λαογραφικούς χώρους που φιλοξενούνται στις πιο απομακρυσμένες περιοχές η ιστοσελίδα μπορεί: α) να αποτελέσει μια πύλη πληροφόρησης που θα φέρει



πιο κοντά ανθρώπους που ενδεχόμενα δεν είχαν καμία γνώση για την ύπαρξή τους και β) να διευρύνει σημαντικά τον αριθμό των πιθανών επισκεπτών, οι οποίοι ενδέχεται να αποφασίσουν να τα γνωρίσουν από κοντά κατά τις περιόδους που βρίσκονται σε λειτουργία.

Η σύνδεση με άλλους κόμβους παρέχει τη δυνατότητα μεγαλύτερης προβολής των μουσείων και πρόσβασης όχι μόνο από άτομα που ενδιαφέρονται γι' αυτά, αλλά και από όλους όσους έχουν περιηγητικά / τουριστικά ενδιαφέροντα που σχετίζονται με την ευρύτερη περιοχή των μουσείων.

Μια επιπλέον δυνατότητα αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών που αξίζει να αναφερθεί είναι αυτή της δημιουργίας ψηφιακής βιβλιοθήκης, η οποία είναι μια ηλεκτρονική τοποθεσία όπου συγκεντρώνεται και ταξινομείται υλικό και πληροφορίες από κάποιο μουσείο σε ψηφιακή μορφή. Ορισμένα πιθανά οφέλη είναι τα εξής:

- Προβολή του έργου των μουσείων.
- Προσέλκυση δωρεών συναφών εκθεμάτων.
- Αύξηση της επισκεψιμότητας από χρήστες της βιβλιοθήκης.
- Αύξηση των εσόδων μέσα από τη χρήση της.
- Προσέλκυση χορηγών.
- Παροχή δυνατότητας πρόσβασης σε πληροφοριακό υλικό λαογραφικής, εθνολογικής έρευνας.
- Δημιουργία δυνατότητας ανάπτυξης συνεργασιών με άλλους πολιτιστικούς φορείς που διαθέτουν ψηφιοποιημένο υλικό για την ανάπτυξη προγραμμάτων, ή/και παράλληλων δράσεων.

Τέλος, τα μουσεία μπορούν να δημιουργήσουν υλικό επιμορφωτικών σεμιναρίων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων (π.χ., μορφών λαϊκής τέχνης) από απόσταση και να το εκδώσουν σε CD-ROM.

Ανεξάρτητα πάντως από τη δυνατότητα υλοποίησης κάποιων από τις παραπάνω προτάσεις είναι σαφές πως οι εξελίξεις στον τομέα της πρόσβασης στην πληροφορία επιβάλλουν τη διερεύνηση όλων των τρόπων που θα τις καθιστούσαν εφικτές (π.χ., αξιοποίηση πόρων από ιδιωτικές / τοπικές / περιφερειακές / εθνικές πηγές, ευρωπαϊκά προγράμματα, κλπ.), προκειμένου οι λαογραφικοί χώροι να αποκομίσουν σε βάθος χρόνου όσο το δυνατόν περισσότερα από τα οφέλη που αποδεδειγμένα απορρέουν από την πραγματοποίησή τους.

## 2.4 Επίλογος

Ο αποτελεσματικότερος τρόπος με τον οποίο τα λαογραφικά μουσεία μπορούν να συνδεθούν με την κοινωνία είναι η προσέλκυση μαθητών και η προσφορά σε αυτούς της δυνατότητας να μάθουν ενδιαφέροντα πράγματα για θέματα που αφορούν τη ζωή τους. Υπάρχουν πολλές ενέργειες που μπορούν να γίνουν προς την κατεύθυνση αυτή με μικρό κόστος. Οι δυνατότητες που προσφέρει το διαδίκτυο αυξάνουν την αποτελεσματικότητα αυτών των ενεργειών.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:

## Οργάνωση και διαχείριση πολιτιστικών εκδηλώσεων

---

### 3.1 Εισαγωγή

Λόγω της απήχησης που έχουν στο ευρύ κοινό, οι εκδηλώσεις (πρέπει να) αποτελούν ένα σημαντικό τμήμα της δραστηριότητας ενός τοπικού φορέα. Ο σχεδιασμός τους πρέπει να υποστηρίζεται από τη φιλοσοφία και τη δομή του, να λαμβάνει υπόψη τις οικονομικές του δυνατότητες και να καλύπτει ανάγκες και επιθυμίες όσο το δυνατόν περισσότερων επισκεπτών. Για να σχεδιαστεί και να οργανωθεί μια εκδήλωση απαιτείται η ύπαρξη και ο συντονισμός πολλών παραγόντων (π.χ., γνώση, εμπειρία, χρόνος, διάθεση, φαντασία, εγκαταστάσεις, εξοπλισμός, κλπ.).

Η σωστή οργάνωση και προβολή των τοπικών πολιτιστικών εκδηλώσεων και παραδοσιακών εορτών μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση της αναγνωρισιμότητας, της επισκεψιμότητας και της αποκόμισης ωφελειών για τις τοπικές κοινωνίες τόσο βραχυπρόθεσμα, όσο και μακροπρόθεσμα. Πολύ σημαντικός παράγοντας για την προώθηση και την επιτυχία των εκδηλώσεων αυτής της μορφής είναι η ανάδειξη στοιχείων όπως η μοναδικότητα, η ειδική θεματολογία, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, ή ακόμα και η χρονική καταλληλότητα. Η επιτυχημένη διοργάνωση τέτοιων εκδηλώσεων οδηγεί σε σταδιακή αναβάθμιση της σημασίας τους και τις εξελίσσει σε θεσμούς αυξημένου κύρους που δημιουργούν θετική εικόνα και δημοσιότητα για τις τοπικές κοινωνίες.

Ο ρόλος των υπευθύνων των περιφερειακών λαογραφικών μουσείων και των τοπικών συλλογών σχετίζεται με την ανάδειξη του επιστημονικού τους έργου και της κοινωνικής προσφοράς τους και δεν αφορά στις διαδικασίες διαχείρισης. Οι αρμόδιοι των πολιτιστικών χώρων μπορούν να έχουν σημαντική συνεισφορά λειτουργώντας συμβουλευτικά σε διάφορα θέματα, όπως για παράδειγμα οι παραδόσεις και τα έθιμα, οι χοροί, οι φορεσιές

και γενικότερα η παρουσίαση και η εικόνα των εκδηλώσεων.

Στο κεφάλαιο αυτό περιγράφεται το γενικό πλαίσιο της οργάνωσης εκδηλώσεων, επισημαίνονται πρωτοβουλίες που έχουν τη δυνατότητα να προβούν οι τοπικοί φορείς και παρουσιάζονται οι ενέργειες που πρέπει να γίνονται για την αποτελεσματικότερη υλοποίηση μιας εκδήλωσης.

### 3.2 Σημασία των εκδηλώσεων

Υπάρχουν αρκετοί και σημαντικοί λόγοι, για τους οποίους αξίζει ένας τοπικός φορέας να αφιερώσει χρόνο, χρήματα και ενέργεια για να σχεδιάσει / οργανώσει εκδηλώσεις. Ορισμένοι από αυτούς είναι:

- Υποστηρίζουν και αναδεικνύουν το συνολικό κοινωνικό έργο σε τοπικό επίπεδο.
- Προσελκύουν το ενδιαφέρον προσώπων που πρωταγωνιστούν στο δημόσιο βίο της πόλης / περιφέρειας / χώρας και, σε περιπτώσεις διεθνών εκδηλώσεων, εκπροσώπων άλλων χωρών.
- Συμβάλλουν στη δημιουργία και ανάπτυξη ενός δικτύου σχέσεων και συνεργασιών με δημόσιους / ιδιωτικούς οργανισμούς, πανεπιστημιακά ιδρύματα, επιστημονικούς φορείς, ιδιώτες, κλπ.
- Συμβάλλουν στην ανάπτυξη εθελοντικής δράσης εκ μέρους των πολιτών.
- Ψυχαγωγούν τους πολίτες.
- Ικανοποιούν με ρεαλιστικό μέτρο τις επιθυμίες και τις ανάγκες των πολιτών.
- Προσελκύουν τα ΜΜΕ, με αποτέλεσμα οι τοπικοί φορείς να προβάλλονται με πολύ καλό τρόπο.

### 3.3 Γενικά χαρακτηριστικά των εκδηλώσεων

Ορισμένα γενικά χαρακτηριστικά των εκδηλώσεων είναι τα παρακάτω:

- Ποικιλία.
- Συμμετοχή όλων των ηλικιών<sup>8</sup>, των φύλων και των ειδικών πληθυσμιακών ομάδων (π.χ., ΑΜΕΑ, κλπ.).
- Διαμόρφωση κοινωνικών μηνυμάτων.

8 Μπορεί να διοργανώνεται μια εκδήλωση (π.χ., θεατρική παράσταση) για ενήλικες και μια αντίστοιχη για παιδιά

- Υλοποίηση σε όλη τη διάρκεια της χρονιάς.
- Επικαιρότητα
- Συνδυασμός με άλλες δραστηριότητες.
- Ενεργοποίηση συνεργαζόμενων φορέων (π.χ., σχολική / πανεπιστημιακή κοινότητα, σωματεία, κλπ.).
- Δημιουργία χρονοδιαγράμματος ενεργειών.

Με βάση τα παραπάνω γενικά χαρακτηριστικά (στα οποία μπορούν να προστεθούν και άλλα), τα στελέχη των τοπικών φορέων μπορούν να σχεδιάζουν και να υλοποιούν ένα πολύ καλό πρόγραμμα εκδηλώσεων, το οποίο θα είναι οικονομικά εφικτό και θα ικανοποιεί όλους όσοι συμμετέχουν, με οποιαδήποτε ιδιότητα, σε αυτό. Καλό είναι οι φορείς να κάνουν ετήσιο σχεδιασμό, ούτως ώστε να γίνεται όσο το δυνατόν ορθολογικότερα η κατανομή των εκδηλώσεων και οικονομικότερα η πραγματοποίησή τους.

### **3.4 Κατηγοριοποίηση των εκδηλώσεων**

Η κατηγοριοποίηση των εκδηλώσεων μπορεί να γίνει με διάφορα κριτήρια. Ένα από αυτά μπορεί να είναι η θεματολογία. Με βάση το κριτήριο αυτό, μια εκδήλωση μπορεί να χαρακτηριστεί ως εκπαιδευτική (π.χ., ημερίδα / σεμινάριο), επιστημονική (π.χ., συνέδριο), επετειακού χαρακτήρα (π.χ., εορτασμός μιας εθνικής επετείου), κλπ. Ένα άλλο κριτήριο μπορεί να είναι η γεωγραφική διάσταση και μια εκδήλωση μπορεί να έχει τοπικό, περιφερειακό, εθνικό, ή διεθνή χαρακτήρα.

Κάθε φορέας μπορεί να ορίσει δικά του κριτήρια και να κατηγοριοποιήσει τις εκδηλώσεις του με τον τρόπο που το εξυπηρετεί καλύτερα στο σχεδιασμό και την υλοποίησή τους.

### **3.5 Ανάπτυξη του πυρήνα μιας εκδήλωσης**

Με την πάροδο του χρόνου η πλειονότητα των τοπικών πολιτιστικών εκδηλώσεων και εορτών έχει ήδη παγιωμένα / συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, τα οποία προκύπτουν από τις ειδικές χωροχρονικές και λειτουργικές συνθήκες και από τις επιθυμίες / δυνατότητες των διοργανωτών τους και έχουν διαμορφώσει μια συγκεκριμένη μορφή και εικόνα. Σε κάθε περίπτωση, όμως, ο πυρήνας κάθε εκδήλωσης είναι το θέμα, οι αντικειμενικοί σκοποί και τα γενικά χαρακτηριστικά της.

Στη διοργάνωση κάθε εκδήλωσης πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όλοι οι βασικοί εμπλεκόμενοι, δηλαδή οι βασικοί δρώντες, οι θεατές / επισκέπτες, οι φορείς της τοπικής κοινωνίας, οι τοπικές αρχές, οι διοργανωτές, οι συνεργαζόμενοι και, τέλος, οι πιθανοί χορη-

γοί. Για όλους τους παραπάνω πρέπει να καταβάλλεται προσπάθεια να καλύπτονται οι ανάγκες και τα ενδιαφέροντά τους, ιεραρχώντας τη σπουδαιότητα του ρόλου της κάθε μιας κατηγορίας μέσα στα όρια του εφικτού.

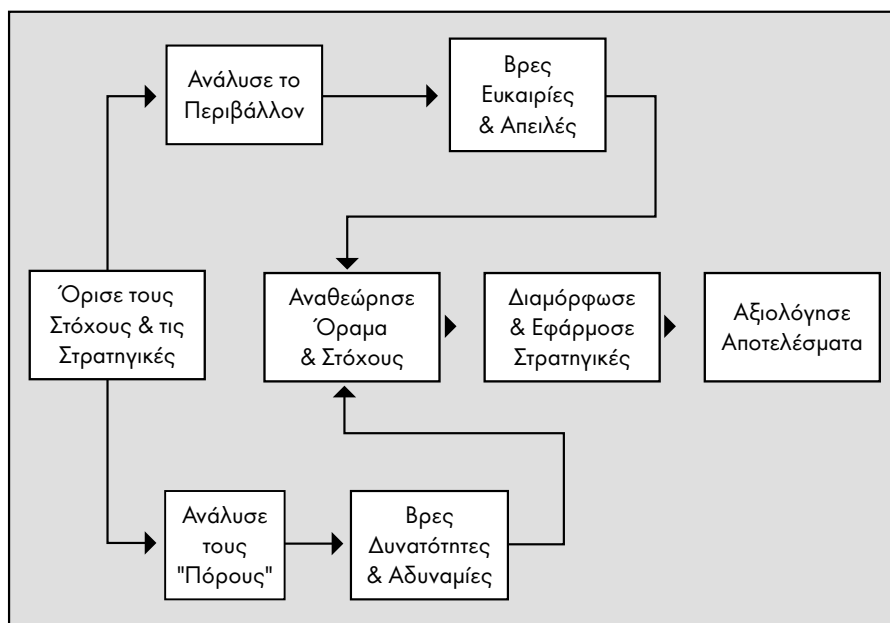
Κύριες παράμετροι σχεδιασμού είναι η τοποθεσία (χώρος, εγκατάσταση) και η μέρα / ώρα της εκδήλωσης. Στην περίπτωση που μια εκδήλωση γίνεται σε υπαίθριο χώρο σημαντική παράμετρος είναι και ο καιρός. Γενικά, η απόφαση για την επιλογή της τοποθεσίας πρέπει να λαμβάνεται αφού διερευνηθούν οι ανάγκες των συμμετεχόντων, η ευκολία στην πρόσβαση και το κόστος των τεχνικών / οργανωτικών αναγκών της εκδήλωσης.

### 3.6 Διαδικασία σχεδιασμού εκδηλώσεων

Ο καλός σχεδιασμός είναι η βάση για κάθε επιτυχημένη διοργάνωση. Θα μπορούσε να οριστεί ως η διαδικασία που προσδιορίζει το επιθυμητό αποτέλεσμα και καθορίζει τις μεθόδους και τα μέσα για την επίτευξή του.

Οι οργανωτές πρέπει πρώτα από όλα να προσδιορίσουν το λόγο (ή τους λόγους) οργάνωσης της εκάστοτε εκδήλωσης (την αποστολή της), δηλαδή τι προσπαθεί να πετύχει και για ποιο λόγο (τους στόχους της). Ακολούθως, πρέπει να αποφασίσουν τις στρατηγικές που απαιτούνται για να επιτύχουν αυτούς τους στόχους. Σημαντικά «εργαλεία» για την επιλογή της στρατηγικής που θα ακολουθηθεί είναι το χρονοδιάγραμμα των ενεργειών (πότε θα γίνει τι) και ο προϋπολογισμός (πόσο θα κοστίσει κάθε ενέργεια). Ακολουθεί η σχηματική απεικόνιση του στρατηγικού σχεδιασμού.

Σχήμα 1: Διαδικασία του στρατηγικού σχεδιασμού



### 3.6.1 Καθορισμός στόχων

Οι στόχοι πρέπει να είναι<sup>9</sup>:

- *Ακριβείς* – δηλαδή, προσεκτικά στοχευμένοι πάνω στη βασική αποστολή της εκάστοτε εκδήλωσης.
- *Μετρήσιμοι* – δηλαδή, διατυπωμένοι σε μια περιεκτική και ποσοτικοποιημένη μορφή, ώστε να μπορούν να αξιολογηθούν μετά την εκδήλωση.
- *Επιτεύξιμοι* – δηλαδή, πραγματοποιήσιμοι με βάση τους ανθρώπινους, οικονομικούς και φυσικούς πόρους που έχουν στη διάθεσή τους οι διοργανωτές.
- *Σχετικοί* – δηλαδή, εφαρμόσιμοι στο τρέχον περιβάλλον όπου κινείται ο φορέας που διοργανώνει την εκδήλωση.
- *Συγκεκριμένοι χρονικά* – δηλαδή να επιτυγχάνονται μέσα σε ένα καθορισμένο χρονικό διάστημα.

Ανάλογα με τα βασικά ζητούμενα κάθε εκδήλωσης, οι στόχοι της μπορεί να διαφοροποιούνται σημαντικά. Για παράδειγμα, μια εκδήλωση ενδέχεται να στοχεύει στο να: α) έχει πολύ μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων / επισκεπτών, β) αυξήσει την αναγνωρισιμότητα (της εκδήλωσης / του τόπου), γ) καλύψει τα κόστη της διεξαγωγής, δ) δημιουργήσει κάποια κέρδη, ε) αναβαθμίσει την ποιότητα του περιεχομένου της, στ) ικανοποιήσει τους συμμετέχοντες, ζ) αυξήσει την αποδοτικότητά της (π.χ., να συμπεριλάβει περισσότερες δραστηριότητες χωρίς να αυξήσει τα κόστη σε σχέση με την προηγούμενη διοργάνωση).

Το πιο συνηθισμένο εμπόδιο για έναν επιτυχημένο σχεδιασμό δημιουργείται από το γεγονός ότι οι διοργανωτές δεν μπορούν να προσδιορίσουν μετρήσιμους στόχους. Όμως, όταν δεν μπορούν να «μετρηθούν» τα αποτελέσματα μιας εκδήλωσης τότε δεν μπορεί να αποτιμηθεί αντικειμενικά και η οργανωτική επιτυχία, ή αποτυχία. Επίσης, δεν μπορεί να δημιουργηθεί η βάση που θα δώσει τη δυνατότητα στους οργανωτές να βελτιώσουν τις επόμενες εκδηλώσεις.

### 3.6.2 Ανάλυση του περιβάλλοντος μιας εκδήλωσης

Το επόμενο βήμα στη διαδικασία σχεδιασμού είναι η ανάλυση: α) του εξωτερικού περιβάλλοντος, δηλαδή των παραγόντων που επιδρούν στην εκδήλωση, αλλά μπορεί να μην ελέγχει ο φορέας οργάνωσης (κύριες κατηγορίες τέτοιων παραγόντων είναι οικονομικοί, κοινωνικοί, πολιτιστικοί, δημογραφικοί, μετεωρολογικοί, τεχνολογικοί, ανταγωνισμού, κλπ.), και β) του εσωτερικού περιβάλλοντος, δηλαδή των παραγόντων που ελέγχει ο φορέ-

<sup>9</sup> Μπορούν να συνοψιστούν με το αγγλικό ακρωνύμιο SMART (από τις λέξεις: Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-specific).

ας (κύριες κατηγορίες τέτοιων παραγόντων είναι οι φυσικοί, οι οικονομικοί και οι ανθρωπίνοι πόροι που διαθέτει ο φορέας).

Η ανάλυση αυτή μπορεί να γίνει με την εκτίμηση των δυνατών σημείων και των αδυναμιών της εκδήλωσης, καθώς και των ευκαιριών και των απειλών<sup>10</sup> που αντιμετωπίζει.

Παραδείγματα ενδεχόμενων δυνατών σημείων για μια εκδήλωση μπορεί να αποτελούν:

- Οι διαχειριστικές, ή δημιουργικές γνώσεις, ή εξειδικεύσεις των στελεχών.
- Η ιδιοκτησία της εγκατάστασης που θα γίνει η εκδήλωση.
- Η ιδιοκτησία, ή η πρόσβαση σε εξοπλισμό, υλικά και μέσα
- Η ύπαρξη διαθέσιμων κονδυλίων.
- Η προσφορά εθελοντικής εργασίας από δημότες.
- Η ύπαρξη διασυνδέσεων με τοπικούς φορείς και επαφών με πιθανούς χορηγούς.
- Η μη ύπαρξη άλλων παρεμφερών εκδηλώσεων στην περιοχή το ίδιο χρονικό διάστημα.
- Η καλή εικόνα από προηγούμενες εκδηλώσεις.

Πιθανές αδυναμίες μπορεί να αποτελούν τα αντίθετα των παραπάνω.

Παραδείγματα ενδεχόμενων ευκαιριών μπορεί να αποτελούν:

- Η εκπαίδευση των στελεχών του φορέα.
- Η δημιουργία σχέσεων με άλλους φορείς.
- Η σύνδεση με άλλες δραστηριότητες στην περιοχή.
- Η προσέλκυση νέων επισκεπτών.
- Η προσέλκυση νέων χορηγών.

Παραδείγματα ενδεχόμενων απειλών μπορεί να αποτελούν:

- Η επιδείνωση του καιρού.
- Η επιθυμία άλλων τοπικών να οργανώσουν παρόμοιες εκδηλώσεις.

---

10 Από τις αγγλικές λέξεις Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT).



### 3.6.3 Επιλογή στρατηγικών και εφαρμογή πλάνων

Οι πληροφορίες που προκύπτουν από την ανάλυση των παραγόντων πρέπει να χρησιμοποιηθούν από τους διοργανωτές για την επιλογή στρατηγικών προκειμένου να επιτευχθεί η αποστολή και οι στόχοι της εκάστοτε εκδήλωσης. Οι στρατηγικές πρέπει να αξιοποιούν τα δυνατά σημεία, να ελαχιστοποιούν τις αδυναμίες, να επωφελούνται από τις ευκαιρίες και να αποφεύγουν τις απειλές. Ορισμένες γενικές στρατηγικές που μπορούν να υιοθετηθούν είναι οι εξής:

- Στρατηγική αύξησης, κατά την οποία καταβάλλεται προσπάθεια να γίνει η εκδήλωση όσο το δυνατόν πιο μεγάλη. Θεωρείται κατάλληλη εφόσον τα στοιχεία από προηγούμενες δείχνουν αύξηση της ζήτησης. .
- Στρατηγική σταθεροποίησης, κατά την οποία καταβάλλεται προσπάθεια να διατηρηθεί η συμμετοχή σε ένα συγκεκριμένο επίπεδο.
- Στρατηγική περικοπής δαπανών, η οποία είναι μεν αρνητική, αλλά κάποιες φορές είναι απαραίτητη για την αντιμετώπιση δυσμενών οικονομικών συνθηκών.
- Στρατηγική συνδυασμού, κατά την οποία γίνεται συνδυασμός στοιχείων από περισσότερες της μιας στρατηγικών για διαφορετικούς τομείς μιας εκδήλωσης.

Από τη στιγμή που αποφασίζεται το στρατηγικό πλάνο μιας εκδήλωσης αρχίζει η φάση της εφαρμογής.

## 3.7 Οργανωτική διαδικασία

Η οργάνωση μιας εκδήλωσης αποτελεί μία διαδικασία πέντε (5) αλληλοδιαδεχόμενων φάσεων: α) διερεύνηση εφικτότητας, β) ανάπτυξη συνεργασιών, γ) προετοιμασία, δ) διεξαγωγή και ε) ολοκλήρωση διαδικασιών. Αναλυτικότερα, σε κάθε φάση γίνονται τα εξής:

### 3.7.1 Διερεύνηση εφικτότητας

Διαδικασία έγκρισης: Η πρόταση για την οργάνωση της εκδήλωσης περιλαμβάνεται στα θέματα προς συζήτηση του αρμόδιου οργάνου, το οποίο αποφασίζει σχετικά και αναθέτει στα αρμόδια στελέχη να διερευνήσουν αν αυτή είναι εφικτή, δηλαδή να αναλύσουν το εξωτερικό (αν την αποδέχονται οι πολίτες, αν είναι στο πλαίσιο των δυνατοτήτων του τοπικού φορέα, αν μπορεί να αποφέρει έσοδα, κλπ.) και το εσωτερικό περιβάλλον (π.χ., αν υπάρχουν τα απαιτούμενα χρήματα, αν υπάρχει κατάλληλη ημερομηνία διαθέσιμη / κατάλληλες εγκαταστάσεις / απαραίτητο προσωπικό / αναγκαία μέσα / υλικά / εξοπλισμός, κλπ.).

Καθορισμός των ημερομηνιών τέλεσης και έλεγχου: Στον καθορισμό της ημερομηνίας τέλεσης μιας εκδήλωσης πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το αν διεξάγεται άλλο σημαντικό γεγονός στο Δήμο / πόλη / χώρα, καθώς και αν υπάρχει τηλεοπτική μετάδοση με μεγάλο ενδιαφέρον.

Σε εύλογο χρονικό διάστημα πριν από την ημερομηνία τέλεσης της εκδήλωσης ορίζεται μια ημερομηνία έλεγχου, ώστε να υπάρχει χρόνος να αναβληθεί / ακυρωθεί (με πρωτοβουλία είτε της διοίκησης του τοπικού φορέα, είτε του οργανωτή της [αν αυτός δεν ανήκει στο προσωπικό του τοπικού φορέα], είτε με κοινή απόφαση) αν δεν πληρούνται οι προϋποθέσεις για την τέλεσή της. Η διοίκηση διατηρεί το δικαίωμα να αναβάλλει / ακυρώσει την εκδήλωση αν θεωρήσει ότι υπάρχει ουσιαστικός λόγος για να το κάνει (π.χ., αν δεν καταβληθεί η προκαταβολή την ημερομηνία που συμφωνήθηκε, αν δημιουργηθούν προϋποθέσεις που μπορούν να προκαλέσουν ζημιά στις εγκαταστάσεις, κλπ.). Ο οργανωτής μπορεί επίσης να αναβάλλει / ακυρώσει την εκδήλωση εφόσον το κρίνει αναγκαίο (π.χ., αν ο φορέας δεν είναι έτοιμος να δεχτεί το γεγονός μέχρι την ημερομηνία που έχει οριστεί, κλπ.).

Αυτός που παίρνει την απόφαση να αναβάλλει / ακυρώσει την εκδήλωση είναι υπεύθυνος και για την ενημέρωση του κοινού, η οποία πρέπει να γίνεται άμεσα, αποτελεσματικά και με τρόπο που να μην εκθέτει το άλλο μέρος.

Διαπραγματεύσεις για τις λεπτομέρειες της οργάνωσης: Αυτές αφορούν στο σύνολο της εκδήλωσης, αλλά και σε κάθε ενέργεια ξεχωριστά (π.χ., προσωπικό που θα απασχοληθεί, εξοπλισμός που θα χρειαστεί, ενοικίαση των απαραίτητων χώρων, κλπ.). Όσα περισσότερα σημεία συζητηθούν και συμφωνηθούν, τόσο λιγότερα προβλήματα θα προκύψουν στην πορεία. Ένα έντυπο με όλες τις παραμέτρους της διοργάνωσης διευκολύνει τις διαπραγματεύσεις. Η τελική συμφωνία πρέπει να καταγράφεται σε μορφή συμβολαίου και να υπογράφεται από τα δύο μέρη όσο το δυνατό νωρίτερα, αλλά όχι αργότερα από την ημερομηνία έλεγχου.

Συγκρότηση του προϋπολογισμού: Πριν από κάθε εκδήλωση συντάσσεται ο οικονομικός της προϋπολογισμός, ο οποίος πρέπει να: α) είναι όσο το δυνατόν περισσότερο ρεαλιστικός και β) εγκριθεί από τη διοίκηση του τοπικού φορέα. Πρέπει να ελέγχονται τα οικονομικά μεγέθη από προηγούμενες παρόμοιες εκδηλώσεις και να καταβάλλεται προσπάθεια τα έξοδα να είναι αυτά που προβλέφθηκαν, ή λιγότερα και τα έσοδα να είναι αυτά που προβλέφθηκαν, ή περισσότερα.

Στον προϋπολογισμό πρέπει να περιλαμβάνονται όλες οι δαπάνες που πρέπει να γίνουν για την υλοποίηση της εκδήλωσης από τη στιγμή της έγκρισής της μέχρι τη στιγμή της αποπεράτωσης της (υποβολή του τελικού απολογισμού) και να προσδιορίζεται το ποιος τις αναλαμβάνει. Οι δαπάνες αναλύονται κατά κατηγορία, ενώ στο συνολικό ποσό υπολογί-

ζεται και ένα ποσοστό 5 - 10 % για απρόβλεπτα έξοδα. Παρατίθενται ορισμένες κατηγορίες δαπανών:

- Αμοιβές προσωπικού (π.χ., τεχνικού, καθαριότητας, κλπ.) που θα απασχοληθεί για την προετοιμασία και τη λειτουργία του τοπικού φορέα κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης.
- Εκπαίδευση προσωπικού.
- Ένδυση προσωπικού.
- Ενοικίαση των χώρων.
- Ηλεκτρικό ρεύμα / πετρέλαιο για τη θέρμανση / κλιματισμό των χώρων.
- Εγκατάσταση μικροφωνικού / μεγαφωνικού εξοπλισμού.
- Νερό, χυμοί, αναψυκτικά, καφές.
- Κέτερινγκ / γεύματα.
- Μεταφορικά υλικών.
- Συστήματα προβολών.
- Τελετές έναρξης / λήξης.
- Προετοιμασία του χώρου της εκδήλωσης (π.χ., τοποθέτηση καρεκλών, στολισμός, κλπ.).
- Γραφική ύλη (π.χ., επιστολόχαρτα, φάκελοι αρχείου, στυλό, κλπ.).
- Έντυπα (π.χ., αφίσες, ενημερωτικά φυλλάδια, πρόγραμμα εκδήλωσης, πινακίδες σήμανσης, κλπ.).
- Προβολή της εκδήλωσης (π.χ., δελτία Τύπου, δημιουργία ιστοσελίδας, αεροπανό, κλπ.).
- Κάλυψη φωτογραφική / βίντεο - δημιουργία CD / DVD.
- Εξοπλισμός (ανάλογα με το περιεχόμενο της εκδήλωσης).
- Επικοινωνία (π.χ., τηλέφωνο, fax, αποστολή εγγράφων με ταχυδρομείο / ταχυμεταφορές, κλπ.).
- Δώρα / ανθοδέσμες / αναμνηστικά.
- Ασφάλεια.

- Νομική / ασφαλιστική κάλυψη.
- Απρόβλεπτα έξοδα

Τα έσοδα μπορεί να προέρχονται από:

- Ίδιους πόρους.
- Επιχορηγήσεις από τοπικούς και κρατικούς φορείς (Νομαρχία / Περιφέρεια / Υπουργεία).
- Άμεσες πηγές (π.χ., εισιτήρια, κυλικείο, χορηγίες, έκθεση ειδών συναφών με την εκδήλωση, κλπ.).
- Έμμεσες πηγές (π.χ., προμήθειες των αναγκαίων για την οργάνωση της εκδήλωσης προϊόντων / υπηρεσιών από τοπικούς προμηθευτές, κλπ.).

Χρονοδιάγραμμα ενεργειών: Μετά την ολοκλήρωση του προϋπολογισμού ακολουθεί η δημιουργία του χρονοδιαγράμματος των ενεργειών που πρέπει να γίνουν για την επιτυχή οργάνωση της εκδήλωσης.

Χορηγοί: Για να καλυφθεί το κόστος των εκδηλώσεων απαιτείται η προσέλκυση ενδιαφερόμενων να συμβάλλουν χορηγών. Οι εμπορικές χορηγίες αποτελούν μια αμοιβαία ανταλλαγή μεταξύ του χορηγούμενου και του χορηγού, όπου ο χορηγός συνεισφέρει οικονομικά, ή σε είδος, με αντάλλαγμα τη συσχέτιση του ονόματος της εταιρείας / προϊόντος του με την εκδήλωση προκειμένου να επιτύχει επιχειρηματικούς στόχους (π.χ., αύξηση των πωλήσεων, βελτίωση της εικόνας του, κλπ.). Οι χορηγίες περιλαμβάνουν σημαντικές παροχές προς τον / τους χορηγούς, οι οποίες προκειμένου να υλοποιηθούν απαιτούν καλή οργάνωση και εξειδικευμένο προσωπικό. Η εξεύρεση χορηγών είναι μια συστηματικά σχεδιασμένη και οργανωμένη διαδικασία που δεν έχει πάντα τα προσδοκώμενα αποτελέσματα (ιδιαίτερα σε περιόδους οικονομικής κρίσης).

Για την αποτελεσματικότερη επικοινωνία με υποψήφιους χορηγούς συντάσσεται μια έγγραφη πρόταση, στην οποία παρατίθενται:

- Ο σκοπός της εκδήλωσης.
- Γενικά στοιχεία (π.χ., ημερομηνία τέλεσης, χώρος διεξαγωγής, περιεχόμενο, εκτίμηση αριθμού ατόμων που θα παρακολουθήσουν, συνεργαζόμενοι φορείς, κλπ.).
- Τα οφέλη μιας επιχείρησης από μια τέτοια συνεργασία (π.χ., προβολή των προϊόντων / υπηρεσιών / δραστηριοτήτων, κλπ.).
- Οι παροχές προς το χορηγό (π.χ., σημεία προβολής, κλπ.).

- Το κόστος των προσφερόμενων υπηρεσιών.

### 3.7.2 Ανάπτυξη συνεργασιών

Στο στάδιο αυτό διερευνούνται και αναπτύσσονται συνεργασίες που είναι απαραίτητες για την υλοποίηση μιας εκδήλωσης. Ο συντονιστής της εκδήλωσης ενεργοποιεί έγκαιρα το δίκτυο συνεργασιών που έχει αναπτύξει ο φορέας. Για την οικονομική, ηθική, ή/και υλική συμπαράσταση επιδιώκεται η συνεργασία με τις τοπικές Αρχές σε επίπεδο τουλάχιστον νομού (π.χ., Νομαρχία, Περιφέρεια, επιμελητήρια, πανεπιστήμια, συλλόγους, φορείς, κλπ.).

### 3.7.3 Προετοιμασία της εκδήλωσης

Συγκρότηση επιτροπών: Η διαδικασία οργάνωσης μιας εκδήλωσης βασίζεται σε ομαδική και ατομική ανάληψη ευθυνών και διεκπεραιώνεται από επιτροπές, οι οποίες, συνήθως, είναι τριών ειδών και επιτελούν διαφορετικό έργο:

α) Επίτιμη: Αποτελείται από προσωπικότητες που επιλέγονται και τοποθετούνται σε αυτή την επιτροπή τιμής ένεκεν. Συνήθως συνδέονται με την τοπική κοινωνία (π.χ., Δήμαρχος, Νομάρχης, Περιφερειάρχης, Βουλευτής, Αστυνομικός Διευθυντής, Στρατιωτικός Διοικητής, Μητροπολίτης, Πρόεδρος Επιμελητηρίου / Πανεπιστημιακού Τμήματος / Συλλόγου εξέχουσα προσωπικότητα, κλπ.), ή με τους φορείς που (ενδεχόμενα) συμμετέχουν στην οργάνωση της εκδήλωσης. Η επιτροπή αυτή δεν έχει ουσιαστικό ρόλο στην όλη διαδικασία, αλλά τα άτομα που την αποτελούν με την, έστω και τυπική, παρουσία τους δίνουν στη διοργάνωση κύρος και προσελκύουν το ενδιαφέρον των ΜΜΕ.

β) Οργανωτική: Είναι το πιο σημαντικό όργανο που αναλαμβάνει την ευθύνη του σχεδιασμού, της οργάνωσης και της υλοποίησης της εκδήλωσης. Διαχειρίζεται όλα τα σημαντικά καθημερινά θέματα και ορίζει το συντονιστή. Αποτελείται από μέλη της διοίκησης και στελέχη του τοπικού φορέα και από εκπρόσωπους των συνδιοργανωτών φορέων. Συχνά συμμετέχουν και εκπρόσωποι φορέων της τοπικής κοινωνίας. Ο αριθμός των μελών ποικίλει ανάλογα με την εμβέλεια, το μέγεθος και τη σημασία της εκδήλωσης.

γ) Εκτελεστική: Είναι ένα ολιγομελές και, ως εκ τούτου, ευέλικτο όργανο που συνήθως συγκροτείται σε μεγάλης εμβέλειας και σημασίας εκδηλώσεις. Συνήθως αποτελείται από τα μέλη του προεδρείου της οργανωτικής επιτροπής, το συντονιστή της εκδήλωσης και έναν εκπρόσωπο από κάθε συνδιοργανωτή φορέα. Σκοπός της είναι η μείωση του χρόνου που χρειάζεται για τη λήψη αποφάσεων για διαδικαστικά θέματα που δεν απαιτούν τη σύγκληση της οργανωτικής επιτροπής.

Συντονιστής: Ο συντονιστής είναι το πιο σημαντικό πρόσωπο της όλης διαδικασίας διότι

συντονίζει όλους όσοι εργάζονται για την εκδήλωση, με στόχο να γίνονται όλες οι ενέργειες μέσα στα χρονοδιαγράμματα και τους προϋπολογισμούς που έχουν οριστεί.

Οργανόγραμμα της εκδήλωσης: Για την καλύτερη επικοινωνία μεταξύ των στελεχών, η οργανωτική δομή της εκδήλωσης αποτυπώνεται σε οργανόγραμμα.

Υπογραφή συμβολαίου: Αν μια εκδήλωση δεν είναι του ίδιου του τοπικού φορέα, αλλά προτείνεται από κάποιο τρίτο πρόσωπο πρέπει να υπογράφεται συμβόλαιο, στο οποίο να αποτυπώνονται με κάθε λεπτομέρεια οι δεσμεύσεις που αναλαμβάνουν τόσο το μουσείο, όσο και το πρόσωπο αυτό. Μετά την υπογραφή του ενημερώνονται όλα τα στελέχη του τοπικού φορέα για τις υποχρεώσεις που έχουν αναληφθεί, το χρονοδιάγραμμα που πρέπει να ακολουθηθεί, το προσωπικό που θα χρειαστεί να εργαστεί, κλπ.

Κατάθεση προκαταβολής: Αν μια εκδήλωση δεν είναι του ίδιου του τοπικού φορέα, στο συμβόλαιο που υπογράφεται πρέπει να προβλέπεται κάποια προκαταβολή, το ύψος της οποίας συμφωνείται από κοινού. Αυτή καταβάλλεται κάποιο χρονικό διάστημα πριν από την τέλεση της εκδήλωσης και επισημοποιεί τη σχέση των δύο μερών.

Γραμματεία: Έχει νευραλγικό ρόλο στην οργάνωση μιας εκδήλωσης. Στις υποχρεώσεις της περιλαμβάνονται η επικοινωνία με τους εμπλεκόμενους στην προετοιμασία / υλοποίηση της εκδήλωσης, η διεκπεραίωση της, εισερχόμενης / εξερχόμενης αλληλογραφίας, η εγγραφή των συμμετεχόντων, κλπ. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να επιλέγονται πρόσωπα με σχετικές γνώσεις και εμπειρία για να τη στελεχώσουν. Η ύπαρξη του απαραίτητου εξοπλισμού διευκολύνει το έργο τους και αυξάνει την αποτελεσματικότητά τους.

Πρόγραμμα / περιεχόμενο εκδήλωσης: Είναι απαραίτητο για κάθε εκδήλωση να τυπώνεται ένα πρόγραμμα, στο οποίο να περιγράφεται το περιεχόμενό της. Η τήρηση του προγράμματος και του προβλεπόμενου χρόνου έναρξης και διάρκειας της εκδήλωσης δείχνει το βαθμό οργάνωσης του τοπικού φορέα. Οι καθυστερήσεις στο χρόνο έναρξης και στη διάρκεια του προγράμματος (εκτός από τις περιπτώσεις σοβαρού απρόοπτου προβλήματος) δείχνουν έλλειψη σεβασμού προς τους καλεσμένους.

Πρόσκληση: Το κείμενο της πρόσκλησης πρέπει να είναι σύντομο και να περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για την εκδήλωση. Όταν ετοιμαστεί, τυπώνεται είτε σε Η/Υ του ΟΤΑ, είτε σε τυπογραφείο. Παράλληλα, ακολουθώντας την εθιμοτυπία του τοπικού φορέα, δημιουργείται ο κατάλογος αυτών που θα προσκληθούν. Σε αυτόν μπορούν να περιλαμβάνονται ο αρμόδιος Υπουργός και ο Γενικός Γραμματέας του Υπουργείου, οι τοπικοί βουλευτές όλων των κομμάτων, ο Γενικός Γραμματέας της Περιφέρειας, ο Νομάρχης, οι Αντινομάρχες, το Νομαρχιακό Συμβούλιο, η Τοπική Ένωση Δήμων & Κοινοτήτων, προσωπικότητες του Δήμου, χορηγοί, συντελεστές της εκδήλωσης, κλπ.

Ανάλογα με τα χρονικά περιθώρια και τις οικονομικές δυνατότητες που υπάρχουν επιλέ-

γεται ο τρόπος αποστολής τους (π.χ., απλό / ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, κούριερ, φαξ, χέρι με χέρι από υπάλληλο του οργανισμού / εθελοντή, κλπ.).

Προετοιμασία του τοπικού φορέα: Ο χρόνος που απαιτείται για την προετοιμασία του τοπικού φορέα είναι ανάλογος με την έκταση και τη διαμόρφωσή του, την πολυπλοκότητα της υπό οργάνωση εκδήλωσης, τον απαιτούμενο εξοπλισμό, καθώς επίσης και τον αριθμό και την εμπειρία των εργαζόμενων.

Παραγγελία των προμηθειών (μέσων, υλικών, εξοπλισμού) που θα χρειαστούν: Στη φάση του σχεδιασμού καταγράφονται οι ανάγκες που υπάρχουν για μέσα, υλικά, και εξοπλισμό που είναι απαραίτητα για τη διεξαγωγή της εκδήλωσης. Τέτοια μπορεί να είναι:

1) Το έντυπο υλικό: Επιστολόχαρτα, αφίσες, ενημερωτικά φυλλάδια, προσκλήσεις, πρόγραμμα εκδήλωσης, πινακίδες σήμανσης, κλπ.

2) Ο εξοπλισμός του χώρου: Μικροφωνική εγκατάσταση, βίντεο, dvd player, προβολέας, καρέκλες, στολισμός, κλπ.

3) Ο εξοπλισμός της γραμματείας: Τηλέφωνα, φαξ, Η/Υ, φωτοτυπικά μηχανήματα, κλπ.

Όλα τα παραπάνω εξασφαλίζονται έγκαιρα και έγγραφα για την αποφυγή απρόοπτων της τελευταίας στιγμής.

Αφού καταγραφούν με λεπτομέρεια οι απαιτούμενες ανάγκες, τα στελέχη διαπιστώνουν τι διαθέτει το μουσείο. Ό,τι δεν διαθέτει, προσπαθεί να το εξασφαλίσει (πάντοτε έγκαιρα και έγγραφα) από άλλους τοπικούς φορείς. Αν και αυτή η προσπάθεια δεν αποδώσει, διενεργεί έρευνα αγοράς για το κόστος ενοικίασης, ή αγοράς τους. Η έγκαιρη προμήθεια των απαραίτητων υλικών δίνει τη δυνατότητα να ελεγχθεί η καταλληλότητά τους (π.χ., αν συμφωνούν με τις προδιαγραφές και τις απαιτήσεις της εκδήλωσης) και μειώνει τα απρόοπτα της τελευταίας στιγμής.

Ορισμός των στελεχών που θα εργαστούν για την εκδήλωση και ενημέρωσή τους για το ρόλο τους: Ανάλογα με την εκδήλωση, για το σχεδιασμό και την υλοποίησή της είναι απαραίτητη η συμμετοχή στελεχών του τοπικού φορέα, βοηθητικού προσωπικού (για τη λειτουργία των μηχανημάτων, την καθαριότητα των χώρων, κλπ.) και στελεχών από τους συνεργαζόμενους φορείς, κλπ.

Σύσκεψη στελεχών: Με πρωτοβουλία του συντονιστή, λίγο πριν από την έναρξη μιας εκδήλωσης πραγματοποιείται σύσκεψη των στελεχών που θα συμμετάσχουν στην οργάνωσή της για να συζητηθούν ενδεχόμενα προβλήματα που έχουν προκύψει και να συμφωνηθούν οι διαδικασίες που θα ακολουθηθούν σε περίπτωση που δημιουργηθεί μια κατάσταση έκτακτης ανάγκης.

Τακτοποίηση εκκρεμοτήτων: Πριν την έναρξη της εκδήλωσης όλες οι εκκρεμότητες (π.χ., οικονομικής φύσης, προμηθειών, προσωπικού, κλπ.) πρέπει να έχουν τακτοποιηθεί, ώστε να διοργανωθεί απρόσκοπτα η εκδήλωση.

### 3.7.4 Διεξαγωγή της εκδήλωσης

Παρουσιαστές: Ο παρουσιαστής διαδραματίζει σημαντικό ρόλο κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης και πρέπει να έχει ανάλογη πείρα και γνώσεις. Σε σημαντικές εκδηλώσεις η όλη διαδικασία της παρουσίασης είναι συγκεκριμένη και δίνονται στον παρουσιαστή γραπτά κείμενα.

Αναγνώριση προσωπικού: Στην οργάνωση και υλοποίηση μιας εκδήλωσης συμμετέχουν πολλοί άνθρωποι, οι οποίοι σχεδόν πάντα εργάζονται περισσότερες ώρες από όσες προβλέπονται στο ωράριο εργασίας τους (συνήθως χωρίς επιπλέον αμοιβή). Η αναγνώριση και η δημόσια ευχαριστία όλων των συντελεστών της εκδήλωσης αμέσως με τη λήξη της είναι τα ελάχιστα που πρέπει να τους αποδοθούν. Τέτοιες κινήσεις καθιερώνουν το μυσείο στη συνείδηση των εργαζόμενων και του κοινού που παρακολουθεί την εκδήλωση και υπογραμμίζουν το υψηλό επίπεδο των οργανωτών της εκδήλωσης. Μια ανθοδέσμη, ένα αναμνηστικό δίπλωμα, ένα μικρό δώρο, κλπ., συμβάλλουν πολύ προς την κατεύθυνση αυτή. Αν το γεγονός είναι μεγάλο, σχηματίζεται μια επιτροπή για τον ορισμό αυτών που θα βραβευτούν, η οποία υποβάλλει σχετική εισήγηση στη διοίκηση του φορέα.

Φωτογραφίες – βίντεο: Για την προβολή της, αλλά και για την ενημέρωση του αρχείου του φορέα, καλό είναι οι εκδηλώσεις να καλύπτονται τόσο φωτογραφικά, όσο και με βίντεο. Οι υπηρεσίες του φορέα μπορούν να διερευνήσουν τη δυνατότητα προμήθειας του απαραίτητου εξοπλισμού, αφού η εξέλιξη της τεχνολογίας επιτρέπει τη χρήση τους από, σχεδόν, οποιονδήποτε με εντυπωσιακά αποτελέσματα. Μια άλλη επιλογή είναι η ανάθεση του έργου αυτού σε επαγγελματίες (ιδιαίτερα όταν πρόκειται για εκδηλώσεις μεγάλης σημασίας).

### 3.7.5 Ολοκλήρωση διαδικασιών

Όταν ολοκληρώνεται μια εκδήλωση αποχωρούν οι συντελεστές της, γίνεται αποκατάσταση του χώρου, τακτοποιούνται τα υλικά και ο εξοπλισμός, αξιολογείται η διοργάνωση, τακτοποιούνται όλες οι εκκρεμότητες, υποβάλλεται οργανωτικός απολογισμός στους χορηγούς / συνεργαζόμενους φορείς (με σχετικές φωτογραφίες, βίντεο, αποκόμματα από εφημερίδες, κλπ.), αποστέλλεται ευχαριστήρια επιστολή σε όσους συνέβαλλαν στην οργάνωση της εκδήλωσης και υποβάλλεται ο τελικός (οργανωτικός – οικονομικός) απολογισμός στη διοίκηση του τοπικού φορέα.

Αποκατάσταση του χώρου: Αμέσως μετά τη λήξη μιας εκδήλωσης ο χώρος πρέπει να



παραδίνεται στον ιδιοκτήτη στην κατάσταση που παραλήφθηκε, ή και σε καλύτερη. Επισημαίνονται και καταγράφονται τυχόν ζημιές, βλάβες και φθορές και ενημερώνονται οι σχετικές υπηρεσίες του φορέα για τη συντήρηση, ή την αντικατάστασή τους.

Τακτοποίηση των υλικών και του εξοπλισμού: Αυτή είναι μία σημαντική διαδικασία. Για να γίνει αποτελεσματικά είναι απαραίτητο να έχουν οριστεί από πριν: α) ένας ειδικός χώρος για τη συγκέντρωσή του και β) η διαδικασία που θα ακολουθηθεί. Επίσης, επιστρέφονται τυχόν δανεισμένα / ενοικιασμένα υλικά, καθώς και το μη αναλώσιμο υλικό που περίσσεψε και είναι χρωμένο στα στελέχη της εκδήλωσης.

Αξιολόγηση της οργάνωσης: Αυτή προσδίδει χαρακτηριστικά ποιοτικής λειτουργίας και επαγγελματισμού στους διοργανωτές και αποτελεί ουσιαστική επένδυση για μελλοντική συνεργασία, ιδιαίτερα με χορηγούς. Πραγματοποιείται με πρωτοβουλία του συντονιστή της και με τη συμβολή των μελών της οργανωτικής επιτροπής. Περιλαμβάνει εκτιμήσεις για την απόδοση του προσωπικού, την υλοποίηση του οργανωτικού σχεδιασμού, την τήρηση του προϋπολογισμού, την αντιμετώπιση καταστάσεων έκτακτης ανάγκης, τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, κλπ., σε σχέση με τους στόχους που τέθηκαν στο σχεδιασμό. Επίσης, εντοπίζει τις αδυναμίες της εκδήλωσης και δημιουργεί προτάσεις για τη βελτίωσή τους.

Αποστολή ευχαριστήριας επιστολής: Με την ολοκλήρωση της εκδήλωσης αποστέλλεται ευχαριστήρια επιστολή σε όλους όσους βοήθησαν στην υλοποίησή της (π.χ., δημόσιες Αρχές, τοπικούς ιδιωτικούς και κρατικούς φορείς, χορηγούς, κλπ.). Επίσης, ο συντονιστής φροντίζει να στείλει στα ΜΜΕ για δημοσίευση μια ευχαριστήρια επιστολή, η οποία επιβραβεύει ηθικά όσους συνέβαλλαν σε αυτή.

Υποβολή της τελικής έκθεσης / απολογισμού στη διοίκηση: Η τελική έκθεση (οργανωτικός / οικονομικός απολογισμός) υποβάλλεται στη διοίκηση του φορέα για την ενημέρωσή της και στη συνέχεια αρχειοθετείται, ώστε να μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως βάση για τη διοργάνωση ανάλογων εκδηλώσεων στο μέλλον.

### 3.7.6 Απρόβλεπτοι παράγοντες - Υποθετικά σενάρια - Εναλλακτικές λύσεις

Όσο καλός και αν είναι ο σχεδιασμός μιας εκδήλωσης, συχνά προκύπτουν απρόοπτα που απαιτούν άμεσους και αποτελεσματικούς χειρισμούς. Τέτοια απρόοπτα μπορεί να προκύψουν από: α) βλάβες μέσων και υλικών, β) την κακή ενημέρωση / εκπαίδευση των συμμετεχόντων στην εκδήλωση, γ) ατύχημα, κλπ. Αυτές τις στιγμές είναι σημαντικό ο συντονιστής να έχει γνώσεις και εμπειρία, αλλά και ελευθερία κινήσεων, για να μπορεί να πάρει πρωτοβουλίες και να διαχειριστεί αποτελεσματικά τις καταστάσεις που δημιουργούνται.

Ένας καλός τρόπος για την αντιμετώπιση των απρόοπτων είναι η δημιουργία υποθετικών σεναρίων στη φάση του σχεδιασμού για οτιδήποτε μπορεί να φανταστούν τα στελέχη ότι

μπορεί να αποκλίνει από το σχεδιασμό (π.χ., σε θέματα προσωπικού, εγκαταστάσεων, μεταφορών, κλπ.) και η δημιουργία εναλλακτικών λύσεων για την επίλυση κάθε προβλήματος ξεχωριστά. Για παράδειγμα, τι θα γίνει στην περίπτωση πυρκαγιάς; (ποιος θα καλέσει την πυροσβεστική υπηρεσία; ποιες ενέργειες πρέπει να γίνουν άμεσα και από ποιον;), τι θα γίνει αν χαλάσει η μηχανή προβολής; (θα υπάρχει εφεδρική; θα ειδοποιηθεί τεχνίτης; ποιος θα αναλάβει να διαχειριστεί την κρίση;), τι θα γίνει σε περίπτωση που κάποιος θεατής πάθει καρδιακό επεισόδιο; (θα παρασχεθούν οι πρώτες βοήθειες; από ποιον; θα κληθεί ασθενοφόρο; πως θα κληθεί, ποιος θα το καλέσει; μέχρι να έρθει το ασθενοφόρο που θα βρίσκεται ο ασθενής;) κλπ. Οι πιθανές περιπτώσεις πρέπει να αναφέρονται ως σενάρια, τα οποία περιλαμβάνουν συγκεκριμένο τρόπο δράσης από συγκεκριμένα άτομα.

### Χρήσιμες συμβουλές

- Δημιουργία ρεαλιστικών προϋπολογισμών.
- Συγκρότηση επιτροπών με γνώμονα τη δυνατότητα / επιθυμία των ανθρώπων που θα συμμετέχουν σε αυτές να προσφέρουν και όχι για να ικανοποιηθούν προσωπικές φιλοδοξίες.
- Ρεαλιστική εκτίμηση του χρόνου που χρειάζεται κάθε εργασία.
- Μοίρασμα των ευθυνών.
- Οργάνωση κάθε δραστηριότητας ξεχωριστά.
- Ορισμός χρονικής διάρκειας κάθε εργασίας.
- Επικοινωνία με κάθε δυνατό τρόπο (κινητά / σταθερά τηλέφωνα, φαξ, σημειώματα, newsletters, ανακοινώσεις, email, κλπ.), για κάθε θέμα που αφορά στην εκδήλωση.
- Γνώση του πρωτοκόλλου και των κανονισμών κάθε εκδήλωσης / γεγονότος.
- Καταγραφή και έλεγχος όλων των ενεργειών που πρέπει να γίνουν, ακόμα και αυτών που θεωρούνται αυτονόητες.
- Δημιουργία κατάλογων με στοιχεία επικοινωνίας όλων όσοι «εμπλέκονται» στην εκδήλωση. Μοίρασμά τους σε όλους όσοι συμμετέχουν στην οργάνωσή της.
- Καλή προετοιμασία των χώρων διεξαγωγής της εκδήλωσης, με ιδιαίτερη προσοχή στην ασφάλεια, στα υλικά, στην καθαριότητα και στο μηχανολογικό εξοπλισμό.
- Δημόσια και κατ' ιδίαν αναγνώριση όλων όσοι βοήθησαν στην οργάνωση.

### 3.8 Τα logistics μιας εκδήλωσης

Ο όρος «logistics» μπορεί να περιγραφεί ως ο σχεδιασμός, η εφαρμογή και ο συντονισμός της διαδικασίας που αφορά στη διαχείριση και στην αποθήκευση υλικών / προϊόντων και των σχετικών με αυτά πληροφοριών. Για μία εκδήλωση το σύστημα των logistics φροντίζει για την αγορά, τη διαχείριση υλικών / προϊόντων για τις εγκαταστάσεις και τους συμμετέχοντες. Στο χώρο των δρώμενων, το σύστημα φροντίζει για την είσοδο / τοποθέτηση / έξοδο των υλικών / προϊόντων μέσα στο χώρο, στην επικοινωνία και στις απαιτήσεις της εκδήλωσης. Μετά το πέρας της το σύστημα φροντίζει για την αποσυναρμολόγηση των προσωρινών κατασκευών, τις διαδικασίες καθαρισμού και το άδειασμα των χώρων.

Σε μικρής κλίμακας εκδηλώσεις δεν απαιτείται να υπάρχει εξειδικευμένο άτομο για τα logistics, τα οποία μπορεί να είναι στην ευθύνη του συντονιστή. Επειδή ο ρόλος τους είναι ζωτικός πρέπει να θεωρούνται ισότιμο τμήμα της διοργάνωσης και να γίνεται ειδικός σχεδιασμός. Τα logistics φροντίζουν ώστε οι πρωταγωνιστές της εκδήλωσης να αποδώσουν όσο το δυνατόν καλύτερα και οι επισκέπτες να αφοσιωθούν αποκλειστικά στην εκδήλωση, χωρίς να ενοχλούνται από μη απαραίτητα προβλήματα. Ακολουθεί μια σύντομη παρουσίαση των τομέων που καλύπτουν τις πιο βασικές ανάγκες των πολιτιστικών εκδηλώσεων και εορτών.

#### 3.8.1 Μετακίνηση συμμετεχόντων / επισκεπτών

Η μετακίνηση προς ένα συγκεκριμένο χώρο αποτελεί την πρώτη φυσική «υποχρέωση» του κοινού μιας εκδήλωσης και ως πρώτη εντύπωση μπορεί να επηρεάσει όλες τις επόμενες. Για το λόγο αυτό, οι διοργανωτές πρέπει να φροντίσουν ώστε η άφιξη των επισκεπτών στο χώρο και η αποχώρησή τους από αυτόν να αποτελεί ένα ευχάριστο μέρος της εμπειρίας τους από τη συμμετοχή τους στην εκδήλωση. Συνεπώς, σε συνεργασία με τις αρμόδιες τοπικές αρχές, πρέπει να εκπονείται ειδικός σχεδιασμός για τους χώρους στάθμευσης και τη ρύθμιση της κυκλοφορίας γύρω από το χώρο της εκδήλωσης, ανεξάρτητα από το «μέγεθός» της. Ακολουθεί ένας κατάλογος ερωτημάτων που μπορεί να βοηθήσει το σχεδιασμό της μετακίνησης των επισκεπτών:

- Έχει γίνει επαφή με τις τοπικές αρχές (π.χ., δημοτικό συμβούλιο, αστυνομία) για το σχεδιασμό της μετακίνησης;
- Είναι διαθέσιμα στο κοινό της ευρύτερης περιοχής τα δρομολόγια των λεωφορείων;
- Υπάρχουν διαθέσιμα ταξί για την κάλυψη αναγκών και έχουν ειδοποιηθεί έγκαιρα πριν από την εκδήλωση; (Σημείωση: η ενημέρωση των τοπικών οδηγών ταξί αποτελεί και έναν έμμεσο τρόπο πρόωθησης της εκδήλωσης.)
- Οι βασικές οδικές αρτηρίες που οδηγούν στο χώρο της εκδήλωσης είναι σε καλή κατά-

σταση; Μήπως υφίστανται σε αυτές περιορισμοί κυκλοφορίας; Υπάρχουν άλλοι παράγοντες που πρέπει να εξεταστούν;

- Υπάρχει χώρος στάθμευσης αυτοκινήτων; Έχουν οριστεί άτομα για να εξυπηρετούν τους επισκέπτες;
- Υπάρχει αρκετός χώρος για να στρίψουν και να παρκάρουν ιδιωτικά λεωφορεία;
- Υπάρχει υπηρεσία ρυμούλκησης οχημάτων και παροχής οδικής βοήθειας;
- Εάν ο χώρος της εκδήλωσης είναι μακριά από το βασικό χώρο στάθμευσης των οχημάτων, έχει ληφθεί μέριμνα για την ελεύθερη ροή του κόσμου μεταξύ των δύο σημείων;
- Σε τι ρυθμό αναμένεται να προσέρχονται τα οχήματα στο χώρο στάθμευσης (λίγα-λίγα, ή όλα μαζί;)
- Υπάρχει κάποιος χώρος στάθμευσης και άνετη πρόσβαση για ΑΜΕΑ;

### 3.8.2 Αναμονή του κοινού σε ουρές

Μια ακόμα από τις αρχικές εμπειρίες ενός επισκέπτη σε μια εκδήλωση είναι η αναμονή σε ουρές (π.χ., για να πάρει εισιτήριο, να παρκάρει, να βρει τραπέζι, να πάρει φαγητό, να κάνει χρήση τουαλέτας, κλπ.). Ο χρόνος που οι επισκέπτες αισθάνονται ότι αναλώνουν περιμένοντας σε μια ουρά ονομάζεται «αντιλαμβανόμενος χρόνος αναμονής». Οι διοργανωτές πρέπει να βρίσκουν τρόπους για να ελαχιστοποιούν τον χρόνο αυτό. Ακολουθεί ένας κατάλογος παραγόντων που πρέπει να εξετάζονται, ιδιαίτερα για όσες εκδηλώσεις / εορτές θεωρείται πολύ πιθανό η προσέλευση του κοινού να είναι αυξημένη:

- Πόσα πιθανά σημεία συνωστισμού πρόκειται να υπάρχουν;
- Πότε πρόκειται να δημιουργηθούν ουρές; Θα δημιουργηθούν αμέσως, ή μέσα σε κάποιο χρονικό διάστημα;
- Υπάρχει αρκετό προσωπικό για να εξυπηρετήσει τους επισκέπτες στα σημεία αυτά;
- Υπάρχει αρκετό προσωπικό για να χειριστεί τα ζητήματα της υποδοχής, των διαχείρισης των εισιτηρίων, της διαχείρισης του πλήθους και της ασφάλειας;
- Υπάρχει κατάλληλη σήμανση (δηλαδή, πινακίδες πληροφόρησης τοποθετημένες στα σωστά σημεία);
- Υπάρχουν μπάρες / χωρίσματα στα σημεία που δημιουργούνται ουρές;
- Υπάρχει επαρκής προστασία από τον ήλιο / τη βροχή;

- Πως μπορεί να μειωθεί ο αντιλαμβανόμενος χρόνος αναμονής; (για παράδειγμα, μπορεί να παίζει μουσική, ή να υπάρχει κάποια δραστηριότητα σε διπλανό χώρο που να τραβάει την προσοχή όσων περιμένουν).
- Τι είδους διαδικασίες πρώτων βοηθειών και έκτακτης ανάγκης θα υπάρχουν; (για παράδειγμα, για την περίπτωση κάποιας αδιαθεσίας).

### 3.8.3 Κάλυψη αναγκών των καλλιτεχνών

Στην πλειονότητα των πολιτιστικών εκδηλώσεων κεντρικό ρόλο διαδραματίζουν οι καλλιτέχνες, οι οποίοι παρουσιάζουν το έργο τους στο κοινό. Για να εξασφαλιστεί η όσο το δυνατόν καλύτερη εξυπηρέτησή τους είναι απαραίτητο να υπάρξει φροντίδα σε μια σειρά από πρακτικά ζητήματα, όπως είναι η μετακίνηση και η διαμονή τους, η αποθήκευση και διαχείριση του εξοπλισμού τους, οι παροχές στο χώρο της εκδήλωσης (π.χ., αίθουσα για ντύσιμο και ξεκούραση), οι παροχές στη σκηνή (π.χ., ηχητικά συστήματα, φωτισμός, κλπ).

Προκειμένου να αποφευχθούν προβλήματα της τελευταίας στιγμής, είναι χρήσιμο ο συντονιστής της εκδήλωσης, ή άλλο αρμόδιο πρόσωπο να επικοινωνήσει με αυτούς αρκετό καιρό πριν από το χρόνο πραγματοποίησης της εκδήλωσης για να: α) συζητήσει μαζί τους τις ανάγκες τους και β) να τους δώσει πληροφορίες σχετικές με την εκδήλωση (π.χ., τρόπος πρόσβασης στον τόπο διεξαγωγής της, σχέδιο προγράμματος, ώρες εμφάνισης, συμμετοχή άλλων καλλιτεχνών, διαμονή, κλπ.).

Ανεξάρτητα από την κλίμακα της εκδήλωσης είναι απαραίτητο να υπάρχει ένα γραπτό σχέδιο για τα logistics των καλλιτεχνών, το οποίο, μεταξύ άλλων, μπορεί να περιλαμβάνει:

- Έναν κατάλογο με στοιχεία επικοινωνίας των οργανωτών.
- Ένα σχέδιο της εγκατάστασης.
- Το πρόγραμμα της εκδήλωσης.
- Τα χρονοδιαγράμματα για την εκτέλεση των επιμέρους βασικών ενεργειών.
- Ένα σχέδιο δράσης σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης.
- Τηλέφωνα της εγκατάστασης και των κύριων τοπικών φορέων.

## 3.9 Η «σκηνοθεσία» μιας εκδήλωσης

Ο όρος «σκηνοθεσία» εκφράζει την εναρμόνιση όλων των στοιχείων μιας εκδήλωσης για την παρουσίασή τους στη σκηνή. Στις περισσότερες περιπτώσεις τα δρώμενα λαμβάνουν χώρα σε έναν μόνο χώρο και η οργάνωση που απαιτούν είναι παρεμφερής με αυτή μιας

θεατρικής παραγωγής. Η σημαντικότερη απόφαση που πρέπει να ληφθεί είναι αυτή του καθορισμού του θέματος, διότι από αυτό εξαρτώνται όλα τα άλλα στοιχεία (π.χ., χώρος, καλλιτέχνες, σκηνή, ήχος, φως, οπτικοακουστικά και ειδικά εφφέ, υπηρεσίες φαγητού και ποτού, προσωπικό, φιλοξενία, εναλλακτικά σχέδια, κλπ.).

### **3.10 Επιλογή της θέσης / χώρου / εγκατάστασης μιας εκδήλωσης**

Οι κύριοι παράγοντες για την επιλογή μιας εγκατάστασης είναι οι παρακάτω:

- Η εγκατάσταση να ταιριάζει με το θέμα της εκδήλωσης (π.χ., για μια θρησκευτική εκδήλωση ο περίβολος, ή ο αμέσως γειτονικός χώρος μιας εκκλησίας είναι μια καλή επιλογή).
- Το μέγεθος της εγκατάστασης να ταιριάζει με το μέγεθος της εκδήλωσης.
- Η διάταξη της εγκατάστασης, περιλαμβανομένων της διάταξης των καθισμάτων ώστε να διευκολύνεται το οπτικό πεδίο των θεατών.
- Το ιστορικό και η φήμη της εγκατάστασης για ανάλογες εκδηλώσεις.
- Η διαθεσιμότητά της.
- Ο εξοπλισμός που διαθέτει.
- Η πρόσβαση σε αυτή, η μετακίνηση γύρω από αυτή και οι χώροι στάθμευσης.
- Η πρόσβαση μέσα σε αυτή (για το κοινό, τους καλλιτέχνες, τους επίσημους, το προσωπικό, τα ΑΜΕΑ, για τον εξοπλισμό, κλπ).
- Οι τουαλέτες (αριθμός, είδος, διάταξη) και άλλες διευκολύνσεις.
- Ο εξοπλισμός εστίασης.
- Η επάρκεια ενέργειας και φωτισμού.
- Ο κλιματισμός, η θέρμανση και ο εξαερισμός.
- Οι έξοδοι κινδύνου και τα σχέδια άμεσης εκκένωσης.
- Το κόστος ενοικίασης, το οποίο εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το αν υπάρχει ανάγκη να κατασκευαστούν κάποια σταθερά στοιχεία (ό,τι παραμείνει στην εγκατάσταση μετά το πέρας της εκδήλωσης), είτε να γίνουν κάποιες προσωρινές προσαρμογές (που θα απομακρυνθεί μετά το πέρας της εκδήλωσης).

### 3.11 Το μάρκετινγκ μιας εκδήλωσης

Το μάρκετινγκ είναι ένας δομημένος τρόπος σκέψης που στοχεύει: α) στην αναγνώριση των αναγκών και των κινήτρων των συμμετεχόντων και των επισκεπτών της εκάστοτε εκδήλωσης, β) στη δημιουργία «προϊόντων» που να καλύπτουν αυτές τις ανάγκες, γ) στην ικανοποίηση των συμμετεχόντων από την εμπειρία, δ) στη βελτίωση της αντίληψής τους για την εκδήλωση και για τον χώρο / τόπο που τη φιλοξενεί, ε) στη δημιουργία ενός προγράμματος επικοινωνίας μαζί τους και στ) στη δημιουργία κερδών. Για να οργανωθεί επιτυχημένα μία εκδήλωση οι διοργανωτές πρέπει να υλοποιήσουν μια σειρά δραστηριοτήτων μάρκετινγκ, ορισμένες από τις οποίες αναφέρονται παρακάτω:

- Ανάλυση των αναγκών του κοινού που στοχεύουν να προσελκύσουν, ώστε να συμπεριλάβουν στην εκδήλωση τα κατάλληλα στοιχεία (ή «προϊόντα»).
- Κατανόηση των παρεμφερών αναγκών του κοινού που καλύπτουν άλλες ανταγωνιστικές εκδηλώσεις, ώστε να δημιουργήσουν μια ξεχωριστή πρόταση.
- Πρόβλεψη του αριθμού των ανθρώπων που θα συμμετάσχουν στην εκδήλωση.
- Εκτίμηση του αντίτιμου που θα μπορούσαν να καταβάλλουν για να συμμετάσχουν.
- Προσδιορισμός των δραστηριοτήτων προώθησης που θα πληροφορούν το κοινό σχετικά με την εκδήλωση.

#### 3.11.1 Οι προσδοκίες του κοινού και η ανάγκη για μάρκετινγκ

Στη σύγχρονη εποχή το κοινό έχει στη διάθεσή του πολλές επιλογές για αναψυχή και ψυχαγωγία και μπορεί να επιλέξει που, πότε και πως θα συμμετάσχει. Αυτό σημαίνει ότι μια εκδήλωση / εορτή θα προσελκύσει μόνον όσους αισθάνονται ότι μέσα από αυτή πρόκειται να επωφεληθούν (να καλύψουν κάποια ανάγκη τους). Οι προσδοκίες του κοινού για μια εκδήλωση δημιουργούνται από ένα συνδυασμό παραγόντων, μερικοί από τους οποίους αναφέρονται παρακάτω:

- Τις επικοινωνιακές δράσεις από την πλευρά των διοργανωτών.
- Τις φήμες από στόμα σε στόμα.
- Τις προτροπές από την οικογένεια, ή από φίλους.
- Τις προηγούμενες εμπειρίες από την ίδια, ή άλλες παρεμφερείς εκδηλώσεις.
- Την «εικόνα» της εκδήλωσης.

Όπως οι άνθρωποι διαφέρουν μεταξύ τους σε αντιλήψεις και στάσεις, έτσι και οι εντυπω-

σεις που μπορεί να αποκομίσουν από μια εκδήλωση ενδέχεται να διαφέρουν. Ακόμα και από τα μέλη της ίδιας παρέας κάποιοι μπορεί να ενθουσιαστούν, ενώ κάποιοι άλλοι όχι ιδιαίτερα, παρά το γεγονός ότι έχουν βιώσει την ίδια εμπειρία και έχουν δεχτεί τις ίδιες υπηρεσίες. Συνεπώς, οι διοργανωτές οφείλουν να προσέχουν ιδιαίτερα το σχεδιασμό και την εφαρμογή της λειτουργίας του μάρκετινγκ.

### 3.11.2 Το «μίγμα του μάρκετινγκ»

Για να ικανοποιήσουν τις επιθυμίες και τις ανάγκες του κοινού και να πετύχουν τους στόχους της εκάστοτε εκδήλωσης, οι διοργανωτές πρέπει να χειριστούν κατάλληλα τις διαστάσεις του μίγματος μάρκετινγκ, οι οποίες είναι: 1) το προϊόν, 2) η τιμή, 3) η προώθηση και 4) ο τόπος.

1) Το προϊόν συμπεριλαμβάνει όλα τα στοιχεία που συνιστούν την εκδήλωση, μερικά από τα οποία είναι:

Τα χαρακτηριστικά του σχεδιασμού της. Για παράδειγμα, η τοποθεσία / εγκατάσταση όπου φιλοξενείται, η σκηνή (εφόσον υπάρχει), η διακόσμηση, ο φωτισμός, κλπ.

Οι υπηρεσίες που παρέχονται. Για παράδειγμα, οι υπηρεσίες στάθμευσης, ταξιθέτησης, κλπ.

Η δημιουργία του «στίγματός» της. Συνδέεται με τη σημασία που δίνεται στο όνομά της και το πώς οι συμμετέχοντες εκλαμβάνουν το όνομα αυτό.

Η τοποθέτησή της στη συνείδηση του κοινού («positioning»). Αναφέρεται στο πως κατηγοριοποιείται η εκδήλωση στο μυαλό των συμμετεχόντων, (εάν, δηλαδή, πρόκειται για εκδήλωση ευρείας συμμετοχής, για ειδικό κοινό, κλπ.).

2) Η τιμή, αντικατοπτρίζει τη αξία που προσδίδουν οι πιθανοί συμμετέχοντες - πελάτες στην εμπειρία που θα αποκομίσουν από την εκδήλωση και την οποία είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν.

3) Η προώθηση είναι η πλέον ορατή από τις διαστάσεις του μίγματος μάρκετινγκ. Περιλαμβάνει τις μεθόδους και τις τεχνικές επικοινωνίας, κυριότερες από τις οποίες είναι οι εξής:

Η διαφήμιση (με αφίσες, με μπροσούρες, μέσα από περιοδικά / εφημερίδες / ραδιόφωνο / τηλεόραση, κλπ). Περιλαμβάνει την οποιαδήποτε μορφή της μη προσωπικής προώθησης για την οποία καταβάλλεται κάποιο αντίτιμο από την πλευρά των διοργανωτών. Οι καταλληλότερες μορφές διαφήμισης ποικίλλουν κατά περίπτωση και σχετίζονται τόσο με τη δυνατότητα διάθεσης σχετικών κονδυλίων όσο και με την πρακτική χρησιμότητα τους.



Για παράδειγμα, είναι υπερβολικά δαπανηρό και μηδαμινά πρακτικό για μια τοπική εκδήλωση το να κάνει τηλεοπτική διαφήμιση, σε κάποιο κανάλι εθνικής εμβέλειας. Πολύ πιο προσιτή οικονομικά και με ασύγκριτα μεγαλύτερη διείσδυση στο κοινό σε επίπεδο περιφέρειας θα μπορούσε να είναι μια αντίστοιχη ραδιοφωνική διαφήμιση. Δοκιμασμένες και αρκετά αποδοτικές μέθοδοι είναι αυτές της χρήσης αφισών και ανακοινώσεων, για τις οποίες θα πρέπει να αξιοποιούνται όσο γίνεται περισσότερο κεντρικοί και πολυσύχναστοι δημόσιοι χώροι ή αντίστοιχα καταστήματα όχι μόνο στον τόπο διεξαγωγής αλλά και στην ευρύτερη περιοχή (π.χ. χώροι εστίασης και ψυχαγωγίας).

Σε ό,τι αφορά στα έντυπα, σε συνεργασία με φορεία της ευρύτερης περιοχής, μπορούν να γίνουν καταχωρίσεις με διαφημιστικό υλικό σε περιοδικά και εφημερίδες που εκδίδονται από πολιτιστικούς και άλλους συλλόγους της ευρύτερης περιοχής. Τέλος, ενδείκνυται η αξιοποίηση του Internet, το οποίο διαρκώς αυξάνει τη χρησιμότητα του ως μέσο προώθησης σε μεγαλύτερα τμήματα πληθυσμού αλλά και σε φορείς που θα μπορούσαν να ενδιαφερθούν σχετικά. Η χρήση μηνυμάτων σε ιστοσελίδες περιεχομένου σχετικά με πολιτισμό και αναψυχή μπορούν να έχουν ικανοποιητικό αποτέλεσμα στην προβολή της εκδήλωσης.

Η δημοσιότητα και οι δημόσιες σχέσεις. Περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες για τις οποίες δεν καταβάλλεται άμεσα κάποιο αντίτιμο, μέσω των οποίων υπάρχει επικοινωνία με το κοινό της εκδήλωσης. Ένα πλεονέκτημα που υπάρχει για τους διοργανωτές εκδηλώσεων είναι το γεγονός ότι οι άνθρωποι γενικά απολαμβάνουν να διαβάζουν σχετικά με ζητήματα όπως ο πολιτισμός και ο αθλητισμός, οπότε είναι κατά κάποιο τρόπο ευκολότερο να υπάρξει δημοσιότητα. Παρόλα αυτά, θα πρέπει να σημειωθεί ότι για να προβληθεί κάποιο θέμα θα πρέπει να έχει κάποια αξία ως προς την πληροφόρηση (δηλαδή να είναι καινούργιο και ενδιαφέρον για τον αναγνώστη), να είναι καλογραμμένο και να προέρχεται από κάποια αξιόπιστη πηγή. Συνεπώς, είναι σημαντικό οποιασδήποτε μορφής δημοσιότητα να έχει την έγκριση των διοργανωτών.

Η προσωπική πώληση και η προώθηση πωλήσεων περιλαμβάνουν όλες τις δραστηριότητες επικοινωνίας που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι διοργανωτές μιας εκδήλωσης προκειμένου να γνωστοποιήσουν στο κοινό τα οφέλη που θα έχει από τη συμμετοχή του και, επομένως, να αυξήσουν τον αριθμό των συμμετεχόντων. Βασίζονται στην απευθείας επικοινωνία με πιθανούς συμμετέχοντες - πελάτες με τη χρήση τηλεφωνικής / ταχυδρομικής λίστας, αποστολής μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, κλπ.

Αν και σε ορισμένες περιπτώσεις οι μέθοδοι αυτές αποδεικνύονται πολύ αποδοτικές, σε πρώτη φάση δεν ενδείκνυνται να εφαρμοστούν σε μεγάλη κλίμακα για τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις και εορτές για δύο λόγους: α) διότι απαιτούν τη δέσμευση ανθρώπινων πόρων και β) διότι δεν έχουν το «προσωπικό» ύφος που προσιδιάζει στο χαρακτήρα των σχέσεων που αναπτύσσονται στις τοπικές κοινωνίες. Μια καλή πρόταση είναι σε όσες

περιπτώσεις κρίνεται ότι το θέμα και η δομή μιας εκδήλωσης μπορεί να προσελκύσει το ενδιαφέρον σωματείων, συλλόγων, κλπ., να γίνονται επαφές με τους εκπρόσωπους των φορέων αυτών. Οι τεχνικές προσωπική πώλησης και προώθησης πωλήσεων μπορούν να υπηρετήσουν πολλούς σκοπούς, όπως να:

- Δημιουργήσουν μια θετική εικόνα για την εκδήλωση, ή να αναβαθμίσουν μία υπάρχουσα.
- «Τοποθετήσουν» την εκδήλωση στο μυαλό του κοινού σε σχέση με άλλες παρεμφερείς εκδηλώσεις.
- Ενημερώσουν τμήματα - στόχους του κοινού για τα ουσιώδη θέματα της εκδήλωσης.
- Δημιουργήσουν ζήτηση για την εκδήλωση.

4) Η τοποθεσία περιλαμβάνει τον τόπο όπου γίνεται η εκδήλωση και τον τόπο πώλησης των εισιτηρίων (στην περίπτωση των τοπικών πολιτιστικών εκδηλώσεων και εορτών οι δύο τόποι ενδεχόμενα να ταυτίζονται).

### 3.11.3 Κίνητρα και ανάγκες των συμμετεχόντων

Τα κίνητρα και οι ανάγκες συμμετοχής μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

- Φυσιολογικά κίνητρα. Σε αυτά περιλαμβάνονται το φαγητό, το ποτό, η άσκηση, η ασφάλεια, κλπ. Ο σχεδιασμός της εκάστοτε εκδήλωσης / εορτής (είτε στο κεντρικό της τμήμα, είτε σε παράπλευρες δραστηριότητες) μπορεί να προβλέπει δράσεις που να ανταποκρίνονται σε αυτά τα κίνητρα. Στη συγκεκριμένη κατηγορία αυτά θα μπορούσαν να είναι νέα / διαφορετικά φαγητά και ποτά, η δυνατότητα συμμετοχής σε αθλητικές δραστηριότητες, η αναψυχή σε ένα ασφαλές περιβάλλον, κλπ.
- Προσωπικά κίνητρα. Σε αυτά περιλαμβάνονται η επιθυμία για γνώση, η αναζήτηση νέων εμπειριών, η δημιουργικότητα, η εκπλήρωση μιας φιλοδοξίας, κλπ. Δράσεις που θα μπορούσαν να ανταποκριθούν σε αυτά τα κίνητρα θα μπορούσαν να είναι τα καινοτόμα προγράμματα, η συμμετοχή σε καλλιτεχνικές προσπάθειες, η συμμετοχή σε κάτι μοναδικό και ιδιαίτερο, κλπ.
- Κοινωνικά / διαπροσωπικά κίνητρα. Σε αυτά περιλαμβάνονται η συνύπαρξη με την οικογένεια και τους φίλους, το «ρομαντικό στοιχείο», η σύνδεση με τις ρίζες (τοπικές, πολιτισμικές), η έκφραση αγάπης για τον τόπο, ή για την πατρίδα, η αναγνώριση κάποιων επιτευγμάτων, κλπ. Δράσεις που θα μπορούσαν να ανταποκριθούν σε αυτά τα κίνητρα θα μπορούσαν να είναι η απόλαυση ενός νέου / διαφορετικού περιβάλλοντος, η συνάντηση με καινούργιους ανθρώπους, η ανανέωση των δεσμών με τοπικές, ή πολιτισμικές

ομάδες, η κοινή χρήση συμβόλων και συνηθειών, κλπ.

### 3.11.4 Τμηματοποίηση της αγοράς

Οι περισσότερες εκδηλώσεις δεν ασκούν έλξη σε όλους τους ανθρώπους. Γι' αυτό το λόγο, οι διοργανωτές πρέπει να εντοπίζουν τα τμήματα της αγοράς (δηλαδή, του κοινού) των οποίων οι ανάγκες είναι πιθανό να ικανοποιηθούν από τη συμμετοχή στην εκδήλωση που διοργανώνουν και να φροντίζουν ώστε να περιλαμβάνουν σε αυτή τα σχετικά στοιχεία. Η διαδικασία του εντοπισμού των κατάλληλων τμημάτων - στόχων του κοινού ονομάζεται τμηματοποίηση της αγοράς. Ακολουθούν ορισμένα κριτήρια με βάση τα οποία μπορεί να γίνει η τμηματοποίηση:

Η γεωγραφική τμηματοποίηση ενδιαφέρεται για τον τόπο διαμονής των επισκεπτών μιας εκδήλωσης. Στην περίπτωση μιας τοπικής εκδήλωσης / εορτής είναι λογικό να γίνεται στόχευση κατ' αρχή στους ντόπιους κατοίκους. Αν η εκδήλωση έχει ευρύτερο ενδιαφέρον τότε η δραστηριότητα του μάρκετινγκ μπορεί περιλάβει τόπους που βρίσκονται μακρύτερα. Η γεωγραφική ανάλυση θα μπορούσε να γίνει ως εξής:

- Κάτοικοι του τόπου διεξαγωγής της εκδήλωσης.
- Ημερήσιοι επισκέπτες από την αμέσως κοντινή περιοχή.
- Επισκέπτες από την ευρύτερη περιφέρεια (π.χ., όρια του νομού).
- Επισκέπτες από άλλες περιοχές (π.χ., έξω από τα όρια του νομού).
- Εκδρομείς κατά ομάδες (π.χ., εκδρομές συλλόγων, σχολείων, κλπ.).

Η δημογραφική τμηματοποίηση ενδιαφέρεται για τα μετρήσιμα χαρακτηριστικά των ανθρώπων, όπως είναι η ηλικία, το φύλο, το επάγγελμα, το εισόδημα, το μορφωτικό επίπεδο, κλπ. Επειδή οι άνθρωποι ανάλογα με αυτά τα χαρακτηριστικά αναπτύσσουν διαφορετικά προφίλ (για παράδειγμα: υπάρχουν διαφορές στις προτιμήσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών), οι εκδηλώσεις «απευθύνονται» στις ανάγκες διαφορετικών τμημάτων του κοινού.

Η τμηματοποίηση με βάση τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά (τρόπος ζωής, αξίες, κλπ.) είναι μια ακόμα χρήσιμη τεχνική. Κατηγοριοποιώντας με βάση την προοδευτικότητα, ή το συντηρητισμό, τις οικογενειακές αξίες, την κοινωνική ευαισθησία, τα ατομικά επιτεύγματα, κλπ., μπορούν να προβλεφθεί σε ποια άτομα, ή ομάδες ατόμων θα έχει μεγαλύτερη απήχηση η εκάστοτε εκδήλωση,

### 3.11.5 Η εκδήλωση ως προϊόν

Το προϊόν μιας εκδήλωσης είναι μια εμπειρία αναψυχής, η οποία έχει σχεδιαστεί προσεκτικά προκειμένου να ικανοποιήσει τις διαπιστωμένες ανάγκες ενός τμήματος του κοινού. Η λέξη «προϊόν» χρησιμοποιείται διότι η θεωρία του μάρκετινγκ εφαρμόζεται στην παραγωγή τόσο απτών πραγμάτων, όσο και άυλων υπηρεσιών. Τα οφέλη που περιέχει μια υπηρεσία είναι τα παρακάτω:

- Το «κύριο», δηλαδή αυτό που λαμβάνει ο επισκέπτης - πελάτης (π.χ., μια ευχάριστη εμπειρία).
- Το «χειροπιαστό», δηλαδή αυτό που υποστηρίζει την προσφορά του κύριου οφέλους (π.χ., η εγκατάσταση, η διακόσμηση, η θέση, κλπ.).
- Το «πρόσθετο», δηλαδή αυτό που το διαφοροποιεί από τον ανταγωνισμό (π.χ., καλλιτέχνες, ποιότητα υπηρεσιών, ευκολία πρόσβασης, κλπ.).

### 3.11.6 Η ικανοποίηση του επισκέπτη - πελάτη

Η ποιότητα των υπηρεσιών, που αποτελεί κεντρικό ζητούμενο για μια εκδήλωση, είναι δύσκολο να οριστεί, λόγω της φύσης των δραστηριοτήτων αναψυχής, οι οποίες είναι άυλες, καταναλώνονται ταυτόχρονα με την αγορά τους και διαφέρουν κατά περίπτωση. Εξετάζοντάς την από την πλευρά των επισκεπτών - πελατών, μια ποιοτική υπηρεσία προκύπτει όταν οι προσδοκίες τους για μια εκδήλωση συμφωνούν με την εκτίμηση που θα διαμορφώσουν για τις υπηρεσίες που έλαβαν από αυτή. Είναι μια έννοια που βασίζεται κατά κύριο λόγο σε προσωπικές αντιλήψεις / εκτιμήσεις και ενυπάρχει σε αυτή σε μεγάλο βαθμό το στοιχείο της υποκειμενικότητας.

Οι προσδοκίες των επισκεπτών διαμορφώνονται από μία σειρά παραγόντων, όπως είναι οι επικοινωνιακές δράσεις του φορέα, οι φήμες από στόμα σε στόμα, οι προτροπές από το στενό περιβάλλον τους, οι προηγούμενες εμπειρίες από εκδηλώσεις, κλπ. Οι αντιλήψεις τους για την εμπειρία που αποκομίζουν από την εκάστοτε εκδήλωση δημιουργούνται από στοιχεία τεχνικής και λειτουργικής ποιότητάς της, καθώς και από ορισμένους εξωτερικούς παράγοντες (π.χ., καιρικές συνθήκες). Στην περίπτωση που οι εκτιμήσεις τους για την εμπειρία που βίωσαν έλθουν σε ισορροπία, ή ξεπεράσουν τις προσδοκίες που είχαν πριν από αυτή τότε έχει παρασχεθεί μια ποιοτική εμπειρία αναψυχής και το αποτέλεσμα είναι να φεύγουν από την εκδήλωση ικανοποιημένοι. Η ποιότητα των υπηρεσιών έχει τις παρακάτω διαστάσεις:

- Διαβεβαίωση - Οι διοργανωτές κατέχουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες, είναι ευγενικοί και πρόθυμοι να εξυπηρετήσουν και, συνεπώς, οι συμμετέχοντες σε μια εκδήλωση διαβεβαιώνονται για το ότι περνούν καλά.

- Κατανόηση –Το προσωπικό φαίνεται να καταλαβαίνει τις ανάγκες του κοινού και παρέχει προσοχή και φροντίδα.
- Ανταπόκριση –Το προσωπικό ανταποκρίνεται στις ανάγκες των συμμετεχόντων.
- Αξιοπιστία –Τα πάντα μέσα στην εκδήλωση συμβαίνουν κατά τον τρόπο που τα είχαν υποσχεθεί οι οργανωτές.
- Ποιότητα στα ορατά, απτά στοιχεία –Η φυσική παρουσία των καλλιτεχνών, του εξοπλισμού και του προσωπικού ταιριάζει με τις προσδοκίες.

### 3.11.7 Η χορηγία των εκδηλώσεων

Η χορηγία για μια τοπική εκδήλωση / εορτή δημιουργεί αρκετά πλεονεκτήματα τόσο για τους διοργανωτές της εκδήλωσης, όσο και για την εταιρία που παρέχει τη χορηγία. Προκειμένου να προσελκύσουν τους καταλληλότερους χορηγούς οι διοργανωτές πρέπει να εξετάσουν προσεκτικά το ποιες εταιρίες θα ωφεληθούν περισσότερο από τη χορηγία της εκδήλωσης. Βασικός στόχος είναι να δομηθεί μια σχέση, η οποία θα είναι παραγωγική και θα τιμά και τα δύο μέρη. Το πλέον σημαντικό στοιχείο είναι η κατανόηση του γεγονότος ότι η χορηγία είναι μία σύνθετη διαδικασία που δεν εξαντλείται στο αίτημα από τους διοργανωτές μιας εκδήλωσης προς κάποια εταιρία για παροχή χρημάτων με τη μορφή φιλανθρωπίας. Η χορηγία είναι μια τεχνική προώθησης που χρησιμοποιείται από επιχειρήσεις για καθαρά εμπορικούς λόγους και σε καμία περίπτωση δεν αποτελεί δωρεά. Είναι μια εμπορική συναλλαγή, στην οποία εισέρχεται η εταιρία - χορηγός διότι πιστεύει πως η εκδήλωση θα προσφέρει ένα δίαυλο επικοινωνίας προς την αγορά - στόχο της, ο οποίος είναι πιο αποδοτικός, ή συμπληρωματικός προς άλλες προωθητικές δυνατότητες (π.χ., διαφήμιση). Συνεπώς, οι χορηγοί παρέχουν χρήματα, υπηρεσίες, ή άλλου είδους υποστήριξη σε μια εκδήλωση με αντάλλαγμα κάποια συγκεκριμένα οφέλη.

Τα οφέλη που μπορούν να αποκομίσουν οι χορηγοί μιας εκδήλωσης (και αντίστοιχα να επικαλεστούν οι διοργανωτές της) μπορεί να είναι πολλά και διαφορετικά κατά περίπτωση. Για τους κρατικούς φορείς, ορισμένα από αυτά είναι τα εξής:

- Συνεισφορά στη βελτίωση της οικονομικής ανάπτυξης μιας περιοχής.
- Αναβάθμιση της εικόνας ενός τόπου.
- Αύξηση των κοινωνικών δράσεων και της κοινωνικής ανάπτυξης.
- Συνεισφορά στη βελτίωση των υποδομών ενός τόπου.
- Βελτίωση της εικόνας του κράτους προς τους πολίτες.

Αντίστοιχα, για τις ιδιωτικές εταιρίες τα πλέον συνηθισμένα κίνητρα προκειμένου να παρέχουν μια χορηγία είναι τα εξής:

- Δημιουργία καλής πίστης των καταναλωτών απέναντι στην εταιρία τους.
- Αύξηση των πωλήσεων των προϊόντων τους.
- Δημιουργία αντίληψης και αποδοχής για το όνομα της εταιρίας τους.
- Σύνδεση μιας συγκεκριμένης μάρκας με χαρακτηριστικά ενός τρόπου ζωής.
- Παροχή ευκαιριών στους πελάτες τους για αναψυχή.
- Επίδειξη δυνατοτήτων των προϊόντων τους.

Στο σημείο αυτό πρέπει να τονιστεί ότι πρωτίστως πρέπει να αποφασιστεί το αν μια εκδήλωση είναι κατάλληλη για χορηγία. Προκειμένου να ληφθεί αυτή η απόφαση πρέπει οι διοργανωτές να απαντήσουν τα παρακάτω ερωτήματα:

- Έχει η εκδήλωση κάποια προνόμια που μπορεί να προσφέρει στο χορηγό;
- Θα ενέκρινε το κοινό στο οποίο στοχεύει η εκδήλωση μια εμπορική χορηγία;
- Υπάρχουν κάποιες εταιρίες που να είναι κατάλληλες για χορηγία;
- Μπορεί κάποιος από τους διοργανωτές να ασχοληθεί και να εξυπηρετήσει τις απαιτήσεις μιας χορηγικής συμφωνίας;
- Υπάρχουν κάποιοι περιορισμοί για τη σύναψη εμπορικών συμφωνιών;

Υπάρχουν περιπτώσεις (π.χ., μια θρησκευτική εορτή, ή μία μικρής κλίμακας εκδήλωση που οργανώνεται από ένα - δύο άτομα), στις οποίες ενδεχόμενα δεν ταιριάζει η εμπορική χορηγία, ή δεν είναι εφικτό να γίνουν οι απαραίτητες ενέργειες για την εξασφάλισή της. Όμως, στις περισσότερες περιπτώσεις είναι δυνατό - χωρίς περίπλοκες διαδικασίες, ή μεγάλο κόπο από την πλευρά των διοργανωτών - να πραγματοποιηθεί μια κατάλληλη συμφωνία, η οποία να βοηθά την εκδήλωση να αυξήσει τους πόρους της και να επιτύχει ένα καλύτερο αποτέλεσμα.

Η διαδικασία της χορηγίας έχει τα εξής μέρη:

- Αρχική διερεύνηση για το ποιος, ή ποιοι ιδιωτικοί / κρατικοί φορείς θα ήταν κατάλληλοι για να γίνουν χορηγοί με βάση τη σύγκριση του προφίλ τους και των προϊόντων τους με το περιεχόμενο και τη δομή της εκδήλωσης.

- Προετοιμασία μιας πιθανής συμφωνίας, με έμφαση στα προνόμια που θα λάβει ο χορηγός, στα ανταλλάγματα που θα δώσει, καθώς και στις αρμοδιότητες κάθε πλευράς για την επιτυχία της χορηγίας.
- Αρχική επαφή με τους φορείς που επιλέχθηκαν και παρουσίαση της πρότασης χορηγίας.
- Λήψη απόφασης από τα δύο μέρη να συνεργαστούν. Εφόσον διαπιστωθεί συμφωνία, καλό είναι αυτή να λάβει επίσημη μορφή με την υπογραφή κάποιου συμβολαίου. Σε μεγάλες διοργανώσεις, όπου οι εμπλεκόμενοι δεν σχετίζονται μεταξύ τους και οι συζητήσεις γίνονται σε «απρόσωπο» περιβάλλον η πράξη αυτή είναι συνηθισμένη. Στην περίπτωση τοπικών εκδηλώσεων, με δεδομένο ότι οι χορηγοί πιθανότατα προέρχονται από την τοπική κοινωνία, κάτι τέτοιο ίσως να μην είναι απαραίτητο. Όμως, η συνοπτική καταγραφή των βασικών σημείων που συνιστούν τη συμφωνία μεταξύ των πλευρών αποτελεί απόδειξη οργανωτικής αρτιότητας.
- Εφαρμογή συμφωνίας και από τις δύο πλευρές. Οι διοργανωτές κάνουν τις ενέργειες που συμφωνήθηκαν για να προβληθεί ο χορηγός, ενώ ο χορηγός παρέχει τα σχετικά ανταλλάγματα (χρήματα, υλικά, υπηρεσίες, κλπ.).
- Αποτίμηση και συμπεράσματα σχετικά με το πως λειτούργησε η χορηγία για κάθε πλευρά. Η αποτίμηση γίνεται σε γραπτή μορφή και περιλαμβάνει όλες τις δυνατές αποδείξεις (π.χ., φωτογραφίες, βίντεο, οικονομικούς απολογισμούς, κλπ.).

### 3.12 Έλεγχος μιας εκδήλωσης μέσω του προϋπολογισμού

Ο προϋπολογισμός είναι η ποσοτικοποιημένη έκφραση του γενικού σχεδίου δράσης και εκφράζεται σε αριθμητικούς / χρηματικούς όρους. Περιλαμβάνει την κοστολόγηση των ενεργειών που πρέπει να γίνουν, την πρόβλεψη των εσόδων που μπορεί να προκύψουν και την κατανομή των οικονομικών πόρων και συγκροτείται ανεξάρτητα από το μέγεθος της εκδήλωσης. Αν η εκδήλωση είναι μεγάλης κλίμακας, μπορεί να διαιρεθεί σε μικρότερους, έναν για κάθε τομέα (π.χ., αμοιβές καλλιτεχνών, εφοδιασμός, μεταφορές, προσωπικό, κλπ.).

Είναι απαραίτητο οι διοργανωτές να καταβάλλουν προσπάθειες για να μεγιστοποιήσουν τα έσοδα της εκδήλωσης και να ελαχιστοποιήσουν το κόστος της μέσω οποιασδήποτε ενέργειας μπορούν να φανταστούν και να αξιοποιήσουν, όπως, για παράδειγμα:

- Για την εξασφάλιση δωρεάν δημοσιότητας: αξιοποίηση: α) επαφών με φορείς σε γειτονικές περιοχές, β) πιθανής παρουσίας προσώπων μεγάλης φήμης (π.χ., γνωστοί καλλιτέχνες, διασημότητες), κλπ.

- Εξασφάλιση οικονομικού εξοπλισμού: ενοικίαση ελαφρώς μεταχειρισμένων στολών, υλικών, κλπ., από θέατρα που δεν λειτουργούν, ή από οργανωτές μεγάλων εκδηλώσεων.
- Παροχές / δώρα σε είδος: αξιοποίηση προσφορών από τοπικούς φορείς (π.χ., παροχή δωρεάν ποτών, κλπ.), συνεργασία με νέους καλλιτέχνες και σχήματα που αναζητούν δημοσιότητα, κλπ.
- Αξιοποίηση εθελοντικής εργασίας: κάλυψη αναγκών σε ανθρώπινο δυναμικό σε διάφορους τομείς της εκδήλωσης από άτομα που προσφέρονται να εργαστούν εθελοντικά.
- Συμβάσεις για σειρά εκδηλώσεων: συνεργασία με άτομα / ομάδες για περισσότερες εκδηλώσεις, ώστε το κόστος να κατανεμηθεί σε πολλές εκδηλώσεις.

### 3.13 Διαχείριση κινδύνων

Οι εκδηλώσεις βρίσκονται συχνά εκτεθειμένες σε κινδύνους διάφορων ειδών, που μπορεί να σχετίζονται με την ανάγκη για αλλαγή της τοποθεσίας διεξαγωγής τους, τη συγκέντρωση μεγαλύτερου από το αναμενόμενο πλήθους, τις ενέργειες / παραλείψεις των εργαζόμενων, την ανάγκη για μετακίνηση μεγάλου αριθμού υλικών και εξοπλισμού, την ανάγκη για δημιουργία προσωρινών κατασκευών, κλπ. Οι οργανωτές πρέπει να κάνουν προσεκτική ανάλυση όλων των πιθανών κινδύνων που μπορούν να προκύψουν και να ετοιμάσουν σχέδια για την αντιμετώπισή τους. Κάθε αρνητικό συμβάν μειώνει (λίγο, ή πολύ) την επιτυχία μιας εκδήλωσης και τραυματίζει την εικόνα της. Για το λόγο αυτό, η διαχείριση κινδύνων πρέπει να θεωρείται ως απαραίτητο κομμάτι του λειτουργικού σχεδιασμού.

Σε αντίθεση με τις μεγάλης κλίμακας διοργανώσεις, οι τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις και εορτές έχουν λιγότερες πιθανότητες να αντιμετωπίσουν σημαντικούς κινδύνους. Παρόλα αυτά, σε κάποιους τομείς πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή ακόμα και σε μικρής κλίμακας εκδηλώσεις. Τέτοιοι τομείς είναι η διαχείριση πλήθους (όπου προκύπτουν ζητήματα που σχετίζονται με τις ροές του κόσμου μέσα και γύρω από τους χώρους της εκδήλωσης, τον έλεγχο του θορύβου, τα φαινόμενα αρνητικής συμπεριφοράς ορισμένων επισκεπτών, κλπ.), οι μετακινήσεις και μεταφορές (όπου προκύπτουν ζητήματα που σχετίζονται με τις παραδόσεις εφοδίων, τους χώρους στάθμευσης, τη δημόσια συγκοινωνία, κλπ.), η υγιεινή (όπου προκύπτουν ζητήματα που σχετίζονται με τις πωλήσεις φαγητών, τη δημόσια υγιεινή, κλπ.) και η ασφάλεια όλων των εμπλεκόμενων. Σε κάθε τομέα, οι κίνδυνοι πρέπει να εντοπιστούν και να αντιμετωπιστούν προληπτικά.

Η διαχείριση κινδύνων έχει τέσσερις φάσεις:

α) Ο *εντοπισμός* περιλαμβάνει την εξέταση όλων των θεμάτων και κάθε σημείου των



χώρων. Καλό είναι να γίνεται όχι μόνον από τους διοργανωτές, αλλά από οποιονδήποτε (συνεργάτη, εθελοντή, κλπ.) έχει εμπειρία, ή εξειδίκευση σε κάποιο συγκεκριμένο τομέα.

β) Η *αξιολόγηση*, κατά την οποία δημιουργείται ένας κατάλογος με τους κινδύνους που μπορεί να προκύψουν με κριτήρια τη σοβαρότητά τους και τις ενδεχόμενες επιπτώσεις τους.

γ) Ο *έλεγχος*, ο οποίος οδηγεί στην εφαρμογή της στρατηγικής που κρίνεται ως πιο κατάλληλη για κάθε περίπτωση. Ως τέτοιες μπορούν να αναφερθούν οι εξής:

- Αποφυγή του κινδύνου (π.χ., ακύρωση μίας υπαίθριας συναυλίας σε περίπτωση βροχόπτωσης – στην περίπτωση αυτή ο μεγαλύτερος κίνδυνος δεν είναι οι κακές καιρικές συνθήκες, αλλά το ενδεχόμενο πλεκτροπληξίας των ανθρώπων που θα βρίσκονται στο χώρο).
- Ελαχιστοποίηση του κινδύνου (π.χ., αγορά / ενοικίαση τέντας που θα χρησιμοποιηθεί σε περίπτωση βροχής, ή προσδιορισμός άλλου κλειστού χώρου).
- Αντιμέτωπιση του κινδύνου όταν αυτός προκύψει (π.χ., δυνατότητα παροχής βασικών πρώτων βοηθειών από το προσωπικό σε περίπτωση μικροτραυματισμών).
- Χρήση εφεδρικού εξοπλισμού και εναλλακτικών σχεδίων δράσης (π.χ., χρήση εφεδρικών γεννητριών σε πτώσεις τάσης, σχέδιο για την περίπτωση μιας μικρής αλλαγής στο πρόγραμμα, κλπ.).

δ) Η *αναθεώρηση*, η οποία βασίζεται στην αξιολόγηση του τι πέτυχε και τι όχι στη διαχείριση των κινδύνων και αποτελεί οδηγό για καλύτερο σχεδιασμό μελλοντικών εκδηλώσεων.

### 3.14 Επίλογος

Οι εκδηλώσεις είναι ένας τομέας όπου όλοι οι τοπικοί φορείς μπορούν να δραστηριοποιηθούν σε μικρό, ή μεγάλο βαθμό. Η οργάνωσή τους απαιτεί γνώσεις, εμπειρία και επιβάλλεται να σχεδιάζονται προσεκτικά και να ακολουθούνται συγκεκριμένες διαδικασίες.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Αναβάθμιση των πολιτιστικών εκδηλώσεων

---

### 4.1 Εισαγωγή

Η διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων και εορτών, στο βαθμό που αναλογεί στο μέγεθος της καθεμιάς και στα επιμέρους χαρακτηριστικά του εκάστοτε τόπου, βοηθούν σημαντικά τον τομέα της τοπικής οικονομίας που βασίζεται στην παροχή υπηρεσιών. Τα χρήματα που ξοδεύουν οι επισκέπτες για τις μετακινήσεις τους, τη διαμονή, το φαγητό, την ψυχαγωγία, την αγορά τοπικών προϊόντων και αναμνηστικών και για όποιες άλλες δραστηριότητες σχετίζονται με την εξυπηρέτησή τους είναι ένας μόνο από τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να επωφεληθεί η τοπική οικονομία από μια εκδήλωση. Σε αρκετές περιπτώσεις υπάρχει ανάγκη για κατασκευές (δημιουργία νέων ή καλύτερων χώρων), ενώ αναφορικά με την απασχόληση απαιτείται αυξημένος αριθμός ατόμων για την κάλυψη των αναγκών κατά τις ημέρες των εκδηλώσεων.

### 4.2 Επιδράσεις των εκδηλώσεων στην τοπική κοινωνία

Οι θετικές επιδράσεις που ενδέχεται να προκύψουν από τη διοργάνωση εκδηλώσεων τόσο για την τοπική κοινωνία, όσο και για τους εμπλεκόμενους (π.χ., διοργανωτές, εργαζόμενους, προμηθευτές, επισκέπτες / θεατές, χορηγούς, κλπ), είναι αρκετές. Ορισμένες από αυτές είναι οι παρακάτω:

- Σε επίπεδο τουρισμού και τοπικής οικονομίας: α) προβολή του τόπου που διοργανώνει την εκδήλωση ως τουριστικού προορισμού και αύξηση της τουριστικής του κίνησης, β) επέκταση της παραμονής των ανθρώπων που τον επισκέπτονται, γ) αύξηση του μέσου όρου κατανάλωσης ανά επισκέπτη, δ) δημιουργία θέσεων εργασίας, στ) προσέλκυση επενδύσεων.

- Σε κοινωνικό και πολιτιστικό επίπεδο: α) δημιουργία αξιόλογων εμπειριών για την τοπική κοινωνία, β) αναβίωση και ανάδειξη τοπικών παραδόσεων, γ) δημιουργία αισθήματος υπερηφάνειας των κατοίκων, δ) ενεργοποίηση ατόμων και ομάδων και αύξηση της συμμετοχής τους στα δρώμενα, ε) εισαγωγή νέων ιδεών, θετικών προκλήσεων - στόχων, επέκταση των πολιτιστικών οριζόντων, στ) ανάπτυξη ικανοτήτων σχεδιασμού, οργάνωσης και διαχείρισης έργων.
- Σε επίπεδο περιβάλλοντος και υποδομών: α) ανάδειξη του περιβάλλοντος, β) αύξηση της ευαισθητοποίησης του κοινού για το περιβάλλον, γ) δημιουργία, ή/και βελτίωση γενικών υποδομών, δ) βελτίωση των μεταφορών και των επικοινωνιών, ε) αναμόρφωση και ανανέωση τοπικών οικιστικών δομών.

Αντίστοιχα, υπάρχουν και πιθανές αρνητικές επιδράσεις, ορισμένες από τις οποίες αναφέρονται παρακάτω:

- Τουριστικές - οικονομικές: α) αντιδράσεις του τοπικού πληθυσμού στην πιθανή αύξηση του τουρισμού, β) απώλεια του στοιχείου της αυθεντικότητας, γ) εκμετάλλευση / αύξηση τιμών.
- Κοινωνικές: α) κακή συμπεριφορά από τον τοπικό πληθυσμό προς τους επισκέπτες και το αντίστροφο, β) δημιουργία αρνητικής εικόνας για τον τόπο, γ) αλλοίωση του περιεχομένου και του χαρακτήρα των εκδηλώσεων / εορτών.
- Περιβαλλοντικές: α) καταστροφές στο περιβάλλον, β) κυκλοφοριακή συμφόρηση, γ) πχορύπανση.

Καθήκον των διοργανωτών είναι να επισημάνουν / προβλέψουν τις ενδεχόμενες επιδράσεις και να τις διαχειριστούν κατάλληλα, ώστε να επιτευχθεί το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

#### 4.2.1 Τουριστική προώθηση και οικονομικές επιδράσεις

Προκειμένου μέσω των τοπικών πολιτιστικών εκδηλώσεων και εορτών να προβληθεί ένας τόπος ως τουριστικός προορισμός είναι απαραίτητο να καλλιεργηθεί η εικόνα της αυθεντικότητας και να τονιστούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ντόπιου πληθυσμού και της ζωής του. Γενικά, στους επισκέπτες αρέσει να κάνουν ό,τι και οι κάτοικοι του τόπου που επισκέπτονται και να πάρουν εμπειρίες που σχετίζονται με τη ζωή εκεί. Για το λόγο αυτό, οι διοργανώσεις που διατηρούν, αναβαθμίζουν και γιορτάζουν τα στοιχεία που τους δίνουν ένα ξεχωριστό νόημα δημιουργούν μια πιο ευχάριστη εμπειρία για τους επισκέπτες και δημιουργούν περισσότερα οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες. Αντίθετα, όταν οι διοργανώσεις επικεντρώνονται αποκλειστικά στην προσέλκυση τουριστών στοιχείο χωρίς να έχουν κάποιο νόημα για τους κατοίκους, τότε κινδυνεύουν να χάσουν την αυθεντικότητά τους και

να συρρικνωθούν, προξενώντας ζημιά στην εικόνα του τόπου ως προορισμού.

#### 4.2.2 Εποχικότητα

Δεν είναι απαραίτητο κάθε εκδήλωση να γίνεται σε εποχή που θεωρείται ευνοϊκή για την τουριστική κίνηση. Επισκέπτες μπορούν να προσελκυστούν για πολλούς λόγους, όπως για παράδειγμα όταν συνδυάζεται μία εκδήλωση με χειμερινές δραστηριότητες (αντί των καλοκαιρινών), ή όταν είναι η εποχή της παραγωγής σημαντικών για τον τόπο προϊόντων (π.χ., γιορτές κρασιού, λαδιού, κλπ.). Το γεγονός ότι αρκετές εκδηλώσεις και εορτές γίνονται σε τέτοιες, θεωρητικά χαμηλότερης προσέλευσης, περιόδους ενισχύει σημαντικά το στοιχείο της αυθεντικότητας, το οποίο βιώνουν και οι επισκέπτες.

#### 4.2.3 Αναβάθμιση της τουριστικής εμπειρίας

Εκτός από το ότι παρέχουν τα στοιχεία της εναλλαγής, της ανανέωσης και της δράσης που συντηρούν το ενδιαφέρον του κόσμου μέσα στην ευρύτερη γεωγραφική ζώνη ενός τόπου, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις και οι εορτές αυξάνουν και την έλξη που ασκείται σε επισκέπτες από άλλες περιοχές. Ο συνδυασμός, μάλιστα, με δυνατότητες για περιηγήσεις στην περιοχή και επισκέψεις σε χώρους πολιτισμού (π.χ., λαογραφικού, ιστορικού ή αρχαιολογικού ενδιαφέροντος) δημιουργεί εικόνα ζωντάνιας και αυξάνει τα επίπεδα της αισθητικής ικανοποίησής τους.

#### 4.2.4 Ενεργοποίηση ανάπτυξης

Μια εκδήλωση μπορεί να ενεργήσει ως καταλύτης για την ανάπτυξη σε τοπικά πλαίσια, λειτουργώντας σε δύο επίπεδα:

- Σε υλικό επίπεδο. Η δημιουργία νέων, ή μεγαλύτερων υποδομών εξυπηρέτησης της τουριστικής δραστηριότητας (π.χ., κατασκευή χώρων διαμονής και εστίασης, βελτίωση του οδικού δικτύου, των συγκοινωνιών και των επικοινωνιών, κλπ.) αφήνουν μία σημαντική παρακαταθήκη στην τοπική κοινωνία.
- Σε άυλο επίπεδο. Η ανάπτυξη του αισθήματος ικανοποίησης των κατοίκων για τη ζωή στον τόπο τους οδηγεί σε περαιτέρω ενεργοποίηση.

### 4.3 Επίλογος

Εφόσον τις σχεδιάσουν σωστά, οι τοπικές μικροοικονομίες μπορούν να αποκομίσουν πολλά οφέλη από τη διοργάνωση εκδηλώσεων.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.

## Ανάπτυξη συμπληρωματικότητας στην παροχή υπηρεσιών και στη βελτίωση της επισκεψιμότητας

---

### 5.1 Εισαγωγή

Η έννοια της συμπληρωματικότητας στην παροχή υπηρεσιών συνδέει τους τομείς του πολιτισμού, του περιβάλλοντος και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, με στόχο την αξιοποίηση τοποθεσιών, χώρων, ή δράσεων που οι επισκέπτες επιλέγουν είτε για περιήγηση, είτε για επίσκεψη.

Στη σύγχρονη εποχή, οι επισκέπτες δεν επιλέγουν με βάση μία συγκεκριμένη παράμετρο, αλλά με ένα γενικότερο τρόπο θεώρησης της προσδοκώμενης εμπειρίας, ο οποίος επηρεάζεται καταλυτικά από τις ευρύτερες συνθήκες που την περιβάλλουν. Για το λόγο αυτό, είναι απαραίτητο να δίνεται έμφαση στο στοιχείο της παροχής όσο το δυνατόν πιο ολοκληρωμένων υπηρεσιών. Παράγοντες όπως οι δυνατότητες ευπρεπούς διαμονής, εστίασης, αναψυχής, δημιουργικής απασχόλησης και ενασχόλησης με εναλλακτικές δράσεις είναι ιδιαίτερα σημαντικοί, διότι συντελούν στην καλύτερη εξυπηρέτησή τους και αυξάνουν τη συνολική αξία της εμπειρίας και του παρεχόμενου οφέλους.

Η δημιουργία συμπληρωματικότητας επηρεάζεται από παράγοντες όπως είναι οι υποδομές, η γεωγραφική γειτνίαση, η προσβασιμότητα και οι κατηγορίες των υπηρεσιών που προσφέρουν. Η ανάλυση του ζητήματος στις παρακάτω ενότητες γίνεται με βάση την επιδίωξη της αύξησης της επισκεψιμότητας στα λαογραφικά μουσεία της Πελοποννήσου και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι για τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου πλάνου αξιοποίησης και προβολής τους.

## 5.2 Υποδομές, υπηρεσίες και επιλογές ψυχαγωγίας

Οι υποδομές και οι υπηρεσίες που σχετίζονται με τις συγκοινωνίες και τις μεταφορές (το οδικό και σιδηροδρομικό δίκτυο, καθώς και η πρόσβαση από τη θάλασσα και τον αέρα) έχουν πρωταρχική σημασία για την μετακίνηση των επισκεπτών. Για την εξυπηρέτησή τους εξίσου σημαντικές είναι οι εγκαταστάσεις διαμονής (π.χ., ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, ξενώνες, αγροτουριστικές μονάδες, παραδοσιακές κατοικίες, κλπ.), καθώς και εστίασης (π.χ., εστιατόρια, ταβέρνες, κλπ.).

Η πρόσβασή τους στα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα παρέχεται μέσω αντίστοιχων μονάδων παραγωγής και πώλησης (π.χ., οινοποιεία, ελαιολαδοποιεία, οικοτεχνίες / βιοτεχνίες). Σε ό,τι αφορά στον τομέα των υπηρεσιών τουρισμού και αναψυχής οι δυνατότητες μπορεί να είναι πολλές και ποικίλες (π.χ., χιονοδρομικά κέντρα, ορειβασία, αναρρίχηση, ορεινή ποδηλασία, ιππασία, δραστηριότητες στη φύση [πεζοπορικές διαδρομές, rafting, διάσχιση φαράγγιού], θαλάσσια / μηχανοκίνητα σπορ, κλπ.).

Ως προς το περιβάλλον, οι επισκέπτες μπορεί να δείξουν ενδιαφέρον για αισθητικά δάση, τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, σπήλαια, φαράγγια, υγρότοπους, περιοχές του δικτύου "NATURA 2000", διαδρομές με ερμηνεία περιβάλλοντος, παρατηρητήρια, κλπ.

Τέλος, στον τομέα του πολιτισμού υπάρχουν πολλοί χώροι (π.χ., λαογραφικά μουσεία, μνημεία, αρχαιολογικοί χώροι, τοποθεσίες ιστορικού ενδιαφέροντος, κλπ.), καθώς και δραστηριότητες (π.χ., πολιτιστικές εκδηλώσεις, εορτές τοπικού χαρακτήρα, κλπ.) που λειτουργούν ως πόλοι έλξης για το κοινό.

## 5.3 Η σχέση της συμπληρωματικότητας υποδομών και υπηρεσιών με την αύξηση της επισκεψιμότητας στα λαογραφικά μουσεία

Αν και θεωρητικά η συμπληρωματικότητα ως προς την ύπαρξη υποδομών, υπηρεσιών και επιλογών ψυχαγωγίας μπορεί να μην αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για το αν κάποιος θα αποφασίσει να επισκεφθεί ένα τοπικό λαογραφικό μουσείο, εντούτοις μπορεί στην πράξη να αποτελέσει κρίσιμη παράμετρο για τη λήψη μιας τέτοιας απόφασης. Προκειμένου να υποστηριχθεί η άποψη αυτή πρέπει να επισημανθεί και πάλι ότι: α) σήμερα προσφέρονται στο κοινό πολλές επιλογές αναψυχής και ψυχαγωγίας, με τις οποίες ανταγωνίζεται ο εκάστοτε πολιτιστικός χώρος και β) η επιλογή προκύπτει ως αποτέλεσμα της προσδοκίας του κάθε ατόμου για κάλυψη ορισμένων προσωπικών αναγκών, ή/και επιθυμιών του. Συνεπώς, ο εκάστοτε πιθανός επισκέπτης ενός χώρου κάνει μια σύγκριση κόστους - οφέλους (όχι με αμιγώς οικονομικούς, αλλά και με ψυχοσυναισθηματικούς όρους και κριτήρια) όλων των στοιχείων που συνθέτουν την εικόνα του τόπου όπου βρίσκεται ο χώρος αυτός πριν αποφασίσει να τον επισκεφθεί. Για παράδειγμα, όταν στον τόπο όπου λειτουργεί ένα λαογραφικό μουσείο δεν υπάρχουν βασικές υποδομές, υπηρεσίες

και επιλογές ψυχαγωγίας ο ενδεχόμενος επισκέπτης αποθαρρύνεται από να αποφασίσει να το επισκεφτεί διότι αυτόματα μειώνονται τα αντιλαμβανόμενα οφέλη και μεγιστοποιούνται τα αντιλαμβανόμενα κόστη (π.χ., απώλειες σε προσωπικό χρόνο, έξοδα για μετάβαση σε ξενοδοχείο που βρίσκεται σε άλλη περιοχή, σωματική / ψυχική καταπόνηση, κλπ.).

Δυσνητικά, τα λαογραφικά μουσεία μπορούν να δεχτούν ως επισκέπτες όχι μόνο άτομα που έχουν κάποιο ειδικό ενδιαφέρον γι' αυτά, ή που διαμένουν στη στενή γεωγραφική τους περιοχή, αλλά και άτομα που προέρχονται από οποιαδήποτε κατηγορία του γενικού κοινού, ανεξάρτητα από την ηλικία, την τάξη, τον τόπο διαμονής, κλπ. Στην πράξη, όμως, οι επικρατούσες συνθήκες στις υποδομές, στις υπηρεσίες και στις επιλογές ψυχαγωγίας επηρεάζουν καθοριστικά την επισκεψιμότητα ως εξής:

- Αν είναι πολύ ελλιπείς είναι ιδιαίτερα πιθανό οι επισκέπτες ενός λαογραφικού μουσείου να προέρχονται σχεδόν αποκλειστικά από την – πολύ περιορισμένη αριθμητικά – ομάδα των ανθρώπων που έχουν υψηλό ενδιαφέρον για μουσεία / πολιτιστικούς χώρους, διότι μόνον αυτοί θα είναι διατεθειμένοι να υπερβούν τα εμπόδια που πρέπει να αντιμετωπίσουν.
- Αν βρίσκονται σε μέτριο επίπεδο ο κύκλος των πιθανών επισκεπτών μπορεί να διευρυνθεί και με άτομα που επισκέπτονται για κάποιους άλλους λόγους τη συγκεκριμένη περιοχή, ή την ευρύτερη περιφέρεια όπου φιλοξενείται ένας πολιτιστικός χώρος. Έτσι αξιοποιείται η προσέλευση του κοινού μόνον ως τυχαίο γεγονός.
- Αν είναι υψηλού επιπέδου η πιθανότητα προσέλκυσης κοινού μπορεί να αυξηθεί κατά πολύ, αφού ο κύκλος των πιθανών επισκεπτών μπορεί να διευρυνθεί τόσο με άτομα που επισκέπτονται τα μουσεία, όσο και με άτομα από πιο μακρινές γεωγραφικές περιοχές. Στην περίπτωση αυτή μπορεί να γίνει αξιοποίηση της αντίληψης ενός τόπου ως τουριστικού προορισμού.

#### **5.4 Σχεδιασμός πλάνου ανάπτυξης της συμπληρωματικότητας**

Η ανάπτυξη της συμπληρωματικότητας προϋποθέτει:

- Την κατανόηση της έννοιας και της σημασίας της (όπως αναπτύχθηκαν παραπάνω).
- Την καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης στον τομέα των υποδομών, υπηρεσιών και επιλογών αναψυχής.
- Το σχεδιασμό για τη βελτίωσή τους.
- Την υλοποίηση των απαραίτητων ενεργειών προς την κατεύθυνση αυτή.

Στο σημείο αυτό πρέπει να τονιστεί και πάλι ότι έχει μεγάλη σημασία κάθε σχέδιο ενεργειών να είναι προσαρμοσμένο στις τοπικές ιδιαιτερότητες. Η ενσωμάτωση των στοιχείων που αποτυπώνουν την κατάσταση σε τοπικό επίπεδο εγγυάται την επιτυχία κάθε προσπάθειας για δημιουργία συμπληρωματικότητας, ο σκοπός της οποίας δεν πρέπει να εξαντλείται σε πρακτικό επίπεδο (με την πραγματοποίηση σχετικών δράσεων), αλλά να επεκτείνεται και σε επικοινωνιακό επίπεδο (με την κοινοποίηση των υποδομών, των υπηρεσιών και των επιλογών που προσφέρονται). Ακολουθούν ορισμένες μέθοδοι που μπορούν να βοηθήσουν στο να σχηματιστεί μια θετική εικόνα στο κοινό σχετικά με το επίπεδο των υποδομών και των παρεχόμενων υπηρεσιών.

### **5.5 Δημιουργία ολοκληρωμένου σχεδίου αξιοποίησης και προβολής τοπικών λαογραφικών μουσείων και πολιτιστικών εκδηλώσεων**

Οι ενέργειες που κάνουν οι τοπικοί φορείς για την προβολή των λαογραφικών μουσείων και των πολιτιστικών εκδηλώσεων που οργανώνονται στην Πελοπόννησο δεν πρέπει να είναι αποσπασματικές, ασυνεχείς και ασύνδετες μεταξύ τους, αλλά να αποτελούν μέρη ενός ολοκληρωμένου σχεδίου, το οποίο θα αποτελεί σημείο αναφοράς για το συντονισμό, την παρακολούθηση και την αξιολόγηση των δράσεων που επιλέγονται κατά περίπτωση να πραγματοποιηθούν. Ένα τέτοιο σχέδιο πρέπει να περιλαμβάνει όλα τα επιμέρους σχέδια για τους διάφορους τομείς (π.χ., οργάνωση, επικοινωνία, προβολή, κλπ.) και να τα ενσωματώνει σε ένα ενιαίο και λειτουργικό σύνολο. Παρακάτω παρουσιάζονται οι βασικοί άξονες που αποτελούν το θεμέλιο για την ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου σχεδίου:

1) Στρατηγικός σχεδιασμός: Αποτελεί αφετηρία και θεμέλιο για οποιαδήποτε προσπάθεια ενεργοποίησης και, ως εκ τούτου, είναι απαραίτητο να προηγείται των υπόλοιπων ενεργειών. Αρχικά, πρέπει να γίνεται συστηματική και σε βάθος ανάλυση τόσο των «εσωτερικών» στοιχείων (των δυνατοτήτων και των αδυναμιών που έχουν οι ίδιοι οι χώροι και οι φορείς), όσο και των «εξωτερικών» (των ευκαιριών και απειλών που υφίστανται στο περιβάλλον δραστηριοποίησής τους). Αυτή η ανάλυση οδηγεί και στην επιλογή των σωστών στόχων. Ακολούθως, προσδιορίζονται οι κατάλληλες στρατηγικές που μπορούν να συμβάλλουν στην επίτευξη των στόχων που έχουν επιλεγεί.

2) Οργάνωση και διαχείριση: Η αναβάθμιση του συνολικού επιπέδου λειτουργίας των λαογραφικών μουσείων και των παραδοσιακών χώρων, όπως και η επιτυχία των τοπικών εκδηλώσεων και εορτών στηρίζεται στη σωστή οργάνωση και διαχείρισή τους.

3) Ανάπτυξη προγραμμάτων / δραστηριοτήτων: Η σύνδεση των τοπικών λαογραφικών μουσείων με το κοινωνικό σύνολο αποτελεί προϋπόθεση ανάπτυξης, προβολής και αύξησης της επισκεψιμότητάς τους. Η σύνδεση αυτή διευκολύνεται με το σχεδιασμό και την



υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων και άλλων συμμετοχικών δράσεων.

4) Αναζήτηση οικονομικών πόρων: Η εξασφάλιση οικονομικών πόρων είναι σημαντική για ένα ικανοποιητικό επίπεδο λειτουργίας των λαογραφικών χώρων, αλλά και για την περαιτέρω ανάπτυξή τους. Οι πιθανές πηγές εσόδων είναι αρκετές (επιχορηγήσεις από το κράτος / δήμους, κονδύλια από ευρωπαϊκά προγράμματα, εισφορές από επισκέπτες / συμμετέχοντες σε προγράμματα, πώληση προϊόντων σχετικών με τα εκθέματα του μουσείου, εμπορικές χορηγίες, δωρεές, κλπ.), αλλά η αξιοποίησή τους δεν είναι πάντα εύκολη.

5) Προώθηση / Προβολή: Τα λαογραφικά μουσεία έρχονται σε επαφή με το ευρύ κοινό με τα διάφορα μέσα προβολής και επικοινωνίας, κυριότερα από τα οποία είναι: α) η διαφήμιση (π.χ., αφίσες, μπροσούρες, τοπικά περιοδικά και εφημερίδες, τοπικοί ραδιοφωνικοί / τηλεοπτικοί σταθμοί, κλπ), β) η προώθηση πωλήσεων (π.χ., σχετικών προϊόντων, αναμνηστικών, κλπ.) και γ) η δημοσιότητα και οι δημόσιες σχέσεις (π.χ., αναφορές και αφιερώματα σε γενικά έντυπα / τουριστικούς οδηγούς, δελτία τύπου, επικοινωνία με ομάδες που ενδιαφέρονται για τις δραστηριότητες των μουσείων, κλπ).

Ειδική αναφορά πρέπει να γίνει και στη δυνατότητα αξιοποίησης του διαδικτύου, το οποίο παρέχει την ευκαιρία στα μουσεία να παρουσιάσουν το έργο τους με σχετικά οικονομικό τρόπο.

Τέλος, πρέπει να σημειωθεί και η αξία των τρόπων επικοινωνίας και προβολής προς το κοινό που διαθέτουν άλλοι τοπικοί φορείς, σωματεία, επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών διαμονής, εστίασης και ψυχαγωγίας για να επισημαίνεται η ύπαρξη των λαογραφικών χώρων και να προτείνεται η επίσκεψη σε αυτά ως μια αξιόλογη επιλογή ενημερωτικού και ψυχαγωγικού περιεχομένου. Η παροχή μηνυμάτων από διαφορετικές πηγές έχει πολύ περισσότερες πιθανότητες να επηρεάσει την απόφαση πιθανών επισκεπτών.

6) Δικτύωση με άλλα μουσεία και φορείς: Η σύνδεση με αντίστοιχους πολιτιστικούς φορείς και χώρους λειτουργεί ως μέσο ενίσχυσης της δράσης των τοπικών λαογραφικών μουσείων και μπορεί να συντελέσει ουσιαστικά στην αναβάθμιση του ρόλου τους, εντάσσοντάς τα σε ένα ευρύτερο πλαίσιο και καθιστώντας τα τμήμα ενός μεγαλύτερου άτυπου σχήματος με αυξημένες δυνατότητες.

7) Σύνδεση με τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις και εορτές: Η σύναψη σχέσεων μεταξύ πολιτιστικών θεσμών δημιουργεί αμοιβαία θετικά αποτελέσματα τόσο σε συμβολικό, όσο και σε πρακτικό επίπεδο. Αποτελώντας εκφάνσεις ατομικής και συλλογικής έκφρασης και έχοντας ως πυρήνα τα χαρακτηριστικά, τις παραδόσεις και τα ιδιώματα του εκάστοτε τόπου, δίνουν το «στίγμα» του, όπως αυτό έχει διαμορφωθεί μέσα στην πορεία του χρόνου. Η σύνδεση μουσείων και εκδηλώσεων λειτουργεί πολλαπλασιαστικά ως προς τη δημιουργία καλής εικόνας σε όσους εξετάζουν το ενδεχόμενο να επισκεφτούν έναν τόπο δημιουργώντας τους την αίσθηση αυξημένης και συντονισμένης πολιτιστικής δραστηριότητας.

τπτας. Συνεπώς, οι φορείς και τα άτομα που έχουν την ευθύνη διαχείρισης των λαογραφικών μουσείων, των εκδηλώσεων και των εορτών πρέπει να αναζητούν τρόπους σύνδεσης μεταξύ τους και λειτουργίας τους με σκοπό την πολλαπλή προβολή τους. Ενδεικτικό παράδειγμα είναι η ενσωμάτωση έκθεσης ζωγραφικής με έργα από συμμετέχοντες σε πρόγραμμα εκπαίδευσης ενός μουσείου που πραγματοποιείται κατά τη διάρκεια μιας εκδήλωσης.

## **5.6 Δικτύωση των λαογραφικών μουσείων και τοπικών συλλογών στην Πελοπόννησο και οφέλη που προκύπτουν από αυτή**

Η προοπτική της δημιουργίας ενός δικτύου λαογραφικών μουσείων και τοπικών συλλογών στην Πελοπόννησο αποτελεί μια μεγάλη ευκαιρία για τη δημιουργία συνθηκών που θα οδηγήσουν σε βελτίωση των λειτουργιών τους, σε ανάπτυξη προγραμμάτων και δράσεων, σε αύξηση της επισκεψιμότητας τους και σε συνολική αναβάθμιση του ρόλου τους. Η προοπτική αυτή προϋποθέτει την αξιοποίηση των υφιστάμενων δεδομένων και έχει ως απώτερο σκοπό την αύξηση της προσέλευσης του κοινού στα μουσεία.

Η έννοια της δικτύωσης δεν πρέπει να περιορίζεται στη λογική της απλής καταγραφής και ομαδοποίησης χώρων, αλλά να εξετάζεται υπό το πρίσμα της ενεργητικής συλλογικής προσπάθειας. Οφείλει να προσβλέπει σε ουσιαδότερους στόχους, όπως αυτοί της συστηματικής επικοινωνίας, της διαρκούς διάχυσης πληροφοριών, της επιλογής και του συντονισμού κοινών στρατηγικών και ενεργειών, της βέλτιστης αξιοποίησης του ανθρώπινου δυναμικού, της οικοδόμησης ενός καλύτερου και ελκυστικότερου προς το κοινό προφίλ και της ανάπτυξης πιο ολοκληρωμένων προτάσεων ενημέρωσης, εκπαίδευσης και ψυχαγωγίας.

Η έννοια της δικτύωσης των λαογραφικών μουσείων μπορεί να εκφραστεί μέσα από πληθώρα δράσεων. Για παράδειγμα, όσον αφορά την προβολή της τοπικής λαογραφικής και πολιτιστικής κληρονομιάς μπορούν - επιπλέον των κατά τόπους πρωτοβουλιών - να οργανώνονται και ορισμένες κοινές δραστηριότητες (π.χ., παραγωγή εκδόσεων, διοργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων / συνεδρίων / σεμιναρίων, κλπ.). Επίσης, η δικτύωση δεν πρέπει να εξαντλείται μέσα στα στενά πλαίσια των λαογραφικών μουσείων, αλλά να συμπεριλαμβάνει και τη συνεργασία τους με εκπαιδευτικούς, πολιτιστικούς και κοινωνικούς φορείς της Πελοποννήσου. Η ανάπτυξη δικτύων αυτής της μορφής μπορεί να αυξήσει τις δυνατότητές τους και να βοηθήσει στην αναβάθμιση της εικόνας και του ρόλου τους στις τοπικές κοινωνίες.

Μια μορφή δικτύωσης στην Πελοπόννησο μπορεί να αποτελέσει και η δημιουργία δικτύου πολιτιστικών διαδρομών. Μέσα από την ένταξή τους σε ένα τέτοιο δίκτυο τα τοπικά λαογραφικά μουσεία θα αποτελούν τμήματα μιας μεγάλης θεματικής ενότητας, χωρίς να κινδυνεύουν να χάσουν τα στοιχεία μοναδικότητας που χαρακτηρίζουν καθένα από αυτά.

## 5.7 Η περίπτωση των λαογραφικών χώρων των απομακρυσμένων περιοχών

Γενικά, οι λαογραφικοί χώροι που λειτουργούν σε απομακρυσμένες περιοχές μπορούν να εφαρμόσουν όσα προτείνονται και γι' αυτούς που βρίσκονται σε άλλες, κοντινότερες σε αστικά κέντρα, περιοχές. Εν τούτοις, λόγω των ιδιαιτεροτήτων που εμφανίζουν οι περιοχές αυτές, είναι χρήσιμο να σημειωθούν και παρακάτω οι στρατηγικές ανάπτυξης της επισκεψιμότητας στους χώρους αυτούς:

- Αντιστροφή του θεωρούμενου μειονεκτήματος της μεγάλης απόστασης σε σχετικό αντιλαμβανόμενο πλεονέκτημα, διαμέσου της προβολής όσων στοιχείων τονίζουν τη μοναδικότητα ή την ιδιαιτερότητα του τόπου. Τέτοιου είδους στοιχεία, τα οποία μπορούν να έχουν απήχηση σε τμήματα του κοινού που προέρχεται από αστικά κέντρα είναι π.χ. η διατήρηση της αυθεντικότητας καθώς και των ξεχωριστών τοπικών πολιτισμικών στοιχείων, η δυνατότητα άμεσης επαφής με τη φύση και συμμετοχής σε δραστηριότητες που γίνονται σε πολύ λίγα μέρη, κλπ.
- Συμμετοχή στις δράσεις που σχετίζονται με τη δικτύωση των λαογραφικών χώρων στην ευρύτερη περιφέρεια της Πελοποννήσου. Μόνο μέσω αυτής της στρατηγικής είναι δυνατό να αξιοποιηθεί ο παράγοντας της συμμετοχής σε μια ευρύτερη πολιτιστική ενότητα και να επιτευχθεί η προσέλκυση κάποιων ανθρώπων οι οποίοι διαφορετικά δεν θα εξέταζαν το ενδεχόμενο της επίσκεψης σε μια αρκετά απομακρυσμένη περιοχή.
- Αξιοποίηση όλων των δυνατοτήτων σύνδεσης με τους αμέσως κοντινότερους οικισμούς και χωριά όσον αφορά τη δυνατότητα που έχουν όσοι από τους επισκέπτες βρεθούν εκεί να πληροφορηθούν για την ύπαρξη και τα βασικά στοιχεία του εκάστοτε λαογραφικού χώρου. Αυτή η επικοινωνιακή σχέση θα πρέπει βεβαίως να ενισχύεται και να εξυπηρετείται και αντίστροφα, από την πλευρά των μουσείων (δηλαδή, με παροχή πληροφοριακού υλικού για τη γύρω περιοχή).
- Αναζήτηση και αξιοποίηση των προγραμμάτων που απευθύνονται αποκλειστικά σε περιοχές απομακρυσμένες. Με δεδομένο ότι είναι εξ ορισμού δύσκολο για ένα λαογραφικό χώρο σε μια τέτοια περιοχή να εξασφαλίσει τους απαραίτητους για τη λειτουργία και την ανάπτυξη του πόρους, ανθρώπινους και υλικούς, η υπαγωγή σε τέτοιου είδους προγράμματα μπορεί να παράσχει, έστω και περιστασιακά, σημαντική βοήθεια για την επίτευξη των σκοπών του.
- Ανάπτυξη και κοινοποίηση στους υποψήφιους επισκέπτες ενός κατά το δυνατόν ολοκληρωμένου πακέτου παροχών σε επίπεδο υποδομών, υπηρεσιών και επιλογών ψυχαγωγίας. Στις περιπτώσεις των απομακρυσμένων περιοχών, όπως είναι αναμενόμενο, υπάρχουν κάποιες διαφοροποιήσεις σε σχέση με άλλα μέρη. Για παράδειγμα, είναι πολύ πιθανό να υπάρχει μειονέκτημα σε κάποιο τομέα, δηλαδή να διατίθενται λιγότερες

υπηρεσίες και επιλογές ψυχαγωγίας σε κλειστούς χώρους, αλλά παράλληλα ενδέχεται να υπάρχει πλεονέκτημα σε έναν άλλο τομέα, δηλαδή να διατίθενται περισσότερες επιλογές όσον αφορά τις δραστηριότητες στη φύση. Συνεπώς, εκτός από την αυτονόητη επισήμανση των πλεονεκτημάτων, θα πρέπει για όσους τομείς υπάρχουν μειονεκτήματα να γίνεται προς τους υποψήφιους επισκέπτες αναφορά στις αμέσως επόμενες επιλογές που διαθέτουν και οι οποίες ενδεχομένως βρίσκονται σε χωριά που είναι σε κοντινή απόσταση.

- Επισήμανση των ομάδων-στόχων μέσα από το γενικό κοινό και προσπάθεια για την προσέγγισή τους. Είναι σαφές ότι δεν είναι δυνατό να έχει την ίδια απήχηση σε όλους τους ανθρώπους η προοπτική επίσκεψης σε ένα λαογραφικό χώρο, ο οποίος μάλιστα βρίσκεται σε μια απομακρυσμένη περιοχή. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να γίνει επισήμανση των κύριων στοιχείων τα οποία συνθέτουν το προφίλ των ατόμων / ομάδων που είναι πιο πιθανό από τους υπόλοιπους να φανούν δεκτικοί σε ένα τέτοιο μήνυμα. Αντίστοιχα λοιπόν, θα πρέπει να γίνει και η ανάλογη προσαρμογή ως προς τη στρατηγική προβολής των μουσείων, δηλαδή με τρόπο που να είναι συμβατός στις συνθήκες, στα ενδιαφέροντα και στις επιθυμίες αυτών των ομάδων-στόχων.
- Συνεργασία με περιφερειακά λαογραφικά μουσεία, τα οποία διαθέτουν περισσότερους πόρους και λειτουργικές δυνατότητες, καθώς και υψηλότερο επίπεδο οργάνωσης. Η παροχή υποστήριξης από την πλευρά μεγάλων μουσείων μπορεί να έχει πολλές μορφές, όπως για παράδειγμα παροχή τεχνογνωσίας, βοήθεια στην ανάπτυξη, οργάνωση και διεξαγωγή προγραμμάτων, αξιοποίηση επιστημονικής εξειδίκευσης αλλά και μέσων προβολής. Η ύπαρξη διαύλου επικοινωνίας και συνεργασίας είναι σημαντική αφενός για την διευκόλυνση της επίτευξης των σκοπών των μουσείων των απομακρυσμένων περιοχών αλλά και αφετέρου διότι συντελεί στην ουσιαστική αποτύπωση της παρουσίας τους και στην ενσωμάτωσή τους σε έργο εθνικής κλίμακας.

## 5.8 Επίλογος

Για να είναι πιο ελκυστικά, τα λαογραφικά μουσεία και οι τοπικές συλλογές πρέπει να δικτυωθούν μεταξύ τους και να αναπτύξουν μία αμφίδρομη σχέση συνεργασίας με άλλες υπηρεσίες που χρειάζονται οι επισκέπτες, με στόχο να «συμπληρώνει» ο ένας φορέας τον άλλο. Με την πρακτική αυτή τα περιφερειακά λαογραφικά μουσεία και οι τοπικές συλλογές της Πελοποννήσου μπορούν να βελτιώσουν πολύ την «εικόνα» τους και να αυξήσουν την επισκεψιμότητά τους.

# Παράρτημα 1

---

# Κώδικας Δεοντολογίας για τα Μουσεία του ICOM (Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων)

---

Ο ακρογωνιαίος λίθος του ICOM (εφεξής ΔΣΜ) είναι ο Κώδικας Δεοντολογίας για τα Μουσεία (εφεξής ΚΔΜ). Θέτει τις βασικές προδιαγραφές επαγγελματικής πρακτικής και επιδόσεων για τα μουσεία και το προσωπικό τους. Κατά την ένταξή τους στον οργανισμό τα μέλη του ICOM αναλαμβάνουν την υποχρέωση να συμμορφωθούν με το δεοντολογικό πλαίσιο αυτού του Κώδικα.

---

## Κώδικας Δεοντολογίας για τα Μουσεία του ΔΣΜ

Ο Κώδικας του ΔΣΜ (ICOM) περί επαγγελματικής δεοντολογίας υιοθετήθηκε ομοφώνως κατά την 15<sup>η</sup> Γενική Συνέλευση του ΔΣΜ, στο Μπουένος Άιρες της Αργεντινής στις 4 Νοεμβρίου 1986 και τροποποιήθηκε κατά την 20<sup>η</sup> Γενική Συνέλευση στη Μπαρτσελόνα της Ισπανίας στις 6 Ιουλίου 2001.

Πίνακας Περιεχομένων

### 1. εισαγωγή

#### ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ

### 2. Βασικές αρχές για την διοικητική διαχείριση Μουσείου

- 2.1. Ελάχιστες προδιαγραφές για Μουσεία
- 2.2. Καταστατικό
- 2.3. Διαχείριση
- 2.4. Κτιριακό συγκρότημα
- 2.5. Προσωπικό
- 2.6. Φίλοι των Μουσείων και Οργανισμοί Υποστήριξης
- 2.7. Ο Επιμορφωτικός και Κοινοτικός Ρόλος των Μουσείων
- 2.8. Πρόσβαση του κοινού
- 2.9. Μόνιμες συλλογές, Εκθέσεις και Ειδικές Δράσεις
- 2.10. Εξωτερική Χρηματοδότηση και Υποστήριξη
- 2.11. Δραστηριότητες Παραγωγής Εσόδων
- 2.12. Νομικές Υποχρεώσεις

### 3. Νέα Αποκτήματα των Συλλογών του Μουσείου

- 3.1. Συλλογές
- 3.2. Αποκτήματα παράνομης προέλευσης
- 3.3. Επιφανειακή έρευνα και υλικό συλλογής
- 3.4. Συνεργασία μεταξύ μουσείων σε θέματα πολιτικής συλλογών
- 3.5. Αποκτήματα υπό όρους
- 3.6. Δανεισμός εκθεμάτων από και προς άλλα μουσεία
- 3.7. Συγκρούσεις συμφέροντος

#### **4. Εκποίηση των Συλλογών**

- 4.1. Γενικό τεκμήριο μονιμότητας των συλλογών
- 4.2. Νομικές ή άλλες εξουσιοδοτήσεις εκποίησης
- 4.3. Πολιτικές απομάκρυνσης και διαδικασίες
- 4.4. Επιστροφή και απόδοση πολιτιστικής κληρονομιάς

### **ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΔΙΑΓΩΓΗ**

#### **5. Γενικές αρχές**

- 5.1. Δεοντολογικές υποχρεώσεις των επαγγελματιών που εργάζονται στα Μουσεία
- 5.2. Προσωπική διαγωγή
- 5.3. Ιδιωτικά συμφέροντα

#### **6. Επαγγελματική ευθύνη έναντι των συλλογών**

- 6.1. Νέα αποκτήματα των συλλογών του Μουσείου
- 6.2. Μέριμνα περί των συλλογών
- 6.3. Συντήρηση των συλλογών
- 6.4. Τεκμηρίωση των συλλογών
- 6.5. Πρόνοια για τα Ζώα
- 6.6. Ανθρώπινα κατάλοιπα και υλικό ιερής σημασίας
- 6.7. Ιδιωτική συλλεκτική δράση

#### **7. Επαγγελματική ευθύνη έναντι του κοινού**

- 7.1. Διατήρηση των επαγγελματικών προδιαγραφών
- 7.2. Σχέσεις με το κοινό
- 7.3. Εμπιστευτικότητα

#### **8. Επαγγελματική ευθύνη έναντι συναδέλφων και της φύσης του επαγγέλματος**

- 8.1. Επαγγελματική ευθύνη
- 8.2. Επαγγελματικές σχέσεις
- 8.3. Έρευνα
- 8.4. Εμπορική διαπραγμάτευση
- 8.5. Άλλες δυνητικές συγκρούσεις συμφέροντος
- 8.6. Πιστοποίηση αυθεντικότητας και αξιολόγηση (εκτίμηση)
- 8.7. Αντιεπαγγελματική συμπεριφορά

#### **9. Εφαρμογή του Κώδικα Δεοντολογίας για τα Μουσεία του ΔΣΜ**

- 9.1. Καθεστώς του ΚΔΜ του ΔΣΜ (ICOM)
- 9.2. Χρήση της επωνυμίας και του λογοτύπου του ΔΣΜ (ICOM)

#### **Γλωσσάριο**

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: Ορισμός του Μουσείου και των επαγγελματιών που εργάζονται σε μουσεία**

---

## 1. Εισαγωγή

Ο *Κώδικας Δεοντολογίας για τα Μουσεία του ΔΣΜ* αποτελεί ένα πλαίσιο εσωτερικής ρύθμισης επαγγελματικών κανόνων. Θέτει τις βασικές προϋποθέσεις διαγωγής και επίδοσης που πρέπει να λογικά να διαπνέουν κάθε επαγγελματία, που εργάζεται σε οποιοδήποτε Μουσείο του κόσμου. Συνάμα διατυπώνει με σαφήνεια τις προσδοκίες που δικαιολογημένα μπορεί να έχει το κοινό από την επαγγελματική λειτουργία των μουσείων.

Μολονότι ο *Κώδικας* δεν μπορεί να υπερσχύσει του νόμου ωστόσο μπορεί να παίζει ρόλο *σχεδόν* νομικό στις περιπτώσεις εκείνες στις οποίες η εθνική νομοθεσία παρουσιάζει ελλείψεις ή είναι ανύπαρκτη σε θέματα που καλύπτει ο *Κώδικας*. Όπως συμβαίνει και με τον νόμο καθεαυτό οι κώδικες δεοντολογίας επηρεάζονται από την κοινωνική αλλαγή, όπως επίσης και από την εξέλιξη της επαγγελματικής πρακτικής. Αυτό έχει καταστεί πρόδηλο στην περίπτωση των μουσείων, καθώς η συμβολή τους στην κοινωνία έχει επεκταθεί από τον ακαδημαϊκό χώρο μέσω της εκπαίδευσης στην ψυχαγωγία και στον τουρισμό, και στην προαγωγή της πολιτιστικής ταυτότητας.

Επιπλέον, τα τελευταία είκοσι χρόνια έχουν επέλθει βαθιές αλλαγές σε ορισμένες χώρες με την μεταφορά παροχών υπηρεσίας από τον δημόσιο στον ιδιωτικό και εμπορικό τομέα και με την ίδρυση ειδικών φορέων που εξυπηρετούν τη λειτουργία των μουσείων. Μια τέτοιου είδους μεταβολή μπορεί να επιφέρει ως συνέπεια την ίδια την αποδόμηση ενός επαγγέλματος. Όλοι όσοι εμπλέκονται με τη συλλογή και την ερμηνεία της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς οφείλουν να εντοπίσουν ένα κοινό επαγγελματικό δεσμό στον παρόντα αναθεωρημένο *Κώδικα Δεοντολογίας για τα Μουσεία του ΔΣΜ*. Η εγγραφή ενός μέλους στο ΔΣΜ συνιστά αποδοχή αυτού του *Κώδικα*. Κάθε περιοχή του *Κώδικα* αυτή την περίοδο υπόκειται μιας κριτικής επισκόπησης από την Επιτροπή Δεοντολογίας του ΔΣΜ υπό την οπτική της σύγχρονης πρακτικής που διέπει πλέον τα μουσεία, και γίνονται οι αντίστοιχες προσαρμογές. Παράλληλα, ο *Κώδικας* έχει παρουσιαστεί με ένα λιγότερο κανονιστικό τρόπο. Αυτό αποτελεί και το πρώτο στάδιο προς την κατεύθυνση μιας πληρέστερης αναθεώρησης, η οποία, αυτή είναι η πρόθεση τουλάχιστον, θα παρουσιάζει τις βασικές αρχές επαγγελματικής πρακτικής με οδηγίες ώστε να ανταποκρίνεται κάποιος σ' αυτές· αυτός είναι ο στόχος για το 2004. Η παρούσα εργασία δεν θα ήταν δυνατό να υλοποιηθεί χωρίς την αμέριστη υποστήριξη του Προέδρου και του Γενικού Γραμματέως του ΔΣΜ και ένα πολυάριθμο σύνολο εποικοδομητικών σχολίων που λάβαμε από τις Επιτροπές και τα μέλη του ΔΣΜ στη διάρκεια της γνωμοδοτικής περιόδου που διήρκεσε έναν χρόνο. Ο εργασιακός όγκος βάρυνε τα μέλη της Επιτροπής Δεοντολογίας που συνεδρίασαν επί αυτού τρεις φορές και συμμετείχαν σε τρεις συζητήσεις που έγιναν μέσω ηλεκτρονικής τεχνολογίας.

Το ΔΣΜ εξέδωσε την *Δεοντολογία Απόκτησης Εκθεμάτων* το 1970. Ο πρώτος πλήρης *Κώδικας Επαγγελματικής Δεοντολογίας* δημοσιεύτηκε το 1986, η παρούσα αναθεώρηση εγκρίθηκε ομοφώνως από την 20<sup>η</sup> Γενική Συνέλευση του ΔΣΜ στην Μπαρτεσλόνα της Ισπανίας στις 6 Ιουλίου 2001. Όπως και οι προηγούμενες εκδοχές του, έτσι και ο νυν *Κώδικας* προσφέρει ένα σφαιρικό βασικό πλαίσιο προϋποθέσεων, πάνω στο οποίο τόσο οι



εθνικές όσο και οι εξειδικευμένες ομάδες μπορούν να εποικοδομήσουν κανόνες που θα ανταποκρίνονται στις δικές τους ιδιαίτερες ανάγκες. Το ΔΣΜ ευελπιστεί να ενθαρρύνει την ανάπτυξη τέτοιων εθνικών και εξειδικευμένων κωδίκων και να λάβει ευχαρίστως αντίγραφα αυτών. Αυτά τα αντίγραφα πρέπει να αποσταλούν στη Γενική Γραμματεία του ΔΣΜ, ICOM, Maison de l' UNESCO, 1 rue Miollis, F-75732 Paris Cedex 15, FRANCE. E-mail: [secretariat@icom.org](mailto:secretariat@icom.org)

Τζιόφρι Λιούις  
Πρόεδρος της Επιτροπής Δεοντολογίας του ΔΣΜ

### **Επιτροπή Δεοντολογίας ΔΣΜ για την περίοδο 2000-2003**

Πρόεδρος: Geoffrey Lewis (ΗΒ), Μέλη: Gary Edson (ΗΠΑ), Per Kaks (Σουηδία), Μπιουνγκ-μο Κιμ (Δημοκρατία της Κορέας), Jean-Yves Marin (Γαλλία), Bernice Murphy (Αυστραλία), Tereza Scheiner (Βραζιλία), Shaje'a Tshiluilu (Δημοκρατία του Κονγκό), Michel Van-Praet (Γαλλία).

---

## **ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ**

Αυτό το κεφάλαιο προϋποθέτει ότι το ίδρυμα είναι ένα μουσείο που παρέχει μια δημόσια υπηρεσία, όπως ορίζεται στο *Καταστατικό του ΔΣΜ* (βλ. Παράρτημα). Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες ο φορέας δεν είναι μουσείο, αλλά παρέχει υπηρεσίες σε μουσεία, οι παρακάτω παράγραφοι ισχύουν και γι' αυτούς τους φορείς.

### **2. Βασικές αρχές για την διοικητική διαχείριση Μουσείου**

#### **2.1. Ελάχιστες προδιαγραφές για Μουσεία**

Η διοίκηση ενός μουσείου έχει ως ηθικό καθήκον να συντηρεί και να ενισχύει το μουσείο από κάθε άποψη, δηλαδή τις συλλογές του και τις υπηρεσίες του. Προ παντός έχει την ευθύνη να διασφαλίσει ότι όλες οι συλλογές που υπάγονται στη φροντίδα του φυλάσσονται επαρκώς, συντηρούνται και είναι πιστοποιημένες.

Οι ελάχιστες προδιαγραφές για την οικονομική διαχείριση Μουσείου, τις εγκαταστάσεις, τη στελέχωση και τις υπηρεσίες του μπορούν να ορίζονται από νόμο ή σε κάποιες χώρες από άλλη κυβερνητική ρύθμιση. Σε άλλες χώρες κανονιστικές οδηγίες και μια αξιολόγηση αυτών των ελάχιστων προδιαγραφών μπορούν να παρέχονται σε υπό τη μορφή «πιστοποίησης», «καταχώρισης» ή παρόμοιων προτύπων αξιολόγησης. Όπου τέτοιου είδους προδιαγραφές δεν προβλέπονται σε τοπικό επίπεδο, μπορεί κάποιος να τις πάρει μέσω της Εθνικής Επιτροπής του ΔΣΜ, από την αρμόδια Διεθνή Επιτροπή ή την Γραμματεία του ΔΣΜ.

#### **2.2. Καταστατικό**

Κάθε μουσείο οφείλει να έχει ένα γραπτό καταστατικό ή άλλο έγγραφο στο οποίο να αποτυπώνεται σαφώς το νομικό καθεστώς του, η αποστολή του και η διαρκής, μη κερδοσκοπική φύση του, η οποία είναι σύννομη με την δέουσα εθνική νομοθεσία. Η διοίκηση ενός μουσείου πρέπει να συντάξει και να δημοσιοποιήσει μια ρητή διατύπωση των στόχων του,

των σκοπών λειτουργίας του και της πολιτικής που διέπει το μουσείο, καθώς επίσης το ρόλο και τη σύνθεση του σώματος που το διοικεί.

### **2.3. Διαχείριση**

Στη διοίκηση υπάγεται η απόλυτη οικονομική ευθύνη τόσο για το μουσείο όσο και για την προστασία όλων των πόρων του, περιλαμβανομένων των συλλογών και της συναφούς πιστοποίησης, του κτιριακού συγκροτήματος, των εγκαταστάσεων και του εξοπλισμού, των περιουσιακών στοιχείων και του προσωπικού του. Είναι απαραίτητο να αναπτύξει και να καθορίσει τους σκοπούς, και τις σχετικές με αυτούς πολιτικές επιλογές δράσης, του φορέα, και να διασφαλίσει ότι όλα τα περιουσιακά στοιχεία χρησιμοποιούνται σωστά και αποτελεσματικά προς όφελος των σκοπών του μουσείου. Σε τακτά διαστήματα πρέπει να υπάρχουν ικανοί πόροι είτε από δημόσιες είτε από ιδιωτικές πηγές προέλευσης, ώστε να υλοποιείται και να εξελίσσεται το έργο του μουσείου. Πρέπει να υιοθετηθούν οι δέουσες λογιστικές διαδικασίες και να τηρούνται βάσει της σχετικής ισχύουσας νομοθεσίας και των επαγγελματικών προδιαγραφών λογιστικής διαχείρισης. Οι συλλογές φυλάσσονται ως δημόσια παρακαταθήκη και δεν μπορεί να αντιμετωπίζονται ως εκπονήσιμο αγαθό.

### **2.4. Κτιριακό συγκρότημα**

Η διοίκηση έχει ως υποχρέωση να παρέχει ένα κατάλληλο περιβάλλον, ώστε να προφυλάσσονται από την φυσική έκθεση τους και συγχρόνως να συντηρούνται οι συλλογές. Τόσο τα κτίρια όσο και οι εγκαταστάσεις πρέπει να είναι επαρκή στο μουσείο ώστε αυτό να εκπληρώνει τις βασικές λειτουργίες του που είναι: η συλλογή, η έρευνα, η φύλαξη, η συντήρηση, η επιμόρφωση και η επίδειξη. Αυτά λοιπόν πρέπει να συμμορφώνονται με τα προβλεπόμενα από την εθνική νομοθεσία σε σχέση με την υγεία, την ασφάλεια και την δυνατότητα πρόσβασης στο κτιριακό συγκρότημα, λαμβάνοντας μέριμνα για τους ανθρώπους με ειδικές ανάγκες. Οι κατάλληλες προδιαγραφές προστασίας πρέπει να είναι ανά πάσα στιγμή εν χρήση για να αποφεύγονται κίνδυνοι όπως η κλοπή, η πυρκαγιά, η πλημμύρα, ο βανδαλισμός και η φθορά. Η επιλογή δράσης που αναλαμβάνεται στην περίπτωση του επείγοντος περιστατικού πρέπει να είναι σαφώς καθορισμένη.

### **2.5. Προσωπικό**

Η διοίκηση έχει την υποχρέωση να εξασφαλίζει ότι το μουσείο διαθέτει αρκετό προσωπικό και τεχνογνωσία ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες που έχει. Το μέγεθος του προσωπικού και η φύση της απασχόλησής του (μόνιμη ή εποχιακή) θα εξαρτάται από το μέγεθος του μουσείου καθεαυτού, των συλλογών του και των ευθυνών του. Πρέπει να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα σε σχέση με την φροντίδα των συλλογών, την δημόσια πρόσβαση και τις υπηρεσίες, την έρευνα και την ασφάλεια.

Η διοίκηση έχει μια ιδιαίτερα σημαντική υποχρέωση σε σχέση με τον ορισμό διευθυντού ή επικεφαλής του μουσείου και οφείλει να λάβει

υπόψη της τις γνώσεις και τα προσόντα που απαιτούνται ώστε να πληρωθεί επαρκώς αυτή η θέση. Ο διευθυντής ενός μουσείου πρέπει να είναι άμεσα υπεύθυνος και να έχει απευθείας πρόσβαση στη διοίκηση στην οποία έχει ανατεθεί η ευθύνη διαφύλαξης των συλλογών.

Η διοίκηση οφείλει να διασφαλίζει, έτσι ώστε όταν γίνεται κάποια πρόσληψη, προαγωγή, απόλυση ή υποβιβασμός οποιουδήποτε υπαλλήλου από το προσωπικό, αυτή η ενέργεια γίνεται μόνο βάσει της δέουσας διαδικασίας στο πλαίσιο της νομικής ή άλλης καταστατικής ρύθμισης και πολιτικής που διέπουν το μουσείο. Ακόμη κι όταν μια τέτοια ενέργεια έχει ανατεθεί στον διευθυντή ή σε ανώτερο στέλεχος του μουσείου, πρέπει σε κάθε περίπτωση να υπάρχει η διασφάλιση ότι τέτοιου είδους μεταβολές στο προσωπικό γίνονται με τρόπο επαγγελματικά και ηθικά αποδεκτό, και πάντα προς το συμφέρον του μουσείου.

Οι επαγγελματίες που στελεχώνουν ένα μουσείο χρήζουν επαρκούς αλλά και διαρκούς ακαδημαϊκής, τεχνικής και επαγγελματικής επιμόρφωσης έτσι ώστε να ανταποκρίνονται στο ρόλο τους ως προς την λειτουργία του μουσείου και την μέριμνα περί της πολιτισμικής κληρονομιάς. Η διοίκηση εξάλλου οφείλει να αναγνωρίζει την ανάγκη ενός, αλλά και την αξία του, προσωπικού που διαθέτει κατάλληλα προσόντα και κατάλληλη εκπαίδευση. Έτσι λοιπόν, προσφέρει αρκετές ευκαιρίες για περαιτέρω εκπαίδευση και μετεκπαίδευση ώστε να διατηρείται πάντα το επίπεδο ενημέρωσης και η αποτελεσματικότητα του εργατικού δυναμικού.

Η διοίκηση τέλος, ουδέποτε μπορεί να αξιώσει από κάποιο άτομο του προσωπικού του μουσείου να ενεργήσει με τρόπο που λογικά θα αντίκειται στο πλαίσιο που διέπει τον *Κώδικα Δεοντολογίας για τα Μουσεία του ΔΣΜ* ή θα έρχεται σε ρήξη με οποιοδήποτε τμήμα εθνικής νομοθεσίας ή άλλου κώδικα δεοντολογίας εθνικής ή εξειδικευμένης ισχύος.

## **2.6. Φίλοι των Μουσείων και Οργανισμοί Υποστήριξης**

Τα Μουσεία βασίζονται στο κοινό ώστε να ενισχύεται η ανάπτυξη και η εξέλιξή τους. Πολλά μουσεία έχουν Φίλους και οργανισμούς που τα υποστηρίζουν. Εναπόκειται στην ευθύνη του Ιδρύματος η δημιουργία του περιβάλλοντος που θα καλλιεργούσε μια τέτοια υποστήριξη, θα αναγνώριζε την συμβολή του, θα ενθάρρυνε τις ενέργειές του και θα προωθούσε γενικά μια αρμονική σχέση μεταξύ τέτοιων οργανισμών και του επαγγελματικού δυναμικού.

## **2.7. Ο επιμορφωτικός και κοινοτικός ρόλος των μουσείων**

Ένα μουσείο είναι ένα ίδρυμα στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξής του και σε γενικές γραμμές είναι ανοικτό στο κοινό (μολονότι η συμμετοχή του κοινού μπορεί να είναι περιορισμένη στην περίπτωση ορισμένων εξειδικευμένων μουσείων).

Το μουσείο έχει ως σημαντική υποχρέωση να αναπτύξει τον επιμορφωτικό ρόλο του και να προσελκύσει ένα ευρύτερο κοινό προερχόμενο από όλα τα κοινωνικά στρώματα, από όλες τις περιοχές ή τις ομάδες που εξυπηρετεί. Οφείλει λοιπόν να παρέχει ευκαιρίες ώστε τέτοιου είδους άτομα να εμπλέκονται με το μουσείο και να υποστηρίζουν τους στόχους και τις δραστηριότητές του. Η αλληλεπίδραση με την γύρω κοινότητα αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι, ώστε να υλοποιήσει κάποιος τον επιμορφωτικό ρόλο του μουσείου και συνήθως απαιτείται εξειδικευμένο προσωπικό για τον σκοπό αυτό.

## **2.8. Πρόσβαση του κοινού**

Οι προθήκες του μουσείου και οι λοιπές εγκαταστάσεις του πρέπει να είναι φυσικά και πνευματικά προσπελάσιμες στο κοινό κατά το διάστημα ενός λογικού ωραρίου και σε τακτές περιόδους. Το μουσείο επίσης πρέπει να παρέχει την σε λογικό πλαίσιο πρόσβαση του κοινού στα μέλη του προσωπικού και σε συλλογές που δεν εκτίθενται σε προθήκες ή σε άλλους χώρους, μέσω ειδικού ραντεβού ή άλλης συνεννόησης. Ως κάτοχοι πρωτογενούς υλικού τεκμηρίωσης τα μουσεία έχουν ιδιαίτερη ευθύνη στο να διαθέτουν τις συλλογές τους σε ερευνητές όσο το δυνατό πιο ελεύθερα. Η πρόσβαση σε αιτηθείσα πληροφορία σχετικά με τις συλλογές πρέπει να παραχωρείται υποκείμενη όμως σε περιορισμούς για λόγους εμπιστευτικότητας και ασφάλειας (βλ. 7.3)

## **2.9. Μόνιμες Συλλογές, Εκθέσεις και Ειδικές δραστηριότητες**

Το πρωταρχικό μέλημα του μουσείου είναι να διατηρεί τις συλλογές του για το μέλλον και να τις χρησιμοποιεί για την ανάπτυξη και την διάδοση της γνώσης, μέσω της έρευνας, του επιμορφωτικού έργου, των μόνιμων συλλογών, των περιοδικών εκθέσεων και άλλων ειδικών δραστηριοτήτων. Αυτές πρέπει να είναι στο πλαίσιο της δηλωθείσας πολιτικής και του επιμορφωτικού σκοπού του μουσείου και δεν πρέπει να συμβιβάζεται ούτε ως προς την ποιότητα ούτε ως προς δέουσα φροντίδα για τις συλλογές. Τα μουσεία πρέπει να έχουν επίγνωση ότι η έκθεση υλικού χωρίς πιστοποιημένη προέλευση μπορούν να εκληφθούν ως αποδοχή παράνομης συναλλαγής σε αντικείμενο πολιτισμικής κληρονομιάς. Το μουσείο πρέπει να επιδιώκει να εξασφαλίζει ότι η πληροφορία που δημοσιεύει, με οποιονδήποτε τρόπο, είναι ακριβής, έντιμη, αντικειμενική και με εμπειριστατωμένη ακαδημαϊκή θεμελίωση.

## **2.10. Εξωτερική χρηματοδότηση και υποστήριξη**

Τα μουσεία μπορούν να επιδιώκουν και να αποδέχονται την οικονομική ή άλλου είδους υποστήριξη από επιχειρηματικές ή ιδιωτικές πηγές. Η χάραξη μιας πολιτικής είναι απαραίτητη, ώστε να καθορίσει σαφώς της σχέσεις μεταξύ του μουσείου και μιας τέτοιου είδους υποστήριξης. Έχει ιδιαίτερη σημασία να καταστεί σαφές ότι από μια τέτοια σχέση δεν διακυβεύονται ούτε οι προδιαγραφές και οι αντικειμενικοί σκοποί του μουσείου, αλλά ούτε και τα συμφέροντα κάποιας ζωντανής κοινότητας που έχει σχέση με την εκδήλωση που υποστηρίζεται έτσι οικονομικά.

### **2.11. Δραστηριότητες παραγωγής εσόδων**

Πολλά μουσεία παρέχουν εξυπηρετήσεις επισκεπτών στις εγκαταστάσεις τους, όπως είναι καταστήματα και χώροι εστίασης που έχουν τη δυνατότητα παραγωγής εσόδων. Σε ορισμένες περιπτώσεις υπάρχουν κι άλλες δυνατότητες για παραγωγή εσόδων σε συνεργασία με εμπορικές ή άλλες προωθητικές ενέργειες. Για να επιδοθεί σε τέτοια ζητήματα η διοίκηση πρέπει να έχει μια σαφώς καθορισμένη πολιτική παραγωγής εσόδων αναφορικά με τη χρήση των συλλογών και το σκοπό του μουσείου που δεν υποβαθμίζει ούτε την ποιότητα ούτε την φροντίδα των συλλογών αλλά ούτε και αυτή του ιδρύματος. Αυτή η πολιτική οφείλει να διαχωρίσει σαφώς τις ενέργειες που έχουν ως κινητήριο μοχλό τη γνώση από εκείνες που αποσκοπούν στην παραγωγή εσόδων. Η παραγωγή εσόδων οφείλει να είναι οικονομικώς επωφελής για το Ίδρυμα, αλλά και να συνάδει προς τον μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα του. Όλες οι αυτού του είδους δράσεις πρέπει να σχεδιάζονται και να διενεργούνται ως ένας τρόπος που ενισχύει την κατανόηση του μουσείου καθεαυτού καθώς και των συλλογών που φιλοξενεί.

Στις περιπτώσεις που εμπλέκονται εθελοντικοί ή εμπορικοί οργανισμοί στην παραγωγή εσόδων, οι σχέσεις με το μουσείο πρέπει να είναι καλά καθορισμένες και να περιλαμβάνουν μια σαφή κατανόηση της δραστηριότητας στο πνεύμα λειτουργίας του μουσείου. Η παρεπόμενη δημοσιότητα και τα σχετικά προϊόντα πρέπει να είναι στο πλαίσιο των συμπεφωνημένων προδιαγραφών. Στην περίπτωση κατασκευής αντιγράφων, ομοιωμάτων ή απλών αντιτύπων των εκθεμάτων κάποιας συλλογής μουσείου, για οποιονδήποτε σκοπό, αυτά οφείλουν να σέβονται την ακεραιότητα του πρωτοτύπου και να φέρουν μόνιμο σημάδι ως ομοιότυπα. Άπαντα τα προς πώληση διατιθέμενα είδη πρέπει να υπόκεινται στους σχετικούς κανόνες της εθνικής και τοπικής νομοθεσίας.

### **2.12. Νομικές υποχρεώσεις**

Κάθε διοίκηση οφείλει να διασφαλίζει ότι το μουσείο λειτουργεί απολύτως σύμφωνα με όλες τις νομικές υποχρεώσεις, είτε αυτές εκπορεύονται από διεθνείς, περιφερειακούς, εθνικούς ή τοπικούς κανόνες δικαίου και συμβατικές υποχρεώσεις. Η διοίκηση οφείλει επίσης να συμμορφώνεται με κάθε νομικά δεσμευτικούς οργανισμούς στους οποίους ανήκει ή με όρους σχετικούς με οποιαδήποτε πτυχή του ίδιου του μουσείου, των συλλογών και των λειτουργιών του.

## **3. Νέα αποκτήματα των συλλογών του Μουσείου**

### **3.1. Συλλογές**

Η διοικητική αρχή κάθε μουσείου οφείλει να υιοθετήσει και να δημοσιεύσει μια γραπτή δήλωση της πολιτικής των συλλογών του. Αυτή η πολιτική πρέπει να στρέφεται σε θέματα που σχετίζονται με τη μέριμνα και την χρήση των υπαρχόντων δημοσίων συλλογών του

μουσείου. Οφείλει επίσης να δηλώνει σαφώς τις περιοχές από τις οποίες προτίθεται να προσθέσει εκθέματα στις συλλογές του και να συμπεριλάβει το πλαίσιο των κανόνων για τη διατήρηση των συλλογών στο διηνεκές. Πρέπει να περιλαμβάνονται επίσης και υποδείξεις για την πολιτική περί αποκτημάτων με προϋποθέσεις και περιορισμούς (βλ. 3.5) όπως βεβαίως και με την απαγόρευση ως προς την απόκτηση υλικού που δεν μπορεί να καταλογογραφηθεί, να διατηρηθεί, να φυλαχτεί ή να εκτεθεί κατάλληλα. Οι πολιτικές που διέπουν τις συλλογές πρέπει να επανεξετάζονται τουλάχιστον κάθε πέντε χρόνια.

Άπαντα τα αποκτηθέντα αντικείμενα πρέπει να βρίσκονται σε συνέπεια με τα αντικείμενα που περιγράφονται στην πολιτική περί συλλογών και να επιλέγονται με το σκεπτικό της μόνιμης και όχι της προσωρινής έκθεσής τους. Αποκτήσεις αντικειμένων ή ειδών εκτός της προκαθορισμένης πολιτικής πρέπει να γίνονται μόνο σε πολύ εξαιρετικές περιστάσεις, αλλά και τότε μόνο μετά από ενδελεχή εξέταση του ζητήματος από το διοικητικό σώμα του μουσείου. Η διοίκηση λοιπόν θα πρέπει να λάβει υπόψη της την επαγγελματική συμβουλή που θα τους δοθεί, το ενδιαφέρον που περιβάλλει το υπό εξέταση αντικείμενο ή είδος, τη σημασία της εθνικής ή άλλης πολιτιστικής ή φυσικής κληρονομιάς στην οποία υπάγεται, καθώς επίσης και τα ειδικά ενδιαφέροντα απόκτησής του από άλλα μουσεία. Ωστόσο, έστω και υπό αυτές τις περιστάσεις δεν πρέπει να αποκτώνται αντικείμενα χωρίς έγκυρα πιστοποιητικά. Τα νέα αποκτήματα κατά κανόνα πρέπει να γνωστοποιούνται σε τακτό διάστημα και με συνέπεια.

### **3.2. Αποκτήματα παράνομης προέλευσης**

Το παράνομο εμπόριο αντικειμένων και ειδών ενθαρρύνει την καταστροφή ιστορικών τόπων, εθνικών πολιτισμών και βιοτόπων, και παράλληλα προωθεί την κλοπή σε τοπικό, εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο. Θέτει σε κίνδυνο εξάλειψης είδη της χλωρίδας και της πανίδας, παραβιάζει την *Σύμβαση περί Βιοποικιλότητας* (1992) του ΟΗΕ και αντίκειται στο πνεύμα της εθνικής και διεθνούς πατρογονικής κληρονομιάς. Τα μουσεία λοιπόν οφείλουν να αναγνωρίζουν την καταστροφή του ανθρωπίνου και φυσικού περιβάλλοντος και την απώλεια της γνώσης που συνεπάγεται από την παράνομη παροχή υπηρεσιών της αγοράς. Ο επαγγελματίας του μουσείου πρέπει να εξασφαλίζει ότι είναι πρωτίστως αντιδεδοντολογικό για ένα μουσείο να στηρίζει την παράνομη δόσοληψία καθ' οιονδήποτε τρόπο άμεσο ή έμμεσο.

Ένα μουσείο δεν πρέπει να αποκτήσει οποιοδήποτε αντικείμενο ή είδος με αγορά, δωρεά, δανεισμό, κληροδότηση ή ανταλλαγή παρά μόνο όταν η διοίκηση ή ο αρμόδιος υπάλληλος είναι πεπεισμένοι ότι μπορεί να παρασχεθεί και ένας έγκυρος τίτλος. Πρέπει να καταβάλλεται κάθε προσπάθεια ώστε να διασφαλίζεται ότι δεν έχει αποκτηθεί, ούτε έχει εξαχθεί παράνομα, από τη χώρα προέλευσής του ούτε και από άλλη ενδιαμέση χώρα όπου κάποιος πιθανόν να το κατείχε νομίμως

(περιλαμβανομένης και της ίδιας της χώρας του μουσείου). Η δέουσα επιμέλεια σε αυτό τον τομέα θα πρέπει να αποκαθιστά το πλήρες ιστορικό του αντικειμένου από τη στιγμή της ανακάλυψης ή κατασκευής του, προτού εξετασθεί το ενδεχόμενο της απόκτησής του.

Επιπλέον των εγγυητικών όρων, που τίθενται ανωτέρω, ένα μουσείο δεν θα πρέπει επ' ουδενί να αποκτά αντικείμενα στις περιπτώσεις που η διοίκηση ή ο αρμόδιος υπάλληλος έχει βάσιμη αιτία να πιστεύει ότι η ανάκτησή τους εμπεριέχει την χωρίς έγκριση, την ανεπιστημονική ή σκόπιμη καταστροφή ή φθορά αρχαίων μνημείων, αρχαιολογικών ή γεωλογικών τόπων, ή οικολογικών καταφυγίων ή εμπεριέχει παράλειψη γνωστοποίησης των ευρημάτων στον ιδιοκτήτη ή στον κάτοχο της γης ή στις αρμόδιες νομικές και κυβερνητικές υπηρεσίες. Ούτε θα πρέπει εξάλλου, ένα μουσείο να αποκτά, με άμεσο ή έμμεσο τρόπο, βιολογικό ή γεωλογικό υλικό, που έχει συλλεγεί, πωληθεί ή άλλως πως μεταφερθεί κατά παράβαση οποιουδήποτε τοπικού, εθνικού ή διεθνούς νόμου ή συμβατικού κανόνα, που διέπει την προστασία του ζωικού βασιλείου ή τη διατήρηση της φυσικής ιστορίας, είτε στη χώρα του μουσείου είτε σε οποιαδήποτε άλλη χώρα.

Μια επαγγελματική σύγκρουση μπορεί να προκύψει όταν μια απόκτηση που είναι πολύ επιθυμητή εκ μέρους κάποιου μουσείου αδυνατεί να εκπληρώσει τις προϋποθέσεις προέλευσής της. Ωστόσο, κατά την εξέταση απόκτησης ενός αντικειμένου προέχει η δυνατότητα συγκρότησης του τίτλου νομιμότητάς του. Σε σπανιότατες περιπτώσεις σε ένα αντικείμενο χωρίς ταυτότητα προέλευσης μπορεί να ενυπάρχει μια εξέχουσα συμβολή του στο χώρο της γνώσης, που η διατήρησή της θα απέβαινε προς το δημόσιο συμφέρον. Μια τέτοια ανακάλυψη κατά πάσα πιθανότητα έχει παγκόσμιο σημασία και θα πρέπει να τεθεί στην αποφασιστική αρμοδιότητα των ειδικών του εν λόγω επιστημονικού αντικειμένου. Η θεμελίωση της απόφασής τους δεν πρέπει να υπόκειται σε κάποια εθνική ή ιδρυματική προκατάληψη, βασιζόμενη απλώς στα συμφέροντα και μόνο της συγκεκριμένης επιστήμης και να είναι ρητώς διατυπωμένη.

### **3.3. Επιφανειακή έρευνα και υλικό συλλογής**

Τα μουσεία πρέπει να αναλάβουν ηγετική θέση στην προσπάθεια ανακοπής της υποβάθμισης της απανταχού στον κόσμο φυσικής ιστορίας, αλλά και των αρχαιολογικών, εθνογραφικών, ιστορικών και καλλιτεχνικών πηγών. Κάθε μουσείο θα πρέπει να αναπτύξει πολιτικές που του επιτρέπουν να διενεργεί τις δραστηριότητες συλλογής εντός του ισχύοντος πλαισίου των εθνικών και διεθνών νόμων, αλλά και των υποχρεώσεων που εκπορεύονται από συμβάσεις αυτές οι διεκπεραιώσεις πρέπει να γίνονται με μια αιτιολογημένη σιγουριά ότι η προσέγγισή τους είναι συνεπής με το πνεύμα και την πρόθεση τόσο των εθνικών όσο και των διεθνών προσπαθειών για την προστασία και ενίσχυση της πολιτιστικής και εθνικής κληρονομιάς.

Η εξερεύνηση του χώρου, η συλλογή και η ανασκαφή θα πρέπει να διεξάγονται αποκλειστικώς σύμφωνα με τους νόμους και τους κανόνες που ορίζει η χώρα υποδοχής. Ο σχεδιασμός για επιφανειακές μελέτες και συλλογές επιφανειακών ευρημάτων πρέπει να έπεται της φάσης κατά την οποία έχει προηγηθεί έρευνα, γνωστοποίηση προς, και οδηγίες από, τις αρμόδιες αρχές αφενός, αλλά και τα ενδιαφερόμενα μουσεία ή ακαδημαϊκά ιδρύματα της χώρας ή της περιοχής που προτιθέμεθα να μελετήσουμε. Αυτή η συνεννόηση πρέπει να εξακριβώνει κατά πόσο η προτεινόμενη δραστηριότητα είναι αφενός νόμιμη και αφετέρου αιτιολογημένη βάσει ακαδημαϊκών και επιστημονικών επιχειρημάτων και θα πρέπει να περιλαμβάνει ρυθμίσεις περί κοινοποίησης της πληροφορίας, που θα αποκτηθεί, καθώς και των αποτελεσμάτων της έρευνας στις αρμόδιες αρχές της χώρας υποδοχής.

Όλα τα προγράμματα επιφανειακής έρευνας θα πρέπει να υλοποιούνται κατά τέτοιο τρόπο, ώστε όλοι οι μετέχοντες να δρουν σύννομα και υπεύθυνα, όταν αποκτούν υλικά και δεδομένα, και συνάμα να αποτρέπουν με κάθε τρόπο τις πρακτικές που είναι αντιδεοντολογικές, παράνομες και επιβλαβείς. Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες η επιφανειακή έρευνα εμπλέκει μια ζωντανή κοινότητα ή την κληρονομιά της, οι αποκτήσεις υλικού θα πρέπει να γίνονται μόνον επί τη βάση της διαφανούς πληροφόρησης και αμοιβαίας συγκατάθεσης χωρίς εκμετάλλευση του ιδιοκτήτη ή των πληροφοριοδοτών. Είναι απαραίτητα σημαντική η φροντίδα σεβασμού των επιθυμιών της εμπλεκόμενης κοινότητας, που είναι υπεράνω όλων.

#### **3.4. Συνεργασία μεταξύ μουσείων σε θέματα πολιτικής συλλογών**

Κάθε μουσείο οφείλει να αναγνωρίζει και να επιδοκιμάζει την ανάγκη συνεργασίας και συμβουλευτικής αρωγής μεταξύ μουσείων με παρόμοια ενδιαφέροντα και πολιτικές συλλογής· οφείλει επίσης να συμβουλευέται τέτοια ιδρύματα στις περιπτώσεις κατά τις οποίες πιθανολογείται μια σύγκρουση συμφερόντων τόσο στα αποκτήματα όσο και στον καθορισμό περιοχών εξειδίκευσης. Τα μουσεία οφείλουν να σέβονται τις περιοχές συλλογής άλλων μουσείων.

#### **3.5. Αποκτήματα υπό όρους**

Οι ενέργειες δωρεάς, κληρονομήματος και δανεισμού θα πρέπει να γίνονται αποδεκτές μόνο εάν συνάδουν με τις καταγεγραμμένες πολιτικές του μουσείου ως προς τις μόνιμες συλλογές και εκθέσεις του. Οι προσφορές που υπόκεινται σε ειδικές προϋποθέσεις μπορεί να χρειάζεται να απορριφθούν, εάν οι προτεινόμενες προϋποθέσεις θεωρηθούν ότι αντιβαίνουν στα μακροπρόθεσμα συμφέροντα του μουσείου και του κοινού του.

#### **3.6. Δανεισμός εκθεμάτων από και προς άλλα μουσεία**

Ο δανεισμός αντικειμένων, εισερχομένων και εξερχομένων, και η επίδειξη ή η προσωρινή παραχώρηση εκθεμάτων μπορεί να παίζει ένα



σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση του ενδιαφέροντος και της ποιότητας ενός μουσείου και των υπηρεσιών του. Ως προσωρινοί θεματοφύλακες των εισερχομένων δανειών εκθεμάτων, τα μουσεία πρέπει να προστατεύουν τα αντικείμενα και να διασφαλίζουν την έγκαιρη επιστροφή τους με την ολοκλήρωση των σχετικών εκδηλώσεων. Αυτές οι αρχές ισχύουν επίσης για υλικό που αφήνεται στο μουσείο για μια γνωμοδότηση, καθώς επίσης και για κομμάτια που εξετάζονται για να ενσωματωθούν στις μόνιμες συλλογές. Πρέπει λοιπόν να υπάρχουν ρητοί κανόνες που προκύπτουν από πολιτικές που διέπουν κάθε είδους υλικό που φιλοξενείται προσωρινώς στο μουσείο.

Τα δανεικά εκθέματα δεν πρέπει να γίνονται δεκτά ούτε και να εκτίθενται, αν έχουν ατεκμηρίωτη προέλευση (βλ. 3.1-3.3) ή δεν προκρίνονται ένεκα κάποιου σημαντικού επιμορφωτικού, επιστημονικού ή ακαδημαϊκού λόγου, που να είναι συνεπής προς τους αντικειμενικούς στόχους του μουσείου (βλ. 3.4-3.5). Το μουσείο οφείλει να διασφαλίσει ότι διατηρεί την πλήρη κυριότητα και κατοχή επί της χρήσης του δανεισμένου υλικού καθώς και της ερμηνείας του, που θα πρέπει να είναι σύμφωνη με εκείνη που διέπει τις μόνιμες συλλογές (βλ. 2.9). Θα πρέπει να αποφεύγεται οποιαδήποτε σύγκρουση συμφέροντος (βλ. 3.7) ιδιαίτερα στις περιπτώσεις στις οποίες ο δανειστής είναι και ο χρηματοδότης της έκθεσης (βλ. 2.10) ή έχει σχέση με το μουσείο που το φιλοξενεί στα εκθέματά του.

Αντικείμενα από μια συλλογή μουσείου πρέπει να δανείζονται μονάχα για επιστημονικούς, ερευνητικούς ή επιμορφωτικούς σκοπούς. Δεν θα πρέπει να δανείζονται σε ιδιώτες.

### **3.7. Συγκρούσεις συμφέροντος**

Οι πολιτικές συλλογής ή οι κανονισμοί ενός μουσείου θα πρέπει να περιλαμβάνουν ρυθμίσεις που διασφαλίζουν ότι ουδείς εμπλεκόμενος με την πολιτική ή την διαχείριση εκείνου του εν λόγω μουσείου, όπως κάποιος από τους εφόρους ή κάποιος άλλος από τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου ή κάποιος από το προσωπικό του μουσείου, μπορεί να συναγωνιστεί με το μουσείο σε επίπεδο αντικειμένων, ή να εκμεταλλευθεί πληροφορία που είχε το προνόμιο να μάθει λόγω της θέσης του/ της. Στην περίπτωση που αναδυθεί μια σύγκρουση συμφέροντος μεταξύ ενός ατόμου και του μουσείου, θα πρέπει να υπερισχύσει το συμφέρον του μουσείου. Απαιτείται επίσης ιδιαίτερη προσοχή κατά την εξέταση οποιασδήποτε προσφοράς αντικειμένου, είτε προς πώληση είτε ως φορο-απαλλασσόμενο δώρο, από στελέχη της διοίκησης, μέλη του προσωπικού ή από τις οικογένειες και στενούς συνεργάτες τους.

## 4. Εκποίηση των συλλογών

### 4.1. Γενικό τεκμήριο μονιμότητας των συλλογών

Μια κομβική λειτουργία σχεδόν κάθε είδους μουσείου είναι η απόκτηση αντικειμένων και η διαφύλαξή τους για τις μέλλουσες γενεές.

Κατά συνέπεια πρέπει πάντοτε να υπάρχει ένα ισχυρό τεκμήριο κατά της εκποίησης των αντικειμένων ή των ειδών των οποίων τον επίσημο τίτλο έχει αναλάβει το μουσείο. Εκποίηση οποιασδήποτε μορφής, είτε με δωρεά, ανταλλαγή, πώληση ή φθορά προαπαιτεί μια υψηλής εφορευτικής βαθμίδας κρίση και θα πρέπει να εγκρίνεται από τη διοίκηση μόνο κατόπιν ενδελεχούς εξέτασης του ζητήματος και λήψης κατάλληλης νομικής γνωμάτευσης.

Ειδικές θεωρήσεις μπορούν να ισχύουν σε κάποια είδη εξειδικευμένων ιδρυμάτων, όπως τα μουσεία που εκθέτουν συλλογές ζωντανών οργανισμών, ή εκείνα που κατασκευάζουν τα είδη της συλλογής τους και κάποια διδακτικά και άλλης εκπαιδευτικής φύσεως μουσεία. Τα μουσεία λοιπόν και λοιπά ιδρύματα που εκθέτουν ζωντανά είδη, όπως οι βοτανικοί και ζωολογικοί κήποι και ενυδρεία, πιθανόν να θεωρούν απαραίτητο να εκλαμβάνουν τουλάχιστον κάποιο τμήμα της συλλογής τους ως αντικατάσιμο ή ανανεώσιμο. Σε άλλες περιπτώσεις κατά τις οποίες έγινε χρήση ζημιογόνων αναλυτικών τεχνικών με σκοπό την προώθηση της γνώσης πιθανόν να έχουν ως αποτέλεσμα την απώλεια ενός είδους ή ενός αντικειμένου. Υπάρχει μια σαφής δεοντολογική υποχρέωση διασφάλισης ώστε τέτοιες δραστηριότητες να μην είναι επιζήμιες στη μακροπρόθεσμη επιβίωση των δειγμάτων του υλικού που αποτελεί αντικείμενο μελέτης, έκθεσης, ή χρήσης και ότι μια λεπτομερής αναφορά αυτών των δραστηριοτήτων συνοδεύει αναπόσπαστα τον φάκελο όπου καταγράφονται οι συλλογές.

### 4.2. Νομικές ή άλλες εξουσιοδοτήσεις εκποίησης

Οι νόμοι που διέπουν την προστασία και τη μονιμότητα των συλλογών μουσείου και τη δυνατότητα των μουσείων να εκποιούν κάποια κομμάτια της συλλογής τους παρουσιάζουν μεγάλη απόκλιση μεταξύ των μουσείων. Σε κάποια ιδρύματα δεν επιτρέπεται καθόλου η εκποίηση, εκτός από κομμάτια που έχουν φθαρεί σημαντικά από φυσική καταστροφή ή από ατύχημα. Αλλού, πιθανόν να μην απαγορεύονται ρητώς οι εκποιήσεις αντικειμένων.

Όταν το μουσείο έχει τη νομική δυνατότητα να προβαίνει σε εκποιήσεις του υλικού του ή έχει αποκτήσει αντικείμενα που υπόκεινται σε προδιαγραφές εκποίησης, τότε πρέπει να εκπληρούνται απολύτως οι νομικές ή οι λοιπές προϋποθέσεις και οι δέουσες διαδικασίες. Ακόμη κι όταν υπάρχουν νομικές εξουσιοδοτήσεις εκποίησης, ένα μουσείο δεν μπορεί να είναι εντελώς ελεύθερο να προβεί στη διάθεση αντικειμένων που αποκτήθηκαν με την οικονομική υποστήριξη από εξωτερική πηγή (π.χ. κάποια δημόσια ή ιδιωτική κονδύλια, δωρεές από μια οργάνωση Φίλων του Μουσείου, ή από ιδιώτη ευεργέτη). Αυτές οι εκποιήσεις

κανονικά προαπαιτούν τη συναίνεση όλων των μερών που είχαν συμβάλλει για την πρωταρχική απόκτησή του.

Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες η αρχική απόκτηση είχε γίνει στο πλαίσιο υποχρεωτικών δεσμεύσεων αυτές πρέπει να τηρηθούν εκτός κι αν μπορεί να αποδειχθεί σαφώς ότι η εμμονή σε τέτοιες δεσμεύσεις είναι πλέον αδύνατη ή ουσιωδώς επιβλαβής για το ίδρυμα. Ακόμη και σε αυτές τις περιστάσεις το μουσείο μπορεί να απαλλαγεί από τέτοιου είδους δεσμεύσεις μόνο μέσω της κατάλληλης νομικής διαδικασίας.

#### **4.3. Πολιτικές απομάκρυνσης και διαδικασίες**

Όταν κάποιο μουσείο έχει την απαραίτητη νομική δυνατότητα να διαθέσει κάποιο αντικείμενο, η απόφαση πώλησης ή με άλλη τρόπο απομάκρυνσής του από τις συλλογές θα πρέπει να λαμβάνεται μόνο μετά από προσεκτική εξέταση (βλ.4.1). Τέτοιο υλικό θα πρέπει πρώτα να προσφέρεται με ανταλλαγή, δωρεά ή με ιδιωτικό συμφωνητικό πώλησης σε άλλα μουσεία προτού εξετασθεί η περίπτωση πώλησής του με τη διαδικασία της ανοικτής δημοπρασίας.

Η απόφαση περί της εκποίησης ενός αντικειμένου ή είδους μουσείου είτε με ανταλλαγή, πώληση ή καταστροφή θα πρέπει να υπάγεται στην ευθύνη της διοίκησης του μουσείου, η οποία δρα σε συνεργασία με τον διευθυντή και τον έφορο της συλλογής. Ο τρόπος με τον οποίο θα γίνει η απομάκρυνσή του θα πρέπει να αντανακλά τις ηθικές και νομικές ευθύνες του μουσείου, τον χαρακτήρα των συλλογών του (είτε είναι ανακαινίσιμες είτε μη ανακαινίσιμες), αλλά και την εμπιστοσύνη του κοινού που την ικανοποιεί μέσω της διατήρησης των συλλογών του. Πρέπει να τηρούνται πλήρη αρχεία από όλες τις τέτοιου είδους αποφάσεις. Αντίστοιχα αρχεία πρέπει να τηρούνται και για τα αντικείμενα στα οποία αναφέρονται οι αποφάσεις, καθώς και για τις κατάλληλες διαδικασίες που έγιναν για την φύλαξη ή τη μεταφορά του, αναλόγως, όπως επίσης και για τα πιστοποιητικά τεκμηρίωσης του σχετικού αντικειμένου, περιλαμβανομένων φωτογραφικών αποτυπώσεών του ή καταχώρισής του σε άλλης τεχνολογίας μέσα, όπου συνηθίζονται.

Τα μέλη του προσωπικού, η διοίκηση, ή οι οικογένειες ή οι στενοί συνεργάτες τους, δεν θα πρέπει ποτέ να επιτρέπεται να αγοράζουν αντικείμενα που έχουν απομακρυνθεί από μια συλλογή. Παρομοίως, κανένα πρόσωπο των παραπάνω κατηγοριών δεν θα πρέπει να σφετερίζεται αντικείμενα από τις συλλογές του μουσείου, έστω και προσωρινά, για καμιά προσωπική συλλογή ή για προσωπική χρήση.

Τα χρήματα ή η αμοιβή που εισπράττονται από την απομάκρυνσή και εκποίηση αντικειμένων και ειδών κάποιας συλλογής μουσείου θα πρέπει να χρησιμοποιούνται μόνο προς όφελος της μόνιμης συλλογής και κατά κανόνα για νέα αποκτήματα σε αυτή τη συλλογή.

#### 4.4. Επιστροφή και απόδοση πολιτιστικής κληρονομιάς

Οι Συμβάσεις της UNESCO *Περί των Μεθόδων Παρεμπόδισης και Αποτροπής της Παράνομης Εισαγωγής, Εξαγωγής και Αλλαγής της Ιδιοκτησίας Πολιτιστικού Αγαθού* (1970) και η ενοποιημένου δικαίου (UNIDROIT) *Περί Κλαπέντων και Παρανόμως Εξαχθέντων Πολιτιστικών Αντικειμένων* (1995) παρέχουν τις βασικές αρχές με τις οποίες τα μουσεία οφείλουν να χειρίζονται τα ζητήματα επιστροφής και απόδοσης αγαθών της πολιτιστικής κληρονομιάς. Όταν μια χώρα ή ένας λαός προέλευσης αιτείται της επιστροφής ενός αντικειμένου ή είδους που μπορεί να αποδειχθεί ότι η εξαγωγή τους ή ή με άλλο τρόπο μεταφορά τους έγινε κατά παράβαση αυτών των Συμβάσεων και να φανεί ότι αποτελούν τμήμα της πολιτιστικής ή φυσικής κληρονομιάς της χώρας ή του λαού, τότε το εμπλεκόμενο μουσείο οφείλει, αν είναι νομικώς αδέσμευτο να το κάνει, να αναλάβει άμεσες και υπεύθυνες ενέργειες ώστε να συνεργαστεί για την επιστροφή τους.

Ανταποκρινόμενα σε αιτήματα περί επιστροφής πολιτιστικής περιουσίας σε χώρα ή σε λαό από όπου προέρχονται τα μουσεία θα πρέπει να είναι προετοιμασμένα να ανοίγουν διάλογο με πνεύμα ευρύνοιας, βασιζόμενα σε επιστημονικούς και επαγγελματικούς κανόνες (κατά προτίμηση μάλιστα οι ενέργειες να γίνονται σε κυβερνητικό ή σε πολιτικό επίπεδο). Επιπλέον, θα πρέπει επίσης να διερευνάται η δυνατότητα ανάπτυξης διμερών ή πολυμερών συνεργασιών με μουσεία σε χώρες που έχουν απωλέσει σημαντικό τμήμα της πολιτιστικής ή φυσικής κληρονομιάς τους.

Τα Μουσεία οφείλουν επίσης να σέβονται απολύτως τους όρους της *Σύμβασης Περί Προστασίας της Πολιτιστικής Περιουσίας στην Περίπτωση Ένοπλης Σύρραξης* (Σύμβαση της Χάγης, Α΄ Πρωτόκολλο, 1954, και Β΄ Πρωτόκολλο, 1999). Υποστηρικτικώς της παρούσας σύμβασης τα μουσεία οφείλουν να απέχουν από της διαδικασίες αγοράς, σφετερισμού ή απόκτησης πολιτιστικών αντικειμένων από οποιαδήποτε χώρα υπό καθεστώς κατοχής.

---

## ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΔΙΑΓΩΓΗ

Το παρόν κεφάλαιο προϋποθέτει ότι ο επαγγελματίας του μουσείου εργάζεται σε μουσείο. Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες κάποιο άτομο παρέχει υπηρεσίες σε ένα μουσείο μέσω ειδικού φορέα ή απευθείας σ' αυτό, τότε αυτές οι παράγραφοι ισχύουν εξίσου.

### 5. Γενικές αρχές

#### 5.1. Δεοντολογικές υποχρεώσεις των επαγγελματιών του μουσείου

Η ανάληψη καθηκόντων σε ένα μουσείο, είτε αυτό υποστηρίζεται από τον δημόσιο είτε από τον ιδιωτικό τομέα, είναι μια θέση χείρους

δημόσιας εμπιστοσύνης και ενέχει υψηλή ευθύνη. Συνεπώς, οι εργαζόμενοι σε μουσείο σε κάθε περίπτωση πρέπει να δρουν με ακεραιότητα και σύμφωνα με τους πλέον αυστηρούς ηθικούς κανόνες, καθώς επίσης και με τις αυστηρότερες προδιαγραφές αντικειμενικότητας.

Οι επαγγελματίες του μουσείου οφείλουν να καθοδηγούνται από δυο βασικές αρχές. Η πρώτη είναι ότι τα μουσεία είναι αντικείμενα δημόσιας εμπιστοσύνης, και η αξία προς την κοινότητα είναι ευθέως ανάλογη της ποιότητας παρεχομένων υπηρεσιών. Η δεύτερη είναι ότι η πνευματική ικανότητα και επαγγελματική γνώση δεν είναι καθεαυτές αρκετές για να εργαστεί κάποιος σε ένα μουσείο, αλλά επιπλέον αυτές πρέπει να διαπνέονται από υψηλό συναίσθημα δεοντολογικής συμπεριφοράς.

Ο διευθυντής και άλλα μέλη του προσωπικού οφείλουν επαγγελματική και ακαδημαϊκή πίστη στο μουσείο τους και οφείλουν πάντοτε να δρουν υπακούοντας στις εγκεκριμένες πολιτικές επιλογές του μουσείου. Οφείλουν επίσης να συμμορφώνονται με τον *Κώδικα Δεοντολογίας Μουσείων του ΔΣΜ* και οφείλουν επίσης να έχουν επίγνωση και κάποιων άλλων κωδίκων ή πολιτικών περί δεοντολογίας που σχετίζεται με την εργασία σε μουσείο. Ο διευθυντής (ή ο πρώτος τη τάξει αρμόδιος υπάλληλος του μουσείου) οφείλει να πιέζει τη διοίκηση να συμμορφώνεται με αυτές τις προδιαγραφές όποτε κρίνεται απαραίτητο.

## **5.2. Προσωπική συμπεριφορά**

Η αφοσίωση στους συναδέλφους και στο μουσείο που είναι ο εργοδότης αποτελούν μια σημαντική επαγγελματική ευθύνη και πρέπει να βασίζεται στην πίστη προς θεμελιώδεις δεοντολογικές αρχές που εφαρμόζονται στο επάγγελμα συνολικώς.

Όσοι υποβάλλουν αίτηση πρόσληψης σε οποιαδήποτε επαγγελματική θέση οφείλουν να εκθέτουν με ειλικρίνεια και με πεποίθηση όλες τις σχετικές πληροφορίες που περιλαμβάνονται στην αίτησή τους και, εάν προσληφθούν, θα πρέπει να αναγνωρίσουν ότι κατά κανόνα η εργασία στο μουσείο θεωρείται θέση πλήρους απασχόλησης. Ακόμη κι όταν οι όροι απασχόλησης επιτρέπουν μια άλλη εξωτερική εργασία ή την ενασχόληση με άλλα επιχειρηματικά ενδιαφέροντα, ο διευθυντής και το λοιπό ανώτερο προσωπικό δεν θα πρέπει να αναλαμβάνουν άλλη έμμισθη απασχόληση ούτε να αποδέχονται έξωθεν δεσμεύσεις που βρίσκονται σε σύγκρουση με τα συμφέροντα του μουσείου. Όταν οι υπάλληλοι του μουσείου αποδέχονται άλλη έμμισθη ή άμισθη απασχόληση, θα πρέπει να τους επισημαίνονται οι προσωπικές και ιδρυματικές δεοντολογικές αρχές που ενδεχομένως να διακυβεύονται.

## **5.3. Ιδιωτικά συμφέροντα**

Ενώ οι εργαζόμενοι σε κάποια επαγγέλματα δικαιούνται ενός βαθμού προσωπικής ελευθερίας, οι επαγγελματίες ενός μουσείου πρέπει να κατανοήσουν ότι ουδεμία ιδιωτική εργασία ούτε κάποιο επαγγελματικό ενδιαφέρον τους μπορεί να είναι πλήρως αποσπασμένο από το ίδρυμά τους ή από άλλο επίσημο εταιρικό δεσμό του, παρόλες τις διαβεβαιώσεις

περί του αντιθέτου που μπορούν να τους παρασχεθούν. Κάθε δραστηριότητα ατόμου που έχει σχέση με το μουσείο μπορεί να έχει αντίκτυπο στο ίδρυμα ή να αποδοθεί σε αυτό. Ο επαγγελματίας λοιπόν πρέπει να νοιάζεται όχι μόνο για τα πραγματικά προσωπικά κίνητρα και ενδιαφέροντά του, αλλά επίσης και για τον τρόπο με τον οποίο τέτοιου είδους ενέργειες θα μπορούσαν να εκληφθούν από κάποιον τρίτο.

Οι εργαζόμενοι σε μουσείο και οι περί αυτούς σε στενό κύκλο υπόλοιποι δεν πρέπει να δέχονται δώρα, χάρες, δάνεια ή άλλα προσωπικά οφέλη, που μπορούν να τους προσφερθούν σε σχέση με τα καθήκοντά τους στο μουσείο (βλ. 8.5). Κάποιες φορές η επαγγελματική ευγένεια πιθανόν να περιλαμβάνει την ανταλλαγή δώρων. Τέτοιου είδους δοσοληψία θα πρέπει να γίνεται πάντα εν ονόματι του ενδιαφερομένου ιδρύματος και όχι του ατόμου.

## **6. Επαγγελματική ευθύνη έναντι των συλλογών**

### **6.1. Νέα αποκτήματα στις συλλογές του μουσείου**

Ο διευθυντής και οι εργαζόμενοι πρέπει να λάβουν όλα τα δυνατά μέτρα ώστε να διασφαλίζουν ότι η διοίκηση του μουσείου έχει υιοθετήσει μια γραπτή πολιτική περί συλλογών και ότι εφεξής αυτή θα αναθεωρείται και θα ανασκευάζεται σε τακτά διαστήματα. Αυτή η πολιτική ως επίσημως αποδεκτή και αναθεωρημένη από το διοικητικό σώμα θα πρέπει να αποτελεί την βάση όλων των επαγγελματικών αποφάσεων και υποδείξεων σχετικά με τα νέα αποκτήματα.

### **6.2. Μέριμνα περί των συλλογών**

Το να νοιάζεται κάποιος για τις συλλογές συνιστά μια ζωτικής σημασίας επαγγελματική υποχρέωσή του. Μια σημαντική επαγγελματική ευθύνη, συνεπώς, είναι η διασφάλιση ότι όλα τα εκθέματα που φιλοξενούνται περιστασιακώς ή μόνιμα στο μουσείο είναι κατάλληλα και πλήρως τεκμηριωμένα, με σκοπό να διευκολύνεται η πιστοποίηση της προέλευσης, της ταυτότητας, αλλά και της κατάστασης και του τρόπου συντήρησής τους. Όλα τα αντικείμενα που γίνονται δεκτά στο μουσείο θα πρέπει να φυλάσσονται κατάλληλα και να συντηρούνται λαμβάνοντας υπόψη επίσης και οποιεσδήποτε ιδιαίτερες απαιτήσεις έχει το υλικό που έχει σχέση με ζωντανές κοινότητες.

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δίδεται για την ανάπτυξη πολιτικών προστασίας έναντι φυσικών και ανθρωπογενών καταστροφών και των μέσων εξασφάλισης της καλύτερης δυνατής προστασίας έναντι κλοπής των μόνιμων εκθεμάτων, των περιοδικών συλλογών, των περιοχών εργασίας ή φύλαξης, έναντι τυχαίας φθοράς κατά την παραλαβή αντικειμένων και έναντι ζημίας ή κλοπής κατά τη μεταφορά. Στις περιπτώσεις που προβλέπεται από την εθνική ή τοπική πολιτική η αξιοποίηση των ρυθμίσεων εμπορικής ασφάλισης, το προσωπικό οφείλει να διασφαλίσει ότι η κάλυψη της ασφάλειας είναι επαρκής, ιδίως για μεταφερόμενα και δανεικά αντικείμενα ή άλλο υλικό που δεν ανήκει

στην ιδιοκτησία του μουσείου, αλλά τελεί όμως υπό την τρέχουσα προστασία του.

Οι επαγγελματίες που εργάζονται σε μουσείο οφείλουν να μην αναθέτουν χρέη εφόρου, την ευθύνη συντήρησης, ούτε και άλλες επαγγελματικές ευθύνες σε πρόσωπα, που δεν διαθέτουν τις κατάλληλες γνώσεις και δεξιότητες, ή που δεν εποπτεύονται ικανοποιητικά στην εκτέλεση του έργου τους, με στόχο να συμβάλλουν στη φροντίδα των συλλογών. Υπάρχει επίσης ένα σαφές καθήκον να συμβουλευνται επαγγελματίες συναδέλφους εντός ή εκτός μουσείου, εάν κάποια στιγμή η διαθέσιμη τεχνογνωσία σε ένα συγκεκριμένο μουσείο είναι ανεπαρκής ώστε να εξασφαλιστεί η καλή κατάσταση των εκθεμάτων στις συλλογές.

### 6.3. Διαφύλαξη των συλλογών

Μια ουσιώδης ηθική υποχρέωση κάθε επαγγελματία σε μουσείο αποτελεί η διασφάλιση της κατάλληλης φροντίδας και συντήρησης των συλλογών και ιδιαίτερων εκθεμάτων για τα οποία είναι υπεύθυνα τα ιδρύματα που είναι και εργοδότες. Η πρόθεση πρέπει να είναι ώστε να διασφαλίζεται ότι οι συλλογές μεταβιβάζονται στις μέλλουσες γενεές σε μια καλή και ασφαλή κατάσταση όσο αυτό είναι πρακτικά δυνατό, λαμβάνοντας υπόψη το παρόν επίπεδο γνώσης και τις πηγές.

Η αναγνώριση και ο σεβασμός της πολιτιστικής και φυσικής ακεραιότητας και αυθεντικότητας των ιδιαίτερων αντικειμένων, ειδών ή των συλλογών είναι θεμελιώδεις αξίες στο έργο συντήρησης. Για τα ιερά έργα απαιτείται επιπλέον και σεβασμός για τις παραδόσεις και τις κουλτούρες των κοινοτήτων που τα χρησιμοποιούσαν (β. 6.6). Είναι ζωτικής σημασίας, λοιπόν, να περιλαμβάνει κανείς το κατάλληλο πιστοποιητικό τεκμηρίωσης του αντικειμένου ή του είδους, τις πληροφορίες για την κατάστασή του, μια ανάλυση της σύστασής του, την καταχώριση στοιχείων περί της κατάστασής του και μια περιγραφή πιθανών ζημιών.

Όλοι όσοι εργάζονται σε μουσείο και ασχολούνται με αντικείμενα και λοιπά είδη έχουν ευθύνη στο να δημιουργήσουν και να διατηρήσουν ένα περιβάλλον προστατευτικό για τις συλλογές είτε αυτές φυλάσσονται, είτε εκτίθενται, είτε μεταφέρονται. Μια τέτοια αποτρεπτική πρακτική διαφύλαξης συνιστά ένα σημαντικό στοιχείο της πολιτικής διαχείρισης κινδύνου του μουσείου.

Η κατάσταση ενός αντικειμένου ή είδους πιθανόν να απαιτεί μια επεμβατική συντήρηση και τις υπηρεσίες ενός συντηρητή ειδικών προσόντων. Αυτή η διαδικασία μπορεί να περιλαμβάνει αποκατάσταση ή επιδιόρθωση, αλλά ο πρωταρχικός στόχος θα πρέπει να είναι η σταθεροποίηση του αντικειμένου ή του είδους. Σε ζωολογικούς κήπους και ενυδρεία οι πρακτικές της συντήρησης μπορεί να περιλαμβάνουν στοιχεία του περβαλλοντικού ή του συμπεριφορικού εμπλουτισμού. Όλες οι διαδικασίες συντήρησης θα πρέπει να είναι τεκμηριωμένες και αναστρέψιμες, και όλα τα πρόσθετα υλικά, καθώς και οι φυσικές ή

γενετικές τροποποιήσεις θα πρέπει να είναι καθαρά ανιχνεύσιμες σε σχέση με το πρωτότυπο αντικείμενο ή είδος.

#### **6.4. Τεκμηρίωση των συλλογών**

Η καταγραφή και τεκμηρίωση των συλλογών σύμφωνα με τις δέουσες προδιαγραφές αποτελεί μια σημαντική επαγγελματική υποχρέωση. Είναι μάλιστα ιδιαίτερα σημαντικό η τεκμηρίωση της συλλογής να περιλαμβάνει μια πλήρη περιγραφή όλων των εκθεμάτων, την προέλευση και την πηγή τους, καθώς και τις προϋποθέσεις αποδοχής τους από το μουσείο. Η συλλογή στοιχείων θα πρέπει να διατηρείται και να επαυξάνεται για όσο διάστημα κάποιο έκθεμα αποτελεί κομμάτι συλλογής του μουσείου. Τέτοιες πληροφορίες θα πρέπει να τηρούνται σε ασφαλές περιβάλλον και να υποστηρίζονται από συστήματα ανάκτησης που παρέχουν πρόσβαση στα δεδομένα τόσο στα μέλη του προσωπικού όσο και σε άλλους εξουσιοδοτημένους χρήστες (βλ. 2.7). Από τη στιγμή που τα δεδομένα της συλλογής είναι διαθέσιμα στο Διαδίκτυο ή δημοσιεύονται με άλλο τρόπο, τότε θα πρέπει να ασκείται ιδιαίτερος έλεγχος ώστε να αποτρέπεται η αποκάλυψη ευαίσθητων προσωπικών ή σχετικών πληροφοριών και άλλων εμπιστευτικών ζητημάτων.

#### **6.5. Πρόνοια για τα ζώα**

Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες τα μουσεία ή συναφή ιδρύματα διατηρούν ζωντανούς οργανισμούς για εκθεσιακούς ή ερευνητικούς σκοπούς, τότε η υγεία και η ευζωία τέτοιων πλασμάτων πρέπει να είναι ένα θεμελιώδες ηθικό μέλημα. Είναι ουσιάδες τα ζώα και οι συνθήκες διαβίωσής τους να εξετάζονται σε τακτά διαστήματα από χειρουργό κτηνίατρο ή από άλλους επιστήμονες με τα ίδια προσόντα. Το μουσείο θα πρέπει να προετοιμάσει και να επεξεργαστεί έναν κώδικα ασφαλείας για την προστασία του προσωπικού και των επισκεπτών, που να έχει εγκριθεί από κάποιον ειδικό κτηνίατρο.

#### **6.6. Ανθρώπινα κατάλοιπα και υλικό ιερής σημασίας**

Οι συλλογές ανθρωπίνων καταλοίπων και υλικού ιερής σημασίας θα πρέπει να φυλάσσονται με σεβασμό και σε ασφαλές μέρος, και να συντηρούνται προσεκτικά ως αρχαικές συλλογές σε ερευνητικά ιδρύματα. Θα πρέπει να διατίθενται, όταν υπάρχει σχετικό αίτημα, για εξουσιοδοτημένη μελέτη. Η έρευνα τέτοιου υλικού, η φύλαξή του, η φροντίδα και η χρήση του (έκθεση, αντιγραφή και δημοσίευση) πρέπει να υλοποιείται κατά τρόπο συνεπή προς τις επαγγελματικές προδιαγραφές, τα συμφέροντα και τις δοξασίες των μελών της κοινότητας, των εθνικών ή των θρησκευτικών ομάδων, από τις οποίες προέρχονται αρχικώς τα αντικείμενα. Όταν χρησιμοποιείται υλικό ευαίσθητο σε "ερμηνευτικές" εκθέσεις, αυτό πρέπει να γίνεται με μεγάλο τακτ και με σεβασμό στα αισθήματα της ανθρωπίνης αξιοπρέπειας, που νιώθουν όλοι οι λαοί.

Αιτήματα απομάκρυνσης από τη δημόσια έκθεση ανθρωπίνων καταλοίπων ή υλικού ιερής σημασίας θα πρέπει να απευθύνονται με ταχύ ρυθμό και συγχρόνως με σεβασμό και ευαισθησία. Αιτήματα



επιστροφής τέτοιου υλικού πρέπει να διεκπεραιώνονται με τρόπο παρόμοιο. Οι πολιτικές μουσείου θα πρέπει να καθορίζουν με τρόπο σαφή τη διαδικασία ανταπόκρισης σε τέτοια αιτήματα (βλ. 4.4).

### **6.7. Ιδιωτικές συλλογές**

Η απόκτηση, η συλλογή και η κατοχή μιας προσωπικής συλλογής εκ μέρους ενός εργαζομένου σε μουσείο ίσως να μην είναι αντιδεδοντολογική καθεαυτή και ίσως να θεωρείται και ένας πολύτιμος τρόπος ενίσχυσης της επαγγελματικής γνώσης και δυνατότητας κρίσης. Ωστόσο, κανένας επαγγελματίας απασχολούμενος σε μουσείο δεν θα πρέπει να ανταγωνίζεται το ίδρυμά του είτε στην απόκτηση αντικειμένων είτε σε οποιαδήποτε δραστηριότητα προσωπικής συλλογής. Σε ορισμένες χώρες και σε πολλά ατομικά μουσεία το προσωπικό που απασχολείται σε αυτά δεν επιτρέπεται να διατηρεί προσωπικές συλλογές και αυτού του είδους οι κανόνες πρέπει να γίνονται σεβαστοί. Όταν δεν υπάρχουν τέτοιοι περιορισμοί ένας εργαζόμενος σε μουσείο, ο οποίος διαθέτει προσωπική συλλογή θα πρέπει, σε ειδική συνέντευξη, να παραθέσει στη διοίκηση πλήρη περιγραφή της συλλογής του και μια δήλωση της έκτασης της συλλογής στην οποία επιδίδεται. Πρέπει συνεπώς να διατυπωθεί μια συμφωνία μεταξύ του εργαζομένου στο μουσείο και της διοίκησης, η οποία θα αφορά στην ιδιωτική συλλογή του, και να τηρείται κατά γράμμα (βλ. 8.4).

## **7.Επαγγελματική ευθύνη έναντι του κοινού**

### **7.1. Διατήρηση των επαγγελματικών προδιαγραφών**

Οι εργαζόμενοι σε μουσείο θα πρέπει να τηρούν τα χρηστά ήθη και τους νόμους και συγχρόνως να διατηρούν την αξιοπρέπεια και την τιμή του επαγγέλματός τους. Οφείλουν να διαφυλάττουν το κοινό έναντι παράνομης ή αντιδεδοντολογικής επαγγελματικής διαγωγής. Θα πρέπει να αξιοποιείται κάθε ευκαιρία ώστε το κοινό να ενημερώνεται και να επιμορφώνεται ως προς τους σκοπούς, τους στόχους και τις φιλοδοξίες του επαγγέλματος με τελικό στόχο να αναπτυχθεί στο κοινό μια καλύτερη κατανόηση των τρόπων με τους οποίους τα μουσεία συμβάλλουν στην κοινωνία.

### **7.2. Σχέσεις με το κοινό**

Οι εργαζόμενοι σε μουσείο θα πρέπει πάντα να συναλλάσσονται με το κοινό με τρόπο αποτελεσματικό και ευγενικό και θα πρέπει να ανταποκρίνονται αμέσως σε κάθε είδους εισερχόμενο έγγραφο και σε αιτήματα. Οι εργαζόμενοι σε μουσείο, εφόσον υπόκεινται στους όρους που επιβάλλει η εμπιστευτικότητα, θα πρέπει να κοινοποιούν την τεχνογνωσία τους με το κοινό και με τους ειδικούς, διευκολύνοντας την ελεγχόμενη, αλλά πλήρη, πρόσβαση στο υλικό το οποίο ζητήθηκε, ή στο υλικό τεκμηρίωσης που βρίσκονται υπό τη φροντίδα τους ακόμη κι όταν αυτό αποτελεί αντικείμενο προσωπικής έρευνας ή ενδιαφέρον για ένα εξειδικευμένο πεδίο.

### **7.3.Εμπιστευτικότητα**

Οι εργαζόμενοι σε μουσείο πρέπει να προστατεύουν τις εμπιστευτικές πληροφορίες, που αποκτήθηκαν στην διάρκεια της εργασίας τους, περιλαμβανομένης και της πηγής του υλικού που υπάγεται στην κατοχή τους είτε λόγω κυριότητας, είτε λόγω δανεισμού (βλ. 3.6). Στο ίδιο καθεστώς υπάγονται και οι πληροφορίες που αφορούν στα θέματα ασφαλείας του μουσείου, ή των ιδιωτικών συλλογών και τοποθεσιών που επισκέφθηκαν στο πλαίσιο των υπηρεσιακών καθηκόντων τους (βλ. 2.8).

Οι πληροφορίες σχετικές με κομμάτια που καταφθάνουν στο μουσείο για πιστοποίηση είναι εμπιστευτικές. Όταν αυτές οι πληροφορίες συμβάλλουν στη γνώση, ο ιδιοκτήτης θα πρέπει να γνωστοποιήσει την επιθυμία του να τις κοινοποιήσει και σε άλλους (βλ. 8.3). Έτσι κι αλλιώς, δεν θα πρέπει να δημοσιευθούν ούτε να διαβιβαστούν σε κάποιο άλλο ίδρυμα ή πρόσωπο χωρίς ειδική εξουσιοδότηση εκ μέρους του ιδιοκτήτη.

Η εμπιστευτικότητα υπόκειται στη νομική υποχρέωση να βοηθήσει τις αστυνομικές ή άλλες αρμόδιες αρχές κατά τις έρευνές τους περί πιθανών κλαπέντων, παρανόμως αποκτηθέντων ή μεταφερθέντων αγαθών.

## **8. Επαγγελματική ευθύνη έναντι των συναδέλφων και της φύσης του επαγγέλματος**

### **8.1 Επαγγελματική ευθύνη**

Οι εργαζόμενοι σε μουσείο είναι υποχρεωμένοι να συμμορφώνονται με τις πολιτικές και τις διαδικασίες που προβλέπονται από τα ιδρύματα που τους έχουν προσλάβει και να αποδέχονται τις αποφάσεις του. Μπορούν αρμοδίως να φέρουν αντιρρήσεις επί των προτάσεων ή των πρακτικών, αν αντιλαμβάνονται ότι αυτές είναι πιθανό να αποβούν επιβλαβείς για το μουσείο ή τα μουσεία, ή για το επάγγελμάτους και τα ζητήματα επαγγελματικής δεοντολογίας που το διέπουν. Τέτοιες διαφορετικές απόψεις θα πρέπει να εκφράζονται κατά τρόπο αντικειμενικό.

### **8.2. Επαγγελματικές σχέσεις**

Οι εργαζόμενοι σε μουσείο είναι υποχρεωμένοι να μεταδίδουν τη γνώση και την εμπειρία τους στους συναδέλφους τους, αλλά και στους ερευνητές και φοιτητές των σχετικών πεδίων. Οφείλουν να σέβονται και να ευχαριστούν εκείνους από τους οποίους διδάχτηκαν και οφείλουν να διαδίδουν τέτοιου είδους προόδους σε θέματα τεχνικής και εμπειρίας, τα οποία μπορούν να είναι επωφελή σε άλλους χωρίς να σκέπτονται το προσωπικό κέρδος τους.

Η εκπαίδευση του προσωπικού στις εξειδικευμένες δραστηριότητες που υπάγονται στο έργο ενός μουσείου είναι μεγίστης σημασίας για την

εξέλιξη του επαγγέλματος και οφείλουν όλοι να αποδέχονται την ευθύνη όποτε κρίνεται απαραίτητο, να εκπαιδεύσουν συναδέλφους. Οι εργαζόμενοι που έχουν ευθύνη για νεώτερους συναδέλφους, εκπαιδευόμενους, φοιτητές και βοηθούς, που αναλαμβάνουν επίσημη ή ανεπίσημη επαγγελματική εκπαίδευση, θα πρέπει να παράσχουν σε αυτά τα πρόσωπα το πλεονέκτημα της δικής τους εμπειρίας και γνώσης, και θα πρέπει επίσης να τους συμπεριφέρονται με την συνήθη υπόληψη και έγνοια, όπως συμβαίνει μεταξύ των επαγγελματιών αυτού του χώρου.

Παρομοίως, η ανάπτυξη εθελοντικής κοινωφελούς εργασίας εξαρτάται από μια θετική σχέση μεταξύ των εργαζομένων σε μουσείο και των εθελοντών. Το έμμισθο προσωπικό των μουσείων θα πρέπει να επιδεικνύει μια εποικοδομητική προσοχή στους εθελοντές, ώστε να διατηρείται ένα εργασιακό περιβάλλον βιώσιμο και αρμονικό. Οι εθελοντές οφείλουν να είναι εντελώς προσηλωμένοι στον παρόντα Κώδικα και να τον λαμβάνουν πάντα υπόψη τους όταν διεκπεραιώνουν εργασίες είτε για το μουσείο είτε για τον εαυτό τους (βλ. 2.6).

Οι επαγγελματίες του κλάδου διαμορφώνουν εργασιακές σχέσεις με πολλούς άλλους ανθρώπους, επαγγελματίες και εθελοντές, εντός και εκτός του μουσείου για το οποίο εργάζονται. Από αυτούς λοιπόν υπάρχει η προσδοκία να συμπεριφέρονται σε αυτές τις σχέσεις με ευγένεια και με αίσθημα δικαίου και να παράσχουν με τρόπο αποτελεσματικό και πολύ ποιοτικό τις επαγγελματικές υπηρεσίες τους προς τρίτους.

### **8.3. Έρευνα**

Θα πρέπει να ενθαρρύνεται η έρευνα που διεξάγεται για την προέλευση ή με σκοπό την ερμηνεία, τη δημοσίευση και άλλους εγκεκριμένους σκοπούς. Επειδή το επίπεδο έρευνας μπορεί να ποικίλει από το ένα μουσείο στο άλλο, θα πρέπει να βρίσκεται σε συσχέτιση με τους αντικειμενικούς στόχους του ιδρύματος και να υπακούει σε καθιερωμένες νομικές, δεοντολογικές και ακαδημαϊκές πρακτικές, περιλαμβανομένων των προϋποθέσεων που καθορίζονται από την εθνική και διεθνή νομοθεσία που ρυθμίζει την αποκλειστικότητα στα πνευματικά δικαιώματα. Αποτελεί λοιπόν δεοντολογική υποχρέωση η αναφορά των πνευματικών πηγών κάθε μορφής (έντυπες, ηλεκτρονικές, προφορικές, απεικονισμένες, ή διαδοθείσες με άλλο τρόπο παραδοσιακής ή τεχνολογικής επικοινωνίας). Τα προϊόντα της έρευνας θα πρέπει να κοινοποιούνται στο κοινό και στους επαγγελματίες του χώρου.

Όταν το προσωπικό του μουσείου ετοιμάζει υλικό για παρουσίαση ή για να τεκμηριώσει επιφανειακή έρευνα ως τμήμα των καθηκόντων του, τότε το μουσείο διατηρεί όλα τα δικαιώματα επί αυτής της εργασίας, εκτός κι αν υπάρχει ρητή συμφωνία περί του αντιθέτου.

### **8.4. Εμπορική διαπραγμάτευση**

Ουδείς εκ του προσωπικού του μουσείου δεν πρέπει να συμμετέχει με τρόπο άμεσο ή έμμεσο σε κάποια εμπορική διαπραγμάτευση (κερδοσκοπική αγοραπωλησία) στο χώρο της φυσικής ή πολιτιστικής

κληρονομιάς. Η εμπορική διαπραγμάτευση εκ μέρους των υπαλλήλων ενός μουσείου μπορεί να παρουσιάσει σοβαρά προβλήματα ακόμη κι όταν δεν υπάρχει κίνδυνος άμεσης σύγκρουσης με το μουσείο στο οποίο εργάζεται και θα πρέπει να μην επιτρέπεται (βλ. άρθρο 7(5) του Καταστατικού του ΔΣΜ).

#### **8.5. Άλλες δυναμικές συγκρούσεις συμφέροντος**

Σε γενικές γραμμές, οι εργαζόμενοι σε μουσείο οφείλουν να απέσχουν από κάθε είδους ενέργεια ή δραστηριότητες, που μπορούν να εκληφθούν ως σύγκρουση συμφέροντος. Στους εργαζόμενους σε μουσείο εξαιτίας της γνώσης, της εμπειρίας και των επαφών τους, προσφέρονται συχνάκις ευκαιρίες σε προωπικό επίπεδο, όπως το να παρέχουν γνωμοδοτικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες, να διδάξουν, να συντάξουν κείμενα και να διοργανώσουν εκπομπές ή να τους ζητηθεί να κάνουν εκτιμήσεις. Ακόμη κι όταν η εθνική νομοθεσία και οι ατομικές συνθήκες απασχόλησης επιτρέπουν τέτοιες δραστηριότητες, αυτές μπορούν να φανούν στους συναδέλφους, στην προϊσταμένη αρχή ή στο κοινό, ότι διαμορφώνουν μια κατάσταση σύγκρουσης συμφερόντων. Όλοι οι νομικοί και εργασιακοί όροι στο συμβόλαιο πρέπει να τηρούνται επακριβώς και στην περίπτωση που αναδυθεί μια δυναμική σύγκρουση το ζήτημα πρέπει να αναφέρεται κατ' ευθείαν σε κάποιον εντεταλμένο ανώτερο αξιωματούχο της διοίκησης του μουσείου και να λαμβάνονται τα απαραίτητα διορθωτικά της κατάστασης μέτρα.

Θα πρέπει να διασφαλίζεται με πολύ μεγάλη προσοχή ώστε τα εξωτερικά συμφέροντα να μην εμπλέκονται κατά κανένα τρόπο με την εντεταλμένη εκπλήρωση των υπηρεσιακών καθηκόντων και αρμοδιοτήτων (βλ. 3.7 και 5.2)

#### **8.6. Πιστοποίηση αυθεντικότητας και αξιολόγηση (εκτίμηση)**

Η από κοινού αξιοποίηση της γνώσης και της επαγγελματικής εμπειρίας με άλλους συναδέλφους και με το κοινό συνιστά θεμελιώδες χαρακτηριστικό των σκοπών του μουσείου και θα πρέπει να διεκπεραιώνεται με τις κατά το δυνατόν υψηλότερες δυνατές προδιαγραφές (βλ. 7.2). Ωστόσο, μπορούν να αναφανούν συγκρούσεις συμφέροντος κατά την διαδικασία πιστοποίησης της αυθεντικότητας και της επιστημονικής ή εμπορικής εκτίμησης των αντικειμένων. Γνωμοδοτήσεις επί της χρηματικής αξίας των αντικειμένων θα πρέπει να παρέχονται μόνο όταν επιτρέπεται και κατόπιν επισήμου αιτήματος από άλλα μουσεία ή υπηρεσιακές, νομικές, κυβερνητικές ή άλλες αρμόδιες δημόσιες αρχές. Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες το μουσείο, που αναθέτει την εργασία είναι ο δικαιούχος για οικονομικούς ή νομικούς λόγους, τότε αυτή η πιστοποίηση και αξιολόγηση πρέπει να ανατίθεται σε ανεξάρτητο συνεργάτη.

Οι εργαζόμενοι σε μουσείο οφείλουν να μην πιστοποιούν την ταυτότητα ή με άλλο τρόπο να τεκμηριώνουν την αυθεντικότητα αντικειμένων, που πιστεύουν ή υποψιάζονται ότι έχουν αποκτηθεί, μεταφερθεί, εισαχθεί ή

εξαχθεί με τρόπο παράνομο ή αθέμιτο. Δεν θα πρέπει να ενεργούν με κανένα τρόπο που θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι υποθάλλει αμέσως ή εμμέσως μια τέτοια δραστηριότητα. Στις περιπτώσεις λοιπόν που υπάρχει βάσιμος λόγος να πιστεύει ή να υποψιάζεται κάποιος παράνομη ή αθέμιτη ενέργεια, τότε θα πρέπει να ειδοποιούνται οι αρμόδιες αρχές.

#### **8.7. Αντιεπαγγελματική συμπεριφορά**

Κάθε ένας εργαζόμενος σε μουσείο οφείλει να είναι προσηλωμένος στην εθνική και τοπική νομοθεσία καθώς και στο πλαίσιο που ορίζεται από τους όρους απασχόλησής του. Οφείλουν να αποφεύγουν καταστάσεις, που θα μπορούσαν να εκληφθούν ως οποιουδήποτε τύπου διεφθαρμένη ή ανάρμοστη συμπεριφορά. Κανένας από τους ανώτερους υπαλλήλους του μουσείου δεν θα πρέπει να δέχεται οποιοδήποτε δώρο, φιλοξενία ή οποιαδήποτε μορφή ανταμοιβής από οποιονδήποτε έμπορο, εκκαθαριστή ή άλλο πρόσωπο ως κίνητρο που σχετίζεται με την αγορά ή την διάθεση εκθεμάτων του μουσείου ή με την υπηρεσιακή δράση ή παράλειψή του.

Προς αποφυγή οποιασδήποτε υποψίας περί διαφθοράς, ο εργαζόμενος σε μουσείο δεν θα πρέπει να υποδεικνύει κάποιον συγκεκριμένο έμπορο, εκποιητή ή εκτιμητή σε κάποιον ιδιώτη. Ούτε άλλωστε ο εργαζόμενος σε μουσείο μπορεί να δέχεται κάποιες "ειδικές τιμές" ή εκπτώσεις για προσωπικές αγορές του από οποιονδήποτε έμπορο με τον οποίο έχει επαγγελματική σχέση ο ιδιώτης ή το ίδρυμα που τον έχει προσλάβει.

### **9. Εφαρμογή του Κώδικα Δεοντολογίας για τα Μουσεία του ΔΣΜ**

#### **9.1. Καθεστώς του ΚΑΜ του ΔΣΜ (ICOM)**

Ο παρών Κώδικας αποτελεί την καταγραφή της επαγγελματικής δεοντολογίας που αναφέρεται στο *Καταστατικό* του ΔΣΜ, Άρθρα 2(2), 9(1(d)), 14(17(b)), 15(7(c)), 17(12(e)), και 18(7(d)). Η ιδιότητα του μέλους του ΔΣΜ (ICOM) και η καταβολή της ετήσιας συνδρομής στο ΔΣΜ συνιστά την αποδοχή του *Κώδικα Δεοντολογίας Μουσείων* του ΔΣΜ.

#### **9.2. Χρήση της επωνυμίας και του λογοτύπου του ΔΣΜ (ICOM)**

Ως ένας επαγγελματικός οργανισμός, η απόκτηση τη ιδιότητας μέλους του ΔΣΜ αποδίδει πολλά οφέλη σε κάποιο ιδιώτη ή σε κάποιο ίδρυμα. Δεν μπορεί να γίνεται καταχρηστική εκμετάλλευση αυτής της διακεκριμένης θέσης με την χρήση των λέξεων "Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων", "ICOM", ή του λογοτύπου του με σκοπό να προωθήσει ή να υποστηρίξει κάποια εμπορική λειτουργία ή κάποιο προϊόν.

# Γλωσσάριο

## Εκτίμηση

Η πιστοποίηση και εκτίμηση ενός αντικειμένου ή είδους. Σε κάποιες χώρες ο όρος χρησιμοποιείται για να δηλώσει την για φορολογικούς λόγους ανεξάρτητη αποτίμηση ενός προτεινόμενου δώρου.

## Σύγκρουση συμφέροντος

Η ύπαρξη προσωπικού ή ιδιωτικού συμφέροντος από την οποία αναδύεται μια σύγκρουση αρχών σε συνθήκες εργασίας, με αποτέλεσμα να περιορίζει ή να φαίνεται ότι περιορίζει την αντικειμενικότητα της λήψης απόφασης.

## Εμπορική διαπραγμάτευση

Η αγορά και η πώληση αντικειμένων για προσωπικό ή ιδρυματικό όφελος

## Δέουσα επιμέλεια

Η προϋπόθεση ότι κάθε προσπάθεια γίνεται για να καθορίσει τα στοιχεία μιας περίπτωσης προτού αποφασιστεί η επιλογή μιας ενέργειας, ιδιαίτερα στο να τεκμηριωθεί η ταυτότητα της πηγής και η ιστορία ενός αντικειμένου, που προσφέρεται ως νέο απόκτημα ή για χρήση προτού γίνει αποδεκτό.

## Πολιτιστική Κληρονομιά

Κάθε έννοια ή πράγμα, φυσικό ή κατασκευασμένο, που θεωρείται πως έχει αισθητική, ιστορική, επιστημονική ή πνευματική σημασία.

## Δραστηριότητες παραγωγής εσόδων

Οι δραστηριότητες που αποσκοπούν στο να αποφέρουν οικονομικό όφελος ή κέρδος

## Δραστηριότητες που έχουν ως κίνητρο τη γνώση

Οι δραστηριότητες που αποσκοπούν να διευρύνουν τη γνώση και την κατανόηση, και προέρχονται από την ερμηνεία των αντικειμένων ή των ιδεών

## Νόμιμος τίτλος

Αδιαμφισβήτητο δικαίωμα νομής και κατοχής αγαθού, που υποστηρίζεται με γραπτό τεκμήριο

## Μη κερδοσκοπικός οργανισμός

Ένα νομικό πρόσωπο, σωματείο ή εταιρία, του οποίου τα έσοδα (περιλαμβανομένου και του πλεονάσματος ή κέρδους) χρησιμοποιούνται αποκλειστικά και μόνο προς όφελος αυτού του νομικού προσώπου και της λειτουργίας του. Ο όρος "Όχι για κέρδος" έχει την ίδια σημασία

## Προέλευση

Το πλήρες ιστορικό ενός αντικειμένου από τη στιγμή της ανακάλυψης ή της κατασκευής του μέχρι σήμερα, από το οποίο καθορίζεται η αυθεντικότητα και το ιδιοκτησιακό καθεστώς του.

## Έγκυρος τίτλος

Αδιαμφισβήτητο δικαίωμα νομής και κατοχής αγαθού, που υποστηρίζεται από έγγραφη τεκμηρίωση

---

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: Ορισμός του μουσείου και των επαγγελματιών που εργάζονται σε μουσείο

### Καταστατικό του ΔΣΜ (ICOM)

(απόσπασμα)

Υιοθετήθηκε από την 16<sup>η</sup> Γενική Συνέλευση του ΔΣΜ (Χάγη, Ολλανδία, 5 Σεπτεμβρίου 1989) και τροποποιήθηκε από την 18<sup>η</sup> Γενική Συνέλευση του ΔΣΜ (Στάβανγκερ, Νορβηγία, 7 Ιουλίου 1995) και από την 20<sup>η</sup> Γενική Συνέλευση του ΔΣΜ (Μπαρτσελόνα, Ισπανία, 6 Ιουλίου 2001).

### Άρθρο 2- Ορισμοί

1. Ένα μουσείο είναι ένας μη κερδοσκοπικός θεσμός, μόνιμο ίδρυμα στην υπηρεσία της κοινωνίας και της δικής του ανάπτυξης, που είναι ανοικτό στο κοινό, και αποκτά, συντηρεί, ερευνά, επικοινωνεί και εκθέτει υλικά στοιχεία των ανθρώπων και του περιβάλλοντός τους, με σκοπό την μελέτη, την επιμόρφωση και την ψυχαγωγία τους.

(α) Ο παραπάνω ορισμός του μουσείου πρέπει να εφαρμόζεται χωρίς περιορισμό που εκπορεύεται από την φύση της διοίκησης, του εδαφικού χαρακτήρα, της λειτουργικής δομής ή του στόχου που υπηρετούν οι συλλογές του περί ου ο λόγος ιδρύματος

(β) Επιπλέον των ιδρυμάτων που χαρακτηρίζονται ως "μουσεία" και τα παρακάτω γίνονται αποδεκτά ως μουσεία ανταποκρινόμενα στους όρους αυτού του ορισμού:

(i) τα εθνικά, αρχαιολογικά και εθνογραφικά μνημεία και τοποθεσίες που εμπίπτουν στην έννοια του μουσείου, που αποκτούν, συντηρούν και επικοινωνούν υλικά στοιχεία των ανθρώπων και του περιβάλλοντός τους,

(ii) τα ιδρύματα που έχουν στην κατοχή τους συλλογές και εκθέτουν ζωντανά είδη φυτών και ζώων, όπως είναι οι βοτανικοί και ζωολογικοί κήποι, τα ενυδρεία και τα βιβάρια

(iii) τα επιστημονικά κέντρα και τα αστεροσκοπεία

(iv) οι μη κερδοσκοπικοί καλλιτεχνικοί εκθεσιακοί χώροι, τα ινστιτούτα συντήρησης και οι εκθεσιακοί χώροι που διατηρούνται σε μόνιμη βάση από βιβλιοθήκες και κεντρικά αρχεία.

(v) τα φυσικά καταφύγια

(vi) οι διεθνείς, εθνικοί, περιφερειακοί ή τοπικοί οργανισμοί μουσείων, τα υπουργεία ή υπηρεσίες ή δημόσιοι φορείς που είναι αρμόδιοι για μουσεία σύμφωνα με τον ορισμό που διατυπώνεται στο παρόν άρθρο

(vii) τα μη κερδοσκοπικά ιδρύματα ή οργανισμοί που αναλαμβάνουν τη συντήρηση, την έρευνα, την επιμόρφωση, την εκπαίδευση, την τεκμηρίωση και άλλες δραστηριότητες που σχετίζονται με τα μουσεία και τη μουσειολογία

(viii) τα πολιτιστικά κέντρα και άλλοι φορείς που συμβάλλουν στην διατήρηση, στη συνέχιση και στη διαχείριση σαφών ή ακαθόριστων πηγών πολιτιστικής κληρονομιάς (ζωντανής κληρονομιάς και ψηφιακής δημιουργικής απασχόλησης)

(ix) τα λοιπά ιδρύματα τέτοιου είδους όπως είναι το Διοικητικό Συμβούλιο, που αφού έχει αναζητήσει την άποψη της Γνωμοδοτικής Επιτροπής, θεωρεί είτε πως έχει κάποια ή όλα τα χαρακτηριστικά ενός μουσείου, είτε πως υποστηρίζει μουσεία και το προσωπικό των μουσείων μέσω της μουσειολογικής έρευνας, της επιμόρφωσης και της εκπαίδευσης.

2. Οι εργαζόμενοι σε μουσείο περιλαμβάνουν στις τάξεις τους όλο το προσωπικό μουσείων ή ιδρυμάτων που χαρακτηρίζονται ως μουσεία σύμφωνα με τον ορισμό του Άρθρου 2 (1), που έχει ειδικά εκπαιδευθεί ή κατέχει μια αντίστοιχη πρακτική εμπειρία, σε οποιοδήποτε πεδίο σχετικό με τη διαχείριση και τις λειτουργίες ενός μουσείου, καθώς και ανεξάρτητα πρόσωπα που σέβονται τον *Κώδικα Δεοντολογίας Μουσείων* του ΔΣΜ και εργάζονται για μουσεία, με τα ανωτέρω χαρακτηριστικά, είτε με επαγγελματική είτε με συμβουλευτική ιδιότητα, αλλά δεν προωθούν ούτε διαπραγματεύονται εμπορικά με κάποια εμπορικά προϊόντα και εξοπλισμό που είναι απαραίτητος στα μουσεία ή στις παρεχόμενες υπηρεσίες τους.



## Παράρτημα 2

---

# Ν 3028/ 2002 «Για την προστασία των Αρχαιοτήτων και εν γένει της Πολιτιστικής Κληρονομιάς»

## ΜΟΥΣΕΙΑ

### Άρθρο 45

1. Ως μουσεία νοείται η υπηρεσία ή ο οργανισμός μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, με ή χωρίς ίδια νομική προσωπικότητα, που αποκτά, δέχεται, φυλάσσει, συντηρεί,

καταγράφει, τεκμηριώνει, ερευνά, ερμηνεύει και κυρίως εκθέτει και προβάλλει στο κοινό συλλογές αρχαιολογικών, καλλιτεχνικών, εθνολογικών ή άλλων υλικών μαρτυριών του ανθρώπου και του περιβάλλοντός του, με σκοπό τη μελέτη, την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία. Ως μουσεία μπορούν να θεωρηθούν επίσης υπηρεσίες ή οργανισμοί που έχουν παρεμφερείς σκοπούς και λειτουργίες, όπως τα μουσεία ανοικτού χώρου.

2. Για την ίδρυση και λειτουργία μουσείου από το Δημόσιο εκδίδεται απόφαση του Υπουργού Πολιτισμού, ύστερα από γνώμη του Συμβουλίου, εφόσον διασφαλίζονται οι λειτουργίες και οι σκοποί της προηγούμενης παραγράφου, στο πλαίσιο της γενικότερης πολιτικής μουσείων. Προς τούτο απαιτείται, μεταξύ άλλων, η ύπαρξη μίας ή περισσότερων συλλογών και η επάρκεια και καταλληλότητα των εγκαταστάσεων, του απασχολούμενου προσωπικού και των άλλων μέσων για την επίτευξη των στόχων του μουσείου.

3. Με απόφαση του Υπουργού Πολιτισμού, η οποία εκδίδεται ύστερα από γνώμη του Συμβουλίου, είναι δυνατή η αναγνώριση μουσείου που ιδρύεται από ή ανήκει σε άλλο νομικό πρόσωπο, μετά από αίτηση αυτού, εφόσον διασφαλίζονται οι λειτουργίες και οι σκοποί της παραγράφου 1. Προς τούτο συνεκτιμώνται, μεταξύ άλλων, το ενδιαφέρον των συλλογών, η επάρκεια και η καταλληλότητα των εγκαταστάσεων, του απασχολούμενου προσωπικού και των άλλων μέσων και τρόπων επίτευξης των στόχων του μουσείου.

4. Με απόφαση του Υπουργού Πολιτισμού, η οποία εκδίδεται ύστερα από γνώμη του Συμβουλίου, προσδιορίζονται περαιτέρω οι προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούν τα μουσεία προκειμένου να εκδοθεί η απόφαση της παραγράφου 2 και της παραγράφου 3. Οι προϋποθέσεις αυτές μπορούν να εξειδικεύονται, κατά κατηγορίες μουσείων, οι οποίες καθορίζονται με κριτήρια όπως το περιεχόμενο των συλλογών, τη γεωγραφική περιοχή που καλύπτουν ή τους φορείς στους οποίους ανήκουν. Με την ίδια απόφαση ορίζεται η διαδικασία για την ίδρυση ή αναγνώριση, οι μελέτες και τα πιστοποιητικά που πρέπει να κατατεθούν, η δημοσιότητα που δίνεται στην αναγνώριση και κάθε άλλη αναγκαία λεπτομέρεια.

5. Τα μουσεία οφείλουν να είναι ανοικτά στο κοινό σε προκαθορισμένες ημέρες και ώρες. Οφείλουν επίσης να διευκολύνουν την πρόσβαση στις συλλογές τους για λόγους μελέτης και έρευνας.

6. Τα μουσεία διέπονται από εσωτερικό κανονισμό λειτουργίας, ο οποίος καταρτίζεται με απόφαση του Υπουργού Πολιτισμού μετά από γνώμη του Συμβουλίου για τα μουσεία που ανήκουν στο Δημόσιο, και κοινοποιείται στην Υπηρεσία προκειμένου για τα άλλα μουσεία.

7. Τα αντικείμενα που φυλάσσονται στα μουσεία καταχωρίζονται στο Εθνικό Αρχείο Μνημείων με ευθύνη της Διοίκησης των μουσείων.

8. Τα αναγνωρισμένα μουσεία κατά την παραγραφο 3 οφείλουν κάθε έτος να ενημερώνουν την Υπηρεσία για κάθε μεταβολή της κατάστασης των αντικειμένων των συλλογών τους, την τυχόν απώλειά τους και για τον εμπλουτισμό των συλλογών τους με νέα αντικείμενα. Αν κάποιο αντικείμενο διατρέχει άμεσο κίνδυνο φθοράς, απώλειας ή καταστροφής, εφαρμόζεται η διάταξη του τελευταίου εδαφίου της παραγράφου 1 του άρθρου 27. Σε περίπτωση κλοπής ή και παράνομης εξαγωγής εφαρμόζονται οι διατάξεις του άρθρου 30.

9. Για τον εμπλουτισμό των μουσείων που δεν ανήκουν στο Δημόσιο με μνημεία εφαρμόζονται οι διατάξεις της παραγράφου 5 του άρθρου 31. Τα μουσεία αυτά απαγορεύεται να αποκτούν ή να δέχονται ως δάνειο ή παρακαταθήκη, πολιτιστικά αγαθά για τα οποία υπάρχουν ενδείξεις ότι προέρχονται από κλοπή, παράνομη ανασκαφή ή από άλλη παράνομη ενέργεια ή ότι έχουν αποκτηθεί ή εξαχθεί κατά παράβαση της νομοθεσίας του κράτους προέλευσής τους και οφείλουν να ενημερώνουν χωρίς υπαίτια καθυστέρηση την Υπηρεσία για κάθε τέτοια προσφορά. Η απαγόρευση απόκτησης ή αποδοχής πολιτιστικών αγαθών για τα οποία υπάρχουν ενδείξεις ότι έχουν αποκτηθεί ή εξαχθεί κατά παράβαση της νομοθεσίας του κράτους προέλευσής τους, ισχύει και για τα μουσεία που ανήκουν στο Δημόσιο.

10. Τα αντικείμενα των συλλογών των μουσείων δεν υπόκεινται σε κατάσχεση.

11. Η μεταβίβαση της κυριότητας των αντικειμένων των συλλογών των μουσείων που ανήκουν στο Δημόσιο δεν επιτρέπεται, με την επιφύλαξη των διατάξεων της παραγράφου 2 του άρθρου 25, αναλόγως εφαρμοζομένων προκειμένου για πολιτιστικά αγαθά που δεν αποτελούν μνημεία. Η μεταβίβαση της κυριότητας αντικειμένων συλλογών αναγνωρισμένων μουσείων που ανήκουν σε νομικό πρόσωπο δημοσίου δικαίου ή Ο.Τ.Α. ή νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου του ευύτερου δημοσίου τομέα είναι δυνατή, κατ' εξαίρεση, είτε στο Δημόσιο είτε, μετά από έγκριση του Υπουργού Πολιτισμού και του κατά περίπτωση αρμόδιου Υπουργού ύστερα από γνώμη του Συμβουλίου, κατά περίπτωση σε άλλα τέτοια νομικά πρόσωπα προκειμένου να κατατεθούν σε συλλογή μουσείου. Η μεταβίβαση της κυριότητας αντικειμένων των συλλογών άλλων αναγνωρισμένων μουσείων είναι δυνατή, κατ' εξαίρεση, είτε στο Δημόσιο είτε, μετά από έγκριση του Υπουργού Πολιτισμού, που χορηγείται ύστερα από γνώμη του Συμβουλίου, κατά προτίμηση σε άλλα νομικά πρόσωπα προκειμένου να κατατεθούν σε συλλογή μουσείου. Η ανταλλαγή αντικειμένων συλλογών αναγνωρισμένων μουσείων τα οποία δεν έχουν ιδιαίτερη σημασία για αυτές ή για την πολιτιστική κληρονομία της χώρας με αντικείμενα συλλογών μουσείων της αλλοδαπής που έχουν ιδιαίτερη σημασία μπορεί να επιτραπεί, κατ' εξαίρεση, με απόφαση του Υπουργού Πολιτισμού ύστερα από γνώμη του Συμβουλίου. Οι περιορισμοί της παρούσας παραγράφου δεν ισχύουν προκειμένου για ανανεώσιμα και αντικαταστάτα δείγματα συλλογών φυσικής ιστορίας. Η μεταβίβαση που πραγματοποιείται κατά παράβαση των διατάξεων της παρούσας είναι άκυρη.

Ν 3028/ 2002 «Για την προστασία των Αρχαιοτήτων και εν γένει της  
Πολιτιστικής Κληρονομιάς»

12. Ο δανεισμός και η προσωρινή εξανωγή αντικειμένων των συλλογών των μουσείων επιτρέπονται υπό τους όρους και προϋποθέσεις των διατάξεων της παραγράφου 1 του άρθρου 25 και της παραγράφου 11 του άρθρου 34 αντίστοιχα.

13. Η λειτουργία των αναγνωρισμένων μουσείων τελεί υπό την εποπτεία του Υπουργού Πολιτισμού, ο οποίος μπορεί να ανακαλεί την απόφαση της παραγράφου 3, μετά από γνώμη του Συμβουλίου, εάν παύσουν να πληρούνται οι προϋποθέσεις έκδοσης της ή παραβιαστούν άλλες διατάξεις του παρόντος.

14. Τα αναγνωρισμένα μουσεία κατά την παράγραφο 3 μπορούν να τυγχάνουν οικονομικής ενίσχυσης από το Υπουργείο Πολιτισμού, καθώς και των προνομίων των διατάξεων των παραγράφων 6 του άρθρου 28, 11 του άρθρου 31, καθώς και 1 του άρθρου 47. Τα μνημεία, κατά τις διατάξεις αυτές, αποκτώνται από αναγνωρισμένα μουσεία που έχουν ίδια νομική προσωπικότητα ή από νομικά πρόσωπα στα οποία ανήκουν αναγνωρισμένα μουσεία, υπό τον όρο ότι κατατίθενται στις συλλογές τους.

15. Για τις ανάγκες ανέγερσης, επέκτασης, εγκατάστασης, ανάδειξης και λειτουργίας μουσείου μπορεί να γίνει απαλλοτρίωση ή απευθείας εξαγορά κτιρίων ή εκτάσεων γης σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 18 και να ορίζεται ζώνη προστασίας στον περιβάλλοντα χώρο τους σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 17.



## Παράρτημα 3

---

# ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΤΥΠΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΤΩΝ ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΩΝ

Η πρόταση για τη δημιουργία μιας ομάδας εργασίας για την τεκμηρίωση των λαογραφικών/εθνολογικών αντικειμένων, στο πλαίσιο της Επιτροπής Τεκμηρίωσης (CIDOC) του Διεθνούς Συμβουλίου Μουσείων (ICOM) παρουσιάστηκε στο πρώτο Ευρωπαϊκό Συνέδριο Μουσείων Εθνογραφίας και Κοινωνικής Ιστορίας, το Φεβρουάριο του 1993, στο Παρίσι. Στη διάρκεια μιάς στρογγυλής τράπεζας με θέμα *Τεκμηρίωση-για το κοινό; για τον ερευνητή; πώς; πόσο;* ετέθησαν και συζητήθηκαν οι βασικοί προβληματισμοί γύρω από την τεκμηρίωση των λαογραφικών/εθνολογικών αντικειμένων. Στη διάρκεια της συζήτησης διαγράφηκε η μεγάλη ανάγκη για τη δημιουργία κοινά αποδεκτών λαογραφικών/εθνολογικών προδιαγραφών.

Η παραπάνω ιδέα έγινε αποδεκτή από το CIDOC / ICOM στη διάρκεια του ετήσιου συνεδρίου του στη Λουμπλιάνα της Σλοβενίας, το Σεπτέμβριο του 1993. Με την έναρξη των εργασιών της η Ομάδα Εργασίας για την Τεκμηρίωση των Λαογραφικών/Εθνολογικών Αντικειμένων-Ethno Group έβαλε σαν κύριο στόχο της την ανάπτυξη Διεθνών Προδιαγραφών.

Έτσι, προετοίμασε ένα ειδικό ερωτηματολόγιο για την καταγραφή των πεδίων που χρησιμοποιούν τα μουσεία για την τεκμηρίωση των λαογραφικών/εθνολογικών αντικειμένων και το διένειμε στους εθνικούς συντονιστές από 30 διαφορετικές χώρες. Με τον τρόπο αυτό κατέγραψε τα δεδομένα που χρησιμοποιούνται διεθνώς από τα Μουσεία για την τεκμηρίωση των παραπάνω αντικειμένων. Στη συνέχεια επεξεργάστηκε το υλικό που προέκυψε και συνέκρινε τα αποτελέσματα με άλλες αντίστοιχες πρωτοβουλίες, όπως οι *Προδιαγραφές Δεδομένων* του Συνδέσμου Μουσειακής Τεκμηρίωσης της Μ. Βρετανίας (MDA DATA STANDARDS, Museum Documentation Association)· Το *Λεξικό Δεδομένων* του Πληροφοριακού Δικτύου Πολιτιστικής Κληρονομιάς του Καναδά (CHIN DATA DICTIONARY, Canadian Heritage Information Network)· Οι *Διεθνείς Οδηγίες για την Τεκμηρίωση των Μουσειακών Αντικειμένων: οι Κατηγορίες Πληροφορίας* του CIDOC της Ομάδας Δεδομένων και Ορολογίας του CIDOC (THE INTERNATIONAL GUIDELINES FOR MUSEUM OBJECT INFORMATION: THE CIDOC INFORMATION CATEGORIES, CIDOC Data and Terminology Group)· Το *Εγχειρίδιο των Προδιαγραφών για την Αφρική* του ICOM (AFRICOM HANDBOOK OF STANDARDS, ICOM)· Οι *Προδιαγραφές για τις Καλές Τέχνες και την Αρχαιολογία* του CIDOC (FINE ARTS AND ARCHEOLOGY STANDARDS, CIDOC)· Οι *Προδιαγραφές για την Τεκμηρίωση των Αρχαιολογικών Χώρων* της Ομάδας Αρχαιολογικών Χώρων του CIDOC (ARCHEOLOGICAL SITES STANDARDS, CIDOC Archeological sites Group).

Μετά την τελική επεξεργασία του παραπάνω υλικού το Ethno Group/CIDOC/ICOM προτείνει τα πεδία που ακολουθούν ως **Διεθνή Πρότυπα Δεδομένων** για την Τεκμηρίωση των Λαογραφικών / Εθνολογικών Αντικειμένων (International Core Data Standards for Ethnology/Ethnography)

Στο πλαίσιο του Ethnomuseum-net, η Ομάδα Εργασίας για τη συνεργασία με Διεθνείς Επιτροπές και Ομάδες που ασχολούνται με την τεκμηρίωση, συζήτησε επί μακρόν πάνω στην **ελληνική ορολογία** που πρέπει να χρησιμοποιηθεί για τη μετάφραση των προδιαγραφών και κατέληξε στην παρακάτω κοινά αποδεκτή ορολογία.

## **Βασικά Διεθνή Πρότυπα Δεδομένων για την Τεκμηρίωση των Λαογραφικών / Εθνολογικών Αντικειμένων**

### **1. Ταυτότητα του φορέα**

- 1.1. Όνομα του φορέα
- 1.2. Διεύθυνση του φορέα

### **2. Ταυτότητα του αντικειμένου**

- 2.1. Αριθμός ταυτότητας του αντικειμένου
- 2.2. Ταξινόμηση / Κατηγορία
- 2.3. Χαρακτηρισμός / Όνομα του αντικειμένου
- 2.4. Τοπικό ή άλλο όνομα

2.5. Άθροισμα μερών

2.6. Περιγραφή

### 3. Φυσική περιγραφή του αντικειμένου

3.1. Διαστάσεις

3.2. Υλικά

3.3. Τεχνικές

3.4. Διακόσμηση

3.5. Επιγραφές / Σήματα

3.6. Κατάσταση

### 4. Ιστορία του αντικειμένου

4.1. Κατασκευή

4.1.1. Τόπος Κατασκευής

4.1.2. Κατασκευαστής άτομο / ομάδα

4.1.3. Χρόνος κατασκευής

4.1.4. Σκοπός κατασκευής

4.2. Χρήση

4.2.1. Τόπος χρήσης

4.2.2. Χρήστης άτομο / ομάδα

4.2.3. Χρόνος χρήσης

4.2.4. Τρόπος χρήσης

4.2.5. Λειτουργία

4.3. Απόκτηση

4.3.1. Τόπος απόκτησης

4.3.2. Τρόπος απόκτησης

4.3.3. Προκάτοχος

4.3.4. Ημερομηνία απόκτησης

4.3.5. Συλλέκτης

4.4. Συμπληρωματική πληροφορία

### 5. Πληροφορία σχετική με την καταγραφή του αντικειμένου

5.1. Καταγραφέας

5.2. Ημερομηνία καταγραφής

### 6. Θέση του αντικειμένου

### 7. Αναφορές

#### Ορισμός των πεδίων

Παρακάτω παρουσιάζεται ο ορισμός των πεδίων που προτείνονται ως Διεθνή Πρότυπα Δεδομένων για την Τεκμηρίωση των Εθνογραφικών / Εθνολογικών Αντικειμένων μαζί με σχετικά παραδείγματα. Μερικά πεδία είναι υποχρεωτικά, άλλα δεν είναι και ποικίλλουν ανάλογα με τη φύση τους αλλά και τις ιδιαίτερες απαιτήσεις του φορέα.

#### 1. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΦΟΡΕΑ

Πληροφοριακά στοιχεία που προσδιορίζουν την ταυτότητα του φορέα (στην κατοχή του οποίου βρίσκεται το αντικείμενο), ο οποίος είναι νόμιμος υπεύθυνος για το αντικείμενο και την τεκμηρίωσή του.

##### 1.1. Ονομα του φορέα

Το όνομα που προσδιορίζει την ταυτότητα του φορέα ο οποίος είναι νόμιμος υπεύθυνος για το αντικείμενο και την τεκμηρίωσή του.

- Κείμενο, μοναδική εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ελεγχόμενη ορολογία (ΕΟ)
- Παράδειγμα: Ίδρυμα Σμιθσόνιαν, Εθνικό Μουσείο Αμερικανικής Ιστορίας

## 1.2. Διεύθυνση του φορέα

Η Διεύθυνση του φορέα που είναι νόμιμος υπεύθυνος για το αντικείμενο και την τεκμηρίωσή του.

- Κείμενο, μοναδική εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: Κυδαθηναίων 17, Αθήνα 10558, Ελλάδα

## 2. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ

Πληροφοριακά στοιχεία που προσδιορίζουν και ταξινομούν το αντικείμενο ή ένα συγκεκριμένο τμήμα του αντικειμένου.

### 2.1. Αριθμός ταυτότητας του αντικειμένου

Ένας αριθμός ή ένας συνδυασμός χαρακτήρων, ο οποίος προσδιορίζει τη μοναδική ταυτότητα του αντικειμένου στον φορέα.

- Αλφαριθμητικό, μοναδική εισαγωγή, υποχρεωτικό
- Παράδειγμα: EM 2321

### 2.2. Ταξινόμηση / Κατηγορία

Το όνομα που χαρακτηρίζει την κατηγορία ή ένα σύνολο αντικειμένων και βασίζεται στα φυσικά χαρακτηριστικά, τη χρήση ή το περιεχόμενο του αντικειμένου.

- Αλφαριθμητικό ή κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: Ύφασμα 1,5

### 2.3. Χαρακτηρισμός / όνομα του αντικειμένου

Ένα κοινό όνομα του αντικειμένου

- Κείμενο, μοναδική εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: εσώρουχο

### 2.4. Τοπικό ή άλλο όνομα

Ένα εναλλακτικό όνομα του αντικειμένου.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, προαιρετικό
- Παράδειγμα: μεσοφόρι

### 2.5. Άθροισμα μερών

Ο αριθμός των φυσικώς χωρισμένων τμημάτων ή τμημάτων που είναι δυνατόν να χωριστούν, τα οποία συγκροτούν το αντικείμενο ή ένα σύνολο αντικειμένων που περιγράφονται κάτω από τον ίδιο αριθμό.

- Αριθμητικό, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό
- Παράδειγμα: 3

### 2.6. Περιγραφή

Πληροφοριακά στοιχεία για το αντικείμενο τα οποία δεν μπορούν να ενταχθούν σε άλλα πεδία και είναι απαραίτητα για τον προσδιορισμό της ταυτότητάς του.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, προαιρετικό
- Παράδειγμα: ροζ, μακρύ, φαρδύ

## 3. ΦΥΣΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ

Πληροφοριακά στοιχεία που περιγράφουν ένα αντικείμενο ή ένα τμήμα του αντικειμένου.

### 3.1. Διαστάσεις

Οι διαστάσεις και οι μετρήσεις του αντικειμένου, συμπεριλαμβανομένων του είδους της μέτρησης, της τιμής και της μονάδας μέτρησης.



- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό
- Παράδειγμα: Μήκος 80 εκ., πλάτος 120 εκ.

### 3.2. Υλικά

Τα βασικά υλικά και μέσα από τα οποία έχει κατασκευαστεί το αντικείμενο.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: μετάξι, βαμβάκι

### 3.3. Τεχνικές

Οι διαδικασίες, μέθοδοι και τεχνικές που έχουν χρησιμοποιηθεί για την κατασκευή του αντικειμένου.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό
- Παράδειγμα: Χειροποίητο, δαντέλα, κέντημα

### 3.4. Διακόσμηση

Ο διάκοσμος του αντικειμένου.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: φυτικά σχήματα, γεωμετρικά σχήματα

### 3.5. Επιγραφές / Σήματα

Περιγραφή και αντιγραφή των επιγραφών και σημάτων του αντικειμένου.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, προαιρετικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ για τον τύπο των επιγραφών και σημάτων
- Παράδειγμα: «Α.Μ., 1945», αρχικά και χρονολογία κεντημένα πάνω στον ποδόγυρο της φούστας

### 3.6. Κατάσταση

Μια σύντομη περιγραφή της φυσικής κατάστασης του αντικειμένου, καθώς και παρατηρήσεις πάνω στη σταθερότητά του, τα σημάδια, τις επιδιορθώσεις και την πληρότητά του σε μια συγκεκριμένη ημερομηνία.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό
- Παράδειγμα: σκισμένο και ραμμένο με το χέρι: 1995

## 4. ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ

Πληροφοριακά στοιχεία για την ιστορία του αντικειμένου.

### 4.1. Κατασκευή

Πληροφοριακά στοιχεία για την ιστορία της κατασκευής του αντικειμένου

#### 4.1.1. Τόπος Κατασκευής

Ο γεωγραφικός τόπος στον οποίο το αντικείμενο έχει κατασκευαστεί.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: Κύμη, Εύβοια, Ελλάδα

#### 4.1.2. Κατασκευαστής άτομο / ομάδα

Το άτομο, ή η ομάδα (εθνοπολιτισμική ή κοινωνική - εργαστήριο, εργοστάσιο κ.ά.) που κατασκεύασε το αντικείμενο.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: Γεωργία Νικολοπούλου (νοικοκυρά)

Ελληνικό

#### 4.1.3. Χρόνος κατασκευής

Η ημερομηνία, η χρονική περίοδος ή η χρονική εποχή κατά την οποία κατασκευάστηκε το αντικείμενο.

- Αλφαριθμητικό, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό
- Παράδειγμα: 1945, 1820-1840, 19ος αιώνας

#### 4.1.4. Σκοπός κατασκευής

Ο σκοπός για τον οποίο έχει κατασκευαστεί το αντικείμενο.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, προαιρετικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: εσώρουχο

#### 4.2. Χρήση

Πληροφοριακά στοιχεία για τη χρήση του αντικειμένου στα διαφορετικά στάδια της ιστορίας του.

##### 4.2.1. Τύπος χρήσης

Ο γεωγραφικός τόπος όπου το αντικείμενο έχει χρησιμοποιηθεί στα διαφορετικά στάδια της ιστορίας του.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: Πάτρα, Αχαΐα, Ελλάδα

##### 4.2.2. Χρήστης άτομο ή ομάδα

Το άτομο ή η εθνοπολιτισμική, κοινωνική ή άλλη ομάδα, που χρησιμοποίησε το αντικείμενο στα διαφορετικά στάδια της ιστορίας του.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: Γεωργία Νικολοπούλου (νοικοκυρά)

Αντωνία Παπαδοπούλου (κόρη της Γεωργίας Νικολοπούλου)

##### 4.2.3. Χρόνος χρήσης

Η ημερομηνία, η χρονική περίοδος ή η χρονική εποχή κατά την οποία χρησιμοποιήθηκε το αντικείμενο στα διαφορετικά στάδια της ιστορίας του.

- Αλφαριθμητικό, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό
- Παράδειγμα: αρχές του 20ου αιώνα

1920-1985

##### 4.2.4. Τρόπος χρήσης

Ο τρόπος με τον οποίο χρησιμοποιήθηκε το αντικείμενο στα διάφορα στάδια της ιστορίας του.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό
- Παράδειγμα: φοριέται κάτω από το φόρεμα

##### 4.2.5. Λειτουργία

Ο σκοπός για τον οποίο χρησιμοποιήθηκε το αντικείμενο στα διαφορετικά στάδια της ιστορίας του.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: γαμήλιο δώρο

#### 4.3. Απόκτηση

Πληροφοριακά στοιχεία σχετικά με την απόκτηση του αντικειμένου από το Μουσείο.

##### 4.3.1. Τύπος απόκτησης

Ο γεωγραφικός τόπος όπου το αντικείμενο αποκτήθηκε από το Μουσείο.

- Κείμενο, μοναδική εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: Αγρίνιο, Αιτωλοακαρνανία, Ελλάδα

##### 4.3.2. Τρόπος απόκτησης

Ο τρόπος με τον οποίο το αντικείμενο αποκτήθηκε από το Μουσείο.

- Κείμενο, μοναδική εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: δωρεά

##### 4.3.3. Προκάτοχος

Πληροφοριακά στοιχεία για τον τελευταίο ιδιοκτήτη του αντικειμένου πριν αυτό αποκτηθεί από το Μουσείο.

- Κείμενο, μοναδική εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ

- Παράδειγμα: Αντωνία Παπαδοπούλου (κόρη της κατασκευάστριάς)

#### 4.3.4. Ημερομηνία απόκτησης

Η ημερομηνία κατά την οποία το αντικείμενο αποκτήθηκε από το Μουσείο

- Αλφαριθμητικό, μοναδική εισαγωγή, υποχρεωτικό
- Παράδειγμα: 9 Μαΐου 1995

#### 4.3.5. Συλλέκτης

Το όνομα του εργαζομένου στο Μουσείο ή του ατόμου που έχει συλλέξει το αντικείμενο για λογαριασμό του Μουσείου.

- Κείμενο, μοναδική εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: Μαρία Κωνσταντοπούλου

#### 4.4. Συμπληρωματική πληροφορία

Ένα πεδίο το οποίο περιέχει συμπληρωματικά πληροφοριακά στοιχεία για την ιστορία του αντικειμένου, τα οποία δεν μπορούν να περιληφθούν σε κανένα άλλο πεδίο (όπως διανομή, μετανάστευση κ.λ.π.)

- Κείμενο, μοναδική εισαγωγή, προαιρετικό

### 5. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ ΣΧΕΤΙΚΗ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ

Πεδίο που περιέχει πληροφοριακά στοιχεία για τον καταγραφέα καθώς και την ημερομηνία καταγραφής του αντικειμένου.

#### 5.1. Καταγραφέας

Το όνομα του ατόμου που έχει καταγράψει το αντικείμενο.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: Ελένη Ιωαννίδου

#### 5.2. Ημερομηνία καταγραφής

Η ημερομηνία της δημιουργίας του αρχείου για το αντικείμενο.

- Αλφαριθμητικό, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό
- Παράδειγμα: 10.5.1995

### 6. ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ

Πληροφοριακά στοιχεία για τη θέση που έχει τοποθετηθεί το αντικείμενο στους χώρους του φορέα.

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, υποχρεωτικό - Πρέπει να αναπτυχθεί ΕΟ
- Παράδειγμα: Δωμάτιο 1, συρτάρι 7

### 7. ΑΝΑΦΟΡΕΣ

Πληροφοριακά στοιχεία για το είδος των αναφορών και τον αριθμό ή τον κώδικα που συνδέει την τεκμηρίωση του αντικειμένου με κάθε συμπληρωματική πληροφορία (φωτογραφικό αρχείο, αρχείο σχεδίων, βιβλιογραφία κ.λ.π.)

- Κείμενο, πολλαπλή εισαγωγή, προαιρετικό
- Παράδειγμα: Αρχείο απόκτησης 1995.33

*Πένυ Θεολόγη-Γκούτη*

Αρχιτέκτων-Εθνολόγος / Ερευνήτρια Πανεπιστημίου Πατρών. Πρόεδρος της Διεθνούς Ομάδας για την τεκμηρίωση των Λαογραφικών/Εθνολογικών αντικειμένων Ethno Group του CIDOC / ICOM

- 
1. Penelope Theologi-Gouti, *International Core Data Standards for Ethnology/Ethnography*, ICOM/CIDOC/ Ethno Group, Athens, September 1996.
  2. Πρακτικά Συναντήσεων Ethnomuseum-net.

# ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΜΟΥΣΕΙΑΚΗΣ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ

Τα αντικείμενα ενός Μουσείου, ανεξάρτητα από το καθεστώς ιδιοκτησίας τους, έχουν ιδιαίτερη σημασία για την ταυτότητα και την ιστορία του πολιτισμού ενός τόπου. Ευθύνη επομένως σημαντική των ανθρώπων των μουσείων είναι η τεκμηρίωση του υλικού των. Για να ορίσει κανείς το μέγεθος της ευθύνης των ανθρώπων των μουσείων, πρέπει να απαντήσει στο ερώτημα τι είναι *μουσειακή τεκμηρίωση*. Μουσειακή τεκμηρίωση είναι η συγκέντρωση, οργάνωση, αρχειοθέτηση και διαχείριση των πληροφοριών που αφορούν τα αντικείμενα του Μουσείου.

Η μουσειακή τεκμηρίωση διασφαλίζει τα ίδια τα αντικείμενα από τυχόν κακοδιαχείριση, ενώ ταυτόχρονα αξιοποιείται το μουσειακό υλικό αφού έτσι παρέχονται όλες εκείνες οι πληροφορίες για την καλύτερη μελέτη και εκθεσιακή παρουσίαση του.

Η διαδικασία της μουσειακής τεκμηρίωσης περιλαμβάνει τα διαχειριστικά στοιχεία των αντικειμένων όπως:

- αριθμός εισαγωγής
- απόκτηση
- θέση
- μετακίνηση
- εκθέσεις
- δημοσιεύσεις.

Κατά την τεκμηρίωση καταγράφονται επίσης τα περαιτέρω φυσικά στοιχεία του αντικειμένου:

- ύλη
- τεχνική
- διαστάσεις
- περιγραφή
- κατάσταση
- συντήρηση
- φωτογραφική ή άλλη τεκμηρίωση.

Στη διαδικασία της τεκμηρίωσης περιλαμβάνεται και η ταξινόμηση του υλικού για σωστή διαχείριση των παραπάνω στοιχείων.

## **Η τεκμηρίωση: διαδικασία απαραίτητη σε κάθε Μουσείο**

Η τεκμηρίωση αποτελεί διαδικασία απαραίτητη σε κάθε Μουσείο.

Με την τεκμηρίωση εξασφαλίζεται:

- Εύκολη πρόσβαση και εποπτεία του υλικού ώστε να εξασφαλίζεται η αξιοπιστία και νομιμότητα των συλλογών και να διευκολύνονται η λειτουργία και οι δραστηριότητες του Μουσείου, ανεξάρτητα από τυχόν αλλαγές προσωπών στην υπηρεσία.
- Εύκολη πρόσβαση και εποπτεία της θέσης των αντικειμένων και των πληροφοριών που μας παρέχουν.
- Ο εύκολος έλεγχος των αντικειμένων/ασφάλεια και μείωση της πιθανότητας κλοπής των αντικειμένων.
- Έλεγχος της φυσικής κατάστασης των αντικειμένων και διευκόλυνση του προγραμματισμού έγκαιρης συντήρησης.
- Η παροχή πληροφοριών οι οποίες χρησιμεύουν στην οργάνωση παρουσιάσεων προς το κοινό (εκθέσεις/εκδόσεις/μελέτες/ ομιλίες/εκπαιδευτικά προγράμματα).
- Ανταλλαγή πληροφοριών με αντίστοιχους φορείς.
- Απλουστεύονται οι διαδικασίες διαχείρισης των πληροφοριών και των αντικειμένων

## **Εργασίες Τεκμηρίωσης / Πότε ακολουθούνται**

Από τη στιγμή που ένα αντικείμενο γίνεται ιδιοκτησία του Μουσείου ακολουθούνται οι παρακάτω διαδικασίες για την τεκμηρίωσή του:

- α. καταγραφή του στο Βιβλίο Εισαγωγής μουσειακών αντικειμένων
- β. καταγραφή του στο Δελτίο Τεκμηρίωσης
- γ. τοποθέτηση του αντικειμένου στη σωστή θέση του
- δ. ταξινόμηση/αρχαιοθέτηση των πληροφοριών.

### **I. Με την καταγραφή στο Βιβλίο Εισαγωγής εξασφαλίζεται:**

- α. Εισαγωγή/απόκτηση του αντικειμένου από το Μουσείο.
- β. Απόδοση της μοναδικής ταυτότητας του αντικειμένου με τον Αριθμό Βιβλίου Εισαγωγής. Με τον αριθμό αυτό το αντικείμενο γίνεται στο εξής αναγνωρίσιμο και αναζητήσιμο. Ο αριθμός αυτός τοποθετείται πάνω στο ίδιο το αντικείμενο.
- γ. Συντήρηση του αντικειμένου.
- δ. Δελτιοκαταλογράφηση του αντικειμένου.
- ε. Φωτογράφιση/σχεδίαση του αντικειμένου.
- στ. Αναζήτηση των βασικών δεδομένων που αφορούν το αντικείμενο.
- ζ. Μετακίνηση/διαχείριση του αντικειμένου.

### **Βασικά πεδία δεδομένων στο Βιβλίο Εισαγωγής των μουσειακών αντικειμένων**

Το Βιβλίο Εισαγωγής των μουσειακών αντικειμένων πρέπει να περιλαμβάνει εκείνα τα πεδία που θα εξασφαλίζουν τη μοναδικότητα του αντικειμένου. Το κάθε Μουσείο διατηρεί συνήθως το δικό του Βιβλίο Εισαγωγής και τα δεδομένα που καταγράφονται διαφέρουν ως εκ τούτου από Μουσείο σε Μουσείο. Τα πεδία αυτά είναι ανάλογα με τις ανάγκες του υλικού του κάθε φορέα. Πέρα όμως από τις όποιες διαφορετικές ανάγκες προκύπτουν και που οφείλονται στη φύση του υλικού του φορέα, μια καταγραφή αντικειμένων στο Βιβλίο Εισαγωγής πρέπει απαραίτητα - για να διασφαλίζεται η εγκυρότητα και η ταυτότητα του αντικειμένου - να περιλαμβάνει τουλάχιστον τα παρακάτω στοιχεία:

- αριθμός αντικειμένου
- ημερομηνία Εισαγωγής
- τόπος απόκτησης
- τρόπος απόκτησης
- χαρακτηρισμός/όνομα αντικειμένου
- περιγραφή αντικειμένου
- θέση
- ύλη
- τεχνική/τεχνίτης
- διαστάσεις
- παρατηρήσεις.

### **B. Η καταγραφή στα Δελτία Τεκμηρίωσης γίνεται:**

- α. Αμέσως μετά την επίσημη απόκτηση του αντικειμένου και την καταγραφή του στο Βιβλίο Εισαγωγής των μουσειακών αντικειμένων.
- β. Γίνεται πάντοτε από τον αρμόδιο επιμελητή.
- γ. Γίνεται σε άμεση επαφή με το ίδιο το αντικείμενο. Σε ορισμένες περιπτώσεις η καταγραφή δεδομένων στα πεδία του δελτίου τεκμηρίωσης, απαιτεί τη διεξαγωγή βιβλιογραφικής έρευνας από τον αρμόδιο επιμελητή.

### **Τα δελτία τεκμηρίωσης χρησιμοποιούνται από:**

- Από το μόνιμο προσωπικό του Μουσείου και για τους σκοπούς του Μουσείου.

- Από μελετητές /συνεργάτες του Μουσείου και μόνο μετά από άδεια του Μουσείου.

Η καταγραφή των αντικειμένων στα Δελτία Τεκμηρίωσης αποσκοπεί:

- α. στην τεκμηρίωση και αρχειοθέτηση των πληροφοριών που αφορούν κάθε αντικείμενο
- β. στην αρχειοθέτηση των επιστημονικών γνώσεων που αφορούν κάθε αντικείμενο
- γ. στη δυνατότητα ανεύρεσης των παραπάνω στοιχείων
- δ. βοηθούν στη δημιουργία ταξινομικών καταλόγων των αντικειμένων.

### Γενικοί κανόνες καταγραφής

- Ο αριθμός εισαγωγής καταγράφεται πάνω στο αντικείμενο με τρόπο που το αντικείμενο να μην πάθει ζημιά.
- Καθαρίζουμε την επιφάνεια του αντικειμένου και καταγράφουμε τον αριθμό με σινική μελάνη· στη συνέχεια περνάμε στο σημείο γραφής του αριθμού άχρωμο βερνίκι. Στα υφασμάτινα αντικείμενα ράβουμε κορδελλίτσα πάνω στην οποία καταγράφουμε τον αριθμό. Αν δεν είμαστε σίγουροι για τη μέθοδο καταγραφής συμβουλευόμαστε τους συντηρητές. Ο αριθμός δε χαράζεται στο αντικείμενο, δεν μπαίνει με σφραγίδα, δεν καταγράφεται σε αυτοκόλλητες ετικέτες. Η καταγραφή των αντικειμένων στο βιβλίο εισαγωγής πρέπει να γίνεται με τη συνεργασία του επιμελητή και του συντηρητή, όπου ο καθένας αναλαμβάνει το μέρος της εργασίας που του αναλογεί.
- Η διαδικασία καταγραφής του αριθμού στο αντικείμενο δεν πρέπει να πληγώνει το αντικείμενο.
- Ο αριθμός πρέπει να καταγράφεται σε σημείο που να μπορούμε εύκολα να τον αναζητήσουμε αλλά και σε σημείο που να μην είναι εμφανής όταν το αντικείμενο παρουσιάζεται σε έκθεση. Σε ίδιο είδος αντικειμένων ο αριθμός μπαίνει σε αντίστοιχη θέση.
- Σε αντικείμενα που αποτελούνται από διαφορετικά κομμάτια ο αριθμός καταγράφεται σε κάθε κομμάτι ξεχωριστά. Σε τέτοια περίπτωση σημειώνεται ο αριθμός συν ένα γράμμα της αλφαβήτου (π.χ. μανικέτια στολής Αμαλίας 145α, 145β), ενώ στα σύνολα /σετ καταγράφεται ο αριθμός του αντικειμένου συν ένας αριθμός εκθέτης (π.χ. πλήρης ενδυμασία Αττικής 214/1, 214/2, 214/3 κ.λπ. ανάλογα με τον αριθμό των αντικειμένων) για να δηλωθεί έτσι το σύνολο των αντικειμένων. Σε σπασμένα αντικείμενα ο αριθμός καταγράφεται σε κάθε κομμάτι του αντικειμένου.
- Η αφαίρεση των παλαιών αριθμών δεν επιτρέπεται γιατί αυτοί αποτελούν μέρος της ιστορίας του αντικειμένου. Στο δελτίο τεκμηρίωσης του κάθε Μουσείου πρέπει να υπάρχει πάντα ένα πεδίο όπου να καταγράφονται οι τυχόν παλαιοί αριθμοί του αντικειμένου.

### Σύνταξη του Δελτίου Τεκμηρίωσης

Η μορφή, το σχήμα και το μέγεθος του δελτίου τεκμηρίωσης που χρησιμοποιεί το κάθε Μουσείο είναι ένα θέμα που αποφασίζεται από το φορέα για δική του εξυπηρέτηση. Εκτός από τα παραπάνω στο δελτίο τεκμηρίωσης πρέπει απαραίτητα να σημειώνεται:

- το όνομα του φορέα
- η διεύθυνση του φορέα και
- η ομαδοποίηση των πεδίων δεδομένων στο δελτίο.

### Ομάδες πεδίων του δελτίου

Τα πεδία δεδομένων στα Δελτία Τεκμηρίωσης των αντικειμένων όπως συμβαίνει και με το Βιβλίο Εισαγωγής διαφέρουν από Μουσείο σε Μουσείο. Ανεξάρτητα όμως από τον τύπο του δελτίου που χρησιμοποιεί ο κάθε φορέας πρέπει αυτό να περιέχει τουλάχιστον τα ακόλουθα πεδία:

- αριθμός αντικειμένου
- ταξινόμηση /κατηγορία
- χαρακτηρισμός /όνομα αντικειμένου
- περιγραφή
- διαστάσεις
- ύλη
- τεχνίτης

- τεχνική
- συντήρηση
- θέση αντικειμένου
- βιβλιογραφία
- παρατηρήσεις.

Μέρος της διαδικασίας της καταγραφής ενός αντικειμένου είναι και η φωτογράφιση/σχεδιάσή του. Στην περίπτωση αυτή στο δελτίο τεκμηρίωσης πρέπει να υπάρχει θέση για τον :

- αριθμό φιλμ /σχεδίου
- αριθμό αρνητικού /διαφάνειας.

### **Πρότυπα Δεδομένων Τεκμηρίωσης**

Η ανάγκη για μια αρτιότερη μουσειακή τεκμηρίωση οδήγησε σε μια συνεργασία των Μουσείων τόσο στο εσωτερικό όσο και το εξωτερικό, για τη δημιουργία Διεθνών Προτύπων Δεδομένων Τεκμηρίωσης. Η ποικιλόμορφη φύση των μουσειακών αντικειμένων καθώς και η μη ύπαρξη κοινών όρων που να εκφράζουν όμοιες έννοιες οδήγησαν στην ανάγκη δημιουργίας ενός συστήματος τεκμηρίωσης με κοινά αποδεκτά πρότυπα στη μουσειακή ορολογία.

Στην Ελλάδα η ανάγκη να βρεθεί ένας κοινός τρόπος μουσειακής τεκμηρίωσης οδήγησε το ΥΠΠΟ σε συνεργασία με ορισμένα Μουσεία (ΠΛΙ/ΜΕΛΤ) στη δημιουργία μιας βάσης δεδομένων τεκμηρίωσης με το όνομα MOUSA. Το πρόγραμμα εφαρμόζεται ήδη σε αρκετά επαρχιακά Μουσεία και Συλλογές. Με το πρόγραμμα αυτό έγινε προσπάθεια να περιληφθούν περισσότερα πεδία που να καλύπτουν τις ανάγκες αρτιότερης τεκμηρίωσης.

Το πρόγραμμα του MOUSA περιλαμβάνει τα παρακάτω πεδία:

#### **Φορέας**

- Όνομα φορέα

#### **Ταυτότητα αντικειμένου**

- Είδος
- Τοπική ονομασία
- Αριθμός Βιβλίου Εισαγωγής
- Παλαιός Αριθμός
- Θέμα
- Εθνολογική ομάδα
- Κατηγορία
- Αυθεντικότητα
- Περιγραφή
- Παρατηρήσεις

#### **Κατασκευή**

- Τόπος
- Χρόνος
- Διαστάσεις
- Τεχνική
- Τεχνίτης ή κατασκευαστής
- Βάρος
- Ύλη

#### **Χρήση**

- Τόπος

- Χρόνος
- Λειτουργία (πρακτική/τελετουργική κ.ά)

#### **Απόκτηση**

- Τόπος
- Τρόπος απόκτησης
- Δωρητής/Πωλητής
- Αρ. Παραστατικού
- Χρόνος
- Αξία
- Εκθέσεις
- Βιβλιογραφία
- Φωτογραφία

#### **Θήκες**

- Ήχου
- Ταινίας
- Video
- Σχεδίου

- Διαφανειών
- Αρνητικών

#### **Φάκελοι**

- Συντήρησης
- Τεχνικός

#### **Θέση**

- Αποθήκη
- Έκθεση
- Περιοδική έκθεση

#### **Έρευνα**

- Ερευνητής
- Συλλέκτης
- Πληροφορητής
- Συντάκτης
- Χρόνος έρευνας
- Είδος έρευνας
- Χρόνος Σύνταξης

### **Γ. Τοποθέτηση των αντικειμένων μετά την καταγραφή**

Μετά την καταγραφή, το αντικείμενο πρέπει να τοποθετηθεί στην οριστική ή την προσωρινή του θέση. Η θέση του αντικειμένου καταγράφεται στο δελτίο τεκμηρίωσης. Τα αντικείμενα τοποθετούνται στη θέση τους από τους υπεύθυνους συντηρητές. Τα αντικείμενα μετακινούνται μόνο από τους συντηρητές. Το Μουσείο τηρεί δελτίο μετακίνησης των αντικειμένων με το όνομα του υπεύθυνου μετακίνησης, την ημερομηνία και τη θέση μετακίνησης, το σκοπό της μετακίνησης κ.ά.

### **Δ. Ταξινόμηση και αρχειοθέτηση των πληροφοριών**

Μετά την καταγραφή, το πληροφοριακό υλικό που αφορά τα αντικείμενα του Μουσείου, ταξινομείται και αρχειοθετείται με τρόπο που να είναι εύκολη σε κάθε περίπτωση η αναζήτηση των δεδομένων πληροφοριών.

Για λόγους ασφάλειας της καταγραφής και της αρχειοθέτησης των συλλογών, το Μουσείο σωστό είναι να διατηρεί αντίγραφα ασφαλείας τα οποία πρέπει κατά προτίμηση να φυλάσσονται εκτός του κυρίως χώρου του Μουσείου (τράπεζα κ.α).

*Γιαννούλα Καπλάνη*

Επιμελήτρια Μουσείου Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης