



ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

Τμήμα Αρχειονομίας, Βιβλιοθηκονομίας και Μουσειολογίας

Πτυχιακή Εργασία

**Μουσεία, πολιτισμός και τουρισμός, συγκριτική ανάλυση-
βιβλιογραφική επισκόπηση**

Ονοματεπώνυμο: Ναλμπάντη Ζωή

Επιβλέπων καθηγητής: Παπαϊωάννου Γεώργιος

**Κέρκυρα
Ιανουάριος, 2023**

Στους γονείς μου

Περίληψη

Ο τουρισμός, είναι το φαινόμενο και η οικονομική δραστηριότητα που παρουσιάζει μεγάλη αύξηση τα τελευταία χρόνια και αποτελεί ίσως τον πιο δυναμικό και ταχύτατα αναπτυσσόμενο κλάδο σε παγκόσμια κλίμακα. Η ανάγκη για αναζήτηση διαφορετικών μορφών τουρισμού έγινε απαραίτητη. Πλέον έχουν δημιουργηθεί νέες τουριστικές ανάγκες, οι οποίες έχουν σχέση με την προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς. Ο πολιτισμός είναι μια έννοια όπου η επεξήγηση του είναι αρκετά δύσκολη για να προσδιοριστεί αλλά και να κατανοηθεί με ακρίβεια μιας και αποτελείται από πολλούς όρους, ερμηνείες και στοιχεία. Συμπεριλαμβάνει ήθη και έθιμα, παραδόσεις, κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς, επιστημονική γνώση και τρόπους διαβίωσης των ανθρώπων. Μια πολύ ιδιαίτερη και σημαντική μορφή τουρισμού είναι ο πολιτιστικός τουρισμός, όπου μέσα από τα μουσεία και τα πολιτισμικά αγαθά αναπτύσσει μια νέα τάση και αυξάνει την τουριστική ζήτηση. Μέσα από την «σύμπραξη» του τουρισμού με την πολιτισμική κληρονομιά, δίνεται σε κάθε τόπο η δυνατότητα να αναπτυχτεί σε οικονομικό, κοινωνικό επίπεδο και πολιτιστικό επίπεδο. Η σχέση των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών με το ευρύτερο κοινό αρχίζει να αλλάζει, οι επισκέπτες θέλουν πλέον να συμμετέχουν ενεργά και να γίνουν χρήστες της εμπειρίας που τους προσφέρεται. Από την άλλη πλευρά οι επισκέπτες επηρεάζουν τα πολιτιστικά στοιχεία του τόπου που επισκέπτονται, ο οποίος προσπαθεί να προσαρμόσει την πολιτισμική του ταυτότητα στα δεδομένα της ανάπτυξης του τουρισμού. Η καταγραφή των επιπτώσεων του τουρισμού και της ανάπτυξής του στην κοινωνική και πολιτισμική δομή του τόπου υποδοχής παίζει σημαντικό ρόλο στην βιωσιμότητα των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών.

Λέξεις – Κλειδιά

Πολιτισμός, τουρισμός, μουσείο, πολιτισμική κληρονομιά, πολιτιστικοί οργανισμοί, πολιτισμικά αγαθά, βιωσιμότητα.

Abstract

Tourism as an economic phenomenon is perhaps the most dynamic and rapidly growing industry on a global scale, due to the great increase of travelers in the recent years. The differentiation in tourism forms became necessary; that is to say, needs related to environmental protection and cultural heritage promotion are met. Yet, culture is a concept quite difficult to be defined and precisely understood, since it entails many terms and interpretations. It includes morals and customs, traditions, rules of social conduct, and ways of living. Cultural tourism has therefore become a very special and contemporary form of tourism via museums and cultural goods. Through this "synergy" between tourism and culture, each place is given the opportunity to be further developed on an economic, social and cultural scale. The relation between culture and the wider public is changing, as visitors nowadays want to experience active participation. On the other hand, visitors themselves affect the cultural elements of the place visited, as tourism growth generates impacts on cultural identity. Recording the influence of tourism development on the social and cultural structure of the host community is of critical importance to determine the sustainability of tourism in a region.

Keywords

Culture, tourism, museum, cultural heritage, cultural organizations, cultural goods, sustainability.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη.....	3
Abstract	4
Εισαγωγή.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ	12
1.1 Ορισμός της έννοιας του Μουσείου.....	12
1.2 Ιστορική εξέλιξη του μουσείου	14
1.3 Η αποστολή των μουσείων	17
1.4 Οι σύγχρονες προσεγγίσεις στις χρήσεις των μουσείων	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	20
2.1 Πολιτισμός	21
2.2 Πολιτιστικοί οργανισμοί	23
2.3 Πολιτισμική Κληρονομιά	23
2.4 Πολιτισμικά Αγαθά.....	24
2.5 Σύγχρονες προσεγγίσεις της Πολιτιστικής Πολιτικής	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	28
3.1 Εννοιολογική προσέγγιση του τουρισμού	28
3.2 Είδη και μορφές τουρισμού	30
3.3 Ο Πολιτιστικός Τουρισμός.....	32
3.4 Οι σύγχρονες προσεγγίσεις του τουριστικού κλάδου	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΤΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΤΗΣ ΣΥΝΥΠΑΡΞΗΣ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	36
4.1 Η συμβολή του τουρισμού στην βιωσιμότητα των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών	36
4.2 Η επιβάρυνση των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών από τον τουρισμό	38
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΑ ΣΧΟΛΙΑ.....	40
Βιβλιογραφία	42

Εισαγωγή

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εντάσσεται στο πλαίσιο των υποχρεώσεων μου κατά την διάρκεια της φοιτήσεως μου στο Τμήμα Αρχαιονομίας, Βιβλιοθηκονομίας και Μουσειολογίας του Ιονίου Πανεπιστημίου. Στόχος της είναι η μελέτη κι αξιολόγηση αφενός της συμβολής αφετέρου της επιβάρυνσης του τουρισμού στην βιωσιμότητα των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών.

Ο τουρισμός, ως φαινόμενο και ως οικονομική δραστηριότητα με ραγδαία αύξηση και ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, αποτελεί ίσως τον πιο δυναμικό και ταχύτατα αναπτυσσόμενο κλάδο σε παγκόσμια κλίμακα. Από την εγχώρια και διεθνή βιβλιογραφία προκύπτει ότι ο τουρισμός είναι ένα σύνθετο φαινόμενο το οποίο μεγάλος αριθμός ερευνητών και επιστημόνων επιχειρούν να ερμηνεύσουν εδώ και πολλά χρόνια. Σημαντικοί παράγοντες, όπως καταγράφονται το 2015 από την Mara Ursache που οδήγησαν στην γιγάντωση της δραστηριότητας στον τουριστικό τομέα είναι: (α) η αύξηση των εισοδημάτων και η αναδιανομή του πλούτου, (β) η οικονομική ανάπτυξη υπανάπτυκτων κυρίως περιοχών και η ανάκαμψη αναδυόμενων οικονομιών, (γ) η βελτίωση και ο εκσυγχρονισμός του κλάδου των μεταφορών με αποτέλεσμα την μείωση της διάρκειας με ταυτόχρονη αύξηση της ποιότητας του ταξιδιού, (δ) η μεγάλη ποικιλία τουριστικών προϊόντων και επιλογών σε συνδυασμό με τα πολλά και δελεαστικά τουριστικά πακέτα, (ε) η αύξηση του ελεύθερου χρόνου των ατόμων, (στ) η αυξημένη ζήτηση των αναπτυγμένων κρατών για τον πολιτιστικά και τουριστικά προϊόντα των αναπτυσσόμενων χωρών, (ζ) διάφορα ειδικά γεγονότα (π.χ. Αγώνες Ποδοσφαίρου, Ολυμπιακοί Αγώνες, Παγκόσμια Συνέδρια), (η) οι αυξημένες πλέον δυνατότητες των νέων τεχνολογιών της πληροφορικής και της επικοινωνίας, (θ) η οργανωμένη και στοχευμένη προβολή και προώθηση τουριστικών προϊόντων και προορισμών. Επίσης, αν στους παραπάνω παράγοντες προσθέσει κάνεις, σύμφωνα με τους Manera και Taberner (2006), και τις δημογραφικές μεταβολές, την στροφή ορισμένων καταναλωτικών προτιμήσεων, την ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού αλλά και αυτού της τρίτης ηλικίας, τότε πολύ εύκολα γίνεται κατανοητή η αλματώδης ανάπτυξη του τουρισμού φαινομένου.

Πολλοί όμως παράγοντες, όπως η πρόοδος της τεχνολογίας, οι παγκόσμιες κοινωνικοοικονομικές εξελίξεις, η περιβαλλοντική επιβάρυνση των τουριστικών περιοχών, προβληματίζουν τους ειδικούς για την εξέλιξη των τουριστικών προϊόντων αλλά και τον ίδιο τον τουριστικό κλάδο.

Σήμερα, ο τουριστικός κλάδος έχει δημιουργήσει μια σχέση αμοιβαίας εξάρτησης μεταξύ της προσφοράς και της ζήτησης όπου παρατηρούνται δομικές αλλαγές που έχουν σχέση τόσο με τις των ποσοτικές όσο και με τις ποιοτικές πτυχές του. Ένα νέο περιβάλλον έντονου ανταγωνισμού δημιουργείται με νέους τουριστικούς προορισμούς να ξεπροβάλλουν και νέα καινοτόμα τουριστικά προϊόντα να αναπτύσσονται επηρεάζοντας τις διεθνείς και εγχώριες τουριστικές αγορές. Συμπεράσματα μελετών, σχετικά με τη διαμόρφωση των τάσεων στον τουριστικό τομέα, παρόλο που ο ρόλος του τρίπτυχου Ήλιος - Άμμος – Θάλασσα, στον μαζικό κυρίως τουρισμό, εξακολουθεί να κυριαρχεί, καταλήγουν ότι οι επισκέπτες μιας περιοχής επιθυμούν σε πολύ μεγάλο βαθμό δραστηριότητες και εμπειρίες, με πολιτιστικά χαρακτηριστικά και κίνητρα, από ότι πριν μερικά χρόνια. Επίσης καθώς νέες γενιές επισκεπτών, με νέα και διαφορετικά χαρακτηριστικά, εμφανίζονται στην τουριστική αγορά διαμορφώνεται μια νέα και διαφορετική τουριστική κουλτούρα στην οποία προστίθεται ενισχυμένα το ενδιαφέρον για τουρισμό με πολιτιστικά χαρακτηριστικά (Csapó, 2012).

Στις μέρες μας επιβάλλεται η μετάλλαξη και η στροφή του ελληνικού τουρισμού προς ένα νέο μοντέλο που να επικεντρώνεται σε μεταβλητές διαφορετικές από αυτές που είχαμε συνηθίσει έως τώρα και πιο συγκεκριμένα στις παρακάτω (Βαρβαρέσος 2009): (α) Περιβάλλον και φύση), (β) Πολιτιστικός τουρισμός, (γ) Συνέδρια και Εκδηλώσεις (δ) Διασκέδαση και Αναψυχή.

Στην παραπάνω προοπτική όπως είναι λογικό και φυσικό, τα μουσεία θα διαδραματίσουν έναν κεντρικό ρόλο στην προβολή και προώθηση των πολιτισμικών αγαθών αλλά και στην τουριστική ανάπτυξη τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο. Η θέση που επικρατούσε μέχρι τώρα ότι το μουσείο είναι ο χώρος που συλλέγει, διατηρεί και μελετά διάφορα αντικείμενα, είναι πλέον ξεπερασμένη, μιας και ο ρόλος τους πλέον είναι παιδευτικός και συνδυάζεται με πολλές άλλες ψυχαγωγικές και δημιουργικές δραστηριότητες δίνοντας την δυνατότητα απόκτησης ποικίλων εμπειριών στους επισκέπτες (Δέφνερ & Μεταξάς, 2012).

Η σχέση που υπάρχει ανάμεσα στα μουσεία, τον πολιτισμό και τον τουρισμό καθώς και η αλληλεπίδρασή τους είναι το θέμα που θα μας απασχολήσει στην εργασία αυτή. Θα επιχειρήσουμε να δώσουμε ιδιαίτερο βάρος σε ορισμένες μόνο πτυχές της σχέσης αυτής ώστε να παρουσιάσουμε μια γενική εικόνα. Τα ερωτήματα της έρευνας στα οποία θα επιδιωχθεί να δοθούν απαντήσεις είναι:

- Ποιες οι σύγχρονες προσεγγίσεις στις χρήσεις των μουσείων;
- Ποιες οι σύγχρονες προσεγγίσεις στην ανάδειξη και αξιοποίηση των πολιτισμικών αγαθών;
- Ποιες οι σύγχρονες προσεγγίσεις στον τουρισμό;
- Ποια η επιβάρυνση των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών από τον τουρισμό;
- Ποια η συμβολή του τουρισμού στην βιωσιμότητα των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών;

Για να απαντηθούν τα παραπάνω αναφερόμενα ερωτήματα – θέματα, θα πρέπει να γίνει αρχικά αναφορά στην προσδιορισμό των εννοιών, που αποδίδονται τόσο στον τομέα του τουρισμού όσο και στον τομέα των μουσείων και των πολιτιστικών αγαθών. Θα γίνει μια ανάλυση εξετάζοντας ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά και στους τρεις τομείς.

Η έρευνα που θα διεξαχθεί βασίζεται σε μια πληθώρα πηγών οι οποίες χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες:

1. Βιβλιογραφία σχετικά με θέματα μουσείων και πολιτισμικών αγαθών.
2. Βιβλιογραφία σχετικά με τις αρχές, τα είδη και τις πρακτικές του τουρισμού.
3. Διάφορες ερευνητικές εργασίες και άρθρα που ασχολούνται με τη σχέση που υπάρχει μεταξύ των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών και του τουριστικού φαινομένου.

Για την καλύτερη κατανόηση της έρευνας, η εργασία μας διαμορφώθηκε στα παρακάτω κεφάλαια.

Το πρώτο κεφάλαιο αποτελεί μια αρχική θεωρητική προσέγγιση της έννοιας του μουσείου. Σε αυτό το κεφάλαιο μελετήθηκε η ιστορική εξέλιξη του, η αποστολή των μουσείων ενώ παράλληλα προσδιορίζεται η σύγχρονη προσέγγιση των μουσείων και ο ρόλος της στρατηγικής τους ανάπτυξης.

Το δεύτερο κεφάλαιο αποτελεί μια θεωρητική προσέγγιση της έννοιας του πολιτισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς, πως χωρίζεται και τι περιλαμβάνει, τι ορίζεται πολιτιστικός οργανισμός και τέλος θα προσπαθήσουμε να προσεγγίσουμε την αξία και τις χρήσεις της πολιτιστικής πολιτικής σήμερα.

Στο τρίτο κεφάλαιο επιχειρείται η εννοιολογική προσέγγιση του τουρισμού, μέσα από την παράθεση ορισμένων προσπαθειών ορισμού του από την εγχώρια και διεθνή βιβλιογραφία. Στο ίδιο κεφάλαιο γίνεται εκτενής αναφορά στη διάκριση του τουρισμού σε διάφορες μορφές και στα επιμέρους χαρακτηριστικά που φέρει η καθεμία από αυτές δίνοντας επιπλέον έμφαση στον Πολιτιστικό Τουρισμό.

Το τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζει πως αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους μουσεία, πολιτισμικά αγαθά και ο τουρισμός, τα θετικά αποτελέσματα και τα αρνητικά της αλληλεπίδρασης αυτής.

Η εργασία ολοκληρώνεται με το κεφάλαιο των συμπερασματικών σχολίων στο οποίο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της εργασίας. Επίσης διατυπώνονται προτάσεις σχετικά με την συμβολή του τουρισμού στην βιωσιμότητα των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών, καθώς και την επιβάρυνση τους από το φαινόμενο του. Έχω αντλήσει τις πληροφορίες μου από διάφορα βιβλία, άρθρα, εργασίες διπλωματικές, διδακτορικές και πτυχιακές κ.α που βρήκα στο google και στο google scholar όπως και βιβλία σε απτή μορφή. Επίσης χρησιμοποίησα και διάφορα αποθετήρια όπως το apotheosis.gr του ΕΑΠ, το ψηφιακό αποθετήριο «Εστία», το σύστημα «Διώνη», το ιδρυματικό αποθετήριο «Νημέρτης», το ιδρυματικό καταθετήριο επιστημονικών εργασιών του πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας, το Εθνικό Αρχείο Διδακτορικών Διατριβών και τον ιδρυματικό αποθέτη του πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Διευκρινίσεις: Χρησιμοποίησα κάποιους ιστότοπους-διευθύνσεις:

<https://www.unwto.org/glossary-tourism> terms για τον ορισμό του τουρισμού που έδωσε ο παγκόσμιος οργανισμός τουρισμού (κεφάλαιο 3.1)

<https://www.unwto.org/tourism-and-culture> για τον ορισμό του πολιτιστικού τουρισμού που δόθηκε στην γενική συνέλευση του Παγκοσμίου Οργανισμού Τουρισμού (κεφάλαιο 3.3)

https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/478862/nomos_4582-2018 για τον ορισμό του πολιτιστικού τουρισμού βάσει του νόμου 4582 (κεφάλαιο 3.3)

http://ec.europa.eu/COMMMFront_Office/publicopinion/index.cfm/survey/get_Survey_Detail/instruments/FLASH/surveyKy/2065 για το Ευροβαρόμετρο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ

Στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιάσουμε τις βασικές έννοιες γύρω από το μουσείο, του οποίου ο ρόλος συνεχώς αλλάζει και διευρύνεται. Από τους ορισμούς που θα αναφερθούν, αλλά και από την ιστορική του διαδρομή ως θεσμός, θα δούμε ότι πέρασε από διάφορες φάσεις και λειτουργίες. Από την φύλαξη, την διατήρηση, την συντήρηση και την προβολή των αντικειμένων μέχρι την πιο σύγχρονη εκδοχή του με την επικοινωνιακή και την παιδαγωγική του λειτουργία.

1.1 Ορισμός της έννοιας του Μουσείου

Οι ρίζες της έννοιας του «Μουσείου» ανάγονται από την Αρχαία Ελλάδα και συγκεκριμένα από την λέξη "Μουσείον" δηλαδή τον χώρο του ιερού των θεοτήτων των Μουσών στις οποίες αποδόθηκαν οι πηγές της έμπνευσης της γνώσης των γραμμάτων και των τεχνών (Kotler, 2008).

Τα μουσεία είναι ίσως το πιο σημαντικό πολιτιστικό αποτύπωμα μιας περιοχής. Απεικονίζουν την ιστορία, την αρχαιολογία και την πολιτισμική κληρονομιά μιας χώρας ή ενός τόπου. Στην χώρα μας, σε κάθε γεωγραφικό διαμέρισμα της, σε κάθε πόλη και χωριό, η μακρόχρονη ιστορία της ξεδιπλώνεται μέσα από τα μουσεία και τους αρχαιολογικούς της χώρους (Φαράντζου, 2018).

Το μουσείο, κατά τους Desvallees & Mairesse (2010), θα μπορούσε να οριστεί μέσω:

- της εννοιολογικής προσέγγισης όπως μουσείο, πολιτισμική κληρονομιά, κλπ.
- κάποιας πρακτικής που ακολουθείται όπως μουσειολογία ή μουσειογραφία.
- των κύριων καταστατικών λειτουργιών του όπως έργα τέχνης, τεκμήρια, συλλογές, κλπ.
- των συντελεστών του όπως επιστήμονες, επαγγελματίες, επισκέπτες.
- των λειτουργιών που απορρέουν από αυτό όπως συντήρηση, έρευνα, εκπαίδευση, προβολή, έκθεση, διαχείριση, διάχυση, κλπ.

Κατά καιρούς έχουν γίνει πολλές προσπάθειες, από πολλούς ερευνητές, ώστε να δοθεί ένας ορισμός που να προσδιορίζει και να καλύπτει την έννοια του κάθε τύπου μουσείου.

Ένας από αυτούς ορίζει το μουσείο σαν ένα θεσμό που ως σκοπό έχει, να συλλέγει και να διατηρεί έναν μεγάλο αριθμό από διάφορα έργα τέχνης και άλλα αντικείμενα τα

οποία χαρακτηρίζονται από μεγάλη επιστημονική, καλλιτεχνική, πολιτιστική και ιστορική σημασία και τα οποία προβάλλονται και παρουσιάζονται δημόσια στο κοινό (Alexander & Alexander, 2008).

Επίσης, στο ίδιο μήκος κύματος, το μουσείο ορίζεται ως ένας σημαντικός κοινωνικός θεσμός, ο οποίος έχει ως στόχο την συλλογή διάφορων έργων και αντικειμένων τέχνης που σχετίζονται με τον πολιτισμό (Johnson & Thomas, 1998) .

Κατά τον George Brown Goode ως μουσείο περιγράφεται, εκείνος ο οργανισμός που αποσκοπεί να διαφυλάσσει όλα εκείνα τα αντικείμενα που απεικονίζουν καλύτερα φαινόμενα, τις τέχνες και τον πολιτισμό, και αυτό με στόχους τον εμπλουτισμό της γνώσης, τον διαφωτισμό και την πολιτισμική ανύψωση του ανθρώπου (Ορφανίδη & Λυριτζής, 2006).

Στη συνέχεια παρουσιάζεται μία σειρά από ορισμούς, όπως δόθηκαν από διάφορους συνδέσμους και ενώσεις μουσείων ανά τον κόσμο για την έννοια του.

Ξεκινώντας με τον Σύνδεσμο Μουσείων Αμερικής όπου το 1973 υποστήριξε ότι, μουσείο είναι ένας οργανισμός που χαρακτηρίζεται από οργάνωση και είναι μη κερδοσκοπικός. Με βασικό σκοπό της λειτουργίας του την μόρφωση και την καλαισθησία, ο οποίος διαθέτει επαγγελματίες ως προσωπικό, έχει στην κατοχή του απτά αντικείμενα τα οποία χρησιμοποιεί, φροντίζει και εκθέτει στο κοινό σύμφωνα με κάποιο συγκεκριμένο πρόγραμμα και διαδικασία (Οικονόμου, 2013).

Το 1981, το εθνικό μουσείο του Καναδά με έναν ορισμό που πρότεινε, δήλωνε ότι ένα μουσείο έχει ως αντικείμενο εργασιών την συλλογή, τη διατήρηση και την μελέτη διαφόρων αντικείμενων όπως έργα τέχνης, κειμήλια, κοσμήματα κλπ., και την διάχυση τόσο των ίδιων των αντικείμενων, όσο και της γνώσης που αποκόμισαν από αυτά για την ενημέρωση του κοινού (Μακρυγιώργου, 2016).

Επίσης η Ένωση Μουσείων της Βρετανίας το 1984 όρισε για την έννοια του μουσείου ότι είναι ένα ίδρυμα το οποίο, συλλέγει αντικείμενα, έργα τέχνης και έγγραφα, διατηρεί και προβάλλει εκθέματα και τέλος οργανώνει και αποκωδικοποιεί τα στοιχεία και τις πληροφορίες που σχετίζονται με τα παραπάνω για το δημόσιο όφελος (Οικονόμου, 2013).

Ο πιο προσιτός και γνωστός ορισμός για την έννοια του μουσείου είναι αυτός που ορίστηκε από το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων γνωστό ως ICOM (International

Council of Museums), το όργανο που έχει την ευθύνη της μελέτης των μουσείων και της προστασίας της παγκόσμιας κληρονομιάς (Οικονόμου, 2013). Σύμφωνα με αυτόν ως μουσείο καλείται ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός ο οποίος είναι ανοικτός στο κοινό, τίθεται στην υπηρεσία και την εξέλιξη της κοινωνίας και έχει στην κατοχή του διαφορά αντικείμενα - τεκμήρια των ανθρώπων και του περιβάλλοντος. Τεκμήρια τα οποία συντηρεί, κοινοποιεί και εκθέτει, με σκοπό τη μελέτη, την εκπαίδευση, την απόλαυση και την ψυχαγωγία. Επίσης σύμφωνα με τον παραπάνω ορισμό ως μουσείο μπορεί να θεωρηθεί κάποια ειδική υπηρεσία ή ένας οργανισμός με παρόμοιους σκοπούς και λειτουργίες, όπως αυτά που λειτουργούν σε ανοιχτούς χώρους ή τα περιφερόμενα.

Σε κάθε περίπτωση οι ορισμοί που έχουν αναφερθεί παραπάνω, αλλά και όλοι αυτοί που κατά καιρούς έχουν διατυπωθεί, αποτυπώνουν τα κοινωνικά, επιστημονικά, οικονομικά και ιδεολογικά χαρακτηριστικά της κάθε εποχής και παρουσιάζουν διαφορές, οι οποίες δείχνουν την οπτική με την οποία αντιλαμβάνονται τον ρόλο του μουσείου όλοι εκείνοι που εμπλέκονται στην λειτουργία του (Πασιά, 2020).

Επομένως ως μουσείο μπορεί να οριστεί οποιοσδήποτε οργανισμός η φορέας φυλάσσει συλλογές με αντικείμενα από το παρελθόν, με σκοπό την ενημέρωση και την παροχή γνώσεων, στους ανθρώπους που κατάγονται η επισκέφθηκαν το μέρος αυτό, όσον αφορά τον πολιτισμό και την ιστορία, καθώς και την διαδρομή του στο πέρασμα των αιώνων.

1.2 Ιστορική εξέλιξη του μουσείου

Στην παγκόσμια ιστορία πολλοί θεωρούν ως το πρώτο μουσείο, την βιβλιοθήκη που ιδρύθηκε από τον Πτολεμαίο Σωτήρ γύρω στο 290 π.Χ. στην Αλεξάνδρεια της Αιγύπτου. Στόχος του ήταν να δημιουργήσει έναν χώρο συγκέντρωσης και μελέτης των επιστημών, με πολλές αίθουσες διαλέξεων και εργαστήρια (Ορφανίδη & Λυριτζής, 2006· Παπανικολοπούλου, 2019).

Στη συνέχεια και κατά την ρωμαϊκή περίοδο η χρήση του όρου μουσείο (museum) προσδιόριζε τον χώρο εκείνο που προορίζονταν για διάφορες φιλοσοφικές κυρίως συζητήσεις. Υπήρχαν όμως και διάφοροι χώροι, τόσο ιδιωτικοί, όπως επαύλεις των πατρικίων, όσο και δημόσιοι, όπως πλατείες και χώροι λατρείας, όπου ήταν εκτεθειμένοι θησαυροί και λάφυρα πολέμου (Παπαϊωάννου & Στεργιάκη, 2013).

Πολλές συλλογές αντικειμένων οι οποίες είχαν ιδιαίτερη ιστορική και θρησκευτική αξία, υπήρχαν στην αρχαιότητα. Με τον όρο ``θησαυρός`` περιγράφονταν οι συλλογές ή και τα σύνολα πολύτιμων αντικειμένων ενώ με τον όρο ``πινακοθήκες``, περιγράφονταν οι χώροι που φυλάσσονταν πίνακες. Τα παραπάνω, για εκείνη την εποχή, συναντώνται είτε εντός των χώρων λατρείας, είτε σε ανάκτορα. Ο όρος του ``θησαυρού`` θα συνεχίσει να υφίσταται και κατά τον Μεσαίωνα. Κατά την Αναγέννηση το μουσείο χρησιμοποιείται περίπου με τη σημασία που χρησιμοποιείται και σήμερα (Ορφανίδη & Λυριτζής, 2006· Πικοπούλου-Τσολάκη, 2002· Παπανικολοπούλου, 2019).

Το Παλάτι των Μεδίκων (15ος αιώνας) στη Φλωρεντία θεωρείται από πολλούς ορόσημο στην ιστορική πορεία των μουσείων, μιας και αποτέλεσε πρότυπο των υπόλοιπων που ιδρύθηκαν στη συνέχεια. Εκείνη την περίοδο τα μουσεία απευθύνονταν όχι στο ευρύ κοινό, όπως σήμερα, αλλά σε πολύ στενό κύκλο ανθρώπων κυρίως σε βασιλείς, ευγενείς και αξιωματούχους και ανθρώπους με οικονομική ευρωστία (Βουδούρη, 2003· Νάκου, 2001· Ορφανίδη & Λυριτζής, 2006· Παπανικολοπούλου, 2019).

Τον 16ο και τον 17ο αιώνα η έννοια του μουσείου συμπληρώνεται και περνά σε μια νέα φάση με την εμφάνιση της στοάς, του θαλάμου και της αίθουσας. Η στοά ήταν ένας εκθεσιακός χώρος που προορίζονταν κυρίως για πίνακες και γλυπτά, ενώ ο θάλαμος φιλοξενούσε μικρά έργα τέχνης πολλές φορές και σπάνια δείγματα πανίδας και χλωρίδας (Πικοπούλου - Τσολάκη, 2002· Παπανικολοπούλου, 2019). Και τέλος οι αίθουσες που προορίζονταν για να προβληθούν τα αξιοπερίεργα της εποχής, που είχαν στην κατοχή τους οι ηγεμόνες και οι πλούσιοι ιδιώτες, και οι οποίες περιλάμβαναν κυρίως αντικείμενα προερχόμενα από τις αποικίες του νέου κόσμου (Ορφανίδη & Λυριτζής, 2006· Παπανικολοπούλου, 2019).

Το πρώτο μουσείο το οποίο απευθύνονταν στο ευρύ κοινό, ήταν αυτό στη Βασιλεία της Ελβετίας το 1671. (Παπανικολοπούλου, 2019· Νάκου, 2001· Πικοπούλου-Τσολάκη, 2002). Σύμφωνα με τους Ambrose και Paine (2006) το 1683 το Πανεπιστήμιο του Κέιμπριτζ κάνει αναφορά επίσημα στο μουσείο, ως έναν οργανισμό με δημόσιο χαρακτήρα που δέχεται διάφορες ιδιωτικές συλλογές, προσφέρει εγκαταστάσεις και η πρόσβαση επιτρέπεται στο ευρύτερο κοινό. Από τον 18ο αιώνα τα μουσεία με τις συλλογές τους θα έχουν ρόλο και χαρακτήρα εκπαιδευτικό. Τα

σημαντικά μουσεία της εποχής εκείνης, που είναι άξια αναφοράς, είναι αυτό του Βατικανού, το οποίο θα ανοίξει το 1750, το 1753 το Βρετανικό Μουσείο του Λονδίνου και το 1793 το μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι. (Νάκου, 2001· Πικοπούλου - Τσολάκη, 2002· Παπανικολοπούλου, 2019).

Τον 19ο αιώνα ιδρύονται ίσως μερικά από τα πιο σημαντικά μουσεία του κόσμου τα οποία είναι εθνικά και προστατεύουν την εθνική κληρονομιά του κάθε τόπου γι' αυτό και ιδρύονται σε κάθε πρωτεύουσα χώρας. Ενδεικτικά αναφέρουμε το Μητροπολιτικό Μουσείο της Νέας Υόρκης, την Εθνική Πινακοθήκη του Λονδίνου και το Ερμιτάζ της Αγίας Πετρούπολης. Τα περισσότερα μουσεία την εποχή αυτή είναι εθνικά και προστατεύουν την εθνική κληρονομιά του κάθε τόπου (Νάκου, 2001· Πικοπούλου - Τσολάκη, 2002· Παπανικολοπούλου, 2019).

Το πρώτο μουσείο στην χώρα μας κάνει την εμφάνιση εκείνη την περίοδο, ήταν το Εθνικό Μουσείο της Αίγινας, που ιδρύθηκε το 1829 από τον Καποδίστρια. Το πρώτο Μουσείο που κτίστηκε στην Ελλάδα ήταν αυτό της Ακρόπολης το 1854, το οποίο φιλοξένησε τα ευρήματα από τις ανασκαφές της Ακρόπολης. Το 1894 ανοίγει τις πύλες του στο κοινό και το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο. Ανάλογα και στην ευρύτερη περιφέρεια της χώρας έχουμε την ίδρυση του Αρχαιολογικού Μουσείου της Σπάρτης (1874 - 1876) και της Ολυμπίας (1875 - 1881). Εκείνη την περίοδο τα μουσεία έχουν ως κύριο στόχο και την διατήρηση και ενίσχυση της εθνικής ταυτότητας και τη σύνδεση της σύγχρονης με την αρχαία Ελλάδα. Στα τέλη του αιώνα αναγνωρίζεται και ο ρόλος τους και δημιουργούνται αντίστοιχα μουσεία της βυζαντινής, υστεροβυζαντινής και νεότερης περιόδου. Έτσι ανοίγει το 1900 η Εθνική Πινακοθήκη, το 1914 ιδρύεται το Βυζαντινό Μουσείο, το 1918 ανοίγει τις πύλες του το Λαογραφικό Μουσείο, το 1926 το Εθνικό Ιστορικό Μουσείο και τέλος το 1930 το Μουσείο Μπενάκη (Παπανικολοπούλου, 2019· Οικονόμου, 2013· Γκαζή, 1999α).

Τέλος φτάνουμε στο σήμερα, όπου παρατηρείται μεγάλη άνθηση του θεσμού του μουσείου με έναν διαφορετικό και πολύ διευρυνόμενο χαρακτήρα. Ναι μεν διατηρεί στοιχεία του παρελθόντος αλλά αλλάζει, προσαρμόζεται, εξειδικεύεται και εξελίσσεται. Εστιάζει στο τρίπτυχο εκπαίδευση - ψυχαγωγία - μελέτη. Εδραιώνονται πλέον τα παλιά είδη μουσείων αλλά ταυτόχρονα δημιουργούνται και νέα μουσεία, λαογραφικά, φυσικής ιστορίας, τεχνών, βιομηχανικά, επιστημών κ.ά. (Ορφανίδη & Λυριτζής, 2006· Πικοπούλου-Τσολάκη, 2002). Στην εποχή μας το μουσείο έχει

αναπτύξει τις μεθόδους, τα μέσα και τις τεχνικές του, εκμεταλεύεται και τις δυνατότητες που προσφέρει η εξέλιξη της τεχνολογίας, για να πραγματοποιήσει τους στόχους του με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Περισσότερες αναφορές πάνω σ' αυτό θα δούμε και στα παρακάτω υποκεφάλαια του πρώτου κεφαλαίου μας, που πραγματεύονται τα ζητήματα της αποστολής και των στόχων των μουσείων και των καινούργιων προσεγγίσεων που ακολουθούν.

1.3 Η αποστολή των μουσείων

Μέσα από την εννοιολογική ανάλυση του ορισμού του μουσείου (ενότητα 1.1) έγινε κατανοητό πως η αρχική και κύρια αποστολή του μουσείου είναι η διαφύλαξη, η διαχείριση και η ανάδειξη των συλλογών που έχει στην κατοχή του, αλλά και του πλαισίου εντός του οποίου εντάσσεται (Μπούνια, 2005). Τα μουσεία, έχοντας στις τάξεις τους τα πιο πολύτιμα αντικείμενα της ιστορίας μας, είναι οι θεματοφύλακες αυτής και των αντικειμένων που έχουν φτάσει σε εμάς μέχρι σήμερα, χωρίς να αλλοιωθούν από την φυσική φθορά του χρόνου (Davis, 2007). Πρωταρχικός σκοπός τους είναι η διατήρηση της ιστορίας μας μέσω της διατήρησης των τεκμηρίων που κατέχουν είτε υλικά, είτε άυλα και στη συνέχεια ακολουθεί ο κοινωνικός, παιδευτικός και ο πολιτιστικός ρόλος που έχει το καθένα. Τα μουσεία, σύμφωνα με τον Θέμελη (2016), θα πρέπει να έχουν και ως στόχο τους τον διάλογο με το κοινό αναλαμβάνοντας και τους παραπάνω επιπλέον ρόλους.

Σύμφωνα με τα παραπάνω το μουσείο αποτελεί ένα πεδίο μάθησης με κοινωνικό χαρακτήρα. Μέσα σε αυτό αναπτύσσονται ιδέες, συναισθήματα και σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων, μεταξύ των ανθρώπων και των αντικειμένων αλλά και μεταξύ των ανθρώπων και της ιστορίας τους (Μούλιου, 2014). Ένα μουσείο είναι συγχρόνως και εργαστήριο και εκπαιδευτήριο, καθώς δεν είναι δυνατό να υπάρχει εκπαιδευτική διαδικασία χωρίς να υπάρχει από πριν έρευνα (Ορφανίδη & Λυριτζής, 2006).

Η αποστολή ενός μουσείου είναι να προωθεί τον προβληματισμό, τα ερευνητικά αποτελέσματα και την γνώση παρέχοντας ευκαιρίες στο ευρύτερο κοινό να γνωρίσει και να μάθει πράγματα για το περιβάλλον και τον εαυτό του μέσω των εκθεμάτων του. Τα τεκμήρια και τα αντικείμενα, που διαθέτει ένα μουσείο, μπορούν να δώσουν κίνητρα στους επισκέπτες να αλλάξουν τον τρόπο με τον οποίο σκέφτονται και αντιλαμβάνονται πολλά ζητήματα τόσο του παρελθόντος όσο και σύγχρονα. Υπό

αυτήν την σκοπιά, μπορούν να προωθήσουν μια ευρύτερη κουλτούρα ανάπτυξης, αυτογνωσίας και δημιουργικότητας. Τα πιο πιθανά και έμπρακτα αποτελέσματα της αποστολής των μουσείων είναι: (α) Η απόκτηση νέας γνώσης και η αναβάθμιση ατομικών δεξιοτήτων, (β) η αύξηση της αυτοπεποίθησης, (γ) η συμβολή στην δημιουργία πολιτισμικών ευαίσθητων και ανοιχτών κοινοτήτων και (δ) η διάδοση της ανάπτυξης και της δημιουργικότητας. (OECD/ICOM, 2019).

Πολύ σωστά ένα μουσείο πρέπει να έχει ως κύριες του αρμοδιότητες να συλλέγει, να καταγράφει, να τεκμηριώνει, να συντηρεί, να μελετά, να προβάλλει και να διδάσκει. Αυτό πλέον στις μέρες μας δεν αρκεί, γιατί πλέον θα πρέπει να δημιουργεί ένα περιβάλλον, μέσα στο οποίο θα ενεργοποιεί τους επισκέπτες και θα διαμορφώνει τις κατάλληλες συνθήκες, ώστε να μπορούν να αναζητήσουν από μόνοι τους τη μάθηση (Γκαζή, 1999). Τα μουσεία λοιπόν έχουν ως στόχο τους την μετάδοση γνώσεων για την ιστορική και πολιτιστική-πολιτισμική πορεία ενός τόπου και την επιμόρφωση του ενδιαφερόμενου κοινού. Στις μέρες μας δίνουν ευκαιρία στο μουσειακό κοινό να γίνει και αυτό πιο δραστήριο και ενεργό στην όλη επιμορφωτική και ενημερωτική διαδικασία.

1.4 Οι σύγχρονες προσεγγίσεις στις χρήσεις των μουσείων

Μέσα από τις αυξανόμενες ανάγκες και την συνεχή εξέλιξη της σύγχρονης κοινωνίας, ο θεσμός του μουσείου αναγκαία οδηγείται στον επαναπροσδιορισμό του ρόλου που καλείται να παίξει. Τα τελευταία χρόνια οι εξελίξεις στον χώρο είναι πολλές και εξαιρετικά σημαντικές. Η ανάπτυξη του τομέα και η δημιουργία επιπλέον κινήτρων για επίσκεψη περνά μέσα από την προσβασιμότητα, την παροχή νέων υπηρεσιών, την δυνατότητα εκπαίδευσης και την χρήση νέων τεχνολογιών.

Η σχέση των σύγχρονων μουσείων με το ευρύτερο κοινό αρχίζει να αλλάζει, οι επισκέπτες θέλουν πλέον να συμμετέχουν ενεργά και να γίνουν χρήστες της εμπειρίας που τους προσφέρεται, ο ρόλος του απλού παρατηρητή δεν τους καλύπτει πια (Bradburne, 2001).

Πλέον η μουσειακή εμπειρία συνοδεύεται από ένα ελκυστικό κατάστημα το οποίο διαθέτει διάφορα προϊόντα και αναμνηστικά, σχετικά με το κάθε μουσείο. Έχει διττή λειτουργία, από την μια ενισχύει οικονομικά τον φορέα διαχείρισης του μουσείου και

από την άλλη εξυπηρετεί με επιτυχία και σε μεγάλο βαθμό τις ανάγκες των επισκεπτών του και συνεισφέρει στην μουσειακή τους εμπειρία (Mottner & Ford, 2005).

Ελκυστικές εισοδοί μουσείων που φιλοξενούν διάφορες εκδηλώσεις, συνεισφέρουν σημαντικά στην οικονομική βιωσιμότητα αλλά και στην προσφερόμενη εμπειρία του επισκέπτη των μουσείων. Σε πολλά μουσεία, ακόμη και στην Αθήνα, εντός του χώρου λειτουργούν διάφορα καταστήματα, καφέ και εστιατόρια. Σε σημαντικά και μεγάλα μουσεία, κυρίως στο εξωτερικό, υπάρχει μια σειρά από διάφορα καταστήματα τμηματοποιημένα για κάθε επισκέπτη, για παράδειγμα στο Βρετανικό Μουσείο στο Λονδίνο συναντάμε κατάστημα μόνο για παιδιά, καθώς και στην Ελλάδα, στο Νέο Μουσείο της Ακρόπολης (McPherson, 2006).

Σήμερα σχεδόν όλα τα μουσεία έχουν μπει σε διαδικασία ψηφιοποίησης των τεκμηρίων τους, για ερευνητικούς σκοπούς και λόγους αρχειοθέτησης. Θα μπορούσαν να εκμεταλλεύονται οικονομικά τα ψηφιακά αντίγραφα των συλλογών τους, με τις δυνατότητες που τους δίνει πλέον το διαδίκτυο και οργανώνοντας εικονικές περιηγήσεις στους χώρους τους. Πολλά Ευρωπαϊκά προγράμματα, όπως το πρόγραμμα ``Κοινωνία της Πληροφορίας`` στην χώρα μας, δίνουν κίνητρα για την ψηφιοποίηση των συλλογών των δημόσιων μουσείων με αποτέλεσμα την παροχή πληροφοριών, την άμεση και διαδραστική επικοινωνία, την διευκόλυνση της προσβασιμότητας και πολύ σημαντικό την υποστήριξη ειδικών ομάδων του πληθυσμού στην ισότιμη πρόσβαση στις πολιτιστικές υπηρεσίες (Μαυραγάνη, 2011).

Χαρακτηριστικά και υπηρεσίες που πλέον τα περισσότερα μουσεία φροντίζουν να αναπτύσσουν και να παρέχουν σύμφωνα με τον Kotler (2001) είναι μοντέρνα και ελκυστικά καφέ και εστιατόρια με τοπική κουζίνα, άρτια εκπαιδευμένο προσωπικό, το οποίο θα μπορεί πρόθυμα να ικανοποιήσει τις ανάγκες των επισκεπτών, ειδικοί χώροι για χαλάρωση και ξεκούραση, αλλά και χώροι στάσης των μέσων μαζικής συγκοινωνίας και στάθμευσης των αυτοκινήτων προσφέροντας ευκολία πρόσβασης στον κάθε επισκέπτη. Πολλές αναφορές και υψηλές αξιολογήσεις υπάρχουν στα διεθνή μέσα και στις διάφορες σελίδες κοινωνικής δικτύωσής, για την ποιότητα της κουζίνας και τις τιμές στο εστιατόριο του Νέου Μουσείου της Ακρόπολης (Μαυραγάνη, 2011).

Μια νέα επίσης προσέγγιση των μουσείων είναι η προσφορά ειδικών προνομίων στα αφοσιωμένα μέλη τους, όπως δωροεπιταγές, εκπτώσεις και δωρεάν ξεναγήσεις, ειδικές

ολονύχτιες εκδηλώσεις για νέους, ειδικά εκπαιδευτικά εργαστήρια για οικογένειες ή και παιδιά, ακόμα και παρουσιάσεις βιβλίων και συναυλιών. Με τις παραπάνω ενέργειες τα μουσεία μετατρέπονται σε πολυχώρους που προσφέρουν νέες υπηρεσίες και αυξημένη ικανοποίηση στους επισκέπτες τους αναπτύσσοντας νέες δραστηριότητες (Kotler, 2001).

Ο ρόλος των μουσείων μεταβάλλεται από εκπαιδευτικός, με νέο ευχάριστο, ελκυστικό και δημιουργικό τρόπο σε ψυχαγωγικός και ταυτόχρονα όλο αυτό θα πρέπει να λειτουργήσει και ως εργαλείο πολυπολιτισμικότητας και κατανόησης του διαφορετικού. Μέσα από την προσφερόμενη εμπειρία προς τους επισκέπτες θα τους δώσουν τη δυνατότητα, να καταλάβουν γρήγορα και σε βάθος τη σχέση τους με το παρελθόν και να κατανοήσουν τη διαφορετικότητα μεταξύ των διαφόρων πολιτισμών (Μαυραγάνη, 2011).

Η Οργάνωση και άλλων εκδηλώσεων στους χώρους των μουσείων, η παροχή ειδικών υπηρεσιών για συγκεκριμένες κατηγορίες-ομάδες ανθρώπων π.χ άτομα με κινητικά προβλήματα, η παρουσία χώρων εστίασης κ.α σίγουρα έχει αυξήσει σε μεγάλο βαθμό την επισκεψιμότητα, καθώς αποτελεί και πόλο έλξης ακόμη και για άτομα που δεν είχαν σκοπό να επισκεφτούν το μουσείο για τον πραγματικό του σκοπό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Ο πολιτισμός αποτελεί ίσως το σημαντικότερο κεφάλαιο που διαθέτει ένα κράτος. Είναι βασικός παράγοντας ανάπτυξης, κοινωνικής, οικονομικής αλλά και εθνικής και διεθνούς μιας και συνδέει μεταξύ τους, τους πολίτες μια χώρας, ενώ ταυτόχρονα τους ενώνει και με τον πολιτισμό τους καθώς και με άλλους πολιτισμούς. Ο πολιτισμός είναι

ένας όρος, ο οποίος εμφανίζεται με πολλές σημασίες και που αναφέρεται πολύ συχνά χωρίς όμως τελικά να έχει ένα σαφές και ξεκάθαρο περιεχόμενο. Στην ενότητα αυτή θα προσεγγίσουμε τις βασικές έννοιες γύρω από τον πολιτισμό, οι οποίες αναπτύχθηκαν στο παρελθόν και ισχύουν μέχρι σήμερα. Οι σύγχρονες προσεγγίσεις στις χρήσεις των πολιτιστικών δράσεων δημιουργούν αντίστοιχες αξίες, οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν ανάλογα μέσα στις οργανωμένες κοινωνίες δημιουργώντας το κατάλληλο περιβάλλον ανάπτυξης, διατήρησης και ανάδειξης τους.

2.1 Πολιτισμός

Ο πολιτισμός είναι μια λέξη από αυτές που χρησιμοποιούμε όλοι μας πολλές φορές καθημερινά. Η επεξήγηση του όρου είναι αρκετά δύσκολη, για να προσδιοριστεί αλλά και να κατανοηθεί με ακρίβεια, μιας και αποτελείται από πολλούς όρους, ερμηνείες και στοιχεία που καλύπτουν την έννοια του.

Σύμφωνα με τον Μπαμπινιώτη (2002) όταν κάνουμε χρήση της λέξης πολιτισμός, δηλώνουμε την υλική και πνευματική εξέλιξη ενός μέρους της κοινωνίας, αλλά και τις πνευματικές και ψυχικές δυνάμεις των μελών της.

Πολιτισμός, σύμφωνα με τον Κριαρά (1995), ορίζεται το σύνολο όλων εκείνων των ανθρώπινων επιτευγμάτων σε συγκεκριμένο ή μη γεωγραφικό τόπο σε διάφορους τομείς, όπως της επιστήμης, των τεχνών, των τεχνικών μέσων, της εκπαίδευσης, αλλά και στους απλούς και καθημερινούς κανόνες λειτουργίας και συμβίωσης του ανθρώπου, όπως η γλώσσα, η θρησκεία και οτιδήποτε άλλο μπορεί συμβάλλει στην εξημέρωση των ηθών.

Η έννοια του πολιτισμού ανάγεται από την Αρχαία Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα από την λέξη «πολίτης» που σήμαινε το άτομο εκείνο που ασχολούνταν με θέματα που είχαν σχέση με τη διοίκηση μιας οργανωμένης πολιτείας (Γεωργιτισογιάννη, 2011). Προέρχεται από το ρήμα εκπολιτίζω και πιο συγκεκριμένα από τη μετοχή πολιτισμένος και αναφέρεται στις αγγλικές λέξεις *civilize* - *civilized* και στο γαλλικές *civilizer* - *civilise* που εμφανίστηκαν τον 16ο αιώνα και αντιστοιχούν στην λατινική λέξη *civis*. Ο πολιτισμός ως όρος χρησιμοποιήθηκε, κυρίως κατά τον 18^ο αιώνα, στην προσπάθεια διάκρισης του πολιτισμένου (*civilized*) ατόμου από το βάρβαρο, θέτοντας ταυτόχρονα και μια σειρά από χαρακτηριστικά για αυτόν (Βρύζας, 2005).

Στα τέλη του 19ου διατυπώθηκαν οι βάσεις ενός ορισμού, καθορίζοντας τον πολιτισμό ως ένα σύνθετο σύνολο που περιλαμβάνει τη γνώση, την πίστη, την τέχνη, το νόμο, τα ήθη και τα έθιμα και άλλες δεξιότητες που απέκτησε ο άνθρωπος ως μέλος μιας κοινωνικής ομάδας και μιας οργανωμένης κοινωνίας (Πασχαλίδης, 2002).

Κατά τον 20^ο αιώνα ο πολιτισμός εκπροσωπεί, πλέον, όλες εκείνες τις υλικές και πνευματικές αξίες και τα επιτεύγματα που μπορούν να κληροδοτηθούν από μια γενιά σε μια άλλη και διαμορφώνουν μία κοινή μνήμη και εικόνα για ένα σύνολο ατόμων (Weber, 1998).

Επίσης ο όρος πολιτισμός, σύμφωνα με τον Κούτρα (2005), απεικονίζει την δομή της εκάστοτε κοινωνίας, τα βήματα που έχει κάνει η επιστήμη, την εξέλιξη των θεσμών, τις συνθήκες διαβίωσης και γενικώς όλα τα ανθρώπινα επιτεύγματα.

Σήμερα η έννοια του πολιτισμού έχει εξαπλωθεί αρκετά, φανερώνοντας την κάθε είδους ανθρώπινη δραστηριότητα (κοινωνική, οικονομική, υλική και πνευματική) έτσι ώστε να ικανοποιηθούν οι ανθρώπινες ανάγκες. Στον όρο εμπεριέχονται τα ήθη και τα έθιμα, οι παραδόσεις και οι αξίες που χαρακτηρίζουν την κάθε κοινωνία, αλλά και το πλήθος των πνευματικών εκδηλώσεων μιας κοινωνίας ή ενός έθνους (Καραγιάννης, 2011).

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2006 έρχεται να υποστηρίξει ότι ο πολιτισμός μπορεί να προσεγγιστεί από τις τρεις παρακάτω διαφορετικές πτυχές:

- Ως τέχνη. Μια πτυχή καθαρά υποκειμενική μιας εδώ μπαίνει και το ερώτημα τι μπορεί να χαρακτηριστεί ως τέχνη και τι όχι.
- Ως συμπεριφορές, πεποιθήσεις, συνήθειες, έθιμα, αξίες και ήθη που ενώνουν και μοιράζονται ένα σύνολο ανθρώπων.
- Ως εργαλείο που θα αξιολογήσει τον πολιτιστικό τομέα. Η πτυχή αυτή σχετίζεται με την μεταλαμπάδευση της γνώσης και την εκπαίδευση. Εδώ εντάσσονται και οι όροι πολιτιστικοί οργανισμοί, πολιτιστική κληρονομιά και πολιτιστικά αγαθά, με τους οποίους θα ασχοληθούμε παρακάτω.

2.2 Πολιτιστικοί οργανισμοί

Οι πολιτιστικοί οργανισμοί, είναι φορείς του πολιτισμού, οι οποίοι έχουν ως στόχο την παραγωγή πολιτισμικών στοιχείων και προϊόντων με σκοπό την πολιτισμική αναβάθμιση της κοινωνίας και του ανθρώπου (Κορρές, 2002).

Ένας πολιτιστικός οργανισμός είναι ένα κύκλωμα εισροών και εκροών. Οι εισροές είναι οι ανθρώπινοι, οι υλικοί και οι τεχνικοί πόροι του περιβάλλοντος ενώ οι εκροές είναι οι υπηρεσίες και τα αγαθά που έχουν σχέση με το πολιτισμό και που προκύπτουν από την αλληλεπίδραση του πολιτιστικού οργανισμού με το πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό, τεχνολογικό και φυσικό περιβάλλον. Το κύκλωμα αυτό λειτουργεί με τις εκροές να ανατροφοδοτούν συνεχώς τις εισροές σε μια κυκλική πορεία (Τσουρβάκας, 2013). Οι βιβλιοθήκες, τα μουσεία, οι πινακοθήκες, τα θέατρα, οι μουσικές σκηνές, τα πολιτιστικά κέντρα, οι εκδοτικοί οργανισμοί, οι εκπαιδευτικοί οργανισμοί κ.α. μπορεί να θεωρηθούν πολιτιστικοί οργανισμοί (Παυλογεωργάτος, 2003).

Η οργάνωση και η λειτουργία των πολιτιστικών οργανισμών βασίζεται κατά κύριο λόγο στην προώθηση και στην ανάπτυξη πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών είτε σε έντυπη ή ηλεκτρονική μορφή, είτε μέσω υπηρεσιών και εκθέσεων που γίνονται σε κατάλληλα διαμορφωμένους χώρους. Βρίσκουμε πολιτιστικούς οργανισμούς που δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στην ενημέρωση και την πληροφόρηση, άλλους που έχουν ως προτεραιότητα την εκπαίδευση και την ανάδειξη της αισθητικής παιδείας και εκείνους που δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα στην ψυχαγωγία και στην διασκέδαση (Τσουρβάκας, 2013).

2.3 Πολιτισμική Κληρονομιά

Η κληρονομιά, ως έννοια, φανερώνει το πέρασμα από το παρελθόν στο μέλλον και συμπεριλαμβάνει διάφορα στοιχεία τόσο πολιτιστικά όσο και φυσικά. Η πολιτισμική κληρονομιά περιλαμβάνει ένα μεγάλο εύρος στοιχείων, όπως ιστορικούς χώρους, τοποθεσίες, συλλογές, πολιτιστικές πρακτικές, γνώση και ζωντανές εμπειρίες. Αποτελεί σημείο αναφοράς της σύγχρονης ζωής μιας και θεωρείται εργαλείο θετικών αλλαγών, γιατί καταγράφει την ιστορική πορεία, την ταυτότητα και την συλλογική μνήμη μιας περιοχής ή ενός τόπου (Παλάσκας και συν., 2006).

Η πολιτισμική κληρονομιά μιας περιοχής ή ενός τόπου αποτελείται από εκείνα τα στοιχεία που συνιστούν μαρτυρίες της ύπαρξης και της δραστηριότητας του ανθρώπου.

Διακριτό γνώρισμα των στοιχείων της πολιτισμικής κληρονομιάς είναι ότι παρέχουν πληροφορίες για όλες τις εκφάνσεις της ζωής του ανθρώπου (πολιτικές, τεχνικές, πνευματικές, καλλιτεχνικές, οικονομικές, κοινωνικές κ.ά.) και πιο συγκεκριμένα, περιλαμβάνει τα στοιχεία τόσο της υλικής όσο και της άυλης κληρονομιάς. Η υλική πολιτισμική κληρονομιά, με την σειρά της, χωρίζεται στην κινητή και στην ακίνητη κληρονομιά. Στην κινητή κληρονομιά συναντώνται οι μουσειακές συλλογές, τα αρχαιολογικά ευρήματα, τα έργα τέχνης, τα γραπτά μνημεία, με λίγα λόγια όλα όσα εκτίθενται και βρίσκουμε στα μουσεία και στις βιβλιοθήκες. Από την άλλη στην ακίνητη κληρονομιά, συμπεριλαμβάνονται τα έργα αρχιτεκτονικής, τα μνημεία, οι αρχαιολογικοί χώροι, τα ιστορικά κέντρα, πάρκα και κήποι, τα τοπία πολιτιστικού ενδιαφέροντος και η βιομηχανική αρχαιολογία. Πιο συγκεκριμένα κτίσματα, διάφοροι χώροι, τάφοι και τοπία για τη δημιουργία των οποίων έχει επέμβει τόσο η φύση όσο και ο άνθρωπος (Σκουρής & Τροβά 2003). Η άυλη πολιτισμική κληρονομιά, περιλαμβάνει την μουσική, τον χορό, την λογοτεχνία, τις παραδόσεις ενός τόπου, το θέατρο, (αν και το θέατρο, η μουσική και η λογοτεχνία μπορούν να συμπεριληφθούν και στην υλική, από την άποψη ότι υπάρχουν βιβλία λογοτεχνικά, μουσικής και με θεατρικά έργα, καθώς και δίσκοι, cds κ.λ.π οπότε υπάρχουν απτά-χειροπιαστά αντικείμενα) τις τέχνες, τις θρησκευτικές παραδόσεις, τις εκφράσεις και την γαστρονομία που βρίσκει κανείς σε μια περιοχή ή έναν τόπο και που έχουν κληρονομηθεί από τις προηγούμενες γενιές στις επόμενες.

Προκειμένου να γίνει πληρέστερα κατανοητή η έννοια της πολιτισμικής κληρονομιάς οφείλουμε να προσδιορίσουμε την έννοια των πολιτιστικών αγαθών, παρόλο που στην διεθνή και εγχώρια βιβλιογραφία και στα διάφορα κείμενα των συμβάσεων ή συστάσεων των αρμόδιων οργανισμών οι όροι πολιτισμικό αγαθό και πολιτισμική κληρονομιά συχνά ταυτίζονται (Κονσόλα, 2006).

2.4 Πολιτισμικά Αγαθά

Ως πολιτισμικά αγαθά νοούνται όλα εκείνα τα στοιχεία, τα οποία παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον για την πολιτισμική κληρονομιά των λαών και έχουν σχέση με τα προϊόντα της ανθρώπινης δραστηριότητας όπως με τη γλώσσα, την παράδοση, τα ήθη και τα έθιμα και τα συστήματα αξιών. Άρα μπορούμε να πούμε ότι πολιτισμικά αγαθά είναι εκείνα τα αναπόσπαστα στοιχεία της πολιτιστικής μας ζωής και αναφέρονται στον

πνευματικό πολιτισμό και συγκεκριμένα στις τέχνες, στις εκδηλώσεις, στις επιστήμες και στον λαϊκό πολιτισμό (Σουλάκου, 2020).

Σύμφωνα με την Μπιτσάνη (2004) πολιτισμικά αγαθά μπορούν να θεωρηθούν όλα εκείνα τα αγαθά, που παράγει η ανθρώπινη δραστηριότητα, τα οποία παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον για την πολιτιστική κληρονομιά του κάθε λαού.

Σε αυτό το σημείο κρίνεται σκόπιμο να ξεκαθαριστεί η διαφορά μεταξύ του πολιτισμικού αγαθού και της πολιτισμικής κληρονομιάς. Το πολιτισμικό αγαθό ως έννοια έχει ευρύτερη διάσταση, από αυτή της πολιτισμικής κληρονομιάς. Σε αυτήν δεν εντάσσονται όλα τα πολιτισμικά αγαθά, αλλά μόνο εκείνα που έχουν έμμεση ή άμεση σχέση με τον άνθρωπο με κάποια κοινωνική, τεχνική, λαογραφική, εθνολογική, καλλιτεχνική, ιστορική, ή επιστημονική αξία, ή ο νομοθέτης τα έχει χαρακτηρίσει ως πολιτισμικά αγαθά (Παπαπετρόπουλος, 2006). Άρα κατά πόσο ένα πολιτισμικό αγαθό είναι και στοιχείο της πολιτισμικής κληρονομιάς, υπάρχουν δυο διαστάσεις που θα το καθορίσουν η νομική και η πολιτισμική διάσταση του.

Τα πολιτισμικά αγαθά μπορούν να διακριθούν στις παρακάτω κατηγορίες και να χαρακτηρισθούν ως (Μπιτσάνη, 2004):

- Κινητά πολιτισμικά αγαθά, εκείνα που έχουν την δυνατότητα εύκολης μετακίνησης κυρίως λόγω του μικρού τους όγκου, ενώ ακίνητα εκείνα που δεν μπορούν να μετακινηθούν εύκολα ή καθόλου.
- Με ευχέρεια στην δυνατότητα αξιοποίησης τους χωρίς υψηλό κόστος, ενώ με δυσχερή αξιοποίηση εκείνα που παρουσιάζουν υψηλά απαγορευτικά εμπόδια και κόστη στη χρήση τους.
- Δημόσια ή ιδιωτικά ανάλογα εάν ο ιδιοκτήτης του πολιτισμικού αγαθού είναι το Δημόσιο ή κάποιος Ιδιώτης.
- Διαρκούς - αέναης χρήσης, αυτά που εξακολουθούν να χρησιμοποιούνται με την πάροδο των ετών ή παροδικής - περιορισμένης χρήσης στην αντίθετη περίπτωση.
- Υλικά και πνευματικά πολιτισμικά αγαθά, με τα πρώτα να είναι εκείνα τα οποία αναγνωρίζονται κυρίως από την υλική τους υπόσταση, ενώ τα δεύτερα κυρίως από την πνευματική τους υπόσταση.

2.5 Σύγχρονες προσεγγίσεις της Πολιτιστικής Πολιτικής

Η κοινωνία της πληροφορίας, η οποία χαρακτηρίζει την ζωή μας τα τελευταία χρόνια, μας έχει εισάγει σε ένα νέο ψηφιακό περιβάλλον που στηρίζεται στις νέες τεχνολογίες, στα νέα δεδομένα για την οικονομία και την επικοινωνία, καθώς και στον πολιτισμό, για τον οποίο δημιουργεί νέους ορίζοντες και καινούριες προοπτικές ανάπτυξης.

Εδώ και πολλά χρόνια ένας πολιτιστικός οργανισμός για να επικοινωνήσει με το κοινό του ακολουθούσε ένα κλασσικό γραμμικό μοντέλο. Το διαδίκτυο, με τις υπηρεσίες και τις απεριόριστες δυνατότητες του, ανοίγει νέους ορίζοντες για την αμφίδρομη επικοινωνία και εισάγει την διάδραση και την αλληλεπίδραση. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα blogs, είναι ο νέος τρόπος συνάντησης, αλληλεπίδρασης και προβολής των πολιτιστικών οργανισμών (Λεάνδρος, 2005).

Η παρουσία των πολιτιστικών οργανισμών στο διαδίκτυο έχει επιφέρει σημαντικά οφέλη κυρίως στον επικοινωνιακό τομέα, με κυριότερα αποτελέσματα την άμεση και συνεχή αλληλεπίδραση μεταξύ αυτών και του κοινού τους. Σήμερα σχεδόν όλος ο κόσμος χρησιμοποιεί το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γεγονός που τα αναδεικνύει ως ισχυρά στρατηγικά μέσα επικοινωνίας, με αποτέλεσμα οι πολιτιστικοί οργανισμοί να κερδίσουν άμεση επικοινωνία, ανατροφοδότηση και συσπείρωση με το κοινό τους. Οι πολιτιστικοί οργανισμοί πλέον έχουν την δυνατότητα να οργανώσουν δικές τους σελίδες και χώρο στο διαδίκτυο, διεκδικώντας με αυτόν τον τρόπο όλα τα οφέλη που τους παρέχονται. Ένα από αυτά είναι η απόκτηση, για τον κάθε πολιτιστικό οργανισμό, ενός εργαλείου αξιολόγησης με το οποίο μπορεί να αντλεί πληροφορίες από τα σχόλια των χρηστών του. Η όλη εξέλιξη της τεχνολογίας έχει και εκπαιδευτικές διαστάσεις, οι οποίες έχουν αποδειχθεί εξαιρετικά ωφέλιμες για τους πολιτιστικούς οργανισμούς. Η τεχνολογία των έξυπνων κινητών, οι εικονικοί ξεναγοί και οι ηλεκτρονικοί χάρτες, είναι χαρακτηριστικά παραδείγματα που εξυπηρετούν και που αναζητούν πλέον οι επισκέπτες ενός πολιτιστικού οργανισμού. Η ψηφιακή προσέγγιση των πολιτισμικών αγαθών παρέχει πρόσβαση στη γνώση και την πληροφόρηση και ανοίγει νέους ορίζοντες στη σχέση τους με το κοινό. Η εξοικείωση του κοινού με τις νέες τεχνολογίες οδηγεί σε μια ενεργητική και διαδραστική συμπεριφορά του σε αντίθεση με την μέχρι τώρα παθητική του στάση (Μπαντιμαρούδης, 2011).

Η ανάδειξη και η επικοινωνία των πολιτιστικών οργανισμών με το κοινό θεωρείται σημαντικός παράγοντας, μιας και μεταμορφώνει τους πολιτιστικούς οργανισμούς σε

εναλλακτικούς χώρους εκπαίδευσης και ψυχαγωγίας, και τα αγαθά σε εκπαιδευτικά εργαλεία όπου το κοινό ευαισθητοποιείται, συμμετέχει και συνειδητοποιείται (Αθανασοπούλου, 2003). Πράγματι, η ανάπτυξη και η εξέλιξη της τεχνολογίας έχει ωφελήσει σε σημαντικό βαθμό τους πολιτιστικούς φορείς. Πλέον οι ενδιαφερόμενοι χρήστες, το μουσειακό κοινό έχει την δυνατότητα να έχει ανά πάσα στιγμή πρόσβαση στις συλλογές, στον θησαυρό που φυλάσσεται στον κάθε πολιτιστικό φορέα, μουσείο κ.λ.π και να ικανοποιήσει την επιθυμία του για ενημέρωση, πληροφόρηση και γνώση. Επομένως, έχουν βοηθήσει σε πολύ μεγάλο βαθμό τους φορείς πολιτιστικής κληρονομιάς να πετύχουν τον στόχο τους, που είναι η επιμόρφωση του κοινού και η παροχή γνώσεων για την ιστορία και τον πολιτισμό του τόπου τους και ενός τόπου γενικά. Επίσης οι φορείς είναι σε θέση να έχουν γνώση της πορείας τους, δηλαδή αν ως πολιτιστικοί οργανισμοί κάνουν καλά την δουλειά τους, πετυχαίνουν δηλαδή τους στόχους τους και εκπληρώνουν τον σκοπό τους αποτελεσματικά και με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, μέσω των αξιολογήσεων και κριτικών που ασκούνται στα blogs και στις ιστοσελίδες τους από τους χρήστες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στο παρόν κεφάλαιο θα ασχοληθούμε με το φαινόμενο του τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια σημαντική αύξηση του, εξαιτίας πολλών και διαφορετικών παραγόντων. Βασικό γνώρισμα του είναι η άμεση συνύπαρξη και συμμετοχή του με τους υπόλοιπους τομείς παροχής προϊόντων και υπηρεσιών της οικονομίας. Αυτό το φαινόμενο έχει οδηγήσει παράλληλα και στην ανάπτυξη ενός αντίστοιχου επιστημονικού ενδιαφέροντος σχετικά με την διερεύνηση των χαρακτηριστικών και της δυναμικής του, τις δυσχέρειες που προέκυψαν από την αλόγιστη και χωρίς προγραμματισμό δράση του και την ανάγκη στροφής του προς εναλλακτικές μορφές και προσεγγίσεις του με σεβασμό στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον, την κοινωνική δομή και την πολιτιστική κληρονομιά.

3.1 Εννοιολογική προσέγγιση του τουρισμού

Στην εγχώρια και την διεθνή βιβλιογραφία θα βρούμε πολλούς και διαφορετικούς ορισμούς για την έννοια του τουρισμού. Κοινό σημείο αναφοράς όλων είναι ότι συνδέουν τον τουρισμό με την τάση και τη διάθεση του ανθρώπου για επικοινωνία, ψυχαγωγία και απόκτηση νέων εμπειριών. Παρακάτω θα παρουσιάσουμε διάφορους ορισμούς που θα αποδώσουν με μεγαλύτερη σαφήνεια και πληρότητα τόσο την έννοια του τουρισμού όσο και την σημασία του καλύπτοντας με αυτόν τον τρόπο τις απαιτήσεις της εργασίας μας.

Ένας από τους πιο παλιούς και ευρέως αποδεκτούς ορισμούς του τουρισμού είναι αυτός της επιστημονικής κοινότητας της Σχολής της Βέρνης, η οποία υποστηρίζει ότι

τουρισμός είναι οι σχέσεις και τα φαινόμενα που παράγονται από τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σε μια περιοχή, με την προϋπόθεση να μην υπάρχει η προοπτική μόνιμης διαμονής τους για ανάπτυξη κάποιας κερδοφόρου δραστηριότητας (Λαγός, 2005).

Στο ίδιο μήκος κύματος, σύμφωνα με τους Ηγουμενάκη, Κραβαρίτη και Λύτρα (1999), τουρισμός είναι το σύνολο των γεγονότων και των σχέσεων που θα προκύψουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε κάποιον προορισμό, με διαμονή σε αυτόν από μη μόνιμους κατοίκους του, που όμως δεν θα οδηγήσει σε κάποια επιχειρηματική δραστηριότητα ή σε μόνιμη διαμονή.

Το Ευρωκοινοβούλιο παρουσιάζει τον τουρισμό ως ένα σύνολο από σχέσεις και φαινόμενα που έχουν σχέση με τα ταξίδια και τη διαμονή των ανθρώπων σε μια περιοχή για τους οποίους αυτή δεν είναι ούτε ο τόπος μόνιμης κατοικίας τους αλλά ούτε και της εργασίας τους (Ευθυμιάτου-Πουλάκου, 2009).

Ο πιο διαδεδομένος ορισμός είναι αυτός που δίνεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), ο οποίος υποστηρίζει ότι ο τουρισμός περιλαμβάνει όλες εκείνες τις δραστηριότητες στις οποίες συμμετέχουν οι άνθρωποι, καθώς ταξιδεύουν και οι οποίοι διαμένουν σε περιοχή διαφορετική από τον τόπο κατοικίας τους για λιγότερο από ένα έτος χωρίς όμως να ξεπερνά τον ένα χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ξεκούραση, την ικανοποίηση των ατομικών τους αναγκών και για πολλούς άλλους λόγους.

Επίσης ενδιαφέρον παρουσιάζει η τοποθέτηση της Διεθνούς Ακαδημίας Τουρισμού, σύμφωνα με την οποία τουρισμός είναι ένα σύνολο από μετακινήσεις και δραστηριότητες που έχουν σχέση με αυτές και προκαλούνται από την διάθεση απόδρασης του κάθε ανθρώπου, ο οποίος αδρανεί σε διάφορους βαθμούς και σε διαφορετική έκταση (Ευθυμιάτου-Πουλάκου, 2009).

Στην συνέχεια παρουσιάζουμε μια άλλη θέση για τον τουρισμό, σύμφωνα με την οποία τουρισμός μπορεί να είναι το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προέρχονται από την επικοινωνία όλων των εμπλεκόμενων στη διαδικασία έλξης και φιλοξενίας τουριστών και επισκεπτών (Θεοδοροπούλου, 2006).

Σύμφωνα με τους Ζαχαράτο και Τσάρτα (2008), οι οποίοι προσεγγίζουν τον τουρισμό από την κοινωνική του διάσταση, ο τουρισμός αποτελεί την διαδικασία μετακίνησης ώστε ο ταξιδευτής να ικανοποιήσει την ανάγκη του για αποκόμιση νέων εμπειριών.

Όπως βλέπουμε οι περισσότεροι από τους ορισμούς για τον τουρισμό που αναφέραμε παραπάνω συμπίπτουν μεταξύ τους και μέσες άκρες αποδίδουν μια κοινή έννοια.

3.2 Είδη και μορφές τουρισμού

Οι παράγοντες που προσδιορίζουν τον τουρισμό ως φαινόμενο είναι εκείνοι που θέτουν τους όρους για την διάκριση του σε διάφορα είδη. Σύμφωνα με τους Ηγουμενάκη, Κραβαρίτη και Λύτρα (1999) όσον αφορά τον τουρισμό προκύπτουν έξι κατηγορίες – είδη: α) Μαζικός τουρισμός, β) Ατομικός τουρισμός, γ) Εσωτερικός τουρισμός, δ) Εξωτερικός τουρισμός, ε) Συνεχής τουρισμός, στ) Εποχιακός τουρισμός.

Το τουριστικό φαινόμενο ανάλογα με την μορφή του (Ηγουμενάκης κ.α., 1999) διακρίνεται σε δύο μεγάλες κατηγορίες, σε αυτήν του μαζικού τουρισμού και στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που πολλές φορές αναφέρονται και ως ήπιες μορφές τουρισμού.

Αναφορικά για τον μαζικό τουρισμό, σύμφωνα με την ίδια πηγή, είναι η μορφή που μπορεί να οριστεί και ως ένας συλλογικός χαρακτήρας του τουρισμού και αυτό φαίνεται και από τον τρόπο της οργάνωσης του και από τα χαρακτηριστικά του. Προσφέρει τουριστικά πακέτα, για κάποιον προορισμό, τα οποία περιλαμβάνουν την μεταφορά, τα καταλύματα και πολλές φορές επισκέψεις, γεύματα και ψυχαγωγία. Στο πλαίσιο αυτό, λοιπόν, οι τουρίστες εντάσσονται σε μια ομάδα με άλλους ανθρώπους με τους οποίους έχουν παρόμοια χαρακτηριστικά, ανάγκες, ενδιαφέροντα και συμπεριφορές. Τα περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα που κατά καιρούς έχουν δημιουργηθεί από τον μαζικό τουρισμό, δημιούργησαν την ανάγκη για τον σχεδιασμό και την εφαρμογή πολιτικών για την λύση τους. Συγκεκριμένα αναφερόμαστε στις διάφορες εναλλακτικές-ήπιες μορφές τουρισμού που τυγχάνουν μεγάλης ανάπτυξης, ζήτησης και εφαρμογής τα τελευταία χρόνια. Η συγκεκριμένη μορφή του τουρισμού, σε αντίθεση με τον μαζικό, δεν είναι μεγάλης κλίμακας και έντασης αλλά απευθύνεται σε μικρότερες ομάδες τουριστών οι οποίοι έχουν διάφορα ενδιαφέροντα και διαφορετικές ανάγκες.

Παρακάτω θα παρουσιάσουμε μερικά από τα είδη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού:

- **Αγροτουρισμός:** αποτελεί μια ειδική μορφή του εναλλακτικού τουρισμού, η οποία λαμβάνει χώρα σε αγροτική – μη αστική κυρίως περιοχή (ύπαιθρο). Τα άτομα που προσφέρουν υπηρεσίες αγροτουρισμού συνήθως έχουν ως κύρια ενασχόληση την γεωργία. Βασικό χαρακτηριστικό αυτού του είδους του τουρισμού είναι η προσπάθεια να συνδυαστεί με την αγροτική παραγωγή, με απώτερο σκοπό την ανάπτυξη και των δύο τομέων (Θεοδωροπούλου, 2006).
- **Πολιτισμικός Τουρισμός:** Στην συγκεκριμένη εναλλακτική μορφή τουρισμού οι τουρίστες αναζητούν πολιτιστικές εμπειρίες, μέσα από την συμμετοχή τους σε διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις, με επισκέψεις σε μουσεία, πινακοθήκες, αρχαιολογικούς χώρους, λαογραφικές εκδηλώσεις (Ηγουμενάκης κ.α., 1999).
- **Τουρισμός Περιπέτειας:** αυτή η ειδική μορφή εναλλακτικού τουρισμού πραγματοποιείται σε φυσικά περιβάλλοντα συνήθως απομακρυσμένα και δυσπρόσιτα. Ενέχει σημαντικό βαθμό δυσκολίας, κινδύνου και συγκίνησης για όσους συμμετέχουν, στις εκφράσεις που περιέχει. Χαρακτηρίζεται από την ανάγκη για να γνωρίσει κάποιος, μέσα από την φύση, τον εαυτό του, τα όρια και τις δυνατότητες του (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).
- **Τουρισμός Υγείας:** Η συγκεκριμένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού προσφέρει ειδικές ιατρικές υπηρεσίες, έχοντας ως κίνητρο την αποκατάσταση και τη διατήρηση της υγείας των συμμετεχόντων και πραγματοποιείται σε ειδικά διαμορφωμένες εγκαταστάσεις. Συνήθως είναι άτομα με μεγάλη οικονομική ευρωστία, δεύτερης και τρίτης ηλικίας που κατοικούν στον αστικό ιστό (Ηγουμενάκης κ.α., 1999).
- **Αθλητικός τουρισμός:** είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού που εμπεριέχει έντονα το αθλητικό στοιχείο. Περιλαμβάνει τα εξής επιμέρους είδη: α) την τουριστική μετακίνηση φιλάθλων, β) τον τουρισμό αθλητών που συμμετέχουν σε αθλητικές υποχρεώσεις, προπονήσεις και αγώνες και γ) την συμμετοχή ερασιτεχνών αθλητών ή ευκαιριακά αθλούμενων τουριστών σε αθλητικά γεγονότα (Ηγουμενάκης κ.α 1999).
- **Θρησκευτικός Τουρισμός:** Είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού γύρω από μνημεία και χώρους θρησκευτικής σημασίας, κατά την οποία επιθυμία των τουριστών είναι να επισκεφτούν και να προσκυνήσουν κάποιο ναό ή

μοναστήρι, η να εκπληρώσουν ένα τάμα τους (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).

- **Συνεδριακός Τουρισμός:** Η συγκεκριμένη εναλλακτική μορφή τουρισμού περιλαμβάνει οργανωμένες εκδηλώσεις, συνέδρια, συναντήσεις με διάρκεια από 1-2 μέχρι 3-4 μέρες. Απαραίτητη προϋπόθεση αποτελεί η ύπαρξη σύγχρονων εγκαταστάσεων και υποδομών και συνδυάζεται και με άλλες μορφές ήπιου τουρισμού (Ηγουμενάκης κ.α., 1999).
- **Τουρισμός Πόλης:** Αποτελεί και αυτή μια ειδική μορφή εναλλακτικού τουρισμού, κατά την οποία άτομα θα επισκεφτούν μια πόλη για χρονικό διάστημα όχι μεγαλύτερο των 3 ή 4 ημερών και τα κίνητρα τους είναι πολλά και διάφορα. Συνήθως η ανάπτυξη του τουρισμού πόλης γίνεται συνδυαστικά με άλλες μορφές τουρισμού, όπως ο συνεδριακός, ο πολιτιστικός, ο αθλητικός, με ταυτόχρονους πόλους έλξης τα ψώνια, την διασκέδαση, κλπ. (Ηγουμενάκης κ.α., 1999).

3.3 Ο Πολιτιστικός Τουρισμός

Ο Πολιτιστικός Τουρισμός αποτελεί μια μορφή του εναλλακτικού τουρισμού με μεγάλη και ιδιαίτερη σημασία, αφού ο πολιτιστικός τομέας ως κίνητρο παραμένει σταθερά στην 2^η θέση, πίσω από την ελκυστικότητα του περιβάλλοντος του προορισμού που είναι ο κύριος λόγος προγραμματισμού ενός ταξιδιού για τους τουρίστες σε παγκόσμιο επίπεδο σύμφωνα με το Ευρωβαρόμετρο.

Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ (2010):

- Ο πολιτιστικός τουρισμός έχει μεγάλη ανάπτυξη σε σχέση με τις υπόλοιπες μορφές εναλλακτικού τουρισμού στον κόσμο, αφού το 25% των ευρωπαίων τουριστών δηλώνουν ως βασικό κριτήριο για την επιλογή του προορισμού τους τα πολιτιστικά στοιχεία που αφορούν τον τόπο.
- Τον πολιτιστικό τουρισμό επιλέγουν μεγαλύτερες ηλικίες, αλλά και εκείνοι οι τουρίστες με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο οι οποίοι αναζητούν πολιτιστικές εμπειρίες, δαπανώντας περισσότερα χρήματα από τον μέσο όρο των υπολοίπων τουριστών.

Για να αποσαφηνίσουμε εννοιολογικά τον πολιτιστικό τουρισμό υπάρχει μια σχετική δυσκολία μιας και κινείται μεταξύ δύο διακριτών όρων με εννοιολογική πολλαπλότητα,

αυτού του πολιτισμού και του τουρισμού, όπως είδαμε στις προηγούμενες ενότητες της παρούσης.

Πολιτιστικός τουρισμός είναι η μορφή εναλλακτικού τουρισμού που έχει σχέση με δραστηριότητες που έχουν ως στόχο την προώθηση, την ανάδειξη και την προστασία του πολιτιστικού κεφαλαίου ενός τόπου ή μιας χώρας (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μια εναλλακτική μορφή τουρισμού στην οποία οι τουρίστες αναζητούν πολιτιστικές εμπειρίες μέσα από την συμμετοχή τους σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, με επισκέψεις σε μουσεία, πινακοθήκες, αρχαιολογικούς χώρους, λαογραφικές εκδηλώσεις (Ηγουμενάκης κ.α., 1999). Πιο αναλυτικά ο Richards (2001) ορίζει τον πολιτιστικό τουρισμό ως την μετακίνηση των ατόμων μακριά από τον τόπο κατοικίας τους με σκοπό, μέσα από τις διάφορες πολιτιστικές δραστηριότητες που συμμετέχουν, να αποκτήσουν νέες εμπειρίες που θα καλύψουν τις πολιτιστικές τους ανάγκες.

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μια ειδική εναλλακτική μορφή τουρισμού, κατά την οποία οι τουρίστες μέσα από την συμμετοχή τους σε πολιτιστικές δραστηριότητες αναψυχής ανακαλύπτουν, γνωρίζουν και βιώνουν την ιστορία, την παράδοση, την πολιτιστική κληρονομιά, το σύγχρονο πολιτισμό, καθώς και την κουλτούρα και την ταυτότητα μιας χώρας και του λαού της (Άρθρο 13 του ν.4582/2018).

Η πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση της έννοιας του πολιτιστικού τουρισμού είναι αυτή της Γενικής Συνέλευσης του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO) το 2017, που τον όρισε ως την τουριστική δραστηριότητα κατά την οποία ο επισκέπτης έχει βασικό κίνητρο να γνωρίσει, να ανακαλύψει και να βιώσει, τα πολιτιστικά αγαθά που διαθέτει ο τουριστικός προορισμός της επιλογής του.

Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε (Μοίρα & Παρθένης, 2011):

- Επισκέψεις σε χώρους που φιλοξενούν αντικείμενα ιστορικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού.
- Επισκέψεις σε χώρους που συνδέονται με τις τέχνες, την λαϊκή παράδοση και την ψυχαγωγία (φεστιβάλ, εκδηλώσεις).

3.4 Οι σύγχρονες προσεγγίσεις του τουριστικού κλάδου

Στην παρούσα ενότητα θεωρήσαμε σημαντικό να εξετάσουμε τις σύγχρονες προσεγγίσεις του τουριστικού κλάδου, μιας και είναι κοινά αποδεκτό πως είναι ένας κλάδος με μεγάλη ανάπτυξη και δυναμική με σημαντικές μεταβολές τα τελευταία χρόνια.

Στις μέρες μας τις νέες προσεγγίσεις - τάσεις στον τουρισμό τις αντιλαμβανόμαστε καθημερινά. Πιο αναλυτικά διαπιστώνουμε (Φαρσάρη, 2009):

- Αύξηση του ενδιαφέροντος για την ασφάλεια.
- Την πραγματοποίηση πιο σύντομων και πιο συχνών διακοπών.
- Αλλαγή προτίμησης από τα μακρινά ταξίδια προς τα ταξίδια εσωτερικού.
- Αλλαγή προτίμησης από τις εναέριες στις επίγειες μεταφορές.
- Αυξανόμενη χρήση των δυνατοτήτων του διαδικτύου για επιλογή προορισμών και αγορές ταξιδιών.
- Αύξηση της ζήτησης για εξατομικευμένες διακοπές, αντί των παραδοσιακών ομαδικών πακέτων.
- Μεγάλη ζήτηση για διακοπές που προσφέρουν εμπειρίες που περιλαμβάνουν επαφή με τοπικά πολιτιστικά στοιχεία και με τη φύση.
- Επικράτηση της ζήτησης και της αναμονής προσφορών και ευκαιριών της τελευταίας στιγμής.

Οι σύγχρονες προσεγγίσεις του τουριστικού κλάδου, σύμφωνα με τον Hvenegaard (2002), ταυτίζονται με νέα τουριστικά πρότυπα και συμπεριφορές τα οποία έχουν σχέση και επηρεάζονται από:

- Ανταγωνιστικές τιμές διακοπών.
- Την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών προσαρμοσμένες στις εκάστοτε ανάγκες των τουριστών.
- Το γεγονός ότι οι τουρίστες παρουσιάζουν διαφορετικές απαιτήσεις, ανάγκες, εισοδήματα, διαθέσιμο ελεύθερο χρόνο, και τουριστικά ενδιαφέροντα. Είναι τουριστικά πιο έμπειροι, ενημερωμένοι, μορφωμένοι, ανεξάρτητοι, προσαρμοστικοί, με περιβαλλοντική ευαισθησία.

- Το γεγονός ότι πλέον το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον ενός προορισμού, είναι βασικό και αναπόσπαστο στοιχείο της εμπειρίας που επιδιώκουν οι τουρίστες.

Όταν κάνουμε λόγο για σύγχρονες προσεγγίσεις στον τουριστικό κλάδο, μιλάμε για αλλαγές στην ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, οι οποίες είναι προσαρμοσμένες στις απαιτήσεις και τα ενδιαφέροντα του κάθε επισκέπτη και αλλάζουν συνεχώς. Αυτές έχουν άμεση σχέση με το φυσικό περιβάλλον, τα πολιτιστικά αγαθά, τις αθλητικές δραστηριότητες, με νέους και πιο υγιεινούς τρόπους ζωής καθώς και με την επαφή με νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν διαφοροποιηθεί σαν έννοια και έχουν αποκτήσει έναν ιδιαίτερο συμβολισμό, με βασικά χαρακτηριστικά την προσωποποίηση του προορισμού και του φυσικού περιβάλλοντος, την αποφυγή επίσκεψης σε περιοχές με μεγάλο συνωστισμό, την αποφυγή συμμετοχής σε ομαδικά πακέτα και τέλος να προσφέρουν λύσεις στα προβλήματα της εποχικότητας (Σκοτίδα, 2022).

Οι σύγχρονες προσεγγίσεις χρειάζονται και την ανάλογη επεξεργασία και ερμηνεία, από όσους εμπλέκονται στον τουριστικό κλάδο, με σκοπό να αναπτύξουν τις δυνατότητες τους και να προσαρμόσουν την πολιτική και την φιλοσοφία τους ανάλογα με αυτές. Σήμερα οι τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να είναι έτοιμες να προσφέρουν νέες εμπειρίες προσαρμοσμένες στα θέλω των πελατών τους, μιας και αυτοί είναι πλέον πιο δεκτικοί σε καθετί καινούργιο αλλά και σε οποιαδήποτε αλλαγή. Οι τουρίστες επιθυμούν να επισκεφτούν τα πιο άγνωστα και απάτητα μέρη με φυσικό πλούτο, έχουν περιβαλλοντικά περισσότερες γνώσεις και ευαισθησίες και είναι διαθέσιμοι να πληρώσουν κάτι παραπάνω για να τα αποκτήσουν. Οι σύγχρονες προσεγγίσεις στον κλάδο προϋποθέτουν και απαιτούν την εφαρμογή και τη χρήση νέων τεχνολογιών, μιας και οι τουρίστες σήμερα περισσότερο από ποτέ επιθυμούν να έχουν άμεση πρόσβαση σε οποιαδήποτε πληροφορία, επιθυμούν ευκολία στο σχεδιασμό και την υλοποίηση του ταξιδιού τους και θέλουν να έχουν την δυνατότητα να συγκρίνουν και να εκφράσουν την άποψη τους για προορισμούς που δεν έχουν επισκεφτεί, αλλά και να αξιολογήσουν αυτούς που έχουν ήδη πάει (Ρουμπάτη, 2018).

Η Carvalho το 2011 αναφέρει ότι τις νέες προσεγγίσεις στον τουριστικό τομέα επηρεάζουν πολλοί παράγοντες με τον πιο βασικό αυτό των νέων τεχνολογιών. Πιο συγκεκριμένα υποστηρίζει ότι:

- Οι δυνατότητες του διαδικτύου και των νέων τεχνολογιών βοηθάνε τον τουρίστα να έχει άμεση πρόσβαση στην πληροφορία, να έχει καλύτερη ενημέρωση και να είναι πιο έμπειρος. Να αναζητά εναλλακτικά και εξεζητημένα προϊόντα οργανώνοντας μόνος του τα ταξίδια του.
- Ο ανταγωνισμός αποτελεί σημαντικό παράγοντα. Οι τουρίστες, πλέον, έχουν την δυνατότητα να έχουν εύκολη πρόσβαση σε περισσότερες περιοχές – προορισμούς.
- Η βιώσιμη ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων είναι απαραίτητη προκειμένου να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΤΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΤΗΣ ΣΥΝΥΠΑΡΕΞΗΣ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο πολιτιστικός τουρισμός, ο οποίος και αποτελεί το αποτύπωμα της συνύπαρξης του τουρισμού και του πολιτισμού, έχει σταθερή παρουσία στην τουριστική ζήτηση ενός προορισμού. Ολοένα και περισσότερες χώρες επενδύουν στην ανάπτυξη πολιτιστικών υποδομών και την διεξαγωγή πολιτιστικών εκδηλώσεων για να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες. Στην ενότητα αυτή θα προσπαθήσουμε να δείξουμε την αλληλεξάρτηση του συνολικού τουριστικού προϊόντος και του πολιτιστικού προϊόντος σε σχέση με την βιωσιμότητα των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών αλλά και την επιβάρυνση που υφίστανται.

4.1 Η συμβολή του τουρισμού στην βιωσιμότητα των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών

Τα μουσεία και τα πολιτισμικά αγαθά έχουν γίνει πλέον κομμάτι του τουρισμού, μέρος όχι μόνο του τελικού προορισμού αλλά και του τουριστικού πακέτου. Τα μουσεία και

τα πολιτισμικά αγαθά θεωρούνται βασικά, ζωτικά και αναπόσπαστα συστατικά στοιχεία του τουριστικού κυκλώματος και παίζουν πρωταρχικό ρόλο στον πολιτιστικό τουρισμό. Μεταξύ λοιπόν των μουσείων, των πολιτισμικών αγαθών και του τουρισμού υπάρχει μια στενή σχέση αλληλεξάρτησης και αλληλεπίδρασης. Σύμφωνα με το NMDC (National Museum Directors' Conference) το 2010, ο τουρισμός είναι μια μόνιμη και σταθερή πηγή επισκεπτών και εσόδων για τα μουσεία και τους χώρους που φιλοξενούν και προβάλλουν πολιτιστικά αγαθά και αυτά με τη σειρά τους λειτουργούν ενισχυτικά για τον τουρισμό μιας και προσελκύουν τουρίστες.

Ο πολιτιστικός τουρισμός, ως μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, αποτελεί μια διαδικασία εξαιρετικού οικονομικού ενδιαφέροντος για τα μουσεία και όλους τους πολιτιστικούς χώρους γενικότερα. Με την αύξηση του μεριδίου της τουριστικής αγοράς, που πετυχαίνει ο πολιτιστικός τουρισμός, αντίστοιχα πετυχαίνει και την αύξηση της επισκεψιμότητας, στους παραπάνω χώρους, και κατά συνέπεια την αύξηση των αντίστοιχων εσόδων και της βιωσιμότητας τους (Silberberg, 1995).

Οι χωροταξικές παράμετροι, τόσο του φυσικού όσο και του πολιτιστικού κεφαλαίου οι οποίες περιλαμβάνουν μουσεία, μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους κ.α., αλλά και οι εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται και έχουν σχέση με τα παραπάνω, καθώς επίσης και με τα ιστορικά γεγονότα, με τα ήθη και τις παραδόσεις ενός τόπου, γίνονται οικονομικά υποκείμενα και αποκτούν αξία καθώς είναι σημεία κατανάλωσης στην παραγωγική διαδικασία του πολιτιστικού τουρισμού (Iccrom, 2006). Όταν τα παραπάνω λειτουργούν ως πόλος και κίνητρο τουριστικής ζήτησης, τότε παρατηρείται μια αύξηση της οικονομικής δραστηριότητας γύρω από αυτούς τους χώρους η οποία θα καταγράφει οφέλη – κέρδη διασφαλίζοντας οικονομικούς πόρους, οι οποίοι συμβάλουν στην κοινωνική ενδυνάμωση των τοπικών κοινωνιών αλλά πρωτίστως στην βιωσιμότητα των παραπάνω πολιτιστικών στοιχείων (Μπιτσάνη, 2004).

Μέσω του πολιτιστικού τουρισμού δίνεται η δυνατότητα, να αναβιώσουν παραδοσιακές δραστηριότητες και ασχολίες καθώς και έθιμα του τόπου που έχουν παρακμάσει και περιθωριοποιηθεί. Με αυτόν τον τρόπο ο τουρισμός αποτελεί και μια διαδικασία που προωθεί και αναπτύσσει της κοινωνίες και συνδράμει στην βιωσιμότητα των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους (OECD, 2019).

Οι τουρίστες - επισκέπτες που πραγματοποιούν τουριστικά ταξίδια έχοντας ως σκοπό την πολιτιστική εμπειρία, είναι συνήθως άνθρωποι υψηλού μορφωτικού και βιοτικού

επιπέδου, και ως φυσικό επακόλουθο αυτού παρατηρείται αύξηση των εισοδημάτων, της βιωσιμότητας και της υποστήριξης των μουσείων και των πολιτιστικών οργανισμών (Richards, 2011).

Η αξιοποίηση του τουρισμού για την προβολή των μουσείων και των πολιτιστικών στοιχείων ενός τόπου, έχει πολλά θετικά συμπεριλαμβανομένης και της διατήρησης της ιστορίας, της θρησκείας και της παράδοσης ενός τόπου για πολλά χρόνια συμβάλλοντας έτσι στην βιωσιμότητα τους (McKercher et al, 2005).

Μέσω του πολιτιστικού τουρισμού αναδεικνύονται και διατηρούνται στοιχεία του τόπου, όπως είναι η ντοπιολαλιά, στοιχεία γαστρονομίας, τα τεχνικά και τεχνολογικά μέσα που χρησιμοποιούνταν κατά το παρελθόν, τα είδη ένδυσης και τα διάφορα λαογραφικά στοιχεία (Asplet & Cooper, 2000).

Και τέλος στην βιωσιμότητα των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών, συμβάλλει σημαντικά ο πολιτιστικός τουρισμός καθώς, τονώνει την εθνική ταυτότητα και το ενδιαφέρον του ντόπιου πληθυσμού για να συμμετέχει στα κοινωνικά και πολιτιστικά δρώμενα του τόπου, προωθεί την δυναμική της τοπικής κοινότητας, προσελκύει στον τόπο ξένο κόσμο και ευνοεί την διενέργεια τοπικών πολιτιστικών εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων (Κόνσολα, 2006).

4.2 Η επιβάρυνση των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών από τον τουρισμό

Στην προηγούμενη υποενότητα μιλήσαμε για την θετική συμβολή του πολιτιστικού τουρισμού στην βιωσιμότητα των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών. Παρουσιάζονται όμως και αρνητικά φαινόμενα και επιβάρυνση των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών από τον τουρισμό όταν αυτά αντιμετωπίζονται καθαρά ως τουριστικοί πόροι.

Η προσεγμένη και ρεαλιστική τουριστικά εστίαση των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών οδηγεί στην εμπορευματοποίηση τους και στην προσαρμογή τους ανάλογα με την τουριστική ζήτηση, ώστε οι επισκέπτες να αποκομίσουν εμπειρίες ξεφεύγοντας έτσι από την καθημερινότητα τους. Όταν όμως η πολιτιστική εμπειρία προσφέρεται προσαρμοσμένη στις τουριστικές ανάγκες δεν αποτελεί παρά βιτρίνα, μιας και απέχει κατά πολύ από τον πολιτισμό που πρεσβεύει η κάθε περιοχή. Αποτελεί ένα στημένο και ψεύτικο κομμάτι της τουριστικής εμπειρίας που έχει σχεδιαστεί κατά

τέτοιον τρόπο ώστε να ταιριάζει με τον ψυχαγωγικό χαρακτήρα της επίσκεψης, χάνοντας με αυτόν τον τρόπο την αξία του το πολιτιστικό κεφάλαιο που πρεσβεύουν τα μουσεία και τα πολιτισμικά αγαθά (Clarke, 2003).

Όταν ο πολιτισμός αντιμετωπίζεται απλά ως ένα ακόμη καταναλωτικό προϊόν αυτό οδηγεί τον πολιτιστικό τουρισμό σε έναν μαζικό χαρακτήρα και στην τυποποίηση, έτσι ώστε να ταιριάζει στις απαιτήσεις των επισκεπτών, στους οποίους θα μείνει μια επιφανειακή εμπειρία των εκάστοτε πολιτιστικών στοιχείων της περιοχής. Επίσης, συμβαίνει πολλές φορές το φαινόμενο της αλλοίωσης ακόμη και της αλλαγής στα ήθη και στα έθιμα, και της εμφάνισης πλέον απρόσωπων κοινωνικών σχέσεων, καθώς επικρατούν οι αξίες της σύγχρονης καταναλωτικής ζωής και ο κάθε τόπος προσαρμόζει τον πολιτισμό του προκειμένου να αποκομίσει όσα περισσότερα οφέλη μπορεί από το τουριστικό φαινόμενο (Τσάρτας, 1987, 2020).

Επίσης είναι πολύ συχνό φαινόμενο σε πολλές περιοχές, που φημίζονται για τα στοιχεία πολιτιστικού τουρισμού που διαθέτουν, να παρατηρούνται φαινόμενα υψηλής συγκέντρωσης επισκεπτών με υπερβολική χρήση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων (Faulkner et al. 2001). Πολλές φορές έχει παρατηρηθεί υποβάθμιση των τοπικών οικοσυστημάτων, αλλοίωση της τοπικής αρχιτεκτονικής και της παραδοσιακής πολιτιστικής φυσιογνωμίας των περιοχών, εξαιτίας της άναρχης τουριστικής δόμησης με αποτέλεσμα τα πολιτισμικά αγαθά να οδηγούνται σε σημαντική φθορά από την αλόγιστη και εντατική τους χρήση (Πασχαλίδης, 2002, Αποστολόπουλος & Σδράλη 2009).

Η μαζική και χωρίς προγραμματισμό ροή επισκεπτών σε πολιτιστικούς χώρους, κατά την οποία παρατηρούνται φαινόμενα ρύπανσης, παράτυπης αφαίρεσης πολιτιστικών στοιχείων και βανδαλισμών, αλλοιώνει τα χαρακτηριστικά τους και θέτει σε κίνδυνο την επιβίωσή τους. Οι ανεξέλεγκτες επεμβάσεις για χάρη της τουριστικής αξιοποίησης αποδεικνύονται τις περισσότερες φορές καταστροφικές για τους πολιτιστικούς πόρους, με αποτελέσματα τα οποία είναι μη αναστρέψιμα τόσο ως προς την αισθητική όσο και ως προς την αξία του πολιτιστικού αγαθού (Κουρτέσας, 2005).

Ενώ παρατηρείται εξέλιξη του πολιτιστικού τουρισμού στη εποχή μας, υπάρχουν φαινόμενα μαζικής κατανάλωσης εξαιτίας του. Πολλά πολιτιστικά αξιοθέατα στον κόσμο που κάποτε δεχόταν έναν συγκεκριμένο και διαχειρίσιμο αριθμό τουριστών, σήμερα αποτελούν στόχο μαζικού πολιτιστικού τουρισμού. Καταβάλλονται

προσπάθειες να συγκρατηθεί το φαινόμενο και να μην τεθεί σε κίνδυνο η κληρονομιά από την πίεση του τουρισμού (Russo, 2002).

Ο εμπορικός χαρακτήρας της πολιτιστικής κληρονομιάς, συνήθως προβάλλει μια λάθος αντίληψη για μια παράδοση που δεν υπάρχει πλέον ή για ένα μόνο κομμάτι του τοπικού πολιτισμού, ή προβάλλει την παράδοση και την αυθεντικότητα μέσω της χρήσης στοιχείων-μηνυμάτων- συμβόλων των μουσείων και των πολιτισμικών αγαθών, με αποτέλεσμα ο τουρίστας να οδηγείται σε λάθος συμπεράσματα και να λαμβάνει μια πολύ ρηχή γνωριμία με τον τοπικό πολιτισμό (Τσάρτας, 2020).

Και τέλος η συνύπαρξή της πολιτιστικής κληρονομιάς με τον τουρισμό, πολλές φορές, οδηγεί στο φαινόμενο οι πολιτιστικές αξίες να μπαίνουν σε μια διαδικασία συμβιβασμού στον βωμό του εμπορικού κέρδους και ενώ ενισχύεται το ενδιαφέρον των ανθρώπων για τον πολιτισμό παρατηρούμε επιβάρυνση και αλλοίωση του ιστορικού, πολιτιστικού και θρησκευτικού παρελθόντος μιας περιοχής (McKercher et al, 2005).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΑ ΣΧΟΛΙΑ

Σήμερα είναι ευρέως αποδεκτό πως η χρήση νέων τεχνολογιών, η υιοθέτηση μιας βιώσιμης πολιτικής σε συνδυασμό με την ενίσχυση της πρωτοτυπίας και της καινοτομίας, είναι τα απαραίτητα εργαλεία που θα πρέπει να έχουν και να χρησιμοποιήσουν τα μουσεία και οι πολιτιστικοί οργανισμοί, ώστε να μπορούν να καλύψουν τις συνεχώς αυξανόμενες απαιτήσεις των επισκεπτών τους και ταυτόχρονα να ενισχύσουν την βιωσιμότητα και την ανταγωνιστικότητα τους.

Οι τουρίστες μέσα από την ταξιδιωτική τους εμπειρία απαιτούν ένα μείγμα εμπειριών, υποδομών και υπηρεσιών. Αυτό το βρίσκουν από την μία μέσα από τον αριθμό των πιθανών προορισμών, που ολοένα και φαίνεται αυξανόμενος, και από την άλλη πλέον είναι περισσότερο ενημερωμένοι και πληροφορημένοι από ότι ήταν παλαιότερα, με αποτέλεσμα να υπάρχει τάση για εξειδίκευση και συνεχούς εξεύρεσης νέων σύγχρονων μορφών τουρισμού.

Ο τουρισμός μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε μορφές ανάλογα με τη φύση και το κίνητρο του ταξιδιού. Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ξεχωριστή μορφή, με

υψηλού επιπέδου τουρίστες, με συνεχώς αυξανόμενη τάση. Τα μουσεία, τα μνημεία και τα πολιτισμικά αγαθά, είναι τα κυριότερα στοιχεία που συμβάλλουν καθοριστικά στην ανάπτυξη του. Ο τουρίστας που επιλέγει τουρισμό με πολιτιστικά χαρακτηριστικά έχει διαφορετικές προσδοκίες από τον απλό τουρίστα, αναζητά τη βιωματική εμπειρία και δεν ενδιαφέρεται απλά και μόνο για ένα ταξίδι αναψυχής. Τα μουσεία και οι πολιτιστικοί οργανισμοί μπορούν να προσελκύουν περισσότερους επισκέπτες και να ενισχύουν την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής τους.

Οι σύγχρονες προσεγγίσεις στα μουσεία και στις διάφορες τοπικές εκδηλώσεις, ορίζουν τον επισκέπτη ως συμμετέχοντα στη διαμόρφωση της εμπειρίας, που αποκομίζει από την επίσκεψη του σε αυτά. Τα μουσεία και οι πολιτιστικοί οργανισμοί πρέπει να μπουννε στην διαδικασία να γίνουν πιο διαδραστικά, διαλογικά και πιο παιδευτικά με τον επισκέπτη. Διαφορετικοί τρόποι παρουσίασης, προβολής, εκπαίδευσης και ψυχαγωγίας είναι απαραίτητοι, ώστε οι επισκέπτες να μπορούν να συμμετέχουν πιο ενεργά κατά τη διάρκεια της επίσκεψής και να φέρουν μέσα στα μουσεία και τους πολιτιστικούς οργανισμούς τα ενδιαφέροντα και τη γνώση τους. Τα μουσεία και οι πολιτιστικοί οργανισμοί για να εμπνέουν και να προσελκύουν το κοινό τους και για να μπορέσουν να εκπληρώσουν την αποστολή τους με τρόπο αποτελεσματικό θα πρέπει να υιοθετήσουν τις κατάλληλες στρατηγικές μάρκετινγκ.

Η χρήση αυτών μπορεί να συνεισφέρει στην επιβίωση των σύγχρονων μουσείων και των πολιτιστικών οργανισμών, να αποτελέσει μια ευκαιρία για τους διαχειριστές αυτών να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητα τους και να εκπληρώσουν την αποστολή τους, προσφέροντας μια μοναδική εμπειρία επίσκεψης στους επισκέπτες τους. Η αποτελεσματική προώθηση και αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων μπορεί να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα του τουρισμού σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Ο ορθός σχεδιασμός και η διαχείριση του πολιτιστικού τουρισμού έχει θετικά κοινωνικοοικονομικά αποτελέσματα και συμβάλει στη διατήρηση και την προστασία των πολιτιστικών πόρων. Δεν θα πρέπει να λησμονούμε και θα πρέπει να λάβουμε σοβαρά υπόψη μας την επιβάρυνση του τουρισμού στους πολιτιστικούς πόρους, και γενικότερα τις οικονομικές, κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις, λόγω της μαζικής και ανεξέλεγκτης χρήσης και λόγω της λανθασμένης διαχείρισης του τουριστικού φαινομένου.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

1. Αθανασοπούλου, Α. (2003). *Εναισθητοποίηση και Συμμετοχή του Κοινού*. Στο Αθανασοπούλου, Α., Μακρή Α., Δάλλας, Κ. & Χαμπούρη-Ιωαννίδου, Α., Πολιτιστική Επικοινωνία, Τόμος Β', Μέσα Επικοινωνίας. Πάτρα: Ε.Α.Π.
2. Αποστολόπουλος, Κ. & Σδράλη, Δ. (2009). *Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός: Θεωρητικές προσεγγίσεις και εφαρμογές στην πράξη*. Αθήνα: Ελληνοεκδοτική Α.Ε. Σελ. 119-146.
3. Βαρβαρέσος, (2009). Διεθνής οικονομική κρίση και ελληνικός τουρισμός. Travel report international.
4. Βουδούρη, Δ. (2003). *Κράτος και Μουσεία. Το θεσμικό πλαίσιο των αρχαιολογικών μουσείων*. Αθήνα-Θεσσαλονίκη: Σάκκουλα. Σελ.19.
5. Βρύζας, Κ., (2005). Παγκόσμια επικοινωνία και πολιτιστικές ταυτότητες, Αθήνα: Εκδ. Gutenberg. Σελ.173.

6. Γκαζή, Α., (1999α). *Από τις μούσες στο μουσείο: Η ιστορία ενός θεσμού δια μέσου των αιώνων*. Αρχαιολογία και Τέχνες. Τ. 70, Σελ.39-46.
7. Γεωργιτσογιάννη, Ευ., (2011). *Εισαγωγή στην Ιστορία του Πολιτισμού*. Αθήνα: Διάδραση. Σελ. 12.
8. Δέφνερ, Α. & Μεταξάς, Θ. (2012). *Από το Μάρκετινγκ των Πόλεων στο Μάρκετινγκ των Μουσείων και αντίστροφα: Η Σημασία του Πολιτισμού και του Τουρισμού*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο:

<https://www.citybranding.gr/2012/04/marketing-marketing.html>

9. Ευθυμιάτου-Πουλάκου, Α. (2009). *Τουριστικό Δίκαιο*, Εκδ. Αντ. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή. Σελ. 9.
10. Ζαχαράτος, Γ. & Τσάρτας, Π. (2008). *Πολιτική και κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης*, Τόμος Γ', Τουριστικός Τομέας, Έκδοση για Ε.Α.Π.
11. Ηγουμενάκης, Ν. Γ., Κραβαρίτης, Κ. Ν. & Λύτρας, Π. Ν. (1999). *Εισαγωγή στον τουρισμό*. Αθήνα: Interbooks. Σελ. 80-127.
12. Θεμέλης, Π. (2006). *Ανοικτά μουσεία και αρχαιολογικοί χώροι*. Στο Ενημερωτικό Δελτίο Διεθνούς Συμβουλίου Μουσείων, περ. Β', Δεκ 2016, τεύχος 13, 3-5.
13. Θεοδωροπούλου, Ε. (2006). *Σημειώσεις για το μάθημα: Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα. Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο.
14. Καραγιάννης Σ. Γ., (2011). *Οικοτουρισμός – Πολιτισμός*. Πρακτικά διαπανεπιστημιακού σεμιναρίου επιμόρφωσης για την ανάδειξη και αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, Κέντρο ιστορικών μελετών καθολικής επισκοπής Σύρου, Άνω Σύρος, 28/8/2011 – 3/9/2011.
15. Κόνσολα, Ν. (2006). *Πολιτιστική ανάπτυξη και πολιτική*. Αθήνα: Παπαζήσης. Σελ. 240.
16. Κορρές, Γ. (2002). *Οικονομία του Πολιτισμού: Τόμος Α - Οικονομική Διαχείριση*. Πάτρα: Ε.Α.Π.
17. Κουρτέσας, Γ., (2005). *Τουριστική Κοινωνιολογία*. Σημειώσεις Παραδόσεων. Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα. Σίνδος.
18. Κούτρας Σπ. (2005). *Πειστικός Λόγος στην Έκφραση-Έκθεση Λυκείου*. Αθήνα: Σαββάλας. Σελ.13-32.
19. Κριαράς, Ε., (1995). *Νέο ελληνικό λεξικό της σύγχρονης δημοτικής γλώσσας*. Εκδοτική Αθηνών.
20. Λαγός, Δ. (2005). *Τουριστική Οικονομική*. Αθήνα: Κριτική. Σελ. 40.

21. Λεάνδρος, Ν. (2005). *Το διαδίκτυο: ανάπτυξη και αλλαγή*. Αθήνα: Καστανιώτη. Σελ.18
22. Μαυραγάνη, Ε. (2011). *Στρατηγική Μάρκετινγκ Μουσείων ως Ανάπτυξης των Ελληνικών Τουριστικών Προορισμών*. Διδακτορική εργασία. Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων. Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
23. Μακρυγιώργου, Σ. (2016). *Το πλαίσιο ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού και η σύνδεσή του με τα συνέδρια: η περίπτωση του αρχαιολογικού χώρου της Δήλου και των μουσείων της Μυκόνου*. Διδακτορική εργασία.. Σχολή Πολυτεχνική. Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.
24. Μοίρα, Π. & Παρθένης, Σ. (2011). *Πολιτισμικός – Βιομηχανικός τουρισμός*. Αθήνα: Νομική. Βιβλιοθήκη ΑΕΒΕ. Σελ. 148-149.
25. Μούλιου, Μ. (2014). *Τα μουσεία στον 21ο αιώνα: προκλήσεις, αξίες, ρόλοι, πρακτικές*. Στο Γ. Μπίκος & Α. Κανιάρη (επιμ.), Μουσειολογία. Πολιτιστική Διαχείριση και Εκπαίδευση. Αθήνα: εκδόσεις Γρηγόρη. Σελ.77-111.
26. Μπαμπινιώτης, Γ., (2002). *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*. Β' Έκδοση. Γ' Ανατύπωση. Αθήνα: Κέντρο Λεξικολογίας.
27. Μπαντιμαρούδης Φ., (2011). *Πολιτιστική Επικοινωνία – Οργανισμοί, θεωρίες, μέσα*. Αθήνα: Κριτική. Σελ. 20.
28. Μπιτσάνη, Ε. (2004). *Πολιτισμική Διαχείριση & Περιφερειακή Ανάπτυξη - Σχεδιασμός Πολιτιστικής Πολιτικής και Πολιτιστικού Προϊόντος*. Αθήνα, Εκδόσεις Διόνικος. Σελ. 37-38.
29. Μπούνια, Α. (2005). *Τα μουσεία ως πολιτιστικές βιομηχανίες: θέματα και προβληματισμοί – μία προκαταρκτική συζήτηση*. Στο Ν. Βερνίκος (επιμ.). Οι Πολιτισμικές Βιομηχανίες: Διαδικασίες, Υπηρεσίες, Αγαθά. Αθήνα: Κριτική.
30. Νάκου (2001). Μουσεία εμείς τα πράγματα και ο πολιτισμός. Αθήνα Νήσος σελ. 107-146 και 279-291
31. Οικονόμου, Μ. (2013). *Μουσείο: Αποθήκη ή ζωντανός οργανισμός; Μουσειολογικοί προβληματισμοί και ζητήματα*. Αθήνα: Κριτική. Σελ.15-19.
32. Ορφανίδη, Λ. & Λυριτζής, Ι. (2006). *Εισαγωγή στη μουσειολογία και στην προληπτική συντήρηση*. Αθήνα: Καρδαμίτσας. Σελ.17-18.

33. Παλάσκας, Θ., Παπαθεοδώρου, Α., Τσάμπρα, Μ. (2006). *Η Πολιτιστική Κληρονομιά Ως Παράγον Ανάπτυξης Της Ελληνικής Οικονομίας*. Αθήνα. Ακαδημία Αθηνών- Γραφείο Οικονομικών Μελετών
34. Παπαϊωάννου, Γ. & Στεργιάκη, Α. (2013). *Μουσείο-Σχολείο-Ψηφιακός Κόσμος*. Σύνθεση Μουσειακού Χώρου στο Διαδίκτυο με Συν-Επιμέλεια Μαθητών και Εκπαιδευτικών, Ρόδος: Βιβλιοθήκη Γυμνασίου Ιαλυσού, Εύδημος. Σελ.27.
35. Παπανικολοπούλου, Σ. (2019). *Η συμβολή του πολιτισμού στον τουρισμό: το παράδειγμα των μουσείων και των αρχαιολογικών πάρκων*. Διπλωματική εργασία. Σχολή Κοινωνικών Επιστημών. Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων. ΕΑΠ
36. Παπαπετρόπουλος, Δ. (2006). *Νόμος 3028/2002 Για Την Προστασία Των Αρχαιοτήτων Και Εν Γένει Της Πολιτιστικής Κληρονομιάς*. Αθήνα - Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Σάκκουλα.
37. Πασιά, Μ. (2020). *Ο Πολιτιστικός Τουρισμός ως Πυλώνας Τουριστικής Ανάπτυξης: Η περίπτωση των Μουσείων του Δήμου Βόλου*. Διπλωματική εργασία. Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών. Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.
38. Πασχαλίδης, Γ. (2002). *Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων, τόμος Α*.
39. Στο Γ. Πασχαλίδης & Α. Χαμπούρη- Ιωαννίδου, “Η συμβολή του πολιτισμού στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη”. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
38. Παυλογεωργάτος, Γ. (2003). *Διατήρηση της υλικής πολιτιστικής κληρονομιάς*. Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής. Σελ. 24-26.
39. Πικοπούλου-Τσολάκη, Δ. (2002). *Τα Μουσεία και το κοινό τους – Κατηγορίες κοινού*. Στο Ε. Γλύτση, Α. Ζαφειράκου, Γ. Κακούρου-Χρόνη & Δ. Πικοπούλου-Τσολάκη, *Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων*. Πάτρα: ΕΑΠ.
40. Ρουμπάτη, Ε. (2018). *Καινοτομικές στρατηγικές / σύγχρονες τάσεις και προκλήσεις στον τομέα του τουρισμού: μια διερευνητική προσέγγιση*. Διπλωματική εργασία. Σχολή Οικονομικών, Επιχειρηματικών και Διεθνών Σπουδών. Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης. Πανεπιστήμιο Πειραιώς.
41. ΣΕΤΕ. (2010). *Πολιτιστικός Τουρισμός και Τουρισμός Πολιτιστικής Κληρονομιάς*. Market Brief: Ιούνιος 2010. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο:

<https://sete.gr/fileuploads/entries/Market%20Briefs/GR/Cultural%20and%20Heritage%20Tourism.pdf>

42. Σκοτίδα, Αικ. (2022). *Σύγχρονες μορφές τουρισμού και τάσεις του κλάδου*. Πτυχιακή εργασία. Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών. Πανεπιστήμιο Πατρών.
43. Σκουρή, Π., Τροβά, Ε. (2003). *Προστασία Αρχαιοτήτων Και Πολιτιστικής Κληρονομιάς [N. 30028/2002]*. Αθήνα – Θεσσαλονίκη. Εκδόσεις Σάκκουλα. Σελ. 471.
44. Σουλάκου, Ε.(2020). *Πολιτισμική διαχείριση μνημείων και νέες τεχνολογικές εφαρμογές. Η περίπτωση του αρχαιολογικού χώρου της Ακρόπολης των Αθηνών*. Διπλωματική εργασία. Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων. Τμήμα Νηπιαγωγών. Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας.
45. Τσάρτας, (1987). *Κοινωνικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού στις αναπτυσσόμενες χώρες*. Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών, 66. Σελ.144-158.
46. Τσάρτας Π., (2020). *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*. 2η έκδοση. Αθήνα: Εξάντας. Σελ. 251.
47. Τσουρβάκας, Γ. (2013). *Μανατζμεντ επικοινωνιακών και πολιτιστικών οργανισμών*. Πλαίσιο, εργαλεία, στρατηγικές. Θεσσαλονίκη: University Studio Press. Σελ. 89.
48. Φαρσάρη Ι., (2009). *Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού: Σχεδιασμός, Μάνατζμέντ & Μάρκετινγκ*. Εκδόσεις: Interbooks, Αθήνα. Σελ.39
49. Φαράντζου, Α. (2018). *Τουριστική αξιοποίηση των μουσείων του νομού Θεσσαλονίκης*. Διπλωματική εργασία. Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων. Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.

Ξενόγλωσση

50. Alexander, E.P. and Alexander, M. (2008) *Museums in Motion: An Introduction to the History and Functions of Museums*. Lanham, MD: AltaMira Press. Pages 6-16.
51. Asplet, M., & Cooper, M., (2000). *Cultural designs in New Zealand souvenir clothing: the question of authenticity*. *Tourism Management*, 21(3). Pages 307-312.

52.Ambrose, T., & Paine, C. (2006). *Museum Basics*. 2nd Edition. Routledge. London.

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

54.Carvalho, L. (2011). *Market structures, strategy and innovation in services, A study applied to the tourism sector*. Évora University

55.Clarke, Al., (2003). *The Cultural Tourism Dynamic*. Paper presented at the Conference on Developing Cultural Tourism. University of Nottingham. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο:

https://www.academia.edu/5600383/The_Cultural_Tourism_Dynamic

56.Csapó, J. (2012). *The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry*. InTech Open. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: <https://www.intechopen.com/books/strategies-for-tourism-industry-micro-and-macro-perspectives/the-role-and-importance-of-cultural-tourism-in-modern-tourism-industry>

57.Davis, P. (2007). “Place exploration: museums, identity, community” in *Museums and their community*. London and New York: Routledge.

58.Desvallées, A. & Mairesse, F. (2010). *Βασικές Έννοιες της Μουσειολογίας*, Αθήνα: Armand Colin. Page. 21

59.European Commission. (2006). *The Economy of Culture in Europe*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο:

http://ec.europa.eu/culture/eac/sources_info/studies/economy_en.html

60.Faulkner, B., Moscardo, G. & Laws, E. (2001). *Tourism in the Twenty-first Century, Reflections on Experience*, London and New York. Cromwell Press. Trowbridge. Wilts. Page 11.

61.Hvenegaard, G. (2002). *Using tourist typologies for ecotourism research*. *Journal of Ecotourism*. Vol. 1. Issue 1. Pages 7-18.

62.Johnson, P., & Thomas, B. (1998). *The Economics of Museums: A research Perspective*. Journal of Cultural Economics . 22 : Pages 75-85.

63.Iccrom, (2006). *Travel operators: New partners in protecting cultural heritage*. News-letter 32. Rome: Iccrom.

64.Kotler, N. (2001). *New Ways of Experiencing Culture: the Role of Museums and Marketing Implications*. Journal of Museum Management and Curatorship. Vol. 19. No. 4. Pages. 417-425.

65.Kotler, G. N., Kotler Ph. and Kotler I.W. (2008). *Museum marketing and strategy: designing missions, building audiences, generating revenue and resources*. San Francisco: Jossey-Bass. Page.7.

66.Manera, C. and Taberner, J.G. (2006). *The Recent Evolution and Impact of Tourism in the Mediterranean: The Case of Island Regions, 1990-2002*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο: <https://ideas.repec.org/p/fem/femwpa/2006.108.html>

67.McKercher, B., Ho, S.Y P., Du Cros H., (2005). *Relationship between tourism and cultural heritage management: evidence from Hong Kong*. Tourism Management. Volume 26. Issue 4. 2005. Pages 539-548.

68.McPherson, G. (2006). *Public memories and private tastes: The shifting definitions of museums and their visitors in the UK*. Journal of Museum Management and Curatorship. Vol. 21, Pages 44-57.

69.Mottner, S & Ford, J.B.. (2005). *Measuring nonprofit marketing strategy performance: the case of museum stores*. Journal of Business Research, Vol. 58, No. 6, Pages 829-840.

70.National Museum Directors' Conference, (2010). *Museums and Tourism*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο:

http://www.nationalmuseums.org.uk/media/documents/what_we_do_documents/museums_tourism_briefing_jul10.pdf

71.OECD/ICOM (2019). *Culture and Local Development: Maximising the Impact. A guide for local governments, communities and museums*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο:

<https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9a855be5en.pdf?expires=1601379040&id=id&accname=guest&checksum=25EBE8DFAE63D74BFC3A2BF5084A3A3E>

72. Richards, G. (2001) *The market for cultural attractions*. In G. Richards (ed.) *Cultural Attractions and European Tourism*. Wallingford: CAB International. Pages 3–29.
73. Richards, G. (2011). *Creativity and tourism: The state of the art*. *Annals of Tourism Research*, 38(4). Pages 1225-1253.
74. Russo A.P. (2002). *The “vicious circle” of tourism development in heritage cities*.
75. *Annals of Tourism Research*. Vol. 29, No. 1. Pages 165-182.
76. Silberberg, T. (1995). *Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites*. *Tourism Management*. 16 (5). Pages 361-365
77. Taylor, J.P. (2001). *Authenticity and sincerity in tourism*. *Annals of Tourism Research* 28. Pages 7–26.
78. Ursache, M. (2015). *Tourism-Significant Driver Shaping a Destinations Heritage*. *Procedia-Social Behavioral Sciences*. 188. Pages 130-137.
79. Weber, A. (1998). *Fundamentals of Culture-Sociology Social Process, Civilia Process and Cutlure-Movement*. J. Rundelss-S Mennell (επιμ.) *Classical Readings in Culture and Civilisation*, Routledge, London.