

Υπάρχει μουσειακός τουρισμός στην Περιφέρεια;

Η πολιτιστική ταυτότητα περιφερειακών προορισμών είναι άνυπαρκτη

του ΝΙΚΟΥ ΠΑΛΛΑ

Η αύξηση της επισκεψιμότητας στα μουσεία αποτελεί το μεγάλο ζητούμενο για αυτά, ανεξάρτητα από το είδος ή την περιοχή στην οποία βρίσκονται. Είναι άμεση σχέση με την δυνατότητα προώθησης των στόχων, των αξιών και των μηνυμάτων που θέλουν να εκθέψουν, αλλά και επειδή η επισκεψιμότητα αποτελεί κορυφαίο παράγοντα επιρροής της βιωσιμότητάς τους.

Σέ μία εποχή που η δυνατότητα πρόσβασης ενός πολιτιστικού οργανισμού σε κρατικά κονδύλια είναι σαφώς περιορισμένη, είναι προφανές ότι η αναζήτηση πόρων διέχρεται άναγκαστικά μέσα από την αύξηση των επισκεπτών, αλλά και των υπηρεσιών που προσφέρονται σέ αυτόν.

Αν ένα μουσείο, γιά παράδειγμα, λειτουργεί μέ μία ξεπερασμένη έδω και πολλές δεκαετίες αντίληψη, δηλαδή αποτελεί έναν άπλο χώρο έκθεσης άντικειμένων, όποιουδήποτε χαρακτήρα, όπου ό επισκέπτης απλά θά περιηγηθεί στόν χώρο και θά πάρει έστω και κάποιες πληροφορίες γιά αυτό, τότε είναι βέβαιον ότι ή επισκεψιμότητά του θά βαινει συνεχώς μειούμενη και τό μέλλον του θά είναι καταστροφικό.

Σήμερα, είναι ήλιου φαεινότερον ότι οι διοικήσεις των πολιτιστικών οργανισμών, και ιδιαιτερα των μουσείων, δέχονται πιέσεις πανταχόθεν, προκειμένου να έπαναπροσδιορίσουν την ίδια την θεσμική τους ύπόσταση, τίς αξίες και τίς στρατηγικές τους προτεραιότητες, ώστε να ανταποκριθούν στις τεράστιες κοινωνικές, πολιτικές, τεχνολογικές και οικονομικές προκλήσεις που δημιουργούν ένα περιβάλλον σύνθετο, πολύπλοκο και κυρίως άπαιτητικό.

Τά προβλήματα αυτά είναι πολύ έντονα στα μουσεία και τά μνημεία της ελληνικής Περιφέρειας. Αυτό συμβαίνει, όχι μόνο επειδή τό κοινό στό όποιο άπευθύνονται είναι μικρότερον μεγέθους από ό,τι στό λεκανοπέδιο της Αττικής, αλλά και επειδή ή έποχικότητα είναι περισσότερο έντονη και έξαρτάται όχι μόνον από τούς επισκέπτες του έξωτερικού αλλά και από τόν έσωτερικό τουρισμό.

Ταυτόχρονα, μεγιστοποιούνται τά προβλήματα, επειδή ή προβολή περιφερειακών προορισμών είναι άρκετά περιορισμένη, ή δέ πολιτιστική τους ταυτότητα και ή περιγραφή των δυνατοτήτων των επισκεπτών να την άπολαύσουν είναι ούσιαστικά άνυπαρκτες. Άπουσιάζει δηλαδή ή έστίαση της προβολής σέ συγκεκριμένα σημεία άναφοράς πολιτιστικού χαρακτήρα, τά όποια θά μπορούσαν να άποτελέσουν τό «άλατοπίπερο» γιά την άπόκτηση μιάς ολοκληρωμένης και πολλές φορές μοναδικής έμπειρίας στην συγκεκριμένη περιοχή.

Έτσι, ό επισκέπτης παραμένει στό προφανές, δηλαδή στόν ήλιο και τή θάλασσα, τά μεγάλα μνημεία και μουσεία, ενώ θά μπορούσε να άπολαύσει έναν άπίστευτο φυσικό και πολιτιστικό πλούτο που διαθέτει ή χώρα μας σέ κάθε περιφερειακή ένότητα και σέ κάθε γωνιά της. Πρέπει να αλλάξει αυτό; Είναι βέβαιον! Αρκεί ή στήριξη του κράτους, μέ την εύρεία έννοια, γι' αυτό; Κατηγορηματικά όχι! Θά πρέπει να ύπάρξει μιά παράλληλη προσπάθεια, όπου ή Πολιτεία θά πράξει αυτό που της άναλογεί, μέσα από την προβολή, τίς ύποδομές, τά κίνητρα κ.λπ., αλλά και οι διοικήσεις των πολιτιστικών οργανισμών θά λάβουν εκείνες τίς πρωτοβουλίες που θά έλαχιστοποιούν τά προβλήματα και θά προσφέρουν νέα προϊόντα, νέες ύπηρεσίες και νέες ποιοτικές έμπειρίες.

Στό πλαίσιο αυτό, ή διοίκηση κάθε μουσείου θά πρέπει να ένστερνιστεί όρισμένους κανόνες και στρατηγικές έπιλογές, ή πιστή έφαρμογή των όποιων μπορεί

να άποτελέσει τό αντίδοτο στην συνθετότητα των προβλημάτων. Γίνονται συγκεκριμένος στό πλαίσιο και του διαθέσιμου χώρου:

1. Πρωταρχικό ρόλο στην ένίσχυση της επισκεψιμότητας ενός μουσείου διαδραματίζει ή ίδια του εικόνα. Η ποιότητα των έκθεμάτων, ό τρόπος παρουσίασής του, ή δομή, ή λειτουργικότητα, ό φωτισμός, ή αξιοποίηση νέων τεχνολογιών, οι παρεχόμενες πληροφορίες κ.λπ. άποτελούν καθοριστικούς παράγοντες γιά την περαιτέρω πορεία του. Χωρίς αυτούς, όποιαδήποτε προσπάθεια είναι καταδικασμένη σέ άτυχία.

2. Κάθε μουσείο πρέπει να γνωρίζει σέ ποίο κοινό άπευθύνεται, προκειμένου να επέλεξει την κατάλληλη στρατηγική προσέγκυσης επισκεπτών. Ένα λαογραφικό, ως πούμε, μουσείο μιάς πόλης της ύπαιθρου, είναι σαφές ότι στηρίζεται, σχεδόν άποκλειστικά, στόν έσωτερικό τουρισμό, και όχι στόν είσερχόμενο. Άρα, οι επενδύσεις του, ή έπικοινωνιακή του στρατηγική και οι πρωτοβουλίες θά πρέπει να άπευθύνονται εκεί και να είναι σαφώς διαφοροποιημένες από άλλες ενός, λόγου χάριν, μεγάλου αρχαιολογικού μουσείου.

3. Από την στιγμή που τά μουσεία, όπως προανέφερα, παύουν να είναι μόνον άπλοι χώροι έκθεσης πολιτιστικών αγαθών, αυτό σημαίνει ότι πρέπει πλέον να ξεφύγουν από τά όρια των τοίχων που τά περιβάλλουν, άναπτύσσοντας έντονη έξωστρέφεια, ή όποια δημιουργεί γεγονότα, άναπτύσσει πρωτοβουλίες, αλλά και έμπορικές δραστηριότητες, που όχι μόνο τά καθιστούν σημείο άναφοράς γιά την περιοχή, αλλά διασφαλίζουν και την αύξηση της επισκεψιμότητάς τους. Ό στόχος κάθε μουσείου θά πρέπει να είναι ή παροχή μιάς μοναδικής έμπειρίας στόν επισκέπτη, γεγονός που συμβάλλει στην ίσχυροποίηση της εικόνας του και την έκπαλψη της έπισκεψης.

4. Κάθε μουσείο, ανεξαρτήτως ταυτότητας, ιδιαιτερα μάλιστα αν βρίσκεται στην Περιφέρεια, όφείλει να συνδέεται, να έπικοινωνεί και να άναπτύσσει σχέσεις άλληλοτροφοδότησης μέ την τοπική κοινωνία. Μόνον έτσι μπορεί να γίνει άναπόσπαστο μέλος της, να στηρίζεται από αυτήν και να άποτελεί σημείο συνάντησης δραστηριότητων, οι όποιες προβάλλουν και αξιοποιούν την τοπική πολιτιστική κληρονομία. Η κοινωνία πρέπει να αισθάνεται ότι οι πρωτοβουλίες ενός μουσείου δέν γίνονται μόνον γιά τό ίδιο και την έπιβίωσή του, αλλά συμβάλλουν στην οικονομική και πολιτιστική άνάπτυξη της περιοχής. Ένα μουσείο, λαμβάνοντας ύπ' όψη τά τοπικά δεδομένα, όφείλει μέ τίς παρεμβάσεις του να άνοίγει νέους δρόμους, συνδέοντας παραδόσεις μέ σύγχρονες ανάγκες, αλλά και αξιοποιώντας τοπικούς, φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους, που γιά πολλούς λόγους βρίσκονταν σέ ύπνωση. Τό μουσείο πρέπει να βελτιώνει και να έμπλουτίζει την εικόνα της περιοχής, ενώ ταυτόχρονα πρέπει να διαθέτει ευελιξία στην δράση του και εύρηματικότητα στίς έπιλογές του.

Θά μπορούσαν να άναφερθούν και άλλες παράμετροι αύξησης της επισκεψιμότητας σέ έναν πολιτιστικό οργανισμό. Νομίζω όμως πώς ή έφαρμογή στην πράξη των παραπάνω είναι σίγουρο ότι θά έχει ιδιαιτερα θετικά άποτελέσματα. Πάντως, μιά βεβαιότητα ύπάρχει: ότι χωρίς την όρθή άνάγκηση της σύγχρονης πραγματικότητας από τίς διοικήσεις και την άνάληψη αντίστοιχων πρωτοβουλιών, όχι μόνον ή αύξηση της επισκεψιμότητας δέν θά έπιτευχθεί, και ή έπιβίωση των μουσείων θά είναι έπισηλής. Αρκεί βέβαια ή κεντρική και ή περιφερειακή διοίκηση να μήν προσθέτουν έμπόδια σέ αυτόν τόν δύσκολο δρόμο. ▲ ▼

της ΝΙΚΟΛΕΤΤΑΣ ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΟΥ

Κατά πόσον έν τέλει έχουν επισκεψιμότητα τά μουσεία και τά μνημεία έκτός Αθηνών; Μήπως οι τουρίστες βλέπουν την χώρα μας μόνο γιά ήλιο και θάλασσα; Γιατί συμβαίνει αυτό; Ό Νίκος Πάλλας, διευθυντής του Μουσείου Φυσικής Ιστορίας Μετεώρων και του Μουσείου Μανιταριών, έπισημαίνει ότι αν ένα μουσείο, γιά παράδειγμα, λειτουργεί μέ μία ξεπερασμένη έδω και πολλές δεκαετίες αντίληψη, ότι δηλαδή άποτελεί άπλως έναν χώρο έκθεσης άντικειμένων, όποιουδήποτε χαρακτήρα, όπου ό επισκέπτης άπλως θά περιηγηθεί στόν χώρο και θά πάρει έστω και κάποιες πληροφορίες γιά αυτό, τότε είναι βέβαιο ότι ή επισκεψιμότητά του θά βαινει συνεχώς μειούμενη και τό μέλλον θά είναι καταστροφικό.

Ταυτοχρόνως, ό Ηρακλής Τσιτλακίδης, άντιπρόεδρος της Πανελλήνιας Όμοσπονδίας Ξενοδόχων και πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Πιερίας, τονίζει ότι ό τουρισμός πλέον δέν είναι μόνο τό «ήλιος, θάλασσα και ύπνος», αλλά και ή ένσωμάτωση γενικότερα της έμπειρίας. Να βιώνει δηλαδή ό τουρίστας τά τοπικά δρώμενα της κάθε περιοχής.

Υπάρχει μιά σχέση έξέλιξης άνάμεσα στα μουσεία και τόν τουρισμό

του ΗΡΑΚΛΗ ΤΣΙΤΛΑΚΙΔΗ

Τό ζητούμενο της ένσωμάτωσης τόσο του πολιτιστικού ύποβάθρου της πατρίδας μας, αλλά και του κάθε τόπου είναι μείζον. Μαζί μέ τό γενικότερο διακόβευμα της ένσωμάτωσης της έμπειρίας. Δηλαδή ό τουρισμός πλέον δέν είναι μόνο τό «ήλιος, θάλασσα και ύπνος», αλλά και ή ένσωμάτωση γενικότερα της έμπειρίας. Να βιώνει δηλαδή ό τουρίστας τά τοπικά δρώμενα της κάθε περιοχής. Στην πατρίδα μας την Ελλάδα και τόν τόπο μας, την Πιερία, έχουμε ένα τεράστιο πολιτιστικό ύπόβαθρο, τό όποιο μας διαχώρισε ούσιαστικά στό παγκόσμιο χωρίο. Φανταστείτε μιά Ελλάδα χωρίς αυτό τό τεράστιο ύπόβαθρο...

Πάντοτε ύπάρχει περιθώριο γιά περισσότερα και μεγαλύτερα βήματα πρός τό καλύτερο. Ναί μέν έχουν γίνει, αλλά κυρίως στην Περιφέρεια, χρειάζονται επί πλέον. Αυτό έχει να κάνει μέ συνέργειες και του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα. Θά έπρεπε να ύπάρχει μεγαλύτερη διεκδώνηση στην πρόσβαση των ΑμέΑ σέ αυτές τίς ύποδομές, ενώ χωράει άκόμη συζήτηση στη διεύρυνση του ώραριου της λειτουργίας των μουσείων.

Τό πολιτιστικό ύπόβαθρο είναι άνεκτίμητο περιουσιακό στοιχείο και θά έπρεπε να συνδέεται μέ τόν τουρισμό. Τι θά ήμασταν σάν Ελλάδα, αν δέν είχαμε όλη αυτή την κληρονομία; Όσο περισσότερο άναδεικνύεται ή πολιτιστική όμορφία του κάθε τόπου, τότε σίγουρα και ό τουρισμός θά έχει έπίσης άλλο επίπεδο. Ό άνθρωπος που θά έπισκεφθεί ένα μέρος σίγουρα θά ήθελε να μάθει τί συνέβη πριν από χιλιάδες χρόνια εκεί και ότι όλα όσα γνωρίζουμε γιά την Ιστορία της Ελλάδας

δέν άφορούν μόνο στην Αθήνα. Πολιτισμός ύπάρχει σέ όλη την Ελλάδα και καλό είναι να στρέψουμε τούς προβολείς και εκεί.

Στην Πιερία, έχουμε τό Μουσείο Γεωλογικής Ιστορίας Όλύμπου, τό Αρχαιολογικό Μουσείο Δίου, τό Ναυτικό Μουσείο, τό Πάρκο Λειβήθρων, τό Μουσείο Logic Έπιστήμης και Τεχνολογίας, τό Mastodontas και, φυσικά, είναι πολύ κοντά τό μουσείο μέ τούς βασιλικούς τάφους στη Βεργίνα. Όλα όμως αυτά χωρούν επί πλέον βελτίωση.

Ας θυμηθούμε την έπισκεψιμότητα του Μουσείου της Ακρόπολης, πριν γίνει ή φωταγώγησή της και πριν δούμε όλη αυτή την προσπάθεια άνάδειξης της. Υπάρχει λοιπόν μιά σχέση έξέλιξης άνάμεσα στα μουσεία και τόν τουρισμό. Είναι θετικό έπίσης που ύπάρχει μιά σύνδεση του πολιτισμού διαφόρων χωρών, γιατί έτσι προσελκύεται τουρισμός έκατέρωθεν. Φέτος, τό 2024, είναι Έτος Πολιτισμού και Τουρισμού Ιαπωνίας - Ελλάδας. Αυτό σημαίνει ότι όσο οι Έλληνες τόσο και οι Ιάπωνες θά διαβάσουν, θά ένδιαφερθούν γιά τόν πολιτισμό της κάθε χώρας. Επίσης κάποιον από αυτούς θά θελήσουν να την έπισκεφθούν.

Ό μουσειακός τουρισμός, ό μουσειακός πλούτος της χώρας έχει άμεση σχέση μέ τή θέση των πολιτιστικών φορέων στίς τοπικές κοινωνίες, αλλά και στην έθνική στρατηγική. Ας ύπάρχει λοιπόν μεγαλύτερη έξωστρέφεια στην άνάδειξη του πολιτισμού και όχι μόνο στόν ήλιο, τή θάλασσα και τό σουβλάκι, καθώς αυτό θά άποτελέσει βασικό μοχλό άνάπτυξης και έδραύωσης του μουσειακού τουρισμού. ▲▼

