

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Πολιτιστική Πολιτική
και Ανάπτυξη

Πτυχιακή Εργασία



Τοπικά μουσεία, επικοινωνιακή πολιτική και πολιτιστική/
τουριστική ανάπτυξη. Η περίπτωση του «Κέντρου
Χαρακτικών Τεχνών - Μουσείο Βάσως Κατράκη» στο
Αιτωλικό Αιτωλοακαρνανίας.

Ελένη Τσουρέλη

Επιβλέπων Καθηγητής
Χρήστος Δερμεντζόπουλος

Μάιος 2019

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Πολιτιστική Πολιτική
και Ανάπτυξη**

Πτυχιακή Εργασία

**Τοπικά μουσεία, επικοινωνιακή πολιτική και πολιτιστική/
τουριστική ανάπτυξη. Η περίπτωση του «Κέντρου
Χαρακτικών Τεχνών - Μουσείο Βάσως Κατράκη» στο
Αιτωλικό Αιτωλοακαρνανίας.**

Ελένη Τσουρέλη

**Επιβλέπων Καθηγητής
Χρήστος Δερμεντζόπουλος**

Η παρούσα πτυχιακή εργασία υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση πτυχιακού τίτλου σπουδών στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη από τη Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Μάιος 2019

Περίληψη

Στις μέρες μας είναι ευρέως αποδεχτό ότι τα μουσεία πλέον δεν περιορίζονται στη συλλογή και έκθεση των έργων αλλά προάγουν τον πολιτισμό, μεταδίδουν τη γνώση, συνδέονται με τομείς της επιστήμης και της τεχνολογίας, παίζουν έναν σύνθετο εκπαιδευτικό, κοινωνικό και ψυχαγωγικό ρόλο. Επιπρόσθετα, η αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, με την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού, αποτελεί καθοριστικό παράγοντα στην ποιοτική ανάκαμψη ενός τόπου, αλλά και στην πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη.

Η παρούσα εργασία στοχεύει να δείξει τη συμβολή του πολιτισμού στην τοπική ανάπτυξη. Να μελετήσει την επικοινωνιακή πολιτική ενός τοπικού -περιφερειακού μουσείου και να αναδείξει τη σημαντικότητα της διαμόρφωσης στρατηγικών επικοινωνίας ώστε να λειτουργούν, τα τοπικά μουσεία, ως πόλοι ανάπτυξης σε μικρές περιφερειακές πόλεις. Ως μελέτη περίπτωσης εξετάζεται το Μουσείο Χαρακτικών Τεχνών-Μουσείο Βάσως Κατράκη, στο Αιτωλικό Αιτωλοακαρνανίας. Γίνεται αναφορά στις συνθήκες που επικρατούν τόσο στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό του περιβάλλον. Με βάση τα παραπάνω, επιχειρείται η διατύπωση προτάσεων που θα μπορούσαν να βελτιώσουν την εικόνα του μουσείου και τον τρόπο επικοινωνίας του με το κοινό αξιοποιώντας τις ευκαιρίες και τα δυνατά του σημεία και αντιμετωπίζοντας τις απειλές και τα αδύνατα σημεία του. Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την εκπόνηση της εργασίας, ήταν η ενδεδειγμένη βιβλιογραφική και διαδικτυακή έρευνα, η συλλογή στοιχείων και πληροφοριών από διάφορους φορείς, οι επιτόπιες επισκέψεις (συμμετοχική παρατήρηση), η καταγραφή απόψεων των επισκεπτών σχετικά με τον ρόλο του μουσείου και την επικοινωνιακή του πολιτική και η ποιοτική μέθοδος έρευνας η οποία πραγματοποιήθηκε με συνεντεύξεις εργαζομένων και υπευθύνων του μουσείου.

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν είναι ότι η συμβολή του μουσείου Κατράκη για την πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη της περιοχής είναι πολύ σημαντική. Ωστόσο, υπάρχουν πολλές δυνατότητες αναβάθμισης του πολιτιστικού φορέα που δεν έχουν αξιοποιηθεί μέχρι τώρα με επάρκεια. Η βελτίωση της επικοινωνιακής πολιτικής του μουσείου, μέσω μιας πολύπλευρης προσέγγισης στρατηγικών, θα συμβάλει στη βιωσιμότητα και ανάπτυξη τόσο του ίδιου του μουσείου όσο και της κοινωνίας στην οποία εντάσσεται.

Summary

It is widely accepted nowadays that museums no longer serve merely as locations for works of art to be compiled and exposed, but more than that they promote culture, transmit knowledge, and are tightly connected with fields of science and technology, thus serve multiple educational, social and recreational purposes. It is also an indisputable fact that the growth of cultural tourism assists to a region's enhancement, as well as to its culture and tourism.

This dissertation aims to expose how cultural products can contribute to a region's growth and then moves on to study specific communicational methods employed by a regional museum, so as to demonstrate the importance of marketing policies for small regional museums to serve as means of growth for their local communities. This case study involves the Museum of Engraving Arts -Vasso Katraki Museum, located in the small city of Etoliko in the prefecture of Etoloakarnania, Greece. The dissertation studies the indoor and outdoor premises of the museum. Based on this autopsy the dissertation goes on to propose viable ways for the amelioration of the museum, focusing on the establishment of better communication with people, by utilizing its assets while at the same time combating its deficiencies. The methodology this dissertation employed included the thorough study of the existing bibliography. The collection of information by various sources, included the listing of the opinions formed by visitors concerning its role and its communication policy, multiple visits to the museum by the author (participatory observation) and finally the quality method through the interviews from the people working for as well as running the museum.

The final results concluded the important role the aforementioned museum has played to the touristic and cultural growth of the region throughout the years. However, there are still multiple possibilities to be exploited in the interests of this cultural institution. More specifically it is vital its marketing policies be advanced, so as the museum itself, as well as its local community, flourish.

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της διατριβής μου θα ήθελα να απευθύνω ολόψυχες ευχαριστίες σε όσους στάθηκαν δίπλα μου σε αυτήν την προσπάθειά μου και με βοήθησαν να τη φέρω εις πέρας.

Ευχαριστώ ιδιαίτερα τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Χρήστο Δερμεντζόπουλο, για την άριστη συνεργασία. Οι επισημάνσεις και τα σχόλιά του πάντα μου έδιναν τη σωστή κατεύθυνση για να συνεχίσω και να ολοκληρώσω τη μεταπτυχιακή μου διατριβή. Ευχαριστώ τα μέλη της τριμελούς επιτροπής την κα. Έφη Κυπριανίδου, και την κα. Μαρίνα Μαρκέλλου για την συμβολή τους. Ακόμα, ευχαριστώ τον Αντιδήμαρχο της Ιεράς Πόλεως Μεσολογγίου και Πρόεδρο του μουσείου Βάσως Κατράκη κ. Παναγιώτη Σταράμο, τον καλλιτέχνη και μέλος του Δ.Σ κ. Μιχάλη Κότσαρη, τον δημοσιογράφο και εκδότη τοπικής εφημερίδας κ. Σπύρο Κουτσάφτη και την αρχαιολόγο κα. Μαρία Ζευγίτη, οι οποίοι συνέβαλλαν καθοριστικά στην ολοκλήρωση της έρευνας για το Μουσείο Κατράκη.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου και τον σύζυγό μου που με στήριξαν σημαντικά καθ' όλη τη διάρκεια της φοίτησής μου στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα καθώς και τις πολύτιμες φίλες μου για την υποστήριξή τους.

Περιεχόμενα

1. Εισαγωγή	1
1.1 Σκοπός και κύριοι άξονες της παρούσας διατριβής.....	2
1.2 Βασικά ερευνητικά ερωτήματα	2
1.3 Αναγκαιότητα και σπουδαιότητα της έρευνας.....	3
2. Βιβλιογραφική ανασκόπηση	4
2.1 Ο ορισμός του μουσείου.....	4
2.2 Η επίδραση του πολιτισμού στην πολιτιστική /τουριστική ανάπτυξη.....	5
2.2.1 Η έννοια του πολιτιστικού τουρισμού	5
2.2.2 Οι επιπτώσεις του πολιτιστικού τουρισμού στην κοινωνική ανάπτυξη ενός τόπου	7
2.2.3 Οι επιπτώσεις του πολιτιστικού τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη ενός τόπου	9
2.3 Ο ρόλος των μουσείων στην πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη.....	10
2.4 Τα μουσεία ως πόλοι τοπικής ανάπτυξης σε μικρές περιφερειακές πόλεις.....	13
3. Μεθοδολογία	17
3.1 Έρευνα πεδίου	17
3.2 Συνεντεύξεις	18
4. Μελέτη περίπτωσης του «Κέντρου Χαρακτικών Τεχνών – Μουσείο Βάσως Κατράκη» στο Αιτωλικό Αιτωλοακαρνανίας	20
4.1 Τοποθεσία – Γεωγραφικός χώρος	21
4.2 Ιστορική Αναδρομή. Η ζωή και το έργο της Βάσως Κατράκη.....	23
4.3 Γενικές πληροφορίες για το μουσείο Βάσως Κατράκη	25
4.3.1 Αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά του μουσείου Βάσως Κατράκη.....	26
5. Ανάλυση υλικού	28
5.1 Ανάλυση PEST	28
5.2 Ανάλυση έμμεσου εξωτερικού περιβάλλοντος (μακροπεριβάλλον).....	29
5.2.1 Το πολιτικό περιβάλλον και νομική διάσταση.....	29
5.2.2 Το μακρο-οικονομικό περιβάλλον	30
5.2.3 Κοινωνία	31
5.2.4 Πολιτιστικά αγαθά και πολιτιστικές αξίες της τοπικής κοινωνίας.....	32
5.2.5 Τεχνολογικό περιβάλλον.....	32
5.3 Ανάλυση άμεσου εξωτερικού περιβάλλοντος (μικροπεριβάλλον).....	34
5.3.1 Το κοινό του μουσείου	34

5.3.2	Συνεργάτες	35
5.3.3	Διαμορφωτές γνώμης	36
5.3.4.	Τα τοπικά ΜΜΕ και η σχέση τους με το μουσείο Κατράκη.....	36
5.3.5.	Ανταγωνιστές	37
5.4.	Ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος του μουσείου Βάσως Κατράκη	38
5.4.1	Διοίκηση	38
5.4.2	Εργαζόμενοι	38
5.4.3.	Μόνιμη συλλογή-περιοδικές εκθέσεις -εκπαιδευτικά προγράμματα.....	39
5.4.4	Συντήρηση έργων, τεχνικός εξοπλισμός.....	40
5.4.5	Ιστοσελίδα	40
5.4.6	Χρηματοδότηση	41
5.5	Ανάλυση SWOT (Δυνατά-Αδύνατα, Ευκαιρίες-Απειλές).....	42
5.5.1	Δυνατά σημεία (Strengths).....	42
5.5.2	Αδύνατα σημεία (Weaknesses).....	43
5.5.3	Ευκαιρίες (Opportunities).....	43
5.5.4	Απειλές (Threats).....	44
6.	Αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της ανάλυσης	45
6.1.	Συμπεράσματα -Προτάσεις επικοινωνιακής στρατηγικής	48

Παραρτήματα

A.	Παράρτημα Συνεντεύξεων	59
B.	Παράρτημα Βάσω Κατράκη/Εκθέσεις - Διακρίσεις	70
Γ.	Παράρτημα Εικόνων από τα έργα της Κατράκη	72
Δ.	Παράρτημα Φωτογραφιών από εκπαιδευτικά προγράμματα και εκδηλώσεις	85
E.	Παράρτημα αποκόμματα εφημερίδων	88
E.1	Βίντεο - παρουσιάσεις	90
	Βιβλιογραφία	91

Κεφάλαιο 1.

Εισαγωγή

Ο χώρος του πολιτισμού παρουσιάζει πολλές και ενδιαφέρουσες πτυχές. Μια από αυτές είναι και η διαχείριση των μουσείων. Τα μουσεία είναι ιδρύματα που λειτουργούν στο πλαίσιο της προσφοράς προς την τοπική κοινωνία, ενώ έχουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη των κοινωνιών ως μοχλοί ανάπτυξης. Πέρα από την συνεισφορά στην κοινωνία και στην οικονομία, τα μουσεία έχουν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στην εκπαίδευση και την αναβάθμιση του πνευματικού επιπέδου των πολιτών. Τέλος, τα μουσεία είναι ένας χώρος που μπορεί ο άνθρωπος να περάσει τον ελεύθερο χρόνο του (The International Council of Museums – I.C.O.M.: 1974). Από τα παραπάνω προκύπτει ότι το μουσείο είναι ένας φορέας που μπορεί να έχει σημαντικό ρόλο για μια κοινωνία. Για τον λόγο αυτό και τα μουσεία θα πρέπει να είναι σε ένα συνεχή διάλογο με την κοινωνία με στόχο την συνεργασία ώστε να υπάρχει ένα κοινό αποτέλεσμα με την μορφή της πολιτιστικής και της τουριστικής ανάπτυξης (Lord & Lord 2009: 38).

Θα πρέπει να αναφερθεί ότι για ένα ευρύ μέρος του κοινού, το μουσείο αφορά την διατήρηση και την παρουσίαση εκθεμάτων. Αυτή είναι μια αντίληψη που έχει επικρατήσει για πολλά χρόνια. Όμως, η πραγματικότητα είναι ότι τα μουσεία δεν έχουν στόχο μόνο την διατήρηση των αντικειμένων υψηλής τέχνης, αλλά η λειτουργία τους επεκτείνεται και σε άλλους τομείς που συνδέουν την δημιουργία με την οικονομία και την κοινωνία (Ambrose & Paine 2018:67). Για τον λόγο αυτό και τα μουσεία συνδέονται με την έννοια της δημιουργικής οικονομίας και γενικότερα με την πολιτιστική και στην τουριστική ανάπτυξη σε ένα τόπο, που είναι και το αντικείμενο της παρούσης εργασίας.

Η συγκεκριμένη διατριβή αρχικά επιχειρεί να εξετάσει τον ρόλο των μουσείων σε παγκόσμιο, εθνικό και τοπικό επίπεδο. Προσδοκεί να διερευνήσει την πολιτιστική διαχείριση, την επικοινωνιακή στρατηγική των μουσείων και την προσφορά τους στην

τοπική βιώσιμη ανάπτυξη. Αρχικά, θα παρουσιαστεί το θεωρητικό υπόβαθρο στο οποίο βασίζεται και διεξάγεται η έρευνα. Στη συνέχεια, ακολουθεί το ερευνητικό μέρος της έρευνας και επελέγη ως μελέτη περίπτωσης το Κέντρο Χαρακτικών Τεχνών – Μουσείο Βάσως Κατράκη στο Αιτωλικό.

1.1 Σκοπός και κύριοι άξονες της παρούσας διατριβής

Σκοπός της παρούσας διατριβής είναι να προσεγγίσει την έννοια των μουσείων και τον ρόλο που παίζουν στην πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη σε μικρές περιφερειακές πόλεις. Να διερευνηθεί η επικοινωνιακή πολιτική του Κέντρου Χαρακτικών Τεχνών - Μουσείο Βάσως Κατράκη. Επίσης, να διατυπωθούν εναλλακτικές προτάσεις επικοινωνιακής πολιτικής που μπορούν να συμβάλλουν στην βελτίωση της εικόνας του μουσείου και της σύνδεσής του με την ανάπτυξη της περιοχής.

Το μουσείο Κατράκη είναι ένας πολιτιστικός οργανισμός ο σκοπός του οποίου είναι η προβολή και ανάδειξη της χαρακτηριστικής τέχνης, η προώθηση της εκπαίδευσης, της έρευνας και της επικοινωνίας με το κοινό του. Δεδομένου ότι στην περιοχή αλλά και σε όλη την ελληνική επικράτεια δεν υπάρχει μουσείο αμιγώς χαρακτηριστικής τέχνης, τα προσδοκώμενα αποτελέσματα της παρούσας εργασίας αποβλέπουν στην αξιοποίηση και ανάδειξη του μουσείου ώστε μέσα από στοχευμένες στρατηγικές επικοινωνίας το μουσείο Κατράκη να αποτελέσει κλειδί για την τοπική ανάπτυξη.

1.2 Βασικά ερευνητικά ερωτήματα

Ένα βασικό ερευνητικό ερώτημα αφορά το πώς οι αρμόδιοι θα βελτιώσουν την εικόνα του μουσείου Κατράκη και θα αναδείξουν τη δυναμική του, αποβλέποντας στη βιωσιμότητα του μουσείου και στην συμβολή του στην πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

Τα επιμέρους ερευνητικά ερωτήματα αφορούν τα εξής:

1) Πώς μπορεί το μουσείο να αναδείξει στον επισκέπτη, με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, τα εκθέματά του και τις δραστηριότητές του. Να βελτιώσει τις εγκαταστάσεις, τον τεχνολογικό εξοπλισμό, τα προγράμματα, την επικοινωνία με το κοινό.

2) Πώς δύναται το μουσείο να αυξήσει τους πόρους του και με ποιούς τρόπους

3) Ποια είναι η συμβολή του μουσείου στην αναπτυξιακή διαδικασία και ποια η αλληλεπίδραση του με την πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη του τόπου.

1.3 Αναγκαιότητα και σπουδαιότητα της έρευνας

Υπάρχει αναγκαιότητα της έρευνας διότι το Κέντρο Χαρακτικών Τεχνών- Μουσείο Βάσως Κατράκη δεν έχει αποτελέσει ως τώρα αντικείμενο μελέτης-βιβλιογραφικό κενό. Επίσης, παρουσιάζει σχετική εσωστρέφεια με ελλιπή επικοινωνιακή πολιτική και γίνεται πλέον αντιληπτή η υπολειτουργία του, γεγονός που αποδεικνύεται από την μικρή επισκεψιμότητα και την έλλειψη προσωπικού.

Κεφάλαιο 2.

Βιβλιογραφική ανασκόπηση

2.1 Ο ορισμός του μουσείου

Παραδοσιακά, η κύρια λειτουργία των μουσείων είναι η συγκέντρωση, η διατήρηση και η μελέτη αντικειμένων τέχνης (Gilmore & Rentschler 2002:747). Ως προς τον ορισμό του τι είναι ένα μουσείο υπάρχουν διαφορετικές θεωρίες και προσεγγίσεις για την έννοια του μουσείου που συχνά αναδεικνύουν τον εκπαιδευτικό και επικοινωνιακό ρόλο των μουσείων, όπου ο εκπαιδευτικός ρόλος των μουσείων έχει χαρακτηριστεί ως η κύρια λειτουργία τους (Griffin & Abraham 1999: 47-9, Hooper-Greenhill 2007:125-7). Ακόμα, παρόλο που υπάρχουν πολλοί ορισμοί, ο ορισμός που χρησιμοποιείται από το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων (ICOM) αναφέρεται συνήθως στις περισσότερες μουσειακές μελέτες και έχει ειπωθεί ότι επηρεάζει ιδιαίτερα τους άλλους ορισμούς του τι είναι ή θα έπρεπε να είναι ένα μουσείο (Ljung 2009:78). Ως εκ τούτου, χρησιμοποιείται σε αυτή τη διατριβή όπου το μουσείο ορίζεται ως ένας μη κερδοσκοπικός και μόνιμος οργανισμός στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξής της, ανοικτό στο κοινό, που αποκτά, συντηρεί, ερευνά, επικοινωνεί και εκθέτει την απτή και άυλη κληρονομιά της ανθρωπότητας και το περιβάλλον της για σκοπούς εκπαίδευσης, μελέτης και ψυχαγωγίας. Κατά καιρούς υπάρχουν αλλαγές στην άποψη του κοινού για τον ρόλο του μουσείου, ενώ με την πάροδο του χρόνου έχει επίσης αλλάξει η αντίληψη που υπάρχει σε σχέση με την λειτουργία και το αντικείμενο των μουσείων, όπου τα μουσεία δεν περιορίζονται μόνο στον εκπαιδευτικό τους ρόλο, αλλά λειτουργούν και ως εργαλείο κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης για μια κοινωνία (Gilmore & Rentschler 2002: 748).

Αν και σήμερα ο αριθμός των μουσείων ανά τον κόσμο συνεχίζει να αυξάνεται, ο ανταγωνισμός από άλλους χώρους που παρέχουν πολιτιστική εκπαίδευση και

ψυχαγωγία (όπως είναι τα θεματικά πάρκα) προκαλεί τον εκσυγχρονισμό των μουσείων αλλά και την λειτουργία τους με έμφαση στην εξυπηρέτηση των πολιτών. Ως αποτέλεσμα, τα μουσεία έχουν μετατοπίσει την εστίασή τους από τη μελέτη συλλογών στο να επικεντρωθούν στις υπηρεσίες με στόχο το να μπορέσουν να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες του κοινού τους, αλλά και να βελτιώσουν την εικόνα τους έτσι ώστε να ελκύσουν το ενδιαφέρον των πιθανών χορηγών και χρηματοδοτών τους (Gilmore & Rentschler 2002:748-9).

Από τα παραπάνω στοιχεία είναι εμφανές ότι ο ρόλος των μουσείων τα τελευταία χρόνια έχει αλλάξει. Ενώ για πολλά χρόνια η λειτουργία τους συνδεόταν με την διατήρηση και την οργάνωση των συλλογών τους, στο σύγχρονο περιβάλλον το μουσείο έχει αποκτήσει ένα πιο δυναμικό ρόλο όπου είναι στο επίκεντρο της κοινωνικής και της οικονομικής ανάπτυξης.

2.2 Η επίδραση του πολιτισμού στην πολιτιστική/τουριστική ανάπτυξη

2.2.1 Η έννοια του πολιτιστικού τουρισμού

Ο τουρισμός αναδείχτηκε την δεκαετία του 1980 και 1990 ως η ταχύτερα αναπτυσσόμενη βιομηχανία και σημαντικότερος παράγοντας δημιουργίας θέσεων εργασίας σε παγκόσμιο επίπεδο. Ένα σημαντικό στοιχείο του τουρισμού που συνείσφερε και στην ραγδαία ανάπτυξη του ήταν η σύνδεση του με κατανάλωση πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών κάθε είδους (Πασχαλίδης και Χαμπούρη-Ιωαννίδου 2002:235). Σε πολλές περιπτώσεις γνωστοί προορισμοί, όπως το Παρίσι, το Λονδίνο, οι πόλεις της Ιταλίας και η Αθήνα έχτισαν το τουριστικό τους προϊόν γύρω από τα πολιτιστικά αγαθά που είχαν να προσφέρουν στον επισκέπτη. Είναι γνωστό ότι οι τουρίστες που έρχονται στην Αθήνα σε μεγάλο βαθμό την επισκέπτονται για να δουν την Ακρόπολη και το Μουσείο της Ακρόπολης. Επίσης, οι επισκέπτες στο Παρίσι κατά ένα μεγάλο βαθμό το επισκέπτονται για να θαυμάσουν το Λούβρο, το Πύργο του Άιφελ,

το κέντρο Πομπιντού και άλλους πολιτιστικούς χώρους που έχει αυτή η πόλη. Οπότε σε μεγάλο βαθμό, η τουριστική βιομηχανία συμπεριελάμβανε κατά ένα μεγάλο βαθμό δραστηριότητες που συνδέονται με την προαγωγή των πολιτιστικών μνημείων που έχει μια πόλη.

Τα τελευταία χρόνια και στο πλαίσιο της ανάπτυξης της αιφόρου τουριστικής ανάπτυξης, έχει δοθεί μεγάλη σημασία στον πολιτιστικό τουρισμό. Θα πρέπει να αναφέρουμε ότι ο πολιτιστικός τουρισμός ως μορφή τουριστικής δραστηριότητας υπάρχει ήδη από την αρχαιότητα, όπως ήταν οι Ρωμαίοι περιηγητές που επισκεπτόντουσαν την Ελλάδα και την Παλαιστίνη, και εξακολουθεί να υπάρχει ως και σήμερα. Βάση της μακραίωνης παράδοσης του, ο πολιτισμικός τουρισμός ορίζεται ως η επίσκεψη σε συγκεκριμένους χώρους, μνημεία ή εκδηλώσεις πολιτιστικού ενδιαφέροντος και αξίας. Οι χώροι ενδιαφέροντος του πολιτιστικού τουρισμού μπορεί να συμπεριλαμβάνουν ακόμα και αρχαιολογικά μουσεία, χώροι ιδιαίτερου αρχιτεκτονικού ενδιαφέροντος, λατρευτικοί χώροι, φεστιβάλ μουσικής κλπ (Πασχαλίδης και Χαμπούρη-Ιωαννίδου 2002:236-237).

Σύμφωνα με τους Παυλογεωργάτο και Κωνσταντόγλου (2002:62) ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μια ευρεία έννοια και για το λόγο αυτό είναι δύσκολο να οριστεί. Επίσης είναι ασαφές και το μέγεθος της αγοράς του πολιτιστικού τουρισμού. Παρόλες τις δυσκολίες που έχει η διαδικασία απόδοσης ενός σαφούς ορισμού, οι Παυλογεωργάτος και Κωνσταντόγλου (2002:64) αφού παρέχουν μια σειρά από ορισμούς που έχουν παρθεί από την διεθνή βιβλιογραφία, αναφέρουν ότι ο πολιτισμικός τουρισμός ορίζεται αρχικά ως η επίσκεψη σε χώρους με πολιτιστικό ενδιαφέρον (πχ. ένας αρχαιολογικός χώρος) αλλά και η παρακολούθηση των στοιχείων που συνθέτουν την κουλτούρα και τον πολιτισμό ενός προορισμού όπως είναι οι παραδοσιακοί χώροι. Στο σημείο αυτό όμως τίθεται ένα ζήτημα που είναι το γεγονός ότι τα παραπάνω στοιχεία είναι σχεδόν σε όλες τις προσφορές τουριστικών προϊόντων. Για παράδειγμα, μπορεί κάποιος τουρίστας που θα έρθει στην Ελλάδα κυρίως για διασκέδαση να συμπεριλάβει και μια επίσκεψη σε ένα αρχαιολογικό μνημείο. Παρόλα αυτά, αυτό δεν σημαίνει ότι μπορεί να θεωρηθεί ότι τουριστική δραστηριότητα υπάγεται στο πλαίσιο του πολιτιστικού τουρισμού. Για το λόγο αυτό οι Παυλογεωργάτος και Κωνσταντόγλου (2002:66) αναφέρουν ότι σημαντικό στοιχείο του πολιτιστικού τουρισμού είναι το ότι ο βασικός σκοπός του ταξιδιού είναι δραστηριότητες που σχετίζονται με τον πολιτισμό. Οπότε καταλήγουμε ότι η έννοια του πολιτιστικού τουρισμού αφορά τις τουριστικές

δραστηριότητες που σχετίζονται με την αλληλεπίδραση με το πολιτιστικό κεφάλαιο που έχει ένας προορισμός και που αυτή η αλληλεπίδραση αποτελεί το βασικό σκοπό του ταξιδιού.

Θα πρέπει, τέλος, να αναφέρουμε ότι αν και ο πολιτιστικός τουρισμός, εκ ορισμού, αποτελεί μια από τις θεμελιώδεις μορφές τουριστικής δραστηριότητας, πολλές από τις τουριστικά ανεπτυγμένες χώρες τον αμέλησαν για πολλά χρόνια δίνοντας έμφαση στον μαζικό τουρισμό (Debes 2011:238). Στο σημείο αυτό συμφωνούν και οι Παυλογεωργάτος και Κωνσταντόγλου (2002:81-2) που αναφέρουν ότι στην περίπτωση της Ελλάδας επικρατεί ο μαζικός τουρισμός και οι όποιες ενέργειες προς την κατεύθυνση του πολιτιστικού τουρισμού είναι σποραδικές και δεν έχει γίνει αποδοτική ερμηνεία των πολιτιστικών πόρων της Ελλάδας. Τέλος, το είδος των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα έχουν μέσο ή χαμηλό εισόδημα και χαμηλό μορφωτικό επίπεδο και δεν ενδιαφέρονται για τα πολιτιστικά αγαθά της Ελλάδας. Οπότε, θα πρέπει η έννοια του πολιτιστικού τουρισμού να γίνει πιο ξεκάθαρη αλλά και κατανοητή από τους φορείς πολιτιστικής και τουριστικής πολιτικής στη Ελλάδα ώστε να μπορεί να έχει πρωτεύον ρόλο στην τουριστική αναβάθμιση της Ελλάδας.

2.2.2 Οι επιπτώσεις του πολιτιστικού τουρισμού στην κοινωνική ανάπτυξη ενός τόπου.

Η τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα επηρέασε καθοριστικά ορισμένα από τα στοιχεία της κοινωνικής δομής που θεωρούνται αντιπροσωπευτικές παράμετροι της σταθερότητας όπως οι κοινωνικές σχέσεις και η συμμετοχή των κατοίκων σε δραστηριότητες που αναδείκνυαν τις πολιτισμικές ιδιαιτερότητες μιας περιοχής. Η άκρκτη και δίχως σχεδιασμό τουριστική ανάπτυξη έφερε μια απότομη αστικοποίηση των κοινωνιών αυτών. Μάλιστα σε έρευνες που έγιναν στην Σέριφο και την Ίο οι κάτοικοι των νησιών αυτών ανέφεραν ότι (α) τα οικονομικά συμφέροντα, ως αποτέλεσμα του μαζικού τουρισμού, προκάλεσαν αντιζηλίες και ανταγωνισμό ανάμεσα στους κατοίκους και (β) η έλλειψη της παλιάς οικειότητας και αλληλεγγύης έφεραν αρνητικές συνέπειες για την κοινωνική συνοχή (Τσάρτας 2010:272).

Το αποτέλεσμα είναι οι κοινωνίες αυτές τα τελευταία χρόνια να επιζητούν όλο και περισσότερο ένα εναλλακτικό μοντέλο οικονομικής ανάπτυξης που θα σέβεται την πολιτιστική τους κληρονομιά. Σε πολλές περιπτώσεις οι ίδιες οι κοινωνίες στράφηκαν εναντίων του μαζικού τουρισμού και μετέφεραν την εστίαση τους προς τις ηπιότερες μορφές τουρισμού και σε πολλές περιπτώσεις προς τον πολιτιστικό τουρισμό. Η στροφή προς τον πολιτιστικό τουρισμό έχει πολλά οφέλη, ειδικά σε περιοχές που έχουν σημαντικό πολιτιστικό κεφάλαιο. Καταρχάς οι ίδιοι οι κάτοικοι ως γνώστες της παράδοσης και του πολιτισμού τους είναι σε θέση να κατανοήσουν και να προσαρμόσουν τα τουριστικά πακέτα των περιοχών τους ώστε να εστιάζουν στο πολιτιστικό τους πλούτο. Επίσης, ο πολιτιστικός τουρισμός έχει ως σημείο αναφοράς τουρίστες που διαθέτουν όχι μόνο υψηλά εισοδήματα αλλά και έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο πράγμα που τους επιτρέπει όχι μόνο να μπορέσουν να κατανοήσουν άμεσα τον πολιτιστικό πλούτο που έχει ένας προορισμός αλλά και να τον σεβαστούν (Lesli 2009: 284). Ένα από τα βασικά προβλήματα του μαζικού τουρισμού είναι ότι οι τουρίστες αυτοί συχνά όχι μόνο δεν σέβονται ή δεν κατανοούν την αξία του πολιτισμού που έχει ένας προορισμός αλλά συχνά και προβαίνουν και σε πράξεις όπως στην καταστροφή μνημείων ή γενικά σε συμπεριφορές που δείχνουν άγνοια ως και έπαρση σε σχέση με τον πολιτισμό που έχει ένας προορισμός.

Σημαντική είναι και η επίδραση στην συνοχή της τοπικής κοινωνίας. Το γεγονός ότι οι δραστηριότητες του πολιτιστικού τουρισμού γίνονται με τρόπο που να σέβονται την πολιτική κληρονομιά ενός τόπου, έχει ως αποτέλεσμα το να μειωθούν οι εντάσεις μέσα στην κοινωνία αλλά και να υπάρχει σημαντική αποδοχή του τουρισμού από την τοπική κοινωνία. Επίσης, ο πολιτιστικός τουρισμός βοηθάει σημαντικά στην αύξηση της γνώσης που έχουν οι κάτοικοι μιας κοινωνίας για την πολιτιστική κληρονομιά του τόπου τους (Τσάρτας 2010:273). Η έρευνα του Miller (2001) έδειξε ότι σε όσες περιοχές αναπτύχθηκε ο πολιτιστικός τουρισμός υπήρξε αύξηση των δραστηριοτήτων και του ενδιαφέροντος των νέων ανθρώπων για τα πολιτιστικά αγαθά του τόπου τους. Οπότε κρίνεται ότι ο πολιτιστικός τουρισμός έχει να προσφέρει μόνο θετικά σε ένα προορισμό που θα αποφασίσει να στραφεί προς αυτή την μορφή ανάπτυξης.

2.2.3 Οι επιπτώσεις του πολιτιστικού τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη ενός τόπου

Η έννοια της οικονομικής ανάπτυξης εμπεριέχει το στοιχείο της εξέλιξης. Επιχειρώντας την οικονομική ανάπτυξη οφείλουμε να αναλύσουμε τις μεταβαλλόμενες συνθήκες και να προσαρμοστούμε βρίσκοντας τρόπο να πετύχουμε το βέλτιστο δυνατό ξεπερνώντας ξεπερασμένες ή προβληματικές δομές που εμποδίζουν την ανάπτυξη (Λεάνδρος 2012:128).

Είναι σαφές ότι η αύξηση του τουριστικού ρεύματος σε ένα προορισμό έχει θετικές οικονομικές επιδράσεις όπως είναι η αύξηση του ΑΕΠ της περιοχής και η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Μόνο στην Ελλάδα, η απασχόληση στον τουριστικό τομέα εκτιμάται ότι ανέρχεται κοντά στο 10% της συνολικής απασχόλησης. Παρόλη την αυξητική τάση των τουριστικών εισροών, οι εισπράξεις των μουσείων και των υπόλοιπων πολιτιστικών χώρων στην Ελλάδα είναι ιδιαίτερα χαμηλές (Παυλογεωργάτος και Κωνσταντόγλου 2002:73). Γεγονός είναι ότι η αύξηση των αφίξεων από τουρίστες που θα έρθουν με κύριο στόχο την επίσκεψη πολιτιστικών μνημείων, στο πλαίσιο του πολιτιστικού τουρισμού, θα έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση των εισπράξεων στα μουσεία και σε άλλους πολιτιστικούς χώρους. Αυτό σημαίνει ότι οι πολιτιστικοί φορείς θα έχουν περισσότερα έσοδα και θα μπορούν να κινηθούν προς την αξιοποίηση αυτών των εσόδων μέσω έργων συντήρησης και κάνοντας προσλήψεις σε επιστημονικό προσωπικό. Οπότε, είναι εμφανές το όφελος τόσο για τους πολιτιστικούς οργανισμούς αλλά και για την κοινωνία γενικά.

Θα πρέπει να αναφερθεί ένα σημαντικό όφελος, σε σχέση με τον μαζικό τουρισμό, που είναι ότι πολλοί χώροι πολιτισμού όπως μουσεία και αρχαιολογικοί χώροι μπορεί να λειτουργούν καθόλη την διάρκεια του χρόνου. Αντίθετα ο φτηνός / μαζικός τουρισμός παρουσιάζει σημαντικό βαθμό εποχικότητας με έμφαση κυρίως τον Αύγουστο (Παυλογεωργάτος και Κωνσταντόγλου 2002:75) ενώ ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να επεκταθεί και στους υπόλοιπους μήνες του χρόνου αρκεί να γίνει η σωστή διαχείριση του (Τσάρτας 2010:275). Αυτό σημαίνει ότι μέσω του πολιτιστικού τουρισμού μπορεί ένας προορισμός να έχει τουρισμό όλο το χρόνο και φυσικά να εξασφαλίσει και εισοδήματα καθόλη την διάρκεια του χρόνου, κάτι που είναι ένα σημαντικό πλεονέκτημα για τους Ελληνικούς προορισμούς που έχουν να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα της εποχικότητας του τουρισμού.

Τέλος, θα πρέπει να αναφερθεί ότι η αυξανόμενη οικονομική σημασία του πολιτιστικού τουρισμού φαίνεται και από έρευνες που έχουν γίνει στην Ε.Ε. και δείχνουν ότι η ζήτηση για τον πολιτιστικό τουρισμό αυξάνεται κάθε χρόνο κατά 15%, αποτελεί το 37% των συνολικών τουριστικών ταξιδιών ενώ πολλές πόλεις βασίζονται για την τουριστική τους ανάπτυξη πλέον στον πολιτιστικό τουρισμό (Πασχαλίδης και Χαμπούρη-Ιωαννίδου 2002:237), πράγμα που δείχνει το πόσο σημαντικός είναι από οικονομικής άποψης για την ανάπτυξη των πόλεων αυτών.

2.3 Ο ρόλος των μουσείων στην πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη

Η πολιτιστική κληρονομιά έχει άμεση σχέση με την τοπική ανάπτυξη ενός τόπου και εντάσσεται σε αυτή καθώς προσφέρει οικονομικά και κοινωνικά οφέλη. Τα πολιτιστικά στοιχεία του τόπου και ιδιαίτερα τα μνημεία ενός πολιτισμού και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις είναι από μόνα τους σημαντικά κι αναγνωρίσιμα γεγονότα σε εθνικό και διεθνές επίπεδο με αποτέλεσμα η περιοχή να γίνεται πόλος έλξης για μεγάλες μερίδες πληθυσμού που έχουν πολιτιστικά και τουριστικά ενδιαφέροντα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι τουρίστες να επισκέπτονται τον τόπο καταγωγής ή φιλοξενίας του αντικειμένου της πολιτιστικής κληρονομιάς και να συμβάλλουν στην τοπική ανάπτυξη, οικονομικά και κοινωνικά. Τα οικονομικά οφέλη από τη μία φαίνονται ως μέρη των εσόδων από την επίσκεψη των τουριστών σε μνημεία, μουσεία και χώρους εκδηλώσεων πολιτιστικού ενδιαφέροντος οι οποίοι έχουν συγκεκριμένο κόστος για την είσοδο ενώ οι λοιπές χρηματικές συναλλαγές οι οποίες γίνονται κατά την παραμονή του ατόμου στο μουσείο και στην περιοχή όπως για παράδειγμα η εστίαση, η διαμονή και η μετακίνηση είναι επίσης σημαντικά (Ruijgrok 2006:206-209).

Επιπλέον, υπάρχουν οφέλη για την τοπική κοινωνία καθώς δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας και μέσα από την αύξηση της επισκεψιμότητας ο τόπος αναπτύσσεται με αποτέλεσμα να παρατηρείται μία γενικότερη αναζωογόνηση του συνόλου της πόλης και συγκεκριμένων περιοχών (Κόνσολα και Καραχάλης 2010:2).

Επίσης, έχουν εντοπιστεί εκείνες οι τακτικές που είναι απαραίτητες για ένα αποτελεσματικό μάρκετινγκ στον τομέα των ειδικών μορφών τουρισμού κάτι το οποίο δείχνει ότι η διοργάνωση συγκεκριμένων πολιτιστικών εκδηλώσεων έχει θετικές επιπτώσεις στην οικονομία καθώς παράγεται νέο χρήμα και δημιουργούνται νέες πηγές εσόδων στην αγορά οι οποίες επηρεάζουν το χώρο εργασίας, τους φόρους και τα χρέη της περιοχής. Έτσι επέρχεται ανάπτυξη και συνένωση νέων δραστηριοτήτων και προγραμμάτων που ευνοεί ένα χώρο υποδοχής ο οποίος γίνεται πόλος έλξης τουριστών και τονώνει την οικονομία.

Οι ενέργειες λοιπόν αυτές επιφέρουν κοινωνικά οφέλη για μία περιοχή καθώς μέσα από την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας μπορούν να μειωθούν οι κοινωνικές ανισότητες και να δημιουργηθεί ένας θετικός ανταγωνισμός ο οποίος θα στοχεύει στην καλύτερη προβολή, επικοινωνία και διατήρηση αλλά και προστασία των πολιτιστικών αγαθών. Η προστασία των πολιτιστικών αγαθών γίνεται αντιληπτή στην περίπτωση διοργάνωσης πολιτιστικών εκδηλώσεων στις οποίες δημιουργείται μία προβολή του τοπικού προϊόντος στον τόπο υποδοχής με αποτέλεσμα ο τόπος υποδοχής να κάνει μεγαλύτερη προσπάθεια προκειμένου να διοργανώνει αντίστοιχες εκδηλώσεις και να εξασφαλίζει την άριστη οργάνωσή τους. Αυτές οι πρακτικές ικανοποιούν τους ντόπιους κατοίκους οι οποίοι βιώνουν την σημασία που έχει η προβολή του πολιτιστικού προϊόντος και έρχονται σε επαφή με τον πολιτισμό και την τέχνη προβάλλοντας τα προϊόντα τα οποία οι ίδιοι δημιουργούν και δίνοντας ένα επιπλέον κίνητρο στους τουρίστες να αναζητήσουν και να ενημερωθούν για τις νέες πολιτιστικές εκδηλώσεις της περιοχής και να επισκεφτούν τον τόπο διοργάνωσης. Έτσι λοιπόν γίνεται η τοπική ανάπτυξη σε πολιτιστικό και οικονομικό επίπεδο και προβάλλεται η κάθε πόλη (Κόνσολα και Καραχάλης 2010: 2)

Επιπρόσθετα, ένας τομέας ο οποίος επηρεάζεται από την καλή διαχείριση των πολιτιστικών στοιχείων σε μια περιοχή είναι ο εκπαιδευτικός τομέας καθώς πολλές ομάδες και οργανισμοί συμμετέχουν στο πολιτιστικό προϊόν ενώ ο καλλιτεχνικός τομέας προωθεί την καινοτομία και επανεκτιμά την καλλιτεχνική έκφραση ενισχύοντας ταυτόχρονα την εσωτερική συνοχή, την υπερηφάνεια και την ταυτότητα. Με βάση τη διεθνή εμπειρία φαίνεται ότι η οικονομική διάσταση που έχουν τα πολιτιστικά αγαθά και ο τρόπος που τα αγαθά αυτά συνεισφέρουν στην τοπική ανάπτυξη έχει μελετηθεί εκτενώς. Τα πολιτιστικά αγαθά και τα περισσότερα αγαθά τα οποία ανήκουν σε έναν τόπο που αποκτούν σήμερα σημαντική οικονομική αξία καθώς με τους κατάλληλους

χειρισμούς και το πολιτιστικό μάνατζμεντ μπορούν να αποφέρουν έσοδα σε μία τοπική κοινωνία και σημαντικά οφέλη στην πόλη με ταυτόχρονη ανάπτυξη στον κοινωνικό και οικονομικό τομέα. Αναφορικά με την κοινωνία πρέπει να ειπωθεί ότι ο πολιτισμός συνεισφέρει στην καλλιέργεια, την κοινωνική συνοχή και την μείωση της φτώχειας ενώ μειώνει σημαντικά τον κοινωνικό αποκλεισμό και στηρίζει τα μικρότερα αστικά κέντρα διαδίδοντας και καλλιεργώντας το αίσθημα του σεβασμού και της προστασίας για το πολιτιστικό προϊόν και την πολιτιστική κληρονομιά. Έτσι διάφορες περιοχές μπορούν να προβούν σε διαδικασίες διαχείρισης, προστασίας και προβολής της πολιτιστικής κληρονομιάς δημιουργώντας ένα οργανωμένο σχέδιο το οποίο μπορεί να προσελκύσει πολιτιστικό τουρισμό και την ίδια στιγμή να αυξήσει την ροή τουριστών στην πορεία των ετών βελτιώνοντας την ανταγωνιστικότητα του τόπου (Κόνσολα και Καραχάλης 2010: 5).

Έτσι ο πολιτισμός χαρακτηρίζεται ως παράγοντας μεγάλης σημασίας για την πολιτιστική ανάπτυξη ενός τόπου και έχει γίνει ένας ενδιαφέρον τομέας επιστήμης και έρευνας ιδιαίτερα κατά τις τελευταίες δεκαετίες με την εφαρμογή συγκεκριμένων πολιτιστικών και τουριστικών δραστηριοτήτων προκειμένου οι πόλεις και οι κωμοπόλεις να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα που επηρεάζουν το περιβάλλον τους σε μικροοικονομικό και μακροοικονομικό επίπεδο.

Η εφαρμογή πολιτιστικής πολιτικής αποτελεί ένα εργαλείο για την ανάπτυξη των πόλεων και μπορεί να επεκταθεί σε διάφορους οικονομικούς τομείς όπως ο τουρισμός, ο αθλητισμός και ο ελεύθερος χρόνος καθώς και οι τέχνες και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης περιλαμβάνοντας ποικιλία δραστηριοτήτων όπως ο σχεδιασμός, η αρχιτεκτονική, η τοπική ιστορία και η ψυχαγωγία αλλά και η γενικότερη εικόνα της πόλης στο εξωτερικό περιβάλλον. Έτσι έχουν γίνει ευρέως διάφορες πρωτοβουλίες σε σχέση με την αναζωογόνηση ενός τόπου αλλά και την ανάπτυξη μέσα από τη χρήση ειδικών στρατηγικών με στόχο ο πολιτισμός να αποτελέσει ένα εργαλείο μέσα από διαδικασίες διαχείρισης που θα βοηθήσει τις αδυναμίες και τα προβλήματα του πολιτιστικού περιβάλλοντος να αλλάξουν εστιάζοντας στην ανάλυση του κάθε τομέα υλοποίησης δράσης στοχεύοντας στις κατάλληλες συνθήκες ανάπτυξης οι οποίες θα αποφέρουν τα αναμενόμενα οφέλη στην πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη του τόπου (Deffner et al. 2009: 57-60). Φαίνεται λοιπόν ότι πρέπει να γίνει επανεκτίμηση του ρόλου των μουσείων η οποία θα αναπτυχθεί παράλληλα με τις αλλαγές στη διαχείριση των μουσείων καθώς τα μουσεία αποτελούν οργανισμούς, οι οποίοι

λειτουργούν παράλληλα σαν κέντρα πολιτισμού αλλά και σαν εκθεσιακοί χώροι με βασικές δραστηριότητες που έχουν υψηλή προτεραιότητα. Ως εκ τούτου ο εσωτερικός χαρακτήρας που έχουν τα μουσεία είναι εκείνος ενός περιβάλλοντος που έχει μία περίπλοκη δομή συμπεριλαμβανομένης της πτυχής της εμπορικής δραστηριότητας.

2.4 Τα μουσεία ως πόλοι τοπικής ανάπτυξης σε μικρές περιφερειακές πόλεις

Ο πολιτιστικός τουρισμός θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική κατηγορία του τουρισμού και περιλαμβάνει τις κινήσεις ατόμων που έχουν ως κίνητρο τον πολιτισμό όπως για παράδειγμα τις εκδρομές προκειμένου να γνωρίσουν έναν τόπο. Έτσι οι επισκέπτες συμμετέχουν σε καλλιτεχνικές εκδηλώσεις και πολιτιστικές εκδρομές ενώ ταξιδεύουν και σε φεστιβάλ και άλλες εκδηλώσεις επισκεπτόμενοι χώρους και μνημεία και ταξιδεύοντας για να μελετήσουν την φύση και την λαογραφία. Ο πολιτιστικός τουρισμός ως υποσύνολο του τουρισμού βασίζεται στην νοσταλγία για το παρελθόν και την επιθυμία του ατόμου να βιώσει και να γνωρίσει πολιτιστικά τοπία και στοιχεία. Ως εκ τούτου τα αντικείμενα και οι παραδόσεις τα οποία ένας τόπος έχει κληρονομήσει από το παρελθόν όπως τα κτίρια και τα αντικείμενα αποτελούν για έναν τόπο ή μία μικρή περιφερειακή πόλη, σημαντικό τμήμα της πολιτιστικής του κληρονομιάς. Τα τελευταία χρόνια ο τουρισμός έχει αποτελέσει ένα σημαντικό εργαλείο μάρκετινγκ προκειμένου να προσελκυσθούν επισκέπτες οι οποίοι θέλουν να εμπλουτίσουν τις τουριστικές τους εμπειρίες. Η σημασία της κληρονομιάς για τις μικρές περιφερειακές πόλεις καθίσταται εμφανής σε όλο τον κόσμο καθώς ο τουρίστας μπορεί να γνωρίσει μουσεία και gallery αλλά και ιστορικά κτίσματα και πολιτιστικά κέντρα τα οποία μπορούν να αυξήσουν τα έσοδα της περιοχής εκμεταλλευόμενα την ακόρεστη ζήτηση για νέα προϊόντα στην τουριστική βιομηχανία. Έτσι ένα μουσείο στην υπηρεσία της κοινωνίας μπορεί να αναπτυχθεί ανοίγοντας τις πύλες του στο κοινό και γνωρίζοντας του την έρευνα και την επικοινωνία με στόχο την εκπαίδευση και την απόλαυση για τον άνθρωπο. Κατά συνέπεια λοιπόν τις τελευταίες δεκαετίες δημιουργούνται συγκεκριμένες περιοχές πολιτιστικής κληρονομιάς οι οποίες έχουν ιδιαίτερο ρόλο στην

τουριστική βιομηχανία. Οι περιοχές αυτές μπορεί να λειτουργούν σε εμπορικές γραμμές και τα μουσεία να αποτελέσουν κερδοσκοπικές ενώσεις που είναι αφιερωμένες στην διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς μαζί με άλλους τόπους πολιτιστικής κληρονομιάς οι οποίοι βασίζονται στην ιστορία των συγκεκριμένων μικρών πόλεων. Οι περιοχές αυτές μπορεί να υιοθετήσουν στρατηγικές οι οποίες θα αφορούν στη διατήρηση των εσόδων από τους επισκέπτες πέρα από τις περιπτώσεις όπου πρέπει να υπάρχει και χρηματοδότηση των επισκέψεων. Τα μουσεία στις περιοχές αυτές συχνά υποστηρίζονται από ευεργέτες και ιδρύματα και είναι προσβάσιμα με δημόσια μέσα μεταφοράς και ιδιωτικό αυτοκίνητο ενώ γίνονται γνωστά σε υπερτοπικό επίπεδο (Prideaux & Kininmont 1999: 299-300).

Τα μουσεία τα οποία βρίσκονται σε μικρές πόλεις συχνά είναι προσβάσιμα μόνο με το αυτοκίνητο, με αποτέλεσμα να λαμβάνουν μικρή βοήθεια από την κυβέρνηση. Στα μουσεία αυτά λειτουργεί πολύ ο εθελοντισμός και σε κάποιες περιπτώσεις διατηρούν την προβολή τους ερασιτεχνικά ξεφεύγοντας από τις κλασσικές συνθήκες των μουσείων που λειτουργούν στις πόλεις, με βάση την καλή θέληση των τοπικών ευεργετών και τις χορηγίες από τις τοπικές επιχειρήσεις. Οι παροχές αυτές οι οποίες είναι ιδιαίτερα σημαντικές είναι η αρχή της λειτουργίας των μουσείων για τις μικρές πόλεις και ενσωματώνουν τα τοπικά χαρακτηριστικά δημιουργώντας ένα ανανεωμένο ενδιαφέρον για την κληρονομιά και προσφέροντας μία γνωριμία με το τοπικό κεφάλαιο της πόλης.

Έτσι ο πολιτισμός και οι μικροί πολιτιστικοί οργανισμοί αυτοί με τις δραστηριότητές τους αποτελούν το λίθο για την εδραίωση των αξιών που θα φέρουν τη βιώσιμη ανάπτυξη σε μία μικρή πόλη. Αυτό είναι το αποτέλεσμα των σχέσεων που δημιουργούνται στο κοινωνικό πεδίο με την σύνδεση του άνθρωπου με τον πολιτισμό, κάτι το οποίο αποτελεί μία ξεκάθαρη κοινωνική δημιουργία. Ωστόσο κοινωνική δημιουργία είναι και η οικονομία ως μία μορφή οργάνωσης και συνεπώς το πολιτιστικό και το πολιτισμικό στοιχείο εφάπτονται όλων αυτών των πεδίων (Πούλιος et al. 2015: 17).

Ως εκ τούτου ο σύγχρονος μουσειακός θεσμός για τις μικρές πόλεις έχει αποκτήσει κεντρικό ρόλο τα τελευταία χρόνια και του αποδίδονται ιδιαίτερα σημαντικές ιδιότητες όπως η διαμόρφωση πολιτισμικών αξιών και η διατήρηση της κοινωνικής ισότητας αλλά και η αυξημένη κοινωνική ευθύνη και η δημιουργία ευκαιριών εκπαίδευσης και όχι μόνο ψυχαγωγίας. Φαίνεται λοιπόν ότι λανθασμένα επικρατεί η αντίληψη ότι μόνο οι

επίσημοι θεσμικοί φορείς και τα οργανωμένα προγράμματα διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο καθώς ιδιαίτερα σημαντικές είναι όλες οι πρωτοβουλίες οι οποίες λαμβάνουν χώρα σε μικρές πόλεις αλλά και οι ιδιωτικές πρωτοβουλίες οι οποίες λαμβάνουν χώρα πέρα από τους θεσμούς που συμβάλλουν στην προσπάθεια του ανθρώπου να κατανοήσει τον κόσμο γύρω του (Μούλιου 2005: 11). Οι θεσμικοί φορείς οι οποίοι υποστηρίζουν περισσότερο τις μεγάλες πόλεις δεν είναι οι μόνοι οι οποίοι μπορούν να εξυπηρετήσουν τις πολιτισμικές ανάγκες που έχει μία μικρή ή μεγάλη κοινωνία καθώς αυτός ο ρόλος έχει αναληφθεί και από ιδιωτικές και εθελοντικές πρωτοβουλίες στην πορεία των ετών. Έτσι οι διαχειριστές των μουσείων σήμερα στις μικρές πόλεις συνειδητοποιούν ότι πρέπει να αλλάξουν κατεύθυνση όταν θέλουν να πλησιάσουν το κοινό προκειμένου να επιβιώσουν σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον στο οποίο υπάρχει σημαντική ψυχαγωγική και πολιτιστική προσφορά. Το σύγχρονο μουσείο λοιπόν κοινωνικοποιείται και κατανοεί ότι πρέπει να αλλάξει τις κοινωνικές ανάγκες του παρόντος προβαίνοντας σε έρευνες κοινό ιδιαίτερα για τις μικρές πόλεις προκειμένου να σχεδιαστεί τη στρατηγική του σε σχέση με το κοινό το οποίο ενδιαφέρεται να το επισκεφτεί (Πυρπυλή 2015: 16-17).

Σε ένα μουσείο μίας μικρής πόλης ιδιαίτερη σημασία έχει και ο εκπαιδευτικός ρόλος ο οποίος αποτελεί βασικό πυλώνα για την σύγχρονη λειτουργία του. Η επεξεργασία και η απομνημόνευση της πληροφορίας η οποία γίνεται μέσα από μία μετασχηματιστική διαδικασία αποτελεί βασική μέθοδο εκμάθησης για ένα μουσείο. Το μουσείο συνεπώς πρέπει να κατανοήσει την ανθρώπινη φύση και το γεγονός ότι οι άνθρωποι αποδέχονται και επεξεργάζονται με διαφορετικό τρόπο τις πληροφορίες καθώς σκοπός τους δεν είναι η στείρα αποθήκευση πληροφοριών αλλά η παιδεία. Φαίνεται λοιπόν ότι ένα μουσείο μίας μικρής πόλης θα πρέπει να χρησιμοποιήσει μετασχηματιστικές διαδικασίες για κάθε δεδομένη περίοδο με βάση το κοινωνικό, φιλοσοφικό, οικονομικό και επιστημονικό πρίσμα. Με αυτό τον τρόπο τα μουσειακά αντικείμενα μπορούν να αποκτήσουν πολλαπλά νοήματα επηρεάζοντας τις αξίες και τις συμπεριφορές των ανθρώπων. Ειδικότερα με την ενίσχυση της διαδραστικότητας, ένα μουσείο μπορεί να επιτύχει την ενεργή συμμετοχή του κοινού στις δραστηριότητες του και να αυξήσει την αποτελεσματικότητα υπογραμμίζοντας την σημαντικότητα που έχει ο ίδιος ο ρόλος του για την κοινωνική πραγματικότητα. Έτσι στις μικρές πόλεις τα μουσεία καταφέρνουν να διατηρήσουν τα ιδιαίτερα πολιτιστικά στοιχεία τους και τις αξίες τους δημιουργώντας μία αίσθηση ενότητας και μία έννοια ταυτότητας προωθώντας παράλληλα την ενότητα μεταξύ των ανθρώπων (Μούλιου 2005: 10-11).

Συνεπώς, σε μια μικρή πόλη το μουσείο μπορεί να αποτελέσει ένα βασικό θεσμό ο οποίος θα λειτουργήσει ως μοχλός ζύμωσης, επικοινωνίας και εξέλιξης της κοινωνίας.

Κεφάλαιο 3.

Μεθοδολογία

Αρχικά μελετήθηκε ελληνική και διεθνής βιβλιογραφία καθώς και ηλεκτρονικές πηγές μέσω διαδικτύου ώστε να γίνει μία πρώτη προσέγγιση στους βασικούς άξονες του θέματος. Ακολούθησε έρευνα για να εντοπιστούν οι εμπλεκόμενες ομάδες που σχετίζονται με το μουσείο Κατράκη. Έγινε επιτόπια έρευνα με άμεση και συμμετοχική παρατήρηση στη συλλογή του μουσείου και του υλικού που υπάρχει στο χώρο του μουσείου. Διεξήχθη πρωτογενής έρευνα στα αρχεία του μουσείου (νόμοι, αποφάσεις) και σε ιστορικές πηγές που σχετίζονται με τη Συλλογή της Κατράκη. Συμπληρωματικά μελετήθηκαν οι αναρτήσεις στις επίσημες ιστοσελίδες των εμπλεκόμενων οργανισμών. Προσεγγίστηκαν τοπικοί φορείς, πολιτιστικοί σύλλογοι, επιχειρηματίες, επισκέπτες του Μουσείου και άτομα που εμπλέκονται με το μουσείο και τις δράσεις του.

3.1 Έρευνα πεδίου

Διενεργήθηκε έρευνα πεδίου διάρκειας 6 μηνών (Οκτώβριος-Μάρτιος 2019) με επιτόπια έρευνα, με πλήρη συμμετοχική πρωτογενή παρατήρηση, έγιναν προσωπικές συζητήσεις με άτομα της τοπικής κοινωνίας, συλλέχθηκε φωτογραφικό υλικό. Κατά την διάρκεια της περιήγησης στο μουσείο, μέσω της παρατήρησης, κατεγράφησαν οι συμπεριφορές των επισκεπτών και η κίνησή τους στο χώρο, με τη σύμφωνη γνώμη τους (Ιωσηφίδης 2003:50-58). Σύμφωνα με τον Diamont (1999:53-57) η παρατήρηση των επισκεπτών ή ομάδων εστίασης (focus group) είναι μία μέθοδος, ένα βασικό εργαλείο, για την αξιολόγηση του υπό εξέταση μουσείου προκειμένου να αποκομίσουμε μια εικόνα σχετικά με το ποιο ή ποια εκθέματα προκαλούν μεγαλύτερο ενδιαφέρον

στους επισκέπτες. Σε γενικές γραμμές μετά την ολοκλήρωση των δραστηριοτήτων ο συμμετέχων παρατηρητής μπορεί να συνοψίσει στις σημειώσεις του την εμπειρία και τις εντυπώσεις της ομάδας κατά την επίσκεψή της στο μουσείο. Η επιλογή των κατάλληλων εργαλείων και μεθόδων είναι ένα κομμάτι της διαδικασίας για τη συλλογή πληροφοριών. Σε κάθε περίπτωση πρέπει να γίνεται με μεγάλη προσοχή λαμβάνοντας υπόψη τους στόχους της έρευνας και τις ιδιαιτερότητές της. Η διασταύρωση πληροφοριών από μεγαλύτερο αριθμό πηγών δίνει μεγαλύτερα ποσοστά εγκυρότητας της πληροφορίας (Hein 2001: 199).

3.2 Συνεντεύξεις

Η συνέντευξη αποτελεί μια επιστημονικά συστηματοποιημένη και λεπτομερή διαδικασία η οποία περιλαμβάνει διατύπωση ερωτήσεων σχετικές με την έρευνά μας. Παράλληλα, οι ερωτώμενοι έχουν ενημερωθεί για την διαδικασία και καλούνται να απαντήσουν. Οι συνεντεύξεις αποτελούν εργαλεία της ποιοτικής έρευνας διότι υπάρχει προσωπική επαφή και βασίζεται στην επικοινωνία που αναπτύσσεται μεταξύ του ερευνητή και του συνεντευξιαζόμενου. Η προσωπική συνέντευξη αποτελεί πλεονέκτημα για την έρευνα, διότι οι ερωτώμενοι ενημερώνονται για το θέμα της ερώτησης και απαντούν άμεσα, ενώ πραγματοποιείται σε πραγματικό χώρο και χρόνο. Στα μειονεκτήματα αυτής της μεθόδου συγκαταλέγεται η αμηχανία που μπορεί να νοιώσει ο συνεντευξιαζόμενος από την παρουσία του ερευνητή (Κυριαζόπουλος & Σιαμαντά, 2011). Ανάλογα με τον τρόπο διεξαγωγής οι συνεντεύξεις χωρίζονται σε δομημένες και ημιδομημένες συνεντεύξεις. Οι δομημένες συνεντεύξεις έχουν συγκεκριμένη δομή ερωτήσεων που καλείται να απαντήσει ο συνεντευξιαζόμενος, ενώ οι ημιδομημένες έχουν πιο ελεύθερο χαρακτήρα, να μεν υπάρχει μία δομή αλλά οι ερωτήσεις διαμορφώνονται στο πλαίσιο της επικοινωνίας και της μορφής της συζήτησης.

Ως ερευνητικό εργαλείο λοιπόν στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκαν προσωπικές συνεντεύξεις. Συγκεκριμένα πραγματοποιήθηκαν τέσσερις ημιδομημένες ποιοτικές συνεντεύξεις σε βάθος με στελέχη και εργαζόμενους του υπό εξέταση μουσείου, με στόχο την καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης. Για την πραγματοποίηση των συνεντεύξεων, αρχικά αναζητήθηκε ο Πρόεδρος του μουσείου, κ. Παναγιώτης Σταράμος, ο οποίος είναι και Αντιδήμαρχος του Δήμου της Ιεράς Πόλεως του

Μεσολογγίου. Στο ερευνητικό αίτημα επίσης ανταποκρίθηκαν ο κ. Μιχάλης Κότσαρης, τακτικό μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου του μουσείου, ζωγράφος-χαράκτης, μέλος της Ένωσης Ελλήνων χαρακτών και του Επιμελητηρίου Εικαστικών Τεχνών της Ελλάδας καθώς και πρόεδρος του ιστορικού Πολιτιστικού Συλλόγου «Το Αιτωλικό». Επίσης, η κυρία Μαρία Ζευγίτη αρχαιολόγος, η οποία έκανε και ξενάγηση στον εκθεσιακό χώρο του μουσείου και ο κ. Σπύρος Κουτσάφτης δημοσιογράφος/εκδότης της τοπικής εφημερίδας «ΝΕΑ του Αιτωλικού».

Οι συνεντεύξεις βασίστηκαν σε ερωτηματολόγια και σε ορισμένα σημεία της συνέντευξης δόθηκε έμφαση σε ειδικά θέματα που σχετίζονται με τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα (Mason 2003: 83-132). Ένας γενικός άξονας ερωτημάτων πάνω στις κύριες θεματικές της έρευνας δόθηκε σε όλους τους ερωτώμενους, όλοι ωστόσο εξέφρασαν τις επιπρόσθετες σκέψεις και απόψεις που ενδεχομένως είχαν γύρω από το θέμα της έρευνας. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν από τον Ιανουάριο έως και τον Φεβρουάριο 2019 στον χώρο του μουσείου. Οι παραπάνω προσπάθειες επικοινωνίας είχαν την αναμενόμενη ανταπόκριση με την σημαντική συμβολή των ερωτηθέντων για την πληρότητα της έρευνας. Οι συνεντεύξεις μαγνητοφωνήθηκαν και προέκυψε το υλικό το οποίο παρουσιάζεται στο Παράρτημα Ι. Μετά τη διεξαγωγή της έρευνας, των συνεντεύξεων και τη συλλογή δεδομένων ακολούθησε επεξεργασία, έγινε ανάλυση δεδομένων, εξήχθησαν συμπεράσματα και προτάθηκαν νέα μοντέλα επικοινωνιακής στρατηγικής για το μουσείο (Babbie 2011: 611-650).

Η μεθοδολογία που εφαρμόστηκε αποσκοπεί στο να εξεταστεί η επικοινωνιακή πολιτική του μουσείου Κατράκη σε συνάρτηση με την πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Ο σχεδιασμός επιτυχημένων επικοινωνιακών προσεγγίσεων θα συμβάλλει στις αμοιβαίες ευεργετικές σχέσεις με το κοινό του καθώς η επικοινωνία αποτελεί μια ουσιαστική λειτουργία και αναπόσπαστο τμήμα της τοπικής ανάπτυξης. Το μουσείο Κατράκη μπορεί να αποτελέσει βασικό μοχλό της πολιτιστικής πολιτικής του Αιτωλικού, να συμβάλλει στην αναζωογόνηση του τόπου και να αποτελέσει το branding της πόλης.

Κεφάλαιο 4.

Μελέτη περίπτωσης του «Κέντρου Χαρακτικών Τεχνών- Μουσείο Βάσως Κατράκη» στο Αιτωλικό Αιτωλοακαρνανίας



Εικόνα 1. «Κέντρο Χαρακτικών Τεχνών - Μουσείο Βάσως Κατράκη» (πηγή: Σ. Κουτσάφτης)

Μετά τις θεωρητικές προσεγγίσεις ακολουθεί το ερευνητικό μέρος της διατριβής και μελετάται ένα τοπικό μουσείο το «Κέντρο Χαρακτικών Τεχνών –Μουσείο Βάσως Κατράκη» στο Αιτωλικό Αιτωλοακαρνανίας. Ποια είναι η επικοινωνιακή του πολιτική και με ποιους τρόπους μπορεί να βελτιώσει την εικόνα του και να αποτελέσει κλειδί για την τοπική ανάπτυξη.

Το συγκεκριμένο μουσείο, που αποτελεί ένα κόσμημα για την πόλη του Αιτωλικού, διαφυλάσσει και εκθέτει το έργο της κορυφαίας χαράκτριας Βάσως Κατράκη. Όπως αναφέρει ο κριτικός τέχνης Κώστας Σταυρόπουλος «η Βάσω Κατράκη χάραξε στην πέτρα την τραγική μοίρα του λαού και τη μάχη για ελευθερία. Δεκαπέντε χρόνια δούλεψε στο ξύλο και 35 χάραξε στην πέτρα. Σημαντική η δεύτερη περίοδος της δουλειάς της και

υπάρχει λόγος γι' αυτό: Γιατί η Βάσω περνώντας τη χαρακτηριστική από το ξύλο στην πέτρα απελευθέρωσε το μέγεθος του χαρακτηριστικού ανάτυπου και το αυτονόμησε αισθητικά, καθιστώντας το ισότιμο με το πρωτότυπο έργο της ελαιογραφίας. Έτσι έβγαλε τη χαρακτηριστική από τη δουλεία της διαφήμισης».¹

4.1. Τοποθεσία – Γεωγραφικός χώρος

Το «Κέντρο Χαρακτικών Τεχνών - Μουσείο Βάσως Κατράκη» (εφεξής μουσείο Κατράκη) βρίσκεται στην ανατολική πλευρά του Αιτωλικού. Παράλληλα, το ενδιαφέρον των επισκεπτών κεντρίζει ένα σύνολο περιβαλλοντικής και πολιτιστικής παράδοσης της περιοχής. Το Αιτωλικό είναι δημοτική περιφέρεια του Δήμου Μεσολογγίου και απέχει 10 χιλιόμετρα βορειοδυτικά του Μεσολογγίου.



Εικόνα 2. Το Αιτωλικό (πηγή: <https://iaitoloakarnania.gr/2016/04/etoliko-i-mikri-venetia-tis-ellados/>)

Καλούμενη και «Μικρή Βενετία» της Ελλάδος, το Αιτωλικό με πληθυσμό 5.349 κατοίκους, είναι χτισμένη σε ένα νησί στη μέση της λιμνοθάλασσας Αιτωλικού – Μεσολογγίου. Συνδέεται με τη στεριά ανατολικά και δυτικά με δύο τοξωτά

¹ <http://www.fourtounis.gr/arthra/2012/12/27/27-12-2012.html>

πετρόχτιστα γιοφύρια μήκους περίπου 300 μέτρων και πλάτους 8 μέτρων το καθένα. Τα γιοφύρια κατασκευάστηκαν το 1882-1885 κατ' επέκταση των αρχικών πέτρινων γιοφυριών που χτίστηκαν 1848 επί Δημαρχίας Κωνσταντάκη Κουρκουμένη. Αποτελούν αξιόλογο δείγμα τεχνικού έργου υποδομής του 19^{ου} αιώνα και έχουν χαρακτηριστεί ως ιστορικά και διατηρητέα μνημεία.²

Η λιμνοθάλασσα Αιτωλικού-Μεσολογγίου, αποτελεί πηγή πλούτου και ευημερίας. Είναι ένας τεράστιος βιότοπος ενός πολύτιμου οικοσυστήματος που ορίζεται από τις εκβολές του Ευήνου έως τις εκβολές του Αχελώου.³ Στους υγροβιότοπους φιλοξενείται μία τεράστια ποικιλία μορφών ζωής. Μεγάλοι πληθυσμοί ψαριών μπορούν να συναντηθούν στη λιμνοθάλασσα, ενώ αποτελεί καταφύγιο για περισσότερα από 250 διαφορετικά είδη πουλιών, στα οποία μάλιστα περιλαμβάνονται πολλά σπάνια και απειλούμενα με εξαφάνιση. Ολόκληρο το οικοσύστημα έχει συμπεριληφθεί και προστατεύεται από την διεθνή "Συνθήκη Ραμσάρ" και άλλες διεθνείς συμβάσεις που αποσκοπούν στη διατήρηση και ορθολογική διαχείριση των υγροτόπων.⁴ Εκτός όμως από την βιοποικιλότητα το Αιτωλικό έχει και μια πλούσια ιστορία. Στα βιβλία της ιστορίας μνημονεύεται η ηρωική αντίσταση που πρόβαλε ιδιαίτερα στη δεύτερη πολιορκία του Μεσολογγίου.⁵ Επίσης, το 1824 έγινε στην εκκλησία της Παναγίας στο Αιτωλικό η δίκη του Καραϊσκάκη.⁶ Πέρα δε από όλα αυτά, το Αιτωλικό είναι ο τόπος που γέννησε την κορυφαία χαράκτρια Βάσω Κατράκη, είναι ο τόπος έμπνευσης και δημιουργίας της. Σε ένα σημαντικό κομμάτι του έργου της, χάραξε με μοναδικό τρόπο την ταυτότητα της ιδιαίτερης πατρίδας της. Την ταυτότητα αυτή, που μέσα από το έργο της, την ταξίδεψε σε όλα τα μήκη και πλάτη της γης.

Σε συνδυασμό με τον φυσικό πλούτο του τόπου, το μουσείο Κατράκη μπορεί να αποτελέσει πεδίο ανάπτυξης για την περιοχή, όχι μόνο για τη διασφάλιση και προστασία του ίδιου του μουσείου αλλά και την προσέλκυση τουριστών.

² http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=6981

³ <https://www.newsit.gr/ellada/aitoliko-i-diki-mas-venetia-mia-ploti-poli-katamesis-tis-limnothalassas/2600748/>

⁴ <https://rsis Ramsar.org/ris/62?language=en>

⁵ <https://www.athinorama.gr/travel/greece/destination.aspx?did=301&aid=730620>

⁶ <https://www.newsbeast.gr/travel/destinations/arthro/4139221/i-nerenia-poli-stin-kardia-mias-limnothalassas>

4.2. Ιστορική Αναδρομή. Η ζωή και το έργο της Βάσως Κατράκη.



Εικόνα 3. Η Βάσω Κατράκη (Πηγή: Λεύκωμα Βάσω Κατράκη – Εκδόσεις Τα Νέα)

Η Βάσω Κατράκη γεννήθηκε το 1914 υπήρξε μια από τις σημαντικότερες χαρακτήριες της νεοελληνικής τέχνης του β' μισού του 20ού αιώνα. Η καταγωγή της ήταν από το Αιτωλικό, γεγονός που σημάδεψε τη ζωή και το πλούσιο καλλιτεχνικό της έργο. Η σχέση της με τη φύση, τον τόπο, τους ανθρώπους του μόχθου, η θέση της στον κοινωνικό αγώνα για τα ιδανικά της πατρίδας, αλλά και το πάθος της για την τέχνη, αποτυπώνονται με μεγάλη ευγλωττία στο καλλιτεχνικό της έργο. Σε κάθε έργο της αφοσιώνεται με πάθος απ' όπου πηγάζει και κάθε ανθρώπινο μήνυμά της. Στην τεχνική της συνδυάζονται η προσήλωση στην πραγματικότητα με την έμφαση στα εξπρεσιονιστικά στοιχεία.⁷

Σπούδασε στην Ανωτάτη Σχολή Καλών Τεχνών (1936-1940) με καθηγητές τον Κωνσταντίνο Παρθένη στη ζωγραφική και τον Γιάννη Κεφαλληνό στη χαρακτική. Τον ίδιο δάσκαλο στην χαρακτική είχαν με τον σημαντικό δημιουργό Τάσσο. Αποφοίτησαν

⁷ <http://www.hellenicaworld.com/Greece/Person/gr/VassoKatraki.html>

με διαφορά ενός χρόνου, πρώτος ο Τάσος το 1939, με την Κατράκη να ακολουθεί το 1940. Το έργο της Κατράκη πραγματεύεται «τα μεγάλα, τα θεμελιώδη θέματα της ζωής που εικονογραφεί» από τις αρχές της δεκαετίας του 1940 έως και τα μέσα της δεκαετίας του 1980. Ανέβασε την χαρακτηριστική σε εξαιρετικά υψηλά επίπεδα εξελίσσοντάς την μέσα από τις δημιουργίες της. Έζησε από κοντά τα σημαντικότερα γεγονότα της σύγχρονης ιστορίας, από τα χρόνια της Κατοχής και της Αντίστασης και σφράγισε την εποχή εκείνη με το έργο της. Με την τέχνη της δεν αποτύπωνε θέματα, αλλά βιώματα με αποστομωτική δύναμη για τον βασανισμένο άνθρωπο. Τα πρώτα της έργα ήταν εικονογραφήσεις, ξυλογραφίες με πλούσια θεματολογία από τα τοπία του Μεσολογγίου, τους ψαράδες, μορφές κοριτσιών και γειτονιές.⁸

Το 1955 θα περάσει στη χάραξη πάνω σε λίθο, εκεί απελευθερώθηκε περισσότερο. Με τεχνική πρωτότυπη δούλεψε σε μεγάλο βαθμό τον ψαμμίτη, ένα υλικό που λίγοι καλλιτέχνες είχαν δουλέψει. Λάξεψε με το καλέμι της στο σκληρό ψαμμίτη λιτές και ταυτόχρονα πλαστικές φόρμες, ερχόμενη έτσι πιο κοντά στη γλυπτική, δίνοντας συνθέσεις μνημειακού χαρακτήρα, σχεδόν δωρικού. Το σπουδαιότερο κομμάτι του έργου της αποτελούν, τα ηρωικά, τα αλληγορικά της θέματα που κυρίως είναι ανθρωπομορφικά. Άλλοτε τα έργα της παρουσιάζουν οικουμενικά θέματα, όπως η μητρότητα, η ελπίδα και άλλοτε συμβολικές μορφές όπως ο Ίκαρος, η Αντιγόνη. Ο αρχαϊκός κυκλαδίτικος αέρας στα ζωγραφικά είδωλα αναδύουν μια γλυπτική αίσθηση. Μορφές απογυμνωμένες από κάθε τι περιττό, ψιλόλιγνες και αφαιρετικές. Επίσης, υπηρέτησε συχνά με την τέχνη της ιδεολογικούς σκοπούς, μορφοποιώντας ιδέες όπως ο ξεριζωμός, η σκλαβιά, η αδικία. Η συμβολή της με προσωπικό αγώνα και με την τέχνη της από τα χρόνια της Κατοχής και της Αντίστασης, αφορούν έργα που καταγγέλλουν τα στρατόπεδα συγκέντρωσης της πολιτικής και ιδεολογικής βίας (Ιωαννίδου 2011: 110). Στην Κατοχή ρίχτηκε στον αγώνα με την χαρακτηριστική, κάνοντας σχέδια για εφημερίδες, περιοδικά και αγωνιστικά έντυπα. Μαζί με τον Α. Τάσσο και με άλλους καλλιτέχνες, τον Μέμο Μακρή, τη Μουκία Μαγγιώρου, τον Πλακωτάρη και Ζαχαρίου

⁸ Δήλωση της ίδιας. Βλ. Βάσω Κατράκη. *Χαρακτική*, Εθνική Πινακοθήκη, Αθήνα 1980

«Διερευνώντας τους παραδοσιακούς τρόπους χάραξης πάνω στα καθιερωμένα υλικά, όπως το όρθιο και πλάγιο ξύλο, στο χαλκό κλπ. ένοιωσα σιγά-σιγά να εξαντλούνται οι εκφραστικοί τρόποι που ταιριάζουν στην ιδιοσυγκρασία μου»

http://www.nationalgallery.gr/library/el/exantilimenoi_katalogoi/el_baso_katraki.html#page=18

συγκρότησάν την πρώτη ομάδα αντιστασιακών εικαστικών καλλιτεχνών και άρχισαν να τροφοδοτούν τα αγωνιστικά έντυπα με χαρακτηριστικά (Μαχαίρας 1999: 318-321). Συμμετείχε και διακρίθηκε σε διεθνείς εκθέσεις και μπιενάλε, όπως αυτές της Αλεξάνδρειας, του Σάο Πάολο, του Τόκυο και της Λειψίας. Η αναγνώρισή της κορυφώθηκε το 1966, όταν τιμήθηκε με το Α΄ βραβείο στην 33η Μπιενάλε της Βενετίας, με το διεθνές βραβείο λιθογραφίας 'Tamarind'.⁹ Πεθαίνει στις 27 Δεκεμβρίου το 1988. Το έργο της Βάσως Κατράκη κατέχει εξέχουσα θέση στην σύγχρονη ελληνική τέχνη. Καταδεικνύει τον κοινωνικό ρόλο του καλλιτέχνη και την κοινωνική λειτουργία της τέχνης.

4.3 Γενικές πληροφορίες για το Μουσείο Βάσως Κατράκη

Το «Κέντρο Χαρακτικών Τεχνών - Μουσείο Βάσως Κατράκη» έχει χαρακτηριστεί ως μοναδικό μουσείο αμιγώς Χαρακτικής Τέχνης στην Ελλάδα αλλά και στην Ευρώπη. Είναι Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου, υπάγεται στο Δήμο της Ιεράς Πόλεως Μεσολογγίου και πριν τον Καλλικράτη υπάγονταν στο Δήμο Αιτωλικού(ΦΕΚ 118, 2/3/1990). Τον Απρίλιο του 1995 θεμελιώνεται το μουσείο Κατράκη σε οικόπεδο περίπου 25 στρεμμάτων που παραχώρησε ο Δήμος Αιτωλικού. Η κατασκευή του κτηρίου έγινε με χρηματοδότηση και επίβλεψη του ΥΠΕΧΩΔΕ

Σύμφωνα με τον ιδρυτικό του νόμο, το μουσείο Κατράκη έχει ως αντικειμενικούς σκοπούς: α) τη στήριξη και την προαγωγή της αισθητικής καλλιέργειας και καλλιτεχνικής παιδείας του κοινού επί των Εικαστικών Τεχνών. Την ανάδειξη, στήριξη και ενίσχυση των Εικαστικών Τεχνών και ιδιαίτερα της Τέχνης της Χαρακτικής και β) τη διαφύλαξη και τη συντήρηση στο διηνεκές των έργων και των λοιπών εργαλείων και αντικειμένων της Βάσως Κατράκη(ΦΕΚ 557-7/4/2015).

Για την Βάσω Κατράκη ήταν όνειρο ζωής και επιθυμία της να γίνει ένα μουσείο με έργα της στην γενέτειρά της. Μετά από 20 περίπου χρόνια από τον θάνατό της το όνειρό της γίνεται πραγματικότητα. Τον Ιούνιο του 2006 εγκαινιάζεται στο Αιτωλικό το «Κέντρο

⁹ <https://www.elculture.gr/blog/vasso-katraki/>

Χαρακτικών Τεχνών –Μουσείο Βάσως Κατράκη», όπου εκτίθεται σε μόνιμη έκθεση το σύνολο του έργου της, δωρεά των παιδιών της στο μουσείο. Εκεί, φιλοξενούνται έργα από τη συλλογική δουλειά της Κατράκη. Η συλλογή περιλαμβάνει περίπου 500 έργα της, πολλά χαρακτηριστικά ανάτυπα, μήτρες από ξύλα και πέτρες που χάραξε τα έργα της, σχέδια προετοιμασίας για την παραγωγή του χαρακτηριστικού ανατύπου, βότσαλα ζωγραφισμένα καθώς και αντικείμενα τέχνης, αφίσες και ζωγραφικά έργα.¹⁰ Την έκθεση του μουσείου επιμελήθηκε ο ιστορικός τέχνης Κώστας Σταυρόπουλος και τα εγκαίνια του μουσείου αποτέλεσαν σημαντικό καλλιτεχνικό γεγονός τόσο για το νομό όσο και για την Ελλάδα γενικότερα. Όπως ο ίδιος αναφέρει «Εντύπωση κάνει το σημείο που χτίστηκε το Μουσείο Χαρακτικής της Βάσως Κατράκη στο Αιτωλικό. Είναι χτισμένο στην άκρη της πόλης και της θάλασσας. Είναι ό,τι καλύτερο μπορούσε να ονειρευτεί η χάρακτρια για την προστασία και την συνέχεια του έργου της» (Σταυρόπουλος 1998).

4.3.1. Αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά του μουσείου Βάσως Κατράκη



Εικόνα 4. Κεντρική είσοδος (Πηγή: προσωπικό αρχείο)

Πρόκειται για ένα πέτρινο κτήριο, σε ένα εξαιρετικά προνομιούχο σημείο, διώροφο, με τέτοια διαμόρφωση ώστε να φαίνεται ότι είναι χτισμένο σε λόφο. Στο άνω μέρος είναι κατασκευασμένο το μουσείο, το οποίο καταλαμβάνει έκταση περίπου χιλίων τετραγωνικών μέτρων. Περιλαμβάνει την αίθουσα υποδοχής (200 τμ) όπου ο

¹⁰ <http://www.katioussa.gr/politismos/eikastika/vaso-katraki-gennimeni-kai-zymomeni-os-kokkalo-lao/>

επισκέπτης μπορεί να αντικρίξει τη θάλασσα και τον περιβάλλοντα χώρο του μουσείου μέσα από τις τεράστιες τζαμαρίες που επιτρέπουν το φυσικό φως να εισβάλλει στον χώρο. Εκατέρωθεν αυτής βρίσκονται δύο αίθουσες 400 τμ. η κάθε μία. Και οι δύο αίθουσες αποτελούν μόνιμο εκθετήριο των έργων της Β. Κατράκη και φιλοξενούν πάνω από 500 έργα της. Οι αίθουσες αυτές φωτίζονται αποκλειστικά με τεχνικό φως και υπάρχει και ένα μικρό άνοιγμα-παράθυρο στην κάθε αίθουσα. Στο ίδιο επίπεδο υπάρχει το γραφείο διοίκησης με μια μικρή βιβλιοθήκη, τα αρχεία της Κατράκη και πολλές φωτογραφίες της, η κουζίνα και δύο wc.

Στο ισόγειο του κτίσματος υπάρχουν πέντε αίθουσες, οι αποθήκες και οι μηχανολογικές εγκαταστάσεις και σε ξεχωριστό χώρο είναι εργαστήρια χαρακτηριστικής, στα οποία νέοι καλλιτέχνες μπορούν να μελετούν και να δημιουργούν χαρακτηριστικά έργα. Στους χώρους αυτούς υλοποιούνται και τα εκπαιδευτικά προγράμματα. Στην εξωτερική πλευρά του κτηρίου, περιμετρικά, έχουν σχεδιαστεί γυάλινες βιτρίνες που πλαισιώνονται από τους πέτρινους τοίχους του μουσείου. Στις βιτρίνες αυτές τοποθετούνται εκθέματα και πληροφοριακό υλικό για τις εκδηλώσεις του Μουσείου, προς ενημέρωση του κοινού.¹¹

¹¹ <http://www.postmodern.gr/xenagisi-sto-mousio-tis-vasos-katraki-sto-etoliko/>

Κεφάλαιο 5.

Ανάλυση υλικού

Για την πρόταση ενός επικοινωνιακού σχεδιασμού λαμβάνονται υπόψη τόσο τα πλεονεκτήματα όσο και τα μειονεκτήματα των εσωτερικών και εξωτερικών συνθηκών του περιβάλλοντός του (Pest ανάλυση) και αξιολογούνται διάφορες ευκαιρίες και δυνατότητες (SWOT ανάλυση).

5.1 Ανάλυση PEST

Για την χάραξη των κατάλληλων επικοινωνιακών στρατηγικών ο πολιτιστικός οργανισμός πρέπει να γνωρίζει τους εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη λειτουργία του. Το εξωτερικό περιβάλλον μπορεί να μεταβάλλεται και να διαμορφώνεται εφόσον έχει να κάνει με την ανθρώπινη δραστηριότητα και οι επικείμενες αλλαγές επηρεάζουν τον τρόπο λειτουργίας του οργανισμού. Συνεπώς, ο πολιτιστικός οργανισμός, εφόσον εξυπηρετεί την αποστολή του, οφείλει να εξελίσσεται και να μεταλλάσσεται (Μπαντιμαρούδης 2011:89). Κατά τον Kotler (2000:179) κάθε οργανισμός πρέπει να έχει κατανοήσει το εξωτερικό περιβάλλον (μακροπεριβάλλον) το οποίο έχει επίδραση στον οργανισμό. Η ανάλυση PEST είναι ένα στρατηγικό εργαλείο και εξετάζει το μακροπεριβάλλον του οργανισμού, τον ευρύτερο χώρο όπου δραστηριοποιείται (αλλά και κάθε άλλη επιχείρηση που λειτουργεί στην ίδια χώρα) και έχει να κάνει με το πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικοπολιτιστικό και τεχνολογικό περιβάλλον. Επίσης, ο οργανισμός πρέπει να γνωρίζει τους σημαντικούς παράγοντες του μικροπεριβάλλοντος με τους οποίους έρχεται σε άμεση και καθημερινή επαφή όπως: πελάτες, συνεργάτες, διαμορφωτές γνώμης, ανταγωνιστές, τον ίδιο τον οργανισμό (το προσωπικό, τις συλλογές, τη χρηματοοικονομική κατάσταση, τα

πληροφοριακά συστήματα), που επηρεάζουν τον τρόπο λειτουργίας του. (Hill et. al. 2003:9-20).

5.2 Ανάλυση έμμεσου εξωτερικού περιβάλλοντος (μακροπεριβάλλον)

Εστιάζοντας στο μακροπεριβάλλον ο οργανισμός μπορεί να εκτιμήσει τις διαφαινόμενες τάσεις και τα γεγονότα του περιβάλλοντος που μπορούν να τον επηρεάσουν.

5.2.1 Το πολιτικό περιβάλλον και νομική διάσταση

Το πολιτικό περιβάλλον εξετάζει την πολιτική σταθερότητα. Η πολιτεία και η εκάστοτε κυβέρνηση είναι αυτές που θέτουν πολιτικές και το νομικό πλαίσιο μέσα στο οποίο λειτουργεί ο οργανισμός. Συνεπώς, το πολιτικό περιβάλλον παίζει σημαντικό ρόλο στον τρόπο λειτουργίας των πολιτιστικών οργανισμών. Η επικοινωνιακή και πολιτιστική πολιτική δείχνει το ευρύτερο πνεύμα αντιμετώπισής τους (Τζουρβάκας 2013: 323-324). Παρόλα αυτά, η γενικότερη πολιτική κατάσταση που επικρατεί σε μια χώρα (π.χ. πολιτική σταθερότητα, βαθμός διαφθοράς, φορολογικό σύστημα, κ.ά) επηρεάζει τις στρατηγικές αποφάσεις που θα δώσουν οι διοικούντες στους οργανισμούς. Η νομική διάσταση αναφέρεται στους νόμους που επηρεάζουν τον οργανισμό είτε έμμεσα είτε άμεσα. Όπως π.χ. το νομοθετικό πλαίσιο Ν.3028/2002 για την προστασία αρχαιοτήτων και εν γένει της πολιτιστικής κληρονομιάς.¹²

Το μουσείο Κατράκη διατηρεί την αυτοτέλειά του ως ΝΠΔΔ του Δήμου της Ιεράς Πόλεως του Μεσολογγίου (ΦΕΚ 1765B/2/05-08-2011). Επομένως, το πολιτικό, νομικό περιβάλλον του μουσείου περιλαμβάνει όλες τις πολιτικές και νομικές συνθήκες που διέπουν τον οργανισμό και το μουσείο καλείται αναλόγως να κινηθεί. Η υιοθέτηση

¹² http://www.tap.gr/tapadb/files/nomothesia/nomoi/n.3028_2002.pdf

επιτυχημένων συνθηκών για την ανάπτυξη του πολιτιστικού οργανισμού έγκειται στην αρμόδια Αρχή που είναι ο Δήμος Μεσολογγίου. Στο πλαίσιο αυτό, το μουσείο ΝΠΔΔ, ως εποπτευόμενος φορέας του Δήμου Μεσολογγίου είναι φανερό ότι επηρεάζεται κάθε φορά από τη μεταβαλλόμενη διοικητική πολιτική.

5.2.2 Το μακρο-οικονομικό περιβάλλον

Η επίδραση της ευρύτερης οικονομικής κατάστασης που επικρατεί στην εθνική και διεθνή οικονομία επηρεάζει την αγορά και τη συμπεριφορά των πολιτιστικών οργανισμών. Ο ρυθμός ανάπτυξης της οικονομίας, το Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν, η ανεργία, ο πληθωρισμός είναι παράγοντες που επηρεάζουν την κατανάλωση πολιτιστικών αγαθών. Σε περιόδους οικονομικής κρίσης, τα περισσότερα κρατικά μουσεία αντιμετωπίζουν έλλειψη οικονομικών πόρων. Μειώνονται τα έσοδα και η κρατική χρηματοδότηση και προσπαθούν να βρουν λύσεις και να αυξήσουν τα οικονομικά τους χρησιμοποιώντας εργαλεία του marketing. Αντίθετα, σε περιόδους τουριστικής ανάπτυξης και καλύτερων οικονομικών συνθηκών καταγράφονται περισσότερα έσοδα στα οικονομικά τους. Στην περίπτωση αυτή, να επισημάνουμε και την αντίστροφη σχέση, δηλαδή τον σημαντικό ρόλο των πολιτιστικών οργανισμών στην ανάπτυξη του τουρισμού και της τοπικής οικονομίας. (Τζουρβάκας 2013: 326-327).

Ένα μουσείο δεν έχει ως κίνητρο το οικονομικό κέρδος δηλαδή τα έσοδά του να υπερκαλύπτουν τα έξοδά του, αλλά ο στόχος του είναι να μπορεί να συμβάλει στην κοινωνική ενσωμάτωση και στην αναζωογόνηση της τοπικής κοινωνίας. Ωστόσο, με βάση τα σημερινά δεδομένα της κοινωνίας, το μουσείο έχει μετεξελιχθεί από τις παραδοσιακές δομές διαχείρισης. Πλέον, το «νέο» μουσείο φροντίζει για τη βιωσιμότητά του ώστε να μπορεί να σταθεί όρθιο απέναντι στην ανταγωνιστικότητα που υπάρχει μεταξύ άλλων πολιτιστικών οργανισμών στη χώρα. Το μουσείο Κατράκη αποτελεί έναν μοναδικό προορισμό για τους επισκέπτες γενικότερα και σαφώς μπορεί να συμβάλει στον τομέα της πολιτιστικής και τουριστικής ανάπτυξης. Παρόλα αυτά, οι γενικότερες οικονομικές εξελίξεις έχουν επηρεάσει το μουσείο και αναγκάζεται να ακολουθήσει μία στάση άμυνας με σημαντικές μειώσεις κόστους προκειμένου να

αντιμετωπίσει τις οικονομικές συγκυρίες. Αυτό που είναι απαραίτητο για τη βιωσιμότητά του είναι οι υπεύθυνοι να αντιληφθούν τη σημασία του στρατηγικού προγραμματισμού, ως προς την επικοινωνιακή στρατηγική του και ως προς τη σύνδεσή του με την τοπική περιφερειακή πολιτιστική πολιτική. Με στοχευμένες δράσεις, που θα ανταποκρίνονται στις αυξανόμενες ανάγκες και προσδοκίες των επισκεπτών και της τοπικής κοινωνίας, μπορεί να υπάρξει ανάπτυξη. (Black 2009:117-118, 260)

5.2.3 Κοινωνία

Το κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται οι πολιτιστικοί οργανισμοί, το πολιτιστικό επίπεδο της κοινωνίας, ο τρόπος ζωής, η κουλτούρα ενός λαού, το μορφωτικό επίπεδο, η καταναλωτική συμπεριφορά, οι αξίες, τα δημογραφικά στοιχεία (ηλικία, εισόδημα) παίζουν καθοριστικό ρόλο στο είδος υπηρεσιών που προσφέρουν αυτοί οι οργανισμοί (Τζουρβάκας 2013: 327-328). Ο τρόπος που αναμένεται να εξελιχθούν οι παραπάνω παράγοντες μπορεί να επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά την αναπτυξιακή πολιτική του μουσείου.

Όπως αναφέρει ο Graham Black (2009:77), σύμφωνα με τον Sandell (2003:45), ο οποίος είναι υπέρμαχος της επιρροής που μπορεί να έχουν τα μουσεία στην κοινωνική ενσωμάτωση, οι πρόσφατες έρευνες δείχνουν τα εξής: “Σε προσωπικό επίπεδο, η ενασχόληση με τα μουσεία μπορεί να έχει θετικά αποτελέσματα στην αύξηση αυτοπεποίθησης, του αυτοσεβασμού και της δημιουργικότητας. Σε κοινοτικό επίπεδο τα μουσεία μπορεί να παίξουν καταλυτικό ρόλο για την κοινωνική ανάπλαση, την ενδυνάμωση των τοπικών κοινωνιών, αναπτύσσοντας την αυτοπεποίθηση και τις ικανότητές τους. Τέλος σε κοινωνικό επίπεδο, τα μουσεία έχουν τη δύναμη να προωθήσουν την ανοχή και τον αμοιβαίο σεβασμό στην ίδια την κοινότητα, να αμφισβητήσουν τα στερεότυπα και τις προκαταλήψεις”.

Στο πλαίσιο τέτοιων προκλήσεων το Μουσείο Κατράκη δεν έχει πλήρως εναρμονιστεί με το εγγύς περιβάλλον. Οφείλει να υιοθετήσει στόχους που να πλαισιώνουν την κοινωνία, δίνοντας ευκαιρίες και πρόσβαση για όλους, με σεβασμό στην πολιτισμική διαφορετικότητα, υιοθετώντας μια ευέλικτη στρατηγική, με εκπαιδευτικά

προγράμματα και δράσεις, που θα συμβάλλουν στον γόνιμο διάλογο και στην επικοινωνία με το κοινό.

5.2.4 Πολιτιστικά αγαθά και πολιτιστικές αξίες της τοπικής κοινωνίας

Στο πλαίσιο της πολιτιστικής χαρτογράφησης η τοπική κοινωνία αποτελείται από έναν συνδυασμό υπηρεσιών μαζί με άλλες μορφές υλικών και άυλων πολιτιστικών πόρων που αποτυπώνονται στην περιοχή. Στην πόλη δραστηριοποιείται πλήθος πολιτιστικών δυνάμεων όπως θεατρικά εργαστήρια, καλλιτεχνικά εργαστήρια, εργαστήρια φωτογραφίας κ.α. Η συνέργεια του μουσείου με αυτές τις πολιτιστικές ομάδες και η αξιοποίησή τους στο πλαίσιο εργαστηρίων, εκθέσεων και δράσεων με τοπικό και πολιτιστικό χαρακτήρα θα ενδυναμώσει τη σχέση του μουσείου με την τοπική κοινωνία και θα συμβάλει στην ανάδειξη του τοπικού πλεονεκτήματος. Ο πολιτισμός είναι πηγή οικονομικής ανάπτυξης και διαμόρφωσης της ταυτότητας της κοινωνίας. Συνεπώς, η τοπική αρχή και η κοινότητα θέτει την παράδοση και τον πολιτισμό στο επίκεντρο των δραστηριοτήτων και του ενδιαφέροντος της. Στη βάση αυτής της προσέγγισης το μουσείο οφείλει να μεριμνά όχι μόνο για την οικοδόμηση καλών σχέσεων με το κοινό αλλά και με μια ποικιλία ομάδων και φορέων όπως λ.χ. τα μέσα ενημέρωσης, την καλλιτεχνική κοινότητα, τους χορηγικούς θεσμούς, τις ομάδες δωρητών κ.α. (Πασχαλίδης 2015:3).

5.2.5 Τεχνολογικό περιβάλλον

Οι ποικίλες δυνατότητες που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες και τα πολυμέσα και η χρήση τους από τους φορείς και τους πολίτες επηρεάζουν άμεσα τις στρατηγικές και την επικοινωνιακή πολιτική που ακολουθούν οι πολιτιστικοί οργανισμοί. Οι ψηφιακές τεχνολογίες επιτρέπουν νέους τρόπους διανομής πολιτιστικών προϊόντων. Στα μουσειακά περιβάλλοντα η νέα τεχνολογία έχει βοηθήσει στη ψηφιοποίηση των συλλογών τους, στην ψηφιοποίηση της πληροφορίας. Το μουσείο πλέον με τη δημιουργία Ιστοσελίδας, με τις νέες τεχνολογίες, μπορεί να αναπαριστά εικονικά τις

εκθέσεις, να ξεναγηθεί κάποιος στα εκθέματα μέσω εικονικών αναπαραστάσεων και διαδραστικών δραστηριοτήτων κ.ά. Οι διαδικτυακές υπηρεσίες επηρεάζουν τη συλλογή πληροφοριών, ενισχύουν την προβολή των μουσείων όσο και την επισκεψιμότητά τους. (Τζουρβάκας 2013: 327-331). Με αυτό τον τρόπο, το μουσείο με τις ψηφιακές εφαρμογές, στοχεύει στην ολοκλήρωσή του αλλά και στην πιο κατανοητή παρουσίαση της ιστορίας και της σημασίας των αντικειμένων. Επισημαίνεται, ότι η ψηφιακή κοινή θέα και γνώση των αντικειμένων στο κοινό που το μουσείο επιτρέπει, δεν έχει σκοπό να μειώσει τις υπάρχουσες μουσειακές ερμηνείες, αλλά να τις εμπλουτίσει. Μέσω των νέων τεχνολογιών το κοινό έχει τη δυνατότητα να λαμβάνει πληροφορίες αλλά και να ανταλλάσει τη δική του πληροφορία και ερμηνεία. Το κοινό γίνεται δηλαδή όχι μόνο δέκτης ερμηνειών αλλά και πομπός. (Αρβανίτης 2004 :7)

Το μουσείο Κατράκη βρίσκεται στην προσπάθεια τεχνολογικού εκσυγχρονισμού. Όπως ενημερωθήκαμε από στη Διοίκηση, το μουσείο δεν έχει επίσημη ιστοσελίδα αλλά πρόκειται να αποκτήσει. Τα πρώτα χρόνια της λειτουργίας του το μουσείο είχε ιστοσελίδα η οποία όμως τα τελευταία χρόνια δεν λειτουργεί. Συνεπώς, είναι απαραίτητο να γίνει εκ νέου η δημιουργία ιστοσελίδας αλλά και να υπάρχει το κατάλληλο τεχνικό προσωπικό που θα την λειτουργεί, θα την εμπλουτίζει και θα την ανανεώνει ώστε να παρέχονται νέες διαστάσεις στην προβολή του πολιτιστικού οργανισμού. Το διαδίκτυο εξυπηρετεί τους επικοινωνιακούς στόχους του μουσείου και εντάσσεται στις πρακτικές του μουσείου που οφείλει να εφαρμόζει για την προώθησή του πολιτιστικού αγαθού. Επιπλέον, εάν το μουσείο εμπλουτιστεί με νέες τεχνολογίες και αναπτύξει ψηφιακές στρατηγικές θα βελτιώσει την εικόνα του. Η χρήση νέων τεχνολογιών, ως μέσο που μπορεί να ενταχθεί στις εκθέσεις των έργων και αντικειμένων του, στα εκπαιδευτικά προγράμματα αλλά και σε όλες τις δράσεις του μουσείου, θα εκσυγχρονίσει τον τρόπο παροχής πληροφοριών για τους επισκέπτες του, θα προσελκύσει επισκέπτες, θα διευρύνει το κοινό, θα προσφέρει ποιοτική εμπειρία στηριγμένη σε βιωματικές και διαδραστικές μεθόδους, αλλά και θα ενισχύσει την επικοινωνιακή πολιτική του μουσείου(Μπούνια:2010).

5.3 Ανάλυση άμεσου εξωτερικού περιβάλλοντος (μικροπεριβάλλον)

Στη συνέχεια της έρευνας αναλύεται το μικροπεριβάλλον του μουσείου. Ειδικότερα γίνεται αναφορά σε άτομα και σε οργανώσεις που συνεργάζεται το μουσείο και δημιουργεί σχέσεις.

5.3.1 Το κοινό του μουσείου

Μια από τις ερωτήσεις προς τους συνεντευξιζόμενους του Μουσείου Κατράκη, ήταν να προσδιορίσουν σε ποιο κοινό απευθύνεται το μουσείο. Τι κοινό επιθυμούν να έχουν, και ποιο είναι το κοινό του μουσείου. Όπως ενημερωθήκαμε, στο κοινό του μουσείου περιλαμβάνονται κατά βάση οι δημότες του Δήμου Μεσολογγίου και της ευρύτερης περιοχής, η τοπική κοινωνία, οι μαθητικές κοινότητες, φοιτητές, αλλά και τουρίστες. Άρα το μουσείο ανοίγει τις πόρτες του για το ευρύ κοινό, αλλά γίνονται προσπάθειες να κινήσει το ενδιαφέρον ιδιαίτερα των νέων παιδιών, γι αυτό εστιάζει συχνά, μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων, στην προσέλκυση μαθητών δημοτικού-γυμνασίου.

Σύμφωνα με τον Μπαντιμαρούδη (2011:107-108) οι φορείς -ορθολογικής ψυχαγωγίας- εφαρμόζουν αυτή την πολιτική. Όταν το παιδί συμμετέχει και εκτιμήσει μια εμπειρία ορθολογικής ψυχαγωγίας υπάρχει πιθανότητα να είναι ενεργός καταναλωτής τέτοιων εμπειριών και ως ενήλικος. Ο Graham Black (2009:93) υποστηρίζει ότι το μουσείο πρέπει να ασχολείται και με το δυνητικό κοινό του, να διασφαλίζει ότι όλοι οι επισκέπτες απολαμβάνουν την εμπειρία και φεύγουν επιθυμώντας να επιστρέψουν. Είναι απαραίτητο να γίνονται τακτικές συνεντεύξεις και έρευνες κοινού σε άτομα που επισκέπτονται το μουσείο αλλά και σε ανθρώπους που δεν το επισκέπτονται, ώστε να βγαίνουν συμπεράσματα για τις φιλοδοξίες των ατόμων και να μπορέσει το μουσείο να αποτιμήσει την επίδραση της δουλειάς του. Το μουσείο οφείλει να διερευνά τις τάσεις και τις προτιμήσεις διαφορετικών κατηγοριών κοινού και μέσα από τις δράσεις του μπορεί να σχεδιάζει πολιτιστικές εμπειρίες που να αντανακλούν τις διαφορετικές ταυτότητες και τρόπους ζωής του κοινού. Ένας παράγοντας αποτίμησης της επιτυχίας

του μουσείου είναι η αμφίδρομη σχέση του με το κοινό. Αυτό δεν έχει να κάνει μόνο με την επισκεψιμότητα αλλά και με την άποψη του κοινού και τις απαιτήσεις που μπορεί να είναι κάποιες φορές ανταγωνιστικές ή διαφορετικές από τους στόχους και το σκοπό του. (Κοσκινά: 2018)¹³

5.3.2 Συνεργάτες

Ως συνεργάτες εννοούμε όλους τους φορείς και τα πρόσωπα που συνεργάζονται με τον πολιτιστικό οργανισμό και βοηθούν στην υλοποίηση των στόχων του χωρίς να ανήκουν άμεσο προσωπικό του. Αυτοί μπορεί να είναι νομικοί, καλλιτεχνικοί σύμβουλοι, εταιρείες, πανεπιστήμια, πολιτιστικοί σύλλογοι, σύλλογος φίλων κ.ά. Η συμπεριφορά των συνεργατών μπορεί να επηρεάσει τον τρόπο που πραγματοποιείται το μάρκετινγκ του Μουσείου. Με τη κατάλληλη στρατηγική επικοινωνίας το μουσείο μπορεί να χρησιμοποιεί πολλαπλά μέσα με τρόπο ενοποιημένο, συνεκτικό με βάση τις αξίες του οργανισμού. Έτσι εδραιώνονται μακροχρόνιες σχέσεις εμπιστοσύνης που αποβλέπουν στην φήμη του οργανισμού (Capriotti et al 2016: 102).

Το Μουσείο Κατράκη αντιλαμβάνεται τα θετικά της συνένωσης δυνάμεων. Προσπαθεί να εντάξει διάφορες συνέργειες στον προγραμματισμό του και με τους κατάλληλους συνεργάτες να υλοποιήσει μια ευρεία ανταλλαγή εμπειριών ώστε να διευρύνει το κοινό του. Με βάση τις πληροφορίες που συλλέξαμε, το μουσείο συνεργάζεται με καλλιτέχνες χαράκτες για την υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων και για δημιουργία περιοδικών εκθέσεων. Συνεργάζεται με Πανεπιστήμια και καθηγητές στο πλαίσιο δράσεων για φοιτητές, επίσης και με άλλους πολιτιστικούς οργανισμούς για δανεισμό έργων της Κατράκη. Τα έργα της Βάσως Κατράκη έχουν φιλοξενηθεί στο Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, στην Εθνική Πινακοθήκη, στο Τελλόγλειο ίδρυμα Τεχνών αλλά και σε πολλούς άλλους πολιτιστικούς οργανισμούς. Ωστόσο, θα επισημάνουμε ότι, οι συνεργασίες που έχει αναπτύξει το μουσείο με οργανισμούς και με φορείς του ιδιωτικού

¹³ <https://www.helleniculturaldiplomacy.com/%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%BF-%CF%81%CF%8C%CE%BB%CE%BF%CF%82-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CF%89%CE%BD-%CF%83%CE%AE%CE%BC%CE%B5%CF%81/>

φορέα πρέπει να αυξηθούν έτσι ώστε το μουσείο να γίνει πιο εξωστρεφές και ανοιχτό στις πολιτιστικές δράσεις.

5.3.3 Διαμορφωτές γνώμης

Οι διαμορφωτές γνώμης είναι εκείνοι που έχουν ένα είδος εξουσίας και παίζουν μεγάλο ρόλο στη φήμη και την ισχυρή δημόσια εικόνα του μουσείου. Όπως λόγου χάρη ένα πολιτικό πρόσωπο, η ακαδημαϊκή κοινότητα, οι δημοσιογράφοι και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, οι διακεκριμένες προσωπικότητες κ.ά. Το μουσείο οφείλει να έχει σταθερές και ευνοϊκές σχέσεις με τους διαμορφωτές γνώμης. Η προώθηση του πολιτιστικού αγαθού είτε δια στόματος, είτε μέσω διαδικτύου, είτε μέσω του τύπου και των media γενικότερα, αφορά την εικόνα του μουσείου και την προβολή του. Είναι ένα πλεονέκτημα με χαμηλό σχετικά κόστος και απαραίτητο ως διαδικασία.

5.3.4 Τα τοπικά ΜΜΕ και η σχέση τους με το μουσείο Κατράκη

Σύμφωνα με την Σεραφετινίδου τα μέσα μαζικής Επικοινωνίας (η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, ο έντυπος τύπος, το διαδίκτυο) είναι αυτά που παράγουν, αναπαράγουν, μεταδίδουν και εξαπλώνουν τη γνώση στον κόσμο. Παράλληλα μεταφέρουν μηνύματα και έχουν τη δυνατότητα να διαμορφώνουν και να επηρεάζουν τις γνώμες των αποδεκτών (1987: 18-25). Σαφώς, οι επιδράσεις των ΜΜΕ, είναι διάχυτες και μακροχρόνιες και αφορούν όλους τους τομείς της ανθρώπινης ύπαρξης. Βέβαια η ενημέρωση των ΜΜΕ εκτός από την προώθηση της πληροφορίας περισσότερο συνδυάζεται με αξιολόγηση και κριτική των γεγονότων.

Στην περίπτωση του μουσείου Κατράκη, για παράδειγμα οι τοπικές εφημερίδες προωθούν την τοπική πληροφόρηση και ενημερώνουν τους πολίτες για τα πολιτιστικά δρώμενα. Πολλές φορές μάλιστα ακούσια ή εκούσια συμβάλλουν στη διαμόρφωση της κοινωνικής πραγματικότητας και αυτό γίνεται είτε η πληροφόρηση είναι θετική είτε είναι αρνητική, κατευθύνοντας συμπεριφορές. Σε κάθε περίπτωση ο πολίτης μπορεί να

ενημερωθεί για τα γεγονότα που τρέχουν και να αποκτήσει τη δική του άποψη. Η κριτική που ασκείται από τον τύπο δεν γίνεται για να αποδομήσει τον πολιτιστικό οργανισμό αντίθετα γίνεται για να συνδράμει στην επίτευξη καλύτερων συνθηκών για τη βιωσιμότητά του μουσείου αλλά και για την ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας. Η δύναμη της δημοσιότητας είναι μεγάλη και διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στο προφίλ του μουσείου διότι είναι η φωνή του τόπου.

5.3.5 Ανταγωνιστές

Όταν κοντά στην γεωγραφική περιοχή υπάρχουν αρκετοί πολιτιστικοί οργανισμοί μπορεί να θεωρηθούν ως οι άμεσοι ανταγωνιστές ενός μουσείου. Διοργανώνονται περιοδικές εκθέσεις, δράσεις με τεχνολογικές δυνατότητες και υπάρχει πληθώρα προσφορών. Είναι λογικό σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον το ενδιαφέρον του κοινού να κινείται από την προσφορά των χώρων, οπότε και ο ρόλος του κοινού επηρεάζει τον οργανισμό. Επίσης, άλλοι ανταγωνιστές μπορεί να είναι τα υποκατάστατα αγαθά που υπάρχουν στην αγορά, οι διαφημιστές, οι χορηγοί. (Τζουρβάκας 2013: 341)

Στο Μεσολόγγι οι πολιτιστικοί οργανισμοί που υπάρχουν είναι: το Μουσείο Ιστορίας και Τέχνης του Δήμου Ι.Π. Μεσολογγίου, η Δημοτική Πινακοθήκη, η Πινακοθήκη Σύγχρονης Τέχνης Χρήστου και Σοφίας Μοσχανδρέου, το μουσείο Παλαμά, το Τρικούπειο Πολιτιστικό Κέντρο, το Λαογραφικό μουσείο, το Κέντρο Λόγου και Τέχνης- μουσείο «Διέξοδος» και πολλοί άλλοι οργανισμοί. Στο Αιτωλικό υπάρχει: το Λαογραφικό μουσείο, πρόκειται να ιδρυθεί το μουσείο Λιμένος Αιτωλικού, ο Πολιτιστικός και Μορφωτικός Σύλλογος «το Αιτωλικό», ο Όμιλος Διαφύλαξης και Αναβίωσης της Ιστορίας του Αιτωλικού, το Πνευματικό Κέντρο «Ευανθία Καρβέλη» αλλά και άλλοι φορείς οι οποίοι δραστηριοποιούνται στην τοπική κοινωνία. Γενικότερα όπως προαναφέραμε στην ευρύτερη περιοχή υπάρχει ποικιλία πολιτιστικών υπηρεσιών. Παρόλα αυτά, οι πολιτιστικοί οργανισμοί μπορούν να δημιουργήσουν μεταξύ τους συνθήκες ήπιου ανταγωνισμού οπότε να υπάρχει και μεγάλος βαθμός διαφοροποίησης των αγαθών (Τζουρβάκας 2013: 341).

5.4 Ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος μουσείου Βάσως Κατράκη

Η πραγματοποίηση ανάλυσης του εσωτερικού περιβάλλοντος του μουσείου μπορεί να καλύψει κάθε συστατικό στοιχείο του μουσείου ώστε να καθοριστούν οι εσωτερικές δυνάμεις και αδυναμίες του οργανισμού.

5.4.1 Η Διοίκηση

Το μουσείο διοικείται από επταμελές Διοικητικό Συμβούλιο. Το Διοικητικό Συμβούλιο αποτελείται από τον εκάστοτε Δήμαρχο ή τον Αντιδήμαρχο ο οποίος αυτοδικαίως καθίσταται και Πρόεδρος του Δ.Σ. Μεταξύ των μελών επιλέγονται και τα δύο παιδιά της Βάσως Κατράκη, ως δωρητές του έργου της μητέρας τους στο μουσείο. (ΦΕΚ 557/2015). Στην παρούσα Διοίκηση του μουσείου Πρόεδρος είναι ο Αντιδήμαρχος της Ιεράς Πόλεως του Δήμου Μεσολογγίου. Στις κύριες αρμοδιότητες του Δ.Σ. είναι η χάραξη πολιτικής για το μουσείο, η κατάρτιση προϋπολογισμού, ο προγραμματισμός, ο έλεγχος για νομικά θέματα, οι αποφάσεις που σχετίζονται με το προσωπικό και η συμμετοχή τους για συγκέντρωση χρημάτων (Verbanova 2013:45-46).

5.4.2 Εργαζόμενοι

Το μουσείο απαρτίζεται από δύο αρχαιολόγους ορισμένου χρόνου, οι οποίοι απασχολούνται στο μουσείο μέσω προγράμματος από τα κοινωφελή προγράμματα του ΟΑΕΔ, και προγράμματα ΕΣΠΑ. Έχουν γνώση της ιδιαιτερότητας του κάθε εκθέματος, φέρουν την ευθύνη και φροντίζουν για τη γνωριμία του με το ευρύ κοινό. Στο πλαίσιο αυτό υλοποιούν και ξεναγήσεις σε μαθητές σχολείων στον εκθεσιακό χώρο του μουσείου. Στο προσωπικό φύλαξης εργάζεται ένα άτομο, το οποίο ανήκει στο μόνιμο

προσωπικό του μουσείου και μεριμνά για την προστασία των εκτεθειμένων έργων και αντικειμένων της Κατράκη και διατίθεται για την εξυπηρέτηση των επισκεπτών. Στον χώρο της καθαριότητας εργάζονται άτομα αποσπασμένα από τον Δήμο Μεσολογγίου. Η συντήρηση του περιβάλλοντος εξωτερικού χώρου γίνεται από το συνεργείο καθαριότητας του Δήμου Μεσολογγίου. Επί κεφαλής του μουσείου Κατράκη είναι ο Πρόεδρος που φέρει την ευθύνη για όλο το προσωπικό και είναι το άτομο που εγκρίνει όλες τις διαδικασίες που αφορούν το μουσείο καθώς είναι πολύ καλός γνώστης των αναγκών του.

5.4.3 Μόνιμη συλλογή –περιοδικές εκθέσεις –εκπαιδευτικά προγράμματα.

Στη μόνιμη συλλογή του μουσείου εκτίθενται και στις δύο εκθεσιακές αίθουσες τα έργα της Βάσως Κατράκη. Περιοδικές εκθέσεις δεν γίνονται συχνά. Στην συνέντευξη που παραχώρησε ο Πρόεδρος του μουσείου, αναφέρθηκε χαρακτηριστικά στην περιοδική έκθεση του ζωγράφου Χρήστου Μποκόρου που έγινε το 2015 στο μουσείο Κατράκη, ως σπουδαίο γεγονός, διότι υπήρξε μεγάλη προσέλευση του κοινού. Η θετική διάσταση της έκθεσης έδειξε ότι για τη βασική λειτουργία του μουσείου πρέπει να γίνονται περιοδικές εκθέσεις. Επισημάνθηκε δηλαδή πόσο σημαντικές είναι οι περιοδικές εκθέσεις στον χώρο του μουσείου. Σύμφωνα με την Κανιάρη (2013:58-59) η δημιουργία πολλών περιοδικών εκθέσεων εκπληρώνει την αρχή της πολυφωνίας. Οι περιοδικές εκθέσεις δεν προσθέτουν μόνο νέα δεδομένα στη συσσωρευμένη γνώση για τις υπάρχουσες συλλογές αλλά προτείνουν νέους τρόπους θέασης δημιουργώντας πρωτόγνωρες εμπειρίες μέσα στο χώρο του μουσείου.

Στις δράσεις του μουσείου συγκαταλέγονται και τα εκπαιδευτικά προγράμματα με έμφαση στην μουσειοπαιδαγωγική προσέγγιση της χαρακτηριστικής κυρίως για μαθητές του σχολείου. Στο πλαίσιο των εκπαιδευτικών προγραμμάτων διοργανώνονται περισσότερες δράσεις, και γίνονται πιο στοχευμένες κινήσεις. Γίνονται όμως και προγράμματα για φοιτητές. Το μουσείο σε συνεργασία με τη Σχολή Καλών Τεχνών πραγματοποιεί προγράμματα πρακτικής υπό την επίβλεψη Καθηγητών για τους φοιτητές της Σχολής. Τα έργα χαρακτηριστικής που δημιουργούνται από τους φοιτητές εκτίθενται στον εκθεσιακό χώρο του μουσείου και είναι προς πώληση.

5.4.4 Συντήρηση έργων, τεχνικός εξοπλισμός

Η συντήρηση των έργων τέχνης έχει σκοπό τη διατήρηση των υλικών καταλοίπων της πολιτιστικής κληρονομιάς. Στο Μουσείο Κατράκη η συντήρηση των έργων είναι ένα θέμα που χρήζει φροντίδας διότι δεν υπάρχει συντηρητής. Το έργο του συντηρητή είναι να εξετάζει διεξοδικά τα μουσειακά αντικείμενα στο μουσείο, να προσδιορίζει το μέγεθος ζημιάς εάν υπάρχει και το είδος των απαιτούμενων επεμβάσεων, αλλά και να φροντίσει για την επιβράδυνση των διαδικασιών της φθοράς. Η συντήρηση και η διατήρηση των έργων αφορά τη διασφάλιση των έργων τέχνης και για τις επόμενες γενεές. Όσον αφορά στον τεχνικό εξοπλισμό του μουσείου Κατράκη, έχει κάποια βασικά πράγματα (οθόνη, projector), ωστόσο η εμφάνιση της νέας τεχνολογίας μπορεί να δώσει άλλες δυνατότητες στον οργανισμό, πρώτα και κύρια, για την καταγραφή των μουσειακών έργων του αλλά και για τη διαχείριση των συλλογών του.

5.4.5. Ιστοσελίδα

Το μουσείο Κατράκη δε διατηρεί διαδικτυακό ιστοχώρο. Πρωταρχική ευθύνη του μουσείου είναι η δημιουργία του. Στη σημερινή εποχή το διαδίκτυο έχει εξελιχθεί σε απαραίτητο εργαλείο για την επικοινωνία. Το μουσείο Κατράκη, όπως εξάλλου είναι αντιληπτό και από τη Διοίκησή του, θα πρέπει να κατασκευάσει ιστοσελίδα με στόχο την προώθηση των προϊόντων του και των υπηρεσιών του. Σύμφωνα με την Οικονόμου η χρήση των νέων τεχνολογιών στηρίζει τους ιδιαίτερους στόχους των οργανισμών του πολιτισμικού χώρου διότι τους βοηθά να ανταποκριθούν άμεσα στα κοινωνικά μηνύματα και τις ανάγκες της εποχής(Οικονόμου 2004: 1).

5.4.6 Χρηματοδότηση

Τα μουσεία γενικότερα καλύπτουν τις οικονομικές τους ανάγκες με κρατική ή με ιδιωτική χρηματοδότηση. Το μουσείο Κατράκη χρηματοδοτείται από το Δήμο της Ιεράς Πόλεως Μεσολογγίου με ετήσιο προϋπολογισμό ανάλογο με τη δυνατότητα του Δήμου. Άλλες πηγές χρηματοδότησης θα μπορούσαν να είναι από τον ιδιωτικό τομέα ή από επιχειρηματικές δραστηριότητες του μουσείου, οι οποίες όμως δεν υπάρχουν. Η ιδιωτική χρηματοδότηση αφορά τα άτομα που ενδιαφέρονται να κάνουν δωρεά στο μουσείο, ή κάποιες επιχειρήσεις που χορηγούν ένα ποσό για το μουσείο, ή την εθελοντική εργασία με προσφορά υπηρεσιών. Η οικονομική συνεισφορά πρέπει να γίνεται και από τον ιδιωτικό τομέα και από την κοινωνία των πολιτών. Ο στόχος είναι, το μουσείο να προσελκύσει το κοινό του και νέες πηγές χρηματοδότησης ώστε να εξασφαλίσει την αυταρέσκειά του.

Κατά τον Hill (2003: xiv) ο πολιτιστικός οργανισμός που λαμβάνει επιδότηση από την τοπική κυβέρνηση, πρέπει να είναι σε θέση να διαχειριστεί το πολιτικό περιβάλλον. Η έννοια πολιτική εδώ δεν σημαίνει μόνο τη στενή έννοια του ποιος είναι στην κυβέρνηση, αλλά και το ευρύτερο πεδίο των απόψεων και συμφερόντων που επηρεάζουν τον οργανισμό. Σύμφωνα με την Iona Bray (2010:57) η εύρεση πόρων αφορά τον στρατηγικό σχεδιασμό του μουσείου, όμως, είναι μια συλλογική διαδικασία που συμπεριλαμβάνει τον εκτελεστικό διευθυντή με την συμβολή από το διοικητικό συμβούλιο αλλά και κάθε σχετικούς διαχειριστές του προγράμματος. Η πρόκληση είναι να αυξηθεί η συμμετοχή του κοινού και να διευρύνει ο κύκλος του κόσμου των τεχνών και του πολιτισμού. Η ανάπτυξη εναλλακτικών τρόπων χρηματοδότησης, με την αύξηση της ιδιωτικής υποστήριξης, θα μπορούσε να υποστηριχτεί με την ενθάρρυνση των κυβερνήσεων, νομοθετώντας φορολογικά κίνητρα προς τους χορηγούς (Klamer et al 2006: 65). Στο σημείο αυτό να προσθέσουμε τη σημαίνουσα και αποφασιστική σημασία που έχει η χρηματοδότηση μέσω Προγραμμάτων Δημοσίων Επενδύσεων και Προγραμμάτων ΕΣΠΑ για τον τομέα του πολιτισμού. Θεωρούνται βασικοί οικονομικοί πόροι ιδιαίτερα σε περιόδους κρίσης και σκληρής δημοσιονομικής πολιτικής.

Από τις συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν διαπιστώθηκε ότι το μουσείο Κατράκη έχει χρησιμοποιήσει προγράμματα κοινοτικά και προγράμματα ΕΣΠΑ για να βελτιώσει

τις κτιριακές του εγκαταστάσεις, τις τεχνολογικές του υποδομές και για να επανδρωθεί με προσωπικό.¹⁴ Η κατανομή των οικονομικών πόρων προς τον Δήμο Ιεράς Πόλεως του Μεσολογγίου, ο οποίος εποπτεύει το μουσείο Κατράκη, είναι στην αρμοδιότητα της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας. Το μουσείο Κατράκη έχει αρκετές ελλείψεις και προβλήματα. Σύμφωνα με την άποψη της Διοίκησης του μουσείου, η οποία αναγνωρίζει την ανάγκη εκσυγχρονισμού του, το μουσείο δεν θα είναι ουραγός στη λίστα με τις χρηματοδοτήσεις, αλλά πιστεύει ότι θα μπορέσει να αξιοποιήσει τους μηχανισμούς αυτούς άμεσα.

5.5. Ανάλυση SWOT (Δυνατά- Αδύνατα, Ευκαιρίες- Απειλές)

Προκειμένου να οριστούν οι προς επίτευξη επικοινωνιακοί στόχοι οι οποίοι μπορεί να επηρεάσουν τη βιωσιμότητα του μουσείου αλλά και να το αναδείξουν σε κόμβο πολιτιστικής και τουριστικής ανάπτυξης για την περιοχή, έγινε διερεύνηση του εσωτερικού περιβάλλοντος του οργανισμού, τα δυνατά και αδύνατα σημεία του, καθώς και των εξωτερικών απειλών και ευκαιριών. Η ανάλυση SWOT αποτελεί ένα βασικό εργαλείο ανάλυσης το οποίο θα βοηθήσει στην ανάπτυξη στρατηγικού σχεδίου (Hill et. al. 2003:15-21).

5.5.1 Δυνατά σημεία (Strengths)

Τα δυνατά σημεία για το Μουσείο Κατράκη είναι τα εξής:

- Μοναδικό μουσείο αμιγώς χαρακτηριστικής σε Ελλάδα και Ευρώπη
- Δυνατότητα δημιουργίας Σχολής Χαρακτικών Τεχνών στην Ελλάδα

¹⁴ <http://www.aitoliki.gr/wp-content/uploads/%CE%91%CE%A0%CE%9F%CE%A6%CE%91%CE%A3%CE%97-%CE%95%CE%9D%CE%A4%CE%91%CE%9E%CE%97%CE%A3-%CE%9A%CE%91%CE%A4%CE%A1%CE%91%CE%9A%CE%95%CE%99%CE%9F.pdf>

- Συμβολή στη διαφύλαξη της Πολιτιστικής Κληρονομιάς
- Τοποθεσία
- Ελεύθερη είσοδος εισιτηρίου
- Ξενάγηση με εξειδικευμένο προσωπικό
- Εκπαιδευτικά προγράμματα και εκδηλώσεις

5.5.2 Αδύνατα σημεία (Weaknesses)

Ως αδύνατα σημεία του Μουσείου Κατράκη μπορεί να θεωρηθούν τα εξής:

- Έλλειψη μέριμνας για την ένταξή του στην πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής
- Έλλειψη κατευθυντήριων πινακίδων στην πόλη
- Μη επαρκής πληροφορία εντός του μουσείου για τα εκθέματα (πχ. λεζάντες σε ελληνικά και αγγλικά κ.ά.)
- Μικρό προσωπικό διοίκησης
- Το ανεπαρκές κεφάλαιο κίνησης
- Έλλειψη πωλητηρίου και e-shop
- Έλλειψη χώρου αναψυχής (καφέ-εστιατόριο)
- Μη είσπραξη ποσού από εισιτήρια, πωλητήριο
- Μη υιοθέτηση πρακτικών μάρκετινγκ
- Μη επαρκής συμμετοχή σε προγράμματα επιχορήγησης
- Μη επαρκής ενημέρωση στα ΜΜΕ
- Απουσία προβολής τοπικού πολιτιστικού στοιχείου
- Απουσία έρευνας κοινού

5.5.3 Ευκαιρίες (Opportunities)

Οι ευκαιρίες που μπορεί να αξιοποιήσει το μουσείο Κατράκη είναι οι εξής:

- Συνεργασίες με άλλους πολιτιστικούς οργανισμούς για την ανάδειξη των Μουσείων

- Περισσότερες μελλοντικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες
- Συνεργατική δράση με μουσεία της Ελλάδας αλλά και του εξωτερικού
- Συνεργασίες με τοπικούς πολιτιστικούς οργανισμούς στο πλαίσιο εκδηλώσεων
- Δανεισμός εκθέσεων σε άλλα μουσεία
- Νέες υποδομές που δημιουργήθηκαν (Εγνατία οδός, Ιώνια οδός)
- Αργή αλλά σταδιακή αύξηση οικονομικών συνθηκών
- Εκμετάλλευση στο έπακρο των δυνατοτήτων των νέων τεχνολογιών (ιστοσελίδα, μέσα κοινωνικής δικτύωσης κ.ά.)
- Η αύξηση τουριστικού ρεύματος σε συνδυασμό με την ευρύτερη περιοχή
- Σύναψη σχέσεων με φορείς του τουρισμού
- Επιδίωξη ένταξης σε προγράμματα ΕΣΠΑ και σε επιδοτήσεις από αναπτυξιακά Εθνικά και Ευρωπαϊκά προγράμματα. Όπως, το πρόγραμμα ΕΣΠΑ 2014-2020 που αφορά κτιριακές αποκαταστάσεις και συντηρήσεις μνημείων νεότερης πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Επιδίωξη ένταξης σε ευρωπαϊκά προγράμματα ψηφιακής σύγκλισης με σκοπό την χρηματοδότηση για τη δημιουργία ιστοσελίδας του μουσείου.
- Εύρεση χορηγών

5.5.4 Απειλές (Threats)

Τέλος, οι απειλές που ενδεχομένως κληθεί το μουσείο Κατράκη να αντιμετωπίσει είναι:

- Περιφερειακή οικονομική κρίση
- Το ρευστό οικονομικό - πολιτικό κλίμα
- Απομάκρυνση προσωπικού λόγω περικοπών
- Μη ανάπτυξη λόγω έλλειψης οικονομικών πόρων
- Ανταγωνισμός
- Η αλλαγή αναγκών του κοινού που αναζητάει χώρους αναψυχής με ποικίλες δραστηριότητες.
- Η ελλιπής εικαστική εκπαίδευση των νεοελλήνων

Κεφάλαιο 6.

Αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της ανάλυσης

Μετά την έρευνα που πραγματοποιήθηκε για το μουσείο Κατράκη, αξιολογούνται τα αποτελέσματα και παρουσιάζονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του μουσείου.

-Ένα δυνατό σημείο του μουσείου είναι η τοποθεσία στην οποία βρίσκεται. Εκτός του ότι είναι σε πολύ όμορφο σημείο στην πόλη του Αιτωλικού, το μουσείο γίνεται προσβάσιμο ακόμα και με τα μέσα μεταφοράς, δεδομένου ότι απέχει μόλις 10 χιλιόμετρα από το Μεσολόγγι και βρίσκεται σε πολύ κοντινή απόσταση από την Ιόνια οδό που διασχίζει τη Δυτική Ελλάδα.

-Είναι το μοναδικό μουσείο Χαρακτικής στην Ελλάδα και στην Ευρώπη. Αυτό σημαίνει ότι αποτελεί μια μοναδική πρόταση για τον επισκέπτη καθώς διαφοροποιείται από τον ανταγωνισμό με άλλους πολιτιστικούς οργανισμούς σε ότι αφορά το είδος της τέχνης, τη χαρακτηριστική. Θα μπορούσε μάλιστα στο υπόγειο του μουσείου, στους χώρους όπου γίνονται τα εκπαιδευτικά προγράμματα, να δημιουργηθεί Σχολή Χαρακτικών Τεχνών, όπως ήταν και το αρχικό όραμα για το συγκεκριμένο μουσείο. Ήδη, όπως προαναφέραμε, φοιτητές της Σχολής Καλών Τεχνών ενίοτε κάνουν την πρακτική τους άσκηση στη χαρακτηριστική, στο μουσείο Κατράκη.

-Δυνατό στοιχείο αποτελεί η ελεύθερη είσοδος στο μουσείο. Στις αντίξοες οικονομικές συνθήκες των καιρών, το μουσείο έχει δωρεάν είσοδο στο κοινό. Προβλέπεται βέβαια, όπως ενημερωθήκαμε από τις συνεντεύξεις, ότι στο μέλλον θα ισχύσει το εισιτήριο εισόδου για να αυξηθούν τα έσοδα του μουσείου. Όμως, στην παρούσα κατάσταση, η

ελεύθερη είσοδος, μπορεί να θεωρηθεί και ως στρατηγική μάρκετινγκ προσέλκυσης κοινού και αύξησης της επισκεψιμότητας.

-Επίσης, αξιολογούνται θετικά οι ξεναγήσεις που γίνονται σε ομάδες και ιδιαίτερα σε σχολεία από το υπάρχον εξειδικευμένο προσωπικό που υπάρχει στην παρούσα κατάσταση. Τα μουσεία στις μέρες μας αποτελούν περιβάλλοντα μάθησης και παρέχουν μάθηση και ψυχαγωγία σε διαφορετικό περιβάλλον από το σχολικό. Οι στόχοι που μπορούν να υπηρετηθούν είναι κυρίως γνωστικοί. Ο εμπυχωτής/ ξεναγός ως ειδικός μεταφέρει στον επισκέπτη πληροφορίες και γνώσεις που έχει για τα εκθέματα. Ο επισκέπτης ως παθητικός δέκτης πληροφοριών αντλεί πληροφορίες χωρίς να προβλέπεται η άμεση επαφή και η διάδρασή του με τα εκθέματα. Η επικοινωνία είναι ασύμμετρη καθώς ο ξεναγός δύσκολα διερευνά τις προτιμήσεις και τα ενδιαφέροντα του κοινού. Όμως, η παρουσία του στο μουσείο είναι πολύ χρήσιμη (Νικονάνου 2010:52-53).

-Πολύ σημαντικά είναι επίσης τα εκπαιδευτικά εργαστήρια που πραγματοποιούνται στο μουσείο Κατράκη διότι καλλιεργούν την εικαστική παιδεία. Η ανάπτυξη εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων στο μουσείο χρειάζεται την ενεργό συμμετοχή των επισκεπτών και τη συμπαράσταση της κοινωνίας διότι όσο και σημαντική να είναι η εκδήλωση θα αποτύχει χωρίς τη συμμετοχή του κόσμου. (Παπαϊωάννου & Στεργιάκη 2013:141). Στόχος των εκπαιδευτικών αυτών διαδικασιών είναι η διευκόλυνση της διανοητικής και συναισθηματικής πρόσβασης των επισκεπτών στις εκθεσιακές θεματικές. Το κοινό παροτρύνεται και ανακαλύπτει νοήματα που ενυπάρχουν στα μουσειακά εκθέματα. Μέσα από τη δημιουργία συσχετισμών ανάμεσα στα εκθέματα και τη ζωή τους, το κοινό εκφράζει τις προσωπικές ερμηνείες του και προωθείται η δημιουργία και η έμπνευση.

-Επιπλέον, το μουσείο διαθέτει τους χώρους του δωρεάν (όποτε είναι εφικτό) σε τοπικούς φορείς για διοργανώσεις πολιτιστικών εκδηλώσεων. Αυτό το γεγονός δημιουργεί ένα θετικό κλίμα και ενισχύει την επικοινωνιακή πολιτική του μουσείου με την τοπική κοινωνία.

Αντιθέτως, στις αδυναμίες που παρουσιάζει ο οργανισμός επισημαίνονται τα εξής:

-Διαπιστώνεται ανεπαρκής στρατηγική επικοινωνία στο πλαίσιο των δυνατοτήτων του μουσείου ώστε να βελτιωθεί και να έχει ανάπτυξη.

-Επίσης, αξιολογώντας την επισκεψιμότητα του μουσείου, από προσωπικές επισκέψεις στο μουσείο αλλά και από τις συνεντεύξεις που υλοποιήθηκαν, αξιολογείται ότι το μουσείο έχει χαμηλή επισκεψιμότητα. Παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια μία ανοδική πορεία αλλά εξακολουθεί να έχει μικρό αριθμό επισκεπτών.

-Σε ότι αφορά τις επικοινωνιακές πρακτικές που έχουν να κάνουν με την προσέλκυση κοινού, απέχει από ένα ολιστικό μοντέλο της λειτουργίας του μουσείου που θα λάμβανε υπόψη τη γνώμη του κοινού σε κάθε στάδιο. Δεν γίνεται καταγραφή ποσοτικών και ποιοτικών στοιχείων επισκεπτών. Το μουσείο πρέπει να συλλέγει πληροφορίες από το κοινό του με έρευνες κοινού, προκειμένου η επικοινωνιακή στρατηγική του να προσαρμοστεί ανάλογα.

-Δεν ενθαρρύνεται η συμμετοχή του κοινού με επαρκείς δράσεις ώστε να κινητοποιηθεί το κοινό της τοπικής κοινωνίας και της ευρύτερης περιοχής για τη συμμετοχή του.

-Η αξιοποίηση πρακτικών επικοινωνίας για συνεργασίες με πανεπιστήμια και άλλους πολιτιστικούς οργανισμούς είναι αποσπασματικές.

-Θα προσθέσουμε ότι υπάρχει έλλειψη μέριμνας για την ένταξη του μουσείου στην πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής. Το μουσείο Κατράκη θα μπορούσε να αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα στην περιοχή μέσω μιας προσπάθειας προβολής και ανάδειξης του. Ως φορέας πολιτισμού μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την προβολή της ταυτότητας της πόλης του Αιτωλικού. Κατ' επέκταση, να συνδεθεί με την εικόνα της πόλης και να συνεισφέρει στην αναζωογόνησή της αλλά και στην αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας σε αυτήν. Όπως αναφέρουν οι Κόνσολα και Ιωαννίδης η αξιοποίηση του πολιτιστικού κεφαλαίου που συσσωρεύει η πόλη, μέσα από τη δημιουργία σύγχρονων πολιτιστικών υποδομών και την ανάπτυξη καλλιτεχνικών δραστηριοτήτων αποτελεί μεταξύ άλλων βασικό παράγοντα για την αναπτυξιακή προοπτική μιας πόλης και την προώθηση μιας «ελκυστικής εικόνας»(2005:226).

-Η έλλειψη μόνιμου προσωπικού, η μη επαρκής διαφήμισή του μουσείου σε τουριστικούς οδηγούς, η απουσία ιστοσελίδας και νέων τεχνολογιών δε βοηθούν στην κατεύθυνση της εξωστρέφειας και της προσπάθειας ανοίγματος στην κοινωνία που πρέπει να έχει το μουσείο, αλλά και δυσχεραίνει την επικοινωνιακή του στρατηγική.

-Επίσης οι διαθέσιμοι οικονομικοί πόροι του μουσείου είναι μικροί, πρέπει να αξιοποιηθούν περισσότερο κοινοτικά και άλλων κονδύλια για τη βιωσιμότητά του για να πραγματοποιήσει τους στόχους του και να βελτιώσει τις παροχές υπηρεσιών του.

-Παράλληλα και το εγχείρημα του εκσυγχρονισμού και αναβάθμισης του μουσείου, που είναι στα μελλοντικά σχέδια της διοίκησης του μουσείου, με χώρους αναψυχής (καφέ-εστιατόριο-πωλητήριο) απαιτεί σημαντική χρηματική επένδυση και πολύ χρόνο για προγραμματισμό και υλοποίηση. Είναι πρωτεύον από την πλευρά της Διοίκησης να επιμείνει στα εθνικά ή ευρωπαϊκά προγράμματα που θα μπορούσαν να χρηματοδοτήσουν το έργο της ανακαίνισης του μουσείου. Βελτιώνοντας την εικόνα του και κυρίως τις υπηρεσίες του το μουσείο θα μπορέσει να προσφέρει πιο ολοκληρωμένη εμπειρία στο κοινό και να ανταποκριθεί στις αυξημένες προσδοκίες των επισκεπτών και παράλληλα θα αποκτήσει μεγαλύτερη συμμετοχή στην τουριστική αγορά.

6.1. Συμπεράσματα - Προτάσεις επικοινωνιακής στρατηγικής

Καθίσταται σαφές ότι για να προταθεί ένα κατάλληλο στρατηγικό επικοινωνιακό πλάνο θα πρέπει να συνυπολογιστούν όλες οι προαναφερθείσες μεταβλητές οι οποίες λειτουργούν άλλοτε υποστηρικτικά και άλλοτε όχι για το μουσείο. Με την ολοκλήρωση της περιγραφής της υφιστάμενης κατάστασης προέκυψαν συμπεράσματα από την έρευνά μας τα οποία παραθέτονται στη συνέχεια και προτείνονται συγκεκριμένες προτάσεις επικοινωνιακής πολιτικής για βελτίωση της μουσειακής εικόνας του μουσείου Κατράκη και της συμμετοχής του στην πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας.

Συνολικά, το στρατηγικό πλάνο επικοινωνιακής πολιτικής του μουσείου χρήζει βελτίωσης. Επίσης, η επικοινωνιακή πολιτική του μουσείου που στοχεύει στη σύνδεση του μουσείου με την πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη είναι σε ιδιαίτερα χαμηλό επίπεδο.

Στο πλαίσιο των κοινωνικών και οικονομικών συνθηκών που υπάρχουν στο περιβάλλον του μουσείου Κατράκη δημιουργείται πρόσφορο έδαφος για την εισαγωγή εργαλείων επικοινωνιακής στρατηγικής στην πρακτική του. Το επικοινωνιακό στρατηγικό πλάνο για να πετύχει και ιδιαίτερα σε δύσκολους καιρούς χρειάζεται όραμα και ισχυρούς πραγματιστές. Αδιαμφισβήτητα, η επικοινωνία είναι θεμελιώδης λειτουργία των πολιτιστικών οργανισμών και ιδιαίτερα η επικοινωνία με το κοινό, εφόσον δημιουργώντας νέους επισκέπτες επιτυγχάνεται και η οικονομική βιωσιμότητα του μουσείου (Kotler et al 2008:21-22). Επομένως, ο πομπός (το μουσείο) εντοπίζει τα προβλήματα και ορίζει τις αλλαγές που θέλει να φέρει στον δέκτη (στο άτομο, στις κοινωνικές ομάδες). Είναι πολύ σημαντικό για τα στελέχη σε έναν οργανισμό να μπορούν να χειριστούν σωστά την επικοινωνία και να δημιουργήσουν το ανάλογο μείγμα επικοινωνίας με στόχο να φτάσει το μήνυμα στον αποδέκτη που έχει στοχεύσει η διοίκηση του οργανισμού (Kotler et al, 2016:123). Από τη στιγμή που μια κατάσταση ή ένα πρόβλημα έχει κατανοηθεί, το επόμενο βήμα είναι να τεθούν οι στόχοι για την επίτευξή τους. Για τους Carriotti et al (2016:102) το να μπορεί σήμερα η διοίκηση ενός μουσείου να κινηθεί μέσα από πολλαπλά μέσα επικοινωνίας και να κατανοήσει ποιο μέσο μπορεί να είναι το αποδοτικότερο δείχνει ένα σαφές προτέρημα στην οργάνωση του μουσείου. Θα πρέπει να αναφερθούμε στο γεγονός ότι η επικοινωνία είναι σύνθετη και μπορεί να γίνει με πολλούς τρόπους. Για παράδειγμα, υπάρχει η τυπική και μη τυπική επικοινωνία όπως και να υπάρχει και η λεκτική και μη λεκτική επικοινωνία. Όπως είναι κατανοητό, υπάρχουν πολλά είδη επικοινωνίας που μπορεί να υπάρξουν για την διοίκηση ενός οργανισμού (Fiske, 1992:20). Ο αποτελεσματικός προγραμματισμός της επικοινωνιακής στρατηγικής γεφυρώνει το κενό ανάμεσα σε αυτό που βρισκόμαστε και σε αυτό που θέλουμε να πετύχουμε μελλοντικά. Θα συμβάλει στην ευημερία του μουσείου, θα ενθαρρύνει την εξωστρέφεια, την ανταλλαγή γνώσεων και καλών πρακτικών, την επικοινωνία και την υποστήριξη του κοινού.

Η σωστή χάραξη επικοινωνιακής στρατηγικής του μουσείου προϋποθέτει κατάλληλο σχεδιασμό και η εφαρμογή της πρέπει να αποτελεί βασικό στοιχείο της λειτουργίας του. Ιδιαίτερη σημασία πρέπει να δοθεί στα εξής προβλήματα που παρατηρήθηκαν:

- Πρώτος σκοπός του στρατηγικού του πλάνου είναι να ενισχυθεί ο κοινωνικός ρόλος του μουσείου και το ενδιαφέρον για την πολιτιστική καλλιέργεια του κοινού. Επομένως, αυτό που προέχει για το μουσείο είναι να επαναπροσδιορίσει τον ρόλο του, να έχει ξεκάθαρη την εικόνα για το ποιο είναι το κοινό του και να ενισχυθεί η επικοινωνία μαζί του.

Συμπεραίνοντας ότι ο αριθμός των επισκεπτών είναι μικρός, το μουσείο πρέπει να αυξήσει την επισκεψιμότητά του και να διευρύνει το κοινό του. Προτείνεται το κοινό του μουσείου να επεκταθεί με όσο το δυνατόν περισσότερες και διαφορετικές ομάδες (target groups) κοινού και η επικοινωνιακή πολιτική του μουσείου να λειτουργήσει πολυδιάστατα. Συστήνεται ένα σχέδιο με στόχους που θα αφορούν το κοινό του, τους συνεργάτες του, τις δράσεις του και η προσέλκυση πόρων και ανάλογα να διαμορφωθεί και η επικοινωνιακή στρατηγική του.

Για κάθε πολιτιστική εκδήλωση ή έκθεση που θα πραγματοποιείται να γίνεται εκ νέου ανάλυση των στόχων, του κοινού και των δράσεων. Συνεπώς, η κατανόηση του κοινού θα επιτρέψει τον σχεδιασμό αποτελεσματικών επικοινωνιακών προσεγγίσεων. Είναι σημαντικό οι διοργανωτές να μην σταματούν το έργο τους με την υλοποίηση μιας εκδήλωσης αλλά να διενεργούν αξιολόγηση με το κοινό (έρευνα κοινού). Η αξιολόγηση μπορεί να προσφέρει πολύτιμες ιδέες για την βελτίωση των εκθέσεων, δραστηριοτήτων και παροχών του μουσείου και παράλληλα μπορεί να βοηθήσει τον οργανισμό να καταλάβει καλύτερα τους επισκέπτες του και να ανοίξει έναν διάλογο μαζί τους. Είναι εμφανές ότι για να λειτουργήσει σωστά η αξιολόγηση θα πρέπει να είναι μία συνεχής διαδικασία ενσωματωμένη στις τακτικές του μουσείου. Επίσης, αυτό σημαίνει ότι τα ερωτήματα που θέτει η έρευνα επηρεάζουν το ρόλο όλου του μουσείου και τον τρόπο που εκπληρώνει τους στόχους του (Οικονόμου2003: 6-7).

- Θα πρέπει να γίνονται διάφορες δράσεις και προγράμματα ώστε να εμπλουτίζεται η διαδικασία συμμετοχής, με τρόπο που να διατηρεί το ενδιαφέρον του επισκέπτη και να διευρύνει τον ορίζοντά του. Για κάθε ομάδα κοινού προβλέπονται εκθέσεις και προγράμματα που θα δημιουργήσουν στους επισκέπτες την επιθυμία να επισκεφτούν το μουσείο. Επομένως, η επικοινωνιακή προσέγγιση του μουσείου πρέπει να γίνεται μέσα από τις εκδηλώσεις του.

Στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων του μουσείου, σύμφωνα με την Βαγιονά (1992:56-57) «Είναι απαραίτητο να γίνονται επιλογές ανάμεσα στις μορφές πολιτιστικής δραστηριότητας που μπορούν να αναπτυχθούν με κριτήριο τη φυσιογνωμία του τόπου και συγκεκριμένα την πολιτιστική παράδοση ή τα σύγχρονα ρεύματα, που δίνουν το πολιτιστικό στίγμα στην περιοχή». Η Νάκου (2001:126) αναφέρει ότι το τοπικό μουσείο πρέπει να αποτελεί εργαλείο κοινωνικής επικοινωνίας και συνοχής, να λειτουργεί ως χώρος συνάντησης διαφόρων και διαφορετικών κοινωνικών-πολιτισμικών κόσμων. Στο κοινό πρέπει να προσφέρονται ευκαιρίες να υποστηρίξει τους σκοπούς του μουσείου και να εμπλέκεται στις δράσεις του.

- Το μουσείο πρέπει να δημιουργήσει στενότερους θεσμούς με άλλα μουσεία της Ελλάδας και του εξωτερικού δίνοντας κίνητρα για δανεισμό και ανταλλαγή συλλογών, αλλά και για δημιουργία περιοδικών εκθέσεων. Συμπληρωματικά, προτείνεται η ένταξη του μουσείου στο Δίκτυο Μουσείων και Πολιτιστικών Φορέων. Με τη βοήθεια της τεχνολογίας, το μουσείο μπορεί να γίνει μέλος και να συμμετέχει μαζί με άλλα μουσεία στο Δίκτυο έχοντας ως άξονα τη δημιουργία κοινής επικοινωνιακής βάσης και προβολής, ανταλλαγή τεχνογνωσίας, συνεργασία σε επιστημονικό επίπεδο αλλά και κοινές δράσεις.¹⁵
- Προτείνεται να υπάρξει σύμπραξη με ελληνικά και ξένα πανεπιστήμια, ώστε να σχεδιάζονται συνεργασίες σε εκπαιδευτικό επίπεδο. Η επικοινωνιακή πολιτική του μουσείου θα πρέπει να στοχεύει στο σχεδιασμό συνεργασιών σε εκπαιδευτικό επίπεδο, ώστε να προωθείται η επιστημονική έρευνα, να εμπλουτίζεται η μουσειακή εμπειρία και να ενισχύεται η μουσειακή επικοινωνία. Στο πλαίσιο αυτό συστήνεται η συνεργασία με τη Σχολή Καλών Τεχνών να γίνεται σε μόνιμη βάση με την προοπτική να καθιερωθεί να αξιοποιηθεί επιστημονικά η συνεργασία και να δημιουργηθεί η δυνατότητα επέκτασης της Καλών Τεχνών για πρακτική άσκηση στους εργαστηριακούς χώρους του μουσείου Κατράκη.
- Συμπεραίνοντας την έλλειψη χορηγών και άλλων πρόσθετων πόρων, είναι σημαντικό το μουσείο Κατράκη να μη μένει μόνο στη χρηματοδότηση από την εκάστοτε Δημοτική

¹⁵ <http://www.athensmuseums.net/index.php>

ή δημόσια Αρχή. Με δεδομένο ότι η πολιτιστική χορηγία με διάφορες μορφές¹⁶ έχει καταστεί μία πολύ δελεαστική εναλλακτική πρόταση, θα πρέπει να ενισχυθεί ο χορηγικός θεσμός. Αδιαμφισβήτητα στο στρατηγικό πλάνο επικοινωνίας του μουσείου πρέπει να είναι η εύρεση χορηγιών και άλλων κονδυλίων. Η δυνατότητα να λάβει χορηγίες ο οργανισμός αυξάνεται μέσω κατάλληλων ενεργειών.

Στις κατάλληλες ενέργειες για τη λήψη χορηγιών συγκαταλέγονται η τήρηση προγράμματος του μουσείου με τις ετήσιες πολιτιστικές εκδηλώσεις του και η συμπλήρωση χορηγικού φακέλου για κάθε πρόγραμμα ώστε να κατατίθεται πλήρως προς αξιολόγηση και έγκριση. Είναι σημαντικό η ώθηση του χορηγικού θεσμού να γίνεται από συγκεκριμένη οργανωτική υπηρεσία, η οποία θα αναλαμβάνει τον ετήσιο προγραμματισμό στρατηγικής χορηγιών αλλά και την προσέλκυση χορηγών. Στο πλαίσιο αυτό θα πρέπει να ενημερώνονται συχνά και οι εν δυνάμει χορηγοί για τα ανταποδοτικά οφέλη που θα αποκομίζουν με την χορηγία τους προς το μουσείο. (Ζούνης 2001:19). Όπως, σαφώς προτάθηκε από συνεντευξιαζόμενο, οι μεγάλοι χορηγοί θα μπορούσαν να έχουν θέση στο Διοικητικό Συμβούλιο του μουσείου. Επίσης, η διοίκηση του μουσείου θα μπορούσε να συνδυάσει περιοδικές εκθέσεις ή εκπαιδευτικά προγράμματα πολιτιστικού περιεχομένου που να προβάλλει τη δραστηριότητα του χορηγού, καθώς και να αναγράφεται το όνομα του χορηγού στο έντυπο υλικό για την έκθεση αλλά και στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Η χορηγία μπορεί να εφαρμοστεί στο πλαίσιο του προγράμματος κοινωνικής ευθύνης του χορηγού, που υλοποιείται στον πυλώνα στήριξης του πολιτισμού με προφανή οφέλη για όλους, δημιουργώντας δυναμικές σχέσεις κοινωνικής ευαισθησίας.

- Αναφορικά με την ανυπαρξία ιστοσελίδας, μέσων κοινωνικής δικτύωσης και νέων τεχνολογιών, προτείνεται η τεχνολογική αναβάθμιση του μουσείου. Μέσω χορηγιών αλλά και επιδοτήσεων από ευρωπαϊκά προγράμματα, μπορεί να υλοποιηθεί και η τεχνολογική αναβάθμιση του μουσείου Κατράκη. Η μελέτη, ο σχεδιασμός και η εγκατάσταση ενός σύγχρονου ιστότοπου θα δώσει πνοή στο μουσείο. Να αναβαθμιστεί η εμπειρία του επισκέπτη προσφέροντάς του τη δυνατότητα να συνδεθεί από όλες τις

¹⁶ Σύμφωνα με τον Ζούνη (2001:18) η πολιτιστική χορηγία είναι ένα επιτυχημένο μέσο μεταφοράς πόρων από τον ιδιωτικό τομέα στον δημόσιο κοινωνικό τομέα σε δραστηριότητες πολιτιστικού περιεχομένου. Ο σκοπός του μέσου είναι η προσφορά προς τα πολιτιστικά δρώμενα σε συνδυασμό με την προβολή των χορηγών.

φορητές του συσκευές (κινητό, laptop, tablet) και να περιηγηθεί στην ιστοσελίδα του μουσείου. Να μπορούν οι επισκέπτες να μοιράζονται τις ενδιαφέρουσες στιγμές τους και την περιήγηση στο μουσείο με τους φίλους τους στα κοινωνικά δίκτυα, να ενημερώνονται για τα εκθέματα του μουσείου και για όλες τις εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στους χώρους του μουσείου. Να παίρνουν περισσότερες πληροφορίες για τα εκθέματα του μουσείου μέσω διαδικτυακής εικονικής πραγματικότητας, να μπορεί να λειτουργήσει e-shop, να ενημερώνονται από newsletters, αλλά και άλλα πολλά. Η αποτελεσματική αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρει η τεχνολογία με τη δημιουργία ιστοσελίδας θα μπορούσε να αποτελέσει ένα ισχυρό επικοινωνιακό εργαλείο για το μουσείο Κατράκη.

- Επισημαίνεται ότι δεν υπάρχει επαρκές προσωπικό. Σκοπός του επικοινωνιακού πλάνου θα πρέπει να είναι η ενδυνάμωση της οργανωτικής και διαχειριστικής ικανότητας του μουσείου. Κρίνεται απαραίτητο να αυξηθεί ο αριθμός υπαλλήλων με μόνιμο εξειδικευμένο προσωπικό για την εύρυθμη λειτουργία του μουσείου. Τα επαγγελματικά προσόντα του προσωπικού θα συμβάλλουν στη διάχυση του έργου της Κατράκη τόσο στο εξειδικευμένο όσο και στο ευρύτερο κοινό. Κατά συνέπεια και ο αριθμός των επισκεπτών (οι ενεργοί καταναλωτές, το δυνητικό κοινό αλλά και οι ομάδες που απέχουν) αναπτύσσεται από μία πολιτική διεύρυνσης.
- Συστήνεται να υπάρξει ένα τμήμα ή υπάλληλος που θα ασχολείται με το Μάρκετινγκ, την προβολή και με τις δημόσιες σχέσεις του μουσείου και τη δημοσιοποίηση των δράσεών του. Η επικέντρωση της επικοινωνίας στον άξονα αυτό, θα βελτιώσει την θετική στάση του κοινού ως προς το πρόγραμμα και τις δράσεις του μουσείου, θα ενθαρρύνει τη συμμετοχικότητα και θα ανοίγει δρόμους σε χρηματοδοτικές ευκαιρίες. Η προβολή και μάρκετινγκ του μουσείου αποτελεί μέρος των επικοινωνιακών στόχων που θα πρέπει να έχει το μουσείο.
- Προτείνεται η συμβολή των υποστηρικτών, η οποία είναι ανεκτίμητη. Μπορεί με πρωτοβουλία του Μουσείου Κατράκη να δημιουργηθεί Σύλλογος «οι Φίλοι του Μουσείου Κατράκη» που θα σκοπεύει στην στενότερη σύνδεση του μουσείου με το κοινό του. Οι Φίλοι του Μουσείου μπορεί να δραστηριοποιούνται και να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες για την αξιοποίηση της δυναμικής του μουσείου, σε συνεργασία με τις τοπικές αρχές και οργανισμούς. Μπορεί να αναζητούν νέους τρόπους επίλυσης

κοινωνικών ζητημάτων, να ενισχύουν την εκπαιδευτική δραστηριότητα των μουσείων, ανευρίσκοντας πόρους χρηματοδότησης (Σταματέλου 2007:21).

- Σημαντική συμβολή στο έργο του μουσείου αποτελεί και η προσφορά της εθελοντικής εργασίας. Το μουσείο θα πρέπει να προάγει την ιδέα του εθελοντισμού, να δίνει την ευκαιρία στους ανθρώπους (φοιτητές, άνεργους, συνταξιούχους κ.ά) να απασχοληθούν στον ελεύθερο χρόνο τους μέσα στο μουσειακό περιβάλλον και να εξελίξουν τις ικανότητές τους. Οι εθελοντές είναι πολύτιμοι, φέρνουν καινούργιες ιδέες, ειδικότητα, επαγγελματισμό, προσωπική αφοσίωση. Με τη συμμετοχή τους θα μπορούσαν να στηρίξουν όλες τις λειτουργίες του μουσείου, τη γραμματειακή υποστήριξη, την υποδοχή, τα εκπαιδευτικά προγράμματα και γενικότερα τις εκδηλώσεις του μουσείου. Οι εθελοντές με τις γνώσεις τους συμβάλλουν στην επίτευξη των στόχων του μουσείου, παράγοντας έργο συλλογικού χαρακτήρα και η εργασία τους παρέχεται χωρίς χρηματική αμοιβή (Ζάννης 2004:170).
- Σε ότι αφορά στις εκδηλώσεις, στις οργανώσεις εκθέσεων και στον σχεδιασμό εκπαιδευτικών προγραμμάτων του μουσείου, συνεπάγονται όλα μακρόχρονη προσπάθεια, σημαντικά κονδύλια και πολλή δουλειά από τους οργανωτές του μουσείου. Όμως, στους επιμέρους στόχους της επικοινωνίας πρέπει να είναι η ανάπτυξη του εκπαιδευτικού έργου του μουσείου. Μέσα από τις δραστηριότητες του μουσείου μπορεί να αναδειχθούν νέοι δημιουργοί χαρακτηριστικής και να προωθηθούν καινοτόμες ιδέες (λ.χ. συμπόσια χαρακτηριστικής, συνέδρια κ.τ.λ.). Προτείνεται η διερεύνηση του πολιτιστικού ορίζοντα των νέων της τοπικής κοινωνίας που ξέρουν το έργο της Κατράκη που έχουν παρόμοια καλλιτεχνική δραστηριότητα και αγαπούν την τέχνη. Έχοντας την αρωγή και την βούληση της διοίκησης του μουσείου, μέσα από ένα σχέδιο δράσης, μπορούν να συμβάλλουν τα μέγιστα, προσδίδοντας νέα δυναμική στις δυνατότητες του μουσείου.

Ωστόσο, στους επικοινωνιακούς στόχους του μουσείου είναι απαραίτητη η διεύρυνση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων στο πεδίο των παιδιών και των νέων και των ευαίσθητων κοινωνικά ομάδων κατά των ανισοτήτων και των διακρίσεων. Στο πλαίσιο αυτό, το ΥΠΠΟΑ απευθύνει πρόσκληση ενδιαφέροντος προς τους πολιτιστικούς οργανισμούς και επιχορηγεί τις πολιτιστικές δράσεις και τα προγράμματα για την καταπολέμηση των διακρίσεων και των ανισοτήτων. Με την ανάπτυξη δράσεων, που συμπεριλαμβάνουν τις ευάλωτες κοινωνικά ομάδες, όπως είναι όσοι υφίστανται

διακρίσεις λόγω φτώχειας, αναπηρίας, μετανάστευσης, θρησκείας κλπ, το μουσείο μεριμνά όχι μόνο για τη πρόσβαση στον πολιτισμό αλλά «προωθεί» την συμμετοχικότητα και την κοινωνική συνοχή.¹⁷

- Διαπιστώθηκε ότι το μουσείο Κατράκη δεν παρέχει επαρκείς πληροφορίες για τα εκθέματα, είτε γιατί δεν υπάρχουν λεζάντες με πληροφορίες σε κάθε έργο, είτε γιατί είναι μόνο στα ελληνικά, γεγονός που δεν του επιτρέπει να ικανοποιεί επαρκώς τις ανάγκες των επισκεπτών. Σκοπός της επικοινωνιακής στρατηγικής πρέπει να είναι η αναβάθμιση του εκθεσιακού χώρου του μουσείου. Το κοινό με τη φυσική παρουσία του πρέπει να βρίσκει το μουσειακό περιβάλλον ελκυστικό, ενδιαφέρον και διασκεδαστικό. Είναι απαραίτητο να ενημερώνεται με πληροφοριακό υλικό με φυλλάδια, από επιγραφές που θα υπάρχουν σε όλα τα εκθέματα και θα περιγράφουν πλήρως την ταυτότητα, την ιστορική και καλλιτεχνική τους αξία. Επίσης, να ενημερώνεται και από υποστηρικτικό υλικό που μπορεί να είναι μια προβολή αλλά και άλλου είδους παροχές υψηλής ποιότητας.

Όπως αναφέρει ο Donato (1979) στα μουσεία πρέπει να υπάρχει πάντα μια αφήγηση που να προσδίδει στα αντικείμενα συλλογής τον χαρακτήρα ενός συνεκτικού κόσμου. Με τον τρόπο που παρουσιάζονται τα αντικείμενα της έκθεσης διαμορφώνουν ένα γνωσιακό και φυσικό πλαίσιο που καθοδηγεί τους επισκέπτες και μπορούν να αποδώσουν νόημα και σημασίες στα αντικείμενα που συναντούν. Το αφήγημα για το μουσείο Κατράκη είναι η ιστορία του ίδιου του μουσείου, διότι φιλοξενεί τα έργα της σπουδαίας χαράκτριας. Τα έργα της μπορεί να τέρπουν, να διασκεδάζουν, να προβληματίζουν και να διδάσκουν την τεχνική και τη μέθοδο της χαρακτηριστικής. Παράλληλα, επειδή είναι εμπνευσμένα από την ιστορία της σύγχρονης Ελλάδας, λειτουργούν μορφωτικά διότι προσφέρουν την ιστορική γνώση. Μέσα λοιπόν από ένα σωστό και δομημένο περιβάλλον ακολουθείται μία διαδρομή η οποία, ακόμη κι αν ο επισκέπτης επιλέγει να ακολουθήσει τη δική του διαδρομή, αποτελεί αναντικατάστατο μέρος της εμπειρίας (Καυταντζόγλου 2003:38).

- Όπως διαπιστώθηκε η ανάγκη εκσυγχρονισμού του μουσείου είναι ευρέως αποδεκτή και επιθυμητή από όλους. Προτείνεται να εντατικοποιηθούν οι προσπάθειες

¹⁷ <https://www.culture.gr/el/Information/SitePages/view.aspx?nID=2662>

υλοποίησης εκσυγχρονισμού από τους αρμόδιους. Η δυνατότητα ύπαρξης πωλητηρίου με διάφορα προϊόντα και η δυνατότητα χώρου ανάπαυλας-αναψυχής (καφέ-εστιατόριο) θα επιφέρει έσοδα στο μουσείο αλλά και οι επισκέπτες θα μπορούν να χαλαρώνουν και να ανασυγκροτούν τις δυνάμεις τους. Η δημιουργία χώρου αναψυχής και κατανάλωσης στον αναξιοποίητο μέχρι στιγμής εξωτερικό περιβάλλοντα χώρο του μουσείου θα προσφέρει τη δυνατότητα να ολοκληρώσει ο επισκέπτης την περιήγησή του με έναν καφέ ή ένα γεύμα και η επίσκεψη στο μουσείο να αποτελέσει μία ευχάριστη έξοδο. Η ικανοποίηση των επισκεπτών εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών, που είναι οι εγκαταστάσεις του μουσείου, το προσωπικό, ο τεχνολογικός εξοπλισμός, οι χώροι αναψυχής. Πρέπει οι υπηρεσίες του μουσείου να βελτιώνονται ώστε να ελαχιστοποιηθούν οι παράγοντες δυσaráσκείας των επισκεπτών. Εφόσον οι τουρίστες θεωρούν τα μουσεία αλλά και γενικότερα την πολιτιστική κληρονομιά ως σημαντικό λόγο επίσκεψης των ελληνικών τουριστικών προορισμών, η ύπαρξη ικανοποιημένων επισκεπτών από την επίσκεψή τους στο μουσείο, θα μπορούσε να συμβάλει στην ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών.

- Στους βασικούς επικοινωνιακούς στόχους του μουσείου πρέπει να είναι και η σύνδεσή του με την πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη. Συνεπώς, πρέπει να υπάρχει μέριμνα και να εντατικοποιηθούν οι προσπάθειες για την ένταξη του μουσείου στην ανάπτυξη της περιοχής. Παρότι υπάρχει μεγάλη τοπική δυναμική, συμπεραίνεται ότι δεν εντοπίζονται επαρκή σχέδια τοπικής αναπτυξιακής πολιτιστικής πολιτικής και καινοτόμα στρατηγικά πλάνα που να δημιουργούν προϋποθέσεις για τοπική πολιτιστική ανάπτυξη. Η Δημοτική Αρχή λόγω δύσκολων οικονομικών συνθηκών ασκεί μία «συγκρατημένη» πολιτιστική πολιτική.
- Θα πρέπει η προβολή και η λειτουργία του μουσείου να βασιστεί σε συγκεκριμένη επικοινωνιακή στρατηγική προώθησης σε συνεργασία με τοπικούς φορείς και την τοπική αυτοδιοίκηση. Προκειμένου να πετύχει αυτός ο στόχος χρειάζεται η παρουσίαση του οργανισμού στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, που είναι φορείς πληροφόρησης και διαμορφωτές κοινής γνώμης. Επίσης, προτείνεται να εφαρμοστούν πολιτικές που θα ευνοούν περισσότερο τη σχέση του μουσείου με τον τουρισμό. Θα πρέπει το μουσείο να ενταχθεί, σε τουριστικούς οδηγούς, σε πακέτα τουριστικών προορισμών, σε συνεργασία με τουριστικούς πράκτορες και τουριστικά γραφεία, ενισχύοντας την τουριστική ανάπτυξη του τόπου. Επιπλέον, θα μπορούσε το μουσείο, να είναι πρόταση

πολιτιστικών διαδρομών σε μεγάλες γεωγραφικές ενότητες της Δυτικής Περιφέρειας. Μέσω αυτών των διαδικασιών το μουσείο Κατράκη μπορεί να διαφημιστεί ως τόπος βασικού τουριστικού προορισμού και να συμβάλει στον εμπλουτισμό της τουριστικής εμπειρίας.

- Επίσης, η επικοινωνιακή πολιτική του μουσείου πρέπει να στοχεύσει στη σύνδεση του μουσείου με τους τοπικούς φορείς και η μεταξύ τους συνεργασία να ενισχύεται μέσα από πολιτιστικές δράσεις. Στο πλαίσιο αυτό, προτείνεται να γίνονται εκθέσεις (π.χ. φωτογραφίας) που μπορούν να αναπτυχθούν με κριτήριο τη φυσιογνωμία του τόπου. Έτσι το μουσείο θα αποτελεί εργαλείο κοινωνικής επικοινωνίας και συνοχής και θα λειτουργεί ως χώρος συνάντησης για δράσεις με εμπλεκόμενους τους εκπροσώπους των τοπικών φορέων και την ίδια την τοπική κοινωνία.
- Κρίνονται απαραίτητες οι συνεργασίες ανάμεσα σε δήμους, ΜΚΟ, νομούς και περιφέρειες, αλλά και με το Υπουργείο Πολιτισμού & Αθλητισμού για τη δημιουργία πολιτιστικών διαδρομών ενισχύοντας με αυτόν τον τρόπο την τουριστική κίνηση τόσο του μουσείου αλλά και του δήμου και της περιφέρειας. Θα ήταν πολύ χρήσιμη η ένταξη του μουσείου Κατράκη σε αυτή την κατηγορία, όπου οι τουρίστες ακολουθούν μία προτεινόμενη πορεία πολιτιστικών οργανισμών για να γνωρίσουν τα κυριότερα μουσεία της περιοχής.
- Το στρατηγικό πλάνο επικοινωνίας πρέπει να επιδιώκει την ενίσχυση του δημόσιου προφίλ του μουσείου και να δημιουργήσει μία αναγνωρίσιμη πολιτιστική ταυτότητα (ένα ισχυρό brand-name), ώστε να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητά του, να μπορέσει να προσελκύσει χορηγούς αλλά και το ενδιαφέρον των επισκεπτών. Κατά συνέπεια, το μουσείο να λειτουργήσει ως πόλος τοπικής ανάπτυξης και αυτό θα επιτευχθεί όταν αποκτήσει μια ισχυρή παρουσία στην περιοχή.
- Το μουσείο ως χώρος ιδιαίτερου πολιτιστικού ενδιαφέροντος μπορεί να παίζει αναζωογονητικό ρόλο στην τοπική ανάπτυξη και να αναδείξει, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, την καλλιτεχνική αξία της χαρακτηριστικής τέχνης και ειδικότερα της συγκεκριμένης χάρακτρας. Ως μουσείο χαρακτηριστικής, θα μπορούσε να γίνει γνωστό για την μοναδικότητά του, να συνδεθεί με την εικόνα της πόλης και να προσελκύσει το φιλότεχνο κοινό και τους λάτρεις της χαρακτηριστικής και ζωγραφικής δημιουργίας. Ως

γνωστό, το τοπικό μουσείο ενισχύει την αίσθηση της τοπικής ταυτότητας. Παράλληλα φέρνει κοντά τον πολιτισμό με την οικονομία και στοχεύει στην τοπική ανάπτυξη, με σεβασμό στην ιστορία και την ταυτότητα του τόπου (Μπάδα 2013: 7).

Η κινητοποίηση της τοπικής κοινωνίας είναι θεμελιώδης προϋπόθεση του μουσείου για τη συμβολή του στην ανάπτυξη. Κανένα μοντέλο επικοινωνιακής πολιτικής δεν μπορεί να πετύχει χωρίς την κινητοποίηση της κοινωνίας. Άρα έχει σημασία με ποιο τρόπο, με ποια εργαλεία, μπορούν οι ιθύνοντες να εμπλέξουν τον τοπικό πληθυσμό στην αξιοποίηση του πολιτιστικού αγαθού. Προτείνεται μία πιο εξωστρεφής πολιτική του μουσείου μέσα από μουσειακές δράσεις που θα ενισχύσουν τη συμμετοχή του πολιτιστικού στοιχείου στη ζωή των κατοίκων και θα δώσουν ευκαιρίες για εμπλοκή της τοπικής κοινωνίας με τον πολιτισμό.

Εν κατακλείδι, το μουσείο Κατράκη για να λειτουργήσει αποτελεσματικότερα θα πρέπει να κινηθεί προς την κατεύθυνση διατήρησης και αξιοποίησης των πλεονεκτημάτων του και στη μείωση των μειονεκτημάτων του. Πρέπει να οργανώσει μια σαφή επικοινωνιακή στρατηγική με τον τρόπο που θέλει να αναπτύξει τον πολιτιστικό τουρισμό.

Εκτιμάται, ότι η μεθοδολογία και τα συμπεράσματα με τις προτάσεις που προέκυψαν από την έρευνα μπορούν να αξιοποιηθούν από το μουσείο Κατράκη, ώστε να καταφέρει να ισχυροποιήσει τη παρουσία του και να μετατραπεί σε έναν ζωντανό πολιτιστικό οργανισμό επικοινωνίας που ανταποκρίνεται στις προκλήσεις της εποχής. Κατά συνέπεια, θα διασφαλίσει τη βιωσιμότητά του, θα γίνει ανταγωνιστικό, θα συμβάλλει στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού της περιοχής και της χώρας γενικότερα.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

- **Συνέντευξη με τον Πρόεδρο του «Κέντρου Χαρακτικών Τεχνών - Μουσείο Βάσως Κατράκη» κ. Παναγιώτη Σταράμο, Αντιδήμαρχο Ιεράς Πόλεως Μεσολογγίου.**

(Ημερομηνία λήψης συνέντευξης: 7/12/2018)

Ο κ. Σταράμος Παναγιώτης είναι Μηχανολόγος Μηχανικός. Εκλέχτηκε στην Ιερά Πόλη Μεσολογγίου Αντιδήμαρχος Τεχνικών Έργων -Μελετών -Πολεοδομικού Σχεδιασμού. Παράλληλα αναλαμβάνει την ευθύνη αντιμετώπισης θεμάτων για την βελτίωση της καθημερινότητας. Ο κ. Σταράμος ως Πρόεδρος του μουσείου Κατράκη ρωτήθηκε μεταξύ άλλων για την νομική σύσταση του μουσείου και το προσωπικό που απασχολεί καθώς και για τις ώρες που είναι ανοιχτό.

Ποιοι είναι οι στόχοι του μουσείου: «Η παρουσίαση των έργων της Κατράκη, να αυξηθεί η επισκεψιμότητα, η οργάνωση δράσεων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων, η ενημέρωση και ενθάρρυνση των πολιτών σε θέματα που αφορούν την πολιτιστική κληρονομιά» .

Ποιο είναι το όραμά σας για το Μουσείο Κατράκη; «Το μουσείο εκτός από το έργο της Κατράκη που φιλοξενεί και προβάλλει εγώ το βλέπω σαν μια ευκαιρία του Αιτωλικού αλλά και της ευρύτερης περιοχής για την ανάπτυξη, την άνοδο της επισκεψιμότητας και του τουρισμού. Αν και δεν υπάρχουν επαρκή δείγματα θέλω να πιστεύω ότι είναι ενθαρρυντικά και ότι θα υπάρξει ανάπτυξη».

Σε ποιο κοινό απευθύνεται το μουσείο; «Απευθύνεται κυρίως σε μαθητικό κοινό, το μεγαλύτερο ποσοστό επισκεπτών είναι μαθητές σχολείων, αλλά και άνθρωποι των

Καλών τεχνών, φοιτητές και τουρίστες οι οποίοι τυχαίνει να έρχονται στο Αιτωλικό και βλέπουν το μουσείο».

Τι πόρους έχει το μουσείο; «Δεν υπάρχει εισιτήριο, δεν υπάρχει πωλητήριο, δεν υπάρχουν χώροι αναψυχής καφέ. Έχουμε ήδη δρομολογήσει τη διαδικασία να υπάρξει πωλητήριο. Για κάποιο χρονικό διάστημα λειτουργούσε πωλητήριο. Τώρα με τις ενέργειες της τοπικής αρχής θα μπει εισιτήριο στην είσοδο και θα ξεκινήσει η λειτουργία πωλητηρίου. Το υλικό που μπορεί να μπει στο πωλητήριο είναι καρτ ποσταλ, βιβλία της Κατράκη, εκδόσεις με σκίτσα της Κατράκη, τυπωμένα αντικείμενα με έργα της Κατράκη αλλά και άλλα πολλά. Τα μόνα έσοδα του μουσείου είναι η επιχορήγηση από τον Δήμο Μεσολογγίου. Τα χρήματα που δίνονται δεν είναι αρκετά και προς το παρόν φτάνουν μόνο για τη συντήρηση του χώρου. Εγώ το παρέλαβα το 2014 σε πολύ άσχημη κατάσταση, το μουσείο άνοιγε ευκαιριακά, ο χώρος ήταν παρατημένος. Από το 2006 μέχρι το 2014 θα έπρεπε να υπάρχει ένας κύκλος εργασιών όμως δεν έχω δεδομένα να σας πω γιατί θεωρώ ότι τώρα ξεκίνησε να λειτουργεί».

Γίνονται χορηγίες στο μουσείο, δωρεές; «Όχι, ούτε έχει ενδιαφερθεί κάποιος. Η δικιά μου έννοια είναι να παραμείνει το μουσείο σταθερό ανοιχτό. Τώρα το βρίσκετε σε καλή κατάσταση διότι υπάρχει προσωπικό μέσω προγραμμάτων ΕΣΠΑ. Όμως πρέπει αυτή η κατάσταση να σταθεροποιηθεί, να υπάρξει μόνιμο προσωπικό για να λειτουργήσει το μουσείο, αλλιώς επαφίεται στη όρεξη του αιρετού ή στη μετακίνηση υπαλλήλων του Δήμου Μεσολογγίου»

Χρησιμοποιούνται προγράμματα ΕΣΠΑ ;

«Ναι, το μουσείο εντάχτηκε το 2012 στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «ΑΛΙΕΙΑΣ 2007-2013» για την βελτίωση των εγκαταστάσεων και διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου του μουσείου. Ο συνολικός προϋπολογισμός του έργου ήταν 126.666,00 € οπότε και βελτιώθηκαν οι κτηριακές εγκαταστάσεις του μουσείου και εξοπλίστηκε με Projector, Οθόνη, κλιματιστικό και αφυγραντήρες. Τώρα τρέχει ένα άλλο πρόγραμμα LEADER 2014-2020 της Αιτωλικής Αναπτυξιακής και πιστεύω να ενταχθούμε προς βελτίωση του μουσείου Κατράκη. Τα προγράμματα ΕΣΠΑ θα πρέπει, με τη σύμφωνη γνώμη των μελών του Δ.Σ. του Μουσείου, να τα τρέξουν άνθρωποι από την υπηρεσία του Δήμου Μεσολογγίου, αυτό δεν είναι πάντα εφικτό».

Τι γίνεται με την ιστοσελίδα του μουσείου; «Το μουσείο για κάποιο διάστημα είχε ιστοσελίδα, αυτή τη στιγμή δεν έχει, όμως, φέτος θα δημιουργηθεί η ιστοσελίδα του μουσείου, μαζί με ένα eshop και πωλητήριο. Θα εγκατασταθεί στο σέρβερ του Δήμου Μεσολογγίου και θα το διαχειρίζονται από εκεί. Προς το παρόν πληροφορίες για το μουσείο παρέχονται μόνο μέσω Google για τις ώρες λειτουργίας του μουσείου, τηλέφωνα, φωτογραφίες. Φτάσαμε σε ένα σημείο, φέτος να έχει έναν καλύτερο προϋπολογισμό, ο οποίος βέβαια δεν είναι μεγάλος αλλά το μουσείο θα μπορεί να λύσει τα προβλήματα που εκκρεμούν μεταξύ άλλων την ιστοσελίδα.

Τα έργα χρειάζονται συντήρηση και κατάλληλες συνθήκες (θερμοκρασία, φωτισμό) στον εκθεσιακό χώρο. Τι έχετε να πείτε για αυτό; «Ο φωτισμός αντικαταστάθηκε με πιο κατάλληλο φωτισμό ώστε να προστατεύονται και να μη γίνονται φθορές στα έργα και σε όλο το μουσείο βάλαμε αφυγραντήρες ώστε να ρυθμιστεί η υγρασία. Επίσης, υπάρχει η πρόταση να γίνουν έργα συντήρησης στα έργα της Κατράκη από φοιτητές Καλών Τεχνών οι οποίοι θα κάνουν την πρακτική τους, υπό την επίβλεψη καθηγητών τους.

Από το 2014 μέχρι σήμερα έγιναν κάποια βήματα το πρώτο ήταν να βελτιωθεί το μουσείο να φτιαχτούν τα ηλεκτρολογικά, τα υδραυλικά, ο κλιματισμός και η θέρμανση. Η θέρμανση έχει γίνει, ο κλιματισμός δεν έχει ρυθμιστεί εντελώς. Είναι σημαντικό να μπορεί να υπάρχει προσωπικό για να ανοίγει το μουσείο, να έχει επισκεψιμότητα και να γίνονται δράσεις και εκθέσεις. Όπως για παράδειγμα, η έκθεση του ζωγράφου Χρήστου Μποκόρου που έγινε το 2015 και το μουσείο ξαναμπήκε στα πράγματα. Μέχρι εκείνη τη στιγμή δεν δέχονταν οι μεταφορικές να φέρουν έργα στο Μουσείο Κατράκη διότι γνώριζαν την κατάσταση του μουσείου και δεν δέχονταν να ασφαλίσουν τα έργα εφόσον δεν υπήρχαν οι κατάλληλες συνθήκες στον εκθεσιακό χώρο. Παρότι τα παιδιά της Βάσως Κατράκη, αλλά και τα άλλα μέλη του Δ.Σ. είχαν τις κατάλληλες γνωριμίες, λόγω προβλημάτων του χώρου, δεν υλοποιούνταν εκθέσεις. Μετά τον Μποκόρο, έγιναν εκθέσεις από τη Σχολή Καλών Τεχνών και γενικότερα το μουσείο άρχισε να ακούγεται πάλι.»

Ο Δήμος Μεσολογγίου έχει υπό την εποπτεία του και άλλους πολιτιστικούς οργανισμούς, μουσεία, θεωρείτε ότι δίνει την πρέπουσα προσοχή στο μουσείο Κατράκη? «Χρειάζεται να δοθούν περισσότερα χρήματα στο μουσείο και να αυξηθεί το προσωπικό. Το μουσείο θα έπρεπε να έχει μόνιμο προσωπικό, τουλάχιστον 10 άτομα

για να βρίσκεται σε πλήρη λειτουργία. Προς το παρόν εφαρμόζονται τα κοινωφελή προγράμματα ΕΣΠΑ με 8μηνες συμβάσεις και επίσης έχουμε εντάξει το Μουσείο στο πρόγραμμα κινητικότητας ώστε να επανδρωθεί με κόσμο που θα επιλέξει να εργαστεί εδώ στο μουσείο. Το μουσείο είναι σε ευμετάβλητη κατάσταση, οποιαδήποτε αλλαγή θα μπορούσε να το κλονίσει, σίγουρα η κατάστασή του είναι πολύ καλύτερη από πριν. Χρειάζεται πλάνο και αφοσίωση, πρέπει να υπάρχει στόχος στο μουσείο και να ανταποκρινόμαστε και σε αυτόν. Όμως, το μουσείο δεν θα μπορούσε να επιβιώσει εκτός Δήμου, εάν υπήρχε τουρισμός, ένας κύκλος εργασιών που θα απέδιδε και είχε έσοδα τότε ίσως να γινόταν»

Γίνονται εκθέσεις, εκπαιδευτικά προγράμματα; «Συνήθως η κόρη της Β. Κατράκη η Μαριάννα και ο Μιχάλης Κότσαρης μέλος της πανελλήνιας ένωσης χαρακτών και μέλος του Δ.Σ. μαζί με την καλλιτεχνική επιτροπή, είναι αυτοί που οργανώνουν το εκθεσιακό και εκπαιδευτικό πρόγραμμα του μουσείου. Στο πλαίσιο αυτό οργανώνονται εκπαιδευτικά εργαστήρια και εκθέσεις. Στο υπόγειο γίνονται τα εκπαιδευτικά προγράμματα με δύο αίθουσες για τον σκοπό αυτόν, υπάρχει μηχανοστάσιο , αποθήκη για τα έργα, υπάρχει όλο το υλικό για τη συντήρηση. Το Διοικητικό Συμβούλιο από την έναρξη της χρονιάς, καταθέτει τις προτάσεις του για τις εκδηλώσεις που πρόκειται να πραγματοποιηθούν στο μουσείο, καθώς και έναν οικονομικό προϋπολογισμό για τα έξοδα του μουσείου. Φέτος ετοιμάζεται μια έκθεση σε συνεργασία με την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας, με έργα της Κατράκη στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη. Η έκθεση θα χρηματοδοτηθεί από την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος και θα να γίνει ψηφιακή τεκμηρίωση όλων των έργων της Κατράκη, και η φωτογράφισή τους. Το ψηφιοποιημένο υλικό βέβαια θα τοποθετηθεί σε ιστοσελίδα του Μορφωτικού Τμήματος της Εθνικής Τραπέζης».

Πως διαμορφώνεται ο χώρος του μουσείου όταν γίνονται εκθέσεις και ποιος είναι ο τεχνικός εξοπλισμός του μουσείου; «Παλαιότερα μεταφέραμε τα έργα της Κατράκη σε μία αίθουσα και ελευθερώναμε τον χώρο για να φιλοξενηθεί μια έκθεση. Τώρα τα έργα της Κατράκη βρίσκονται μόνιμα και στις δύο αίθουσες του μουσείου και δεν μετακινούνται. Όταν θα γίνεται μία περιοδική έκθεση υπάρχουν πάνελ που τοποθετούνται μπροστά από τη μόνιμη συλλογή. Ο τεχνικός εξοπλισμός του μουσείου περιλαμβάνει οθόνες projectors για προβολές και ο χώρος εισόδου διατίθεται για συνέδρια, ημερίδες, παρουσιάσεις με τοποθέτηση καθισμάτων»

Γιατί δεν υπάρχουν λεζάντες κάτω από κάθε έργο; «Σε κάποια έργα υπάρχουν λεζάντες, όμως, πρέπει να τοποθετηθούν άμεσα λεζάντες στα ελληνικά και στα αγγλικά σε όλα τα έργα».

Πως γίνεται η προβολή του μουσείου;

«Όταν γίνεται μία περιοδική έκθεση, βγάζουμε αφίσες, φυλλάδια και τα τοπικά μέσα συμβάλλουν στην προβολή του γεγονότος».

Το μουσείο έχει έναν μεγάλο και όμορφο περιβάλλοντα χώρο, νομίζετε ότι μπορεί να αξιοποιηθεί ο χώρος;

«Στα σχέδιά μου είναι, στόχος μου είναι, να αξιοποιηθεί ο περιβάλλοντας χώρος του μουσείου. Κάποια σημεία να μπορέσουν να γίνουν χώροι αναψυχής – καφέ να ανοικιαστούν και να αξιοποιηθούν, ώστε να υπάρξουν έσοδα για το μουσείο και να εξελιχθεί ο τουρισμός στο Αιτωλικό. Μάλιστα εγκρίθηκε ένα πρόγραμμα, μια χορηγία, από την περιφέρεια και θα ξεκινήσουν άμεσα έργα γύρω από τον χώρο του μουσείου. Θα διαμορφωθεί το σημείο αυτό, θα γίνει πεζόδρομος και ένα γεφυράκι πάνω από φυσικό μικρό λιμανάκι που υπάρχει πίσω από το μουσείο και θα ενώνει το νότιο μέρος του Αιτωλικού με το υπόλοιπο τμήμα του. Οπότε ο χώρος θα αξιοποιηθεί πάρα πολύ»

Ποιος ο ρόλος του μουσείου και η σχέση του με την τοπική κοινωνία. Η τοπική παράδοση και κληρονομιά θα μπορούσε να ενταχθεί στο πλαίσιο εκθέσεων στο μουσείο; «Ναι θα μπορούσαν να γίνονται εκθέσεις στο μουσείο που να αφορούν την πολιτιστική κληρονομιά του τόπου, υπάρχουν άτομα από την περιοχή που δεν γνωρίζουν το μουσείο. Για να γίνουν όμως εκθέσεις και να ενεργοποιηθεί η τοπική κοινωνία χρειάζεται μια ομάδα ειδικών επιστημόνων και προσωπικό που θα οργανώσει τις εκδηλώσεις».

- **Συνέντευξη με τον χαράκτη κ. Μιχάλη Κότσαρη, τακτικό μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου του μουσείου Κατράκη, μέλος της Ένωσης Ελλήνων χαρακτών και του Επιμελητηρίου Εικαστικών Τεχνών της Ελλάδας, και Πρόεδρο του ιστορικού Πολιτιστικού Συλλόγου «Το Αιτωλικό».**

(Ημερομηνία λήψης συνέντευξης: 14/12/2018)

Ποιο είναι το όραμά σας για το μουσείο και τι προσπάθειες έγιναν για αυτό; “Το όραμά μου είναι να είναι το μουσείο κοντά στην κοινωνία.

Έχει γίνει καταγραφή των έργων της Β. Κατράκη; Ναι υπάρχει αρχείο όπου έχουν καταγραφεί όλα τα έργα της Β. Κατράκη αυτά τα οποία βρίσκονται στο μουσείο, καθώς και άλλο υλικό όπως χαρακτηριστικά και ζωγραφικά έργα που έχει στην κατοχή του το μουσείο και δεν εκτίθενται στην έκθεση.

Γίνονται εκπαιδευτικά προγράμματα;

«Έγιναν προσπάθειες που ήταν καλές. Όπως, τα εκπαιδευτικά προγράμματα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης με παιδιά από το Δημοτικό του Δήμου Μεσολογγίου, από το Αιτωλικό, από την Κατοχή και την ευρύτερη περιοχή με θέμα «Το περιβάλλον μέσα από το έργο της Κατράκη».

Ένα άλλο πρόγραμμα που έγινε τον Μάιο του 2018 σε συνεργασία με το Goethe ινστιτούτο: «Οι ρίζες ανοίγουν δρόμους –Roots are Routes». Ήταν μέρος του προγράμματος START – Create Cultural Change, ένα πρόγραμμα του Ιδρύματος Robert Bosch (Robert Bosch Stiftung) σε συνεργασία με το Goethe-Institut Thessaloniki (Ινστιτούτο Γκαίτε Θεσσαλονικής) και τη μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα Ομοσπονδιακή Ένωση Κοινωνικοπολιτιστικών Κέντρων και υποστηρίζεται από το Κοινωφελές Ίδρυμα Ιωάννη Σ. Λάτση και το Ίδρυμα Μποδοσάκη. Το μουσείο ήταν κατάμεστο, τα εργαστήρια του Μουσείου ζωντάνεψαν μετά από εγκατάλειψη τόσων χρόνων και φιλοξένησαν τα εργαστήρια τριών σχολείων της ευρύτερης περιοχής. Οι παρευρισκόμενοι έμαθαν μέσα από τις αφηγήσεις των εκπαιδευτικών για το σταφνοκάρι, για τα στάδια κατασκευής της γαΐτας, για την τέχνη της υφαντικής, της χαρακτηριστικής και δημιούργησαν τα δικά τους έργα. Επιπλέον είχαν την ευκαιρία να υφάνουν, να χαράξουν, να εκφράσουν τις απορίες τους για τις τεχνικές που

χρησιμοποίησαν οι μαθητές. Αφορούσε ένα πρόγραμμα που καταχειροκροτήθηκε από μικρούς και μεγάλους. Φέτος από την αρχή του έτους χρησιμοποιείται το υπόγειο του μουσείου ως εργαστήριο ενηλίκων, το τμήμα υφαντικής. Αφορά μία δράση στους φιλόξενους χώρους του μουσείου. Κρατώντας άμυνα στην αποδόμηση του λαϊκού πολιτισμού μας, μιας και ο τόπος έχει μακρά και σπουδαία παράδοση στην υφαντική τέχνη».

Τα έργα της Κατράκη χρειάζονται συντήρηση;

Με την επιμέλεια και την επίβλεψη του καθηγητή του Πανεπιστημίου Αθηνών κ. Δημήτρη Παυλόπουλου έγινε η επανέκδοση των έργων της Β. Κατράκη και τοποθετήθηκαν μόνιμα έργα της και στην δεύτερη αίθουσα που γίνονταν περιοδικές εκθέσεις άλλων Καλλιτεχνών. Τώρα δηλαδή τα έργα της βρίσκονται και στις δύο αίθουσες εκθέσεων. Ναι υπάρχουν φθορές και στο χαρτί και στο ξύλο. Υπάρχει μια πρόταση από τη Σχολή Καλών Τεχνών να κάνουν την πρακτική τους οι φοιτητές υπό την επίβλεψη των Καθηγητών τους. Η θερμοκρασία ρυθμίζεται και με την βοήθεια αφυγραντήρων, ο φωτισμός στον εσωτερικό χώρο είναι κατάλληλος για να φωτίζεται το κάθε έργο και ο εξωτερικός φωτισμός είναι σωστός.

Γίνεται προβολή του μουσείου στο διαδίκτυο; «Τα ταξιδιωτικά γραφεία εντάσσουν το μουσείο στους πολιτιστικούς προορισμούς της περιοχής. Το Discover Messolonghi επίσης αναφέρει το μουσείο Κατράκη».

Εκτός την επιχορήγηση του Δήμου προς το Μουσείο, υπάρχουν άλλα έσοδα για το μουσείο; «Όχι δεν υπάρχει εκθετήριο, δεν πωλείται τίποτα».

- **Συνέντευξη με την αρχαιολόγο κυρία Μαρία Ζευγίτη**
 - (Ημερομηνία λήψης συνέντευξης: 6/12/2018)

Η κυρία Ζευγίτη εργάζεται στο μουσείο Κατράκη, μας ξενάγησε στον εκθεσιακό χώρο και μας μίλησε με κάθε λεπτομέρεια για τις τεχνικές του έργου της Β. Κατράκη και μας απάντησε στα εξής:

Με ποιο τρόπο εκθέτονται τα έργα της Κατράκη; «Στη μία αίθουσα είναι τα πρώτα έργα 15χρόνια δουλειάς της Βάσως Κατράκη τα περισσότερα είναι ξυλογραφίες, ακουαρέλες και τέμπρες. Στην δεύτερη αίθουσα φιλοξενούνται έργα από τα υπόλοιπα 35 χρόνια δουλειάς της και εκεί είναι τοποθετημένα και τα βραβευμένα έργα της. Υπάρχουν τα εργαλεία της Β. Κατράκη. Οι μήτρες, όπου αποτυπώνονταν τα έργα της. Σκίτσα που γινόντουσαν με μολύβι για να χαραχτούν στην μήτρα από ξύλο ή πέτρα για να βγουν αντίτυπα. Η Βάσω Κατράκη έζησε όλα τα δεινά της γενιάς της, πόλεμο, κατοχή, πείνα, αντίσταση, εμφύλιο πόλεμο, σκοτωμούς, εξορίες, φυλακές και όλα τα έργα της είναι βιωματικά. Εξορίστηκε το 1967 στη Γυάρο για τα πολιτικά της πιστεύω και την απελευθέρωσαν ύστερα από ευρωπαϊκές παρεμβάσεις μεταξύ άλλων και του Πικάσο. Το 1988 έκανε το τελευταίο έργο της».

Υπάρχει επισκεψιμότητα στο μουσείο; «Έρχεται κόσμος στο μουσείο, μάλιστα υπάρχει και το βιβλίο επισκεπτών του μουσείου όπου κάθε επισκέπτης γράφει τις εντυπώσεις του, και τα σχόλια του για το μουσείο»

Ποιο είναι το ωράριο λειτουργίας του μουσείου; «Καθημερινά ανοίγει από Δευτέρα μέχρι Παρασκευή από τις 9.00 μέχρι τις 5.00 και το Σάββατο 9.00-2.00. Κάνω την ξενάγηση του μουσείου στους επισκέπτες και ιδιαίτερα στους μαθητές σχολείων».

- **Συνέντευξη με τον κ. Σπύρο Κουτσάφτη, Δημοσιογράφο, Εκδότη τοπικής Εφημερίδας «Νέα του Αιτωλικού».**

(Ημερομηνία λήψης συνέντευξης: 18/1/2019)

Θα ήθελα να μου πείτε τη γνώμη σας για το μουσείο Κατράκη και τη λειτουργία του; «Για να πάει μπροστά ένα τέτοιο Ίδρυμα έχει ανάγκη τη συμμετοχή των πολιτών. Εάν δεν υπάρχει αυτή η συμμετοχή είναι φυσικό και επόμενο να αδρανοποιηθεί. Ξεκινώντας από την ίδρυσή του, που ήταν και η επιθυμία της Βάσως Κατράκη, έγιναν οι επιχωματώσεις με την βοήθεια του ΥΠΕΧΩΔΕ στοίχισε τότε πάνω από 1,5 δις δραχμές. Έγινε αυτό το κτίριο το οποίο δεν είναι συμβατό με το περιβάλλον αλλά έγινε αποδεχτό διότι αυτό ήταν. Μέχρι να έρθει το έργο της Κατράκη (η οποία είχε πεθάνει) έμεινε ένα κτίριο ερειπωμένο και λεηλατημένο και το αναφέρω αυτό διότι μετά το 1997

για να λειτουργήσει χρειάστηκαν περίπου άλλες 200.000 ευρώ για επισκευές. Η Κατράκη όταν πέθανε άφησε τον Σταυρόπουλο να συνεχίσει αυτή την επιθυμία της και να διαχειριστεί με κάποιο τρόπο αυτό το έργο. Τελικά ο Σταυρόπουλος με τον γιό της Κατράκη μετέφεραν το έργο αυτό στο μουσείο.

Πριν γίνουν τα εγκαινία και επί σειρά ετών τοποθετήθηκα και εξέφρασα τη γνώμη μου προς το Διοικητικό Συμβούλιο. Το μουσείο δεν θα έπρεπε να ανήκει στην αρμοδιότητα του Δήμου αλλά στο Υπουργείο Πολιτισμού. Κάτω από την ομπρέλα του Υπουργείου Πολιτισμού θα μπορούσε να έχει άλλη προβολή, διότι ο Δήμος δεν έχει χρήματα και δεν μπορεί να προχωρήσει το μουσείο με τις δυνατότητές αυτές.

Είχα κάνει και μια άλλη πρόταση, στα δημοτικά τέλη στο λογαριασμό να μπαίνει ένα ευρώ το μήνα σε κάθε οικογένεια και αυτό το ποσό να πηγαίνει για την ενίσχυση του μουσείου Κατράκη. Να αυξηθούν δηλαδή τα έσοδα του μουσείου. Ένα μουσείο για να λειτουργήσει χρειάζεται επιστημονικό προσωπικό, όπως έναν μουσειολόγο. Τη δουλειά του μουσειολόγου δεν μπορεί να την κάνει ο οποιοσδήποτε, διότι ο μουσειολόγος θα αποφέρει ποιοτικές αλλαγές οι οποίες είναι απαραίτητες για την προβολή, την προώθηση και την βιωσιμότητα του μουσείου.

Επίσης, να βρεθούν χορηγοί, να γίνουν επαφές, να βρεθεί δηλαδή η πηγή χρήματος που θα βοηθήσει στην ανάπτυξη του μουσείου και βέβαια να υπάρχουν ανταποδοτικά οφέλη προς τον Χορηγό. Χρειάζονται λοιπόν άνθρωποι με όραμα και στόχους. Είναι ένα μουσείο το οποίο στο είδος του είναι το καλύτερο στα Βαλκάνια και στην Ευρώπη».

Πως εκτιμάτε την σημερινή κατάσταση στο μουσείο Κατράκη; Δεν θεωρώ πως έχουν αλλάξει πολύ τα πράγματα. Γίνονται εκδηλώσεις και ορισμένες από αυτές είναι υποδεέστερες της αξίας που θα έπρεπε να έχει κανονικά αυτό το μουσείο. Η τοπική κοινωνία δεν έχει αγκαλιάσει το μουσείο και αυτό συμβαίνει γιατί δεν της ζήτησε κανένας να συμμετέχει. Θα μπορούσε να υπάρχει μια πρόταση που θα έκανε τον πολίτη να συμμετέχει. Παράλληλα, οι μη ενδεδειγμένες λύσεις και προτάσεις για τη βιωσιμότητα του μουσείου και η οικονομική στενότητα που υπάρχει, δεν βοηθούν στη βελτιστοποίηση της αξιοποίησής του. Το μουσείο δεν πρέπει να υπάρχει για την προβολή και ιδιωτικοποίηση ούτε της δημοτικής αρχής ούτε κάποιων προσώπων. Το μουσείο ανήκει στον κόσμο του, είναι στοιχείο της πολιτιστικής κληρονομιάς του τόπου.

Τι πιστεύετε ότι πρέπει να γίνει; Το θέμα δεν είναι τι μπορεί να γίνει σήμερα για να υπάρξει μια λύση, και να φαίνεται ότι λειτουργεί το μουσείο. Είμαι αντίθετος με το

γεγονός ότι η διοίκηση θα πρέπει να εστιάζει μόνο στο εφικτό. Πιστεύω ότι πρέπει να εστιάσουν στις λύσεις εκείνες που θέλουν χρόνο για να αποδώσουν, διότι θέλουν μελέτη και δουλειά και μπορεί να αποδώσουν σε πέντε χρόνια, οι οποίες λύσεις όμως προσβλέπουν στη βιωσιμότητα του μουσείου.

Τι έχετε να πείτε για τις εκθέσεις και τα εκπαιδευτικά προγράμματα που γίνονται στο μουσείο; «Θα μείνω στα λόγια του Σταυρόπουλου, ο οποίος έλεγε δεν πρέπει να χαμηλώσουμε το κύρος του μουσείου και την αίγλη του, αντίθετα θα πρέπει να ενδυναμωθεί με τους κατάλληλες περιοδικές εκθέσεις και τα εκπαιδευτικά. Θεωρώ ότι είναι καλό να υπάρξουν συνέργειες με φορείς όπως το Υπουργείο Πολιτισμού και μέσω αυτού να γίνεται και η προβολή της εκδήλωσης, οπότε αυτόματα η εκδήλωση αποκτά άλλο κύρος και άλλη προβολή. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα χαρακτηριστικής που γίνονται για μαθητές των σχολείων είναι πολύ χρήσιμα και καλώς γίνονται. Στο πλαίσιο αυτό όμως θα μπορούσε να γίνει ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα με παιδιά που έχουν διακριθεί για το ταλέντο τους στην χαρακτική και να συναγωνίζονται με παιδιά με ταλέντο και δημιουργικότητα στην χαρακτική από άλλα μέρη της Ελλάδος ή του κόσμου και να παρουσιάσουν τα έργα τους στο μουσείο Κατράκη. Επαναλαμβάνω, δεν είμαι αντίθετος με αυτά τα προγράμματα που γίνονται στο μουσείο, αλλά θα ήθελα για το μουσείο να γίνουν πράγματα που θα το σηκώσουν, και που κοντά του θα σηκωθεί και η τοπική κοινωνία διότι θα την μορφώσει και διότι θα δώσουν ανάπτυξη στον τόπο. Το μουσείο είναι μόρφωση, είναι εκπαίδευση. Πρέπει να παρέχουμε και να έχουμε στο μουσείο τα αντικείμενα που πρέπει το κοινό να δει, να γνωρίσει, να σπουδάσει, αυτό είναι το μουσείο και πρέπει αυτό να το δώσουμε. Για να το δώσουμε αυτό χρειάζεται να αλλάξουν οι στόχοι του μουσείου. Οι στόχος του μουσείου τώρα είναι τοπικός γιαυτό και λειτουργεί έτσι».

Ποια η συμβολή του τοπικού τύπου στην προώθηση του μουσείου; Όσον αφορά στη διαφήμιση και στην προώθηση του μουσείου, θεωρώ ότι είναι καλό να γίνεται εκστρατεία προβολής και να έρθει κόσμος εκτός Αιτωλοακαρνανίας, διότι το μουσείο αυτό δεν μπορεί να σταθεί μόνο με το περιβάλλον του Αιτωλικού, του Μεσολογγίου, του Αγρινίου και της ευρύτερης περιοχής. Υπάρχουν και έχουν μπει πάρα πολλά δημοσιεύματα για το μουσείο Κατράκη στον τοπικό τύπο και εγώ προσωπικά διαχειρίστηκα με μεγάλη λεπτότητα το μουσείο. Το στήριξα, έστειλα επιστολές. Πέρα όμως από ένα δελτίο τύπου που στέλνεται από το μουσείο στις τοπικές εφημερίδες

προς δημοσίευση, θα πρέπει να σε εμπιστευθεί ο πολιτιστικός φορέας, να σου πει τι θέλει, να υπάρξει συνεργασία και με ανθρώπους του τύπου αλλά και με 5 άλλους ανθρώπους του τόπου, αρχιτέκτονες, μηχανικούς. Διότι οι άνθρωποι που γνωρίζουν παραμελούνται και μπαίνουν στο περιθώριο, και δεν πρέπει».

Παράρτημα Β.

Βάσω Κατράκη /Εκθέσεις - Διακρίσεις

ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Ατομικές εκθέσεις

- 1955 Στην Αθήνα
- 1958 Στο Υπερωκεάνιο "Ολύμπια"
- 1959 Στην Αθήνα
- 1961 Στη Θεσσαλονίκη
- 1961 Στην Αθήνα
- 1964 Στο Πεκίνο
- 1965 Στη Βουδαπέστη
- 1972 Στην Αθήνα
- 1973 Στη Θεσσαλονίκη

Κατά χρονικά διαστήματα σε πολλές επαρχιακές Ελληνικές πόλεις.

Συμμετοχή σε εκθέσεις

- 1947 Διεθνής έκθεση Καΐρου
- 1947 Έκθεση σύγχρονης Ελληνικής Τέχνης στη Στοκχόλμη
- 1950 Έκθεση της ομάδας "Στάθμη"
- 1952 Πανελλήνιος έκθεση στην Αθήνα
- 1953 Έκθεση σύγχρονης Ελληνικής τέχνης στη Ρώμη
- 1954 Έκθεση Ελλήνων χαρακτών στη Γενεύη
- 1955, 1956, 1960 Έκθεση Ελληνικής τέχνης στη Σουηδία
- 1956 Συμμετέχει στις εκθέσεις Παγκοσμίου ενώσεως "Ξύλον"
- 1957 Μπιεννάλε Sao Paolo
- 1958 Μπιεννάλε Μεσογειακών χωρών Αλεξανδρείας
- 1958 Διεθνής Μπιεννάλε χαρακτικής του Λουγκάνο
- 1958 Έκθεση Ελληνικής χαρακτικής στη Μόσχα
- 1960 Έκθεση Ελληνικής χαρακτικής στο Λένινγκραντ
- 1960, 1962, 1964, 1966, 1968, 1970 Μπιεννάλε του Τόκιο
- 1961, 1963, 1965, 1967, 1969, 1971, 1973, 1975, 1977 Διεθνής Μπιεννάλε Λουμπλιάνας
- 1962 Έκθεση Ελληνικής τέχνης στη Ρουμανία
- 1962 Έκθεση Ελληνικής τέχνης στην Ουγγαρία
- 1964 Έκθεση Ελληνικής τέχνης στο Μπουένος Άϊρες
- 1965 Πανελλήνιος έκθεση στην Αθήνα
- 1966 33η Μπιεννάλε Βενετίας
- 1966 Διεθνής Μπιεννάλε χαρακτικής του Τόκιο
- 1967 Εκπροσώπησε την Ελληνική χαρακτική στην έκθεση Ελληνικής τέχνης στο Μόντρεαλ
- 1969 Έκθεση «L' Academia Fiorentina delle Arti del Disegno»
- 1976 Έκθεση "Intergrafik" στην Ανατολική Γερμανία

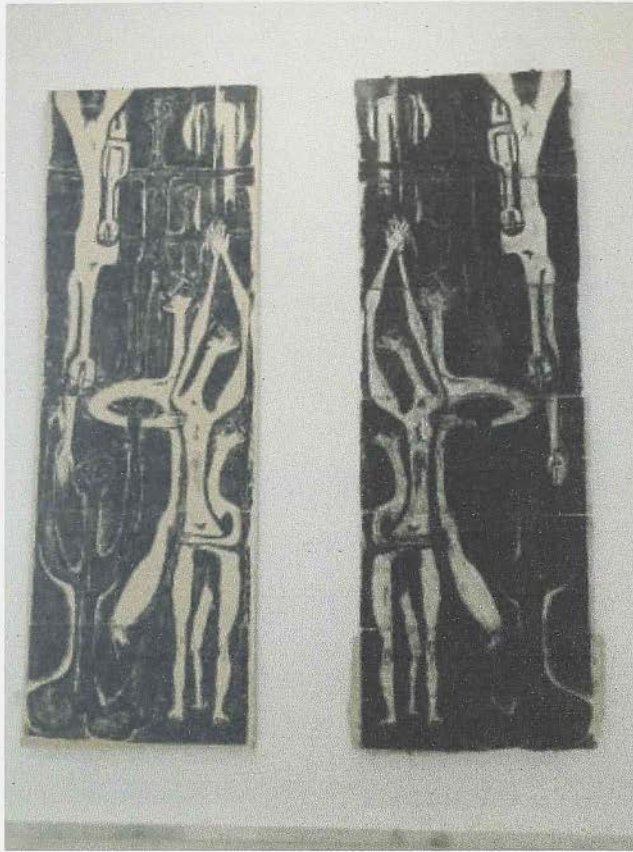
ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

- 1958 Πήρε το πρώτο βραβείο χαρακτηριστικής στην Μεσογειακή Μπιενάλε της Αλεξανδρείας.
- 1958 Της απενεμήθη το “Πρέμιουμ” της Διεθνούς Μπιενάλε χαρακτηριστικής του Λουγκάνο.
- 1965 Εξελέγη επίτιμο μέλος της L' Academia Fiorentina delle Arti del Disegno.
- 1966 Πήρε το Διεθνές βραβείο Λιθογραφίας “Ταμαρίντ” στην Μπιενάλε Βενετίας.
- 1976 Πήρε το βραβείο τής “Intergrafik” (Διεθνής έκθεση χαρακτηριστικής) στο Ανατολικό Βερολίνο.¹⁸

¹⁸ http://www.eikastikon.gr/xaraktiki/katraki_cv.html,

Παράρτημα Γ.

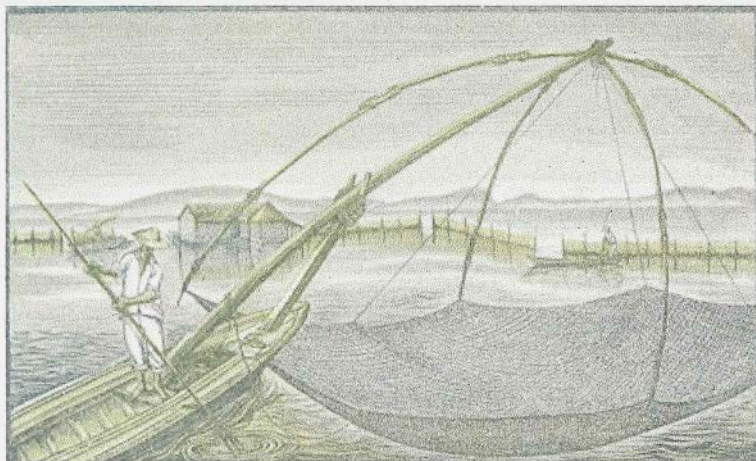
Εικόνες από τα έργα της Κατράκη



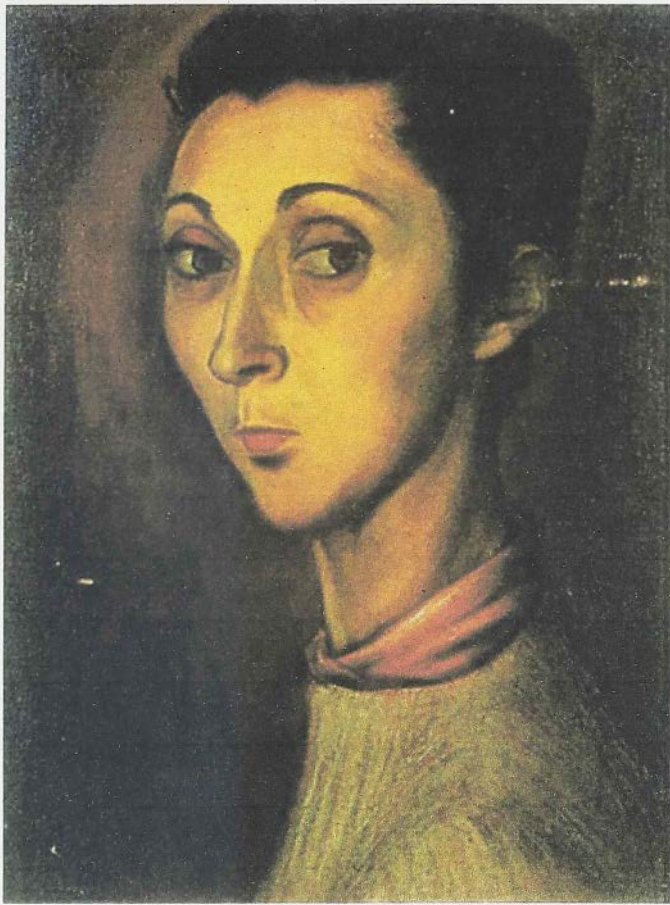
Εικόνα 1. Βραβευμένο έργο στην Βιενάλε (Πηγή: Προσωπικό αρχείο)



Εικόνα 2. Εκθεσιακός χώρος μουσείου Κατράκη με τα έργα της
(πηγή: <http://www.postmodern.gr/xenagisi-sto-mousio-tis-vasos-katraki-sto-etoliko/>)



Εικόνα 3. Σταφνοκάρι, έγχρωμη ξυλογραφία (24X40 εκ.)



Εικόνα 4. Αυτοπροσωπογραφία της Βάσως Κατράκη, λάδι σε μουσαμά (1941)

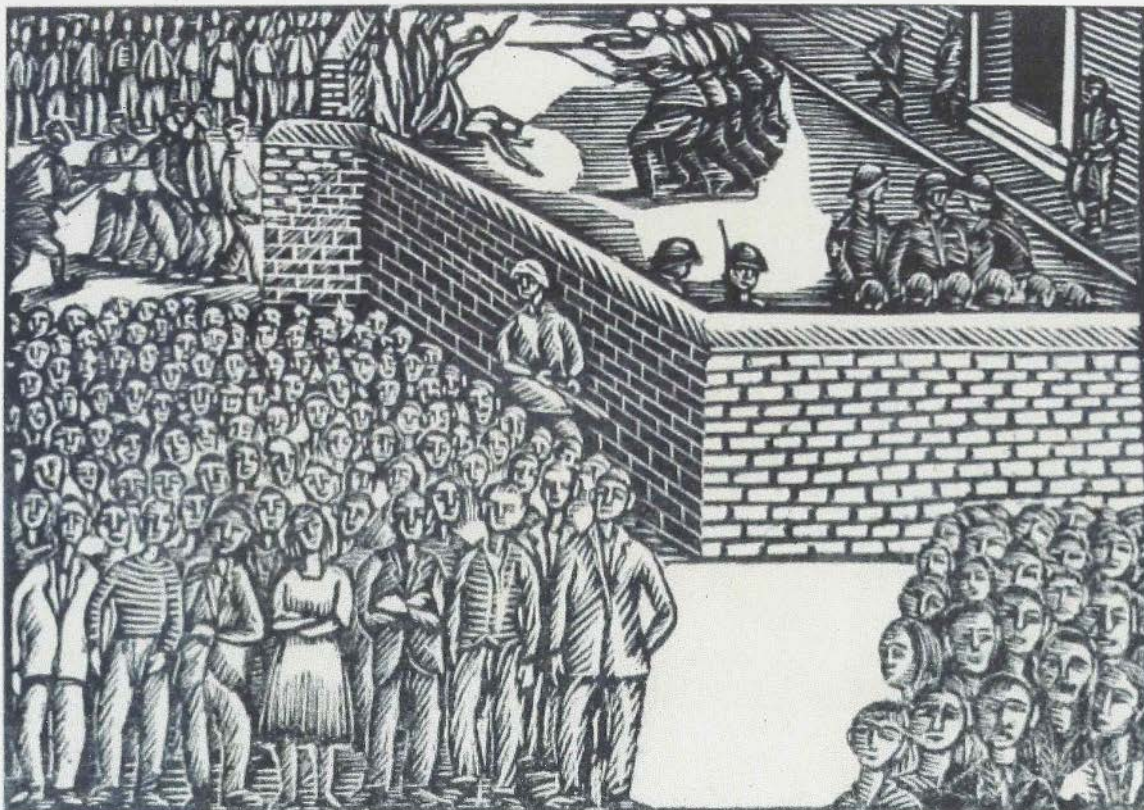


ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΣΤΡΑΤΙΩΤΕΣ

Εικόνα 5. Για τους στρατιώτες, 1941. (Έγχρωμη λιθογραφημένη αφίσα (100X75 εκ.)



Εικόνα 6. Σαρωνικός, 1963. Χάραξη σε πέτρα (100X70 εκ.)



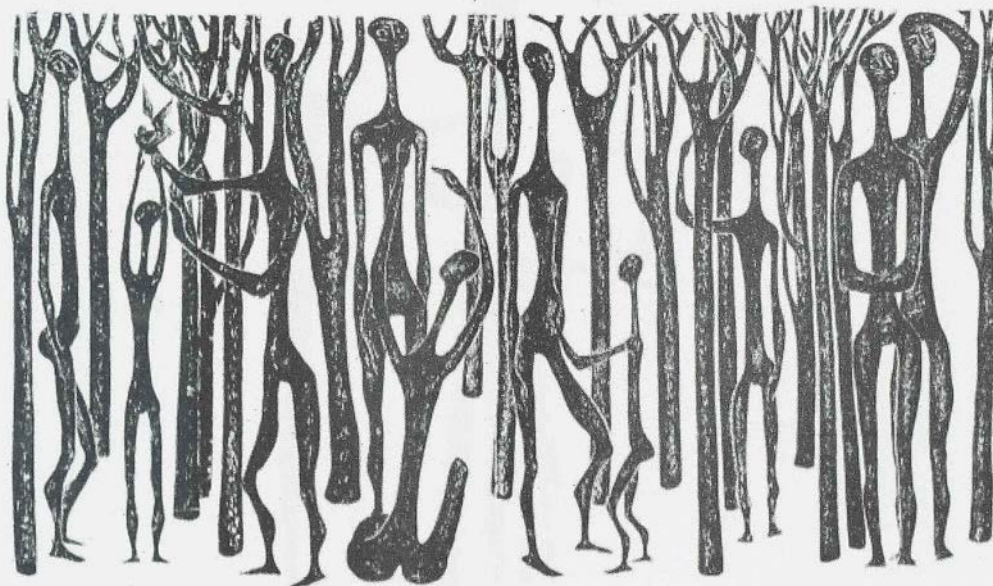
Εικόνα 7. Μπλόκα στην κατοχή. Ξυλογραφία



Εικόνα 8. Αθήνα 1944 (Ξυλογραφία 30X40 εκ.)



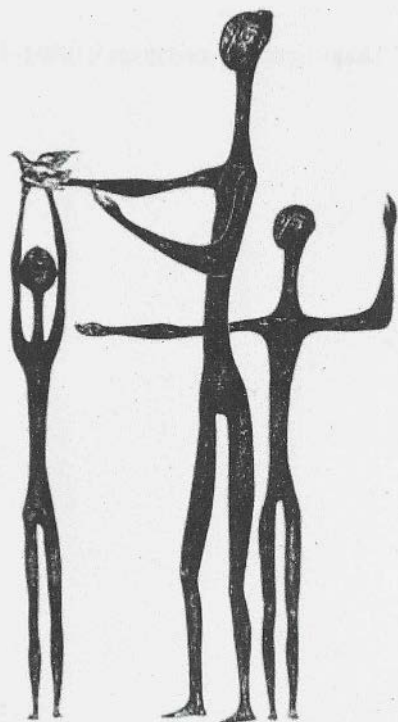
Εικόνα 9. *Επέλαση I*, 1986 (Λιθογραφία 47X35)



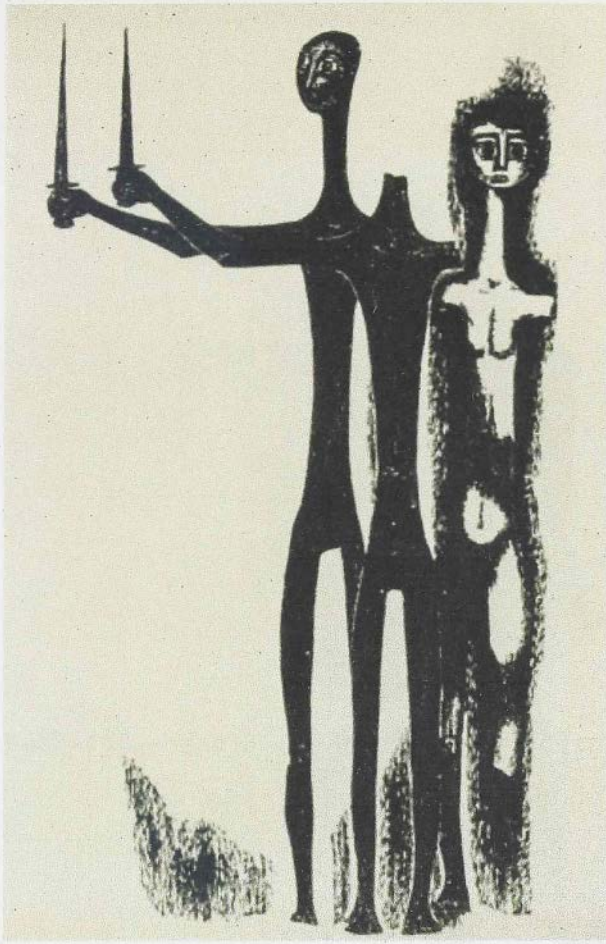
Εικόνα 10. *Δάσος*. Χάραξη σε πέτρα (102X190 εκ.)



Εικόνα 11. *Αρης Βελουχιώτης ή Υστατο χρέος* (1986). Χάραξη σε πέτρα (120X 120 εκ.)



Εικόνα 12. *Ειρηνικό II*, Χάραξη σε πέτρα (75X135 εκ.)



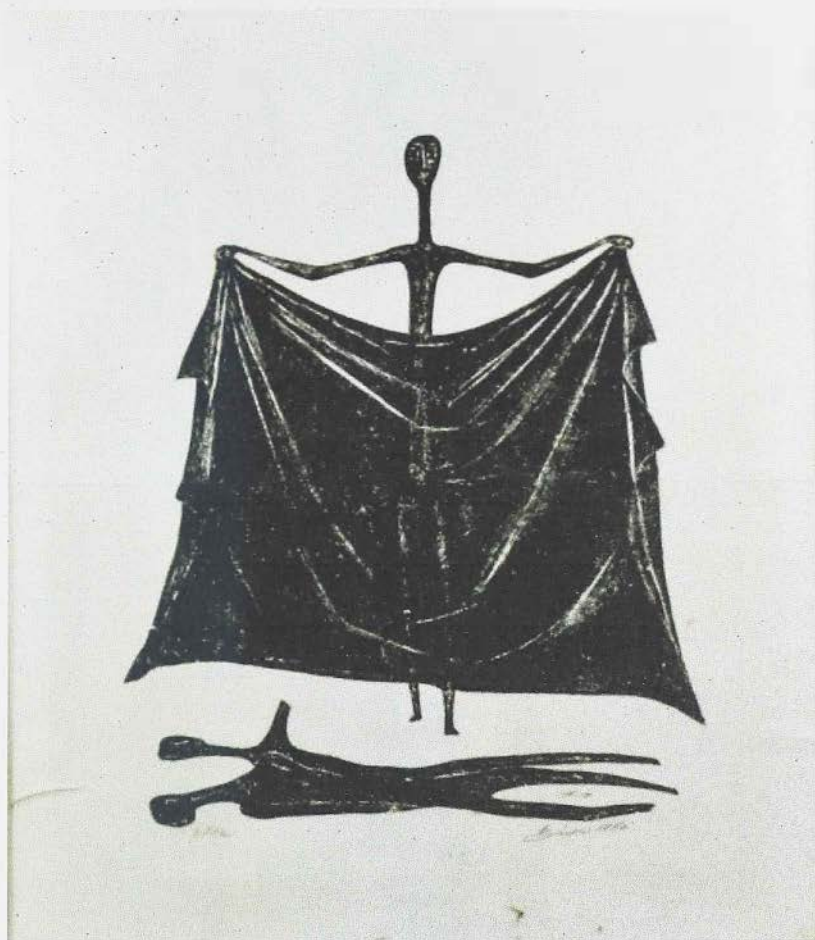
Εικόνα 13. ΕΝΤΟΛΗ 1979-1980 Χαρακτική (λιθογραφία)



Εικόνα 14. *Μνήμη II*, 1986. Λιθογραφία (45X35 εκ.)

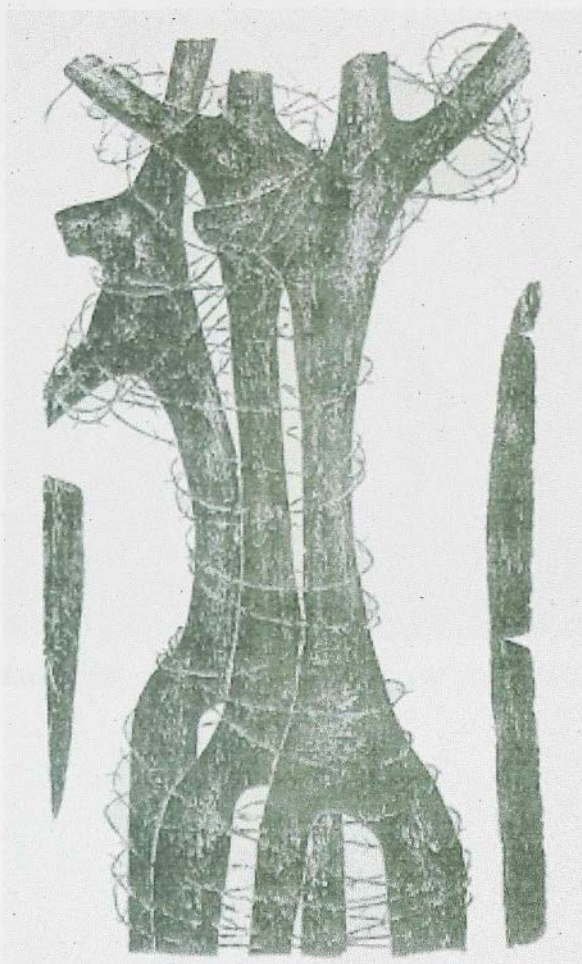


Εικόνα 15. *Πλατυτέρα III*, 1969. Χάραξη σε πέτρα (105X73 εκ.)

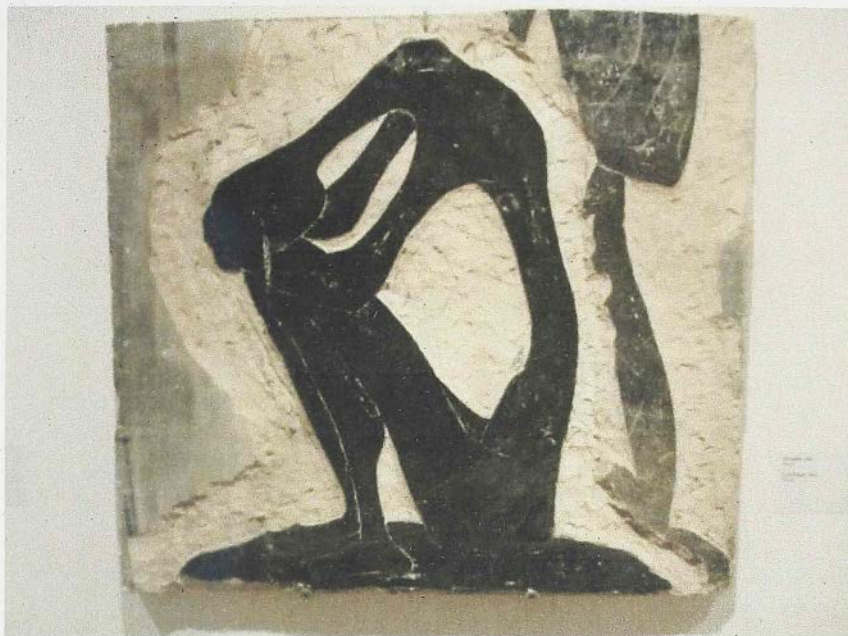


Εικόνα 16. «Το χρέος της Αντιγόνης», 1972, Χάραξη σε πέτρα (103X103 εκ.)

Ο κριτικός τέχνης Σταύρος Σταυρόπουλος έγραψε για την Βάσω Κατράκη: «Προσέγγισε τον κόσμο της τέχνης και του στοχασμού από τη θέση της μαχόμενης αντιστασιακής συνείδησης κι είχε τα μάτια της πάντα στην άκρη της ψυχής της και την εναγώνια αγρύπνια των δαχτύλων της κοντά στη σκανδάλη του χρέους της Αντιγόνης».



Εικόνα 17. *Κατάσταση III.* 1969. Χάραξη σε πέτρα (90X130)



Εικόνα 18. Μοναξιά, (μήτρα χάραξη σε πέτρα) 100Χ70 εκ.



Εικόνα 19. Μοναξιά, Χάραξη σε πέτρα (100Χ70)



Εικόνα 20. Ελεγεία II, (Λιθογραφία 46,5X35 εκ.)

Σε όλες τις σειρές των έργων της Βάσως (Καταστάσεις, Πλατυτέρες, Παναγίες, μανάδες με παιδιά, κορμοί, άλογα κτλ.) μπορεί κανείς να ξεχωρίσει δύο διακεκριμένα στάδια. Στο πρώτο η συγκινησιακή πηγή εμπνεύσεως περιγράφεται με σαφήνεια. Οι ακρωτηριασμένοι κορμοί είναι αιχμάλωτοι μέσα στα δεσμά τους, τα πρόσωπα, τα γνώριμα φεγγαρίσια πρόσωπα της Βάσως με τα ηλιακά μάτια, κερματισμένα τώρα, χαρακώνονται από δάκρυα. Σε ένα δεύτερο στάδιο, όπου η χαράκτρια ξεμακραίνει από τα θεματογραφικά της κεντρίσματα, αντιμετωπίζει τις ίδιες πυρογενείς φόρμες σαν αυτόνομα αισθητικά και μορφολογικά προβλήματα. Τα έργα που προκύπτουν από αυτή τη νέα διεργασία προτείνουν αρχέτυπες μορφές αξεπέραστης ποιοτικής στάθμης.¹⁹

¹⁹ <https://kostasvakouftsis.blogspot.com/2013/09/vasso-katraki-in-black-and-white.html>

Παράρτημα Δ.

Φωτογραφίες από εκπαιδευτικά προγράμματα και εκδηλώσεις



Φωτογραφία 1. (Πηγή: διαδίκτυο)



Φωτογραφία 2. (Πηγή: διαδίκτυο)



Φωτογραφία 3. (πηγή: http://messolonghinews.blogspot.com/2018/05/blog-post_10.html)



Φωτογραφία 4 (Πηγή: διαδίκτυο)



Φωτογραφία 5.

(Πηγή: <https://www.agrinionews.gr/1o-gymnasio-mesologgiou-moyseio-katraki/>)



Φωτογραφία 5. (πηγή:

[87](https://www.google.com/search?q=%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%AD%CE%B4%CF%81%CE%B9%CE%BF+%CF%83%CF%84%CE%BF+%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF+%CE%9A%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%AC%CE%BA%CE%B7&rlz=1C1NHXL_eIGR771GR771&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=ejnYlzc3E4SHHM%253A%252CdjeVVrmqdnwXM%252C_&vet=1&usg=AI4_kTzqqTmz3g2TaVOZ3fgeU8r6B19NA&sa=X&ved=2ahUKEwj4ocu76YTiAhXHaFAKHvBAVvkQ9QEwCXoECAkQDg#imgrc=ejnYlzc3E4SHHM:)</p></div><div data-bbox=)

Παράρτημα Ε.

Φωτογραφίες από αποκόμματα εφημερίδων



Φωτογραφία 1. Ιούνιος 2006. Εφημ. «ΤΑ ΝΕΑ του Αιτωλικού» Από τα εγκαίνια του Μουσείου (Πηγή: Αρχείο Σ. Κουτσάφτης)





Φωτογραφία 2. Εφημ. ΝΕΑ του Αιτωλικού, Φεβρουάριος 2010 (Πηγή: Αρχείο Σ. Κουτσάφτης)



Φωτογραφία 3. Εφημερίδα «Τα γιοφύρια» Νοέμβριος 2009 (Πηγή: Αρχείο Μπλικας)



Φωτογραφία 4. Η Βάσω Κατράκη στα εγκαίνια ενός έτους της τοπικής Εφημ. «Τα γιοφύρια» 23/8/1982

Ε.1 Βίντεο -παρουσιάσεις

- Ξενάγηση στο Μουσείο Κατράκη από τον χαράκτη -εικαστικό Απόστολο Κούστα
https://www.youtube.com/watch?time_continue=5&v=xRzBPb-xxXA

- ΕΡΤ -αρχείο αυτοβιογραφικό ντοκιμαντέρ για τη Βάσω Κατράκη (1982)
<https://archive.ert.gr/4935/>

Γιώργος Σγουράκης από τη σειρά «Μονόγραμμα» Η Βάσω Κατράκη αυτοβιογραφείται (2006)

<http://www.ert.gr/arxeio-afierwmata/vaso-katraki-27-dekemvrioy-1988/>

- 102 slides -Έργα της Βάσως Κατράκη
<https://www.slideshare.net/sotos1/vasso-katraki>

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

Αρβανίτης, Κ., (2004). "Ψηφιακό, Εικονικό Κυβερνομουσείο ή Δικτυακό μουσείο; Αναζητώντας όρο και ορισμό". Στο Δασκαλοπούλου, Σ., Μπούνια, Α., Νικονάνου, Ν. & Μπακογιάννη, Σ. (επιμ.). *Πρακτικά. Μουσείο, Επικοινωνία και Νέες Τεχνολογίες*. Πρώτο Διεθνές Συνέδριο Μουσειολογίας, Τμήμα Πολιτισμικής Τεχνολογίας & Επικοινωνίας, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Μυτιλήνη 31 Μαΐου - 2 Ιουνίου 2002, Μυτιλήνη: Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Babbie, E., (2011). *Εισαγωγή στην κοινωνική έρευνα*. (εισαγωγή & επιμ. Κώστας Ζαφειτόπουλος), μτφρ.Γ. Βογιατζής. Αθήνα: Κριτική

Βαγιονά, Α., (1992). «Πολιτιστική Ανάπτυξη και Τοπική Αυτοδιοίκηση», *Τοπική Αυτοδιοίκηση*, 2(80), 55-59

Black, G., (2009). *Το ελκυστικό μουσείο: Μουσεία και επισκέπτες*. Μετάφραση: Σόνια Κωτίδου-1^η έκδ.-Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς

Ιωαννίδου, Μ.,(2011). *Ελληνική Ζωγραφική και Χαρακτική από τον 18^ο στον 20^ο αιώνα*. Λευκωσία:ΑΠΚΥ

Ζάννης, Π., (2004). *Εθελοντής και εθελοντική εργασία: Το δέον και το είναι. Κοινωνική εργασία*, Τεύχος 7, σελ. 167-178

Ζούνης, Π., (2001), *Η Πολιτιστική Χορηγία ως Μέσο Επικοινωνίας*, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Παρατηρητής

Ιωσηφίδης, Θ.,(2003). *Ανάλυση ποιοτικών δεδομένων στις κοινωνικές επιστήμες*. Αθήνα:Κριτική

- Κανιάρη, Α., (2013). *Το μουσείο ως χώρος της ιστορίας της τέχνης. Εκθέσεις, Συλλογές και η τέχνη από τον 19^ο στον 21^ο αιώνα*. Αθήνα: ΓΡΗΓΟΡΗ
- Καυταντζόγλου, Ρ., (2003). *Λαογραφικά μουσεία, «λαϊκός πολιτισμός» και το «κοινό» των μουσείων*. Εθνογραφικά 12-13
- Κόνσολα, Ντ., Ιωαννίδης, Γ., (2005). «Οι πολιτιστικοί θεσμοί στη διαδικασία αναζωογόνησης των ελληνικών πόλεων: τα νεωτερικά φεστιβάλ», στο Λαμπρινίδης Μ. και συν (επιμ.), *Επιστημονικές μελέτες προς τιμήν του Καθηγητού Νίκου Ι. Κόνσολα*, σελ. 225-245, Αθήνα, Πάντειο Πανεπιστήμιο
- Κόνσολα, Ν., και Καραχάλης, Ν., (2010). *Πολιτιστική δράση και τοπική ανάπτυξη: Τα φεστιβάλ στις ελληνικές πόλεις της περιφέρειας*. Διαθέσιμο στο Από https://www.academia.edu/2039582/Κόνσολα_Ντ._Καραχάλης_Ν._2010_Πολιτιστική_Δράση_και_Τοπική_Ανάπτυξη_Τα_φεστιβάλ_στις_ελληνικές_πόλεις_της_περιφέρειας
- Kotler, Ph.,(2000). *Μάρκετινγκ, μανάτζμεντ, Ανάλυση, Σχεδιασμός, Υλοποίηση και Έλεγχος*. Εκδοτικός οίκος Inerbooks, Τόμος Α& Β
- Kotler, N. Kotler, W. and Kotler P., (2008). «Δημιουργώντας νέους επισκέπτες και επιτυγχάνοντας οικονομική βιωσιμότητα στην εποχή του μάρκετινγκ των μουσείων». *Τετράδια Μουσειολογίας*. Τεύχος 5/2008. σσ. 21-32
- Κυριαζόπουλος, Π., & Σαμαντά, Ειρ., (2011). *Μεθοδολογία έρευνας εκπόνησης διπλωματικών εργασιών*. Αθήνα, Σύγχρονη εκδοτική
- Λέανδρος, Ν., (2012). *Οικονομική Κρίση και Σύγχρονη Ανάπτυξη. Η Οπτική της Πολιτικής Οικονομίας*. Αθήνα: Διόνικος
- Mason, J., (2003). *Η Διεξαγωγή της Ποιοτικής Έρευνας*. Νότε Κυριαζή (επιμ.), μτφρ. Ελένη Δημητριάδου. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Μαχαίρας, Ε.,(1999). *Η τέχνη της Αντίστασης. Ποίηση, πεζογραφία, θέατρο, μουσική, τραγούδια, ζωγραφική, χαρακτική, γλυπτική*. Αθήνα: Καστανιώτη

Μούλιου, Μ., (2005). Μουσεία: Πεδία για την κατανόηση του κόσμου. *Τετράδιο Μουσειολογίας*

Μπάδα, Κ., (2013). *Συγκρότηση και ανάδειξη της τοπικότητας, ως ιδιαιτερότητας στα μουσεία του παραδοσιακού πολιτισμού*

Μπαντιμαρούδης, Φ., (2011). *Πολιτιστική Επικοινωνία. Οργανισμοί, θεωρίες, μέσα*. Αθήνα: Κριτική Α.Ε.

Μπούνια Α., (2010). «Μουσεία, μάθηση και νέες τεχνολογίες: τάσεις και προκλήσεις για την ελληνική πραγματικότητα» στο Α. Τζιμογιάννης (επιμ.), Πρακτικά Εργασιών 7ου Πανελληνίου Συνεδρίου με Διεθνή Συμμετοχή *Οι ΤΠΕ στην Εκπαίδευση, Τόμος II* 691-692, 23-26 Σεπτεμβρίου 2010, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, Κόρινθος.

Νάκου, Ε., (2001). *Εμείς τα πράγματα και ο πολιτισμός*. Αθήνα: Νήσος

Νικονάνου, Ν., (2010). *Μουσειοπαιδαγωγική Από τη θεωρία στην πράξη*. Αθήνα: Πατάκης

Οικονόμου, Μ., (2004). *Νέες Τεχνολογίες και Μουσεία: εργαλείο, τροχοπέδη ή συρμός;* *Museology-International Scientific Electronic Journal* (1)

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

Παπαδημητρίου, Α., (2010). *Βάσω Κατράκη. Πνοή στην πέτρα*. Κατάλογος έργων. Χορηγός: Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης

Παπαϊωάννου, Γ., & Στεργιάκη, Α., (2013). *Σχολείο- Μουσείο- Ψηφιακός κόσμος. Σύνθεση ψηφιακού μουσειακού χώρου με συνεπιμέλεια μαθητών και εκπαιδευτικών*. Ρόδος

Πασχαλίδης, Γ., (2015). *Οδηγός Μελέτης. Θεματική Ενότητα ΠΠΑ 522 - Πολιτισμική Επικοινωνία*. Λευκωσία: ΑΠΚΥ

- Πασχαλίδης, Γ., Χαμπούρη-Ιωαννίδου, Α. (2002) «Οι διαστάσεις των πολιτιστικών φορέων» - *Τόμος Α Εισαγωγή στον Πολιτισμό*. Πάτρα: ΕΑΠ
- Παυλογεωργάτος Γ., Κωνσταντογλου Μ., (2005). "Πολιτισμικός Τουρισμός: Η Περίπτωση της Ελλάδας", στο: Βερνίκος Ν. κ.α. (επ.) *Πολιτιστικές Βιομηχανίες: Διαδικασίες, Υπηρεσίες, Αγαθά*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική, Παράλληλα κείμενα για τη Θ.Ε. ΔΠΜ50, (2012). Κείμενο 32, Πάτρα: ΕΑΠ
- Πούλιος, Ι., Αλιβιζάτου, Μ., Αραμπατζής, Γ., Γιαννακίδης, Α., Καραχάλης, Ν., Μάσχα, Ε., Μούλιου, Μ., Παπαδάκη, Μ., Προσύλης, Χ. & Τουλούπα, Σ. (2015). *Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη*. Αθήνα: Σύνδεσμος Ελλήνων Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.
- Πυρπύλη, Σ., (2015). *Η μουσειακή πολιτική στην Ελλάδα*. Διδακτορική διατριβή, Διαθέσιμη στο Εθνικό Αρχείο Διδακτορικών Διατριβών.
- Σταυρόπουλος, Κ., (1998). *Βάσω Κατράκη. Κορυφαία Ερμηνεύτρια της ανθρώπινης τραγωδίας*. Κατάλογος έργων. Χορηγός: Πνευματικό & Πολιτιστικό Κέντρο Δήμου Γλυφάδας
- Σεραφεινίδου, Μ., (1987). *Κοινωνιολογία των ΜΜΕ*, Αθήνα: Gutenberg, σσ. 18-31
- Σταματέλου, Α., (2007). *Διεθνής ημέρα των μουσείων 1992-2005: Νέες τάσεις, Νέες προκλήσεις*. Μουσείο, Τεύχος 5. Διαθέσιμο στο <https://www.museum-studies.uoa.gr/images/artcl/museumpub/teyxos5.pdf>
- Συλλογικό έργο: (1980). *Βάσω Κατράκη- Χαρακτική 1940-1980*. Αθήνα: Ιδιωτική
- Τσάρτας, Π., (2010). *Ελληνική τουριστική ανάπτυξη*, Αθήνα: Εκδ. Κριτική
- Τσουρβάκας, Γ., 2013. *Μάνατζμεντ Επικοινωνιακών και Πολιτιστικών Οργανισμών*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press
- Fiske, J., (1992). *Εισαγωγή στην Επικοινωνία. Κουλτούρα και Επικοινωνία*, εκδ. Πατάκης.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Ambrose, T., & Paine, C. (2018). *Museum Basics: The International Handbook*. Routledge.

Bray, I. (2010), *Effective Fundraising for Nonprofits: Real-World Strategies That Work*.

English: 3rd ed. Berkeley, CA: Nolo

Capriotti, P., Carretón, C., & Castillo, A. (2016). «Testing the level of interactivity of institutional websites: From museums 1.0 to museums 2.0.» *International journal of information management*, 36(1), 97-104.

Debes, T., (2011), «Cultural Tourism: A Neglected Dimension of Tourism Industry», *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22(2), 234-251.

Deffner, A., Metaxas, T., Syrakoulis, K., & Papatheohari, T. (2009). «Museums, marketing and tourism development: The case of the tobacco museum of Kavala». *Tourismos*, 4(4), 57-76.

Donato, E., (1979). "The Museum's Furnace: Notes Toward a Contextual Reading of Bouvard and Pécuchet", in *the Textual Strategies: Perspectives in Post-Structural Criticism*, Ithaca, New York: Cornell University Press, 213-238

Diamond, J., (1999). *Practical Evaluation Guide: Tools for Museums and other Informal Educational Settings*, Altamira Press: Lanham

Gilmore, A. and Rentschler, R., (2002). «Changes in museum management: A custodial or marketing emphasis?», *Journal of Management Development*, 21(10): 745-760.

Griffin D. J. G and Abraham, M., (1999). «Management of museums in the 1990s: Governments and Organizational Reform», in Moore, K. (Ed.), *Management in Museums*. London: Athlone

Hein, G., (2001). "Evaluating Teaching and Learning in Museums", στο Hooper-Greenhill, E. (επιμ.), *Museum, Media, Message*, Routledge: London & New York, 189-203.

Hill, L. , O' Sullivan C. and T. O' Sullivan., (2003). *Creative Arts Marketing* (2nd ed), Oxford: Elsevier

Hooper-Greenhill, E. (2007), *Museums and the interpretation of visual culture*. London: Routledge

Klamer, A., Petrova, L., & Mignosa, A. (2006). *Financing the Arts and Culture in the European Union- Study*. Brusells: European Parliament.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. John Wiley & Sons.

Leslie, D., (2009). *Tourism Enterprises and Sustainable Development, International Perspectives on Responses to the Sustainability Agenda*, UK: Routhledge

Ljung, B. (2009), *Museum and pedagogy*. Stockholm: US-AB.

Lord, G. D., & Lord, B. (2009). *The manual of museum management*. Rowman Altamira.

Miller, G., (2001). *The development of indicators for sustainable tourism: Results of a Delphi survey of tourism researchers*. *Tourism Management* 22, pp.351-36

Prideaux, B. R., & Kininmont, L. J. (1999). "Tourism and heritage are not strangers: A study of opportunities for rural heritage museums to maximize tourism visitation". *Journal of Travel Research*, 37(3), 299-303.

Ruijgrok, E., (2006) "The three economic values of cultural heritage: A case study in the Netherlands". *Journal of Cultural Heritage* 7, 206-213.

Sandel, R., (2003). "Social inclusion, the museum and the dynamics of sectoral changer", *Museum and Society* 1 (1): 45-62

The International Council of Museums – I.C.O.M., (1974). The world museum community. Προσπελάστηκε την 18η Γενάρη 2019 από τον ιστότοπο <http://icom.museum/the-governance/general-assembly/resolutions-adopted-by-icom-general-assemblies-1946-to-date/copenhagen-1974/>

Varbanova, L.,(2013). *Strategic Management in the Arts*. New York, Oxon:Routledge

Ηλεκτρονικές Πηγές

- Agrinio news- Ηλεκτρονική εφημερίδα
<https://www.agrinionews.gr/1o-gymnasio-mesologgiou-moyseio-katraki/>
(ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 9 Μαρτίου 2019)
- Αθηνόραμα travel
<https://www.athinorama.gr/travel/greece/destination.aspx?did=301&aid=730620> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 9 Ιανουαρίου 2019)
- Γιαννακόπουλος, Γ. Ξεnáγηση στο Μουσείο της Βάσως Κατράκη. Postmodern.gr
<http://www.postmodern.gr/xenagisi-sto-mousio-tis-vasos-katraki-sto-etoliko/>
(ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10 Μαρτίου 2019)
- Δίκτυο Μουσείων και Πολιτιστικών Φορέων Αθηνών
<http://www.athensmuseums.net/index.php>
(ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 20 Μαρτίου 2019)
- Elculture.gr- Βάσω Κατράκη Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης
<https://www.elculture.gr/blog/vasso-katraki/>
(ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10 Μαρτίου 2019)

- Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. ΦΕΚ 118 (2-3-1990)
http://www.et.gr/idoocs-nph/search/pdfViewerForm.html?args=5C7QrtC22wFWwnXHUzxPWXdtvSoClrL870ttxUrqL015MXD0LzQTLf7MGgcO23N88knBzLCmTXKaO6fpVZ6Lx3UnKl3nP8NxdnJ5r9cmWyJWelDvWS_18kAEhATUkJb0x1LIdQ163nV9K--td6SluWVv5tY1E0BPEAEenZU-YhQt0E1_oGmqsrNP0doYnBMh
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10 Μαρτίου 2019)
- Εφημερίδα της Κυβερνήσεως ΦΕΚ 1765/2/05-08-2011)
http://www.et.gr/idoocs-nph/search/pdfViewerForm.html?args=5C7QrtC22wFYAFdDx4L2G3dtvSoClrL8gb8ZK5B_4HkliYHTRwL0-OJInJ48_97uHrMts-zFzeyCiBSQOpYnTy36MacmUFCx2ppFvBej56Mmc8Qdb8ZfRlqZnsIAdk8Lv_e6czmhEembNmZCMxLMtbcmQofpkeHUhdFDtluelqm5DB3AK5n-wUWFovTvaNI
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 5 Απριλίου 2019)
- Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. ΦΕΚ 557 (7-4-2015)
http://www.et.gr/idoocs-nph/search/pdfViewerForm.html?args=5C7QrtC22wFHp_31M9ESQXdtvSoClrL8qq0Cf1NS3GJ5MXD0LzQTLf7MGgcO23N88knBzLCmTXKaO6fpVZ6Lx3UnKl3nP8NxdnJ5r9cmWyJWelDvWS_18kAEhATUkJb0x1LIdQ163nV9K--td6SluRcaDroejJyJEtvw5r8C-5HhyguYZ1FvxxUHO17xV07h
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10 Μαρτίου 2019)
- Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. ΦΕΚ 154, (28-6-2002)
http://www.tap.gr/tapadb/files/nomothesia/nomoi/n.3028_2002.pdf
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10 Μαρτίου 2019)
- Hellenicaword
<http://www.hellenicaworld.com/Greece/Person/gr/VassoKatraki.html>
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 2 Φεβρουαρίου 2019)

- Η βιβλιοθήκη και το αρχείο της Εθνικής πινακοθήκης. Κατάλογος Χαρακτικής της Βάσως Κατράκη: 1980
http://www.nationalgallery.gr/library/el/exantilimenoi_katalogoi/el_baso_katranki.html#page=18
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10 Μαρτίου 2019)
- iAitolokarnania : *Τα έργα της Βάσως Κατράκη κοσμούν την αίθουσα του Μουσείου στο Αιτωλικό*. Επανεκδοση έργων Κατράκη με την επιμέλεια του καθ. Παυλόπουλου
<https://iaitolokarnania.gr/2017/06/ta-erga-tis-vasos-katraki-kosmoun-tin-ethousa-tou-mousiou-sto-etoliko/>
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 12 Φεβρουαρίου 2019)
- Κατιούσα (2017) . Ηλεκτρονική εφημερίδα
<http://www.katioussa.gr/politismos/eikastika/vaso-katraki-gennimeni-kai-zymomeni-os-kokkalo-lao/>
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 9 Φεβρουαρίου 2019)
- Κοσκινά, Κ.,(2018) *Ποιος είναι ο ρόλος των μουσείων σήμερα;* ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑΣ
<https://www.helleniculturaldiplomacy.com/%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%BF-%CF%81%CF%8C%CE%BB%CE%BF%CF%82-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CF%89%CE%BD-%CF%83%CE%AE%CE%BC%CE%B5%CF%81/>
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10 Μαρτίου 2019)
- Κουζέλη, Λ., (2011). *Το Μουσείο της Βάσως Κατράκη στο Διαδίκτυο*. Ηλεκτρονική Εφημερίδα: Το Βήμα
<https://www.tovima.gr/2011/08/12/books-ideas/to-moyseio-tis-basws-katraki-sto-diadiktyo/>
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 12 Φεβρουαρίου 2019)

- Lifo City Guide. Έκθεση Βάσως Κατράκη στην ΕΚΦΡΑΣΗ «Γιάννα Γραμματοπούλου»
<https://www.lifo.gr/guide/arts/2610>
(ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 12 Φεβρουαρίου 2019)
- Messolonghi news. Ηλεκτρονική εφημερίδα: Εκπαιδευτικό πρόγραμμα
http://messolonghinews.blogspot.com/2018/05/blog-post_10.html
(ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10 Μαρτίου 2019)
- Μποϊλέ, Μ., (2011). *Βάσω Κατράκη*. Ηλεκτρονική Εφημερίδα Art.mag
<http://www.artmag.gr/art-history/artists-faces/item/2294-vasw-katraki>
(ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 12 Φεβρουαρίου 2019)
- Newsbeast
<https://www.newsbeast.gr/travel/destinations/arthro/4139221/i-nerenia-poli-stin-kardia-mias-limnothalassas>
(ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 15 Ιανουαρίου 2019)
- NEWSIT NEWSROOM <https://www.newsit.gr/ellada/aitoliko-i-diki-mas-venetia-mia-ploti-poli-katamesis-tis-limnothalassas/2600748/>
(ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10 Μαρτίου 2019)
- Πινακοθήκη του διαδικτυακού πολιτιστικού Κέντρου Artopos. Χαρακτική Βάσω Κατράκη
http://www.eikastikon.gr/xaraktiki/katraki_cv.html
(ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 9 Μαρτίου 2019)
- Ramsar Sites Information Service
<https://rsis.ramsar.org/ris/62?language=en>
(ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10 Ιανουαρίου 2019)
- Τέχνης Σύμπαν και Φιλολογία
<https://kostasvakouftsis.blogspot.com/2013/09/vasso-katraki-in-black-and-white.html> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 9 Μαρτίου 2019)

- Times News. *Βάσω Κατράκη: Ξεχωριστή η θέση της στη χαρακτηριστική*
<https://www.timesnews.gr/%CE%B2%CE%AC%CF%83%CF%89-%CE%BA%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%AC%CE%BA%CE%B7-%CE%BE%CE%B5%CF%87%CF%89%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84-%CE%AE-%CE%B7-%CE%B8%CE%AD%CF%83%CE%B7-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B7-%CF%87/>
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 5 Μαρτίου 2019)
- Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης. (20.08.2012)
<http://www.aitoliki.gr/wp-content/uploads/%CE%91%CE%A0%CE%9F%CE%A6%CE%91%CE%A3%CE%97-%CE%95%CE%9D%CE%A4%CE%91%CE%9E%CE%97%CE%A3-%CE%9A%CE%91%CE%A4%CE%A1%CE%91%CE%9A%CE%95%CE%99%CE%9F.pdf>
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10 Μαρτίου 2019)
- Υπουργείο Πολιτισμού & Αθλητισμού.
<https://www.culture.gr/el/Information/SitePages/view.aspx?nID=2662>
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10 Μαρτίου 2019)
- Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητικού. Πολιτισμός κατά των διακρίσεων
<https://www.culture.gr/el/Information/SitePages/view.aspx?nID=2662>
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10 Ιανουαρίου 2019)
- ΥΠΠΟΑ. Υπηρεσία Νεωτέρων Μνημείων και Τεχνικών Έργων Δυτικής Ελλάδας
http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=6981
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10 Μαρτίου 2019)
- Φουτούνης, Β., (2012).
<http://www.fourtounis.gr/arthra/2012/12/27/27-12-2012.html>
 (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 12 Φεβρουαρίου 2019)