

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

της **ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΥ ΣΤΕΛΛΑΣ**

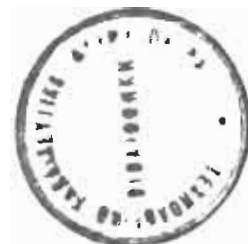
**ΣΧΟΛΗ Σ.Δ.Ο.**

**Τμήμα ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΤΕΙ ΠΑΤΡΩΝ**

**ΘΕΜΑ: «ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ  
ΚΑΙ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ»**

Επιβλέπων Καθηγητής  
Αναστάσιος Παναγόπουλος



ΑΡΙΘΜΟ. ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	2036
----------------------	------

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

### Πρόλογος

- Σχετικά με τα μουσεία 4

### ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

<b>1. ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ</b>	<b>6</b>
1.1 Η ιστορία των μουσείων	6
1.2 Ορισμός του ΜΟΥΣΕΙΟΥ	8
1.3 Τύποι Μουσείων	10
1.4 Ο ρόλος των Μουσείων	12
1.4.1. Τα κοινωνικά και πολιτιστικά πλεονεκτήματα	12
1.4.2. Τα οικονομικά πλεονεκτήματα	13
1.4.3. Τα συντεχνιακά ή πολιτικά πλεονεκτήματα	16
1.5 Τα Μουσεία και ο Τουρισμός	17

### ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

<b>2. ΤΟ MARKETING ΤΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ</b>	
2.1 Τα Μουσεία είναι για τους ανθρώπους	20
2.2 Γιατί ο κόσμος δεν πάει στα Μουσεία	20
2.3 Η λειτουργία του Μουσείου μέσα σε μια ανταγωνιστική πνευματική «αγορά»	21
2.3.1 Κατανοώντας την αγορά	28
2.3.2 Πληροφορία της αγοράς	29
2.3.3 Ερευνώντας τους χρήστες του Μουσείου	30
2.3.4 Σχεδιάζοντας την έρευνα αγοράς	32
2.3.5 Εκτελώντας την έρευνα αγοράς	34
2.3.6 Οι έρευνες αγοράς	35

2.3.7	Ερευνώντας τους ανταγωνιστές	37
2.3.8	Ανάλυση της αγοράς	38
2.3.9	Παράδειγμα ερευνών - αποτελέσματα	41
2.4	Το Μάρκετινγκ του Μουσείου	43
2.5	Τρόποι και μέσα διαφήμισης και δημοσιότητας	48
2.6	Ειδικά Ακροατήρια: Τα Μουσεία και άνθρωποι με αναπηρίες	52
2.6.1	Εξω από το Μουσείο	52
2.6.2	Μέσα στο Μουσείο	53

## **ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ**

3.1	Πολιτισμός και οικονομία	56
3.2.	Μερίδιο ανάπτυξης της πολιτιστικής υποδομής στη χώρα μας από το πακέτο Ντελόρ II.	60
3.3.	Σύντομη αναφορά στην «Εξόριστη Ελληνική Ομορφιά»	63
3.4.	«Ο τιμοκατάλογος» της Ευρώπης και η σύγκριση με την Ελλάδα.	67
3.5.	Κατάλογος των Μουσείων της Περιφέρειας Αττικής.	74

## **ΕΠΙΛΟΓΟΣ**

### **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

1.	Κατάλογος Ελληνικών Μουσείων και Εφορειών	85
2.	Στατιστική κίνηση των Ελληνικών Μουσείων για τα έτη 1990-1991.	102
3.	Φωτογραφίες και εικόνες ελληνικών Μουσείων και σημαντικών εκθεμάτων	106
	<b>Βιβλιογραφία - Πηγές</b>	116

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

### ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ

Εκατομμύρια άνθρωποι σ'όλο τον κόσμο επισκέπτονται μουσεία κάθε χρόνο, και ο αριθμός των μουσείων αυξάνεται καθημερινά, δεδομένου ότι είναι εξαιρετικά δημοφιλή πολιτιστικά ιδρύματα.

Στην Ευρώπη για παράδειγμα, εκτιμάται ότι για κάθε μουσείο που υπήρχε το 1950, υπάρχουν τέσσερα σήμερα. Σε άλλα μέρη του κόσμου η ανάπτυξη των μουσείων έχει μόλις αρχίσει.

Οι προσφερόμενες υπηρεσίες διαφέρουν από χώρα σε χώρα, το ίδιο ισχύει και για το επίπεδο της διαχείρισης των συλλογών, την ποιότητα του μάντζμεντ και τις υπηρεσίες προς τους επισκέπτες των μουσείων.

Είναι αναγκαίο σε κάθε χώρα τα μουσεία να λειτουργούν στο πλαίσιο μιας εθνικής πολιτικής για μουσεία. Η ανάπτυξη και η διανομή των μουσείων, οι πόροι και η ποιότητα των υπηρεσιών, πρέπει να συζητηθούν πάνω σε μια οργανωμένη επιστημονική βάση.

Η Πολιτεία θα πρέπει να υποστηρίζει τα μουσεία, όσον αφορά τους επαρκείς πόρους για αποτελεσματικά εκπαιδευτικά προγράμματα, για σωστή συντήρηση και διαχείριση των συλλογών, για υψηλής ποιότητας εγκαταστάσεις και προσπάθεια προσέλκυσης επισκεπτών με σύγχρονα προγράμματα μάρκετινγκ. Όλα αυτά είναι απαραίτητα αν πρόκειται να αναπτυχθούν τα μουσεία προς όφελος της χώρας και των πολιτών. Ένας δυνατός και βιώσιμος κλάδος μουσείων, είτε δημόσιος, ιδιωτικός ή και τα

δύο, μπορεί να προσφέρει τεράστια οφέλη, πολιτιστικά, οικονομικά και πολιτικά. Το κύρος και γόητρο πολλών χωρών μετράται σήμερα με το πόση σημασία δίνουν στη πολιτιστική τους κληρονομιά. Ο διεθνής τουρισμός και τα εκτεταμένα οικονομικά οφέλη που αυτός φέρνει, αποτελούν τον κύριο λόγο για τις αυξανόμενες επενδύσεις σε μουσεία και παρεμφερή πολιτιστικά ιδρύματα παγκοσμίως. Η αυξανόμενη σημασία που δίνεται στην εθνική και τοπική ταυτότητα, όπου τα μουσεία μπορούν να αντικατοπτρίζουν αντικειμενικά τις αλλαγές αλλά και την συνέχεια, στις παραδοσιακές πολιτιστικές αξίες, είναι ζωτικής σημασίας για την παραπέρα ανάπτυξη των μουσείων. Τα μουσεία μπορούν να παίξουν ένα σημαντικό ρόλο στην τοπική κοινωνία, προσφέροντας την αίσθηση της ταυτότητας και της ιστορίας ενός τόπου. Με δεδομένο τις ραγδαίες και πολλές φορές επώδυνες πολιτιστικές μεταβολές που συμβαίνουν σε πολλές χώρες, τα μουσεία μπορούν να προσφέρουν μια πολύτιμη βοήθεια στην κατανόηση της συνέχειας με το παρελθόν και το παρόν, και να αποτελέσουν ένα εφελκυστικό για το μέλλον.

Τα μουσεία ως πολιτιστικό φαινόμενο έχουν μεγάλη ιστορία. Η αξία τους έχει μεταβληθεί διαμέσου του χρόνου καθώς οι πολιτικές και πολιτιστικές αξίες έχουν αλλάξει και αναπτυχθεί. Σήμερα τα μουσεία μπορούν να παίξουν κυρίαρχο ρόλο στην πολιτιστική και οικονομική ζωή μιας χώρας και στην ευημερία της. Σαν σύνολο, οι συλλογές τους αποτελούν μια μοναδική πηγή πληροφόρησης για τα επιτεύγματα και την πρόοδο μιας χώρας, καθώς και για την ιστορική της εξέλιξη. Τα μουσεία ως μέρος της συλλογικής μνήμης αξίζουν την υποστήριξη μας για τα πολλαπλά οφέλη που προσφέρουν. Οι εργαζόμενοι στα μουσεία έχουν ιδιαίτερη ευθύνη ως θεματοφύλακες αυτής της μνήμης. Χωρίς τη μνήμη μας δεν μπορούμε να προχωρήσουμε στο μέλλον.

## ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

### 1. ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

#### 1.1. Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ

Τα μουσεία είναι τα θησαυροφυλάκια της ανθρωπότητας. Εκεί αποθηκεύονται οι μνήμες των λαών, οι πολιτισμοί τους, τα όνειρά τους και οι ελπίδες τους. Πριν από την ανάπτυξη των σύγχρονων μουσείων, διαφορετικές κοινωνίες είχαν διαφορετικούς τρόπους να διατηρούν αντικείμενα και συλλογές που θεωρούσαν σημαντικά. Στην αρχαία Ινδία, *chitrashalas* ή πινακοθήκες ζωγραφικής, χρησιμοποιούντουσαν για εκπαιδευτικούς καθώς και για ψυχαγωγικούς σκοπούς, όπου οι πίνακες και τα γλυπτά παρείχαν μαθήματα ιστορίας, θρησκείας και τέχνης. Στην Ασία, τα πολύτιμα αντικείμενα τα τοποθετούσαν σε ναούς για φύλαξη, ενώ στην Ευρώπη οι ναοί διατηρούσαν όχι μόνο θησαυρούς, αλλά και άλλα αξιόλογα αντικείμενα, θρησκευτικής λατρείας. Σε πολλές κοινωνίες τοποθετούσαν φύλακες σε αντικείμενα που ήταν πολύτιμα και σημαντικής αξίας για την κοινωνική ομάδα. Για παράδειγμα, στην περιοχή Cross River της Δυτικής Αφρικής, διόριζαν κάποιον γηραιότερο, για να αναλάβει την ευθύνη για κάποιες μάσκες (αντικείμενα ή κειμήλια που λατρεύονταν θρησκευτικά από την ομάδα-φυλή). Στην Αυτοκρατορική Κίνα, οι συλλογές από πολύτιμους πίνακες ήταν τόσο πολύτιμες στην άρχουσα τάξη όσο είναι και στη Δύση σήμερα.

Τα σύγχρονα μουσεία ουσιαστικά ξεκίνησαν στην Ευρώπη το 17ο αιώνα. Η πρώτη χρήση του όρου «μουσείο» στα Αγγλικά έγινε το 1682, περιέγραφε

τη συλλογή από παράξενα, σπάνια και εξωτικά αντικείμενα που ο ευγενής Elias Ashmole έδωσε στο Πανεπιστήμιο της Οξφόρδης. Από τις ιδιωτικές συλλογές της άρχουσας τάξης των πλουσίων και των ευγενών, τα μουσεία έγιναν τα δημόσια εκπαιδευτικά ιδρύματα που γνωρίζουμε σήμερα. Για τη χώρα μας βέβαια τα πράγματα είναι κάπως διαφορετικά, τουλάχιστον σε ότι αφορά τα πολύτιμα αντικείμενα των κλασικών χρόνων που συγκροτήθηκαν σε εκθέσεις και συλλογές ύστερα από ανασκαφική δουλειά σπουδαίων αρχαιολόγων, ελλήνων και ξένων σε συνεργασία με το ελληνικό κράτος, αλλά και κάτω από την καθοδήγηση των γραπτών μνημείων των αρχαίων ελλήνων συγγραφέων. Βέβαια στη χώρα μας έχουμε το φαινόμενο των ιδιωτικών συλλογών, φαινόμενο άλλωστε που υποστηρίζεται ως μέσο προστασίας των εκθεμάτων και των πολύτιμων αντικειμένων.



## 1.2. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ

Μερικοί ορισμοί του «μουσείου» όπως εκφράζονται από τις παρακάτω διεθνείς ενώσεις και συμβούλια:

**α) Ο ορισμός του ICOM (Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, International Council of Museums)**

“Ένα μη επικερδές, μόνιμο ίδρυμα, στην υπηρεσία της κοινωνίας και της εξέλιξής της, και ανοιχτό στο κοινό, που αποκτά, διαφυλάσσει, ερευνά, επικοινωνεί και εκθέτει, για τους σκοπούς της μελέτης, της εκπαίδευσης και της ευχαρίστησης, της υλικής μαρτυρίας του ανθρώπου και του περιβάλλοντός του”.

**β) Ο ορισμός της Ένωσης Μουσείων (Ηνωμένου Βασιλείου):**

“Το μουσείο είναι ένας θεσμός που συλλέγει, καταγράφει, διατηρεί, εκθέτει και ερμηνεύει την υλική μαρτυρία και την συνδεδεμένη πληροφόρηση για το γενικό καλό.”

Ο «θεσμός» υποδηλώνει ένα εθιμοτυπικό ίδρυμα που έχει ένα μακροχρόνιο σκοπό. Το «συλλέγω» περιλαμβάνει όλα τα μέσα της απόκτησης. Το «καταγράφω» τονίζει την ανάγκη της αρχειοθέτησης. Το «διατηρώ» περιλαμβάνει όλες τις απόψεις της διαφύλαξης και της ασφάλειας. Το «εκθέτω» επιβεβαιώνει την προσδοκία των επισκεπτών ότι θα είναι σε θέση να δουν τουλάχιστον μια αντιπροσωπευτική επιλογή των αντικειμένων των συλλογών. Το «ερμηνεύω» πάρθηκε για να καλύψει τόσο διαφορετικά πεδία όπως της επίδειξης, της εκπαίδευσης, της έρευνας και της έκδοσης. Το «υλικό» υποδηλώνει κάτι που είναι

χειροπιαστό, ενώ το «Μαρτυρία» εγγυάται την αυθεντικότητα του σαν το «αληθινό πράγμα». Το «συνδεδεμένη πληροφόρηση» αντιπροσωπεύει τη γνώση που αποτρέπει ένα μουσειακό αντικείμενο να είναι μονάχα ένα μπιμπελό, και επίσης συμπεριλαμβάνει όλα τα αρχεία που σχετίζονται με την προηγούμενη ιστορία του, την απόκτηση και τη μεταγενέστερη χρήση. Το «για το γενικό καλό» είναι σκόπιμα ανοιχτό και επιδιώκει να αντικατοπτρίσει την τωρινή σκέψη, τόσο μέσα στο επάγγελμά μας, όσο και έξω από αυτό, όπου τα μουσεία είναι οι υπηρέτες της κοινωνίας.

**γ) Ο ορισμός της Αμερικανικής Ένωσης:**

“Ένας μόνιμος μη-επικερδής, καθιδρυμένος θεσμός, που δεν υπάρχει πρωταρχικά με το σκοπό να διεξάγει προσωρινές εκθέσεις, απαλλαγμένος από ομοσπονδιακούς και κρατικούς φόρους εισοδήματος, ανοιχτός στο κοινό και διοικούμενος στα πλαίσια του κοινού ενδιαφέροντος, για το σκοπό της διαφύλαξης και της διατήρησης, της μελέτης, της ερμηνείας, της συνάθροισης, και της έκθεσης στο κοινό ώστε να διαπαιδαγωγείται και να ευχαριστιέται με αντικείμενα και δείγματα εκπαιδευτικής και πολιτιστικής αξίας, συμπεριλαμβανόμενου καλλιτεχνικού, επιστημονικού (είτε έμψυχου ή άψυχου), ιστορικού και τεχνολογικού υλικού”.

Τα μουσεία, έτσι ορισμένα, θα περιλαμβάνουν βοτανικούς κήπους, ζωολογικά πάρκα, ενυδρεία, πλανητάρια, ιστορικές οργανώσεις, και ιστορικούς οίκους και αξιοθέατα που θα πληρούν τις παραπάνω προϋποθέσεις.

### 1.3 ΤΥΠΟΛΟΜΟΥΣΕΙΩΝ

Ωστόσο, σήμερα τα μουσεία διαφέρουν κατά πολύ. Ποικίλλουν σε μέγεθος από τα μεγάλα διεθνή μουσεία όπως το Smithsonian Institution της Washington στο μικρότερο χωριάτικο μουσείο του ενός δωματίου. Διαφέρουν, επίσης, κατά πολύ στο σκοπό τους. Μερικά προορίζονται, αποκλειστικά, στο να ψυχαγωγούν και να διασκεδάζουν παραθεριστές, άλλα διατηρούν τα στοιχεία πάνω στα οποία στηρίζεται η επιστημονική έρευνα. Διαφέρουν στις συλλογές τους: από έντομα σε ιστορικά βιομηχανικά μηχανήματα, από αρχαία αγάλματα σε πολεμικά δείγματα, από μοντέρνους πίνακες σε επαναστατικές σημαίες. Διαφέρουν στο ποιός και πώς τα διοικεί. Διαφέρουν στο κοινό το οποίο επιδιώκουν να εξυπηρετήσουν.

Ένα πράγμα που κάθε μουσείο έχει κοινό με κάθε άλλο μουσείο είναι οι συλλογές. Οι οποίες ναι μεν είναι διαφορετικές, αλλά όπως πάντα υπάρχουν σαν περιεχόμενο των μουσείων. Γιατί εφόσον δεν υπάρχει συλλογή σαν αντικείμενο έκθεσης, παύει να υπάρχει και το μουσείο σαν χώρος με αντικείμενο και περιεχόμενο.

Μερικοί τύποι μουσείων είναι:

\* Ταξινομημένα σε συλλογές:

- γενικά μουσεία
- γεωλογικά μουσεία
- αρχαιολογικά μουσεία
- επιστημονικά μουσεία
- μουσεία τέχνης
- στρατιωτικά μουσεία
- ιστορικά μουσεία
- βιομηχανικά μουσεία

- εθνογραφικά μουσεία
- κ.λ.π.
- μουσεία φυσικής ιστορίας

\* Ταξινομημένα με βάση το ποιοί τα διοικούν:

- κρατικά μουσεία
- στρατιωτικά μουσεία
- δημοτικά μουσεία
- ανεξάρτητα ή ιδιωτικά μουσεία
- πανεπιστημιακά μουσεία
- εμπορικά επιχειρησιακά μουσεία

\* Ταξινομημένα με βάση την περιοχή την οποία εξυπηρετούν:

- εθνικά μουσεία
- τοπικά μουσεία
- επαρχιακά μουσεία

\* Ταξινομημένα με βάση το κοινό το οποίο εξυπηρετούν:

- εκπαιδευτικά μουσεία
- μουσεία γενικού κοινού
- ειδικά μουσεία

\* Ταξινομημένα με βάση τον τρόπο με τον οποίο εκθέτουν τις συλλογές τους:

- παραδοσιακά μουσεία
- μουσεία ιστορικού οίκου
- υπαίθρια μουσεία

## 1.4 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ

Περιγράψαμε τη λειτουργία των μουσείων. Εδώ θα εξετάσουμε τον ευρύτερο ρόλο των μουσείων στην κοινωνία και τα πλεονεκτήματα, που μπορούν να παρέχουν στις κοινότητες όπου τα συναντούμε. Είναι σωστό να ερευνήσουμε αυτό το ρόλο κάτω από τρία διαφορετικά σημεία. Τα κοινωνικά και πολιτιστικά πλεονεκτήματα, τα οικονομικά πλεονεκτήματα και τα συντεχνιακά ή πολιτικά πλεονεκτήματα.

### 1.4.1. Κοινωνικά και πολιτιστικά πλεονεκτήματα

Τα μουσεία εξασφαλίζουν μία σημαντική ποικιλία κοινωνικών και πολιτιστικών πλεονεκτημάτων στις περιοχές τους, πολλά από τα οποία περιγράφονται στη συνέχεια. Τα μουσεία εξασφαλίζουν τη διατήρηση και τη διαφύλαξη της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς της κοινότητας. Λειτουργούν ως μια πολιτιστική εστία και ως ένα κέντρο, παρέχοντας ευκαιρίες για την ενασχόληση της κοινότητας στη δουλειά τους. Τα μουσεία στηρίζουν εκπαιδευτικούς οργανισμούς, και προσφέρουν ευκολίες για πολιτιστικά γεγονότα και δραστηριότητες. Με την πραγματική τους σημασία, τα μουσεία επαυξάνουν την ποιότητα στις ζωές των ανθρώπων και μπορούν να παίξουν ένα ρόλο - κλειδί στο να αναπτύξουν την έννοια της ταυτότητας για την περιοχή όπου τα συναντάμε. Ωστόσο, για να είναι επιτυχείς στο να παρέχουν κοινωνικά και πολιτιστικά πλεονεκτήματα, τα μουσεία πρέπει να διοικούνται αποτελεσματικά και να είναι κατάλληλα εξοπλισμένα.

#### 1.4.2. Οικονομικά πλεονεκτήματα

Τα μουσεία μπορούν να έχουν ένα σημαντικό ρόλο στην οικονομική αναγέννηση στις αστικές ή αγροτικές περιοχές. Ο οικονομικός ρόλος των μουσείων είναι λιγότερο κατανοητός σε πολλές χώρες από ότι ο κοινωνικός και πολιτιστικός τους ρόλος. Στις αστικές περιοχές όπου, παραδείγματος χάρη, η παραδοσιακή κατασκευή και η βιομηχανική βάση έχουν καταστραφεί, η ανάπτυξη του τομέα υπηρεσιών και του τουρισμού μπορούν να αντιπροσωπεύουν μια εναλλακτική οικονομική στρατηγική. Εδώ τα μουσεία μπορούν να παίξουν ένα ρόλο - κλειδί. Στις αγροτικές περιοχές, όπου η οικονομική ανάπτυξη χρειάζεται να λάβει χώρα λόγω αλλαγής, παραδείγματος χάρη για τις παραδοσιακές αγροτικές βιομηχανίες, τα μουσεία μπορούν να έχουν ένα χρήσιμο ρόλο στο να λειτουργούν ως μια εστία για την επεξήγηση της πολιτιστικής αλλαγής και της συνέχειας του τόπου.

Τα μουσεία μπορούν να λειτουργήσουν ως ένα μέρος ενός συνολικού προγράμματος ανάπτυξης όπου η στέγαση, οι υπηρεσίες και οι πολιτιστικές ευκολίες, παρέχουν ένα μείγμα χρήσης για την ζωή και την εργασία της κοινότητας. Τα μουσεία μπορούν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη της πολιτιστικής υποδομής για μια περιοχή μαζί με άλλες δραστηριότητες όπως είναι οι βιβλιοθήκες, τα θέατρα, οι κινηματογράφοι, τα εκθεσιακά κέντρα και οι αίθουσες συναυλιών. Σε πολλά μέρη του κόσμου μια τέτοια υποδομή προσφέρει δυναμική υποστήριξη στο να ελκύει επενδύσεις από εταιρείες και επιχειρήσεις, από κρατικούς οργανισμούς και άλλους φορείς. Τα μουσεία, έτσι, βοηθούν στην αναγέννηση ή στην ανάπτυξη τοπικών οικονομιών σε καιρούς οικονομικής αλλαγής.

Όπου ο τουρισμός είναι μέρος της τοπικής οικονομίας, τα μουσεία και άλλες τουριστικές έλξεις λειτουργούν ως μαγνήτες για την έλξη τουριστικών επισκεπτών. Το αποτέλεσμα είναι οι επισκέπτες να ξοδέψουν λεφτά στα μαγαζιά, στα εστιατόρια, στα γκαράζ, στα ξενοδοχεία και στις αγορές της τοπικής περιοχής.

Ένα άλλο οικονομικό πλεονέκτημα που μπορούν τα μουσεία να φέρουν στην τοπική οικονομία είναι η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και αυξημένα επίπεδα απασχόλησης. Κάθε καινούργια δουλειά σ' ένα μουσείο θα έχει ένα οικονομικό αντίκτυπο στην περιοχή όπου και βρίσκεται αυτό. Το μουσείο είναι επομένως, μια σημαντική βοήθεια στην ανάπτυξη και στην στήριξη της οικονομικής δύναμης μιας περιοχής. Σε πολλά μουσεία, υπάρχουν δουλειές μερικής απασχόλησης προσωρινές, πιθανώς ως μέρος των κρατικών προγραμμάτων πρακτικής εκπαίδευσης. Έχουν και αυτές ένα σημαντικό οικονομικό αντίκτυπο. Τα προγράμματα πρακτικής εκπαίδευσης μπορούν να κατανεμηθούν μεταξύ του μουσείου και άλλων οργανισμών.

Τα μουσεία μπορούν συχνά να ελκύσουν την οικονομική υποστήριξη για την άμεση διοίκηση των πρακτικών προγραμμάτων άλλων μουσείων ή άλλων οργανισμών παρόμοιου τύπου. Τα μουσεία ελκύουν οικονομικές επενδύσεις από εξωτερικούς οργανισμούς, όπως είναι οι κρατικές ή οι διεθνείς επιχορηγήσεις. Αυτό είναι ιδιαίτερης σημασίας για περιοχές όπου οι τοπικές οικονομικές πηγές ίσως είναι περιορισμένες. Διάφορα επιχειρήματα για επενδύσεις μπορούν να υποστηριχθούν σε σχέση με τον ευρύτερο οικονομικό ρόλο του μουσείου μέσα στην κοινότητα.

Γενικά, αξίζει να θεωρήσουμε και να υπολογίσουμε την ποικιλία των οικονομικών πλεονεκτημάτων που ένα μουσείο μπορεί να παρέχει ή παρέχει στην τοπική κοινότητα.



### 1.4.3. Συντεχνειακά ή πολιτικά πλεονεκτήματα

Για έναν οργανισμό με υπευθυνότητα όπως είναι η τοπική αυτοδιοίκηση, το μουσείο μπορεί να ενθαρρύνει την έννοια της τοπικής περηφάνιας και κτητικότητας και να διατηρήσει και να προβάλλει τις παραδοσιακές πολιτιστικές αξίες. Μπορεί να επιδείξει την αλλαγή και τη συνέχεια μέσα στην τοπική περιοχή, και να επιτρέψει στους ανθρώπους να εξερευνήσουν τις ρίζες της κοινότητάς τους. Τα μουσεία μπορούν να παίξουν ένα αξιόλογο ρόλο στις δημόσιες σχέσεις και στη δημοσιότητα της τοπικής αυτοδιοίκησης, εφόσον αποτελούν μέρος μιας ποικιλίας υπηρεσιών που παρέχονται στους ντόπιους κατοίκους και στους τουριστικούς επισκέπτες. Η δουλειά τους μπορεί επίσης να βοηθήσει και να σφυρηλατήσει τους δεσμούς με άλλους εξωτερικούς οργανισμούς και φορείς διαφορετικού τύπου με επακόλουθα διάφορα πολιτικά ή οικονομικά πλεονεκτήματα.

Όλα αυτά τα πλεονεκτήματα και περισσότερο - τα οικονομικά, πολιτιστικά και Συντεχνειακά ή πολιτικά - μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να υποστηρίξουν τα επιχειρήματα των μανάτζερ των μουσείων για αυξημένους πόρους. Όπου τέτοια πλεονεκτήματα παρέχονται και τα έχουμε δει να παρέχονται - η φήμη και η υπόληψη του μουσείου αυξάνεται. Είναι ζήτημα κρίσης το ποιά πλεονεκτήματα μπορούν να αναγνωρισθούν ώστε να βοηθήσουν το ΜΑΝΑΤΖΕΡ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ να κάνει τη δικιά του/της επιλογή για τους πόρους. Η ισορροπία καθώς και η πολιτική διαφέρει από το ένα μουσείο στο άλλο.

Σε αυτή την περίπτωση, της σωστής εκμετάλλευσης και προσέλκυσης πλεονεκτημάτων και πόρων, ο ρόλος των μουσείων είναι πολύ πιο

ευρύτερος από μια απλή λειτουργική περιγραφή. Ο επιτυχημένος μάνατζερ θα φροντίσει ώστε όλα όσα παρέχει το μουσείο του/της στην κοινότητα να ορίζονται και να χρησιμοποιούνται θετικά.

## 1.5. ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΙ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Μετά τα πρώτα ευτυχισμένα χρόνια του τουριστικού εμπορίου, οι αντιλήψεις σχετικά με τη χρήση των πολιτιστικών κληρονομιών, απλά ως πόλοι τουριστικής έλξης, άρχισαν να επανεκτιμούνται. Εν τω μεταξύ, πολλές βιαστικές ή πολλές φορές ανεύθυνες αποφάσεις έχουν παρθεί σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, που υπαινίσσονται τη θυσία των αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων και μουσείων στο μοναδικό σκοπό της τουριστικής κατανάλωσης. Η σημασία βέβαια της πολιτιστικής κληρονομιάς, είτε αυτή είναι κινητή είτε είναι ακίνητη, είναι τεράστια προκειμένου για την κατανόηση της σύγχρονης πραγματικότητας ενός ξένου έθνους, το οποίο ένας τουρίστας επισκέπτεται. Η συναίσθηση όμως ότι η πολιτιστική κληρονομιά του κάθε έθνους, συμπεριλαμβανομένων και των μουσειακών και μνημειακών πολιτιστικών χώρων, δεν θα έπρεπε να κακομεταχειρίζεται, στο βωμό της οικονομικής ανάπτυξης, είναι αναμφισβήτητη.

Δεν αρκεί μόνο να εργαζόμαστε προς τη χρήσιμη μεταβολή των αρχαιολογικών και φυσικών χώρων, πρέπει επίσης να αγωνιζόμαστε για τη διαφύλαξη και τη διατήρησή τους. Πρέπει να παρθούν προληπτικά μέτρα ώστε να εγγυηθούν την επιβίωσή τους στο χρόνο και στο χώρο. Πρέπει να γίνουν εκστρατείες ώστε να ενημερώσουν τον πληθυσμό που ζει κοντά στους φυσικούς και αρχαιολογικούς χώρους. Και από τη στιγμή που μιλάμε για προστασία, η ίδρυση μουσείων αποτελεί το καλύτερο

μέσο, όπου τα προϊόντα του πολιτισμού μας (κουλτούρας) θα προφυλαχθούν από τη λεηλασία και τον άπληστο επισκέπτη.

Θα ήταν πλασματικό και ανόητο να επιχειρήσουμε να αποκλείσουμε τους τουρίστες από τους τουριστικούς πόλους έλξης, όπως τα μουσεία, τα μνημεία και τους αρχαιολογικούς χώρους. Πρώτα απ'όλα, γιατί αυτό θα υποδήλωνε τον περιορισμό του κοινωνικού ρόλου των μουσείων και εκείνου γενικότερα της πολιτισμικής και της φυσικής κληρονομιάς. Δεύτερον, γιατί ο τουρισμός είναι πράγματι μια προσφιλής πηγή αυξημένης υποστήριξης, για τα μουσεία και τα πολιτιστικά ιδρύματα.

Για να δημιουργήσουμε μια συμβατική σχέση μεταξύ της ανάγκης σωστής διαφύλαξης και χρήσης των πολιτιστικών και φυσικών κληρονομιών και του δικαιώματος των ανθρώπων να γνωρίζουν μέσω του τουρισμού άλλες χώρες, κοινωνίες και πολιτισμούς εκτός των δικών τους, απαιτείται η αναγνώριση των ποικίλων και κάπως συγκρουόμενων αναμεμιγμένων συμφερόντων. Και αυτά βέβαια είναι α) αυτό της διαφύλαξης και της προστασίας των πολιτιστικών θησαυρών και β ) αυτό της έκθεσης χάριν της οικονομικής ανάπτυξης.

Τελικά τα μουσεία και ο τουρισμός ως σύνολο δεν πρέπει να απομονώνονται, αλλά να θεωρούνται αναπόσπαστα κομμάτια στο σχεδιασμό της αναψυχής, στην ευρύτερη της έννοια, σ'ένα οικονομικό σκηνικό. Μια πιο ξεκάθαρη άποψη, θα μας βοηθήσει όχι μόνο στο να χρησιμοποιήσουμε καλύτερα τις υπάρχουσες πηγές ώστε να ευνοήσουμε τις κοινότητες και τα συμφέροντα τα οποία εξυπηρετούμε, αλλά επίσης στο να εκφράσουμε την υπόθεση της κατάκτησης άλλων σπανίων πηγών

ώστε να ισχυροποιήσουμε και να εμπεδώσουμε τα μουσεία μας, που υπηρετούν τόσο καλά, το έθνος μας και τον πολιτισμό μας.

2. ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ ΤΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ

2.1 ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΕΙΝΑΙ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ

Οι συμπεριφορές απέναντι στα μουσεία και οι προσδοκίες που οι άνθρωποι έχουν γι' αυτά αλλάζουν παγκοσμίως. Υπάρχει μια αυξανόμενη κριτική αντίληψη της «πολιτικής» φύσης των μουσείων και του ρόλου τους στη διατήρηση των πολιτιστικών αξιών της ελίτ ή των προνομιούχων ομάδων στην κοινωνία.

Με μεταβαλλόμενες πολιτικές δομές, οι διοικούμενες ή υποστηριζόμενες από το κράτος δραστηριότητες, επέρχονται κάτω από έντονη, δημόσια εξουχιστική έρευνα στα πλαίσια των ρόλων τους στην πολιτιστική μετάδοση. Ερωτήματα όπως, για ποιό πολιτισμό απεικονίζουν τα μουσεία και ποιός τον απεικονίζει για ποιόν, ακούγονται σε πολλές χώρες του κόσμου. Αυτός ο αντίλογος, με την αυξανόμενη συνειδητοποίηση της δυναμικής θέσης, που τα μουσεία και παρόμοιες δραστηριότητες έχουν στο να μεταδίδουν πολιτιστικές αξίες και πληροφορίες, είναι συναρπαστικός. Παρουσιάζει πολλές ευκαιρίες στα μουσεία για να ασχοληθούνε πιο άμεσα με τους χρήστες τους.

Οι χρήστες των μουσείων ζητούν ολοένα και μεγαλύτερο ποσοστό συμμετοχής σ' αυτά. Αυτό αφορά τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων για τα μουσεία όπου στις σύγχρονες πολυπολιτιστικές κοινωνίες οι άνθρωποι ενδιαφέρονται ολοένα και περισσότερο στο να εκπροσωπούνται

κατάλληλα μέσα από τις εκθέσεις, τις συλλογές και τις βάσεις των δεδομένων. Οι χρήστες των μουσείων κάνουν δηλαδή ενεργή κριτική στο πώς θέλουν να δέχονται τις πληροφορίες και τις γνώσεις που παρέχουν τα μουσεία. Ο τρόπος και η ειλικρίνεια της παρουσίασης των ιστορικών δεδομένων έχει άμεση σχέση με την «πολιτική» φύση των μουσείων όπως αναφέραμε παραπάνω. Αφενός αυτό αφορά ιδιαίτερα μουσεία που είτε σιωπηλά είτε ρητά, αρνήθηκαν να παρέχουν ευκαιρίες για ισότιμη εκπροσώπηση στο παρελθόν. Αφετέρου ισχύει και για τους χρήστες μουσείων που τώρα επιδιώκουν μια πιο ενεργητική, συμμετοχική εμπειρία μέσω των επαφών τους με τα μουσεία. Το μεταβαλλόμενο ύφος των μουσείων και οι αλλαγές που αφορούν τις μεθόδους παρουσίασης με την εφαρμογή νέων τεχνολογιών, προκαλούν αυξημένο ενδιαφέρον για ενεργητικές εμπειρίες από τους χρήστες.

Δεν αρκεί πλέον για τα μουσεία να παρουσιάζουν συλλογές και πληροφορίες με έναν παθητικό τρόπο. Πρέπει να προκαλούν το ενδιαφέρον μέσω της ενεργού συμμετοχής του κοινού του και πάνω σ' αυτό να χτίσουν για να πετύχουν τους στόχους τους.

Οι διευθυντές μουσείων θα πρέπει να ενθαρρύνουν τους χρήστες να ερευνούν και να ανακαλύπτουν τις συλλογές και τις υπηρεσίες των μουσείων μόνοι τους. Αυτό έρχεται σε αντίθεση με την παραδοσιακή αντίληψη που ισχύει ακόμα σε πολλά μουσεία, ότι δηλαδή η εξειδικευμένη γνώση υπάρχει μόνο στο μουσείο και οι χρήστες είναι απλώς παθητικοί δέκτες αυτών, που το μουσείο κρίνει ότι πρέπει να τους προσφέρει.

---

Σημ: Σαν «χρήστη» του μουσείου εννοούμε τον επισκέπτη, τον τουρίστα ή τον μελετητή

Αυτή η αυξανόμενη δημόσια ζήτηση για ανάμειξη και συμμετοχή στη «διαδικασία» εργασίας των μουσείων σημαίνει ότι τα μουσεία πρέπει να καταλάβουν το κοινωνικό και οικονομικό περιεχόμενο μέσα στο οποίο εργάζονται σ'ένα πολύ μεγαλύτερο βαθμό απ'ότι στο παρελθόν. Ο,τι κάνει ένα μουσείο είναι τελικά για το γενικό καλό. Κατανοώντας τα ενδιαφέροντα και τις ανησυχίες του κοινού, τις προτιμήσεις του και τις αντιπάθειές του, τις ανάγκες και τις απαιτήσεις του. Τα μουσεία είναι για τους ανθρώπους, και το επιτυχημένο μουσείο αναγνωρίζει τις ευκαιρίες που η συμμετοχή και η ανάμειξη του κοινού μπορεί να φέρει στην εργασία του.

## 2.2 ΓΙΑΤΙ Ο ΚΟΣΜΟΣ ΔΕΝ ΠΑΕΙ ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ

Πρόσφατα στο Λονδίνο, διεξήχθη μια σπάνια μελέτη των ατόμων που δεν επισκέπτονται μουσεία και τα συμπεράσματά της παρείχαν επαρκείς αποδείξεις ότι τα μουσεία πρέπει να επανεξετάσουν την εικόνα τους και την ανταπόκρισή τους στις απαιτήσεις της αγοράς εάν θέλουν να αυξήσουν τους επισκέπτες τους.

Το τελικό συμπέρασμα είναι το εξής:

Τα μουσεία παρουσιάζουν το παρελθόν με καθόλου ενδιαφέρον και συναρπαστικό τρόπο. Παρ' όλα αυτά, έχουν κάποιο αξιόλογο σκοπό, αυτό της συντήρησης και της επιμόρφωσης.

Η Συμβουλευτική Επιτροπή Μουσείων Λονδίνου ανέθεσε στην Mass Observation να διεξάγει μια έρευνα σχετικά με τις αντιλήψεις για τα μουσεία αυτών που συνήθως δεν τα επισκέπτονται. Ο σκοπός της έρευνας ήταν να επισημάνει τα εμπόδια, είτε φυσικά είτε ψυχολογικά, που αποθαρρύνουν τους Λονδρέζους από το να επισκέπτονται τα εθνικά και τοπικά μουσεία. Όσον αφορά τη μεθοδολογία της έρευνας, συνολικά διεξήχθησαν έξι ομαδικές συζητήσεις. Οι πέντε έγιναν με μη-χρήστες μουσείων και μια με σποραδικούς επισκέπτες. Την κάθε ομάδα αποτελούσαν έξι με οκτώ άτομα. Οι συζητήσεις όλες έγιναν μέσα στο ευρύτερο Λονδίνο και η σύνθεση των ομάδων ήταν τέτοια που εκπροσωπούνται όλες οι περιοχές του Λονδίνου. Σε αυτή τη μελέτη λήφθηκαν υπόψη όχι μόνο η ηλικία και το φύλο αλλά και συγκεκριμένες μειονοτικές ομάδες (όπως π.χ. εθνικότητα ή αναπηρίες), ώστε να βρεθούν ποιές είναι οι ιδιαίτερες απαιτήσεις τους.



Η μελέτη αποκάλυψε ότι ενώ οι περισσότεροι μη-χρήστες ενδιαφέρονται για το παρελθόν, τα μουσεία δεν κατάφεραν να παρουσιάσουν το παρελθόν με ενδιαφέροντα και συμμετοχικό τρόπο.

Τα μουσεία έχουν αρνητικό ίματζ, θεωρούνται βαρετά, σκοτεινά κτίρια που μυρίζουν μούχλα και κλεισούρα. Η ατμόσφαιρα μοιάζει με αυτή σε βιβλιοθήκη ή εκκλησία. Πολλοί μη-χρήστες σχημάτισαν αυτή την άποψη πριν από πολύ καιρό, αλλά αφού δεν έχουν ξαναπάει σε μουσείο, δεν έχουν αλλάξει γνώμη. Οι μη-χρήστες που είχαν πρόσφατη εμπειρία από μεγάλα μουσεία του Λονδίνου αποκόμισαν θετικές εντυπώσεις και κατάλαβαν ότι τα μουσεία μπορεί να είναι και ενδιαφέροντα μέρη τελικά. Παρ' όλα αυτά όμως, εξακολουθούσαν να έχουν γενικά αρνητική εικόνα για τα μουσεία. Αναγνωρίζεται πάντως, ότι τα μουσεία έχουν αξιόλογο σκοπό, αυτό της διατήρησης στοιχείων και αντικειμένων από διάφορους πολιτισμούς και της επιμόρφωσης των ανθρώπων γι' αυτούς τους πολιτισμούς. Τα τοπικά μουσεία θεωρείται ότι έχουν σκοπό την διαφύλαξη και την επικοινωνία της ιστορίας της περιοχής τους. Οι περισσότεροι μη-χρήστες έχουν κάποια εμπειρία από επισκέψεις στα μεγάλα εθνικά μουσεία. Οι πιο πρόσφατοι επισκέπτες ήταν συνήθως γονείς ή παππούδες με παιδιά. Πάντως, υπήρχε πολύ λίγος ενθουσιασμός στην ιδέα της επίσκεψης σε μουσείο. Οι μη-χρήστες τείνουν να βλέπουν τα μουσεία σαν μέρη που αρέσουν σε παιδιά, σε ηλικιωμένους ή σε αυτούς που δεν έχουν τίποτα καλύτερο να κάνουν με το χρόνο τους.

Οι μη-χρήστες ήταν πολύ πιο πιθανό να έχουν επισκεφτεί ένα από τα μεγάλα εθνικά μουσεία του Λονδίνου παρά το τοπικό μουσείο της περιοχής τους. Υπήρχε πολύ χαμηλή εκτίμηση των τοπικών μουσείων από τους μη-χρήστες, μερικοί μάλιστα αμφισβητούσαν αν ήταν καν μουσεία,

λόγω του μικρού τους μεγέθους και των αντίστοιχα μικρών συλλογών τους. Οι κύριοι παράγοντες που αποθαρρύνουν επισκέψεις σε μουσεία είναι η αντίληψη ότι έχουν μια ατμόσφαιρα όχι και τόσο ευπρόσδεκτη και αρεστή, έλλειψη ενδιαφερόντων εκθεμάτων, έλλειψη αλλαγής εκθεμάτων, κόστος και προβλήματα στη συγκοινωνία. Οι γυναίκες με παιδιά καθώς και άτομα με ειδικές ανάγκες επίσης περίμεναν δυσκολίες πρόσβασης μέσα στα κτίρια. η έλλειψη αναψυκτηρίων ήταν άλλος ένας παράγοντας κατά των μουσείων. Άλλος παράγοντας που αποθαρρύνει επισκέψεις στα τοπικά μουσεία είναι ότι λίγοι γνωρίζουν ότι υπάρχουν.

Σε ερωτήσεις για το τι θα ενθάρρυνε τον κόσμο να επισκεφθεί μουσεία, οι προτάσεις ήταν να γίνουν τα μουσεία πιο φωτεινά, πιο ζωντανά και πιο συναρπαστικά έχοντας μια πιο άνετη και ανέμελη ατμόσφαιρα.

Επιπλέον, υπήρξε η ανάγκη για πιο ενδιαφέρουσες, συμμετοχικές εκθέσεις και οι εκθέσεις να αλλάζουν κατά περίπτωση. Οι διάσημες εκθέσεις θεωρούνται ατραξιόν, οι μη-χρήστες όμως θέλουν εκθέσεις που να δείχνουν στοιχεία καθημερινής ζωής από το πρόσφατο καθώς και από το απώτατο παρελθόν. Επίσης, τα μουσεία πρέπει να παρουσιάζουν το παρόν και το μέλλον για να δείχνουν τη ροή της προόδου. Τα μουσεία θα πρέπει να κάνουν μια ιδιαίτερη προσπάθεια να τραβήξουν το ενδιαφέρον των παιδιών, καθώς οι περισσότεροι επισκέπτες πάνε στο μουσείο λόγω των παιδιών. Όσον αφορά τα τοπικά μουσεία, ο κόσμος πιστεύει ότι έχουν ένα σημαντικό ρόλο να παίξουν στη διατήρηση και μεταβίβαση της τοπικής ιστορίας, ότι μπορούν να αναπτυχθούν και να διαφημιστούν και επιπλέον, να προσελκύσουν επισκέπτες στην περιοχή. Οι μη-χρήστες ήθελαν τα τοπικά μουσεία να εστιάσουν την προσοχή τους στην τοπική κοινωνία. Προτάθηκε οι εκθέσεις σ' αυτούς τους χώρους να παρουσιάζουν

τον ρόλο που έπαιξε η περιοχή σε εθνικά γεγονότα, να ενημερώνουν τον επισκέπτη για διάσημους κατοίκους στην περιοχή, να δείχνουν την καθημερινή ζωή όπως ήταν, και ίσως να περικλείουν και ένα στοιχείο εντυπωσιασμού, καλύπτοντας τοπικά εγκλήματα και καταστροφές.

### 2.3 Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΜΕΣΑ ΣΕ ΜΙΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗ «ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ»

Οι παραπάνω αλλαγές στη συμπεριφορά και στο ενδιαφέρον του κοινού, τοποθετούν μια βαριά ευθύνη στους ώμους αυτών που διοικούν τα μουσεία, ειδικότερα όπου πρόκειται για μουσεία που συντηρούνται με δημόσιο χρήμα. Το να διοικείς μουσεία αποτελεσματικά και αποδοτικά για το γενικό καλό προϋποθέτει μια λεπτομερή κατανόηση και συμπάθεια των ποικίλων διαφορετικών ενδιαφερόντων των ομάδων, που αποτελούν το κοινό του μουσείου. Για να αναπτυχθεί μια τέτοια βαθιά γνώση, προϋποθέτει μια λεπτομερή έρευνα σε συνεχή βάση. Έτσι λοιπόν το μουσείο μπορεί αποτελεσματικά να ανταποκριθεί στις ανάγκες του κοινού και στις απαιτήσεις του, μόνο εφόσον το κοινό συμμετέχει και κατανοεί το έργο και την προσφορά του μουσείου.

Μέσα από το βιβλίο «τα Βασικά των Μουσείων» (Museum Basics) υπάρχει μια δυνατή έμφαση στη σχέση του μουσείου με τους ανθρώπους που εξυπηρετεί. Η αντίληψη μιας «αγοράς», όπου το μουσείο μαζί με άλλες εκπαιδευτικές και ψυχαγωγικές υποδομές «πουλά», ή «διαφημίζει» τα «είδη» του, αναπτύσσεται σε διαδοχικές μονάδες. Η ιδέα ενός μουσείου που λειτουργεί σε μια αγορά μπορεί να είναι άγνωστη σε μερικούς, αλλά έχει τεράστια αξία στο να βοηθά στην ανάλυση των σχέσεων μεταξύ ανθρώπων και μουσείων και στο να ερευνά πως τα μουσεία μπορούν να ανταποκριθούν στις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα των ανθρώπων.

Ο όρος «αγορά» υποδηλώνει ανταγωνισμό. Τα μουσεία, σε όλα τα μέρη του κόσμου, ανταγωνίζονται, όχι μόνο το ένα το άλλο, αλλά τον ελεύθερο χρόνο των ανθρώπων. Λειτουργώντας μέσα σε μια αγορά σημαίνει να

είσαι ανταγωνιστικός, παρέχοντας προϊόντα και υπηρεσίες που το κοινό θέλει και είναι προετοιμασμένο να πληρώσει άμεσα, ή έμμεσα μέσω των φόρων. Τα επιτυχημένα μουσεία είναι προσανατολισμένα προς την αγορά και βλέπουν προς τα έξω. Αναγνωρίζουν ότι το μέλλον τους εξαρτάται από την συμπάθεια των ανθρώπων στους στόχους τους και από το κοινό που προετοιμάζεται να αναμιχθεί και να συμμετάσχει σε αυτά που μπορούν τα μουσεία να προσφέρουν. Αυτή η ανάμειξη μπορεί να ξεπερνά μια τυχαία επίσκεψη στο μουσείο, και μπορεί να επεκτείνεται στη συγκέντρωση χρημάτων για προγράμματα, στην εθελοντική δουλειά, στην προστασία, στο να είσαι μέλος της Ομάδας των Φίλων κάποιου Μουσείου στις δωρεές, στην εξωτερική εργασία και στην προφορική ιστορία και συλλογή προγραμμάτων. Το να οικοδομείς το ενδιαφέρον και την υποστήριξη του κοινού είναι σημαντικό για μια μακροχρόνια επιτυχία.

Όπως εισερχόμαστε στον εικοστό--πρώτο αιώνα, η μεγαλύτερη πρόκληση που αντιμετωπίζουν τα μουσεία είναι η αναγνώριση ότι τα μουσεία είναι για τους ανθρώπους και ότι το μέλλον τους εξαρτάται στην ανάπτυξη και στην προώθηση τους, ώστε να συναντήσουν τις ταυτόσημες ανάγκες της αγοράς.

### **2.3.1. Κατανοώντας την αγορά**

Η αγορά μπορεί να εννοηθεί ως το κοινωνικό και οικονομικό πλαίσιο μέσα στο οποίο λειτουργεί ένα μουσείο. Όλα τα μουσεία λειτουργούν μέσα σε μια αγορά. Η αγορά διαφέρει από περιοχή σε περιοχή, από χώρα σε χώρα. Η κατανόηση της φύσης και της σύνθεσης της αγοράς, είναι ύψιστης σημασίας για την επιτυχία ενός Μουσείου. Ο Μάνατζερ ενός Μουσείου ερευνώντας την αγορά του θα το βοηθήσει ώστε να καθορίσει

εάν και κατά πόσο το μουσείο προσφέρει το σωστό τύπο ή ένα μείγμα υπηρεσιών στους χρήστες στη σωστή τοποθεσία, στη σωστή ώρα και στο σωστό επίπεδο.

Η έρευνα αγοράς είναι αναγκαία όταν ξεκινάμε και φτιάχνουμε ένα καινούργιο μουσείο, ή όταν διοικούμε ένα ήδη υπαρκτό, θα έπρεπε να είναι μια συνεχής άσκηση που θα μας βοηθά στην ανάπτυξη ή στην αλλαγή των υπηρεσιών που προσφέρουμε στους χρήστες μας υπό το φως των αναγκών τους, και των ανταποκρίσεων τους στο μουσείο. Θα μας βοηθήσει να απευθύνουμε νέα τμήματα στην αγορά. Είναι ουσιαστικά κοινά αποδεκτό, και μπορούν όλα τα μουσεία να επινοήσουν το δικό τους σχέδιο έρευνας. Πρόκειται για την εξεύρεση πληροφοριών από πηγές που θα βοηθήσουν το μουσείο να γίνει επιτυχημένο. Βοηθάει επίσης στη σύνταξη ενός σχεδίου για την προώθηση του μουσείου.

### **2.3.2. Πληροφορία της αγοράς**

Μπορούμε να μάθουμε πολλά για την πληροφορία αγοράς χρησιμοποιώντας εξωτερική πληροφόρηση προερχόμενη από εκδομένες ή ανέκδοτες πληροφορίες. Μπορούμε επίσης να χρησιμοποιήσουμε εσωτερική πληροφόρηση προερχόμενη από τις δικές μας τις παρατηρήσεις, έρευνες και καταγραφές, ή ειδικότερα από έρευνα που έχουμε αναθέσει σε ειδικό. Από τη στιγμή που ολοκληρώνεται η έρευνα θα πρέπει να έχουμε κάποιες απαντήσεις στις ακόλουθες ερωτήσεις:

- γιατί θα επισκεφτεί ο κόσμος το μουσείο μου;
- ποιός θα επισκεφτεί το μουσείο μου;
- πότε και πόσο συχνά θα έρχονται στο μουσείο;
- πόση ώρα θα μένουν στο μουσείο;
- ποιοί είναι οι ανταγωνιστές μου;
- ποιές είναι οι δυνάμεις και οι αδυναμίες τους;
- ποιό θα είναι το μερίδιο της αγοράς μου;
- η αγορά του μουσείου μεγαλώνει ή μικραίνει;

### **2.3.3. Ερευνώντας τους χρήστες του Μουσείου**

Οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα μουσεία για να ικανοποιήσουν κάθε είδους ανάγκες - μερικές είναι ειλικρινείς, όπως η πληροφόρηση, το να συναντήσουν κάπου τους φίλους τους, το να πάνε κάπου τους επισκέπτες ή το να πάνε κάπου τα παιδιά τους για διακοπές. Άλλες ανάγκες είναι πιο περίπλοκες, όπως το να ανακαλύψεις το πνεύμα του τόπου, το να βρεις την αίσθηση της ταυτότητας, το να αφιερώσεις χρόνο στον εαυτό σου. Ορίζοντας τις προσφερόμενες υπηρεσίες και την ποικιλία των διαθέσιμων πλεονεκτημάτων θα μας βοηθήσει να καταλάβουμε την αγορά μας με ακρίβεια.

Οι μάνατζερς των Μουσείων θα πρέπει να θέσουν τα παρακάτω ερωτήματα:

- σε τι κατάσταση βρίσκεται το μουσείο μου;
- τι γενικά «προϊόν» ή «υπηρεσία» παρέχει;
- ξεχωρίζει στην αγορά;

- είναι προσιτό στους όρους της τοποθεσίας ή της τιμής;
- το γνωρίζουν οι άνθρωποι ; πώς το γνωρίζουν ;
- λένε καλά λόγια γι' αυτό; - είναι ικανοποιημένοι ;

Στη συνέχεια πρέπει να προσδιορίσουν την ποικιλία και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών και εμπειριών στους επισκέπτες τους. Πρέπει να αναρωτηθούν ποιά είναι τα πλεονεκτήματα που το μουσείο προσφέρει στους χρήστες του, πέρα από τις υπηρεσίες του σε συνδυασμό με τις ανάγκες και τις προσδοκίες τους. Είναι απίθανο να υπάρχουν τα χρήματα ή οι πόροι ώστε να ικανοποιηθούν όλες οι ανάγκες όλων των πιθανών επισκεπτών, θα πρέπει να αποφασίσουν (οι ΜΑΝΑΤΖΕΡΣ) ποιές υπηρεσίες θα ήταν καλύτερο να προσφέρουν με τους πόρους που έχουν. Η έρευνα αγοράς θα τους δώσει τις πληροφορίες για να πάρουν αυτές τις αποφάσεις. Πρέπει να σκεφτούμε ότι πολλοί άνθρωποι χρησιμοποιούν ένα Μουσείο αλλά δεν το επισκέπτονται. Μπορεί να ζητήσουν πληροφορίες τηλεφωνικώς ή γραπτώς, ή να ζητήσουν προϊόντα από το κατάστημα του μουσείου για να σταλεί ταχυδρομικώς. Μπορεί να συναντήσουν τους φίλους τους έξω από το μουσείο γιατί είναι ένας τόπος συνάντησης, ή απλά το θεωρούν ως μέρος του "τοπίου" τους. Υπάρχουν πολλοί τρόποι με τους οποίους οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα μουσεία.



#### 2.3.4. Σχεδιάζοντας την έρευνα αγοράς

Το επόμενο βήμα στην έρευνα αγοράς είναι να προσδιοριστούν άνθρωποι που χρειάζονται τις υπηρεσίες και τα πλεονεκτήματα που το μουσείο προσφέρει. Στην πράξη, δεν υπάρχει μια τεράστια ενιαία αγορά χρηστών, αλλά μια συλλογή πολλών μικρότερων ομάδων. Έτσι, η αγορά μπορεί να διαιρεθεί σε τεμάχια, καθένα από το οποίο αντιπροσωπεύει ένα στόχο αγοράς για το μουσείο. Υπάρχουν πολλοί τρόποι διαίρεσης ή τεμαχιοποίησης της αγοράς. Μερικοί είναι:

**ΗΛΙΚΙΑ:** άνθρωποι διαφορετικών ηλικιών έχουν διαφορετικές ανάγκες και το μουσείο θα πρέπει να ικανοποιήσει μια ποικιλία ομάδων διαφορετικής ηλικίας. Πώς το μουσείο μπορεί να ικανοποιήσει επιτυχώς ομάδες διαφορετικής ηλικίας;

**ΦΥΛΟ:** πολλοί άνθρωποι επισκέπτονται τα μουσεία οικογενειακά ή σε κοινωνικές ομάδες. Το μουσείο είναι σε θέση να ικανοποιήσει εξίσου άντρες και γυναίκες;

**ΕΙΣΟΔΗΜΑ:** διαφορετικές ομάδες εισοδήματος έχουν διαφορετική δύναμη στο να ξοδεύουν. Το μουσείο θα στοχεύσει σε συγκεκριμένες ομάδες ή θα ανταποκριθεί σε όλους;

**ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ:** το επίπεδο της εκπαίδευσης των χρηστών μπορεί κάλλιστα να καθορίσει την προσέγγιση που θα επιλέξουμε για τις εκθέσεις και τις επιδείξεις, για γεγονότα και δραστηριότητες. Πώς το μουσείο θα ικανοποιήσει τα διαφορετικά επίπεδα της εκπαίδευσης; Οι χρήστες θα έχουν αναγνωστικές και αριθμητικές δυσκολίες; Πώς μπορούν αυτές να ξεπεραστούν;

**ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ:** οι χρήστες των μουσείων μπορούν να χωριστούν στο πού μένουν, στο πού δουλεύουν και τους χώρους που επισκέπτονται. Ξέρουμε από πού έρχονται οι επισκέπτες και πώς έρχονται στο μουσείο;

**ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΧΡΟΝΟΥ:** -το να επισκέπτεται κανείς τα μουσεία είναι μόνο ένας τύπος ελεύθερου χρόνου / εκπαιδευτικής δραστηριότητας. Ξέρουμε τι άλλο τους αρέσει να κάνουν;

**ΤΡΟΠΟΣ ΖΩΗΣ:** - διαφορετικά νοικοκυριά έχουν διαφορετικούς τρόπους ζωής. Ποιούς τρόπους ζωής θα φροντίσει το μουσείο μας; θα έχουμε ακοικτό ωράριο, παραδείγματος χάρη, για να επιτρέπεται στους επισκέπτες μας να έρχονται μετά τη δουλειά τους;

**ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ:** - οι επισκέπτες μπορούν να πάνε μια φορά στο μουσείο, αρκετές φορές ή απλά συχνά. Το μουσείο μας ελκύει κόσμο σε συχνή ή μη συχνή βάση και γιατί; Πάρα πολλοί άνθρωποι επισκέπτονται τα μουσεία οικογενειακώς ή σε κοινωνικές ομάδες.

Όπως και να χωρίσουμε την αγορά μας σε κομμάτια και οποιοδήποτε συνδυασμό χαρακτηριστικών κι αν χρησιμοποιήσουμε πρέπει να γίνουν ακόλουθες ερωτήσεις;

-Μπορεί να υπολογιστεί αυτό το τμήμα της αγοράς; - Μπορούμε να εκτιμήσουμε τον αριθμό των χρηστών σε κάθε τμήμα; - Πόσο συχνά αυτοί οι χρήστες θα επισκεφτούν το μουσείο; - Για παράδειγμα, τα αρχεία απογραφής μπορούν να μας πουν πόσα παιδιά κάτω των δέκα, ζουν στην περιοχή, η έρευνα αγοράς μπορεί να μας πει σε ποιά αναλογία το ενδεχόμενο τμήμα αγοράς επισκέπτεται το μουσείο;

- Είναι σημαντικό το μέγεθος του τμήματος αγοράς; - Υπάρχουν αρκετοί χρήστες σε κάθε τμήμα για να δικαιολογήσουν την παροχή υπηρεσιών

γι' αυτούς; - Μπορεί το μουσείο να ελκύσει περισσότερους χρήστες με καινούργιες εξελίξεις ή αλλαγές στις στρατηγικές του μάρκετινγκ;

- Εάν λαμβάνεται υπόψη το εισόδημα για το μουσείο, τότε είναι επικερδές το τμήμα της αγοράς; Θα υποστηρίξει τα έξοδα της προσφερόμενης υπηρεσίας; Τι εισόδημα θα αποφέρει;

- Μπορούμε να πλησιάσουμε και να επικοινωνήσουμε με το τμήμα της αγοράς; Είναι πιθανό να ενημερώσουμε το τμήμα της αγοράς για τις υπηρεσίες μας; Και πώς; Για παράδειγμα, μπορούμε και πρέπει να κάνουμε ειδικές προσπάθειες για αυτούς που δεν μπορούν να διαβάσουν ή να γράψουν.

### **2.3.5. Εκτελώντας την έρευνα**

Για να μάθουμε περισσότερα για τους στόχους της αγοράς και για να μας επιτραπεί να απαντήσουμε σε αυτές τις ερωτήσεις, χρειάζεται να συγκεντρώσουμε εξωτερικές πληροφορίες από εκδιδόμενες και ανέκδοτες πηγές, και εσωτερικές πληροφορίες από έρευνες και μεθόδους παρατήρησης. Η εκδιδόμενη πληροφορία μπορεί να συμπεριλαμβάνει:

- τις κεντρικές και τις τοπικές κρατικές στατιστικές στην οικογενειακή/οικιακή δαπάνη σε υπηρεσίες / αγαθά, στον τρόπο ζωής ομάδων και στις τάσεις στο αγοραστικό χώρο.
- τις ερευνητικές εκδόσεις και τα περιοδικά που παρέχουν σχετικό υλικό μελέτης για μουσεία.
- τις ειδικευμένες εκδόσεις πάνω στο μάρκετινγκ, δίνοντας πληροφορίες για τα ενδιαφέροντα και τις στάσεις διαφορετικών ομάδων.

- τις τοπικές οργανώσεις εμπορίου και των επιχειρηματιών που κατέχουν πληροφορίες στις τοπικές αγορές.

Αυτή η «θεωρητική έρευνα» μπορεί να παρέχει πολύτιμες πληροφορίες και είναι μια σημαντική μέθοδος συγκέντρωσης πληροφοριών για την αγορά. Δεν μπορεί να μας είναι διαθέσιμες όλες αυτές οι πηγές, αλλά πρέπει να χρησιμοποιήσουμε ότι μπορούμε να αποκτήσουμε και να αναπτύξουμε την πληροφόρηση μετά από κάποιο χρονικό διάστημα. Η έρευνα αγοράς πρέπει να είναι μια συνεχής διαδικασία. Σε ένα απλό επίπεδο παρατήρησης της συμπεριφοράς του επισκέπτη, μιλώντας σε επισκέπτες, παρατηρώντας τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών, όλα αυτά μπορούν να διενεργηθούν σε καθημερινή βάση, και να καταγραφούν. Περισσότερα πολύπλοκα ερευνητικά προγράμματα όπως οι έρευνες αγοράς μπορούν να πραγματοποιηθούν, ίσως εποχιακά ή ετησίως. Περισσότερο εξαρτάται από τους πόρους του μουσείου.

#### **2.3.6. Έρευνες αγοράς**

Για να συμπληρωθεί αυτή την εξωτερική πληροφόρηση, μια σημαντική και χρήσιμη μέθοδος συγκέντρωσης πληροφοριών είναι η έρευνα αγοράς. Οι έρευνες αγοράς μπορούν να βοηθήσουν στην παροχή συγκεκριμένων πληροφοριών για τους χρήστες και τους μη χρήστες. Από τη μια πλευρά, οι έρευνες αγοράς μπορούν να είναι πολύ ειδικευμένες και λεπτομερείς. Μπορούν να διεξαχθούν για το μουσείο από ειδικές εταιρίες, έμπειρες στη συγκέντρωση πληροφοριών σε στατιστικά αξιόπιστες γραμμές και στη διεξαγωγή ανάλυσης των αποτελεσμάτων με υπολογιστή. Από την άλλη πλευρά, μπορούν να είναι σχετικά απλές και να διεξαχθούν από το ίδιο το

μουσείο. Παρόλα αυτά, χρειάζονται να είναι καλά σχεδιασμένες και να παρέχουν πληροφορίες που θα επιτρέπουν να στήσει μια λεπτομερή εικόνα της αγοράς του Μουσείου. Συχνή χρήση των ερωτηματολογίων της έρευνας μπορούν επίσης να βοηθήσουν ώστε να προσδιοριστούν οι μεταβαλλόμενες τάσεις στο κοινό του μουσείου καθώς επίσης και οι λόγοι που οι άνθρωποι δεν πηγαίνουν στα μουσεία:

Ένα απλό ερωτηματολόγιο έρευνα αγοράς μπορεί, παραδείγματος χάρη, να συγκεντρώσει τις παρακάτω πληροφορίες με ένα δείγμα από τους επισκέπτες ενός Μουσείου.

- η ηλικία ποικίλλει από: 12, 12-18, 18-25, 26-35, 36-45, 46-55, 56-65, 66-75, 75 και πάνω.
- φύλο - άρρεν/θήλυ
- μέσω μεταφοράς στο μουσείο - με τα πόδια, με ποδήλατο, με λεωφορείο/πούλμαν, με τρένο, αυτοκίνητο, άλλα.
- απασχόληση / απασχόληση του επικεφαλής του νοικοκυριού.
- απόσταση από το σπίτι
- τοποθεσία του σπιτιού
- λόγοι επίσκεψης
- συχνότητα επισκέψεων
- απόλαυση της επίσκεψης
- προτάσεις για βελτιώσεις

Οι έρευνες αγοράς στους ανθρώπους που δεν χρησιμοποιούν το μουσείο, όσο οι χρήστες, μπορούν επίσης να βοηθήσουν στο να εντοπίσουν τους λόγους που οι άνθρωποι δεν επισκέπτονται το μουσείο μας. Μερικοί από

αυτούς τους λόγους θα είναι πέρα από τον έλεγχο ή την επιρροή μας. Βρίσκοντας, όμως, το γιατί οι άνθρωποι δεν επισκέπτονται το μουσείο, είναι ένας άλλος τρόπος ανάπτυξης ή βελτίωσης των υπηρεσιών για το μέλλον ώστε να ελκίσουμε καινούργια ακροατήρια. Το μουσείο μπορεί να διεξάγει συζητήσεις με ομάδες ή αντιπροσώπους διαφορετικών κοινοτήτων για να ανακαλύψει τις στάσεις των ανθρώπων απέναντι στο μουσείο και τις υπηρεσίες του.

### **2.3.7. Ερευνώντας τους ανταγωνιστές**

Η παρατήρηση και η έρευνα σε άλλα μουσεία μπορεί να παρέχει πολύτιμα στοιχεία. Πρέπει να προσπαθήσουμε να βρούμε ποιός επισκέπτεται άλλα μουσεία και παρόμοιες υποδομές, και να αναλύουμε τις υπηρεσίες και τα πλεονεκτήματα που παρέχουν. Πρέπει να δούμε τις πολυδάπανες πολιτικές τους και τα ωράρια τους. Να αναρωτηθούμε πως η ταυτότητα των οργανώσεων τους προωθείται στην αγορά μέσω του διαφημιστικού ή έντυπου υλικού τους. Και επίσης γιατί είναι επιτυχημένα ή όχι. Πρέπει ακόμη να εξετάσουμε για τον εαυτό μας την ποιότητα της προσφερόμενης υπηρεσίας. Ας μη κοιτάμε απλά τα μουσεία. Πρέπει να αναλύσουμε τι συμβαίνει σε άλλες οργανώσεις υπηρεσιών ή σε άλλους χώρους, να εκτιμήσουμε τα καταστήματα, τα ξενοδοχεία, τα εστιατόρια, τα γραφεία - τι είδους ποιότητα και επίπεδο χώρου και υπηρεσιών περιμένουν οι άνθρωποι σε αυτές τις υποδομές; Δεν θα περιμένουν το μουσείο να προσφέρει τουλάχιστον το ίδιο επίπεδο και ποιότητα υπηρεσιών;

### 2.3.8. Ανάλυση της αγοράς

Πρέπει να συγκριθεί το μερίδιο της αγοράς του Μουσείου, θεωρητικό ή πραγματικό, με εκείνα των άλλων μουσείων. Υπάρχουν τάσεις στην αγορά εμφανείς μετά από 3, ή 5, ή 10 χρόνια; Αυξάνονται ή μειώνονται οι αριθμοί των επισκεπτών ή οι αριθμοί των μουσείων; Γιατί υπάρχει αυτή η μορφή; Είναι επιτυχείς ή όχι οι επιχειρήσεις των μουσείων αυτή τη στιγμή; Πώς θα τα πάει στο μέλλον; Αναλύοντας αυτούς τους αριθμούς με συνεργάτες και συμβούλους για να καταλάβουμε καλύτερα το πώς τα μουσεία χωράνε μέσα στην όλη αγορά.

Όλη αυτή η έρευνα και η ανάλυση της αγοράς θα πρέπει να σχεδιάζεται για να μας κάνει να εξετάσουμε την ποιότητα, την ποικιλία και την παράδοση των υπηρεσιών του μουσείου.

- Το επιτυχημένο μουσείο παρέχει υπηρεσίες για να ικανοποιήσει τις ανάγκες των χρηστών του.
- Το επιτυχημένο μουσείο κατανοεί ποιόί είναι οι χρήστες του και τι χρειάζονται.
- Έχει ερευνήσει την αγορά του.

**Ποιοί παράγοντες επιδρούν πάνω στον επισκέπτη ενός Μουσείου, ώστε να το επισκεφτεί ή όχι:**

Όσα περισσότερα ξέρει κανείς για το πώς επηρεάζουν οι παράγοντες στην επίσκεψη μουσείων, τόσο το περισσότερο κανείς είναι ικανός να καταλάβει τη σύνθεση της αγοράς.

- τοποθεσία
- Απόσταση που διανύουμε
- Διαθεσιμότητα μέσων μεταφοράς
- Τύπος μεταφοράς
- Γνώση των μουσείων
- Δαπάνη χρόνου στις μετακινήσεις
- Πολιτική τιμών
- Αντίκτυπο του αντικειμένου
- Υποδομή / διαθέσιμες υπηρεσίες
- Πρόσβαση
- Προηγούμενες επισκέψεις
- Προηγούμενες εμπειρίες
- Συστάσεις
- Καιρός
- Εποχή του χρόνου
- Διαθέσιμος χρόνος
- Επίπεδο ενδιαφέροντος / ποικιλία
- Οικογένεια



## **Οι άνθρωποι στα νοικοκυριά**

Είναι χρήσιμο να ξέρουμε τις είδους κοινωνικές ομάδες επισκέπτονται το μουσείο. Εδώ υπάρχουν μερικοί τύποι νοικοκυριών για λόγους αναφοράς.

- Ζώντας μόνος
- Παντρεμένο ζευγάρι χωρίς παιδιά
- Παντρεμένο ζευγάρι με εξαρτημένα παιδιά
- Παντρεμένο ζευγάρι με ανεξάρτητα παιδιά
- Ελεύθερος γονιός με εξαρτημένα παιδιά
- Πολλαπλή απασχόληση
- Επεκταμένη οικογένεια

## **Συγκεντρώνοντας πληροφορίες**

Εδώ υπάρχουν μερικές πηγές πληροφοριών για την έρευνα μάρκετινγκ των μουσείων.

- Εκδόσεις
- Ανέκδοτες αναφορές
- Μέτρηση επισκεπτών
- Παρατηρήσεις
- Έρευνες αγοράς
- Ερωτηματολόγια
- Συνεντεύξεις
- Αναλύσεις κρατήσεων
- Αναλύσεις σχολίων σε βιβλία επισκεπτών

- Μιλώντας σε επισκέπτες

### 2.3.9. Παραδείγματα Έρευνας

#### Παράδειγμα Α

Ένα βιομηχανικό μουσείο στην Αγγλία, ήθελε να μάθει για τους επισκέπτες του. Όσοι επισκέπτονται το μουσείο είχαν ένα δωρεάν φλιτζάνι τσάι στην καφετέρια του μουσείου εάν συμπλήρωναν πρώτα ένα απλό ερωτηματολόγιο επισκεπτών. Μέχρι το τέλος του χρόνου, το μουσείο είχε μαζέψει πάνω από 10.000 ερωτηματολόγια σε ένα κόστος μόλις των 500 λιρών. Το μουσείο αποκόμισε καινούργιες αντιλήψεις για τις πηγές των επισκεπτών του, αλλά οι πληροφορίες της έρευνας επίσης οδήγησαν σε τρεις σημαντικές βελτιώσεις - στην οργάνωση του καταστήματος του μουσείου, στην εμφανή τοποθέτηση των κουτιών των δωρεών του μουσείου και σε μια διαφορετική τοποθέτηση των καρεκλών της καφετέριας. Αυτές οι βελτιώσεις με τη σειρά τους παρείχαν μια καθαρή αύξηση στο εισόδημα κατά 400% και βελτίωσαν την ικανοποίηση του επισκέπτη. Αυτό ήταν ένα απλό παράδειγμα της καλής έρευνας αγοράς που παρέχει μια ποικιλία πλεονεκτημάτων τόσο στο μουσείο όσο και στους χρήστες του.

## Παράδειγμα Β.

Η υπηρεσία του μουσείου μιας μεσαίας μεγέθους βιομηχανικής πόλης ήθελε να ανακαλύψει γιατί οι άνθρωποι που έμεναν σε περιφερειακές οικιακές κατοικίες δεν επισκέπτονταν τα τέσσερα μουσεία στο κέντρο της πόλης. Μια μικρή ομάδα ερευνητών πήραν συνέντευξη από μια ποικιλία ανθρώπων στα σπίτια τους, τους επέλεξαν να είναι αντιπρόσωποι διαφόρων τύπων και τρόπων ζωής των ανθρώπων αυτών. Σε καθένα από αυτούς που τους πήραν συνέντευξη τους έδιναν ένα κουπόνι σε χρηματική αξία για την αγορά τροφίμων σε τοπικά μαγαζιά και περνούσαν μαζί τους γύρω στις μια και δύο ώρες, συζητώντας τα πολιτιστικά τους ενδιαφέροντα και τις στάσεις τους απέναντι στα μουσεία. Οι συνεντεύξεις και η αναφορά πάνω στα ευρήματά τους κατεγράφησαν και παρουσιάστηκαν στα μουσεία. Τα μουσεία ήταν σε θέση να αναπτύξουν νέα σχέδια μάρκετινγκ για να ενθαρρύνουν τις επισκέψεις από αυτές τις περιοχές της πόλης. Η έρευνα αγοράς είχε βοηθήσει την υπηρεσία των μουσείων να ανακαλύψουν και να προσεγγίσουν νέα ακροατήρια.

Σημ.\* Οι παραπάνω έρευνες πραγματοποιήθηκαν σε Μουσεία της περιοχής του Λονδίνου

## **2.4. ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ**

Η έρευνα αγοράς μας έχει δείξει ποιοί μπορεί να είναι οι χρήστες γιατί επισκέπτονται το μουσείο και χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες του και ποιές είναι οι ανάγκες τους. Το να αναλύσεις επιτυχώς την αγορά του μουσείου εξαρτάται από μια σύνθεση παραγόντων, μερικές φορές γνωστή ως «το μείγμα του μάρκετινγκ», «ως προϊόν, τιμή, μέρος και προώθηση». Μέσα στα πλαίσια του μείγματος του μάρκετινγκ, το μουσείο πρέπει να βρει μια ισορροπία μεταξύ αυτών των τεσσάρων παραγόντων. Πρέπει να αναπτύξει ένα προϊόν ή υπηρεσίες για να ικανοποιήσει τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα της αγοράς. Πρέπει να εξασφαλίσει το γεγονός ότι ο τρόπος με τον με τον οποίο αυτό το προϊόν είναι διαθέσιμο ή εκτιμημένο, θα προκαλέσει τη ζήτηση. Όπου είναι πιθανό, παραδείγματος χάρη με ένα καινούργιο μουσειακό κτίριο, πρέπει να εξασφαλίσει το γεγονός ότι η φυσική του θέση ή οι διέξοδοι είναι αποτελεσματικά τοποθετημένοι. Και πρέπει να προωθηθεί και να κοινοποιήσει τις υπηρεσίες του στην αγορά. Πρέπει να αναπτύξει μια καλή εργασιακή σχέση ή καλές δημόσιες σχέσεις με τους χρήστες και τους τακτικούς του επισκέπτες ώστε να διατηρήσει και να αναπτύξει ενδιαφέρον στις υπηρεσίες του μουσείου και να πραγματοποιήσει την αποστολή του.

### **Προϊόν**

Τι είναι το «μουσειακό προϊόν»; Το καθήκον της διοίκησης του Μουσείου είναι να κατανοήσει το μουσειακό προϊόν και να το αναπτύξει σύμφωνα με τις ανάγκες των χρηστών του.

Αυτό άλλωστε είναι ένα σημαντικό συστατικό μέρος του μείγματος του μάρκετινγκ. Είναι ένα μείγμα υπηρεσιών, ανθρώπων, υποδομών,

ατμόσφαιρας, φροντίδας των πελατών, ομαδικής παρουσίασης, συλλογών, γεγονότων και δραστηριοτήτων και πολλών άλλων ποσοτικών και μη ποσοτικών παραγόντων. Είναι αυτό που διαφοροποιεί το ένα μουσείο από κάθε άλλο μουσείο, ή αγοραστικό ανταγωνιστή. Είναι ουσιαστικά αυτό που φτιάχνει την ταυτότητα και την προσωπικότητα του μουσείου.

## **Τιμή**

Το να διοικείς οποιοδήποτε μουσείο συνεπάγεται δαπάνες - δαπάνες προσωπικού, εκθεμάτων, εκθέσεων, συντήρησης, αρχειοθέτησης, προώθησης και όλες τις άλλες ευθύνες ενός μουσείου. Το πώς εξοφλούνται αυτές οι δαπάνες, διαφέρει από μουσείο σε μουσείο. Μερικά μουσεία θα εξοφλήσουν ολικώς τα έξοδα τους ή μερικώς από τις αρμόδιες αρχές, άλλα θα έχουν ελάχιστη μόνο κράτική επιχορήγηση και βασίζονται στα εισιτήρια εισόδου και στις λιανικές πωλήσεις για το εισόδημα τους. Το πώς το μουσείο θα ικανοποιήσει τα έξοδα του είναι καθήκον της διοίκησης, αλλά η επιβαρυνόμενη τιμή είναι ένα σημαντικό συστατικό μέρος στο μείγμα του μάρκετινγκ. Το επιτυχημένο μουσείο εγγυάται ότι η πολιτική των τιμών του δεν είναι επιζήμια για τις αγορές του, και του επιτρέπει να ικανοποιήσει όλη την ποικιλία των ευθυνών του.

## Τόπος

Ποιά είναι η καλύτερη τοποθεσία για ένα μουσείο; Τα μουσεία εγκαθιδρύονται σε πολλούς διαφορετικούς τύπους τοποθεσίας στην πόλη και την ύπαιθρο, σε ειδικά κτισμένα ή διαμορφωμένα κτίρια, σε πλούσιες ή φτωχές συνοικίες. Η τοποθεσία τους είναι ένας από τους παράγοντες κλειδιά στην πρόσβασή τους, και ένας καθοριστικός παράγοντας γι' αυτούς που τους επισκέπτονται. Δεν υπάρχουν πιο ευνοϊκές τοποθεσίες από αυτές που θα εξασφαλίζουν τα ευρύτερα δυνατόν ακροατήρια, οσοδήποτε μεγάλα ή μικρά, για τις υπηρεσίες τους.

## Πρώθηση

Πώς μπορούν τα μουσεία τα ίδια να προωθηθούν αποτελεσματικά στο χώρο της αγοράς; Ένα από τα πιο σημαντικά σημεία που θα πρέπει να έχουμε υπόψη μας στη σύνταξη μιας ερευνητικής ή προωθητικής στρατηγικής για το μουσείο μας, είναι το πώς μπορούμε να εξετάσουμε την επίδρασή του. Εάν υπάρχει ένα περιορισμένο ποσό χρημάτων διαθέσιμο για την προώθηση μέσω των αφισών, της διαφήμισης, των επιστολών, των φυλλαδίων και των μέσων μαζικής ενημέρωσης, θα χρειαστεί να ξέρουμε κατά πόσο ο προϋπολογισμός του μάρκετινγκ δαπανείται για το καλύτερο αποτέλεσμα. Στη διαφήμιση, το μουσείο εξασφαλίζει το γεγονός ότι τα πλεονεκτήματα για το χρήστη δηλώνονται καθαρά, και όποτε είναι δυνατόν να αναζητηθεί η δημιουργική συμβουλή. Το να προωθήσεις το μουσείο μπορεί να μην κοστίζει τίποτα παρά ενθουσιασμό, σκληρή δουλειά και το να χρησιμοποιήσεις δημιουργικά τους υπάρχοντες προμηθευτές πληροφοριών όπως είναι ο τύπος και το

ραδιόφωνο. Πρέπει να έχουμε υπόψη μας ότι αυτή η από στόμα σε στόμα δημοσιότητα από ικανοποιημένους χρήστες είναι ένα δυνατό μέσο ανάπτυξης της στήριξης για το μουσείο.

Η ανάπτυξη μιας καλής σχέσης με τους χρήστες είναι σημαντικό στο μάρκετινγκ του μουσείου. Το να χειρίζεσαι αποτελεσματικά τις σχέσεις μεταξύ του μουσείου, των χρηστών του μουσείου και των προστατών του μουσείου, είναι ένα κεντρικό καθήκον της διοίκησης του μουσείου. Οι προστάτες του μουσείου μπορεί να συμπεριλάβουν τους κεντρικούς και τους τοπικούς κρατικούς οργανισμούς, συντεχνιακούς σπόνσορες, φιλανθρωπικές ομάδες, ατομικούς δωρητές, διεθνείς οργανισμούς χορηγήσεων και τοπικές επιχειρήσεις. Η επιτυχία του μουσείου θα εξαρτηθεί σε μεγάλο μέρος στο πόσο καλά τα επιτεύγματα και οι επιτυχίες του μάνατζμεντ, όσο και οι ανάγκες του μουσείου είναι κατανοητές από αυτούς τους υποστηρικτές ή τους μελλοντικούς υποστηρικτές. Σημαντικός είναι ο χρόνος που πρέπει να δαπανηθεί για τη μεγιστοποίηση της βοήθειας τους.

Το να προωθήσουμε την επιτυχία, και να ενθαρρύνουμε τους χρήστες μας να επιδεικνύουν την ικανοποίησή τους από το μουσείο, θα βοηθήσει στο να ασφαλιστεί η χρηματική επένδυση που απαιτείται από το μουσείο, για να πραγματοποιηθεί αυτή η δουλειά επιτυχώς. Εάν δώσουμε ανεπαρκή προσοχή σε αυτές τις περιοχές υπευθυνότητας, το μουσείο θα υποφέρει. Είναι προφανές ότι οι αποτελεσματικές «δημόσιες σχέσεις» για το μουσείο είναι σημαντικές. Καλές σχέσεις με το κοινό σχηματίζουν ένα ουσιώδες συμπλήρωμα στο μάρκετινγκ.

Υπάρχουν διάφορα μέσα προώθησης του μουσείου στην αγορά. Οι επικοινωνιακές και προωθητικές στρατηγικές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν αν είναι μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης, των εντύπων ή οπτικοακουστικών υλικών, θα βοηθήσουν να ελκύσουν νέα ακροατήρια στα μουσεία και θα κρατήσουν τα μουσεία στην επικαιρότητα. Ποιές μέθοδοι είναι διαθέσιμες; Στο παρακάτω κεφάλαιο παίρνουμε μια ένδειξη της ευρύτερης ποικιλίας των διαθέσιμων μεθόδων. Στην πράξη, μερικές θα είναι μη εφαρμόσιμες, αλλά όλες αξίζουν μια σοβαρή θεώρηση.



## 2.5 ΤΡΟΠΟΙ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ & ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

### ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ

- καθημερινές
- εβδομαδιαίες
- κυριακάτικες
- έγχρωμα περιοδικά
- οικιακές
- ξένες
- κύρια άρθρα
- διαφήμιση
- διαφημιστικά φιλμ
- διεθνείς
- φιλμ
- φωτογραφίες / λεζάντες

### ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

- εβδομαδιαία
- μηνιαία
- τριμηνιαία
- ετήσια
- περιστασιακά
- οικιακά
- ξένα
- διεθνή
- γενικής ανάγνωσης
- ειδικότερων αναγνωστικών ομάδων
- εμπορικά / επιχειρησιακά

### ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

- φιλμ
- συνεντεύξεις
- ντοκιμαντέρ
- τωκ-σόου
- τηλεπαιχνίδια
- διαφήμιση

## **ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ**

- φιλμ
- συνεντεύξεις
- ντοκιμαντέρ
- τωκ-σόου
- παιχνίδια
- διαφήμιση

## **ΕΝΤΥΠΟ ΥΛΙΚΟ**

- αφίσες
- φυλλάδια
- άμεση αλληλογραφία
- προσούρες
- γράμματα
- πλακάτ / σημαίες
- διαφημιστικά

## **ΕΚΘΕΣΕΙΣ**

- καταστήματα
- ταξιδιωτικά κέντρα
- πολιτιστικές υποδομές
- εκθέσεις
- προωθητικά γεγονότα

## **Διαφημίζοντας τα μουσεία:**

Το να διαφημιστούν και να προωθηθούν τα μουσεία και οι υπηρεσίες τους στο κοινό, απαιτεί προσεχτική θεώρηση. Η έρευνα αγοράς θα έχει προσδιορίσει μια ποικιλία ακροατηρίων για το κάθε μουσείο, και θα έχουν αναπτυχθεί υπηρεσίες για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των διαφορετικών τμημάτων της αγοράς. Πώς θα τις προσεγγίσουμε αποδοτικά χωρίς να ξοδευτούν χρήματα; Η πληρωμένη διαφήμιση από οποιοδήποτε μέσο ενημέρωσης, υποδηλώνει ότι το μουσείο είναι υπεύθυνο για το τι θέλει να πει και πώς θέλει να το πει. Η δωρεάν κάλυψη μέσω άρθρων σε μια εφημερίδα ή η κάλυψη ειδήσεων στο ραδιόφωνο ή στην τηλεόραση μπορεί να είναι χρήσιμη αλλά είναι επίσης επιλεκτική εφόσον άλλοι ελέγχουν την έκδοση και την παρουσίαση.

Οποιαδήποτε μορφή διαφήμισης και να χρησιμοποιηθεί, το μουσείο θα πρέπει να εξασφαλίσει ότι είναι καλής ποιότητας και καλά παρουσιασμένη, οποιοδήποτε και να είναι το τμήμα του ακροατηρίου που θα λάβει το μήνυμα. Η διαφήμιση θα πρέπει να σχεδιαστεί έτσι ώστε να δημιουργήσει μια ταυτότητα ή μια προσωπικότητα στην κοινή γνώμη για το μουσείο και πρέπει με συνέπεια να το ενισχύει. Είναι πολύ σημαντικό να χρησιμοποιείται μια ποικιλία διαφημιστικών μέσων για την προώθηση των μουσείων.

Υπάρχει ένας τεράστιος ανταγωνισμός με άλλες οργανώσεις που αναζητούν την προσοχή, και η διαφήμιση χρειάζεται να ελκύσει την προσοχή, να επισημάνει το προσφερόμενο πλεονέκτημα και να μη ξεχνιέται. Τα επιτυχημένα μουσεία επικεντρώνουν τη διαφήμισή τους στη βάση μιας καλής έρευνας αγοράς. Χρησιμοποιούν δημιουργικές ιδέες.

Διατηρούν τη συνοχή της ταυτότητας. Φτιάχνουν ομάδες υποστήριξης με την παροχή των πλεονεκτημάτων στο χρήστη που του έχουν υποσχεθεί.

«Το επιτυχημένο μάρκετινγκ είναι το μάρκετινγκ της επιτυχίας»

## 2.6. ΕΙΔΙΚΑ ΑΚΡΟΑΤΗΡΙΑ: ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΕΣ

Η αναπηρία δεν κάνει διακρίσεις. Άνθρωποι όλων των ηλικιών και από κάθε μονοπάτι της ζωής μπορεί να πέσουν θύματα κάποιας μορφής αναπηρίας. Υπάρχει η πιθανότητα όλοι μας να υποφέρουμε από κάποιας μορφής αναπηρία καθώς μεγαλώνουμε σε ηλικία.

Για να είναι το μουσείο προσπελάσιμο και φιλόξενο σε όλους, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη οι αναπηρίες και να αναπτυχθούν πολιτικές και προγράμματα πρακτικής δράσης για τους ανάπηρους ανθρώπους. Η νομοθεσία που αφορά την αναπηρία διαφέρει από χώρα σε χώρα και το μουσείο πρέπει να λάβει υπόψη του το νομοθετικό πλαίσιο μέσα στο οποίο εργάζεται καθώς και τις οποιεσδήποτε νομικές απαιτήσεις.

Η παρακάτω λίστα παρέχει μια ένδειξη των ερωτήσεων που οι διευθυντές μουσείων θα πρέπει να ρωτάνε σχετικά με τα εξωτερικά και εσωτερικά χαρακτηριστικά των κτιρίων που στεγάζουν τα μουσεία:

### **Εξω από το μουσείο**

- ⇒ Προσανατολισμός για τυφλούς επισκέπτες - Υπάρχουν οι κατάλληλες πινακίδες για τυφλούς ή μερικώς τυφλούς επισκέπτες;
- ⇒ Προσβάσεις - Οι δρόμοι πρόσβασης διακρίνονται εύκολα και είναι ελεύθεροι από εμπόδια; Οι επιφάνειες είναι αντιολισθητικές;

- ⇒ Ράμπες και σκαλοπάτια - Οι είσοδοι είναι προσπελάσιμοι από αναπηρικά καροτσάκια; Υπάρχουν κάγκελα δίπλα σε ράμπες και σκαλιά; Ο φωτισμός είναι επαρκής;
- ⇒ Είσοδοι και αίθουσες - Οι πόρτες είναι αρκετά φαρδιές για να περάσουν αναπηρικά καροτσάκια; Υπάρχουν σκαλοπάτια στην πόρτα;
- ⇒ Οι αίθουσες επιτρέπουν την κίνηση σε καροτσάκια;

## **Μέσα στο Μουσείο**

- ⇒ Προσανατολισμός - Υπάρχουν επαρκείς, ευανάγνωστες πινακίδες για επισκέπτες με μερική όραση; Υπάρχουν σημάδια για να βοηθήσουν τους τυφλούς ή μερικής όρασης επισκέπτες; Τα χρώματα των επιφανειών των τοίχων ή πατωμάτων βοηθούν στον προσανατολισμό;
- ⇒ Επίπεδα - Υπάρχουν ειδοποιητικές πινακίδες για αλλαγές στα επίπεδα των δαπέδων ; Οι σκάλες είναι καλά φωτισμένες; Υπάρχουν πληροφορίες για γραφεία/εκθέσεις καταστημάτων/τηλέφωνα σε ένα σωστό επίπεδο για τους χρήστες των αναπηρικών καροτσιών;
- ⇒ Ανελκυστήρες - Τα κουμπιά ελέγχου διακρίνονται και βρίσκονται εύκολα; Υπάρχει μπάρα μέσα στον ανελκυστήρα; Οι πινακίδες και οι κατευθύνσεις είναι καθαρά σημειωμένες και φωτισμένες;
- ⇒ Καθίσματα - υπάρχουν επαρκή καθίσματα διαθέσιμα για τους επισκέπτες; Είναι σταθερά και σε διάφορα ύψη;
- ⇒ Υλικά και τελειώματα επιφανειών - Είναι επιλεγμένα τα τελειώματα των επιφανειών έτσι ώστε να αποφεύγεται η ταλαιπωρία και οι τραυματισμοί; Υπάρχουν επικίνδυνες γωνίες στους τοίχους ή στις διασταυρώσεις; Είναι ο ήχος ή η αντανάκλαση του φωτός μια βοήθεια ή ένα εμπόδιο; Μπορούν τα χρώματα να χρησιμοποιηθούν για

καθοδήγηση; Οι εκθέσεις παρουσιάζονται χωρίς παραπλανητικές επιφάνειες πίσω από αυτές ώστε τα αντικείμενα να ξεχωρίζουν αποτελεσματικά;

⇒ Φωτισμός - Τα παράθυρα σχεδιάζονται για να ελαχιστοποιήσουν το έντονο φως; Μπορούμε να τα ανοίξουμε και να τα κλείσουμε εύκολα; Είναι η έκθεση του φωτός αποτελεσματική για επισκέπτες μερικής όρασης;

⇒ Θέρμανση - Είναι επικίνδυνο όταν αγγίζουμε τα συστήματα θέρμανσης όπως είναι τα καλοριφέρ;

⇒ Περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης - Είναι σε θέση τα ανάπηρα άτομα να βγουν εύκολα έξω από το κτίριο του μουσείου σε περίπτωση φωτιάς ή άλλης καταστροφής; Υπάρχουν οδηγίες για να ακολουθήσει το προσωπικό; Το προσωπικό γνωρίζει τι πρέπει να κάνει σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης;

⇒ Πινακίδες - Οι πινακίδες είναι ευανάγνωστες; Υπάρχουν πινακίδες με γράμματα braille στο σωστό ύψος;

⇒ Εκθέσεις αφής - Το μουσείο παρέχει εκθέσεις αφής και ευκαιρίες χειρισμού αντικειμένων σε τυφλούς ή μερικώς τυφλούς επισκέπτες;

⇒ Τουαλέτες - Υπάρχουν ειδικά σχεδιασμένες τουαλέτες για ανάπηρους επισκέπτες;

Αυτές είναι μόνο μερικές από τις ερωτήσεις που θα πρέπει να κάνουν οι διευθυντές μουσείων σχετικά με τη σχεδίαση, τον εξοπλισμό και τη λειτουργία των μουσείων ώστε να είναι ευπρόσδεκτοι και στην πράξη οι ανάπηροι επισκέπτες. Η κατανόηση των αναγκών των ατόμων με ειδικές ανάγκες με σκοπό τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών προς αυτούς, απαιτεί κατανόηση και διαρκή επικοινωνία με αυτά τα άτομα.

Ο διευθυντής μουσείου θα πρέπει ο ίδιος να έρθει σε επαφή με ανάπηρα άτομα ή ομάδες αναπήρων για να επισημάνει τις ιδιαίτερες ανάγκες τους. Υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός οργανισμών οι οποίοι μπορούν να παρέχουν γενικές και ειδικές συμβουλές γι' αυτές τις ανάγκες. Το μουσείο μπορεί όμως να συστήσει και μία συμβουλευτική επιτροπή η οποία να ενημερώνει το μουσείο γι' αυτά τα θέματα. Επίσης θα πρέπει να εξετασθεί και η ίδια η πολιτική του μουσείου όσον αφορά την πρόσληψη ατόμων με ειδικές ανάγκες.

Η απασχόληση ατόμων με ειδικές ανάγκες μπορεί να αποτελέσει χρήσιμη εμπειρία για το προσωπικό του μουσείου. Βέβαια, είναι αναγκαίο να είναι κατάλληλα εκπαιδευμένο το προσωπικό για τέτοια εργασία, ώστε να μπορεί να βοηθήσει αυτά τα άτομα με τον καλύτερο τρόπο. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι πολλά άτομα με αναπηρίες δεν φαίνονται ανάπηρα. Το μουσείο θα πρέπει να γνωστοποιήσει επαρκώς το πώς μπορεί να βοηθήσει ανάπηρους επισκέπτες. Πρέπει δηλαδή να γνωρίζουν από πριν αυτά τα άτομα αν αξίζει να επισκεφθούν το μουσείο, και το ενημερωτικό υλικό θα πρέπει να παρέχει πληροφορίες για τις διευκολύνσεις που τους προσφέρονται. Κάθε μουσείο θα πρέπει να έχει σαν στόχο να δημιουργήσει ένα περιβάλλον προσιτό σε όλους, και να παρέχει ίσες ευκαιρίες ώστε όλοι να μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες του.



### 3.1. ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Σε πολλές κοινοτικές χώρες, μέσα από το θόρυβο των συναλλαγματικών ανισορροπιών και την αβεβαιότητα για την πορεία προς την Ενωμένη Ευρώπη, αναπτύσσονται προβληματισμοί για ορισμένα ευγενέστερα και ασφαλώς πολύ βασικά στοιχεία του κοινωνικού βίου των ανθρώπων. Η αναφορά γίνεται για τους προβληματισμούς πολιτών, κομμάτων, οργανώσεων κ.ά για το ρόλο των τεχνών και των πολιτιστικών αγαθών στη διαμόρφωση του επιπέδου και της ποιότητας της καθημερινής ζωής. Στις χώρες της Ευρωπαϊκής Κοινότητας παρατηρείται τον τελευταίο καιρό μια αναζωπύρωση του ενδιαφέροντος για τη θέση των Καλών Τεχνών και των Πολιτιστικών δρώντων στην κοινωνική πρόοδο και την οικονομική ανάπτυξη. Μέσα λοιπόν από αυτό το πρίσμα, επιχειρείται η επανεξέταση της γενικότερης πολιτικής για τον πολιτισμό.

Ενδεικτικά αξίζει να αναφερθούμε στην περίπτωση της Βρετανίας. Το πρώτο επιχείρημα που διατυπώνεται για τη διαμόρφωση μιας νέας πολιτιστικής πολιτικής, είναι ότι σε περιόδους μεγάλης ανεργίας και παρατεταμένης οικονομικής ύφεσης και δυσπραγίας, η προσφορά των πολιτιστικών αγαθών είναι ακόμη περισσότερο αναγκαία. Παράδειγμα, η μεγάλη ζήτηση βιβλίων στις δημόσιες και δημοτικές βιβλιοθήκες, από νέους, και μεσήλικες ανέργους.

Πρόσφατη έρευνα για λογαριασμό του Βρετανικού Συμβουλίου Καλών Τεχνών έφερε στην επιφάνεια ότι ένα πολύ μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού 70%, εκτιμά ότι οι Καλές Τέχνες και οι πολιτιστικές δραστηριότητες είναι κύρια στοιχεία της ποιότητας της καθημερινής ζωής και το μεγαλύτερο ποσοστό από αυτούς υποστηρίζει την ανάγκη για επενδύσεις στο χώρο των Τεχνών και του Πολιτισμού. Το 1991, σύμφωνα με την ίδια έρευνα, 17 εκατομμύρια άνθρωποι παρακολούθησαν κανονικά πολιτιστικές εκδηλώσεις διαφόρων μορφών, ενώ πολλοί περισσότεροι επισκέφτηκαν πινακοθήκες και μουσεία. Ο αριθμός τους δε είναι μεγαλύτερος από αυτόν των οπαδών των ποδοσφαιρικών αγώνων.

Στην Αγγλία αυτή τη στιγμή τα πολιτικά κόμματα και γενικά οι πολιτικοί παράγοντες σε συνεργασία με το Συμβούλιο των Τεχνών και του Πολιτισμού, επιδίδονται στη διαμόρφωση μιας νέας εθνικής στρατηγικής για την τέχνη και τον πολιτισμό. Κύριος σκοπός είναι να αξιοποιηθεί ο ελεύθερος χρόνος των Βρετανών ώστε να αυξηθεί η συμμετοχή στην πολιτιστική δραστηριότητα. Το αξιοσημείωτο είναι ότι στα θέματα του πολιτισμού και του ρόλου του στην κοινωνική και οικονομική πρόοδο υπάρχει ταύτιση απόψεων μεταξύ των πολιτικών. Βέβαια η προσοχή που δείχνουν στο συγκεκριμένο θέμα των πολιτιστικών ζητημάτων, συνδέεται με τη γενικότερη πλέον αντίληψη ότι ο πολιτισμός και οι πολιτιστικές πηγές είναι πηγές πλούτου με πολλά παρακλάδια στην οικονομική δραστηριότητα.

Αυτή η άποψη έχει διερευνηθεί και καλλιεργηθεί και στο ακαδημαϊκό επίπεδο. Βιβλία και άρθρα έχουν γραφτεί από οικονομολόγους υποστηρίζοντας την ανάπτυξη των πολιτιστικών δραστηριοτήτων και τη συμβολή τους στην οικονομία. Έτσι σήμερα πέρα από τα «ευγενή»

επιχειρήματα για την ενίσχυση του πολιτιστικού ρεύματος, διατυπώνονται και σκληρά ρεαλιστικά επιχειρήματα οικονομικού χαρακτήρα και οικονομικής ανάλυσης.

Είναι σημαντικά τα κέρδη που προκύπτουν από την Τέχνη και τον Πολιτισμό και σύμφωνα με μετρήσεις τα κέρδη αυτά στην Μ.Βρεταννία ξεπερνούν τη βιομηχανία αυτοκινήτων.

Το 1991 δαπανήθηκαν στην Αγγλία 1,5 δις στερλίνες για τις Τέχνες, τις πινακοθήκες, τα μουσεία, για νέα κτίρια, για συντηρήσεις κ.ά. Ενώ το εισόδημα, οι εισροές δηλαδή από τον κλάδο αυτό, άγγιξε τα 6 δις στερλίνες. Η αξία δε των εξαγωγών αυτοκινήτων ήταν για την ίδια χρονιά 4 δις και αυτό σε μια χώρα, όπως η Αγγλία, όπου οι βιομηχανικές εξαγωγές αποτελούν τον κορμό της οικονομικής ζωής. Ο πολιτισμός αντικρίζεται όχι μόνο ως μια διαδικασία που εξευγενίζει την καθημερινότητα και τη ρουτίνα της ζωής του σύγχρονου ανθρώπου, αλλά και ως κύριος συντελεστής της παραγωγής, και ως ένας ισχυρός παράγοντας της οικονομίας.

Πέρα όμως από την περίπτωση της Αγγλίας και άλλοι λαοί όπως οι Ισπανοί, οι Ιταλοί, οι Αυστριακοί, οι Ολλανδοί κ.α. συμφωνούν ότι οι επενδύσεις στον πολιτισμό επιφέρουν μεγαλύτερες αποδόσεις, ανάλογα με την δαπάνη, από τους εμπορικούς και βιομηχανικούς κλάδους. Το αγγλικό υπόδειγμα προσέγγισης του πολιτισμού και της πηγής πλούτου που αυτός κρύβει, έχει να διδάξει πολλά σε μας τους Έλληνες. Άλλωστε η χώρα μας κρύβει ένα θησαυρό από πολιτιστικά αξιοθέατα (αρχαιότητες, μνημεία, έργα ελλήνων αρχαίων συγγραφέων, εκθέματα κ.ά.) που κάθε άλλη χώρα θα ζήλευε. Αν εκμεταλλευτούμε σωστά όλον αυτό τον πλούτο, ίσως βρούμε και μεις μια νέα πηγή πλούτου για την οικονομία μας.

Ιδιαίτερα στην οργάνωση του τουρισμού και της τουριστικής πολιτικής, έως τώρα αντιμετωπίζαμε τους κλάδους αυτούς ερασιτεχνικά και με ελάχιστο ενδιαφέρον για οργάνωση. Τελικά δεν γνωρίζουμε ούτε το καθαρό κόστος αλλά ούτε και την ωφέλεια από τον κλάδο του τουρισμού και του πολιτισμού. Απαιτείται επομένως μια γενική διερεύνηση και του τουρισμού αλλά και των άλλων πολλαπλών πολιτιστικών δραστηριοτήτων στη χώρα μας, μιας και αυτά αποτελούν ίσως τα σημαντικότερα στοιχεία που διαθέτει ο τόπος για οικονομική ανάπτυξη.

### 3.2. ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ ΣΤΗΝ ΧΩΡΑ ΜΑΣ ΑΠΟ ΤΟ ΠΑΚΕΤΟ ΝΤΕΛΟΡ II.

Το «πακέτο» πολιτισμού που διεκδικεί το αρμόδιο Υπουργείο και ανέρχεται στο ύψος των 600 δισεκατομμυρίων δρχ., έρχεται να συμβάλει στην προσπάθεια να καλυφθούν τα κενά δεκαετιών, στην υποδομή και την προώθηση του πολιτισμού μας. Με αυτή την οικονομική βοήθεια και βέβαια ύστερα από σωστή διαχείριση ευελπιστούμε ότι με το πακέτο Ντελόρ II θα κλείσουν όλοι οι ανοιχτοί λογαριασμοί με τον πολιτισμό και της Τέχνης που θα άφηνε πίσω του φεύγοντας ο 20ος αιώνας.

Τα μεγαλύτερα έργα που έχουν ήδη εγκριθεί είναι:

- ⇒ Ανάπτυξη των ιστορικών και αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, για την οποία υπάρχουν εμπειριστατωμένες μελέτες
- ⇒ Το Νέο Μουσείο της Ακροπόλεως 29 δις.
- ⇒ Η επέκταση της Εθνικής Πινακοθήκης 4,7 δις
- ⇒ Το Μουσείο της πόλης των Αθηνών 4,5 δις

Εγκρίθηκαν ακόμα για την περιφέρεια Αθηνών - Πειραιώς

- ⇒ Το Εθνικό Κέντρο συντήρησης αρχαιοτήτων, 1,3 δις, σε κτίριο της οδού Πειραιώς
- ⇒ Το Αρχείο Νεοελληνικής Αρχιτεκτονικής Κληρονομιάς 1,6 δις
- ⇒ Το κέντρο καταγραφής τεκμηρίων παραδοσιακών χώρων, δρώμενων και ενδυμασιών, 800 εκ.
- ⇒ Η προσθήκη του Βυζαντινού Μουσείου Αθηνών η οποία ήδη γίνεται, 2 δις δρχ.
- ⇒ Η επισκευή και ανακαίνιση του πολιτιστικού κέντρου «Αένοιον» 900 εκ.

⇒ Η δημιουργία Ναυτικού Μουσείου στον Πειραιά 3,18 δις.

⇒ Η αποκατάσταση του Κονώνιου τείχους στην Πειραιϊκή 1,1 δις καθώς και η επισκευή και αναπαλαίωση κτιρίων στην περιοχή της Σχολής Ναυτικών Δοκίμων στον Πειραιά 1,4 δις.

⇒ Η ερημιά της Μακρονήσου θα μετατραπεί σε ιστορικό και αρχαιολογικό τόπο 1,4 δις.

## **Η Κρήτη**

Γενικά η Κρήτη θα γίνει αγνώριστη - με την αναστήλωση των αναγεννησιακών μνημείων 5,5 δις, των ενετικών τειχών του Ηρακλείου 900 εκ., μοναστηρίων 900 εκ., την ανάδειξη των αρχαιολογικών χώρων 2 δις και την υποδομή στα νεότερα ιστορικά κτίρια και σε διάφορες μονές 1,8 δις. Στα έργα των μουσείων συμπεριλαμβάνεται νέα πτέρυγα του Μουσείου του Ηρακλείου για πολιτιστικές εκδηλώσεις καθώς και επέκταση του Μουσείου συνολικού ύψους 4 δις. Επίσης θα προστεθεί ένα μουσείο για τη Φαιστό 1,5 δις.

## **Μακεδονία**

Υπάρχει πρόβλεψη για την συντήρηση των ευρημάτων του Τάφου των Φιλίππων η οποία εκκρεμεί 1,1 δις. Επίσης, πρόβλεψη για άμεση συντήρηση των τάφων μακεδονικού τύπου και των τοιχογραφιών τους, που δυστυχώς καταρρέουν σε όλη την Ελλάδα (15,2 δις). Το Μουσείο της Βεργίνας και το Μουσείο της Πέλλας από 3 και 3,5 δις αντίστοιχα. Η επέκταση του Αρχαιολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης 3 δις. Δύο Μουσεία στη Βέροια 1,12 δις. Καθώς επίσης η συντήρηση σε τοιχογραφίες, σε

μονές του Αγίου Όρους 1,2 δις. Και σε άλλες βυζαντινές εκκλησίες και μονές της Βορείου Ελλάδας.

## **Η Περιφέρεια**

Για όλη την Ελλάδα στο εθνικό σκέλος εγκρίθηκαν προτάσεις για Λαογραφικά Μουσεία 3,15 δις. Για αναστηλώσεις και νέες χρήσεις σε βυζαντινά και ιστορικά διατηρητέα μνημεία 7 δις. Για μελέτη και εκτέλεση αναστηλωτικών έργων σε όλη τη χώρα 11 δις, ενώ για αναστήλωση και αποκάλυψη αρχαίων θεάτρων Επιδαύρου 1,2 δις, Δωδώνης 500 εκ., Δημητριάδας Βόλου 1 δις.

Οι προτάσεις όμως, όπως είναι φυσικό, δεν εγκρίθηκαν μόνο για μουσεία, βυζαντινές εκκλησίες και αρχαιολογικούς χώρους υπάρχουν προβλέψεις για την ανάπτυξη της Μουσικής και των Τεχνών, της Αρχιτεκτονικής, του Θεάτρου, του Κινηματογράφου και των σύγχρονων τεχνών, διαφόρων πολιτιστικών κέντρων κ.ά.

Ας ευχηθούμε, οι προτάσεις που ήδη έχουν εγκριθεί να πραγματοποιηθούν στο μέγιστο βαθμό, έτσι ώστε ο πολιτισμός στη χώρα μας να λάβει τη θέση που του αξίζει. Και κυρίως να ευχηθούμε η διαχείριση του σωρού αυτού των δις να γίνει από ανθρώπους σώφρονες που αγαπούν πραγματικά τη χώρα και θα προσπαθήσουν αφιλοκερδώς για την ανάπτυξη της πολιτιστικής της κληρονομιάς.

### 3.3. ΣΥΝΤΟΜΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΗΝ «ΕΞΟΡΙΣΤΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΜΟΡΦΙΑ»

Με τη φράση «εξόριστη ελληνική ομορφιά» αναφερόμαστε βέβαια στα πολύτιμα κομμάτια του αρχαίου πολιτισμού μας που αποτελούν το κορυφαίο στολίδι των μεγαλύτερων ξένων μουσείων. Αναμφίβολα πρωταγωνιστές των «Αρχαιοτήτων της Διασποράς» είναι τα περίφημα γλυπτά του Παρθενώνα, τα οποία έγιναν γνωστά στις νεώτερες μεταπολιτευτικές γενιές εφόσον η πρώην υπουργός κ. Μ.Μερκούρη επανέφερε το θέμα της επιστροφής τους στην Ελλάδα. Ένα θέμα που σε επίπεδο συζητήσεων χρονολογείται εδώ και περίπου δύο αιώνες.

Η χώρα μας ζητά από το Βρετανικό Μουσείο τον επαναπατρισμό των γλυπτών του Παρθενώνα. Επειδή αυτά αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα του μοναδικού αυτού αρχιτεκτονικού μνημείου. Τα γλυπτά του Παρθενώνα πολιτογραφήθηκαν στην γλώσσα μας με την άκομψη μεταφρασμένη έκφραση ως «Ελγίνεια Μάρμαρα». Και λέω άκομψη γιατί η έκφραση αυτή από μόνη της μειώνει την αξία των μοναδικών αυτών καλλιτεχνημάτων. Άλλωστε ούτε Ελγίνεια είναι (ο Ελγιν απλά τα «εξόρισε») ούτε απλά μάρμαρα. Είναι πέρα για πέρα αρχαία ελληνικά καλλιτεχνήματα και αποτελούν αναπόσπαστο μέρος του Ελληνικού πολιτισμού.

Αν και τα γλυπτά του Παρθενώνα είναι τα πιο διάσημα μέρη των «Αρχαιοτήτων της Διασποράς» στους νεοέλληνες, δεν είναι και τα μόνα. Ελάχιστα γνωστές στο ευρύτερο, και άκρως ευαίσθητο κατά καιρούς κοινό, είναι οι ελληνικές αρχαιότητες στο εξωτερικό που στολίζουν κατά μεγάλο μέρος, τις συλλογές ξένων μουσείων, κρατικών και μη.



Δεν νοείται σοβαρό αρχαιολογικό και ιστορικό μουσείο χωρίς την μόνιμη συλλογή ελληνικών εκθεμάτων και μάλιστα από τα πιο σημαντικά. Από την Κεντρική Ευρώπη στην Μεσογειακή, από την Μ.Βρετανία ως τις ΗΠΑ, η Ελλάδα και η ιστορία της, ο ελληνικός πολιτισμός είναι πανταχού παρών. Τα ελληνικά εκθέματα και οι συλλογές προσελκύουν μεγάλο μέρος των επισκεπτών του επιστημονικού κόσμου, αλλά και των απλών τουριστών και εξακολουθούν να είναι αντικείμενα μελέτης και καμάρι των ξένων μουσείων.

Το πρόβλημα εντοπίζεται σε μας τους Έλληνες. Όταν όλος ο κόσμος θαυμάζει τα «εξόριστα» ελληνικά αριστουργήματα υπάρχουν Έλληνες που αγνοούν την ύπαρξή τους. Αλήθεια ποιός Έλληνας τουρίστας αφήνει την Oxford Street για να διαθέσει το χρόνο του στην ελληνική αρχαιολογική συλλογή του Βρετανικού Μουσείου; Πόσοι είναι άραγε οι μετανάστες μας στη Γερμανία που έχουν υπόψιν τους τα περίφημα γλυπτά της Αφαίας, στην παγκοσμίως γνωστή Γλυπτοθήκη του Μονάχου; ή τα έργα που περιλαμβάνουν τα μουσεία του Βερολίνου και των άλλων Γερμανικών πόλεων; Πόσες άραγε φορές οι Έλληνες του Παρισιού, μόνιμοι κάτοικοι, φοιτητές ή περαστικοί τουρίστες, έχουν συνωστισθεί μπροστά στην Αφροδίτη της Μήλου στο Μουσείο του Λούβρου;

Πραγματικά από τις στατιστικές τα νούμερα είναι απογοητευτικά για τη χώρα μας. Βέβαια η άγνοια ή η αδιαφορία μερικών για τον ελληνικό εξόριστο πολιτισμό δεν αποτελεί τον κανόνα αλλά όμως αυτό σίγουρα δεν ευνοεί τις προσπάθειες για τον επαναπατρισμό μέρους αυτού του εθνικού θησαυρού.

Για να επιστρέψουμε στα γλυπτά του Παρθενώνα και στο θέμα της επιστροφής τους. Η Ελλάδα εμμέσως πλην σαφώς, έχει διευκρινίσει ότι το αίτημα αυτό της επιστροφής δεν αποτελεί αποδοχή μελλοντικών διεκδικήσεων άλλων εξίσου σημαντικών αρχαίων, αρχιτεκτονικών μελών ή αρχαιολογικών συλλογών που βρίσκονται σε μουσεία του εξωτερικού. Και αυτό βέβαια έχει γίνει για ευνόητους λόγους. Όμως τα μοναδικά γλυπτά του Παρθενώνα δεν μοιράζονται μόνο ανάμεσα σε Αθήνα και Λονδίνο αν και το Μουσείο της Ακροπόλεως με το Βρετανικό Μουσείο φιλοξενούν τα μερίδια του λέοντος. Μέρη από τις μετόπες υπάρχουν στο Λούβρο, στο Μουσείο του Βατικανού, στην Κοπεγχάγη, στο Μουσείο του Παλέρμο, στη Βιέννη, και αλλού. Έτσι το όραμα της επιστροφής τους γίνεται ακόμα πιο δύσκολο και μακρινό.

Ο μεγάλος ποιητής μας Οδυσσέας Ελύτης είχε πει κάποτε: «Όταν αντίκρισα τα αρχαία μας στο Βρετανικό Μουσείο, αν και χωρίς φανατικό εθνικισμό, με πλημμύρισε ένα συναίσθημα θλίψης, όπως όταν αντικρίζεις κάποιον στην εξορία». “Σίγουρα τέτοια αντικείμενα”, συνεχίζει ο μετέπειτα νομπελίστας ποιητής μας, «ανήκουν σε ένα μοναδικό τόπο, όπου κυριαρχεί άπλετο φως και η ατμόσφαιρα είναι ταιριαστή. Νομίζω πως στο Λονδίνο, ίσως να φταίει ο καθαρισμός, έχουν κιτρινίσει. Πιστεύω πάντως, πως όταν μια μέρα επιστρέψουν ο ήλιος θα τους ξαναδώσει το αρχικό τους χρώμα. Κατανώ τη δυσκολία των Βρετανών να ενδώσουν. Αν όμως γίνει κάτι τέτοιο, θα είναι νίκη για την τέχνη κάθε χώρας». Διαχρονικής ισχύος, μεστή και απείριτη η τοποθέτηση του ποιητή μας, συνοψίζει το νόημα όλων αυτών των συχνά κραυγαλέων δηλώσεων των πολιτικών προσώπων και των διαφόρων φανατικών διεκδικητών του συγκεκριμένου ζητήματος.

Σιωπηλές, αδύναμες και μόνες οι ελληνικές εξόριστες αρχαιότητες απολαμβάνουν μεν μια άρτια φύλαξη και φροντίδα, βρίσκονται κατά κανόνα σε περίοπτη θέση, αλλά πάντα με την σκιά της συννεφιάς να αλλοιώνει το χρώμα τους. Θύματα τις περισσότερες φορές της ακμάζουσας αρχαιοκαπηλίας είναι ζωντανά παραδείγματα έλλειψης κάθε κρατικής φροντίδας να τις προστατεύει από τις ορέξεις των επίδοξων αρχαιοκάπηλων. Η ευχή να γίνει κάτι για να σταματήσει το κακό που τα τελευταία χρόνια έχει πάρει τη μορφή επιδημίας με τις συχνές κλοπές των μουσείων και των εκκλησιών, δεν αποτελεί παρά μια ευχή ουτοπίας. Ο Έλγιν βρίσκει πάντα τρόπο να περάσει απαρατήρητος και η ελληνική ιστορία εξακολουθεί να βγαίνει παράνομα εκτός χώρας. Ίσως η στιγμή για να σταματήσουν όλα αυτά έφτασε. Η πολιτεία πρέπει να δράσει αλλά και η ελληνική συνείδηση πρέπει να ξυπνήσει.

### 3.4 Ο «ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΣ» ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ ΚΑΙ Η ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Τα τελευταία χρόνια, το κόστος επίσκεψης στα μουσεία και τα άλλα τουριστικά αξιοθέατα, στις ευρωπαϊκές πόλεις ανήλθε εντυπωσιακά, καθώς οι πόλεις αυτές είτε εισήγαγαν είτε αύξησαν τις τιμές των εισιτηρίων στα μεγαλύτερα από αυτά τα αξιοθέατα.

Σύμφωνα με έρευνα που έκανε η εφημερίδα «The European» μια υποθετική τετραμελής οικογένεια τουριστών η οποία αποτελείται από δύο ενήλικες, ένα μαθητή και ένα παιδί, επισκέπτεται τα δέκα βασικά τουριστικά αξιοθέατα πέντε ευρωπαϊκών πόλεων. Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας καθώς και οι τιμές εισιτηρίων σε κάθε αξιοθέατο.

#### 1. ΛΟΝΔΙΝΟ

**Βρετανικό Μουσείο:** Είσοδος δωρεάν (η μεγαλύτερη ευκαιρία στην Ευρώπη)

**Εθνική Πινακοθήκη:** Δωρεάν είσοδος + 9 λίρες στερλίνες για τις συγκεκριμένες εκθέσεις.

**Μουσείο Μαντάμ Τυσό:** 23,35 λίρες στερλίνες

**Πύργος του Λονδίνου:** 21,50 λίρες στερλίνες

**Τέιτ Γκάλερι:** Δωρεάν είσοδος (9 λίρες στερλίνες για συγκεκριμένη έκθεση).

**Μουσείο Φυσικής Ιστορίας:** 10 λίρες στερλίνες (δωρεάν είσοδος μετά τις 4 μ.μ. τα Σαβ/κύριακα)

**Καθεδρικός Ναός του Αγίου Παύλου:** 17 λίρες στερλίνες

**Κόσμος της Περιπέτειας του Τσένσιγκτον:** 41 λίρες στερλίνες (το ακριβότερο)

**Μουσείο Επιστημών:** 13,15 λίρες στερλίνες (δωρεάν μετά τις 4 μ.μ. τα Σαββατοκύριακα).

**Σύνολο:**

156,60 - 135,45 λίρες στερλίνες (55.405-47.922 δρχ., 216,73-184,69 Ευρωπαϊκές Νομισματικές Μονάδες.

## 2. ΠΑΡΙΣΙ

**Κέντρο Ζορζ Πομπιντού:** 74 γαλλικά φράγκα (210 γαλλικά φράγκα για τις εκθέσεις, Κυριακές πρωί δωρεάν)

**Σακρ Κερ:** 60 γαλλικά φράγκα

**Πύργος του Αϊφελ:** 178,5 γαλλικά φράγκα

**Λούβρο:** 62 γαλλικά φράγκα (32 γαλλικά φράγκα κάποιες φορές)

**Λε Σιτέ:** 160 γαλλικά φράγκα

**Μουσείο Ντ'Ορσέ:** 144 γαλλικά φράγκα (συμπεριλαμβανομένων των εκθέσεων, Κυριακές 32 γαλλικά φράγκα)

**Λα Ζεόντ:** 314 γαλλικά φράγκα

**Ενβαλίντ:** Δωρεάν

**Στρατιωτικό Μουσείο:** 100 γαλλικά φράγκα

**Πύργος Μονπαρνάς:** 122 γαλλικά φράγκα

### **Σύνολο:**

1.350 - 998,5 γαλλικά φράγκα (50.220 - 37.144 δρχ.) 201,62 - 149,08  
Ευρωπαϊκές Νομισματικές Μονάδες.

### **3. ΡΩΜΗ**

**Βασιλική του Αγίου Πέτρου:** Δωρεάν

**Μουσεία του Βατικανού:** 34 χιλιάδες ιταλικές λιρέτες (+100 χιλιάδες  
για βόλτα στους κήπους)

**Αρχαίο Φόρουμ:** 20 χιλιάδες ιταλικές λιρέτες

**Πάνθεον:** Δωρεάν

**Κατακόμβες:** 18 χιλιάδες ιταλικές λιρέτες

**Μουσείο Καστέλο σαν Αντζελο:** 16 χιλιάδες ιταλικές λιρέτες

**Κολοσσαίο:** 18 χιλιάδες ιταλικές λιρέτες

**Λουτρά του Καρακάλα:** 12 χιλιάδες ιταλικές λιρέτες

**Μουσεία του Καπιτωλίου:** 20 χιλιάδες ιταλικές λιρέτες

**Βίλα ντ'Εστε, Κήποι του Τίβολι:** 10 χιλιάδες ιταλικές λιρέτες

### **Σύνολο:**

148 χιλιάδες - 248 χιλιάδες ιταλικές λιρέτες, 25.166-42.000 δρχ.) 98 -  
164,23 Ευρωπαϊκές Νομισματικές Μονάδες

### **4. ΒΕΡΟΛΙΝΟ**

**Μουσείο Ντάλεμ:** 12 γερμανικά μάρκα

**Ζωολογικός Κήπος και Ακουάριουμ:** 38,25 γερμανικά φράγκα.

**Πύργος τηλεοράσεως:** 15 γερμανικά μάρκα.

**Παλάτι Σαρλοτενμπουργκ:** 22 γερμανικά μάρκα

**Ράϊχσταγκ (Βουλή):** Δωρεάν

**Αιγυπτιακό Μουσείο:** 12 γερμανικά μάρκα (Κυριακές δωρεάν)

**Μουσείο Περγάμου:** 12 γερμανικά μάρκα

**Στήλη της Νίκης:** 3,80 γερμανικά μάρκα

**Παλαιά Εθνική Πινακοθήκη:** 12 γερμανικά μάρκα (Κυριακές δωρεάν)

**Μουσείο του Τείχους του Βερολίνου:** 24 γερμανικά μάρκα

**Σύνολο:**

151,05 - 127,05 γερμανικά μάρκα (19.197 -- 16.140 δρχ.), 76,30 - 60,25

Ευρωπαϊκές Νομισματικές Μονάδες.

## 5. ΑΘΗΝΑ

**Αρχαιολογικός χώρος και Μουσείο Ακροπόλεως:** 3.800 δρχ (1.500 ενήλικες, μισό εισιτήριο για παιδιά, δωρεάν φοιτητές με κάρτα ΕΟΚ και σχολεία. Δωρεάν για τους Έλληνες κάθε Κυριακή)

**Μουσείο Αρχαίας Αγοράς (Στοά Αττάλου):** 2.800 δρχ. (μισό εισιτήριο οι φοιτητές)

**Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο:** 4.600 δρχ. (Μισό εισιτήριο για μαθητές και φοιτητές). 3.000 το συνολικό κόστος για τις οικογένειες Ελλήνων.

**Βυζαντινό Μουσείο:** 2.000 δρχ. (1.000 οι ενήλικες, δωρεάν φοιτητές και μαθητές από χώρες της ΕΟΚ)

**Μουσείο Γουλανδρή:** 800 δραχμές

**Εθνική Πινακοθήκη:** 800 δραχμές

**Μουσείο Μπενάκη:** Δωρεάν (λειτουργεί μόνο το ισόγειο, λόγω της επέκτασης)

**Πολεμικό Μουσείο:** Δωρεάν.

**Μουσείο Κυκλαδίτικης Τέχνης:** 800 δρχ.

**Μουσείο Κεραμικού:** 1.200 δρχ.

**Σύνολο:**

16.200 - 10.800 δραχμές

63 - 42 Ευρωπαϊκές Νομισματικές Μονάδες.

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω, το Βερολίνο, παρόλο που εισήγαγε το θεσμό του εισιτηρίου - για πρώτη φορά τον Ιούλιο του '92 - στα κυριότερα μουσεία του παραμένει η φτηνότερη πόλη.

Η Ρώμη προσφέρει μεγάλες εκπτώσεις στα παιδικά και φοιτητικά εισιτήρια και παραμένει πολύ προσιτή για το οικογενειακό βαλάντιο των τουριστών. Πάντως, εάν η υποθετική οικογένεια της έρευνας αποφάσιζε να συμμετάσχει σε μια ξενάγηση στους Παπικούς Κήπους - ως μέρος της επισκέψεως της στο Βατικανό - θα διαπίστωνε ότι το κόστος της εκδρομής αυξήθηκε κατά τα δύο τρίτα.

Στο Λονδίνο που είναι ασφαλώς η πιο ακριβή πόλη για τους ταξιδιώτες, οι τουρίστες πρέπει να καταβάλλουν χρήματα ακόμη και για να επισκεφτούν κάποια εκκλησία. Η τιμή του εισιτηρίου στην Whispering Gallery προκάλεσε μείωση των επισκεπτών από 2,5 εκατομμύρια ετησίως σε 1,5 εκατομμύρια. Το κόστος επίσκεψης των αξιοθέατων της πόλης αυξήθηκε κατακόρυφα από τη στιγμή που τα περισσότερα μουσεία εισήγαγαν το θεσμό του εισιτηρίου. Ενώ όμως η γενικότερη περιοχή του Λονδίνου υπερηφανεύεται πως διαθέτει τα δέκα ακριβότερα αξιοθέατα της Ευρώπης, προσφέρει και το καλύτερο αξιοθέατο στην καλύτερη τιμή: Πρόκειται για το Βρετανικό Μουσείο - ένα από τα καλύτερα παγκοσμίως - που η είσοδος παραμένει εντελώς δωρεάν.



Η επίσκεψη στο Παρίσι κοστίζει όσο περίπου και στο Λονδίνο, όμως οι τιμές μειώνονται κατακόρυφα αν η επίσκεψη στα μουσεία της πόλης γίνει τις Κυριακές ή αργά το απόγευμα. Τότε η είσοδος στα μουσεία είναι η εξαιρετικά μειωμένη ή εντελώς δωρεάν.

### **Η Αθήνα παραμένει η πιο φθηνή**

Στην Αθήνα η αξία των εκθεμάτων είναι τεράστια, όμως το κόστος της επίσκεψης για τους ξένους και - κυρίως -- τους Έλληνες επισκέπτες σχετικά μικρό. Οι τιμές των εισιτηρίων για τους αρχαιολογικούς χώρους και τα Μουσεία της Αθήνας είναι από τις χαμηλότερες στην Ευρώπη. Παράλληλα, τα μειωμένα εισιτήρια φοιτητών και μαθητών και η δυνατότητα δωρεάν εισόδου για τους Έλληνες, κάποιες ημέρες την εβδομάδα, περιορίζουν σημαντικά το ποσό που χρειάζεται να ξοδέψει μια τετραμελής οικογένεια για να πάρει μια γεύση από το ένδοξο παρελθόν και τη γοητευτική λαϊκή παράδοση της Ελλάδας.

Το πιο ακριβό εισιτήριο - 1.500 δραχμές - είναι αυτό του αρχαιολογικού χώρου και του Μουσείου της Ακροπόλεως. Οι φοιτητές από χώρες της ΕΟΚ μπορούν, με την ειδική κάρτα, να μπουν δωρεάν, ενώ τα παιδιά πληρώνουν το μισό εισιτήριο. Οι Έλληνες επισκέπτες μπαίνουν δωρεάν την Κυριακή. Η τιμή του εισιτηρίου, πάντως, δεν θα πρέπει να θεωρείται υπερβολική, καθώς η αξία των «θαυμάτων» της αρχαιότητας που βρίσκονται στο λόφο της Ακροπόλεως, είναι ασύλληπτη. Ίδια - 1500 δραχμές - είναι η τιμή εισόδου για τους ενήλικες και στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο. Οι Έλληνες φοιτητές και μαθητές δεν πληρώνουν είσοδο, ενώ οι ξένοι καταβάλλουν το μισό αντίτιμο εισιτηρίου. Για τους ηλικιωμένους, το εισιτήριο κοστίζει 1.100 δραχμές.

Άλλες ενδεικτικές τιμές: 1000 δραχμές στο Βυζαντινό Μουσείο, 800 δρχ. στο Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης και στην Εθνική Πινακοθήκη, 800 δρχ. στο Μουσείο Γουλανδρή, 800 δραχμές στη Στοά Αττάλου, δωρεάν - λόγω των εργασιών επέκτασης - στο Μουσείο Μπενάκη. Για να επισκεφθεί ένας ενήλικας τα δέκα μεγαλύτερα μουσεία της Αθήνας χρειάζεται 6000 δραχμές, ενώ για μια τετραμελή οικογένεια αποτελούμενη από δύο ενήλικες, ένα μαθητή και ένα παιδί το αντίστοιχο ποσό φθάνει τις 18.000 δραχμές...

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΤΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

**Ακρόπολεως:** Βρίσκεται πάνω στην Ακρόπολη. Τηλ. 3210219. Καθημ. 8 π.μ. -7 μ.μ. Ο αρχαιολογικός χώρος μένει ανοικτός μέχρι τις 16.45 μ.μ. Είσοδος 1.500 δρχ. Περιλαμβάνει ευρήματα των ανασκαφών του χώρου της Ακρόπολης, κυρίως γλυπτά εξαιρετικής τέχνης. Κυριακή ελεύθερη είσοδος.

**Αρχαίας Αγοράς των Αθηνών:** Στεγάζεται στη Στοά Αττάλου, μέσα στον αρχαιολογικό χώρο της Αρχαίας Αγοράς, τηλ. 3210185. Καθημ. 8 π.μ.-7 μ.μ. Δευτ. κλειστά. Τιμή εισ. 800 δρχ., φοιτ. 400 δρχ. Ευρήματα των ανασκαφών της Αρχαίας Αγοράς, αντικείμενα σχετικά με την οικονομική και πολιτική δραστηριότητα της πόλης. Κυριακή ελεύθερη είσοδος.

**Αρχαιολογικό Μουσείο Πειραιά:** Χαρ. Τρικούπη 31, Πειραιϊκή, τηλ. 4521598. Καθημ. 8.30-3. μ.μ. Κυρ. 8.30-3 μ.μ. Δευτ. κλειστό. Τιμή εισ. 400 δρχ. μαθητ. 200 δρχ. Ευρήματα ανασκαφών της περιοχής, γλυπτά, επιτύμβια, αγγεία, νομίσματα, όπλα από τον 4ο π.Χ. αι. ως τα ρωμαϊκά χρόνια. Κυριακή ελεύθερη είσοδος

**Βορέ:** Πάροδος Διαδ. Κωνσταντίνου 4, Παιανία. τηλ. 6642520. Το Μουσείο έχει δύο ξεχωριστά τμήματα. Το τμήμα Σύγχρονης ζωγραφικής και γλυπτικής και το λαογραφικό τμήμα (εικόνες, κεραμικά, παλιά έπιπλα, επιτύμβιες στήλες, κλασσικούς ζωγράφους). Τιμή εισ. 150 δρχ. Επισκέψεις Σαβ. Κυρ. 10-2 μ.μ.

**Βυζαντινό Μουσείο:** Βασ. Σοφίας 22, τηλ. 7211027. Καθημ. 8 π.μ.- 3 μ.μ. Τιμή εισ. 1.000 δρχ. Δευτ. κλειστό. Έργα βυζαντινής και μεταβυζαντινής ζωγραφικής, γλυπτικής και μικροτεχνίας.

**Γ.Γουναρόπουλου:** Δήμου Ζωγράφου, Γουναρόπουλου 6, τηλ. 7777601. Καθημ. 9 π.μ. - 1 μ.μ. και Τρ., Τετ., Πेम. 5-7, απογ. Δευτ. κλειστό. Είσοδος ελεύθερη. Περιέχει 36 πίνακες του Γουναρόπουλου, στο σπίτι που έζησε ο ζωγράφος.

**Εβραϊκό Μουσείο της Ελλάδας:** Αμαλίας 36, τηλ. 3231577. Κάθε μέρα 9-1 μ.μ. εκτός Σαβ. Είσοδος ελεύθερη. Αντικείμενα σχετικά με την ιστορία του ελληνικού εβραϊσμού.

**Εθνική Πινακοθήκη** Βασ. Κων/νου 60, τηλ. 7235938. Καθημ. 9-3 μ.μ. Κυρ. 10-2 μ.μ. Δευτ. κλειστή. Έργα ζωγραφικής, χαρακτηριστικής και γλυπτικής Ελλήνων και ξένων καλλιτεχνών.

**Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο** Τοσίτσα 1 ((στο ύψος Πατησίων 44), τηλ. 8217717. Ώρες: Τρίτη μέχρι Παρασκευή 8 π.μ. - 7 μ.μ. Σαββατοκύριακα 8 π.μ. - 3 μ.μ. Δευτέρα 12.30 π.μ. 7 μ.μ. Τιμή εισ. 1.500 δρχ., φοιτ: 800 δρχ. Αρχαιολογικοί θησαυροί απ' όλη την Ελλάδα και όλων των περιόδων της αρχαιότητας, από την προϊστορική (νεολιθική) εποχή ως τα χρόνια του Βυζαντίου. Κυριακή ελεύθερη είσοδος.

**Ελευθερίου Βενιζέλου** (Πάρκο Ελευθερίας (Βασ. Σοφίας πίσω από το άγαλμα Βενιζέλου), τηλ. 7224238. Καθημ. 10-1 και 6-8 μ.μ. εκτός Κυρ. απογ. και Δευτ. Προσωπικά αντικείμενα του Βενιζέλου, φωτογραφικό υλικό και ντοκουμέντα. Διαθέτει βιβλιοθήκη με βιβλία που αφορούν τον Ε.Βενιζέλο και την εποχή του. Είσοδος ελεύθερη.

**Ελ.Βενιζέλου - Ιστορική Μνήμη** Χρ. Λαδά 2 τηλ. 3221254. Καθημ. 9 π.μ. - 1 μ.μ. Σαβ. Κυρ. κλειστό. Είσοδος ελεύθερη. Περιέχει προσωπικά ενθυμήματα και ιστορικά ντοκουμέντα του Βενιζέλου, των αγώνων του και της εποχής του.

**Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης - Συλλογή Κεραμικής Β.Κυριαζόπουλου,** Πλ.Μοναστηρακίου, Καθημερινά 9 π.μ. - 2.30 μ.μ. εκτός Τρίτης. Τιμή εισ.

400 δρχ. Κυριακή ελεύθερη είσοδος. Κεραμικά των αρχών του αιώνα, χωρισμένα σε δύο μεγάλες ομάδες. Τα χρηστικά ανώνυμων κεραμιστών και τα έργα τέχνης πέντε επώνυμων καλλιτεχνών.

**Ελληνικών Λαϊκών Μουσικών Οργάνων** (Συλλογή Φοίβου Ανωγειαννάκη), Διογένους 1-3 Πλ.Αέρηδων, Πλάκα, τηλ. 3250198. Καθημερινά εκτός Δευτ. 10-2 μ.μ. Την Τετάρτη 12-8 μ.μ. Μουσικά όργανα από όλες τις περιοχές της Ελλάδας που προέρχονται από τη συλλογή του Φοίβου Ανωγειαννάκη, Είσοδος ελεύθερη.

**Θεατρικό Μουσείο** Εταιρεία ελλήνων Θεατρικών Συγγραφέων, Ακαδημίας 50, τηλ. 3629430. Ώρες 9-3 μ.μ., Σαβ. κλειστό, Κυρ. 10-1 μ.μ. Φωτογραφίες ηθοποιών και παραστάσεων, κοστούμια μακέτες σκηνογραφιών, αφίσες, προσωπικά αντικείμενα διάσημων ηθοποιών, προσωπογραφίες, προτομές κ.ά.

**Ιστορικό Εθνικό Μουσείο** Στεγάζεται στην Παλαιά Βουλή Σταδίου και Κολοκοτρώνη, τηλ. 3237617, Κάθε Τρ., Τετ., Πεμ. Παρ. 9-1.30 μ.μ., Σαβ, Κυρ. 9-12.30 μ.μ. Δευτ. κλειστό. Τιμή εισ. 200 δρχ. φοιτ. 50 δρχ. Κάθε Πεμ. είσοδος ελεύθερη. Περιέχει αντικείμενα Φραγκοκρατίας, Ενετοκρατίας και Τουρκοκρατίας, κειμήλια του '21, σχέδια περιηγητών, όπλα, ενθύμια Οθωνα, Γεωργίου Α' Κρητικού Αγώνα, Βαλκανικών πολέμων, Μικρασιατικής καταστροφής, του πολέμου 40-'41, Λαογραφική συλλογή κ.ά.

**Ιστορίας - της Ελληνικής Ενδυμασίας** Δημοκρίτου 7 Κολωνάκι, τηλ. 3629513. Ώρες λειτουργίας Δευτ., Τετ., Παρ. από 10 π.μ. - 1.00 μ.μ. Ελληνικές παραδοσιακές ενδυμασίες από όλη την Ελλάδα που προέρχονται από τη Συλλογή του Λυκείου των Ελληνίδων. Είσοδος ελεύθερη. Τον Αύγουστο κλείνει.

**Κανελλόπουλου** Θεωρίας και Πανός, Πλάκα, τηλ. 3212313. Καθημ. 8.30 - 3.00 μ.μ. Κάθε Δευτ. κλειστά. Τιμή εισ. 400 δρχ., φοιτ. 200 δρχ. Έργα τέχνης από την προϊστορική εποχή ως το Βυζάντιο, καθώς και εικόνες, μικροτεχνία, κοσμήματα όπλα και μινιατούρες από τον 17ο έως τον 19ο αιώνα. Κυριακή είσοδος ελεύθερη.

**Κατίνας Παξινού** Θουκιδίδου 13, Πλάκα, τηλ. 3221335. Ανοιχτό κάθε Τετ. και Παρ. 11-1 μ.μ. Προσωπικά αντικείμενα της μεγάλης τραγωδού, κοστούμια από παραστάσεις, το βραβείο Όσκαρ και πλήθος φωτογραφιών από τη ζωή και την καριέρα της (προσυνεννόηση για επισκέψεις σχολείων και δραματικών σχολών).

**Κέντρο Λαϊκής Τέχνης και Παράδοσης** του Δήμου Αθηναίων, Αγγ. Χατζημιχάλη 6, Πλάκα τηλ. 3243987. Κάθε Τρ., Πεμ., 9 π.μ. - 9 μ.μ. Τετ, Παρ. Σαβ. 9-1 και 5-9 μ.μ. Κυρ. 9--1 μ.μ. Κλειστό Δευτ. και Κυρ. απόγευμα. Είσοδος ελεύθερη. Είδη λαϊκής τέχνης (υφαντά, κεντήματα, ξυλόγλυπτα, έπιπλα και σκεύη κ.ά.). Από τις συλλογές της Αγγελικής Χατζημιχάλη που έζησε και δούλεψε σ' αυτό το σπίτι.

**Κέντρο Μελετών Ακροπόλεως** Μακρυγιάννη 2-4, τηλ. 9239186. Καθημερινά 9-2 μ.μ. Σάββατο έως Κυριακή 10 - 2 μ.μ. Η είσοδος ελεύθερη. Αντίγραφα από τα γλυπτά του Παρθενώνα, μακέτες της ιστορίας, κατασκευής και των αναστηλωτικών έργων του Βράχου καθώς και πήλινες κεραμώσεις της Αθηναϊκής Ακρόπολης.

**Κεραμεικού** Βρίσκεται μέσα στον αρχαιολογικό χώρο, Ερμού 148, τηλ. 3463552. Καθημ. 8.30 π.μ. - 3.00 μ.μ. Δευτ. κλειστά. Τιμή εισ. 400 δρχ., φοιτ. 200 δρχ. Ευρήματα των ανασκαφών του νεκροταφείου του Κεραμεικού, επιτύμβια ανάγλυφα, κτερίσματα τάφων και κυρίως αγγεία, αρχιτεκτονικά μέλη από τον 12ο π.Χ. αι. ως την ρωμαϊκή εποχή. Κυριακή είσοδος ελεύθερη.

**Κυκλαδικής και Αρχαίας Τέχνης** Νεοφύτου Δούκα 4, Κολωνάκι. τηλ. 7228321-3. Δευτ., Τετ. Πεμ. Παρ. 10-4 μ.μ. Σαβ. 10-3 μ.μ. Κυρ. και Τρ. κλειστά. Περιλαμβάνει μοναδικά κομμάτια της κυκλαδικής τέχνης (3.000 - 2.000 π.Χ.),μαρμάρινα ειδώλια, αγγεία, όπλα, κεραμικά, χάλκινα,το «σερνικούδι» από το θησαυρό της Κέρου κ.ά. Είναι το μοναδικό μουσείο κυκλαδικής τέχνης στον κόσμο. Τιμή εισ. 200 δρχ. Κάθε Σάββατο ελεύθερη είσοδος.

**Κυκλαδικής και Αρχαίας Τέχνης - Νέα Πτέρυγα** (Μέγαρο Σταθάτου) Βασ. Σοφίας και Ηροδότου 1, τηλ. 7228321-3. Δευτ., Τετ. Πεμ. Παρ 10-4 μ.μ., Σαβ. 10-3 μ.μ. Κυρ. και Τρι. κλειστά. Σχέδια και αυθεντικά έπιπλα του Τσίλερ, αντίγραφα αρχαίων ελληνικών επίπλων των κλασσικών χρόνων σχεδιασμένα από τον συλλέκτη Μιχαήλ Βλαστό, καθώς και έργα αρχαίας ελληνικής τέχνης από την 3η π.Χ. χιλιετία έως τον 1ο μ.Χ. αιώνα.

**Λαϊκής Τέχνης** Κυδαθηναίων 17, Πλάκα, τηλ. 3229031. Καθημ. 10π.μ. - 2 μ.μ. Δευτ. κλειστό. Τιμή εισ. 400 δρχ. Ελεύθερη είσοδος για φοιτητές. Περιέχει κεντήματα, κοσμήματα, φορεσιές από όλη την Ελλάδα, δείγματα ξυλογλυπτικής καθώς και λαϊκές ζωγραφιές του Θεόφιλου. Είσοδος ελεύθερη.

**Λαογραφικό Μουσείο Αχαρνών** Πλ. Αγ.Βλασσίου, Μενίδι. 500 περίπου αντικείμενα λαϊκής τέχνης (τοπικές φορεσιές, κεντήματα, εικόνες, εκκλησιαστικά σκεύη κ.ά.)

**Μαρίκας Κοτοπούλη** Δήμου Ζωγράφου. Παναγούλη 14, τηλ. 7703713. Καθημερινά Δευτ. έως Παρ. 10-1.30 μ.μ., 5-8.30 μ.μ. Είσοδος ελεύθερη. Σύγχρονη ελληνική ζωγραφική από τη συλλογή Κώστα Ιωαννίδη.

**Μπενάκη** Βασ. Σοφίας και Κουμπάρη 1, τηλ. 3611617. Καθημ. 8.30 π.μ. - 2 μ.μ. Τιμή εισ. 400 δρχ. Τρ. κλειστό. Συλλογές αρχαίας ελληνικής τέχνης, βυζαντινές και μεταβυζαντινές εικόνες, χειρόγραφα, κειμήλια του '21, και

της νεότερης ιστορίας μας, συλλογές ισλαμικής και κοπτικής τέχνης, κινεζικής κεραμικής κ.ά.

**Μπενάκη-Πινακοθήκη Ν. Χατζηκυριάκου - Γκίκα Κριεζώτου 3, τηλ. 3626266.** Ώρες 10-2 μ.μ., εκτός Τρ. Έργα ζωγραφικής, γλυπτά με μορφές της ελληνικής μυθολογίας, δύο ταπισερί υλοποιημένες από συνθέσεις του ζωγράφου, εκδόσεις με συγγράμματα του καλλιτέχνη, κατάλογοι εκθέσεων κ.ά. Τιμή εισ. 200 δρχ.

**Ναυτικό Μαρίνα, Λιμάνι Ζέας, τηλ. 4516822.** Καθημερινά 8.30-1 μ.μ. εκτός Κυρ. Δευτ. Τιμή εισ. 100 δρχ. Περιέχει 13.000 περίπου εκθέματα σχετικά με τη δραστηριότητα των Ελλήνων στη θάλασσα από τους προϊστορικούς χρόνους μέχρι σήμερα.

**Νομισματικό Τσοίτσα 1, τηλ. 8217769.** Καθημ. 8.30-3 μ.μ. Δευτ. κλειστά. Τιμή εισ. 400 δρχ. Περιέχει 300.00 χρυσά, ασημένια και χάλκινα νομίσματα από τον 7ο π.Χ. αιώνα ως τη σύγχρονη εποχή, επίσης συλλογή από βυζαντινά μολυβδόβουλα, δακτυλιδόλιθους, αρχαία και βυζαντινά σταθμά κ.ά.

**Πινακοθήκη Πιερίδη Βασ. Γεωργίου 29, Γλυφάδα, τηλ. 8980166.** Καθημ. 10 π.μ. - 10 μ.μ. Πλούσια συλλογή έργων νεοελληνικής τέχνης του 20ου αι. και περιοδικές εκθέσεις.

**Πολεμικό Ριζάρη 2, τηλ. 7235263.** Καθημ. 9 π.μ.-2 μ.μ. Εισ. ελεύθερη. Δευτέρα κλειστό., Οπλα, αναμνηστικά και ιστορικά κειμήλια των πολεμικών αγώνων της Ελλάδος από τα προϊστορικά χρόνια μέχρι σήμερα.

**Πόλεως Αθηνών - Ίδρυμα Βούρου - Ευταξία Παπαρρηγοπούλου 7, τηλ. 3246164.** Ανοιχτό Δευτ. Τετ. Παρ., Σαβ. 9 π.μ. -1 μ.μ. Πίνακες, σχέδια, κατόψεις και μακέτες της Αθήνας του 19ου αι. καθώς και έπιπλα, στολές



και προσωπικά αντικείμενα του Οθωνα και της Αμαλίας που έζησαν στο μέγαρο αυτό για μερικά χρόνια.

**Σκηνογραφίας Πάνου Αραβαντινού** Δημοτικό Θέατρο, Πειραιά, τηλ. 4122339. Κάθε Δευτ.μ, Τρ., Τετ. 4-8 και Πेम, Παρ. 9-2 μ.μ. Είσοδος ελεύθερη. Περιέχει μακέτες σκηνογραφικών και κουστουμιών, μικρογραφίες θεάτρων, έργα ζωγραφικής κ.ά. του Π.Αραβαντινού.

**Συλλογή Μεταβυζαντινών Εικόνων Εστίας Ν.Σμύρνης** Ακροπόλεως 16, τηλ. 9333702. Κάθε Πेम. και Κυρ. 11 π.μ. - 1 μ.μ. Είσοδος ελεύθερη. 400 περίπου μεταβυζαντινές εικόνες. (Κλειστό Ιούλιο και Αύγουστο).

**Συλλογή Πειραμάτων Φυσικής** Ιδρύματος Ευγενίδου, Λεωφ. Συγγρού, Αμφιθέα, τηλ. 9411181. Κυρ. 9.30 π.μ.-5 μ.μ. Συσκευές πειραμάτων Φυσικής και εκθέματα εφαρμογών Φυσικής και Τεχνολογίας.

**Συλλογές Γενναδίου Βιβλιοθήκης** Σουηδίας 61, τηλ. 7210536. Καθημ. 9 π.μ.-5 μ.μ. Τρ., Πेम. 9 π.μ.-8 μ.μ. και Σαβ. 9 π.μ.-2 μ.μ., Κυρ. κλειστό. Εισ. ελεύθερη. Περιέχει πίνακες του Μακρυγιάννη, υδατογραφίες, εικόνες, ξυλόγλυπτα, προσωπικά αντικείμενα του Λόρδου Μπάιρον κ.ά.

**Ταχυδρομικό** Πλατεία Παναθηναϊκού Σταδίου 5, τηλ. 7519066. Καθημ. 8 π.μ.-2 μ.μ., Δευτ., Τετ. 5-8 μ.μ., Σαβ. Κυρ. κλειστό. Είσοδος ελεύθερη. Αντικείμενα χαρακτηριστικά της εξέλιξης της Ταχυδρομικής Υπηρεσίας, φιλοτελικό υλικό, εκτυπωτικά στοιχεία, φακέλους πρώτης ημέρας κυκλοφορίας, αναμνηστικές σφραγίδες κ.ά.

**Τρένων** Λιοσίων 301, τηλ. 5246580. Τετάρτη 5-8 μ.μ. και Παρασκευή 9 π.μ. - 1 μ.μ. Είσοδος ελεύθερη., Βαγόνια από το 1884 (βαγόνι Γεωργίου Α΄ βαγόνι Αβδούλ Αζίζ κ.ά.), καθώς και έπιπλα, καθρέφτες, σερβίτσια, εισιτήρια, διατρητικά μηχανήματα από την ίδρυση των ελληνικών σιδηροδρόμων.

**Τσαρούχη** Πλουτάρχου 28, Μαρούσι, τηλ. 8062636. Καθημερινά 9 -2 μ.μ. εκτός Τρίτης. Έργα του γνωστού ζωγράφου που φιλοτεχνήθηκαν από το 1917 μέχρι το 1989. Ορισμένα από αυτά εκτίθενται με τα προσχέδια τους και τις μελέτες τους. Τιμή εισ, 100 δρχ. Κυριακή ελεύθερη είσοδος.

**Φυσική Ιστορίας Γουλανδρή** Λεβίδου 13, Κηφισιά, τηλ. 8015870. Καθημ. 9 π.μ. - 2.30 μ.μ. Παρ. κλειστό. Τιμή εισ. 400 δρχ. Για τα παιδιά 100 δρχ. Συλλογές φυτών και λουλουδιών, εντόμων, πουλιών, γεωλογικών πετρωμάτων, θαλάσσιων οργανισμών καθώς και απολιθωμάτων.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Τα Μουσεία αποτελούν τους χώρους εκείνους που στεγάζουν τον πολιτισμό που διαφυλάττουν την κληρονομιά και την ταυτότητα ενός τόπου. Η αντίληψη ότι τα μουσεία αποτελούν τους νεκρικούς θαλάμους της ομορφιάς του παρελθόντος είναι εντελώς ξεπερασμένες. Αντιθέτως αποτελούν κέντρα πνευματικής εγρήγορσης και εκπαιδευτικής δραστηριότητας.

Άλλωστε η λέξη «ΜΟΥΣΕΙΟΝ» σημαίνει τον βωμό ή το τέμενος που είναι αφιερωμένο στις Μούσες, τις αρχαίες θεότητες της πνευματικής καλλιέργειας, των Καλών Τεχνών και της Παιδείας.

Τα Μουσεία αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της πολιτιστικής μας κουλτούρας. Ιδιαίτερα στη χώρα μας όπου οι θησαυροί του παρελθόντος είναι τόσο πολλοί, τα Μουσεία αποτελούν χώρους ζωτικής σημασίας για τη διαφύλαξη και την προστασία, αλλά και την σωστή παρουσίαση των καταπληκτικών αυτών θησαυρών του Ελληνικού παρελθόντος.

Η Τουριστική Οικονομία της χώρας μας εξαρτάται κατά ένα πολύ μεγάλο μέρος από τα Μουσεία και τα ιστορικά μνημεία, αλλά και τα άλλα πολιτιστικά κέντρα. Πρέπει λοιπόν να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή σ'ότι αφορά τις σωστές και δημιουργικές προτάσεις για ανάπτυξη του πολιτιστικού κλάδου, εφόσον αυτό σημαίνει ανάπτυξη της τουριστικής μας οικονομίας. Ας μη ξεχνάμε ότι χιλιάδες τουρίστες από όλα τα μέρη του κόσμου έρχονται στην Ελλάδα όχι μόνο για να χαρούν τον ήλιο και τη θάλασσα αλλά για να ζήσουν από κοντά την συγκλονιστική εμπειρία μιας επίσκεψης στην Ακρόπολη και στο Μουσείο της, στους Δελφούς ή στη

Βεργίνα. Δεν θα ήταν λοιπόν παράλογο να σκεφτούμε ότι όλοι αυτοί οι άνθρωποι που εκτιμούν τον ελληνικό πολιτισμό, δικαιούνται σωστής και επαγγελματικής αντιμετώπισης. Οι εκθέσεις στα Μουσεία της χώρας μας αποτελούν τον καθρέπτη όχι μόνο του παρελθόντος αλλά και του παρόντος. Πρέπει λοιπόν να προσέξουμε έτσι ώστε να μην χαρακτηριστούμε σαν λαός με παρελθόν αλλά χωρίς παρόν και πολιτιστικό μέλλον.

Η πολιτεία λοιπόν θα πρέπει να επιληφθεί και να κάνει τις σωστές επενδυτικές κινήσεις πάνω στον πολιτιστικό κλάδο. Επενδύσεις που άλλωστε θα αποφέρουν στο πολλαπλάσιο όχι μόνο στην εικόνα της χώρας μας αλλά και στην ανάπτυξη της οικονομίας μας.

**ΤΕΛΟΣ**

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

## 1. ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΚΑΙ ΕΦΟΡΕΙΩΝ

### 1.1 ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΚΟΥΣΕΙΩΝ ΚΑΙ ΣΥΛΛΟΓΩΝ

ΤΗΛ.

Εθνικό Αρχ/κό Μουσείο	Τοσίτσα 1, 106 82 Αθήνα	8217-724 8217717
Νομισματικό Μουσείο	Τοσίτσα 1, 106 82 ΑΘΗΝΑ	8226-798 8217-769
Επιγραφικό Μουσείο	Τοσίτσα 1, 106 82 ΑΘΗΝΑ	8217-637 8232-950

#### Α' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασικών Αρχ/των Ακρόπολης

Μουσείο Ακρόπολης	Λόφος Ακροπόλεως	3236-665
Μουσείο Αρχαίας Αγοράς	Στοά Αττάλου - Πλάκα	3210-185 3214-825
Μουσείο Παύλου και Αλεξάνδρας Κανελλοπούλου	Θεωρίας & Πανός	3212-313
Κέντρο Μελετών Ακροπόλεως	Μακρυγιάννη 2-4 11742 ΑΘΗΝΑ	92319-381
Μουσείο Κέας	Χώρα (Ιουλίας) Κέας	0288/22079

### Β' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Αττικής

Μουσείο Πειραιώς	Χαριλάου Τρικούπη 31	4521-598
Μουσείο Αίγινας	Αίγινα	0297/22248
Μουσείο Μαραθώνος	Μαραθώνας	0294/55155
Μουσείο Βραυρώνος	Βραυρώνα	0299/71020

### Γ' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Αθηνών

Μουσείο Κεραμεικού	Οδ. Ερμού 148	3463-552
Μουσείο Ελευσίνας	Ιερά Οδός 1 και Γκικόκα	5546-019

### Δ' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Ναυπλίου

Μουσείο Ναυπλίου	Πλ. Συντάγματος 21100 ΝΑΥΠΛΙΟ	0752/27502 24690
Μουσείο Αρχ. Κορίνθου	Μουσείο Αρχ. Κορίνθου 20007	0741/31207
Μουσείο Αργους	Μουσείο Αργους 21200 ΑΡΓΟΣ	0751/28819
Μουσείο Νεμέας	Μουσείο Νεμέας 20500	0746/22739
Μουσείο Φενεού	Μουσείο Φενεού 20014	-
Μουσείο Σικυώνος	Μουσείο Σικυώνος 20200	0742/28900
Μουσείο Ισθμίας	Μουσείο Ισθμίας 20010	0741/37244
Μουσείο Επιδαύρου	Μουσείο Επιδαύρου 22009	073/22009

## Ε' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασικών Αρχαιοτήτων Σπάρτης

Μουσείο Σπάρτης	Διονυσίου Δάφνου - Σπάρτη	0731/28575
Μουσείο Τριπόλεως	Οδός Ευαγγελιστρίας	071/232397
Μουσείο Αστρους Κυνουρίας	Πρώην Σχολή Καρυτσιώτη	0755/22201
Μουσείο Λυκόσουρας	Λυκόσουρα Αρκαδίας	0791/81344
Μουσειακή Συλλογή Μεγαλοπόλεως	Αρκαδίας	0791/23275
Μουσείο Τεγέας	Αλέα Τεγέας	071/556540
Αρχ/κή Συλλογή Γυθείου	Δημαρχιακό Μέγαρο	0733/22427
Αρχ/κή Συλλογή Δημητσάνας	Δημόσια Βιβλιοθήκη Δημητσάνας	0795/31219

## ΣΤ' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασικών Αρχαιοτήτων Πατρών

Μουσείο Πατρών	Μαιζώνος 42	061/275070
Μουσείο Αγρινίου	Καζαντζάκη 1	0641/27377
Μουσείο Θέρμου	Θέρμο Τριχωνιάδος	0644/221131
Μουσείο Θυρρείου	Θύρρειο Γονίτσης	/31366
Μουσείο Αργοστολίου	Λεωφόρος Βεργωτή - Κεφαλληνία	0671/28300
Μουσείο Ιθάκης	Βαθύ Ιθάκης	0674/32200
Μουσείο Σταυρού	Σταυρός Ιθάκης	-



## Ζ'Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων

### Αρχ.Ολυμπίας

Μουσείο Ολυμπίας	Αρχαία Ολυμπία 27065	0624/22529 22742
Μουσειακή Συλλογή Αρχαίας Ηλιδας	Αρχαία Ηλιδα 27300	0622/41415
Μουσείο Χώρας Τριφυλίας	Χώρα Τριφυλίας Μεσσηνίας 24600	0763/31358 31437
Μουσείο Πύλου Μεσσηνίας	Πύλος Μεσσηνίας 24001	0723/22448

### Η'Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Κερκύρας

Μουσείο Κερκύρας	Α.Βραϊλα 1	0661/30680
Μουσείο Ασιατικής Τέχνης	Παλαιά Ανάκτορα Κέρκυρας	0661/30443

### Θ'Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Θηβών

Μουσείο Θηβών	Πλατεία Κεραμοπούλου και Θρεψιάδου 1 32200 Θήβα	0262/23559
Μουσείο Χαιρώνειας	Χαιρώνεια 32100	0261/95270
Αρχ/κή Συλλογή Θεσπιών	Κοινοτικό Κατάστημα Θεσπιών 32200	0262/65225

## Ι΄ Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Δελφών

Μουσείο Δελφών	33054 Δελφοί	0265/82313
Αρχαιολογική Μουσειακή Συλλογή Γαλαξειδίου		0265/41558

## ΙΑ΄ Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Χαλκίδας

Μουσείο Χαλκίδας	Οδ. Ελ. Βενιζέλου 13 - 34100 Χαλκίδα	0221/25131
Μουσείο Ερέτριας	Οδ. Αρχαίου Θεάτρου 34008 Ερέτρια	0221/62206
Μουσείο Σκύρου	Θέση Μπρουκ Σκύρου 34007 Σκύρος	0222/91327
Μουσείο Καρύστου	Οδ. Κριεζώτου 34001 Κάρυστος	0224/22472
Αρχ/κη Συλλογή Ωρεών	Παραλία Ωρεών - 34012 Ωρεοί	0226/71095
Αρχ/κή Συλλογή Α.Ποταμιάς	Κύμη	0222/71498
Κύμης		(τηλ. Κοινότη.)

## ΙΒ΄ Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Ιωαννίνων

Μουσείο Ιωαννίνων	Πλατεία 25ης Μαρτίου 6 - 45110 Ιωάννινα	0651/33357 25490
Μουσείο Νικόπολης	Νικόπολη Πρέβεζας - 48100	0682/24036
Αρχ/κή Συλλογή Λευκάδας	Οδ. Φανερωμένης 21 - 31100 Λευκάδα	0645/23678
Αρχ/κή Συλλογή Αρτας	Παρηγορήτισσα Αρτας - 47100	0681/28692

### ΙΓ' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Βόλου

Μουσείο Βόλου	Αθανασάκη 1 - 38222 Βόλος	0421/25285
Μουσείο Αλμυρού	Αθηνών 48 -- 31700 Αλμυρός	0422/21326

### ΙΕ' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Λάρισας

Μουσείο Λάρισας	Οδ. 31ης Αυγούστου 2	041/288515
-----------------	----------------------	------------

### ΙΣΤ' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Θεσ/νίκης

Μουσείο Θεσσαλονίκης	Πλατεία ΧΑΝΘ - 546 21 Θεσ/νίκη	031/830- 538 831-037 836-973
Μουσείο Κιλκίς	Ουτσκούνη και Ανθ.Στ. Ρεγκούκου 61100 Κιλκίς	0341/22- 477
Μουσείο Πολυγύρου	Πλατεία Ηρώου - 63100 Πολύγυρος Ν.Χαλκιδικής	0371/22148
Μουσείο Δίου	60100 Δίον - Ν.Πιερίας	0351/53206

### ΙΖ' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Εδεσσας

Μουσείο Πέλλα	Π.Πέλλα Γιαννιτσών	0382/31160 31278
Μουσείο Βέροιας	Λ.Ανοιξεως 47	0331/24972
Μουσείο Φλώρινας	Σιδηροδρομικού Σταθμού 3	0385/28206
Αρχ/κή Συλλογή Κοζάνης	Δημοκρατίας 8	/26210 /35887
Αρχ/κή Συλλογή Αιανίς Κοζάνης		/98551

### ΙΗ' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Καβάλας

Μουσείο Καβάλας	Ερυθρού Σταυρού 17 - 65110 Καβάλα	051/222335
Μουσείο Θάσου	Μεγάλου Αλεξάνδρου 18 - 64004 Θάσος	0593/22180
Μουσείο Σερρών	Νικολάου Σταυρίδη (Πλατεία Ελευθερίας) 62126 Σέρρες	0321/22257
Μουσείο Φιλίππων	Κρηνίδες Καβάλας - 64003 Καβάλα	0551/51625

1

### ΙΘ' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Κομοτηνής

Μουσείο Κομοτηνής	Α.Συμεωνίδη 4	0531/22411
Μουσείο Σαμοθράκης	Παλιάπολη Σαμοθράκης	0551/41474
Αρχ/κή Συλλογή Αλεξανδρούπολης	Αλεξανδρούπολη Ν.Εβρου	-
Αρχ/κή Συλλογή Τραιανούπολης	Κοινότητα Λουτρού Ν.Εβρου	-

### Κ' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Μυτιλήνης

Μουσείο Μύρινας	Ρωμείκος Γιαλός Λήμνου	0254/2299 0
Μουσείο Χίου	Μιχάλων 10 - Χίος	0271/2666 4
Αρχ/κή Συλλογή Μήθυμνας	Μήθυμνα Λέσβου	0253/7105 9
Αρχ/κή Συλλογή Ερεσσου	Ερεσσός Λέσβου	0253/5333 2

### ΚΑ' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Κυκλάδων

Μουσείο Ανδρου	84500 Ανδρος	0282/2366 4
Μουσείο Μήλου	84800 Μήλος	0287/2162 0
Μουσείο Σίφνου	84003 Σίφνος	0284/3102 2
Μουσείο Σύρου	84100 Σύρος	0281/2848 7
Μουσείο Τήνου	84200 Τήνου	0283/2267 0
Μουσείο Μυκόνου	84600 Μύκονος	0289/2232 5
Μουσείο Νάξου	84300 Νάξος	0285/2272 5
Μουσείο Απειράνθου	84300 Νάξος	-
Μουσείο Πάρου	84400 Πάρος	0284/2123

		1
Μουσείο Θήρας	84700 Θήρα	0286/2221
		7
Μουσείο Νέο Θήρας	« «	0286/2321
		7
Μουσείο Σάμου	83100 Σάμος	0273/2746
		9
Μουσείο Δήλου	84600 Μύκονος	0289/2225
		9
Αρχ/κή Συλλογή Πυθαγορίου	83103 Σάμος	0273/6123
		8

### ΚΒ' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Ρόδου

Μουσείο Ρόδου	Πλατεία Μουσείου - 85100 Ρόδος	0241/27657 27674 (εσωτ. 113)
Κοσμητική Συλλογή	Πλατεία Αργυροκάστρου - 85100 Ρόδος	0241/27674 (εσωτ. 114)
Μουσείο Κω	85300 Κω	0242/28326
Μουσείο Σύμης	85600 Σύμη	0241/71114
Μουσείο Μεγίστης	85111 Μεγίστη	0241/29083
Μουσείο Καλύμνου	85200 Κάλυμνος	0243/23113
Μουσείο Χώρας Αμοργού	84008 Αμοργός	-

### ΚΓ' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων Ηρακλείου

Μουσείο Ηρακλείου	Οδ. Ξανθουδίδου 1 71110 Κρήτη	081/224630 226470 226092
-------------------	-------------------------------	--------------------------------

### ΚΔ' Εφορεία Προϊστορικών και Κλασσικών Αρχαιοτήτων

#### Αγ.Νικολάου

Μουσείο Αγ.Νικολάου	Κ.Παλαιολόγου 74	0841/22462
Μουσείο Σητείας	Οδός προς Πισκοκέφαλο	0843/23917
Αρχ/κή Συλλογή Ιεράπετρας	Οδός Αδριανού Κωστούλα	-

Μουσείο Χανίων

Χάληδων 24

0821/20334



## **1.2. ΕΦΟΡΕΙΕΣ ΒΥΖΑΝΤΙΝΩΝ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΩΝ**

**1η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων - έδρα Αθήνα - Πολυγνώτου  
2 - Τηλ. 321.3571 και 321.7232- 105 55**

Η 1η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων περιλαμβάνει τους Νομούς Αττικής, Βοιωτίας, Εύβοιας και Φωκίδας.

**2η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων - Έδρα Αθήνα - Κλεψύδρας 2  
- Τηλ. 321.8075 - 105 55**

Η 2η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων περιλαμβάνει α) το νομό Κυκλάδων εκτός από το νησί Αμοργός και β) το νομό Σάμου

**3η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων - Έδρα Χίος - Πετροκόκκινου  
22 - Τηλ. 0271-27592 - 82100**

Η 3η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων περιλαμβάνει τους Νομούς Λέσβου και Χίου.

**4η εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων - Έδρα οδός Ιπποτών και  
Αργυροκάστρου - Τηλ. 0241-27674 - 85 100**

Η 4η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων περιλαμβάνει το νομό Δωδεκανήσου και το νησί Αμοργός και το νομό Κυκλάδων.

**5η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων - Έδρα Σπάρτη - Μενελάου**

**71 - Τηλ. 0731-25363 - 231 00**

Η 5η εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων περιλαμβάνει τους Νομούς Αργολίδας, Αρκαδίας, Λακωνίας και Μεσσηνίας.

**6η εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων - Έδρα Πάτρα -**

**Φιλοποίμενος 56 - Τηλ. 061/276143 - 262 21**

Η 6η εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων περιλαμβάνει τους Νομούς Κορινθίας, Αχαΐας, Ηλείας, Κεφαλληνίας και Ζακύνθου.

**7η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων - Έδρα Λάρισα - Αλεξάνδρου**

**Παπαναστασίου 63 - τηλ. 041-258401 - 412 22**

η 7η εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων περιλαμβάνει τους Νομούς Μαγνησίας, Λάρισας, Τρικάλων, Καρδίτσας, Ευρυτανίας και Φθιώτιδος.

**8η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων - Έδρα Ιωάννινα -**

**Βαλαωρίτου 17 - Τηλ. 0651-25989 - 45444**

Η 8η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων περιλαμβάνει τους νομούς Ιωαννίνων, Πρέβεζας, Αρτας, Λευκάδας, Κέρκυρας, Θεσπρωτίας και Αιτωλοακαρνανίας.

**9η εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων- Έδρα Θεσσαλονίκη -  
Ροτόντα Αγ. Γεωργίου - Τηλ. 031-213627 540 09**

Η 9η εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων περιλαμβάνει τους νομούς Θεσσαλονίκης, Κιλκίς και Πιερίας εκτός από τις περιοχές Νέας Μηχανιώνας, Βασιλικών και Επανομής του Νομού Θεσσαλονίκης.

**10η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων - Έδρα Πολύγυρος - Τηλ.  
0371-22060 63100**

Η 10η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων περιλαμβάνει το νομό Χαλκιδικής, το Άγιο Όρος και τις περιοχές Νέας Μηχανιώνας και Επανομής του νομού Θεσσαλονίκης.

**11η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων - Έδρα Βέροια - Αντωνίου  
Καμάρα 3 - Τηλ. 0331-29737 59100**

Η 11η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων περιλαμβάνει τους νομούς Πέλλης, Ημαθίας, Κοζάνης, Γρεβενών, Φλώρινας και Καστοριάς.

**12η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων - Έδρα Καβάλα - Κύπρου 12  
- Τηλ. 051-224716 654 03**

Η 12η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων περιλαμβάνει τους νομούς Καβάλας, Σερρών, Δράμας, Ροδόπης, Ξάνθης και Έβρου.

13η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων - Έδρα Ηράκλειο Κρήτης -  
Επιμενίδου 2 - Τηλ. 081-286228 712 02

Η 13η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων περιλαμβάνει τους νομούς  
Ηρακλείου, Λασιθίου, Ρεθύμνης και Χανίων.

### **1.3. ΕΦΟΡΕΙΕΣ ΝΕΟΤΕΡΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ**

**1η Εφορεία Νεότερων Μνημείων - Έδρα Αθήνα - Λυσίου και Κλεψύδρας 1 - Τηλ. 325.3059 - 10556**

Η 1η Εφορεία Νεότερων Μνημείων περιλαμβάνει τους νομούς Αττικής, Βοιωτίας, Εύβοιας, Κυκλάδων, Λέσβου και Χίου.

**2η Εφορεία Νεότερων Μνημείων - Έδρα Πάτρα - Ρήγα Φερραίου 9 - Τηλ. 061-335208-262 23**

Η 2η Εφορεία Νεότερων Μνημείων περιλαμβάνει τους Νομούς Αχαΐας, Ηλείας, Μεσσηνίας, Αρκαδίας, Λακωνίας, Αργολίδος, Κορινθίας, Ζακύνθου, Κεφαλληνίας, Αιτωλοακαρνανίας και Φωκίδας.

**3η Εφορεία Νεότερων Μνημείων - Έδρα Ρόδος - Πλ. Αργυροκάστρου - Τηλ. 0241-27674 - 851100**

Η 3η Εφορεία Νεότερων Μνημείων περιλαμβάνει τους Νομούς Δωδεκανήσου και Σάμου.

**4η Εφορεία Νεότερων Μνημείων - Έδρα Θεσ/νίκη - Τηλ. 031-214497 - 546 34**

Η 4η εφορεία Νεότερων Μνημείων περιλαμβάνει τους νομούς Θεσσαλονίκης, Χαλκιδικής, Πιερίας, Κοζάνης, Ημαθίας, Πέλλης, Καστοριάς, Φλώρινας, Γρεβενών, Κιλκίς, Καβάλας, Δράμας, Σερρών, Ξάνθης, Ροδόπης και Έβρου.

**5η Εφορεία Νεότερων Μνημείων - Έδρα Βόλος - 28ης Οκτωβρίου  
249 - Τηλ. 0421-36987 - 382 22**

Η 5η Εφορεία Νεότερων Μνημείων περιλαμβάνει τους νομούς Λάρισας, Μαγνησίας, Τρικάλων, Καρδίτσας, Φθιώτιδας και Ευρυτανίας.

**6η Εφορεία Νεότερων Μνημείων - Έδρα Ιωάννινα - Ζυγομάλλη 11 -  
Τηλ. 0651-33498 - 453 32**

Η 6η Εφορεία Νεότερων Μνημείων περιλαμβάνει τους νομούς Ιωαννίνων, Αρτας, Πρέβεζας, Θεσπρωτίας, Κέρκυρας και Λευκάδας.

**7η Εφορεία Νεότερων Μνημείων - Ηράκλειο Κρήτης - Επιμενίδου  
2- Τηλ. 081-289629 - 712 02**

Η 7η Εφορεία Νεότερων Μνημείων περιλαμβάνει τους νομούς Ηρακλείου, Λασηθίου, Ρεθύμνης και Χανίων.

#### 1.4. ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

(Με αρμοδιότητα σε όλο τον ελλαδικό χώρο)

- Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο - Έδρα Αθήνα - Τοσίτσα 1 - Τηλ. 8217 725 - 106 82
- Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο - Έδρα Αθήνα - Βασ. Σοφίας 22 - Τηλ. 7211027 - 106 75
- Επιγραφικό Μουσείο - Έδρα Αθήνα - Τοσίτσα 1 - Τηλ. 8217 637 - 106 82
- Νομισματικό Μουσείο - Έδρα Αθήνα - Τοσίτσα 1 - Τηλ. 8217 769 - 106 82
- Εφορεία Εναλίων Αρχαιοτήτων -- Έδρα Αθήνα - Καλλησπέρη 30 - Τηλ. 9025 575 - 117 42
- Εφορεία Αρχαιοπωλείων και Ιδιωτικών Συλλογών - Έδρα Αθήνα - Πολυγνώτου 13 - Τηλ. 3219 860 - 105 55
- Εφορεία Παλαιοανθρωπολογίας - Σπηλαιολογίας - Έδρα Αθήνα - Χρήστου Λαδά 2 - Τηλ. 3225 304 - 105 61
- Μουσείο Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης - Κυδαθηναίων 17 - Τηλ. 3229031 - 3213018, 105 58 Αθήνα

**ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ**

**ΓΙΑ ΤΑ ΕΤΗ 1990 - 1991**



**XIII : 8. Κίνηση επισκεπτών μουσείων και αρχαιολογικών χώρων  
της Ελλάδος**

**Number of persons visiting Greek museums and archaeological sites**

Μουσεία (Μ) και αρχαιολογικοί χώροι (Α)	Επισκέπτες Visitors		Museums (Μ) and archaeological sites (Α)
	1990	1991(3)	
<b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΗΣ — GREATER ATHENS</b>			
Α Ακροπόλεως Αθηνών (1) .....	1.402.367	812.519	Α Ακροπόλις (1)
Μ Βυζαντινό και Χριστιανικό Αθηνών	32.060	14.833	Μ Byzantine and Christian
Μ Εθνική Πινακοθήκη - Μουσείο Αλεξ. Σούτσου	11.466	7.268	Μ National Picture Gallery - Alexandros Soutsos
Μ Εθνικό Αρχαιολογικό Αθηνών	485.402	248.046	Μ National Archaeological of Athens
Α Θέατρο Διονύσου .....	36.945	16.328	Α Dionyssus Theatre
Α Θησείο - Αρχαία Αγορά (1) ..	123.620	56.374	Α Thissio - Ancient Agora (1)
Μ Ιστορικό Νεότερας Ελλάδος ..	17.557	12.030	Μ Historical of Modern Greece
Μ Κανελλοπούλου .....	9.160	2.541	Μ Kanellopoulos
Α Κεραμεικού (1) .....	14.250	7.273	Α Keramikos (1)
Μ Μονής Δαφνίου .....	39.536	16.191	Μ Monastery of Dafni
Μ Μπενάκειο Αθηνών .....	57.005	29.855	Μ Benakio (Athens)
Α Ολυμπίειου .....	55.967	21.134	Α Temple of Olympian Zeus
Μ Πειραιώς .....	3.276	1.999	Μ Archaeological of Piraeas
Α Ρωμαϊκής Αγοράς .....	12.440	3.760	Α Forum Romanum
<b>ΛΟΙΠΗ ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΣ ΚΑΙ ΕΥΒΟΙΑ</b>			
<b>REST OF CENTRAL GREECE AND EVIA</b>			
Α Βραυρώνας (1) .....	5.025	1.518	Α Vravrona (1)
Α Δελφών .....	590.736	292.033	Α Delfi
Μ Δελφών .....	515.589	231.984	Μ Delfi
Α Ελευσινίας (4) .....	8.516	5.079	Α Elefsina (1)
Μ Ερετρίας .....	5.637	2.578	Μ Eretria
Μ Θηβών .....	6.527	2.199	Μ Thiva
Μ Μονής Οσίου Λουκά .....	105.693	42.394	Μ Monastery of Ossios Loukas
Α Ναού Απόλλωνα Αίγινας (1) ..	11.397	4.019	Α Temple of Apollo (1) (Egina)
Α Ναού Αφαίας (1) .....	146.119	85.368	Α Temple of Afea (1)
Α Σουνίου .....	275.644	135.677	Α Sounio
Α Τυμβού Μαραθώνα .....	7.368	4.491	Α Tomb of Marathonas
Α Χαλκίδας (2) .....	—	754	Μ Chalkida (2)
<b>ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ — PELOPONNISSOS</b>			
Ανακτόρου Νέστορα .....	30.522	17.306	Α Palace of Nestor
Αργούς .....	3.716	2.261	Μ Argos
Αρχαίας Ολυμπίας .....	404.138	216.111	Α Ancient Olympia
Αρχαίας Ολυμπίας .....	360.842	168.834	Μ Ancient Olympia
Επιδαύρου (1) .....	540.596	297.528	Α Epidavros (1)
Λέρνης .....	2.040	1.130	Α Lerni
Μυκηνών - Θησαυρού Ατρείως	507.161	274.262	Α Mykines - Atreus Thesaurus
Μυστρά (1) .....	154.531	75.739	Α Mystras (1)

Πίνακας - Table XIII : 8. συνέχεια - continued

Μουσεία (Μ) και αρχαιολογικοί χώροι (Α)	Επισκέπτες Visitors		Museums (Μ) and archaeological sites (Α)
	1990	1991(3)	
Μ Ναυπλίου .....	11.991	8.067	Μ Ναύπλιο
Α Νεμέας (2) .....	4.880	3.283	Α Nemea (2)
Α Παλαιάς Κορίνθου (1) .....	193.857	85.891	Α Ancient Korinthos (1)
Μ Πατρών (2) .....	699	567	Μ Patra (2)
Μ Πύλου .....	4.789	2.670	Μ Pylos
Μ Σπάρτης .....	12.591	5.602	Μ Sparti
Μ Τεγέας .....	2.479	1.018	Μ Tegea
Α Τίρυνθας .....	43.500	26.822	Α Tiryntha
Α Φρουρίου Παλαμιδίου .....	157.800	87.849	Α Palamidi Fortress
Μ Χώρας Τριφυλίας .....	11.495	6.327	Μ Chora (Trifylia)
ΙΟΝΙΟΙ ΝΗΣΟΙ — IONIAN ISLANDS			
Μ Αντιβουνιώτισσας (2) .....	—	1.728	Μ Antivouniotissa (2)
Μ Αργοστολίου .....	12.262	560	Μ Argostoli
Μ Ασιατικής Τέχνης (Κερκυρα) ...	33.432	19.192	Μ Sino-Japanese (Kerkyra)
Μ Ζακύνθου (2) .....	25.639	8.930	Μ Zakynthos (2)
Μ Κερκύρας .....	18.838	12.820	Μ Kerkyra
Α Φρουρίου Ζακύνθου (2) .....	14.886	8.432	Α Castle of Zakynthos (2)
ΘΕΣΣΑΛΙΑ — THESSALIA			
Μ Αρχοντικού Γ. Σβαρτζ .....	11.114	3.184	Μ Swartz Mansion
Μ Βόλου .....	10.520	3.773	Μ Volos
Μ Λαρίσης .....	2.309	1.060	Μ Larissa
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ — MAKEDONIA			
Μ Αγίου Γεωργίου (Ροτόντα) (2) ..	—	—	Μ Agios Georgios (the Rotonda) (2)
Μ Αγίου Νικολάου Ορφανού (2) ..	1.088	326	Μ Agios Nikolaos Orfanos (2)
Α Ανακτόρων Βεργίνας .....	18.214	8.342	Α Vergina Palaces
Μ Βεροίας .....	335	449	Μ Veria
Μ Δίου Λιτοχώρου (1) .....	35.600	17.432	Α Dio of Litochoro (1)
Μ Θάσου .....	14.424	7.458	Μ Thassos
Μ Θεσσαλονίκης .....	132.245	55.700	Μ Thessaloniki
Μ Καβάλας .....	5.417	1.967	Μ Kavala
Μ Λευκού Πύργου .....	72.045	26.993	Μ Lefkos Pyrgos
Α Πέλλης .....	21.900	11.150	Μ Pella
Μ Πέλλης .....	20.900	11.350	Μ Pella
Μ Πολυγύρου .....	4.014	1.046	Μ Polygyros
Α Φιλίππων .....	29.979	17.467	Α Philippi
Μ Φιλίππων .....	2.327	1.749	Μ Philippi
ΗΠΕΙΡΟΣ — IPIROS			
Α Δωδώνης .....	20.920	18.737	Α Dodoni
Μ Ιωαννίνων .....	8.691	4.192	Μ Ioannina
Α Κασώπης (2) .....	2.000	1.584	Α Kassopi (2)

Πίνακας - Table XIII : 8. συνέχεια - continued

Μουσεία (Μ) και αρχαιολογικοί χώροι (Α)	Επισκέπτες Visitors		Museums (Μ) and archaeological sites (Α)
	1990	1991(3)	
Μ Ναού Παρηγορήτισσας (Άρτας)	8.239	3.474	Μ The Holy Church of Parigori-tissa (Arta)
Α Νεκρομαντείου Αχέρωντα .....	10.630	10.356	Α Nekromadio of Acherodas
Μ Νικοπόλεως (1) .....	11.688	4.415	Μ Nikopolis (1)
ΚΡΗΤΗ — ΚΡΙΤΙ			
Μ Αγίου Νικολάου .....	14.520	12.958	Μ Agios Nikolaos
Α Αγίας Τριάδας Φαιστού .....	24.252	14.323	Α Agia Triada of Festos
Α Ανακτόρου Ζάκρου .....	25.595	18.211	Α Palace of Zakros
Α Γόρτυνος .....	134.570	89.535	Α Gortyna
Μ Ηρακλείου .....	459.800	311.314	Μ Iraklio
Α Κνωσού .....	706.306	515.615	Α Knossos
Α Μαλλίων .....	89.162	46.689	Α Mallia
Μ Παναγίας Κεράς .....	67.600	40.800	Μ Church of Panagias Keras
Μ Ρεθύμνου .....	23.083	14.868	Μ Rethymno
Μ Σητείας .....	3.993	2.424	Μ Sitia
Α Σπηλαίου Ψυχρού .....	113.966	99.714	Α Cave of Psychro
Α Τυλίσσου .....	3.811	3.203	Α Tylissos
Α Φαιστού .....	177.410	107.330	Α Festos
Α Φρουρίου Λιμένα Ηρακλείου Κούλε	15.000	9.500	Α Koule Castle at Iraklio Port
Μ Χανίων .....	32.406	17.874	Μ Chania
ΝΗΣΟΙ ΑΙΓΑΙΟΥ — AEGEAN ISLANDS			
Α Ακροπόλεως Ιαλυσού .....	82.548	54.751	Α Acropolis of Ialysos
Α Ακροπόλεως Λίνδου .....	419.187	290.964	Α Acropolis of Lindos
Α Ακρωτηρίου Θήρας .....	139.240	90.520	Α Thira Cape
Α Αναστηλωμένης Οικίας Κω .....	24.840	15.877	Α Restored House of Kos
Μ Άνδρου .....	15.752	8.475	Μ Andros
Α Ασκληπιείου Κω .....	112.344	86.240	Α Asklepio of Kos
Α Δήλου (1) .....	86.212	56.206	Α Dilos (1)
Α Ηραίου Σάμου .....	27.350	28.740	Α Ireo (Hera's Sanctuary) of Samos
Μ Θήρας .....	15.819	10.551	Μ Thira
Α Καμίρου .....	153.569	116.940	Α Kamiros
Α Κάστρου Κω .....	108.284	72.717	Α Castle of Kos
Α Κάστρου Μυτιλήνης .....	3.370	2.678	Α Castle of Mytilini
Α Κατακόμβες Μήλου (2) .....	—	—	Α Catacombs of Milos (2)
Μ Κοσμητικής Συλλογής Ρόδου .....	16.500	6.816	Μ Jewellery Collection of Rodos
Μ Κω .....	41.313	23.952	Μ Kos
Μ Μυκόνου .....	10.759	4.919	Μ Mykonos
Μ Μυτιλήνης (2) .....	—	2.828	Μ Mytilini (2)
Μ Νάξου .....	25.716	17.748	Μ Naxos
Μ Παλατίου Μεγάλου Μαγίστρου Ρόδου	180.821	112.912	Μ Palace of Great Magistros (Rodos)
Μ Πάρου .....	6.294	5.806	Μ Paros
Μ Ρόδου .....	80.457	42.302	Μ Rodos

Πίνακας - Table XIII : 8. συνέχεια - continued

Μουσεία (Μ) και αρχαιολογικοί χώροι (Α)	Επισκέπτες Visitors		Museums (Μ) and archaeological sites (Α)
	1990	1991(3)	
Μ Σάμου .....	21.986	14.189	Μ Samos
Μ Τήνου .....	3.173	2.311	Μ Tinos
Μ Χίου (2) .....	—	—	Μ Chios (2)

ΘΡΑΚΗ — THRAKI

Μ Κομοτηνής .....	324	545	Μ Komotini
Α Σαμοθράκης (2) .....	2.950	1.091	Α Samothraki (2)
Μ Σαμοθράκης (2) .....	3.695	3.802	Μ Samothraki (2)

Πηγή : Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων.

Σημ. : Περιλαμβάνονται μόνο τα μουσεία και οι αρχαιολογικοί χώροι, στους οποίους καταβάλλονται δικαιώματα εισόδου.

- (1) Ισχύει ενιαίο εισιτήριο για τον αρχαιολογικό χώρο και το αντίστοιχο μουσείο.
- (2) Κλειστό ολόκληρο το έτος ή μερικούς μήνες.
- (3) Η μείωση του αριθμού επισκεπτών στα Μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους κατά το 1991, δεν είναι πραγματική, αλλά οφείλεται στο γεγονός ότι από τον Απρίλιο 1991, οι μεμονωμένοι επισκέπτες δεν πληρώνουν εισιτήριο τις Κυριακές και τις άλλες εξαιρεσιμες αργίες (ελεύθερη είσοδος) και συνεπώς δεν καταγράφονται. (Απόφαση ΥΠΠΟ-ΓΝΟΣ 8685/29-3-91 των Υπουργών Πολιτισμού και Οικονομικών).

Source : Archaeological Resources and Expropriations Fund

Note : The table shows only museums and archaeological sites for which entrance fees are required.

- (1) For both the archaeological site and the corresponding museum one ticket is needed.
- (2) Closed for the whole or part of the year.
- (3) The decrease in the number of visitors during 1991 is due to the fact that from April 1991 onwards no ticket is paid on Sundays and holidays by visitors (except of those in groups). Therefore, no number of visitors is recorded during these days.

**ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ  
ΚΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΩΝ ΕΚΘΕΜΑΤΩΝ**

# ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΗΣ ΝΕΟΤΕΡΗΣ ΑΘΗΝΑΣ

(Εταιρεία Ελληνικού  
Λογοτεχνικού και  
Ιστορικού Αρχείου)

1, 2, 4. Αναπαρασταση από γειτονιάς της  
παλαιάς Αθήνας.

3. Λαϊκή λιθογραφία με τον Ελ. Βενιζέλο  
και το χάρτη της Μεγάλης Ελλάδος.

4. Παλιά τεπογραφικά μηχανήματα.

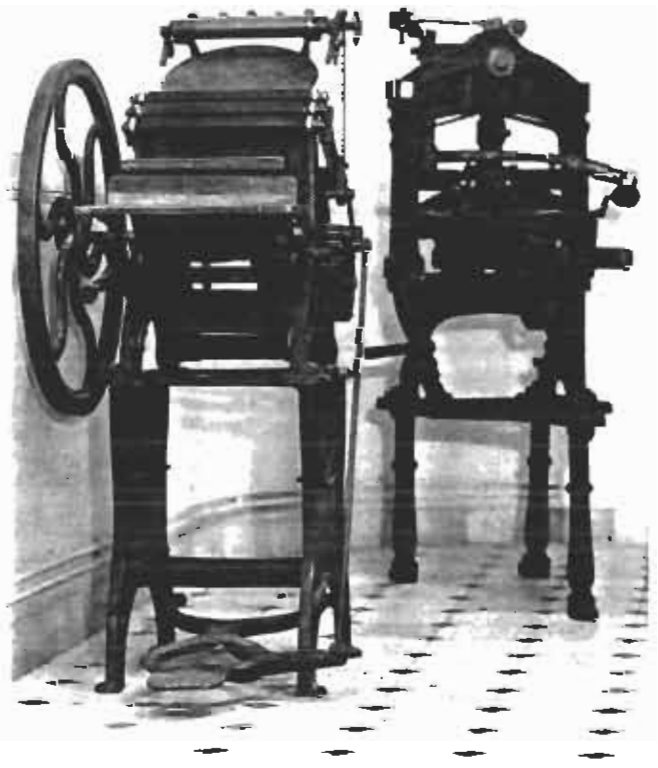


## ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

Αγίου Ανδρέου, 5

105 56 Αθήνα

Τηλ.: (01) 3250378, 3211149



ΜΟΥΣΕΙΟ  
ΦΥΣΙΚΗΣ  
ΙΣΤΟΡΙΑΣ  
ΓΟΥΛΑΝΔΡΗ

1. Εξωτερική άποψη του Μουσείου

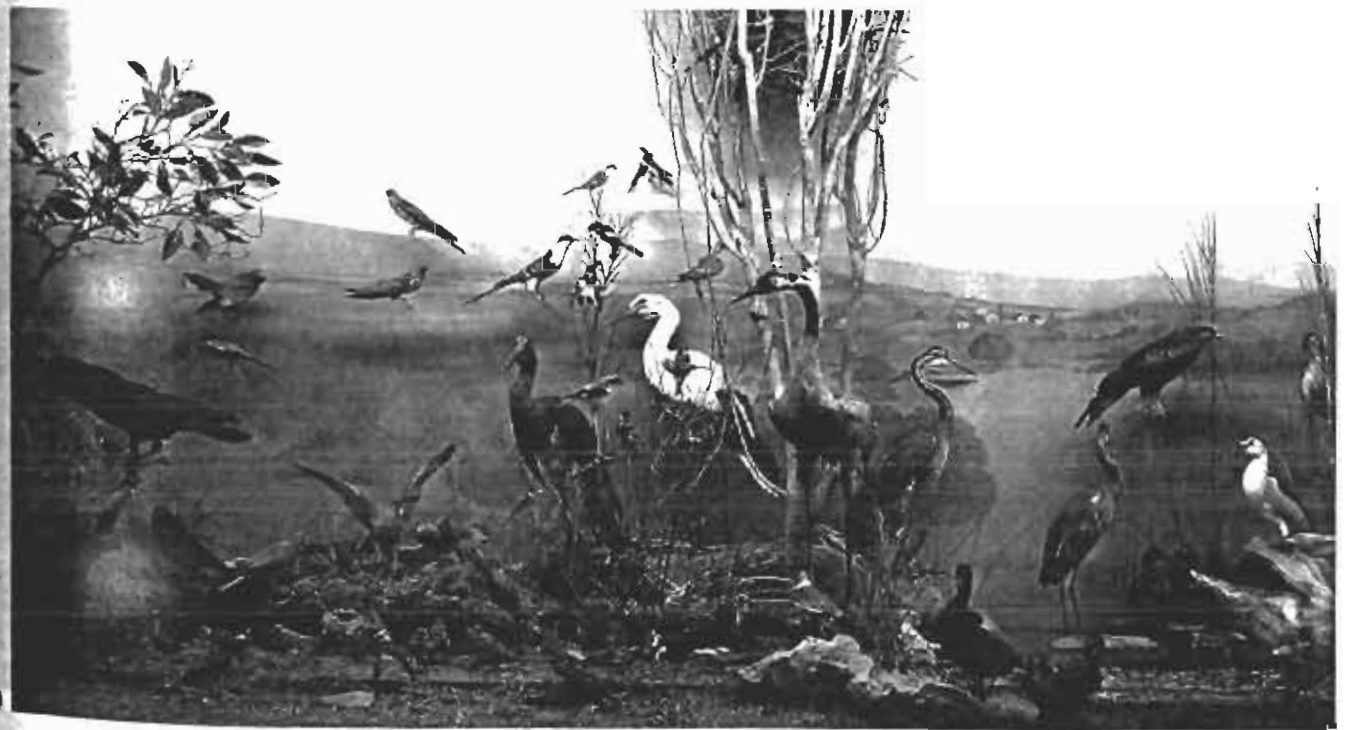
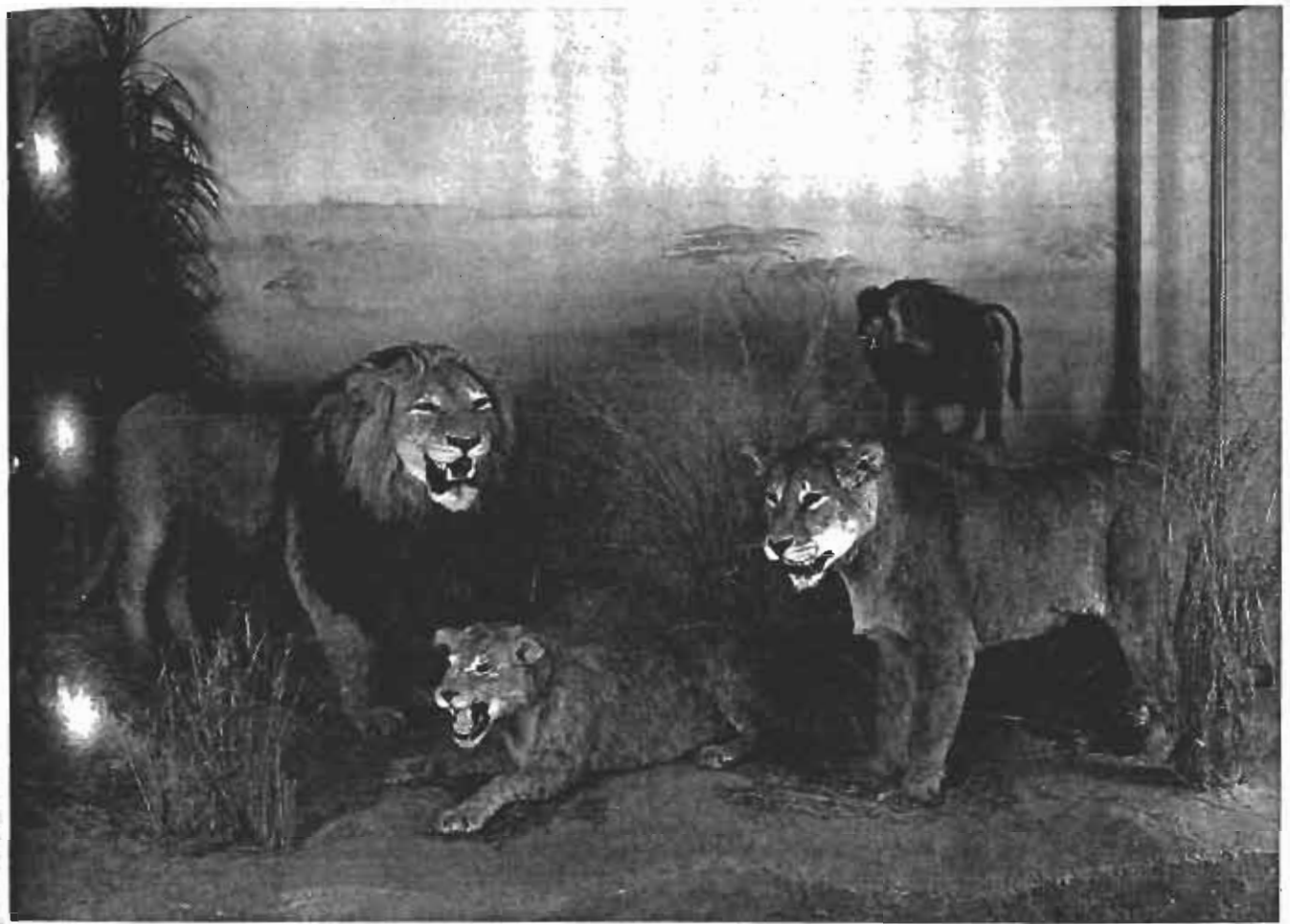
2. Αίθουσα Ζωολογίας

3. Αίθουσα ελληνικής αρχιτεκτονικής



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:  
Λεβίδου 13  
145 02 Κηφισιά  
Τηλ.: (01) 8015870, 8086405,  
8087345  
Fax: 8080674





# ΝΑΥΤΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ



## ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

(α) Ενόπλων Δυνάμεων, 10

84 600 Μύζονος

Τηλ: (0289) 22 700

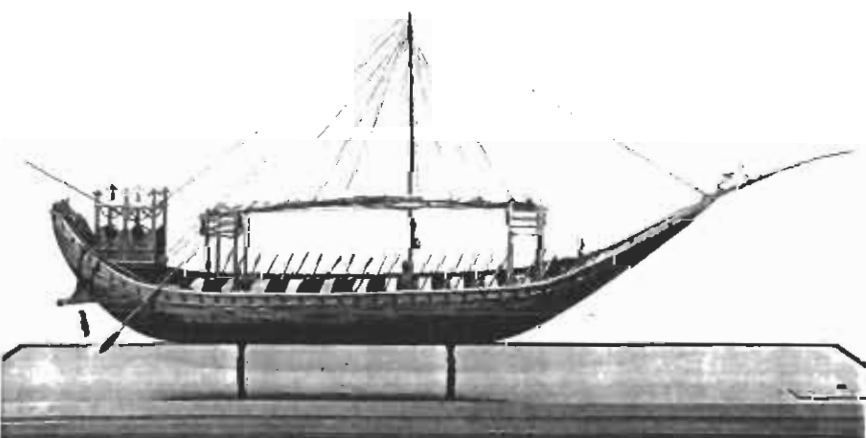
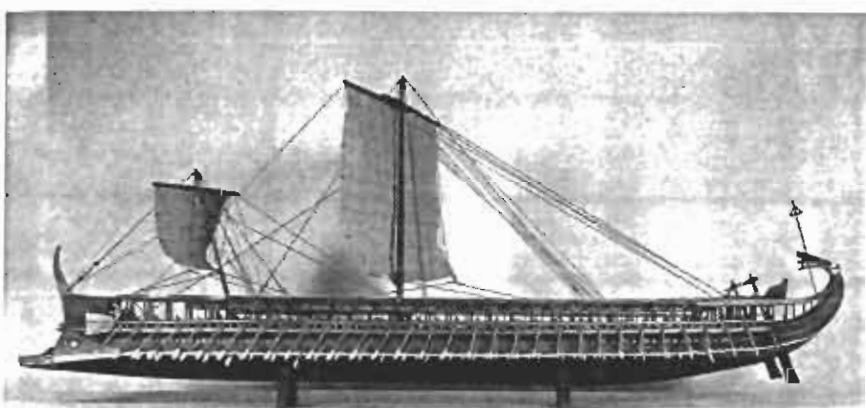
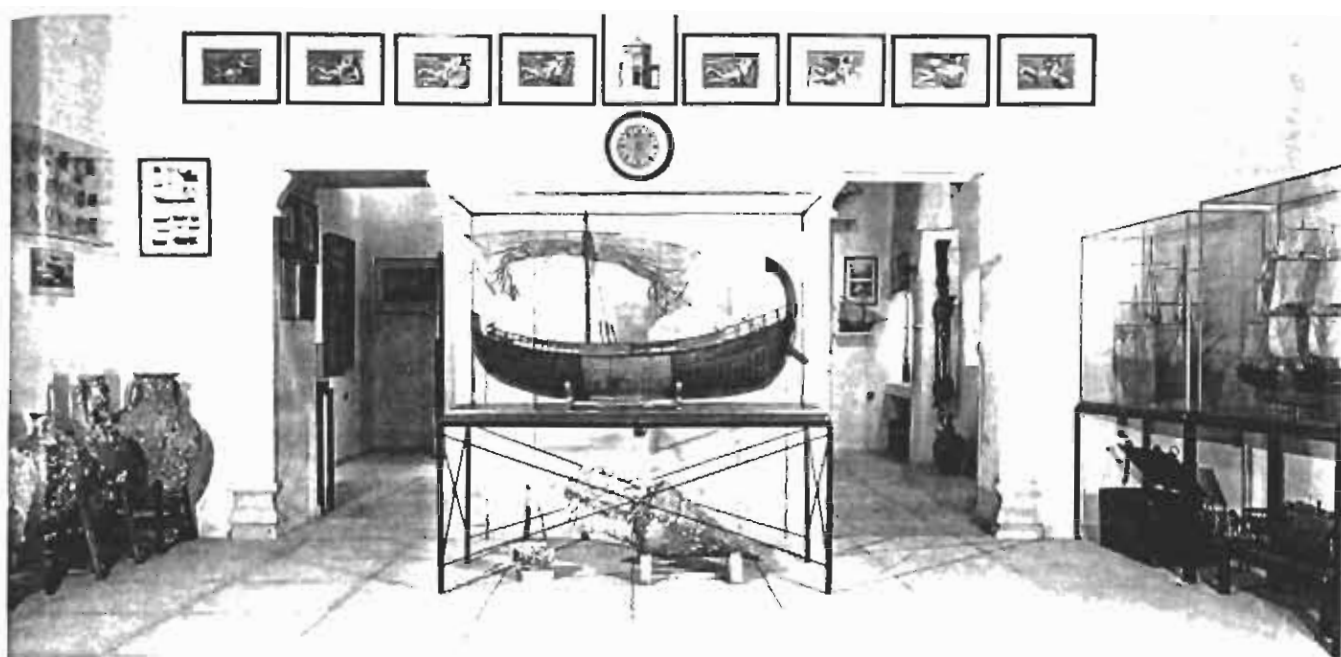
(β) (Γραφεία Αθηνών)

Δ. Γούναρη, 2

185 31 Πειραιάς

Τηλ: (01) 42 22 880

Fax: (01) 42 22 891



1. Εξωτερική άποψη του Μουσείου
2. Εσωτερικό του Μουσείου
3. Αθηναϊκή Τριήρης, 5ου αιώνα π.Χ.
4. Ομοίωμα του πλοίου της Θήρας  
Περ 1500 π.Χ.
5. Ασμενίο τετράδραχμο Αντιγόνου  
Δώσωνος (220-221 π.Χ.)

ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗ  
ΔΗΜΗΤΡΗ  
ΠΙΕΡΙΔΗ

1. Εξωτερική αποψη της Πινακοθήκης

2. Εσωτερικό της Πινακοθήκης

3. Δ. Μυταρά «Ντέπν». Αγοράζο  
220 x 190, 1980



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Λεωφ. Βασ. Γεωργίου Α', 29

166 75 Γλυφάδα - Αθήνα

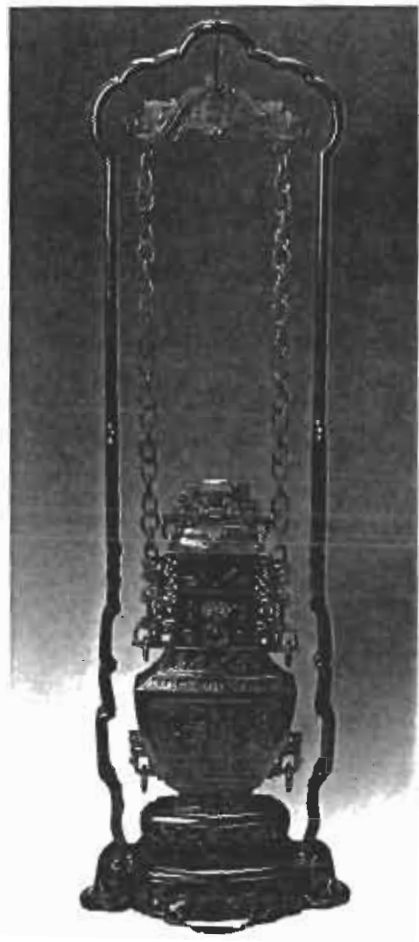
Τηλ.: (01) 89 80 166

Fax: (01) 89 80 069



3

ΝΕΟ ΜΟΥΣΕΙΟ  
ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΚΑΙ  
ΑΝΑΤΟΛΙΤΙΚΗΣ  
ΤΕΧΝΗΣ 1984



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:  
(Υπό οργάνωση)  
Ευελπίδων 1  
113 62 Αθήνα  
Τηλ.: (01) 884383

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ / ΠΗΓΕΣ

- Museum Basics - Timothy Amrose and Grispin Paine
- Museum and Tourism - Συνέδριο Μουσειολογίας του ICOM το 1985.
- Πρακτικά Α' συνάντησης μουσειολογίας 1984 - ICOM.
- The protection of cultural property - Bonnie Burnham
- Εθνική Στατιστική υπηρεσία της Ελλάδας
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
- Υπουργείο Πολιτισμού
- Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων
- **Εφημερίδες:** Καθημερινή, τα Νέα, το Βήμα
- Ελληνικό τμήμα του ICOM. (Διεθνές συμβούλιο Μουσείων) - Ασωμάτων  
15 - Αθήνα

