



ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

Τμήμα Αρχαιονομίας, Βιβλιοθηκονομίας & Μουσειολογίας

**Π.Μ.Σ.
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΕΚΜΗΡΙΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ
ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*«Ιστοτόποι πολεμικών – στρατιωτικών
μουσείων στην Ελλάδα: κριτική παρουσίαση
και μελλοντική προοπτική»*

Επόπτης: Παπαϊωάννου Γεώργιος

Τριμελής Επιτροπή: Γ. Παπαϊωάννου, Δ. Μεταλληνός, Μ. Δαμίγος

Μεταπτυχιακή Φοιτήτρια: Καραγκούνη Αικατερίνη

A.M.: MAB201220

02-09-2023

ΚΕΡΚΥΡΑ

Πίνακας περιεχομένων

Πίνακας περιεχομένων	2
Ευχαριστίες	4
Περίληψη	5
Abstract.....	6
Εισαγωγή	7
Κεφάλαιο 1: Περί μουσείων	9
1.1.Ο ορισμός και οι λειτουργίες	9
1.2.Οι κατηγοριοποιήσεις και το περιεχόμενο.....	11
Κεφάλαιο 2: Θεωρητικό πλαίσιο	15
2.1. Μεθοδολογία έρευνας.....	15
2.2. Πρόγραμμα MINERVA.....	16
Κεφάλαιο 3: Πολεμικά – Στρατιωτικά Μουσεία – Η φιλοσοφία	19
Κεφάλαιο 4: Παρουσίαση των μουσείων – Ιστορική αναδρομή.....	23
4.1. Πολεμικό Μουσείο Αθηνών	23
4.2. Πολεμικό Μουσείο Θεσσαλονίκης	25
4.3. Πολεμικό Μουσείο Ναυπλίου.....	27
4.4. Πολεμικό Μουσείο Χανίων	27
4.5. Στρατιωτικό Μουσείο Ρεθύμνου.....	28
4.6. Πολεμικό Μουσείο Τρίπολης	28
4.7. Πολεμικό Μουσείο Καλαμάτας	29
4.8. Πολεμικό Μουσείο Χαλκίδας	29
4.9. Μουσείο Πολεμικής Αεροπορίας στην Δεκέλεια	29
4.10. Ναυτικό Μουσείο της Ελλάδος.....	30
4.11. Στρατιωτικά Μουσεία.....	30
Κεφάλαιο 5: Αξιολόγηση των ιστοτόπων των μουσείων.....	32
5.1. Ιστοτόποι άλλων πολεμικών μουσείων και στρατιωτικών χώρων.....	39

Κεφάλαιο 6: Κριτική Παρουσίαση και Μελλοντική Προοπτική	41
Επίλογος	45
Βιβλιογραφία - Διαδίκτυο.....	48

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να προσφέρω τις θερμές μου ευχαριστίες στον υπεύθυνο καθηγητή μου κύριο Γεώργιο Παπαϊωάννου για την πολύτιμη βοήθειά του και τον χρόνο που μου διέθεσε. Επιπλέον, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου και τους φίλους μου, για τη διαρκή στήριξή τους.

Περίληψη

Τα μουσεία αποτελούν θεσμούς - ιδρύματα τα οποία συλλέγουν, εκθέτουν και διατηρούν την πολιτιστική κληρονομιά. Τα μουσεία, όπως και άλλοι πολιτιστικοί φορείς και οργανισμοί, χρησιμοποιούν την τεχνολογία τις τελευταίες δεκαετίες για να κάνουν τις συλλογές και τις λειτουργίες τους περισσότερο προσβάσιμες στο κοινό και για να παρέχουν ακόμα περισσότερες πληροφορίες με τρόπο φιλικό προς τον χρήστη και τον ερευνητή. Μία ειδική κατηγορία μουσείων αποτελούν τα στρατιωτικά και πολεμικά μουσεία τα οποία και θα αποτελέσουν την περίπτωση μελέτης στην παρούσα εργασία.

Τα πολεμικά και στρατιωτικά μουσεία θα παρουσιαστούν με βάση τις ιστοσελίδες τους, η αξιολόγηση των οποίων στηρίχθηκε στο πρόγραμμα MINERVA 2002, ένα ευρωπαϊκό πρόγραμμα, που στόχευσε στη δημιουργία δικτύου των Υπουργείων των χωρών μελών, ώστε να συζητηθούν και να εναρμονιστούν οι δραστηριότητες και οι δράσεις στον τομέα της ψηφιοποίησης του πολιτιστικού και επιστημονικού περιεχομένου, για τη δημιουργία μίας κοινής πλατφόρμας, με συστάσεις και οδηγίες για την ψηφιοποίηση, τα μεταδεδομένα, την αειφόρο προσβασιμότητα και διατήρηση. Οι κατευθυντήριες οδηγίες αυτού του προγράμματος αποτέλεσαν το βασικό εργαλείο στην αξιολόγηση των ιστοτόπων των πολεμικών μουσείων. Επιπλέον, στην παρούσα εργασία θα παρουσιαστούν ορισμένες προτάσεις με στόχο να γίνουν οι εν λόγω ιστότοποι περισσότερο φιλικοί στον χρήστη.

Λέξεις - κλειδιά: Μουσείο, Πολεμικό Μουσείο, Στρατιωτικό Μουσείο, Ιστότοπος, πρόγραμμα MINERVA

Abstract

Museums have been the institutions that collect, exhibit and conserve our cultural heritage. Museums and other cultural organizations and institutions during the last decades have been using technology in order to make their collections and their functions more accessible to the public and provide user friendly information to the public and the researchers. One special category of museums consists of the military and war museums which will be our case study in the present paper.

War and Military museums in Greece will be presented through their websites. The evaluation of their websites is based on the MINERVA 2002, a European project which aims to create a network of Member States Ministries to discuss, correlate and harmonise activities carried out in digitisation of cultural and scientific content, for creating an agreed common platform, recommendations and guidelines about digitisation, metadata, long-term accessibility and preservation. The guidelines of this project will be used as our basic tool to evaluate the websites of the war museums. Moreover, the paper will discuss some proposals to make these websites more user-friendly.

Keywords: Museum, War Museum, Military Museum, Website, MINERVA project

Εισαγωγή

Η διατήρηση της μνήμης αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ιστορίας κάθε τόπου. Στην προσπάθεια αυτή συνέβαλαν και συμβάλλουν αποτελεσματικά τα μουσεία. Η Ελλάδα, ως μια χώρα με ιστορία πολυτάραχη, περιπετειώδη και με αρκετά ενεργό ρόλο σε πολέμους παγκόσμιους, Βαλκανικούς, Μικρασιατική καταστροφή, εμφύλιος πόλεμος κ.ά. δεν θα μπορούσε να μην είχε προβεί σε δημιουργία χώρων με σκοπό τη μνήμη, την απόδοση τιμών και την ανάδειξη της ιστορίας της.

Τα μουσεία, πέρα από την ανάδειξη και διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, στοχεύουν στην εκπαίδευση και την ψυχαγωγία όλων των κοινωνικών ομάδων. Δεν είναι πλέον κλειστά και προσβάσιμα μόνο από περιορισμένο κοινό. Στοχεύουν στην διεύρυνση του κοινού τους και στην προβολή των συλλογών και των δραστηριοτήτων τους. Οι νέες τεχνολογίες συμβάλλουν πολλαπλά και ποικιλοτρόπως στην επικοινωνιακή πολιτική τους και στην διευκόλυνση της πρόσβασης στην πληροφορία. Ο Παγκόσμιος Ιστός και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν μεταβάλει άρδην τον τρόπο που οι σύγχρονοι άνθρωποι αναζητούν πληροφορίες, ενημερώνονται ψυχαγωγούνται και εκπαιδεύονται. Όλοι οι πολιτιστικοί οργανισμοί αντιλαμβάνονται πλέον την ανάγκη να χρησιμοποιήσουν τα μέσα επικοινωνίας που προσφέρει η τεχνολογία προκειμένου να έρθουν σε επαφή, να ενημερώσουν και να προσελκύσουν το κοινό. Η ύπαρξη ιστότοπου, συνεπώς, είναι ουσιώδης και οφείλει να σχεδιάζεται με προσοχή και εξειδικευμένη μελέτη, λαμβάνοντας υπόψιν όλες τις παραμέτρους ώστε να ικανοποιεί και να διευκολύνει τους χρήστες συμβάλλοντας στην γνωριμία με το μουσείο και τις συλλογές του.

Εφόσον γίνεται αντιληπτός ο κομβικός ρόλος του μουσείου στον πολιτισμό γενικότερα, επίσης, γίνεται αντιληπτό ότι οι ιστότοποι των μουσείων είναι ουσιώδους σημασίας για την επικοινωνία του μουσείου με το κοινό και κατά συνέπεια η έγκυρη και πλήρως καταρτισμένη μελέτη σχετικά με τον σχεδιασμό των ιστοτόπων αυτών και του βαθμού μέσω του οποίου επιτυγχάνουν τον επικοινωνιακό τους στόχο, είναι σημαντική.

Επιπλέον, ο στόχος σήμερα είναι η διαμόρφωση ενεργών πολιτών σε μια συμμετοχική διαδικασία αλληλεπίδρασης με το μουσείο και τις συλλογές του και όχι απλώς παθητικών δεκτών (Merriman,1999).

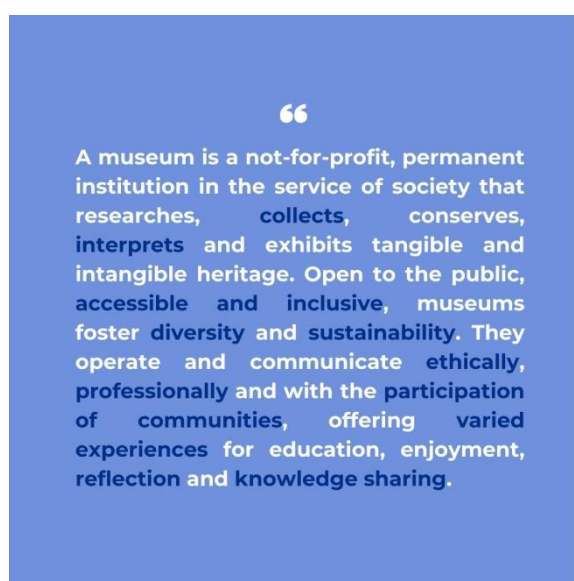
Για τη διαμόρφωση αυτών των ενεργών επισκεπτών το μουσείο δεν αρκείται πλέον στην παρουσίαση των συλλογών του αλλά προσφέρει και βιωματικές δραστηριότητες για την εξοικείωση του κοινού με το μουσείο και την ανάπτυξη της κριτικής σκέψης και της γνώσης ώστε να γίνεται πλέον λόγος για «εμπειρία» ψυχαγωγική και διδακτική (Τζιαφέρη, 2005).

Η παρούσα διπλωματική έχει ως αντικείμενο μελέτης της τους ιστότοπους των πολεμικών - στρατιωτικών μουσείων στην Ελλάδα: κριτική παρουσίαση και μελλοντική προοπτική. Στα επόμενα κεφάλαια θα αναπτυχθούν σκέψεις σχετικές με τη λειτουργία των μουσείων, τις κατηγοριοποιήσεις και το περιεχόμενό τους. Εν συνεχεία, θα παρατεθεί η μεθοδολογία της έρευνας ενώ σημαντική αναφορά θα γίνει στο πρόγραμμα MINERVA πάνω στο οποίο στηριχθήκαμε. Έπειτα, θα γίνει αναφορά σε δέκα πολεμικά μουσεία της χώρας ενώ στην πορεία θα γίνει προσπάθεια αξιολόγησης των ιστοτόπων τους. Ολοκληρώνοντας τη διπλωματική, θα επιχειρηθεί κριτική παρουσίαση και εκτιμήσεις για τη μελλοντική προοπτική των μουσείων και των διαδικτυακών τους χώρων. Στο τέλος της παρούσης, ο αναγνώστης θα είναι σε θέση να εντοπίσει συγκεντρωτικά την βιβλιογραφία που αξιοποιήθηκε για την εκπόνηση της εργασίας.

Κεφάλαιο 1: Περί μουσείων

1.1.Ο ορισμός και οι λειτουργίες

Αρκετά συχνά στο άκουσμα της λέξης μουσείο η πλειονότητα των ανθρώπων παραπέμπεται σε ένα κτίριο γεμάτο συλλογές ποικίλης ύλης, θεματολογίας και ενδιαφέροντος, που δύναται να επισκεφθεί κατά βούληση. Πρόκειται ουσιαστικά για έναν χώρο ο οποίος μας προσκαλεί να έρθουμε σε επαφή με τον πολιτισμό, την



Εικόνα 1: Νέος ορισμός μουσείου (2022), διαθέσιμο στο: <http://www.icom-cc.org/>

ιστορία και την επιστήμη. Σύμφωνα με τον επίσημο ορισμό της ICOM (International Council of Museums) το μουσείο ορίζεται ως ένα μόνιμο ίδρυμα, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξής της, ανοικτό στο κοινό, που έχει ως έργο του τη συλλογή, τη μελέτη, τη διατήρηση, τη γνωστοποίηση και την έκθεση τεκμηρίων του ανθρώπινου πολιτισμού και περιβάλλοντος, με στόχο τη μελέτη, την εκπαίδευση, την ψυχαγωγία και τον

αναστοχασμό (ICOM, 2022, βλ. εικ. 1).¹

Τα μουσεία, ανέκαθεν, αποτελούσαν πηγή διατήρησης της ιστορικής μνήμης και της προβολής του πολιτισμού. Τα πολεμικά μουσεία διαχειρίζονται υλικό που αφορά στις δύσκολες περιόδους των πολεμικών συγκρούσεων αλλά αναδεικνύει και τον ηρωισμό, τις λαμπρές νίκες του έθνους, αλλά και τις δυσκολίες που συναντήθηκαν. Η χώρα μας, λόγω και της γεωγραφικής της θέσης και των ιστορικών συγκυριών ανά τους αιώνες είχε εμπλακεί σε πλήθος πολεμικών συρράξεων. Η διατήρηση της μνήμης, όμως, ανέκαθεν αποτελούσε πρωταρχικό μέλημα προκειμένου όχι μόνο να αντλούμε από την εμπειρία των παλαιότερων γενεών αλλά παράλληλα και οι νεότερες γενιές να μαθαίνουν, να αντιλαμβάνονται και να διδάσκονται την ιστορία τους, καθώς, όπως σημείωσε χαρακτηριστικά και ο Ισπανός

¹Στις 24 Αυγούστου 2022 στην Πράγα, η Έκτακτη Γενική Συνέλευση του ICOM ψήφισε τον νέο ορισμό του Μουσείου με ποσοστό 92,41%.

φιλόσοφος Σανταγιάνα, «Λαός που δεν γνωρίζει την ιστορία του είναι καταδικασμένος να την ξαναζήσει».

Μετά τη λήξη του Α΄ Παγκοσμίου Πολέμου άρχισαν να δημιουργούνται τα πρώτα πολεμικά μουσεία με κύριο ρόλο αυτόν του θεματοφύλακα της ιστορίας και της διαμόρφωσης της εθνικής συνείδησης καθώς με τις συλλογές τους μεταφέρονται στον θεατή όλα εκείνα τα στοιχεία που ήταν καθοριστικά για την εξέλιξη της ιστορίας και το πώς διαμορφώθηκε αυτή στη συνέχεια. Επί της ουσίας, με βάση τον ιστορικό Pierre Nora ήταν οι κοινωνικές συνθήκες πλέον στην Ευρώπη, οι οποίες διαμόρφωσαν τον χαρακτήρα των μουσείων σε χώρους συλλογής μνήμης (Εσθήρ, 2012).

Η ιστορία των πολεμικών μουσείων ξεκίνησε ως όραμα στην Ελλάδα ήδη από τη σύσταση του Ελληνικού Κράτους χωρίς όμως αυτό να καταστεί εφικτό. Έτσι, το 1964 αποτέλεσε χρονολογία ορόσημο εφόσον τότε αποφασίστηκε η ίδρυση του πρώτου πολεμικού μουσείου με σκοπό να τιμήσει τους υπέρ πατρίδος πεσόντες. Το μουσείο εγκαινιάστηκε σχεδόν μία δεκαετία αργότερα, τον Ιούλιο του 1975 και έκτοτε λειτουργεί μέχρι και σήμερα, όντας το μεγαλύτερο πολεμικό μουσείο της χώρας (Πολεμικό Μουσείο Αθηνών).

Να αναφερθεί σε αυτό το σημείο πως η αύξηση των Πολεμικών Μουσείων ιδίως κατά την διάρκεια του Α΄ και Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου οδήγησε στην ίδρυση της International Committee for Museums of Arms and Military History (ICOMAM) το 1960, μιας Διεθνούς Επιτροπής του ICOM που εξειδικεύεται πάνω στις συλλογές όπλων και της στρατιωτικής ιστορίας².

Τα τελευταία χρόνια τα μουσεία φανερώνουν τάση αναδιάρθρωσης και επαναπροσδιορισμού. Πιο συγκεκριμένα, επιχειρείται να προσελκύσουν ολοένα και μεγαλύτερο και ευρύτερο -από ηλικιακής και κοινωνικής καταγωγής- κοινό, και στον πρωταρχικό του ρόλο, δηλαδή εκείνο της συγκρότησης της συλλογής και της διαφύλαξης ή συντήρησης, προστίθεται η εκπαιδευτική και η ψυχαγωγική διάσταση της λειτουργίας τους. Ειδικότερα, παρατηρείται η διαμόρφωση ειδικών χώρων, όπως αίθουσες ή παραρτήματα που συνεπικουρούν την κεντρική λειτουργία και εξυπηρετούν εκπαιδευτικά προγράμματα, σεμινάρια, προβολές, λειτουργίες

²International Committee for Museums and Collections of Arms and MilitaryHistory<https://icomam.mini.icom.museum/>, ανακτήθηκε 10-05-2023.

εξυπηρέτησης του κοινού, λειτουργίες εστίασης, καφέ, εμπορικές δραστηριότητες και βιβλιοπωλεία.

Ζώντας, βέβαια στην εποχή που όλα πλέον γύρω μας χρησιμοποιούν την τεχνολογία, ούτε τα μουσεία θα μπορούσαν να μείνουν αμέτοχα. Εικονική πραγματικότητα, διαδραστικές αίθουσες, εικονική περιήγηση πριν τη δια ζώσης ξενάγηση είναι μόνο λίγα από όσα έχουν να προσφέρουν τα σύγχρονα μουσεία. Διατηρώντας τον πρωταρχικό σκοπό τους, ενσωματώνουν τις νέες ανάγκες που επιτάσσονται και προσπαθούν να μεταδώσουν σε όλους τη γνώση που διαθέτουν.

1.2.Οι κατηγοριοποιήσεις και το περιεχόμενο

Επειδή η λειτουργία ενός μουσείου είναι άρρηκτα συνυφασμένη με τη παρουσία του παρελθόντος και του παρόντος της εκάστοτε κοινωνίας οι αλλαγές που δύναται να λαμβάνουν χώρα στη τελευταία επηρεάζουν και μεταβάλλουν και το ίδιο το μουσείο.

Από τον 20^ο αιώνα διακρίνονται συστηματικές αλλαγές καθότι τα μουσεία αρχίζουν να αναπτύσσουν πολυπλευρικότητα, η οποία αφορά το «άνοιγμα» προς το κοινωνικό σύνολο (εξωστρέφεια) αλλά και τις σύγχρονες πλέον επιταγές και μουσειολογικές αναζητήσεις, όπως η χρήση νέων μεθόδων προβολής των εκθεμάτων (νέες τεχνολογίες, virtual reality, 3D presentation κλπ.). Τα διαφορετικά είδη μουσείων που υπάρχουν συνδέονται άρρηκτα και με τους διαφορετικούς τύπους γνώσης (Σκαλτσά, 2002). Κατά συνέπεια διακρίνονται τρεις βασικές κατηγορίες μουσείων: τα «παραδοσιακά» μουσεία, τα «μοντέρνα» και τα «μεταμοντέρνα» (Νάκου, 2001), στις οποίες εντάσσονται και υποκατηγορίες που πιθανόν να είναι πιο γνωστές στο ευρύ κοινό (π.χ. λαογραφικό, αρχαιολογικό κ.ά.).

Αρχικά, σε ό,τι αφορά τη χώρα μας, η λειτουργία του «παραδοσιακού» μουσείου ξεκίνησε στα τέλη του 18^{ου} αιώνα και στις αρχές του 19^{ου} αιώνα, ως αποτέλεσμα της Ελληνικής Επανάστασης και της ανάπτυξης της ιδεολογίας του έθνους-κράτους. Τα αντικείμενα τα οποία μπορούν να συνθέσουν μία τέτοιου περιεχομένου μουσειακή έκθεση προβάλλουν την εθνική κληρονομιά, ενώ μέσα σε μια τέτοια έκθεση συνθέτεται και αναπαράγεται συγχρόνως η εθνική ιστορία. Να σημειωθεί ότι σε πολλά μουσεία άλλων χωρών της Ευρώπης, εκτός από την ιστορία και το παρελθόν του ίδιου του τόπου τους, παρουσιάζονται αντίστοιχα και ιστορικά

στοιχεία-τεκμήρια άλλων εθνών ενισχύοντας με αυτόν τον τρόπο την πολυπολιτισμικότητα.

Ο τρόπος κατάταξης των εκθεμάτων στα παραδοσιακά μουσεία είναι κατά βάση σε κλειστές εκθεσιακές ενότητες, με συνέπεια αυτόματα να κατατάσσονται στον κλειστό τύπο προβολής της γνώσης. Για τον λόγο αυτό αυτά τα μουσεία επικεντρώνονται περισσότερο στα ίδια τα αντικείμενα - εκθέματα, αγνοώντας τις ιδιαίτερες ατομικές και κοινωνικές ανάγκες, τις απορίες και τον τρόπο σκέψης των επισκεπτών τους (Λιάκου, 2009).

Περνώντας στην δεύτερη κατηγορία και τα λεγόμενα «μοντέρνα» μουσεία, διακρίνεται η παρουσίαση εκθεμάτων σε συνάφεια με το τρέχον κοινωνικό πλαίσιο, στο οποίο εντάσσονται και λειτουργούν, παρέχοντας με αυτόν τρόπον πληροφορίες και ενδείξεις, οι οποίες ως στόχο έχουν την κατανόηση του κοινωνικού πλαισίου από το κοινό. Τα «μοντέρνα» μουσεία έχουν ως σκοπό να προσεγγίσουν τους επισκέπτες και μέσω του νου αλλά πολύ περισσότερο μέσω των αισθήσεών τους, αξιοποιώντας μεθόδους για τη βιωματική προσέγγιση των εκθεμάτων και του θεματικού περιεχομένου τους.

Επειδή, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, στοχεύουν ταυτόχρονα και στο κοινό και στα αντικείμενα τους, διακρίνονται για τον έντονο εκπαιδευτικό και ψυχαγωγικό τους χαρακτήρα μέσα από τις πολυάριθμες και συνδυασμένες λειτουργικές τους δυνατότητες που προσφέρουν στους επισκέπτες. Ως τέτοιες χαρακτηρίζονται οι δυνατότητες που ενισχύουν την ικανότητα της κατανόησης από το κοινό των μουσειακών εκθεμάτων - αντικειμένων, σε σχέση πάντοτε με το ανθρώπινο πλαίσιο. Επομένως, είναι σε θέση να δομούν και να παρέχουν τις αντίστοιχες γνώσεις (Λιάκου, 2009).

Η τελευταία μεγάλη κατηγορία μουσείων είναι τα λεγόμενα «μεταμοντέρνα». Το ενδιαφέρον σε αυτά εστιάζεται κατά βάση στην εξυπηρέτηση του κοινού τους ακριβώς για αυτό λειτουργούν περισσότερο ως χώροι που εξυπηρετούν πολύπλευρους ατομικούς και κοινωνικούς σκοπούς. Τα μεταμοντέρνα μουσεία επικεντρώνονται περισσότερο από κάθε άλλο στο κοινό τους παρά στα εκθέματα (“people and object oriented” museums). Αυτή η διαφορά τους με τα υπόλοιπα είδη τα κάνει να ξεχωρίζουν καθότι διακρίνονται για τον καθαρά εκπαιδευτικό τους χαρακτήρα και προσφέρουν την δυνατότητα στο κοινό να διαβάζουν και να κατανοούν τα μουσειακά αντικείμενα (Τζιαφέρη, 2005).

Μέσα στις προαναφερθείσες γενικές κατηγορίες σχηματίζονται και υποκατηγορίες μουσείων τα οποία διακρίνονται για την πιο εύκολη περιδιάβαση. Κατ' αυτόν τον τρόπο έχουμε λοιπόν:

α) Τα Λαογραφικά ή Εθνογραφικά Μουσεία τα οποία αποτελούν έναν χώρο αναπαράστασης της πολιτισμικής παραγωγής, όπως είναι οι παραδόσεις, τα ήθη και έθιμα ενός τόπου.

β) Τα Μουσεία Ιστορίας, μέσα στα οποία αναπαριστάται μερική ή όλη η ιστορία μιας χώρας, των οποίων υποκατηγορίες δύναται να είναι τα Πολεμικά - Στρατιωτικά Μουσεία, Αρχαιολογικά κλπ.

γ) Τα Μουσεία Σύγχρονης και Μοντέρνας Τέχνης, όπου περιλαμβάνονται έργα τέχνης μεγάλων καλλιτεχνών και αποτελούν πολλές φορές πηγή για την κατανόηση των συνθηκών και χαρακτηριστικών μιας καλλιτεχνικής εποχής, και

δ) Τα Μουσεία Φυσικής Ιστορίας που ασχολούνται με τη μελέτη ζωντανών οργανισμών. Πιθανές υποκατηγορίες αυτού του τύπου μπορεί να περιλαμβάνουν εκθέσεις σχετικές με την παλαιοντολογία, την αστρονομία κ.α.

Αναφορικά με τα Πολεμικά Μουσεία, που είναι και το θέμα της διπλωματικής, περιλαμβάνουν ολόκληρη την στρατιωτική ιστορία ενός έθνους για όλες τις ιστορικές περιόδους με σκοπό κυρίως την ενίσχυση της εθνικής μνήμης. Υποκατηγορίες των Πολεμικών Μουσείων αποτελούν τα Στρατιωτικά Μουσεία, τα Ναυτικά και τα Αεροπορικά, όλα εκείνα δηλαδή, που υπάγονται στο Υπουργείο Εθνικής Άμυνας. Επίσης, σε άλλες χώρες δύναται να υπάρχουν Πολεμικά Μουσεία εστιασμένα σε μία μόνο περίοδο και σε ένα γεγονός, όπως ήταν επί παραδείγματι ο Ψυχρός Πόλεμος. Ένα τέτοιο μουσείο βρίσκεται στην περιοχή του Βερολίνου και αντικατοπτρίζει την δίνη του Ψυχρού Πολέμου.³

Τα αντικείμενα που υπάρχουν στους εν λόγω μουσειακούς χώρους αντλούνται κυρίως από το στρατιωτικό υλικό, όταν κατά βάση αυτό χρειάζεται πλέον να αντικατασταθεί λόγω παλαιότητας ή εξέλιξης της τεχνολογίας. Επιπλέον, υλικό διατίθεται από προσωπικές συλλογές είτε ανθρώπων που τυγχάνει να πολέμησαν ή κάποιου οικείου προσώπου τους, με την προϋπόθεση πάντοτε της διασφάλισης της μνήμης, της διατήρησης και της ανάδειξής τους. Επιπρόσθετα, στις συλλογές των

³Για περισσότερες πληροφορίες, Μουσείο Ψυχρού Πολέμου, Βερολίνο <https://coldwarmuseum.de/>, ανακτήθηκε 20-07-2023.

πολεμικών μουσείων εντάσσονται προφορικές μαρτυρίες αλλά και οπτικοακουστικό υλικό (Εσθήρ, 2012).

Στις συλλογές ενός πολεμικού μουσείου μπορεί κανείς να βρει από όπλα, στολές, σημαίες μέχρι και στρατιωτικά οχήματα, αεροπλάνα, χάρτες κ.ά. Μέσα από όλα όσα παρουσιάζονται ο θεατής- επισκέπτης δύναται να αντιληφθεί τις συνθήκες και τις κακουχίες του πολέμου. Ας μην παραληφθεί ότι ένα πολεμικό μουσείο είναι εκεί για να θυμίζει πέραν της ιστορικότητας και τη δίνη του πολέμου, που σε μια εξευγενισμένη κοινωνία δεν θα έπρεπε πλέον να υπήρχε.

Κεφάλαιο 2: Θεωρητικό πλαίσιο

2.1. Μεθοδολογία έρευνας

Ο ρόλος των μουσείων καθίσταται όλο και περισσότερο σημαντικός τόσο στην πολιτιστική ανάπτυξη όσο και στην αύξηση του πολιτισμικού τουρισμού. Οι ιστότοποι των μουσείων διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην προσέλκυση κοινού τόσο διαδικτυακά όσο και με φυσική παρουσία. Επομένως, οι συγκεκριμένοι ιστότοποι πρέπει να αξιολογούνται προκειμένου να διαπιστώνεται ο βαθμός επίτευξης των στόχων τους. Εντούτοις, η αξιολόγηση ενός ιστότοπου είναι περίπλοκη και συχνά παραλείπεται παρά τη σημασία της. Επί της ουσίας, δεν υπάρχει μία καθολικά αποδεκτή μέθοδος, αλλά οι μέθοδοι αξιολόγησης εμπίπτουν σε δύο βασικές κατηγορίες· πρώτον τις αυτοματοποιημένες και δεύτερον τις ευρετικές μεθόδους χρηστικότητας (Lazarinis, Kanellopoulos and Lalos, 2008). Οι αυτοματοποιημένες χρησιμοποιούν αυτόματα εργαλεία για τον εντοπισμό τεχνικών χαρακτηριστικών όπως χρόνος ανταπόκρισης, συνοχή δομής, συμμόρφωση με πρότυπα ενώ οι ευρετικές βασίζονται σε απλούς χρήστες και εμπειρογνώμονες, που κρίνουν κάθε στοιχείο του ιστότοπου με βάση αρχές χρηστικότητας και αισθητικής.

Στη διεθνή βιβλιογραφία εντοπίζονται διάφορες προτάσεις αξιολόγησης ιστοτόπων μουσείων όπως η μέθοδος QEM (Quality Evaluation Method), του Luis Olsina Santos (1999), ο οποίος διαπίστωσε ότι οι χρήστες ενδιαφέρονται για την ευκολία στη χρήση και την επικοινωνία, τους μηχανισμούς αναζήτησης, πλοήγησης και λειτουργικότητας όπως και την αξιοπιστία και αποτελεσματικότητα. Η μέθοδος MiLE (Milano-Lugano Evaluation Method) αποτελεί ποιοτική μέθοδο αξιολόγησης που εξετάζει διάφορα χαρακτηριστικά ενός ιστότοπου (π.χ. περιεχόμενο, πλοήγηση, τεχνολογία, γραφικά) και χρησιμοποιήθηκε και για την αξιολόγηση του Μουσείου του Λούβρου και του Βασιλικού Μουσείου του Οντάριο. Συνέβαλε στην πρόταση μοντέλου αξιολόγησης πολλαπλών χαρακτηριστικών συμπεριλαμβανομένων και της οργάνωσης και της πολυγλωσσίας των ιστοσελίδων των μουσείων (Paolini et al. 2002). Η μέθοδος MUSEF, η οποία διατυπώθηκε από τους Pallas, J. και Economides, A. στο άρθρο “Evaluation of art museums 'websites world wide”, διαλαμβάνει την αξιολόγηση ιστοτόπων μουσείων τέχνης κυρίως από την πλευρά του χρήστη και περιλαμβάνει έξι τομείς αξιολόγησης α) Περιεχόμενο, β) Παρουσίαση, γ) Ευχρηστία,

δ) Διαδραστικότητα και Ανατροφοδότηση, ε) Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες και στ) Τεχνική πλευρά (Pallas & Economides, 2008).

Η Διεθνής Επιτροπή Τεκμηρίωσης, (International Committee for Documentation) ή CIDOC, μία από τις τριάντα επιτροπές του ICOM, το 1997 δημιούργησε μία ομάδα εργασίας (Multimedia Working Group), κατέληξε σε ορισμένα χαρακτηριστικά σημαντικά και χρήσιμα ως προς την ποιοτική αξιολόγηση των μουσείων. Μία σειρά βασικών ερωτημάτων (με υποερωτήματα) αξιολογούν τον ιστότοπο σχετικά με το περιεχόμενο, τη λειτουργικότητα, τη διεπαφή, τις εφαρμογές, και τη συνολική επίδραση.⁴

2.2. Πρόγραμμα MINERVA

Το πρόγραμμα που υποστηρίζει τα Υπουργεία Πολιτισμού της Ευρώπης είναι το Minerva από το 2002 με στόχο να δημιουργηθεί μια κοινωνία της πληροφορίας για όλους τους Ευρωπαίους πολίτες. Επί της αρχής της σχετικά με το πρόγραμμα οι Υπουργοί Πολιτισμού των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή οι εκπρόσωποι αυτών δήλωσαν ότι: *«Πρέπει να σημειωθεί ότι ο πολιτισμός συμβάλλει στην προώθηση του αμοιβαίου σεβασμού και στην κατανόηση των διαφορετικών ιδεών και ταυτοτήτων, και ότι μια τέτοια αμοιβαία κατανόηση μπορεί να αναπτυχθεί περαιτέρω μέσω της βελτιωμένης πρόσβασης στην πληροφορία των έργων ψηφιοποίησης. [...] Ενθάρρυνση των «πρωτοβουλιών ποιότητας» στους πολιτιστικούς δικτυακούς κόμβους».*⁵

Υπήρξε μία κοινή ευρωπαϊκή πρωτοβουλία για βελτίωση της ποιότητας του διαδικτυακού (on-line) πολιτιστικού περιεχομένου που ξεκίνησε με τη δημοσίευση του εγγράφου «Πλαίσιο Ποιότητας των Βρυξελλών» το 2002. Η εργασία αναγνωρίστηκε στη «Χάρτα της Πάρμας», που παρουσιάστηκε το 2003 στην Επιτροπή Πολιτιστικών Υποθέσεων του Συμβουλίου των Υπουργών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σχετίζεται με την Κοινωνία της Πληροφορίας στη βάση ότι οι πολιτιστικοί δικτυακοί κόμβοι έχουν πολλά να προσφέρουν σε όλους τους πολίτες. «Η

⁴Διεθνής Επιτροπή Τεκμηρίωσης, <http://www.archimuse.com/papers/cidoc/cidoc.mmwg.eval.5.html>, ανακτήθηκε 25-07-2023.

⁵MINERVA, 2002, Αρχές ποιότητας για πολιτιστικούς δικτυακούς κόμβους: οδηγός “Identification of user needs, content and quality framework for common access points Working group” https://www.minervaeurope.org/publications/qualitycommentary/qualitycommentary_el0504.pdf (Ελληνική έκδοση), ανακτήθηκε: 10-8-2023.

διαθεσιμότητα δικτυακών κόμβων υψηλής ποιότητας ενθαρρύνει τους Ευρωπαίους πολίτες να ανακαλύψουν, να εξερευνήσουν και να ωφεληθούν από το ψηφιακό υλικό που αναπαριστά τη μοναδική ποικιλομορφία του Ευρωπαϊκού Πολιτισμού». Οι πολιτιστικοί οργανισμοί έχουν ευθύνη για τη διατήρηση και αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και συνεπώς διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο για λογαριασμό του κοινού, οπότε η ποιότητα τέτοιων on-line προϊόντων οφείλει να είναι υψηλή, προκειμένου να δοθεί η καλύτερη δυνατή υπηρεσία στους Ευρωπαίους πολίτες.

Στοχεύει στην παρουσίαση του πλούτου της ευρωπαϊκής πολιτιστικής κληρονομιάς και καθιερώνει Δέκα Αρχές Ποιότητας στους πολιτιστικούς διαδικτυακούς κόμβους (μουσείων, βιβλιοθηκών αρχείων και άλλων πολιτιστικών οργανισμών) ώστε και η ευρωπαϊκή πολιτιστική ποικιλομορφία να διατηρείται και οι πολίτες να έχουν πρόσβαση στο ψηφιακό πολιτιστικό αγαθό.

Η ομάδα εργασίας του προγράμματος Minerva, θέσπισε ορισμένα κριτήρια προκειμένου να ανταποκριθεί στις ανάγκες των χρηστών με βάση τις Δέκα Αρχές Ποιότητας. Σύμφωνα με αυτά τα κριτήρια ο ιστότοπος θα πρέπει να είναι:

1. διαφανής - transparent (σαφής δήλωση της ταυτότητας, του στόχου, της ταυτότητας του οργανισμού που τον διαχειρίζεται),
2. αποδοτικός – effective για τους χρήστες (συλλογή, ψηφιοποίηση, τεκμηρίωση, παρουσίαση, επικύρωση περιεχομένου),
3. συντηρήσιμος (να διατηρείται) - maintained (εφαρμογή οδηγιών περί πολιτικής ποιότητας υπηρεσιών και ενημέρωση),
4. προσβάσιμος – accessible (σε όλους τους χρήστες ανεξαρτήτως ικανοτήτων και χρησιμοποιούμενης τεχνολογίας),
5. ανθρωποκεντρικός - usercentred (λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες του χρήστη, προσφέρει περιεχόμενο και ευκολία στη χρήση του, δίνει δυνατότητα αξιολόγησης και ανατροφοδότησης),
6. αλληλεπιδραστικός - responsive (επικοινωνία χρηστών και υπευθύνων κόμβου),
7. πολύγλωσσος – multilingual (βασικό επίπεδο πρόσβασης σε περισσότερες της μιας γλώσσες),
8. διαλειτουργικός – interoperable (τμήμα – μέρος πολιτιστικών δικτύων, εύκολος εντοπισμός περιεχομένου και υπηρεσιών με τρόπο που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των χρηστών),

9. διαχειρίσιμος – managed (σεβασμός πνευματικών δικαιωμάτων και παρουσίαση των όρων χρήσης των περιεχομένων του) και

10. διατηρήσιμος – preserved (εφαρμογή των πρακτικών που θα διασφαλίσουν τη διατήρηση του ιστότοπου και του περιεχομένου του).⁶

Για την παρούσα μελέτη χρησιμοποιήθηκε κυρίως βιβλιογραφία διεθνής και ελληνική σχετική με το θέμα. Επιπλέον, βασίστηκε σε προσωπική μελέτη των ιστοσελίδων – ιστοτόπων των Πολεμικών Μουσείων από τη γράφουσα. Δηλαδή, η έρευνα βασίστηκε στην προσωπική εμπειρία ως χρήστης και στην καταγραφή των παρατηρήσεων μετά από τη μελέτη της σχετικής βιβλιογραφίας. Οι παρατηρήσεις αφορούν στο χρονικό διάστημα Ιανουάριος – Αύγουστος 2023 κατά το οποίο έγιναν οι επισκέψεις στους αναφερόμενους ιστότοπους των πολεμικών -στρατιωτικών μουσείων. Επίσης σημειώνεται ότι δεν μελετήθηκαν θέματα τεχνικής φύσεως π.χ. λογισμικού ή διατήρησης περιεχομένου.

Επιλέχτηκαν το Πολεμικό Μουσείο στην Αθήνα όπως και οι ιστότοποι των συνεργαζόμενων Μουσείων Θεσσαλονίκης, Ναυπλίου Τρίπολης, Χανίων, Καλαμάτας, Χαλκίδας και Ρεθύμνου που έχουν δημιουργηθεί από τον ίδιο φορέα και συνεπώς ακολουθούν την ίδια φιλοσοφία, λογική και φέρουν πανομοιότυπα χαρακτηριστικά. Επιπροσθέτως, θα αξιολογηθούν οι ιστότοποι του Μουσείου Πολεμικής Αεροπορίας και του Ναυτικού Μουσείου Ελλάδος, καθώς επίσης θα γίνει αντίστοιχη αναφορά και στα στρατιωτικά μουσεία. Η αξιολόγηση των ιστοτόπων τους θα διεξαχθεί με βάση τα κριτήρια που ετέθησαν από το πρόγραμμα MINERVA.

⁶MINERVA, 2002, Αρχές ποιότητας για πολιτιστικούς δικτυακούς κόμβους: οδηγός “Identification of user needs, content and quality framework for common access points Working group” https://www.minervaeurope.org/publications/qualitycommentary/qualitycommentary_el0504.pdf (Ελληνική έκδοση) (Ανακτήθηκε: 10-8-2023).

Κεφάλαιο 3: Πολεμικά – Στρατιωτικά Μουσεία – Η φιλοσοφία

Ο στρατός και η στρατιωτική οργάνωση, ανέκαθεν, διαδραμάτιζε κεντρικό ρόλο στις οργανωμένες κοινωνίες και έτσι τα υλικά – όπλα, στολές, μετάλλια, τρόπαια, σημαίες και όλα τα άλλα εμβλήματα, μέσα και τεχνάσματα της πολεμικής προσπάθειας - έχουν προσελκύσει το ενδιαφέρον των συλλογών και του κοινού. Η προβολή των υλικών τεκμηρίων - εκθεμάτων στους πολίτες αποτέλεσε κύριο σκοπό του σύγχρονου στρατιωτικού μουσείου όπως προέκυψε τον 19^ο αιώνα, αρχικά για την ενίσχυση της εθνικής υπερηφάνειας, αργότερα για την ανάμνηση πεσόντων ηρώων και όχι μόνο. Πιο πρόσφατα, η έκθεση στο πολεμικό - στρατιωτικό μουσείο έχει υποστεί μια σημαντική αλλαγή και από απλή έκθεση τεχνουργημάτων, έχουμε περάσει στη μελέτη της χρήσης τους για την αφήγηση ιστοριών. Αν και οι παλιές στοχεύσεις της διαμόρφωσης της εθνικής υπερηφάνειας και της διατήρησης της μνήμης παραμένουν εμφανείς, δεν κυριαρχούν πλέον. Τα στρατιωτικά μουσεία από τη δεκαετία του 1980 και μετά βασίζουν τις εκθέσεις τους στις νέες διαστάσεις της στρατιωτικής ιστορίας, που στρέφει την έμφαση και το ενδιαφέρον στον κοινό στρατιώτη, στην εμπειρία του πολέμου και στη θέση των ενόπλων δυνάμεων στην κοινωνία.

Αυτή η μετατόπιση της οπτικής της φιλοσοφίας των στρατιωτικών - πολεμικών μουσείων συνέπεσε με την εμφάνιση των νέων μουσειακών σπουδών, οι οποίες όχι μόνο κατέστησαν τα μουσεία και το ίδιο το έργο τους αντικείμενο μελέτης, αλλά άλλαξαν την μουσειακή πρακτική. Τις τελευταίες τρεις δεκαετίες διαπιστώνεται ξεκάθαρα η εμφάνιση ενός νέου είδους πολεμικού - στρατιωτικού μουσείου που παίρνει τη θέση του, παράλληλα με ένα νέο είδος στρατιωτικής ιστορίας. Η διαδικασία αυτή έλαβε χώρα πρώτα στην Ευρώπη και εν συνεχεία και στην Αμερική (Hacker & Vining, 2007).

Το εν λόγω νέο πεδίο στην ιστορία των μουσείων έχει μέχρι στιγμής λίγα ή τίποτα να πει σχετικά με τα στρατιωτικά μουσεία. Μέρος της αιτίας μπορεί να είναι η ακαδημαϊκή αποστροφή για πολλά έτη προς τις στρατιωτικές σπουδές, αλλά η παραμέληση της ιστορίας των στρατιωτικών μουσείων που μπορεί, επίσης, να πηγάζει από την προέλευσή τους σε αντίθεση με άλλα μουσεία. Τα στρατιωτικά μουσεία διαμορφώθηκαν μέσω δύο κύριων γραμμών. Η πρώτη προήλθε από τις ιδιωτικές ή περιορισμένες συλλογές όπλων και πανοπλιών, που συγκεντρώθηκαν από πλούσιους, συχνά ευγενείς (με τίτλο) συλλέκτες, και, όταν βγήκαν στο κοινό (κυρίως

κατά τα μέσα του 19^{ου} αιώνα), σχημάτισαν αυτό που συνήθως ονομάζονταν μουσεία – οπλοστάσια (armory museums), αν και συχνά τέτοιες συλλογές φιλοξενούνταν σε μουσεία τέχνης. Η άλλη γραμμή των στρατιωτικών μουσείων προήλθε από τα απαρχαιωμένα πυροβόλα όπλα και άλλο στρατιωτικό υλικό αποθηκευμένο σε κρατικά οπλοστάσια. Αυτά σηματοδοτούν την έναρξη των λεγόμενων μουσείων οπλοστασίων και πυροβολικού (arsenal and artillery museums).

Οι κατηγορίες αυτές ωστόσο δεν ήταν σχεδόν αποκλειστικές καθώς τα πυροβόλα όπλα εκτέθηκαν μαζί με άλλα όπλα και συλλογές πανοπλιών ή άλλα αντικείμενα της πολεμικής τέχνης. Οι συλλογές όπλων και πανοπλιών έτειναν να τονίζουν τα αντικείμενα αυτά ως μοναδικά, ασυνήθιστα και συχνά όμορφα, ενώ οι συλλογές του οπλοστασίου ήταν πιο πιθανό να συγκεντρώνουν όπλα και εξοπλισμό της καθημερινής στρατιωτικής ζωής και εργασίας.

Στα τέλη του 19^{ου} και στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, συλλογές όπλων και πανοπλιών και όπλων πυρίτιδας άρχισαν να συγχωνεύονται και να εκτίθενται μαζί σε εθνικά στρατιωτικά μουσεία που ήταν ανοιχτά στο κοινό. Αυτά τα μουσεία ήταν κυρίως ιστορικά μουσεία τεχνολογίας για τη συλλογή, διατήρηση και προβολή του στρατιωτικού υλικού πολιτισμού. Προέβαλαν κυρίως τα στρατιωτικά αντικείμενα ταξινομημένα και διατεταγμένα με χρονολογική σειρά. Σημαντικές στρατιωτικές συλλογές είτε βρήκαν τον δρόμο τους στα νέα στρατιωτικά μουσεία είτε εντάχθηκαν σε άλλα είδη μουσείων, ειδικά μουσεία τέχνης, που έτειναν να τονίσουν τη διακοσμητική αξία και τέχνη των αντικειμένων αντί του στρατιωτικού ιστορικού ενδιαφέροντός τους (Westrate, 1961). Η υπέροχη συλλογή όπλων και πανοπλιών στο Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης στη Νέα Υόρκη είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα.

Μια παγκόσμια έρευνα του 1960 από τη νεοσύστατη Ένωση Μουσείων Όπλων και Στρατιωτικής Ιστορίας (Association of Museums of Arms and Military History), όπως ήταν αρχικά γνωστή ως ICOMAM, υπογράμμισε τη διαρκή πολυμορφία των μουσείων – στρατιωτικών και τέχνης (AMAMI, 1960, Humbert & Dumarche, 1982, Wise & Wise, 1994, Rajtar & Franks, 2002).

Ο Α΄ Παγκόσμιος Πόλεμος επηρέασε βαθιά τα στρατιωτικά μουσεία, όπως και ουσιαστικά κάθε πτυχή του δυτικού πολιτισμού. Εξέχουσα θέση μεταξύ των θεσμών που ιδρύθηκαν εξαιτίας του πολέμου ήταν το Αυτοκρατορικό Πολεμικό Μουσείο στο Λονδίνο (Imperial War Museum), το οποίο άνοιξε για το κοινό το 1920. Η ιδέα ενός τέτοιου μουσείου προήλθε κατά τη διάρκεια του πολέμου εν μέρει ως

προπαγανδιστική απόπειρα διατήρησης του ενθουσιασμού του κοινού για τον αγώνα, εν μέρει ως ειλικρινής προσπάθεια να ανταποκριθεί σε μια βαθιά αισθητή ανάγκη να καταγραφεί ο πόλεμος που ευρέως εθεωρείτο ως κοσμοϊστορικό γεγονός από την αρχή. Η ιδέα ενός τέτοιου μουσείου είχε απήχηση σε όλη τη Βρετανική Κοινοπολιτεία.

Μέχρι και τη δεκαετία του 1980, οι στρατιωτικές συλλογές των μουσείων εκτίθεντο σε προθήκες με ετικέτες που εντόπιζαν τα αντικείμενα, αλλά ελάχιστα πρόσφεραν ως προς το ιστορικό ή κοινωνικό πλαίσιο. Οι παραδοσιακοί επιμελητές των μουσείων έτειναν να προτιμούν «την τάξη των εκθεμάτων» με σειρά χρονολογική κυρίως. Και κατά την εποχή των μεγάλων παγκόσμιων πολέμων η κεντρική αποστολή των στρατιωτικών μουσείων επεκτάθηκε από την έκθεση των αντικειμένων του παρελθόντος στην συμπερίληψη και προβολή της τιμής και της θυσίας των προηγούμενων γενεών εν καιρώ πολέμου, αλλά δεν προχώρησε περαιτέρω. Και για ένα τέταρτο του αιώνα μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου επίσης σε μεγάλο βαθμό οι παραδοσιακές προσεγγίσεις διατηρήθηκαν.

Μεταβολή σημειώθηκε με την εμφάνιση των τάσεων της νέας στρατιωτικής ιστορίας από τη δεκαετία του 1980, όπου η έμφαση από τους μεγάλους ηγέτες, τους στρατιωτικούς αρχηγούς, τις στρατηγικές και τις μάχες μετακινήθηκε προς τις δραστηριότητες των απλών στρατιωτών, τη δομή των στρατιωτικών θεσμών και τις δράσεις των ενόπλων δυνάμεων και των κοινωνιών τους. Η νέα στρατιωτική ιστορία άνοιξε επίσης για πρώτη φορά ένα παράθυρο στην προβολή της εμπειρίας των γυναικών, που αποτελούσαν τακτικά μέρος των στρατών και των οποίων η συμμετοχή είχε αγνοηθεί σε μεγάλο βαθμό.

Το ερώτημα που τίθεται εάν «Ο πόλεμος ανήκει στα μουσεία;» έχει θετική απάντηση ωστόσο τα μουσεία, συμπεριλαμβανομένων των στρατιωτικών μουσείων, σπάνια εκθέτουν τον πόλεμο. Μάλλον εκθέτουν τα όπλα και τα στρατιωτικά αντικείμενα που χρησιμοποιήθηκαν για πολεμικούς σκοπούς αλλά όχι τη φρίκη που προκλήθηκε από τον πόλεμο, τη βία και τον θάνατο (Bronder, 2002).

Η ίδρυση και η λειτουργία των Πολεμικών Μουσείων στην Ελλάδα ορίστηκε με Νομοθετικό Διάταγμα το 1969 (ΝΔ 132/1969) «Περί Ιδρύσεως Πολεμικού Μουσείου» αποτελούμενο από 9 άρθρα. Στο 1^ο άρθρο ορίζεται ότι η εποπτεία των μουσείων υπάγεται στον Υπουργείο Εθνικής Αμύνης ως Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου. Στο 2^ο άρθρο ορίζεται ο σκοπός και η αποστολή του καθώς και το νομικό καθεστώς για την ιδιοκτησία των κειμηλίων. Στη συνέχεια των άρθρων καθορίζεται ο

τρόπος απόκτησης των κειμηλίων, οι οικονομικοί πόροι, το διοικητικό συμβούλιο και οι αρμοδιότητές του, η δωρεάν παραχώρηση χώρου για ανέγερση μουσείου κ.ά.⁷

⁷<https://www.e-nomothesia.gr/kat-arxaiotites/nd-132-1969.html>, ανακτήθηκε 05-02-2023.

Κεφάλαιο 4: Παρουσίαση των μουσείων – Ιστορική αναδρομή

4.1. Πολεμικό Μουσείο Αθηνών

Από τα γνωστότερα πολεμικά μουσεία της χώρας είναι το Πολεμικό Μουσείο Αθηνών, το οποίο ξεκίνησε την ίδρυσή του το 1964 και εγκαινιάστηκε το 1975 από τον τότε Πρόεδρο της Ελληνικής Δημοκρατίας Κωνσταντίνο Τσάτσο και Υπουργό Εθνικής Αμύνης τον Ευάγγελο Αβέρωφ. Πρόκειται για το μεγαλύτερο μουσείο με την εν λόγω θεματική στη χώρα, αλλά και ένα από τα μεγαλύτερα στην Νοτιοανατολική Ευρώπη, το οποίο περιλαμβάνει μια εκτενή συλλογή από εκθέματα που ξεκινούν από την αρχαιότητα και φτάνουν μέχρι και τις μέρες μας.

Μεγάλο μέρος της συλλογής προήλθε από μια έκθεση που είχε πραγματοποιηθεί το 1968 στο Ζάππειο αλλά και από την προσωπική συλλογή του Πέτρου Σαρόγλου. Ο Πέτρος Σαρόγλου (1864-1920) υπήρξε στρατιωτικός και αξιωματικός του πυροβολικού του Ελληνικού Στρατού, λόγω της οικονομικής επιφάνειας που διέθετε η οικογένειά του ήταν σε θέση να αγοράσει πολύτιμα αντικείμενα από διάφορους πολιτισμούς, τα οποία αργότερα προσφέρθηκαν σε συλλογές μουσείων. Στην πορεία των χρόνων το μουσείο προχώρησε στην αγορά είτε από ιδιώτες είτε από άλλα ιδρύματα έργων τέχνης, αρχείων και κειμηλίων σχετικά με τους εκθεσιακούς του χώρους.⁸

Σκοπός του μουσείου είναι η συγκέντρωση, η διαφύλαξη και η έκθεση των πολεμικών κειμηλίων. Επιπλέον, η μελέτη, η τεκμηρίωση και η προβολή των αγώνων του έθνους με στόχο την διατήρηση της μνήμης.⁹ Βρίσκεται σε ένα από τα κεντρικότερα σημεία των Αθηνών, στη συμβολή των οδών Βασιλίσσης Σοφίας και Ριζάρη και την όλη χρηματοδότηση και κατασκευή ανέλαβε το ίδιο το υπουργείο Εθνικής Αμύνης. Αρχιτέκτονας του κτιρίου υπήρξε ο Θουκυδίδης Βαλέντης και η κατασκευή του ξεκίνησε το 1972.

Το σύμβολο του πολεμικού μουσείου είναι εμπνευσμένο από το μετάλλιο που ελάμβαναν οι αγωνιστές της Ελληνικής Επανάστασης. Έχει τη μορφή ασπίδας, ένα στεφάνι και έναν σταυρό. Ο σταυρός βρίσκεται στο μέσο του και στις κορυφές του αναγράφεται με κεφαλαία γράμματα η επιγραφή «τοις ηρωικοίς προμάχοις της

⁸<https://warmuseum.gr/our-war-museums/athens-war-museum/>, ανακτήθηκε 02-06-2023.

⁹<https://warmuseum.gr/history/>, ανακτήθηκε 02-06-2023.

Πατρίδος». Το έμβλημα συμπληρώνεται και από ένα απόσπασμα του Επιτάφιου Λόγου του Περικλέους με τη φράση «Πολεμίων αμύνεσθαι αγαθόν ενέστιν» (βλ. Εικ.2).



Εικόνα 2: Έμβλημα Πολεμικού Μουσείου Αθηνών. Πηγή: <https://warmuseum.gr/history/>

Μικρασιατική Καταστροφή (1919-1922), ο Ελληνοϊταλικός Πόλεμος (1940-1941), η Γερμανική εισβολή στην Ελλάδα και η Μάχη της Κρήτης (1941), οι επιχειρήσεις στη Μέση Ανατολή και το Ρίμινι (1942-1944), η Κατοχή - Αντίσταση - Απελευθέρωση, το Εκστρατευτικό Σώμα της Ελλάδος στην Κορέα (1950-1955), η Κύπρος με ειδικό αφιέρωμα στον αγώνα της ΕΟΚΑ (1955-1959) και την τουρκική εισβολή το 1974, η Πτέρυγα Στόλων και Σημαιοτών. Στους εξωτερικούς χώρους του παρουσιάζεται ένας μεγάλος αριθμός πυροβόλων μεγάλου διαμετρήματος που χρησιμοποιούσε ο Ελληνικός Στρατός για τις επεμβάσεις του ή τα είχε πάρει ως λάφυρα μετά από τις συγκρούσεις. Στον ίδιο χώρο υπάρχουν επίσης και πλήθος αεροσκαφών της Πολεμικής Αεροπορίας αλλά και εκθέματα του Πολεμικού Ναυτικού.¹⁰

Όλες αυτές οι αίθουσες περιλαμβάνουν όπλα, εργαλεία και αντίγραφα όπλων της εποχής, φωτογραφίες αρχαιολόγων, σημαντικές μάχες και εκστρατείες, μοντέλα πλοίων και πολιορκητικών μηχανών, χάρτες (εκτίθεται η αυθεντική Χάρτα του Ρήγα),

Στις μόνιμες συλλογές του μουσείου περιλαμβάνονται η Εποχή του Λίθου, η Εποχή του Χαλκού, η Αρχαϊκή - Κλασική Εποχή, η Ελληνιστική Περίοδος, το Βυζάντιο, η Λατινοκρατία - Τουρκοκρατία, η Ελληνική Επανάσταση 1821, το Ελληνικό Κράτος τον 19^ο αιώνα, ο Μακεδονικός Αγώνας (1904-1908), οι Βαλκανικοί Πόλεμοι (1912-1913), ο Α΄ Παγκόσμιος Πόλεμος (1914-1918), η

¹⁰<https://warmuseum.gr/ourwarmuseums/athenswarmuseum/%ce%b5%ce%ba%ce%b8%ce%b5%cf%83%ce%b9%ce%b1%ce%ba%ce%bf%ce%af%cf%87%cf%8e%cf%81%ce%bf%ce%b9%ce%b1%ce%b8%ce%ae%ce%bd%ce%b1/>, ανακτήθηκε 10-06-2023.

στολές των αγωνιστών της επανάστασης και χειρόγραφα κείμενά τους, παρουσιάζουν επίσης τις ενσωματώσεις των πρώτων περιοχών στο Ελληνικό Κράτος και ζωγραφικούς πίνακες ανάλογα με την περίοδο. Να σημειωθεί ότι πέρα από τις μόνιμες εκθέσεις το Πολεμικό Μουσείο διαθέτει και περιοδικές εκθέσεις.

Όπως αναφέρθηκε και στις πρώτες σελίδες, τα μουσεία θέλουν όλο και περισσότερο κόσμο να τα επισκέπτεται συνεπώς ακολουθώντας τις σημερινές επιταγές φροντίζει να γίνει πιο ελκυστικό. Αναφορικά λοιπόν, με τις δραστηριότητες το Μουσείο σε συνεργασία με ειδικούς επιστήμονες σχεδιάζουν και υλοποιούν διάφορα εκπαιδευτικά προγράμματα με τη χρήση μουσειοπαιδαγωγικών πρακτικών. Αυτά τα προγράμματα προσαρμόζονται κατάλληλα έτσι ώστε να είναι προσιτά σε όλες τις σχολικές βαθμίδες. σε περίπτωση που κάποιος δεν είναι σε θέση να μεταβεί στον χώρο δίνεται η δυνατότητα μέσω του ιστότοπου του Πολεμικού Μουσείου να παρακολουθήσει κανείς μια πλήρη εικονική ξενάγηση 360°.

Το Μουσείο διαθέτει ένα τεράστιο όγκο πρωτότυπων αρχείων κυρίως από την Ελληνική Επανάσταση και έπειτα. Το φωτογραφικό υλικό αντιστοιχεί σε πάνω από 35.000 φωτογραφίες ταξινομημένες ανά ενότητα ενώ ανεκτίμητο είναι και το οπτικοακουστικό υλικό. Λόγω της μεγάλης συλλογής εντός του μουσείου υπάρχουν εργαστήρια συντήρησης για τα πολεμικά κειμήλια, για όσα κειμήλια είναι σε χαρτί, για έργα τέχνης, για τα υφάσματα καθώς και οπλουργείο.¹¹

Όλα τα υπόλοιπα μουσεία πολεμικά - στρατιωτικά που βρίσκονται στην χώρα, όπως είναι της Θεσσαλονίκης, του Ναυπλίου, της Τρίπολης, των Χανίων, της Καλαμάτας, της Χαλκίδας, του Ρεθύμνου και της οικίας του Στρατηγού Ναπολέοντα Ζέρβα αποτελούν παραρτήματα του Πολεμικού Μουσείου Αθηνών.

4.2. Πολεμικό Μουσείο Θεσσαλονίκης

Το παράρτημα της Θεσσαλονίκης στεγάζεται στο ευρύτερο χώρο του στρατοπέδου του Πεδίου του Άρεως. Το κτίριο αποτελεί δημιούργημα του Ιταλού αρχιτέκτονα Ποζέλι και μετά την απελευθέρωση της πόλης το 1912 περιήλθε στον

¹¹<https://warmuseum.gr/research-conservation/relics-conservation-department/> ανακτήθηκε 10-06-2023.

ελληνικό Στρατό. Για μεγάλο διάστημα το κτίριο βρισκόταν, κυριολεκτικά, σε αχρηστία μέχρι που αποφασίστηκε η ανακατασκευή του και η μετατροπή του σε μουσείο το 1993. Το μουσείο ξεκίνησε τη λειτουργία του το 2000.¹²

Στις μόνιμες συλλογές του Μουσείου περιλαμβάνονται οι συλλογές των Βασιλείου Νικόλτσιου, Κωνσταντίνου Γκιουλέκα, Κατερίνας Κ. Πετρίδου, η Έκθεση Κειμηλίων Στρατιωτικής Ιατρικής, η Συλλογή του Πολεμικού Μουσείου Θεσσαλονίκης, η Έκθεση Οικογενειακών Κειμηλίων Οικογένειας Φίκα και ο Χώρος Μνήμης για την Αντιδικτατορική Αντίσταση.¹³

Στις αίθουσές του παρουσιάζει την ιστορία του ελληνικού στρατού και τις μάχες που έλαβαν χώρα στην γεωγραφική περιοχή της Μακεδονίας και όχι μόνο. Εναρκτήρια περίοδος είναι η Ελληνική Επανάσταση 1821 και συνεχίζει με τον Ελληνοτουρκικό Πόλεμο του 1897, τον Μακεδονικό Αγώνα, τους Βαλκανικούς Πολέμους, τον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, την Μικρασιατική Εκστρατεία, τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, τις Ειρηνευτικές Αποστολές αλλά και την βοήθεια των Κυπρίων στους αγώνες των Ελλήνων.

Περιλαμβάνουν εκθέματα από παράσημα, μετάλλια, όπλα, ξίφη, στολές, εφημερίδες, φωτογραφίες, χάρτες, ιατρικά, φαρμακευτικά, νοσηλευτικά κειμήλια που είχε στην κατοχή του το Υγειονομικό Σώμα Ελλάδος, σε περίοπτη θέση υπάρχει το πρωτότυπο Πρωτόκολλο Παράδοσης της πόλης που υπογράφηκε στις 26 Οκτωβρίου 1912. Στους εξωτερικούς χώρους εκτίθενται ελαφρά άρματα μάχης, πυροβόλα, τορπίλες, μαχητικό αεροσκάφος και οχήματα μεταφοράς προσωπικού.

Ιδιαίτερη μνεία γίνεται και στη θέση της γυναίκας όπου στον αγώνα για την απελευθέρωση κατά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο καθώς και στην φωνή της νίκης και της ενίσχυσης του ηθικού των Ελλήνων στρατιωτών Σοφία Βέμπο. Αναφορικά με τον Χώρο Μνήμης για την Αντιδικτατορική Αντίσταση αυτή εγκαινιάστηκε το 2017 και παρουσιάζει εκθέματα οπτικό υλικό από την αντίσταση των ανθρώπων κατά την διάρκεια της Επταετίας στη χώρα.

¹²<https://warmuseum.gr/our-war-museums/thessaloniki-war-museum/>, ανακτήθηκε 11-06-2023.

¹³<https://warmuseum.gr/our-war-museums/thessaloniki-war-museum/> ανακτήθηκε 11-06-2023.

4.3. Πολεμικό Μουσείο Ναυπλίου

Το Πολεμικό Μουσείο του Ναυπλίου στεγάζεται στο κτίριο της Πρώτης Σχολής Ευελπίδων και ξεκίνησε την λειτουργία του το 1988. Το εν λόγω μουσείο αποτελεί το πρώτο παράρτημα του Μουσείου Αθηνών. Διαχωρίζεται σε δύο επίπεδα. Στο πρώτο υπάρχει ένα εκτενές αφιέρωμα στον Ιωάννη Καποδίστρια και την πόλη του Ναυπλίου, στην πρώτη Σχολή Ευελπίδων, στην Ελληνική επανάσταση, τον Μακεδονικό Αγώνα, στους Βαλκανικούς Πολέμους αλλά και στον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο. Στο δεύτερο επίπεδο οι εκθέσεις σχετίζονται με τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, την Κατοχή και την Αντίσταση καθώς και την απελευθέρωση της Αθήνας τον Οκτώβριο του 1944. Και σε αυτήν την περίπτωση το εκθεσιακό υλικό αποτελείται από κειμήλια, φωτογραφίες, λιθογραφίες, όπλα κ.ά.¹⁴

4.4. Πολεμικό Μουσείο Χανίων

Το πολεμικό Μουσείο Χανίων στεγαζόταν στο κέντρο της πόλης στη συμβολή των οδών Σφακιανάκη και Τζανακάκη, σε έναν ιταλικό στρατώνα - αρχιτεκτονικό δημιούργημα του Ιταλού Μακούζο- και ξεκίνησε την λειτουργία του το 1995. Τα εκθέματά του αφορούσαν κυρίως ιστορικά κειμήλια και οπτικό υλικό από τη συμμετοχή των Κρητικών στους Μακεδονικούς Αγώνες, στους Βαλκανικούς Πολέμους, την Μικρασιατική Καταστροφή, τον Α΄ και Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο. Το Μουσείο δυστυχώς καταστράφηκε ολοσχερώς λόγω πυρκαγιάς το 2018.¹⁵ Σύμφωνα με τις τελευταίες αποφάσεις έχει δοθεί ήδη άδεια από το Υπουργείο Πολιτισμού προκειμένου να δημιουργηθεί εκ νέου το παράρτημα των Χανίων αυτή τη φορά στο Φρούριο Φιρκά.¹⁶

¹⁴<https://warmuseum.gr/our-war-museums/nafliio-war-museum/permanent-exhibition/>, ανακτήθηκε 11-06-2023.

¹⁵ΓΕΣ 2023 <http://army.gr/> και <https://www.kathimerini.gr/society/976316/fotia-sto-polemiko-moyseio-ton-chanion-fotografies/>, ανακτήθηκε 11-06-2023.

¹⁶ΓΕΣ 2023 <http://army.gr/> και <https://www.kathimerini.gr/society/976316/fotia-sto-polemiko-moyseio-ton-chanion-fotografies/>, ανακτήθηκε 11-06-2023.

4.5. Στρατιωτικό Μουσείο Ρεθύμνου

Στην περιοχή της Κρήτης και συγκεκριμένα του Ρεθύμνου βρίσκεται ακόμα ένα Στρατιωτικό Μουσείο. Το Μουσείο εδρεύει στο χωριό Χρωμοναστήρι σε μια έπαυλη που χρονολογείται στις αρχές του 17^{ου} αιώνα καθώς κατασκευάστηκε περίπου στα 1610 και αποτελούσε καλοκαιρινή κατοικία ενός Βενετού ευγενούς φοροεισπράκτορα του Κλόντιο. Στην περίοδο της Οθωμανοκρατίας το οίκημα περνάει στα χέρια των Οθωμανών έως ότου έφυγαν από τη νησί. Το κτίριο για αρκετά χρόνια βρίσκεται σε παρακμή έως ότου παραχωρηθεί από τον τελευταίο ιδιοκτήτη Αλκιβιάδη Κοτζάμπαση στην τοπική κοινότητα και αυτή με τη σειρά της στο Γενικό Επιτελείο Στρατού (ΓΕΣ) το 1997 με σκοπό την ίδρυση μουσειακού χώρου. Οι εργασίες ξεκίνησα το 2000 και το Μουσείο εγκαινιάστηκε το 2010.

Οι αίθουσές του παρουσιάζουν εκθέματα από την ιστορία της Κρήτης και των μαχών που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, στολές της του Ελληνικού Στρατού και βενετσιάνικες ενδυμασίες, οπλισμό καθώς και περιοδικές εκθέσεις με οπτικό υλικό διαφόρων ιστορικών περιόδων. Να σημειωθεί ότι λόγω της ιστορικότητας του χώρου αποτελεί από μόνο του ένα χαρακτηριστικό δείγμα ενετικής αρχιτεκτονικής. Επίσης έχει διατηρήσει τα στοιχεία τόσο των Ενετών, όσο και των Οθωμανών με το οικοδόμημα της οικογένειας και το σύμβολο του Αγίου Μάρκου. Ακόμα, ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να ξεναγηθεί σε όλους τους χώρους από τα διαμερίσματα των ιδιοκτητών έως τις αποθήκες, το χαμάμ και το ελαιοτριβείο.¹⁷

4.6. Πολεμικό Μουσείο Τρίπολης

Το Πολεμικό Μουσείο της Τρίπολης βρίσκεται στην κεντρική πλατεία της πόλης στην οικία του Μαλλαροπούλου, κατασκευής του 1861. Το μουσείο άνοιξε τις πύλες του για το κοινό το 2000 και οι επισκέπτες αντικρίζουν κειμήλια από την Ελληνική Επανάσταση έως και την λήξη του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου.¹⁸

¹⁷<https://warmuseum.gr/rethymno-war-museum-branch/ekthesis-sylloges-rethymno/>, ανακτήθηκε 12-06-2023.

¹⁸<https://warmuseum.gr/our-war-museums/tripolis-war-museum/>, ανακτήθηκε 12-06-2023.

4.7. Πολεμικό Μουσείο Καλαμάτας

Το Πολεμικό Μουσείο Καλαμάτας εγκαινιάστηκε το 2006 σε κτίριο όπου μέχρι πρότινος στεγαζόταν η παλαιά Μητρόπολη Μεσσηνίας έως ότου παραχωρήθηκε στο ΓΕΣ. Στις αίθουσές του υπάρχει πληθώρα κειμηλίων από την Ελληνική Επανάσταση έως και τις μέρες μας καθώς και μια ξεχωριστή αίθουσα με την ονομασία «Ήχος και Φως» για την προβολή ντοκιμαντέρ και άλλου οπτικοακουστικού υλικού. Στον εξωτερικό περίβολο εκτίθεντο άρματα μάχης και πυροβόλα.¹⁹

Ιδιαίτερη θέση στο Μουσείο ως ξεχωριστό τμήμα αποτελεί το βιβλίο των Μεσσηνίων Πεσόντων, πρόκειται για ένα βιβλίο στο οποίο αναφέρονται όλα τα ονόματα των νεκρών κατοίκων που έπεσαν πολεμώντας για την ελευθερία από το 1897 έως και το 1950.²⁰

4.8. Πολεμικό Μουσείο Χαλκίδας

Το Πολεμικό Μουσείο της Χαλκίδας στεγάζεται σε κτίριο εντός της Σχολής Πεζικού. Στους εκθεσιακούς χώρους παρουσιάζει την ιστορία των Ελλήνων από την Ενετοκρατία μέχρι και το σήμερα με πλούσιο αρχειακό και φωτογραφικό υλικό, όπλα, στολές κ.ά. Το εν λόγω μουσείο άνοιξε τις πύλες μόλις πριν μερικούς μήνες το Μάιο του 2023.²¹

4.9. Μουσείο Πολεμικής Αεροπορίας στην Δεκέλεια

Δε θα μπορούσε να παραληφθεί το Μουσείο Πολεμικής της Αεροπορίας που βρίσκεται στην Βάση της Δεκέλειας στο Τατόι, στο οποίο αναπαρίσταται ολόκληρη η ιστορία της ελληνικής αεροπορίας με εκθέσεις αεροσκαφών από το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο έως και σήμερα.²²

¹⁹<http://army.gr/el/istoria/moyseia/stratitiko-moyseio-kalamatas>, ανακτήθηκε 12-06-2023.

²⁰<https://warmuseum.gr/our-war-museums/kalamata-war-museum/>, ανακτήθηκε 12-06-2023.

²¹<https://warmuseum.gr/our-war-museums/chalkida-war-museum/> και <https://www.naftemporiki.gr/culture/museums/1468769/egkainiastike-to-neo-polemiko-moyseio-chalkidas/>, ανακτήθηκε 12-06-2023.

²²<https://www.haf.gr/history/museum/>, ανακτήθηκε 12-06-2023.

4.10. Ναυτικό Μουσείο της Ελλάδος

Η πρώτη προσπάθεια ίδρυσης του Ναυτικού Μουσείου της Ελλάδος έλαβε χώρα στο νεοσύστατο ελληνικό κράτος το 1867, η οποία δε στέφθηκε με επιτυχία. Η ιδέα υλοποιήθηκε αρκετά χρόνια αργότερα, το 1949, από μία ομάδα Πειραιωτών πολιτών και Αξιωματικών Πολεμικού και Εμπορικού Ναυτικού. Η υπογραφή της ιδρυτικής πράξης, έφερε την ονομασία «Εταιρεία Ναυτικού Μουσείου και περισυλλογής κειμηλίων των κατά θάλασσαν αγώνων του Έθνους», με πρώτο πρόεδρο τον εφοπλιστή Γεώργιο Στρίγκο. Βρίσκεται στον Πειραιά και σκοπός του είναι η μελέτη και τεκμηρίωση της ναυτικής μας ιστορίας (ναυτικοί αγώνες, θαλάσσια δραστηριότητα των Ελλήνων), όπως και η διάσωση και προβολή της ναυτικής κληρονομιάς.²³

4.11. Στρατιωτικά Μουσεία

Επικουρικά στα πολεμικά μουσεία υπάρχουν και τα στρατιωτικά μουσεία τα οποία παρουσιάζουν την στρατιωτική ιστορία μιας χώρας. Τα στρατιωτικά μουσεία είναι μικρότερα όσον αφορά την έκταση των συλλογών τους παρ' όλα αυτά βρίσκονται σχεδόν διασκορπισμένα σε ολόκληρη την Ελλάδα. Συνήθως, οι χώροι που βρίσκονται αποτελούσαν πεδία μάχης όπως είναι το Οχυρό Ρούπελ, το Οχυρό Ιστίμπεη κ.ά.²⁴ Τα στρατιωτικά μουσεία ανήκουν με βάση την κατηγοριοποίηση στα λεγόμενα «παραδοσιακά» καθότι το υλικό τους αποτελείται από σημαίες, όπλα, φωτογραφίες κ.ά. και σκοπός τους πέρα από τη διατήρηση, συλλογή και ανάδειξη είναι και η ακαδημαϊκή ερευνητική προσέγγιση (Hacker & Viving, 2013).

Να σημειωθεί ότι η πλειονότητα των μουσείων διαθέτει εικονική περιήγηση και φωτογραφικό υλικό, ενώ όλα διαθέτουν εκπαιδευτικά προγράμματα κατάλληλα διαμορφωμένα για όλες τις ηλικιακές ομάδες που θα το επισκεφθούν.

Επιγραμματικά, αναφέρονται όλα τα στρατιωτικά μουσεία, όπως προκύπτουν από την ιστοσελίδα του Γενικού Επιτελείου Στρατού: Οχυρού Ρούπελ, Οχυρού Λίσσε, Σχολής Διαβιβάσεων, Οχυρού Νυμφαίας, Σχολής Πυροβολικού, ιστορικός χώρος Λαχανά, Οχυρού Ιστίμπεη, Σχολής Ευελπίδων, Στρατιωτικό Μουσείο

²³<https://www.hmmuseum.gr/>, ανακτήθηκε 12-06-2023.

²⁴<http://army.gr/el/istoria/moyseia>, ανακτήθηκε 12-06-2023.

Βαλκανικών Πολέμων «ΚΙΛΚΙΣ», Στρατιωτικό Μουσείο Διδυμοτείχου, Στρατιωτικό Μουσείο Καλπακίου, Στρατιωτικό Μουσείο Γιαννιτσών, Στρατιωτικό Μουσείο Καλαμάτας, Οχυρού «Εμίν Αγά», Στρατιωτικό Μουσείο Κομοτηνής, Στρατιωτικής Κτηνιατρικής Υπηρεσίας, Στρατιωτικό Μουσείο Σαρανταπόρου, ΕΛΔΥΚ, Στρατιωτικού Μουσείου της ΣΠΖ (Σχολής Πεζικού), Γεωγραφικής Υπηρεσίας Στρατού, Μουσείο Αρμάτων του Κέντρου Εκπαίδευσης Τεθωρακισμένων, Στρατιωτικό Μουσείο Χρωμοναστηρίου, Μουσείο Βαλκανικών Πολέμων, Στρατιωτικό Μουσείο Σχολής Μονίμων Υπαξιωματικών, Στρατιωτικό Μουσείο ΑΣΔΥΣ.

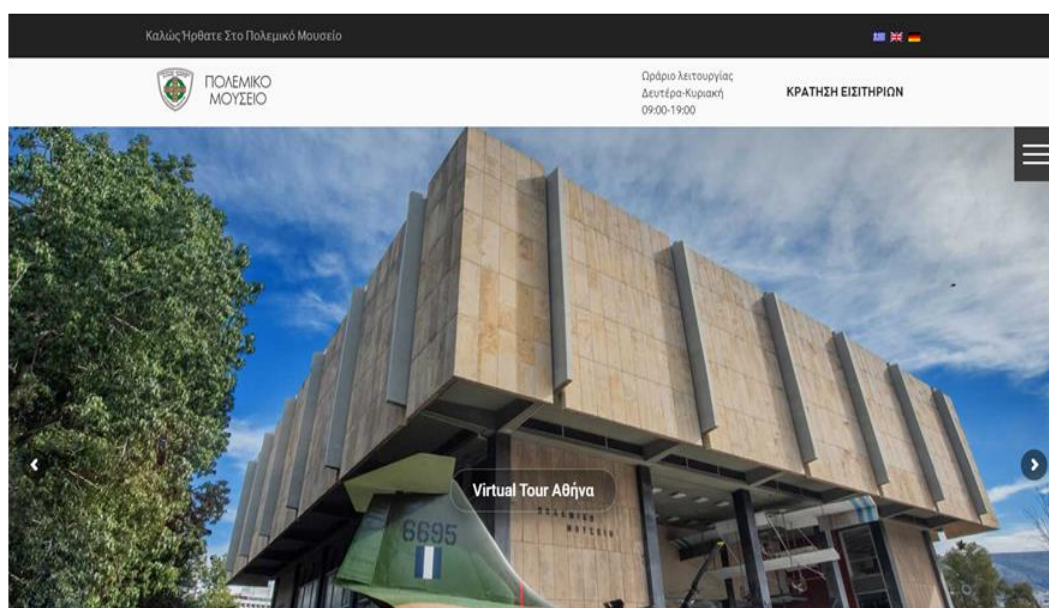
Κεφάλαιο 5: Αξιολόγηση των ιστοτόπων των μουσείων

Οι ιστότοποι του Πολεμικού Μουσείου στην Αθήνα όπως και των συνεργαζόμενων Μουσείων Θεσσαλονίκης, Ναυπλίου Τρίπολης, Χανίων, Καλαμάτας, Χαλκίδας και Ρεθύμνου έχουν δημιουργηθεί από την ίδια εταιρεία και συνεπώς ακολουθούν την ίδια φιλοσοφία και λογική και έχουν τα ίδια χαρακτηριστικά.

Πολεμικό Μουσείο Αθηνών

1. Διαφάνης

Ο ιστότοπος είναι σαφώς προσδιορίσιμος, δηλώνει τον σκοπό και την αποστολή του και είναι εύκολο στον χρήστη να τον συγκρίνει με τις δικές του πληροφοριακές ανάγκες (βλ. εικ. 3). Οι χρήστες άμεσα βεβαιώνονται ότι είναι ο ιστότοπος του Πολεμικού Μουσείου, περιέχει σχετικές πληροφορίες και ανήκει σε οργανισμό πολιτιστικού τομέα. Επίσης είναι σαφής ως προς την εστίασή του, τον ρόλο του και το περιεχόμενό του. Οι χρήστες άμεσα μαθαίνουν τι θα βρουν στον ιστότοπο και ποιες πληροφοριακές ανάγκες μπορεί να εξυπηρετήσει. Διαθέτει τις απαραίτητες πληροφορίες της ταυτότητας και του προφίλ του ιστότοπου (δήλωση αποστολής και περίληψη) διαθέσιμες στους χρήστες στην αρχική σελίδα ή μετά από ένα κλικ. Το όνομα δίνει μια σαφή ένδειξη για το τι πραγματεύεται ο ιστότοπος. Το URL είναι σύντομο και σαφές.



Εικόνα 3: Ιστότοπος Πολεμικού Μουσείου Αθηνών. Πηγή: <https://warmuseum.gr/>

Επίσης ο ιστότοπος δηλώνει στην αποστολή του με σύντομο και περιεκτικό τρόπο με αναφορά στο θέμα, το περιεχόμενο και τον υπεύθυνο οργανισμό. Επίσης animation και γραφικά μπορούν να παρακαμφθούν.

2. Αποδοτικός

Η έννοια της αποδοτικότητας σύμφωνα με τη MINERVA αναφέρει «Ο δικτυακός κόμβος πρέπει να συλλέγει, να ψηφιοποιεί, να τεκμηριώνει, να παρουσιάζει και να επικυρώνει το περιεχόμενό του με σκοπό τη δημιουργία ενός αποδοτικού (effective) δικτυακού κόμβου για τους χρήστες» (Minerva, 2002).

Το περιεχόμενο ενός υψηλής ποιότητας ιστότοπου πρέπει να είναι κατάλληλα επιλεγμένο και σχετικό, έγκυρο και σωστό, συνοδευόμενο από σωστά σχόλια, πρόσθετες πληροφορίες και ευπαρουσίαστο. Επίσης οι χρήστες θα πρέπει να μπορούν να πλοηγηθούν με ευκολία στο υλικό που παρουσιάζεται.

Οι πολιτιστικοί ιστότοποι που παράγονται από οργανισμούς πολιτιστικού ενδιαφέροντος έχουν ως πλεονέκτημα τον πολύ μεγάλο όγκο πολιτιστικού περιεχομένου (βιβλία, εικόνες, αγάλματα, κτίρια, ιστορικές περιοχές κ.ά). Σε πολλές περιπτώσεις, τα συνολικά τεκμήρια είναι αδύνατον να τοποθετηθούν στο σύνολό τους σε έναν ιστότοπο, απλά επειδή ο όγκος του υλικού είναι μεγάλος. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να λάβει χώρα μια κρίσιμη επιλογή - διαλογή και, συνεπώς, να τεθούν κριτήρια επιλογής του περιεχομένου που πρόκειται να ψηφιοποιηθεί και να δημοσιευτεί on-line. Τα κριτήρια μπορεί να εφαρμοστούν με βάση την απαίτηση χρηστών - επιλογή των δημοφιλέστερων αντικειμένων, το προσδοκώμενο κοινό - επιλογή των αντικειμένων που πιθανώς θα είναι ιδιαίτερα σημαντικά για το επιλεγμένο κοινό, διατήρηση - επιλογή των ευαίσθητων αντικειμένων και περιορισμός της πρόσβασης στα πρωτότυπα, το θέμα του έργου - επιλογή των αντικειμένων που ταιριάζουν στο θέμα, και τέλος η συνεργασία με άλλους οργανισμούς - επιλογή αντικειμένων που ταιριάζουν στο θέμα μιας συνεργατικής έκθεσης ή ενός έργου που περιλαμβάνει άλλους οργανισμούς.

Η σωστή επιλογή ενισχύει την αξία ενός πολιτιστικού ιστότοπου. Για το Πολεμικό Μουσείο έχει επιλεγεί η εικονική περιήγηση (virtual tour) όλων των χώρων και ορόφων του Μουσείου και η σήμανση με πινέζα και περιγραφή των αντικειμένων (pinned description). Ο χρήστης πριν την επίσκεψη μπορεί να περιηγηθεί στο

Μουσείο. Οι πληροφορίες είναι σωστές και ακριβείς, οπότε οι πρόσθετες πληροφορίες αυξάνουν την αξία και την αποδοτικότητα του ιστότοπου.

Οι εικόνες φέρουν, σαφώς, τίτλο πρόσθετα σε οποιοδήποτε κείμενο που συνδέεται με την εικόνα. Η σχέση μεταξύ των εικόνων και της τρισδιάστατης παρουσίασης – περιήγησης και των πρόσθετων πληροφοριών είναι σαφής. Δεν υπάρχει καμία σύγχυση ως προς το για ποια εικόνα ισχύει μια συγκεκριμένη περιγραφή. Αυτό ισχύει εξίσου για τις πολύγλωσσες πληροφορίες.

Όλοι οι σύνδεσμοι λειτουργούν είναι ακριβείς και ο κάθε σύνδεσμος οδηγεί στο σημείο που αναμένει ο χρήστης. Οι εικόνες παρουσιάζονται σε ικανοποιητική ανάλυση όχι, όμως, πάντα υψηλή. Η πλοήγηση σε αυτήν την εικονική περιήγηση είναι εύκολη και μπορεί να γίνει και από αρχάριους χρήστες. Ωστόσο, δε διαθέτουν όλα τα συνεργαζόμενα μουσεία εικονική περιήγηση αλλά μόνο της Αθήνας, Θεσσαλονίκης, Ναυπλίου, Τρίπολης και Ρεθύμνου.

Η πλοήγηση στον ιστότοπο είναι εύκολη και ο χρήστης μπορεί να μετακινηθεί πίσω ή να αλλάξει σελίδα. Ωστόσο πρέπει να σημειωθεί ότι δεν υπάρχει η δυνατότητα αναζήτησης με λέξεις κλειδιά του περιεχομένου ή αντικειμένων. Σημαντικό πλεονέκτημα είναι η χρήση δύο γλωσσών στην περιήγηση (ελληνικής και αγγλικής).

3. Προσβάσιμος

Η έννοια της προσβασιμότητας σημαίνει ότι οι χρήστες πρέπει να μπορούν να εκτελούν όλες τις ενέργειες, να προσπελάνουν το περιεχόμενο και να χρησιμοποιούν όλες τις υπηρεσίες που προσφέρονται από τον ιστότοπο, ανεξάρτητα από τις ικανότητές τους, την τεχνολογία που χρησιμοποιούν ή το περιβάλλον στο οποίο εργάζονται» (Minerva, 2002)

Η αρχή της προσβασιμότητας εστιάζει στην ανάγκη της εξυπηρέτησης όλων των χρηστών (τους τυφλούς και ανθρώπους με προβλήματα οράσεως, τους κωφούς και τους ανθρώπους με προβλήματα ακοής, τους χρήστες με κινητικά προβλήματα και προβλήματα επιδεξιότητας, χρήστες με δυσκολίες ανάγνωσης, π.χ. δυσλεξία και άνθρωποι με μαθησιακές δυσκολίες).

Ο πολιτισμός είναι μέρος της κληρονομιάς όλων των πολιτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και πρέπει όλοι ισότιμα να έχουν πρόσβαση στους ιστότοπους πολιτιστικών φορέων. Οι τεχνολογίες του Διαδικτύου με την αυξημένη χρήση εικόνων, εικονιδίων, σχημάτων και χρωμάτων καθιστούν την οπτική επαφή έναν από τους

σημαντικότερους παράγοντες επιτυχίας και ελκυστικότητας του Ιστού στο ευρύ κοινό. Κατά συνέπεια, η οπτική εστίαση καθιστά τον ιστό λιγότερο προσιτό σε εκείνους που έχουν προβλήματα όρασης, παρά σε αυτούς με προβλήματα ακοής.

Διαπιστώνεται ότι από τους ιστότοπους των πολεμικών μουσείων λείπει η τεχνολογία που διευκολύνει όσους έχουν πρόβλημα όρασης. Για παράδειγμα, εφαρμογή λογισμικού η οποία θα μπορούσε να «αναγνώσει» τις ιστοσελίδες. Ο ίδιος ο οργανισμός μπορεί να ανιχνεύσει τον βαθμό προσπέλασης με αυτοματοποιημένα εργαλεία στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.w3.org/WAI/ER/existingtools.html>. Αξίζει να σημειωθεί ότι αυτό από μόνο του δεν επαρκεί και μια συστηματική διαδικασία σχετικά με την πρόσβαση με έλεγχο από την πλευρά των χρηστών και, πιθανόν, δοκιμές από ανθρώπους με ειδικές ανάγκες να βοηθούσε σημαντικά.

Μια άλλη σημαντική πτυχή της προσβασιμότητας είναι η ανάγκη να υποστηριχθούν πολλές τεχνολογίες. Διαπιστώνεται ότι υποστηρίζεται και άλλος τύπος φυλλομετρητή (έγινε δοκιμή σε Mozilla) όπως επίσης και σε φορητές συσκευές (έγινε δοκιμή με χρήση κινητού τηλεφώνου) στο οποίο ανοίγει και η εικονική περιήγηση.

4. Ανθρωποκεντρικός

«Ο σχεδιασμός του ιστότοπου πρέπει να είναι ανθρωποκεντρικός (user-centred), λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες των χρηστών και εξασφαλίζοντας τη σχετικότητα και την ευκολία χρήσης μέσω της αξιολόγησης και της ανατροφοδότησης». Ο ιστότοπος κατά συνέπεια στοχεύει στη διευκόλυνση του τελικού χρήστη με την παροχή πληροφοριών και υπηρεσιών. Άρα, είναι κρίσιμο ο χρήστης να βρίσκει τον ιστότοπο χρήσιμο, εύχρηστο και ελκυστικό. Διαπιστώνεται ότι ο τελικός χρήστης βρίσκει στον ιστότοπο του Πολεμικού Μουσείου σχετικό περιεχόμενο, ευκολία χρήσης διεπαφών, δηλαδή είναι άνετος με τον τρόπο που παρουσιάζεται το περιεχόμενο και οι υπηρεσίες (με τις εξαιρέσεις που προαναφέρθηκαν), η πλοήγηση είναι εύκολη.

Δεν γνωρίζουμε σε ποιον βαθμό και εάν υπήρξε εμπλοκή των χρηστών στον σχεδιασμό του ιστότοπου ή διαβούλευση με συμμετοχή χρηστών.

Από τον ιστότοπο διαπιστώνεται ότι το Μουσείο σε συνεργασία με ειδικούς επιστήμονες σχεδιάζει και υλοποιεί εκπαιδευτικά προγράμματα με εφαρμογή μουσειοπαιδαγωγικών πρακτικών. Τα προγράμματα είναι προσαρμοσμένα στις

γνωστικές ανάγκες των παιδιών των διαφορετικών σχολικών βαθμίδων με φυσική παρουσία των μαθητών. Όπως σημειώθηκε στην περίπτωση που κάποιος δεν είναι σε θέση να μεταβεί στον χώρο δίνεται η δυνατότητα μέσω του ιστότοπου να παρακολουθήσει μια πλήρη εικονική ξενάγηση 360°, αλλά δεν προσφέρονται εκπαιδευτικές ή άλλες δραστηριότητες ψηφιακές.

5. Αλληλεπιδραστικός

«Ο ιστότοπος πρέπει να είναι αλληλεπιδραστικός (responsive), επιτρέποντας στους χρήστες να επικοινωνήσουν με αυτόν και να λάβουν μια κατάλληλη απάντηση». Πρέπει να ενθαρρύνεται η υποβολή ερωτήσεων, η ανταλλαγή πληροφοριών και η συζήτηση των χρηστών μεταξύ τους και με τους υπευθύνους του ιστότοπου (MINERVA, 2002).

Στον ιστότοπο του Πολεμικού Μουσείου δεν διαπιστώθηκε η ύπαρξη ενός ανοικτού φόρουμ ώστε οι χρήστες να συμβάλουν στη συζήτηση, να δουν και να μάθουν από τις απαντήσεις που δίνονται σε άλλους χρήστες κ.λ.π. Η αλληλεπίδραση διαλαμβάνει περισσότερο την έννοια της συμμετοχής χρηστών και της παραγωγής περιεχομένου από τους χρήστες, παρά την απλή και παθητική κατανάλωση του περιεχομένου, λόγω του διαλόγου με την υποβολή ερωτήσεων και τον διαμοιρασμό απόψεων.

Για τους πολιτιστικούς ιστότοπους η αλληλεπίδραση είναι ιδιαίτερα χρήσιμη διότι το περιεχόμενο περιέχει υψηλής αξίας γνώση με εκπαιδευτικές και ερευνητικές εφαρμογές, οπότε οι ερωτήσεις και ο διάλογος είναι ιδιαιτέρως ικανοποιητικού επιπέδου σε ότι αφορά πολιτιστικά και ιστορικά θέματα.

Οπωσδήποτε, τίθεται η ανάγκη υποστήριξης της αλληλεπίδρασης με προσωπικό που θα διαθέσει χρόνο και πόρους στην απάντηση των ερωτήσεων και στη διαχείριση του φόρουμ ή άλλων on-line ευκολιών για την αλληλεπίδραση των χρηστών. Ο ιστότοπος διαθέτει στοιχεία επικοινωνίας και φόρμα επικοινωνίας που συμπληρώνεται με ερωτήματα χρηστών και αιτήματα για επίσκεψη ή κλείσιμο και κράτηση εισιτηρίων. Η επικοινωνία συνεπώς γίνεται με τη μορφή ασύγχρονη.

Ο ιστότοπος (το Μουσείο) επίσης διαθέτει σελίδα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) οπότε δίνεται η δυνατότητα επαφής και αλληλεπίδρασης και μέσω αυτών, αφού διαπιστώθηκε η δυνατότητα δημιουργίας σχολίων. Πλούσιο φωτογραφικό υλικό, δραστηριότητες, ντοκιμαντέρ

από το κανάλι στο YouTube συμβάλλουν θετικά στην επαφή με τους χρήστες και την εκπαίδευση.

6. Πολύγλωσσος

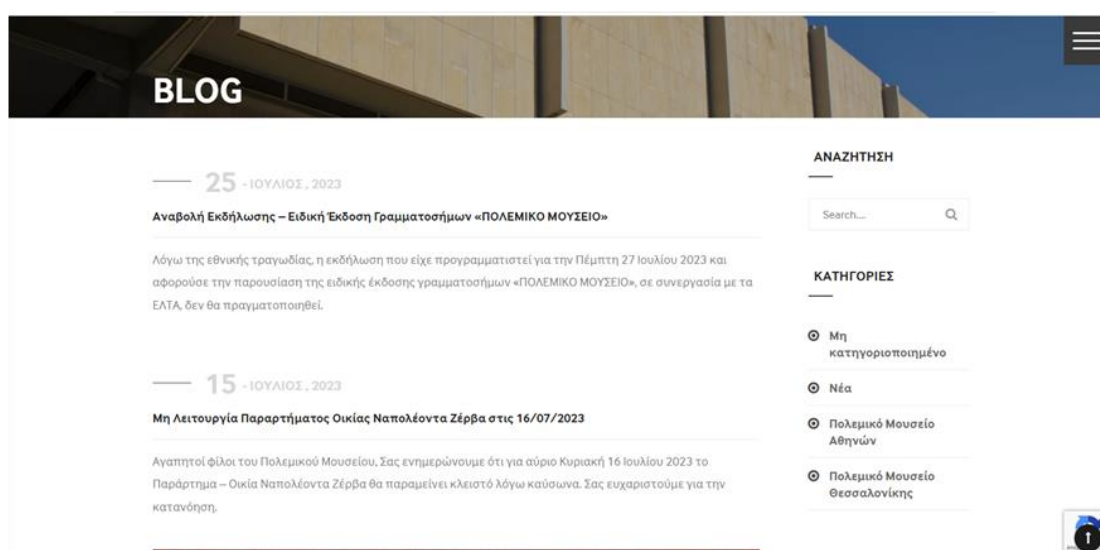
Η πολυγλωσσία (multilinguality) για την Ευρώπη είναι σημαντική όπως και για την πρόσβαση στην πληροφορία. Οι πολιτιστικοί ιστότοποι θα πρέπει να παρέχουν σε περισσότερες από μία γλώσσες, τουλάχιστον μια εισαγωγή και έναν οδηγό των περιεχομένων τους. Πράγματι διαπιστώνεται ότι ο ιστότοπος του Πολεμικού Μουσείου είναι σε τρεις γλώσσες (ελληνικά, αγγλικά και γερμανικά) στις βασικές πληροφορίες ενώ η εικονική περιήγηση σε δύο (ελληνικά και αγγλικά).

Η σημασία της χρήσης περισσότερων γλωσσών έχει σχέση με την αύξηση του κοινού, την πρόσβαση και την πληρέστερη πληροφόρησή του. Η αύξηση του κοινού αυξάνει και την αξία του ιστότοπου. Ο πολιτιστικός ιστότοπος με τη χρήση και άλλης γλώσσας πέραν της εθνικής στοχεύει στην υπέρβαση των εθνικών και γλωσσικών ορίων και στην εξυπηρέτηση ευρύτερου αριθμού ευρωπαίων πολιτών.

Πέρα από αυτό θα μπορούσε να εξεταστεί και να προστεθεί η υποστήριξη για τη νοηματική γλώσσα. Ο ιστότοπος ακόμη και ως μερικώς πολύγλωσσος είναι προτιμητέος από έναν μονόγλωσσο. Βέβαια, δε διαπιστώνεται η ανάπτυξη της πολυγλωσσίας σε άλλα μέσα όπως τα ντοκιμαντέρ στο κανάλι YouTube του Μουσείου στα οποία δεν είναι ενεργοποιημένοι οι υπότιτλοι.

Στην παρούσα μελέτη δεν θα ασχοληθούμε με τις τεχνικές προδιαγραφές αξιολόγησης ιστοτόπων ωστόσο θα αναφερθούμε ακροθιγώς με ορισμένες παρατηρήσεις. Η έννοιες «**Διατηρήσιμος**» και «**Συντηρήσιμος**» σημαίνουν ότι ο ιστότοπος πρέπει να υλοποιεί τις οδηγίες της πολιτικής για ποιότητα υπηρεσιών προκειμένου να διασφαλιστεί ότι αυτός διατηρείται (preserved) και ενημερώνεται σε ένα κατάλληλο επίπεδο» ώστε να είναι εφικτή η μακροπρόθεσμη διατήρηση αυτού και του περιεχομένου του στο πλαίσιο του νόμιμου, εφαρμόζοντας τις αντίστοιχες οδηγίες και εξασφαλίζοντας αξιόπιστες - έγκυρες πληροφορίες σε ορθά ενημερωμένο - συντηρημένο περιβάλλον. Η αρχή φυσικά καλύπτει κάθε ιστότοπο και όχι μόνο τους πολιτιστικούς και έχει κοινά σημεία με τη διαλειτουργικότητα. Αφορά στο ζήτημα της επικαιρότητας δηλαδή οι πληροφορίες για τον ιστότοπο πρέπει να είναι ενήμερες ώστε περιεχόμενο **παρωχημένο** ή **άσχετο** να αφαιρείται, να τηρείται ενημερωμένο και να αναθεωρείται περιοδικά ώστε να διασφαλίζεται ότι είναι ακόμα σχετικό και σωστό.

Η διατήρηση αναφέρεται στη συνεχόμενη λειτουργία του ιστότοπου και στη διαθεσιμότητα του στο Διαδίκτυο. Τακτικά back-ups και επέκταση των κατάλληλων τεχνικών πόρων καθιστούν την πλατφόρμα του ιστότοπου λειτουργική, σχέδια για την αντιμετώπιση καταστροφών, μεταφορά σε νέα μέσα, αρχειοθέτηση περιεχομένου μέσω Διαδικτύου είναι τακτικές που συμβάλλουν στη διατήρηση. Εδώ θα επισημανθεί ότι στο τμήμα του ιστότοπου «Νέα» παρουσιάζονται πρόσφατες ειδήσεις με δραστηριότητες ή αναβολή εκδηλώσεων και αυτό είναι σημαντικό διότι ένας ιστότοπος που δεν έχει καμία πρόσφατη είδηση ή γεγονός, δίνει την εντύπωση της μη διατήρησης – συντήρησής του.



Επίσης οι πληροφορίες επικοινωνίας όπως τηλεφωνικοί αριθμοί, διοίκηση και άλλο περιεχόμενο που δεν είναι στατικό, είναι ενημερωμένο. Οι πολιτιστικοί ιστότοποι περιέχουν μεγάλο μέρος στατικών πληροφοριών, όπως τα ψηφιοποιημένα αντικείμενα, με περιγραφές και ετικέτες, που δεν αλλάζουν κατά τη διάρκεια του χρόνου. Αλλά για τις εικονικές εκθέσεις αυτό δεν ισχύει. Οπότε το περιεχόμενο αυτό πρέπει να αναθεωρείται σε περιοδική βάση και η διαδικασία να συμπεριλαμβάνεται στο σχέδιο διαχείρισης του ιστότοπου.

Σημαντική επίσης από τεχνικής απόψεως είναι η αρχή ποιότητας που αφορά τον βαθμό στον οποίο ο ιστότοπος πρέπει να είναι **διαλειτουργικός** (interoperable) και να αποτελεί μέρος των πολιτιστικών δικτύων προκειμένου να επιτρέπει τον εύκολο εντοπισμό του περιεχομένου του και των υπηρεσιών, που ικανοποιούν τις ανάγκες των χρηστών του. Αφορά στον τρόπο που διασυνδέεται με άλλους

πολιτιστικούς ιστότοπους και οντότητες, όπως οι πολιτιστικές πύλες. Η εστίαση αφορά στα πρότυπα που σημαίνει ότι όταν ένας πολιτιστικός ιστότοπος χρησιμοποιεί τυποποιημένες τεχνολογίες και τεχνικές, μοντέλα δεδομένων και διεπαφές (μεταδεδομένα, τεχνολογίες ιστοτόπων, συλλογή – harvesting, κατανεμημένη αναζήτηση) διευκολύνεται η αλληλεπίδραση και η διαλειτουργικότητα με άλλους ιστότοπους και on-line οντότητες.

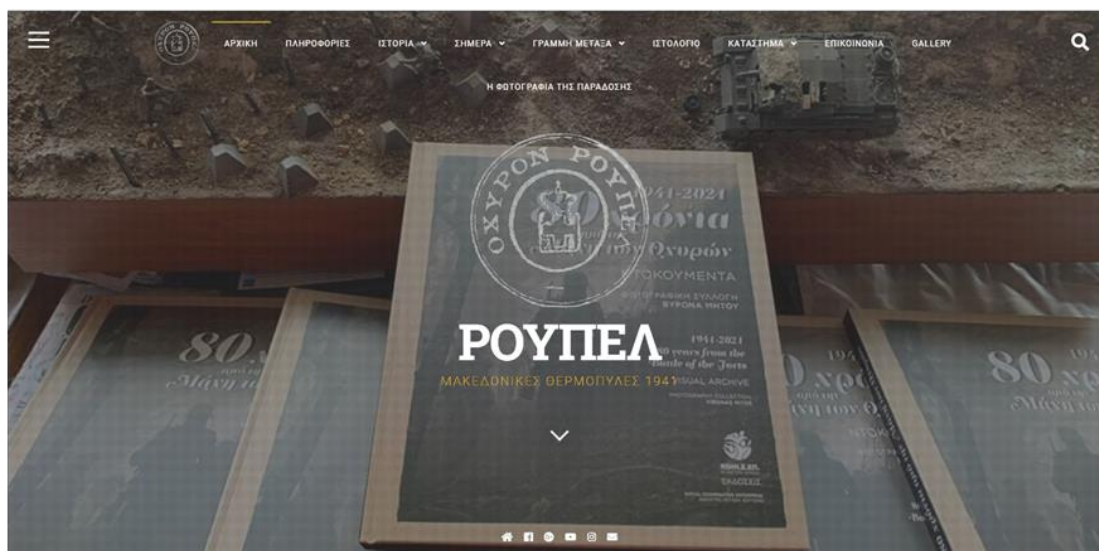
Σημαντικές παράμετροι της διαλειτουργικότητας είναι η ανακαλυψιμότητα δηλαδή να προσεγγίζεται από τον χρήστη είτε άμεσα είτε σε δίκτυο ιστοτόπων, το ζήτημα του διαμοιρασμού των πληροφοριών μεταξύ ιστοτόπων και άλλων on-line οντοτήτων με τη χρήση συμβατού και προβλέψιμου συνόλου τεχνολογιών για τη δημιουργία και παρουσίαση του ιστότοπου. Άρα πρέπει να προτιμώνται καθιερωμένες τεχνολογίες Ιστού χωρίς να απαιτείται φόρτωμα και εγκατάσταση πρόσθετης τεχνολογίας (π.χ. plugins), εμφάνιση της πληροφορίας του περιεχομένου τους ως αρχεία μεταδεδομένων που μπορούν να «συλλεχθούν» (harvested).

Ο ιστότοπος επίσης πρέπει να είναι **διαχειρίσιμος** δηλαδή να σέβεται νομικά ζητήματα (managed) όπως την Προστασία Πνευματικών Δικαιωμάτων και την ιδιωτικότητα και να δηλώνει σαφώς τους όρους και τις διατάξεις βάσει των οποίων μπορεί να χρησιμοποιηθεί το περιεχόμενό του. Η αρχή αυτή αφορά στη μέριμνα στα μη τεχνικά, μη-πολιτιστικά ζητήματα όπως η πνευματική ιδιοκτησία, η διαχείριση των δικαιωμάτων και η ιδιωτικότητα δηλαδή τις ηθικές και νομικές πτυχές της προβολής των ιστοτόπων (MINERVA, 2002).

5.1. Ιστότοποι άλλων πολεμικών μουσείων και στρατιωτικών χώρων

Οι ιστότοποι των άλλων πολεμικών μουσείων δηλαδή των Χανίων, της Καλαμάτας, και της Χαλκίδας φέρουν χαρακτηριστικά απλοϊκά . Είναι λιτοί και περιέχουν βασικές πληροφορίες για την ιστορία του μουσείου και τη συλλογή του, τη θέση του και το ωράριο λειτουργίας. Το ίδιο ισχύει και για τους στρατιωτικούς χώρους – μουσεία όπως τα Οχυρά. Στην περίπτωση των Οχυρών οι βασικές πληροφορίες συμπληρώνονται από χάρτη google όπου εντοπίζεται η θέση, φωτογραφίες με ορισμένα σημεία ή γεγονότα και ιστολόγιο με άρθρα σχετικά με την ιστορία. Οι ιστορικές πληροφορίες είναι σύντομες και περιεκτικές.

Σε όλα υπάρχει αναφορά στα στοιχεία επικοινωνίας και διαθέτουν και φόρμα για ασύγχρονη επικοινωνία και ορισμό ραντεβού για επίσκεψη. Το Οχυρό Ρούπελ διαθέτει και σελίδες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης Facebook, GooglePlus και Instagram όπως και κανάλι στο YouTube. Το υλικό και η σελίδα στρέφονται περισσότερο στην προώθηση και ενθάρρυνση της επίσκεψης με φυσική παρουσία στο οχυρό παρά στη διαδικτυακή επίσκεψη και ξενάγηση.



Εντοπίζεται εύκολα με αναζήτηση αλλά δε διαθέτει πληροφορίες σε άλλη γλώσσα πλην της ελληνικής. Με αναζήτηση στην αγγλική γλώσσα η αναφορά που εντοπίζεται είναι στη Wikipedia και όχι στον ιστότοπο του οχυρού.

Στο ίδιο μοτίβο κινείται και το Μουσείο Πολεμικής Αεροπορίας. Μπορεί κανείς να αντλήσει πληροφορίες μέσω του ιστοτόπου της Ελληνικής Πολεμικής Αεροπορίας, οι οποίες απαρτίζονται από φωτογραφικό υλικό εκθεμάτων και εκτενή ενημέρωση σχετικά με την ιστορία, τους στόχους, την προοπτική του μουσείου. Η χρήση της τεχνολογίας περιορίζεται στην κάλυψη των βασικών πληροφοριακών αναγκών του χρήστη και καθιστά τον ιστότοπο αποδοτικό αλλά όχι ιδιαίτερα αλληλεπιδραστικό.

Αντίθετα, ο ιστότοπος του Ναυτικού Μουσείου της Ελλάδος παρουσιάζει αποδοτικό, προσβάσιμο, ανθρωποκεντρικό και αλληλεπιδραστικό χαρακτήρα. Παρέχει εκτενέστατες πληροφορίες σχετικά με την οργάνωση της επίσκεψης των χρηστών στο μουσείο, πληροφορίες σχετικά με τις συλλογές και τη βιβλιοθήκη, παρουσιάζει τα εκπαιδευτικά του προγράμματα, παρέχει υλικό για εκπαιδευτικούς και ενημερώνει για δραστηριότητες. Υποστηρίζει και την αγγλική γλώσσα και παρέχει πλούσιο φωτογραφικό υλικό.

Κεφάλαιο 6: Κριτική Παρουσίαση και Μελλοντική Προοπτική

Ενώ τα μουσεία αυξάνουν την προσβασιμότητα στις συλλογές τους και παρέχουν εμπειρίες μέσω πλουσιότερων, καλύτερα ενημερωμένων και πιο εύχρηστων διεπαφών οι έρευνες έχουν δείξει ότι οι περισσότεροι χρήστες βλέπουν μόνο μία ή δύο σελίδες σε χρόνο 10 δευτερολέπτων και μετά φεύγουν από τον ιστότοπο. Συνεπώς οι έρευνες πρέπει να εστιάσουν και στους ίδιους τους χρήστες και τα χαρακτηριστικά τους. Ορισμένες νεότερες έρευνες που έχουν συγκεντρώσει στοιχεία για ένα ευρύ φάσμα χαρακτηριστικών των χρηστών ώστε να διαπιστωθεί καλύτερα η εργασία τους, το κίνητρο, η δέσμευση και οι γνώσεις τους έχουν δείξει ότι το γενικό κοινό και οι μη επαγγελματίες αποτέλεσαν την πλειονότητα των χρηστών (περίπου 77%) (Skov & Ingwersen, 2008 & 2014).

Τα μουσεία έχουν διευρύνει πλέον τις διαδικτυακές υπηρεσίες τους με παρεχόμενες γενικές πληροφορίες αλλά και άμεση πρόσβαση στις συλλογές τους και στις εκθέσεις τους. Επίσης έχει επισημανθεί σε μελέτες η σχέση μεταξύ μουσείων, των ιστοτόπων τους και των επισκεπτών και ιδιαίτερα του τρόπου με τον οποίο οι ιστότοποι χρησιμοποιούνται για να συνδέσουν δραστηριότητες πριν και μετά την επίσκεψη με φυσική παρουσία στο μουσείο. Η παροχή διαδικτυακών πόρων έχει ανοίξει το μουσείο σε ευρύτερες ομάδες χρηστών και αύξησε σε σημαντικό βαθμό τον αριθμό των επισκεπτών των ιστοτόπων των μουσείων.

Εντούτοις, περισσότεροι από τους μισούς χρήστες επισκέπτονται μία ή δύο σελίδες του ιστότοπου και φεύγουν μετά από ελάχιστο χρόνο (περίπου 10'). Έτσι πολλά μουσεία στρέφονται σε περισσότερο ανθρωποκεντρικές προσεγγίσεις ώστε να κατανοήσουν καλύτερα το διαδικτυακό κοινό τους και τα χαρακτηριστικά του. Οι μελέτες εντοπίζουν την πολυμορφία του κοινού (σε ηλικία, φύλο, προσωπικότητα, ενδιαφέροντα, εξειδίκευση, επάγγελμα, κοινωνικο-οικονομικό υπόβαθρο, κίνητρο, στόχοι κ.ά.).

Η κατανόηση και κατηγοριοποίηση των χρηστών συμβάλει στην ανάπτυξη, προσαρμογή και αξιολόγηση των συστημάτων πληροφόρησης από την οπτική των χρηστών. Συνεπώς οι πάροχοι και οι δημιουργοί περιεχομένου πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τα στοιχεία αυτά κατά τον σχεδιασμό μεθόδων πρόσβασης στην πληροφορία. Όλο και περισσότερο οι σχετικές υπηρεσίες με την πολιτιστική κληρονομιά προσαρμόζονται και προσωποποιούνται και άρα απαιτούν ένα επίπεδο

διαφοροποίησης ανάλογα με τις ομάδες χρηστών. Όπως σημειώνουν οι Skov και Ingwersen (2014), “Understanding online museum visitor behaviour is critical to the development of relevant and useful museum websites”. Η κατανόηση της συμπεριφοράς των διαδικτυακών χρηστών είναι σημαντική στην ανάπτυξη και δημιουργία χρήσιμων μουσειακών ιστοτόπων.

Οι παλαιότερες μελέτες χρηστών εστίαζαν κυρίως σε ομάδες που ήταν πιο εύκολο να προσεγγιστούν όπως ειδικοί, ερευνητές και προσωπικό μουσείων. Το γενικό κοινό και ο μη επαγγελματίας χρήστης συνήθως δεν προσέλκυαν την προσοχή. Ωστόσο, όπως φαίνεται, αυτοί αποτελούν το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών των μουσειακών ιστοτόπων.

Η επαφή με τεκμήρια πολιτιστικού ενδιαφέροντος δεν αφορά πλέον μόνο την επίσκεψη με φυσική παρουσία αλλά την ολοκληρωμένη εμπειρία του επισκέπτη που άρχεται της στιγμής της πρώτης διαδικτυακής επίσκεψης και τελειώνει αφού η διαζώσης επίσκεψη έχει λάβει χώρα. Ο συνηθέστερος λόγος της επίσκεψης σε έναν ιστότοπο μουσείου είναι η πρόθεση να σχεδιαστεί η επίσκεψη σε αυτό με φυσική παρουσία. Σε κάποιες περιπτώσεις η επίσκεψη είναι μόνο διαδικτυακή στις ψηφιακές συλλογές του μουσείου.

Παρά τον πειρασμό να εφαρμοστούν μοντέλα που υφίστανται για τον πραγματικό επισκέπτη του μουσείου, στον ψηφιακό επισκέπτη δεν είναι βέβαιο ότι θα ισχύουν και συνεπώς οι ανάγκες των ψηφιακών επισκεπτών θα πρέπει να μελετηθούν διαφορετικά. Οποσδήποτε, οι έρευνες σχετικά με τους ψηφιακούς επισκέπτες δεν θα πρέπει να αρκεστούν μόνο στα δημογραφικά στοιχεία. Ο Falk (2009) στην έρευνά του προσδιόρισε πέντε ομάδες χρηστών με βάση τις ανάγκες τους. Οι εξερευνητές (Explorers) οι οποίοι κινούνται κυρίως από προσωπική περιέργεια, οι διαμεσολαβητές/διευκολυντές (Facilitators) - οι οποίοι κινούνται από άλλους και τις ανάγκες τους (π.χ. γονείς για λογαριασμό των παιδιών τους), αυτοί που αναζητούν την εμπειρία (Experience Seekers) που κινούνται από την επιθυμία να δουν και να επισκεφτούν τον χώρο (π.χ. τουρίστες), οι επαγγελματίες/χομπίστες (Professional/Hobbyists) οι οποίοι κινούνται από στόχους που σχετίζονται με την απόκτηση ειδικών γνώσεων (π.χ. ακαδημαϊκοί ερευνητές) και οι επαναφορτιστές (Rechargers) που κινούνται από την επιθυμία για μία στοχαστική ή αποκαταστατική εμπειρία.

Οι Villaespesa and Stack (2015) με βάση ανθρωποκεντρική έρευνα επίσης κατηγοριοποιούν τους χρήστες των μουσειακών ιστοτόπων με γνώμονα το κίνητρο

(προσωπικό ενδιαφέρον, έρευνα, ακαδημαϊκή έρευνα, επαγγελματική έρευνα, έμπνευση, διασκέδαση, ειδήσεις σχετικές, προγραμματισμός επίσκεψης, πληροφορίες οργάνωσης). Ένας άλλος τρόπος κατηγοριοποίησης των χρηστών είναι ο διαχωρισμός σε αρχάριους και ειδικούς, υπό την έννοια ότι αρχάριοι είναι όσοι έχουν λίγη ή καθόλου ειδική εκπαίδευση στα ζητήματα της πολιτιστικής κληρονομιάς ή στα σχετικά ψηφιακά περιβάλλοντα. Φυσικά μεταξύ αυτών των δύο κατηγοριών υπάρχουν και οι ενδιάμεσες.

Άλλες αναλύσεις υποδεικνύουν τρεις ομάδες χρηστών με κριτήριο τις πληροφοριακές τους ανάγκες: γενικό κοινό που αναζητά γενικές πληροφορίες όπως τις ώρες λειτουργίας και τις τιμές, κοινό που ενδιαφέρεται για εκπαιδευτικούς λόγους και ζητά περισσότερες και πιο λεπτομερείς πληροφορίες για να προγραμματίσει μια επίσκεψη, και οι εξειδικευμένοι επισκέπτες που αναζητούν ειδικές και λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με τις συλλογές. Διαφορετικές έρευνες με διαφορετικά κριτήρια ή συνδυασμούς κριτηρίων αναδεικνύουν ομάδες των διαδικτυακών χρηστών. Η ομάδα η οποία αναφέρεται ως γενικό κοινό είναι η πλειονότητα των χρηστών και φέρει χαρακτηριστικά ωστόσο τόσο ετερογενή, τα οποία δεν προσφέρουν ιδιαίτερη βοήθεια στον σχεδιασμό ενός ιστότοπου.

Νεότερες έρευνες (Walshetal, 2020) έχουν αναδείξει ότι η πλειονότητα του κοινού που επισκέπτεται τον ιστότοπο ενός μουσείου είναι το γενικό κοινό (πάνω από 50%) και όχι επαγγελματίες ή ειδικοί. Το κίνητρο της επίσκεψης είναι κυρίως προσωπικοί λόγοι με κυρίαρχη την απάντηση για χαλαρή περιήγηση στο διαδίκτυο – απάντηση ωστόσο που είναι κοινότοπη και για τους επισκέπτες με φυσική παρουσία, τους «loungers», οι οποίοι ήδη είναι γνωστό ότι αποτελούν σημαντικό μέρος των επισκεπτών με φυσική παρουσία.

Η απάντηση στην ερώτηση σχετικά με τον σκοπό της επίσκεψης, ήταν κυρίως ο προγραμματισμός μιας δια ζώσης επίσκεψης (σε ποσοστό 61% το γενικό κοινό και 36% το ειδικό), δευτερευόντως μια συνολική επισκόπηση του μουσείου και των συλλογών του και λιγότερο μιας συγκεκριμένης συλλογής ή αντικειμένου. Η πρόσβαση στον ιστότοπο γίνεται κυρίως μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή (PC), αλλά, όλο και περισσότερο χρησιμοποιούνται και φορητές συσκευές. Οι σελίδες του ιστότοπου με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα ήταν αυτές με τις πληροφορίες περί της λειτουργίας και του προγραμματισμού μιας επίσκεψης και δευτερευόντως του περιεχομένου για το γενικό κοινό ενώ το ειδικό πρώτα απάντησε ότι κοιτάζει τις

σελίδες με το περιεχόμενο. Το ειδικό κοινό όπως φαίνεται επίσης διαβάζει όλες τις πληροφορίες ενώ το γενικό προτιμά τις εικόνες και τα σχέδια.

Ο προσδιορισμός του κοινού που επισκέπτεται τους ιστότοπους των μουσείων και των χαρακτηριστικών του δύναται να βοηθήσει στον σχεδιασμό των πληροφοριακών συστημάτων και υπηρεσιών. Η ανάδειξη του γενικού κοινού ως αυτού που επισκέπτεται, κυρίως, τους ιστότοπους των πολιτιστικών οργανισμών θα επιτρέψει στην περαιτέρω έρευνα να κατανοήσει τις ανάγκες του και στα μουσεία να εστιάσουν στο περιεχόμενο και τις διεπαφές. Κυρίως απαιτείται εστίαση σε αυτούς τους χρήστες που επισκέπτονται το μουσείο ή την γκαλερί για πρώτη φορά. Επίσης απαιτείται έρευνα όσον αφορά στην ανάπτυξη προστιθέμενης αξίας υπηρεσιών που εστιάζουν πρώτα στον χρήστη και όχι στο περιεχόμενο και στον τρόπο που ο χρήστης αντιμετωπίζει τις συλλογές και τα αντικείμενα, εφόσον αυτός επηρεάζεται άμεσα από τα κοινωνικά και πολιτιστικά δεδομένα εντός των οποίων αυτός ζει.

Είναι λογικό ένας οργανισμός που σχεδιάζει ή υλοποιεί έναν ιστότοπο να συσχεφτεί με τους χρήστες ώστε να διασφαλιστεί ότι ο ιστότοπος ικανοποιεί τις ανάγκες και τις προσδοκίες των χρηστών. Σε πολλές περιπτώσεις στους πολιτιστικούς ιστότοπους, είναι πολύ μεγαλύτερη η πιθανότητα ο οργανισμός που έχει σχεδιάσει και υλοποιήσει τον ιστότοπο να έχει μεγάλη σχετική εμπειρία. Εντούτοις, εφόσον ο ιστότοπος στοχεύει στο ευρύ κοινό, πρέπει να λάβει υπόψη ότι μπορεί να δυσκολευτεί με την κατανόηση της επαγγελματικής ορολογίας ή με την πολύπλοκη δόμηση του ιστότοπου.

Οι έρευνες με δειγματοληψία ευρέως φάσματος κοινού (π.χ. χρήστες με οπτικές αναπηρίες ή μαθητές), συμβάλλουν με θετικό και πιο ρεαλιστικό τρόπο στον προγραμματισμό του ιστότοπου. Εκτός από τη φάση του σχεδιασμού ομάδες τελικών χρηστών πρέπει να συμμετέχουν και σε άλλα στάδια με παροχή ανατροφοδότησης σε σημεία του έργου που αφορούν περισσότερο τους χρήστες (σχετικό περιεχομένου, διεπαφή χρήστη, πλοήγηση, παρουσίαση, αλληλεπιδραστικά στοιχεία, δυνατότητα πρόσβασης). Ερωτηματολόγια ανατροφοδότησης και συνεντεύξεις (π.χ. με μία σελίδα σχολίων ελεύθερης μορφής) πρέπει να χρησιμοποιηθούν. Δεν διαπιστώθηκε η ύπαρξη στοιχείων που ενισχύουν την ανατροφοδότηση στους ιστότοπους των πολεμικών μουσείων που μελετήθηκαν.

Επίλογος

Η Ελλάδα διαθέτει πληθώρα μουσείων πάσης φύσεως. Βασικός παράγοντας της εύρυθμης λειτουργίας ενός τέτοιου χώρου αποτελεί η μέριμνα και η ύπαρξη ουσιαστικού ενδιαφέροντος. Συνεπώς, θα πρέπει να διαμορφωθεί ένα πλαίσιο έτσι ώστε να αναδιαμορφωθούν αυτοί οι χώροι και να γίνουν περισσότερο ελκυστικοί στο κοινό κάθε ηλικίας.

Για αρχή, θα πρέπει να υπάρχει συνεχής χρηματοδότηση από αρμόδιους φορείς τοπικούς ή διεθνείς. Σήμερα, πέραν από τα έσοδα των εισιτηρίων τα μουσεία συντηρούνται και εμπλουτίζονται κατά βάση από δωρεές ιδιωτών. Εν συνεχεία, θα πρέπει να καθοριστεί εκ νέου το καταστατικό λειτουργίας και χρήσης τους. Μέχρι και σήμερα ο κανονισμός στηρίζεται στο Νομοθετικό Διάταγμα του 1967, από τότε όμως έχουν περάσει πάνω από 50 έτη στα οποία έχουν αλλάξει αρκετά και κυρίως έχει μεταβληθεί ο ρόλος του μουσείου ως ένας χώρος συλλογής και διατήρησης της μνήμης και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Δεν είναι μόνο αυτό ένα μουσείο είναι πολλά περισσότερα από προθήκες με εκθέματα. Αποτελεί, όπως σημειώνεται, έναν ζωντανό οργανισμό. Η οποιαδήποτε μεταβολή δεν σημαίνει ότι θα αποποιηθεί ή θα σταματήσει να στηρίζεται στις βασικές αρχές του, απλώς θα ενσωματώνει και τις νέες επιταγές για να γίνει πιο ελκυστικό στο κοινό.

Ωστόσο, σε πολλές περιπτώσεις, αρκετοί μουσειακοί χώροι, παρά την υποχρηματοδότηση και την υποστελέχωση παρουσιάζουν εξαιρετικό ενδιαφέρον καθώς έχουν προσπαθήσει και έχουν επιτύχει να αγγίξουν τα ευρωπαϊκά και διεθνή πρότυπα. Μέσα από τη δημιουργία εκπαιδευτικών προγραμμάτων και όχι μόνο θέτουν ως κέντρο τον επισκέπτη, ο οποίος έρχεται σε άμεση επαφή με το υλικό με αποτέλεσμα να μεταμορφώνεται από έναν κλειστό και ψυχρό χώρο, σε ανοιχτό πολιτιστικό κέντρο το οποίο ενσωματώνει τις ανάγκες, επιθυμίες και τι πεποιθήσεις των επισκεπτών του.

Τόσο για το ίδιο το μουσείο όσο και για τον ιστότοπό του η ποιότητα αποτελεί μείζονος σημασίας χαρακτηριστικό. Ιδιαίτερα, μάλιστα, λόγω της σημασίας και της αξίας του υλικού που παρουσιάζεται. Με δεδομένο ότι η χρήση του διαδικτύου ως μέσου πρόσβασης στην πληροφορία αυξάνεται, συνεπάγεται και η αύξηση της έκθεσης πολιτιστικών τεκμηρίων μέσω αυτού. Επίσης, το διαδίκτυο χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο στην εκπαίδευση και την έρευνα, οπότε και η ποιότητα του προσφερόμενου on-line περιεχομένου καθίσταται όλο και σημαντικότερη. Τα

ζητήματα, επομένως, της ποιότητας ενός ιστότοπου πρέπει να διαλαμβάνονται από την αρχή, από την πρώτη φάση του σχεδιασμού του. Επίσης, εξίσου σημαντικός είναι και ο χρήστης, οπότε συνιστάται η συμμετοχή και συμπερίληψή του σε κάθε φάση σχεδιασμού, υλοποίησης και λειτουργίας του ιστότοπου.

Επιπλέον, θα πρέπει να υπάρχει αναδιαμόρφωση όλων των χώρων - τόσο των φυσικών όσο και των ψηφιακών - για την προσέγγιση ατόμων ΑΜΕΑ ή και τρίτης ηλικίας που δυσκολεύονται να περιδιαβούν στους χώρους αλλά έχουν όλη τη διάθεση να το πράξουν. Εν ολίγοις, αντίστοιχοι χώροι δε θα πρέπει να αποκλείουν καμία ηλικιακή ομάδα από την επαφή με την ιστορία και γενικότερα τη γνώση. Επιπλέον, θα ήταν χρήσιμο να διαμορφωθούν περισσότεροι χώροι διάδρασης προκειμένου η επίσκεψη στο μουσείο να μείνει «αξέχαστη», αποτελώντας ιδιαίτερη εμπειρία με σκοπό ο επισκέπτης να θελήσει να επιστρέψει ξανά σε αυτό. Μέχρι πριν μερικά χρόνια θεωρούνταν ότι τα μουσεία απευθύνονταν μόνο σε σχολεία και εκπαιδευτικές προσεγγίσεις, σταδιακά αυτό έχει αρχίσει να αλλάζει αλλά πρέπει να υιοθετηθούν στρατηγικές που θα προσεγγίζουν επιπλέον κατηγορίες και ομάδες επισκεπτών.

Αναφορικά με τις ερευνητικές διαδικασίες θα πρέπει να σημειωθεί η γραφειοκρατική διαδικασία που απαιτείται προκειμένου κάποιος να έχει πρόσβαση στα αρχεία. Είναι φυσικό, πως μια κοπιώδης τέτοια εμπειρία απομακρύνει τους ερευνητές και μαζί τους τη δυνατότητα ανάδειξης κι άλλων πτυχών της ιστορίας.

Η αυξητική τάση των νέων τεχνολογιών δε θα μπορούσε να αφήσει αμέτοχους τους μουσειακούς χώρους με συνέπεια να εντάσσονται όλο και περισσότερο στα προγράμματά τους. Θετικό πρόσημο στην υπάρχουσα κατάσταση είναι ότι η πλειονότητα των μουσείων έχει δημιουργήσει ιστοσελίδες με εικονικές περιηγήσεις ακόμα και αν κάποιος δεν μπορεί να επισκεφθεί τον ίδιο τον χώρο διαζώσης.

Επιπλέον, για την προσέλκυση ακόμα μεγαλύτερου κοινού θα πρέπει να οργανώνονται εκδηλώσεις και περιοδικές εκθέσεις ή εκδηλώσεις στους εξωτερικούς χώρους για ακόμα μεγαλύτερη απήχηση - επισκεψιμότητα αλλά και αναγνώριση του μουσείου.

Εν κατακλείδι, επισημαίνεται η αναγκαιότητα της ύπαρξης υγιών πολιτιστικών φορέων – ιδρυμάτων που αποσκοπούν στη μνήμη, προάγουν τη γνώση, συμβάλλουν στην εκπαιδευτική διαδικασία και δημιουργούν κίνητρα -προϋποθέσεις

για καλυτέρευση των μελλοντικών συνθηκών, αξιοποιώντας την προερχόμενη από το παρελθόν γνώση.

Βιβλιογραφία - Διαδίκτυο

Association of Museums of Arms and Military History (1960): Repertory of Museums of Arms and Military History, Copenhagen: AMAMH, p. 143.

Bronder Heleen (2002) (ed.) Presenting the Unpresentable: Renewed Presentations in Museums of Military History, Delft: Legermuseum.

Falk, J.H. (2009): Identity and the Museum Visitor Experience. Left Coast Press, London.

International Committee for Museums and Collections of Arms and Military History <https://icomam.mini.icom.museum/>, ανακτήθηκε 10-05-2023.

Hacker C. Barton / Vining Margaret (2007) «Toward a History of Military Museums», in: Robert Douglas Smith (ed.), ICOMAM 50. Papers on Arms and Military History 1957– 2007, Leeds: Basiliscoe Press, pp. 3–22.

Hacker B., Vining M., (2013), “Military Museums and Social History”, Wolfgang Muchitsch (ed.), Does War Belong in Museums? The Representation of Violence in Exhibitions, transcript, Museumsakademie Joanneum, pp. 41-59.

Humbert M. Jean & Dumarche Lionel (1982): Guide des Musées d'Histoire Militaire: 400 Musées en France, Paris: Charles-Lavauzelle.

J. Lee Westrate (1961). *European Military Museums: A Survey of Their Philosophy, Facilities, Programs, and Management*, Washington, DC: Smithsonian Institution, pp. 177–200.

Lazarinis, F., Kanellopoulos, D. & Lalos, P., (2008), “Heuristically Evaluating Greek e-Tourism and e-Museum Websites.” The Electronic Journal Information Systems Evaluation, 11 (1), pp. 17 – 26. στο: <http://www.ejise.com/volume11/issue1>, ανακτήθηκε 20-08-2023.

Merriman, N. (1999), «Ανοίγοντας τα μουσεία στο κοινό», *Αρχαιολογία & Τέχνες*, τ. 72, σελ.43-46.

Pallas, J. & Economides, A. A. (2008), “Evaluation of art museums' websites worldwide”, Information Services & Use, 28(1), pp.45-57. στο: <https://pdfs.semanticscholar.org/750a/951eb5e75ab042daf7194216bc0626c8b614.pdf>, ανακτήθηκε 25-7-2023.

Paolini, P.et al. (2002), “Evaluating the Features of Museum Websites (The Bologna Report).” In Museums and the Web 2002, 1–12. Archimuse. στο: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED482106.pdf>, ανακτήθηκε 28-7-2023.

Skov, M., Ingwersen, P. (2014). Museum web search behavior of special interest visitors. *Libr. Inf. Sci. Res.* 36(2), pp. 91–98.

Skov, M., Ingwersen, P. (2008). Exploring information seeking behavior in a digital museum context. In: *Proceedings of the Second International Symposium on Information Interaction in Context, IiX'08*. ACM, New York, NY, USA, pp. 110–115 στο: <https://doi.org/10.1145/1414694.1414719> (Ανακτήθηκε: 10-7-2023)

Rajtar Steve & Franks Elizabeth Frances (2002): *War Monuments, Museums and Library Collections of 20th Century Conflicts: A Directory of United States Sites*, Jefferson, NC: McFarland.

Villaespesa, E., Tate, U., Stack, J. (2015), Finding the motivation behind a click: definition and implementation of a website audience segmentation. In: *Museums and the Web 2015: Proceedings*.

Walsh David, Hall M. Mark, Clough Paul, Foster Jonathan, (2020) “Characterising online museum users: a study of the National Museums Liverpool museum website” στο: [Characterising Online Museum Users A Study of the National Museums Liverpool Museum Website](https://www.researchgate.net/publication/326210463) <https://www.researchgate.net/publication/326210463> ανακτήθηκε 11-8-2023.

Wise Terence & Wise Shirley (1994): *A Guide to [British] Military Museums and Other Places of Military Interest*, 8th ed., Powys: Imperial Press.

Διεθνής Επιτροπή Τεκμηρίωσης, <http://www.archimuse.com/papers/cidoc/cidoc.mmwg.eval.5.html> ανακτήθηκε 25-07-2023.

Εσθήρ Σ., (2012) Τα μουσεία ως «αντικείμενα». Αναζητώντας τρόπους προσέγγισης, στο: Γιαλούρη, Ε., (επιμ.) *Υλικός πολιτισμός. Η ανθρωπολογία στη χώρα των πραγμάτων*, Αλεξάνδρεια, Αθήνα, σελ. 75-124.

Λιάκου Ελένη, (2009), *Ο ρόλος της μουσειακής εκπαίδευσης μέσα από το πλαίσιο των πολιτισμικών μαθημάτων και των πολιτιστικών δραστηριοτήτων των προπτυχιακών και μεταπτυχιακών φοιτητών του τμήματος Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας*, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο.

MINERVA, (2002), Αρχές ποιότητας για πολιτιστικούς δικτυακούς κόμβους: οδηγός “Identification of user needs, content and quality framework for common access points Working group”

https://www.minervaeurope.org/publications/qualitycommentary/qualitycommentary_e0504.pdf (Ελληνική έκδοση), ανακτήθηκε 10-8-2023.

Νάκου Ειρήνη, (2001), *Εμείς τα πράγματα και ο πολιτισμός*, εκδ. Νήσος, Αθήνα.

Σκαλτσά Μ., (2002), «Εκπαιδευτικά προγράμματα του Μακεδονικού Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης στο Μουσείο- Σχολείο». 6^ο Περιφερειακό Σεμινάριο Καβάλα 20-22 (Σεπτέμβριος 2002), ΥΠ.Ε.Π.Θ.-ΥΠ.ΠΟ.- ICOM, σελ., 178-181.

Τζιαφέρη Σεβαστή, (2005), *Το σύγχρονο μουσείο στην ελληνική εκπαίδευση μέσα από το παράδειγμα των Εκπαιδευτικών Προγραμμάτων*, Εκδοτικός Οίκος, Αδελφών Κυριακίδης α.ε., Θεσσαλονίκη.

<http://www.icom-cc.org/> ανακτήθηκε 10-05-2023.

<https://www.e-nomothesia.gr/kat-arxaiotites/nd-132-1969.html>, ανακτήθηκε 05-02-2023.

<https://warmuseum.gr/our-war-museums/athens-war-museum/>, ανακτήθηκε 02-06-2023.

<https://warmuseum.gr/history/>, ανακτήθηκε 02-06-2023.

<https://warmuseum.gr/ourwarmuseums/athenswarmuseum/%ce%b5%ce%ba%ce%b8%ce%b5%cf%83%ce%b9%ce%b1%ce%ba%ce%bf%ce%af%cf%87%cf%8e%cf%81%ce%bf%ce%b9-%ce%b1%ce%b8%ce%ae%ce%bd%ce%b1/>, ανακτήθηκε 10-06-2023.

<https://warmuseum.gr/research-conservation/relics-conservation-department/>

ανακτήθηκε 10-06-2023.

<https://warmuseum.gr/our-war-museums/thessaloniki-war-museum/>, ανακτήθηκε 11-06-2023.

<https://warmuseum.gr/our-war-museums/thessaloniki-war-museum/> ανακτήθηκε 11-06-2023.

<https://warmuseum.gr/our-war-museums/nafplio-war-museum/permanent-exhibition/>,

ανακτήθηκε 11-06-2023.

ΓΕΣ 2023 <http://army.gr/>

<https://www.kathimerini.gr/society/976316/fotia-sto-polemiko-moyseio-ton-chanion-fotografies/>, ανακτήθηκε 11-06-2023.

<https://warmuseum.gr/our-war-museums/chania-war-museum/>, ανακτήθηκε 11-06-2023.

<https://www.hmmuseum.gr/>, ανακτήθηκε 11-06-2023.

<https://warmuseum.gr/rethymno-war-museum-branch/ekthesis-sylloges-rethymno/>,
ανακτήθηκε 12-06-2023.

<https://warmuseum.gr/our-war-museums/tripolis-war-museum/>, ανακτήθηκε 12-06-
2023.

<http://army.gr/el/istoria/moyseia>, ανακτήθηκε 12-06-2023.