

Μούλιου, Μ. 2014, “Τα μουσεία στον 21ο αιώνα: προκλήσεις, αξίες, ρόλοι, πρακτικές”, 77-111, στο Μπίκος, Γ. & Α. Κανιάρη (επιμ.), *Μουσειολογία. Πολιτιστική Διαχείριση και Εκπαίδευση*, Εκδόσεις Γρηγόρη

Περίληψη

Τα μουσεία αποτελούν ένα από τα κατεξοχήν κοινωνικά πεδία μάθησης, όπου δημιουργικές ιδέες, συναισθήματα και σχέσεις τόσο μεταξύ των ανθρώπων όσο και μεταξύ ανθρώπων και αντικειμένων βρίσκουν χώρο έκφρασης και ανάπτυξης. Τα τελευταία χρόνια βιώνουν πολλαπλές πιέσεις για επαναπροσδιορισμό της θεσμικής τους υπόστασης, των αξιών και των στρατηγικών τους προτεραιοτήτων, με στόχο να ανταποκριθούν στις κοινωνικές, πολιτικές, τεχνολογικές και οικονομικές προκλήσεις που ως σύνολο καθορίζουν τον σύγχρονο κόσμο. Οι πιεστικές προκλήσεις φέρνουν σήμερα τα μουσεία και τους επαγγελματίες τους προ μεγάλων διλημάτων και απαιτούν ευελιξία και ευρηματικότητα μέσα σε έναν κόσμο που βιώνει με ένταση πολυάριθμες αλλαγές σε όλα τα πεδία της κοινωνικής ζωής.

Η συμμετοχικότητα, η προσαρμοστικότητα, η ευρηματικότητα, η δημιουργικότητα, η συμμετοχική δημοκρατία, η κοινωνική δικαιοσύνη και η εν-συναίσθηση αποτελούν πλέον έννοιες-κλειδιά στην τρέχουσα μουσειολογία. Η αξιακή προσέγγιση των μουσείων, που τα τελευταία χρόνια έχει εντατικοποιηθεί σε ερευνητικό και εφαρμοσμένο επίπεδο, και συνακόλουθα η διαχείρισή τους βάσει αυτής, δεν πρέπει να αποτελεί στρατηγική επιλογή πολιτικών και επαγγελματιών μουσείων μόνο κατά την τρέχουσα περίοδο της κρίσης λόγω της πιεστικής ανάγκης για ουσιαστικότερη αξιοποίηση των δυνατοτήτων και πόρων των μουσείων.

Το συγκεκριμένο άρθρο αποτελεί μια επιγραμματική καταγραφή διαπιστώσεων και στοχασμών για τις προκλήσεις, τις αξίες, τους ρόλους και τις πρακτικές που αφορούν τα μουσεία σήμερα, με εστίαση στον ευρωπαϊκό κυρίως χώρο.

Λέξεις-κλειδιά: μουσεία, σύγχρονες προκλήσεις, αξίες, ρόλοι, πρακτικές, μουσειακή εμπειρία, συμμετοχικότητα, προσέγγιση κοινωνίας πολιτών, κοινωνική εμπλοκή, μουσεία και ποιότητα ζωής, αειφορία, ευδαιμονία

Προκλήσεις

Στις μέρες μας όλοι μας δεχόμαστε καθημερινά μέσω Διαδικτύου πλήθος ερεθισμάτων και πληροφοριών για αναρίθμητα θέματα που μπορεί να μας αφορούν σε προσωπικό ή επαγγελματικό επίπεδο. Περίπου πριν από έναν χρόνο σε μία από τις καθημερινές αναζητήσεις μου στο Διαδίκτυο έτυχε να διαβάσω για τη δημιουργία και διαδικτυακή ανάρτηση μιας αμφιλεγόμενης διαφήμισης (μη διαθέσιμη πλέον λόγω απόσυρσής της), η οποία αφορούσε σε μια εφαρμογή για έξυπνα κινητά (app). Η εφαρμογή εξασφάλιζε στους χρήστες εύκολη πρόσβαση στα προσωπικά μηνύματα που αντάλλαξαν με τους «κοινωνικούς τους φίλους» μέσω Facebook και συνεχή ροή προβολής τους στην οθόνη των κινητών τους. Το σενάριο της διαφήμισης παρουσίαζε μια νεαρή γυναίκα να συνοδεύει έναν κύριο σε ένα Μουσείο Καλών Τεχνών, όπου όμως ο χώρος και τα εκθέματα την άφηναν παντελώς αδιάφορη, γι' αυτό σύντομα στρέφεται στο κινητό της τηλέφωνο για να διασκεδάσει την ανοία της. Από την απόλυτη απάθεια ξαφνικά το ενδιαφέρον της ενεργοποιείται και η ματιά της φωτίζεται όταν συνδέεται μέσω του κινητού της με μια φίλη, η μορφή της οποίας αποτυπώνεται σε ένα από τα άψυχα γλυπτικά εκθέματα του μουσείου, δίνοντάς του τη δική της. Στο τέλος, η διαφήμιση ρωτούσε τους θεατές: «θα θέλατε να βάλετε τους φίλους σας στο επίκεντρο του κόσμου σας ή σ'ένα μουσείο»;

Η διαφήμιση ανέβηκε σε ειδική σελίδα στο Facebook και στο Youtube και αποτέλεσε αφετηρία προβληματισμού για την αξία της τεχνολογίας, τη δύναμη των κοινωνικών δικτύων αλλά κυρίως για τη συναισθηματική και νοητική επίδραση της μουσειακής εμπειρίας στη ζωή μας. Η Dana Allen-Greil, δημιουργός του ιστολογίου *Engaging Museums* (Allen-Greil, 2013), εστίασε στην πολεμική που προκάλεσε η ανάρτηση και προσκάλεσε τους αναγνώστες της να σχολιάσουν το θέμα ρωτώντας τους: «Λοιπόν; τι σκέφτεσθε; Πρόκειται για μια προκλητική ανάδειξη του πώς η τεχνολογία μπορεί να ζωντανεύσει τα μουσεία τιμώντας τα προσωπικά ενδιαφέροντα και τις εμπειρίες των επισκεπτών; Ή πρόκειται για ένα θλιβερό τεκμήριο της απόλυτης υποτίμησης και παραγνώρισης ακόμη και της πιο σπάνιας ομορφιάς ή ύψιστης τέχνης από έναν κόσμο που πλέον έχει εθιστεί στο εφήμερο»; Κάποιοι σχολιαστές βρήκαν τη διαφήμιση προσβλητική, διότι θεώρησαν ότι σε αυτή συμπεκνώνεται μια στερεότυπη αντίληψη για την τέχνη και την ιστορία ως κάτι βαρετό και άψυχο, σε αντιδιαστολή με τα πολύ πιο ελκυστικά και ευρέως διαδεδομένα ψηφιακά κοινωνικά δίκτυα. Χαρακτηρίστηκε, επίσης, θλιβερή, γιατί εξέφρασε την αδυναμία των σύγχρονων ανθρώπων να συγκεντρώνονται σε κάτι ουσιαστικό και όχι απλώς εφήμερο και επιφανειακό. Στον αντίποδα, κάποιοι θεώρησαν ελιτίστικη την αντίληψη ότι η θέαση ενός πίνακα θα πρέπει να κρίνεται ως πιο σημαντική από τη θέαση

φωτογραφιών των δικών μας ανθρώπων, καθώς η ζωή μας πρέπει επίσης να είναι και να νοείται ως τέχνη.

Σε κάθε περίπτωση και ανεξάρτητα από το αν η πρόθεση των δημιουργών της διαφήμισης ήταν να τονίσουν την ελκυστικότητα των κοινωνικών δικτύων έναντι άλλων πεδίων επικοινωνίας που στερεοτυπικά θεωρούνται ως μάλλον βαρετά (όπως π.χ. τα μουσεία) ή να αναδείξουν τη δυνατότητα αξιοποίησης των κοινωνικών μέσων ως εργαλείων για ελκυστικότερη πρόσβαση στην πληροφορία που εμπεριέχεται στο πολιτιστικό απόθεμα, η διαφήμιση μάς κάνει να προβληματιστούμε για το πώς μπορούμε να επιτύχουμε προσωπικές συνδέσεις με τα έργα τέχνης και να δομήσουμε ουσιαστικές ατομικές και κοινωνικές εμπειρίες μέσω αυτών, διαδρώντας π.χ. με φίλους μας εντός και εκτός μουσείων με αφετηρία το περιεχόμενο των μουσειακών αντικειμένων και των ιστοριών τους. Μας κάνει, επίσης, να αναστοχαστούμε για τις προκλήσεις και τις αξίες των μουσείων σήμερα: πώς τις αντιλαμβανόμαστε και πώς τις εκτιμάμε;

Το παρόν κείμενο αποτελεί μια επιγραμματική καταγραφή διαπιστώσεων και στοχασμών για τις προκλήσεις, τις αξίες, τους ρόλους και τις πρακτικές που αφορούν τα μουσεία σήμερα, με εστίαση στον ευρωπαϊκό κυρίως χώρο. Άλλωστε στην ψηφιακή και ρευστή εποχή μας, το μουσειακό τοπίο διαμορφώνεται από δυναμικές μετακινήσεις και η ροή των νέων δεδομένων είναι τόσο ορμητική, που καθιστά τη συνολική αποτύπωση της τρέχουσας πραγματικότητας μάλλον ουτοπία.

Τα μουσεία, βεβαίως, αποτελούν ένα από τα κατεξοχήν κοινωνικά πεδία μάθησης¹, όπου δημιουργικές ιδέες, συναισθήματα και σχέσεις τόσο μεταξύ των ανθρώπων όσο και μεταξύ ανθρώπων και αντικειμένων βρίσκουν χώρο έκφρασης και ανάπτυξης. Τα τελευταία χρόνια βιώνουν και αυτά πολλαπλές πιέσεις για επαναπροσδιορισμό της θεσμικής τους υπόστασης, των αξιών και των στρατηγικών τους προτεραιοτήτων, με στόχο να ανταποκριθούν στις κοινωνικές, πολιτικές, τεχνολογικές και οικονομικές προκλήσεις που ως σύνολο καθορίζουν τον σύγχρονο κόσμο. Σε μια πρόσφατη μελέτη που εκπονήθηκε στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού προγράμματος *The Learning Museum* (LEM)² και συγκεκριμένα στο 7^ο Report του προγράμματος με τίτλο *New Trends in Museums of the 21st Century*, ο Massimo Negri, κορυφαίος Ιταλός μουσειολόγος με βαθιά γνώση του μουσειακού γίνεσθαι στην Ευρώπη, περιγράφει έξι βασικούς παράγοντες που κατά τη γνώμη του

¹ Για μια πιο πρόσφατη προσέγγιση των μουσείων ως κοινωνικών πεδίων για μάθηση και παραγωγή γνώσης, βλ. Lundgaard και Thorek Jense, 2013.

² Πολύ αναλυτικές πληροφορίες για το *The Learning Museum*, τους στόχους και τις ομάδες εργασίες που συγκροτήθηκαν για την υλοποίησή του καθώς και το έργο τους, θα βρείτε στην πλούσια ιστοσελίδα του προγράμματος. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://www.lemproject.eu/>.

καθορίζουν σε παγκόσμιο επίπεδο το πλαίσιο για τη διαμόρφωση νέων τάσεων στα μουσεία (Negri, 2013: 16-17). Αυτοί είναι:

1. Η ραγδαία γήρανση του πληθυσμού, καθώς σήμερα ο ένας στους εννέα ανθρώπους είναι άνω των 60 ετών, ενώ μέχρι το 2050 τα άτομα τρίτης ηλικίας θα είναι σαφώς περισσότερα από τα νεαρά άτομα κάτω των 14 ετών.

2. Η σημασία των πόλεων, καθώς πλέον όσοι κατοικούν σε πόλεις με πληθυσμό άνω των 500.000 κατοίκων είναι πολύ περισσότεροι από εκείνους που επιλέγουν την ύπαιθρο. Πρόκειται για μια δημογραφική αλλαγή μεγατόνων, ενώ σύμφωνα με εκτιμήσεις μέχρι το 2050, 7 στους 10 κατοίκους του πλανήτη μας θα μένουν σε πόλεις.

3. Η σημασία της ηλεκτρονικής δικτύωσης και των κοινωνικών μέσων, η οποία τονίσθηκε στην αρχή του κειμένου αυτού, αλλά πιστοποιείται και με ποσοτικούς δείκτες. Εκτιμάται, για παράδειγμα, ότι στα τέλη του Ιανουαρίου του 2014 ολοκληρώνοντας την πρώτη δεκαετία λειτουργίας του, το Facebook είχε 1.23 δισεκατομμύρια χρήστες, η συντριπτική πλειοψηφία των οποίων χρησιμοποιούν το Facebook μέσω κινητού τηλεφώνου (945 εκατομμύρια χρήστες σύμφωνα με καταμέτρηση της 31^{ης} Δεκεμβρίου 2013) (Rushe, 2014).

4. Η αύξηση του παγκόσμιου πληθυσμού, ο οποίος σύμφωνα με εκτιμήσεις θα φτάσει έως και τα 8.9 δισεκατομμύρια μέχρι το 2050, αποτελεί μία ακόμη πιεστική παράμετρο που συναρτάται άμεσα με τον επόμενο παράγοντα που δηλώνει δημογραφικές και κοινωνικές μετατοπίσεις.

5. Η αδιαμφισβήτητη κινητικότητα του πληθυσμού, η οποία πρωτίστως ενισχύει το φαινόμενο της παγκόσμιας μετανάστευσης και παράλληλα αυτό του πολιτιστικού τουρισμού. Οι προβλέψεις αφορούν αφενός στη συνεχή άνοδο του αριθμού των μεταναστών (υπολογίστηκαν σε 214 εκατομμύρια το 2010) και αφετέρου στις πληθωριστικές τάσεις του αριθμού των εισερχομένων τουριστών στην Ευρώπη (έως 11 εκατομμύρια το 2020), με άμεσες βεβαίως επιπτώσεις στον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού και της εμπειρίας της πολιτιστικής κληρονομιάς.

6. Η εστίαση στο σύνθετο θέμα της βιωσιμότητας, η οποία, ως γνωστόν, συναρτάται με ένα σύνθετο φάσμα παραγόντων που σχετίζονται τόσο με την οικονομική κρίση, όσο και με κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα, όπως της κλιματικής αλλαγής και της παγκόσμιας πολιτικής αστάθειας.

Πιστικές προκλήσεις φέρνουν σήμερα τα μουσεία και τους επαγγελματίες τους προ μεγάλων διλημάτων, ίσως και αδιεξόδων, και απαιτούν ευελιξία και ευρηματικότητα μέσα σε έναν κόσμο που βιώνει με ένταση πολυάριθμες αλλαγές σε όλα τα πεδία της κοινωνικής

ζωής. Ο Negri προτείνει έναν άτυπο οδηγό καλών πρακτικών για τα μουσεία σε σχέση με το κεντρικό και επίκαιρο ζητούμενο για εξασφάλιση της βιωσιμότητάς τους (Negri, 2013: 24-25). Οι παραινέσεις του συμπυκνώνονται στα ακόλουθα βασικά σημεία:

- Τα μουσεία θα πρέπει να αποδεικνύουν την υιοθέτηση περιβαλλοντικής συνείδησης με τη δημιουργία λιγότερο ενεργοβόρων μουσειακών υποδομών.

- Τα μουσεία θα πρέπει να αποδεικνύουν συνεχώς τη συνάφειά τους με την κοινωνία οργανώνοντας περισσότερες μουσειακές δράσεις με κοινωνικό νόημα και δημόσια αξία.

- Τα μουσεία θα πρέπει να αναστοχάζονται με ευελιξία και διορατικότητα τη θεσμική τους υπόσταση: α) επιχειρώντας αποτελεσματικότερη χρήση των μουσειακών τους συλλογών μέσω διεύρυνσης της κινητικότητάς τους, β) ενθαρρύνοντας συλλογικές αποφάσεις στη διοίκηση, γ) υπολογίζοντας τη σημασία της καλής διαχείρισης των ανθρώπινων πόρων, δ) επιδιώκοντας δικτυώσεις και συνεργασίες με άλλα μουσεία με στόχο την οργάνωση κοινών δράσεων και τη χρήση κοινών υποδομών.

- Τα μουσεία θα πρέπει να προβληματίζονται σε σχέση με την αναγκαιότητα για ποιοτικό έλεγχο του έργου τους: α) αναθεωρώντας κατά διαστήματα το πλαίσιο πιστοποίησής τους, β) στοχεύοντας σε ποιοτικές αλλά και βιώσιμες υποδομές, γ) επικαιροποιώντας τις δηλώσεις αποστολής τους με αναφορές στο ζήτημα της βιωσιμότητας ή ακόμη και δ) συντάσσοντας ξεχωριστές δηλώσεις περί βιωσιμότητας (sustainability statements), όπως έχουν ήδη αρχίσει κάποια μουσεία να κάνουν³.

Τα μουσεία, που ως σύνολο συγκροτούν μια εξαιρετικά ευάριθμη και δυναμική κοινότητα⁴, δεν έχουν άλλη επιλογή παρά να αντιμετωπίσουν τη ρευστή πραγματικότητα καλλιεργώντας τη φαντασία, τη δημιουργικότητα και τις ικανότητές τους να τολμούν και να καινοτομούν. Όμως, όπως μας θυμίζει ο Ken Robinson, ηγετική φυσιογνωμία στον χώρο της προοδευτικής εκπαίδευσης, η δημιουργικότητα δεν σχετίζεται μόνο ή κυρίως με τον κόσμο των νοημάτων αλλά μάλλον με τον κόσμο των συναισθημάτων και ενδυναμώνεται από δράσεις που εδράζονται σε συμμετοχικές-συνεργατικές σχέσεις παρά σε ατομικές πρωτοβουλίες (Robinson, 2011). Εντός Ευρώπης ειδικότερα, η συμβολή των μουσείων στη συγκρότηση εθνικών και τοπικών ταυτοτήτων και στην παραγωγή πολιτιστικού και κοινωνικού κεφαλαίου είναι ακόμη πιο κομβική.

³ Για παράδειγμα, το Μουσείο του Λονδίνου έχει συντάξει ειδικό κείμενο θέσεων και προθέσεων για τη βιώσιμη λειτουργία του. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://www.museumoflondon.org.uk/corporate/about-us/corporate-information/sustainability-museum-london/> και <http://www.museumoflondon.org.uk/files/9813/7327/5946/SustainabilityatMuseumofLondon.pdf>.

⁴ Στην 19^η έκδοση του *Museums of the World* (2012) De Gruyter Saur, αναφέρονται 55.000 μουσεία σε 202 χώρες, 38.000 μουσεία μόνο στην Ευρώπη με 250 εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως, ενώ η M. Bourke αναφέρει την ύπαρξη 38.000 μουσείων στην Ευρώπη (Bourke, 2013: 10).

Για να κατανοηθεί καλύτερα ο πρωταγωνιστικός ρόλος των μουσείων στην κοινωνική ζωή, χρειάζεται παράλληλα να αναστοχαστούμε τις αξίες των μουσείων για τα άτομα, την κοινωνία, το κράτος και τους θεσμικούς εκπροσώπους του.

Αξίες

Η αξιακή προσέγγιση των μουσείων⁵ –και συνακόλουθα η διαχείρισή τους βάσει αυτής– δεν αποτελεί στρατηγική επιλογή πολιτικών και επαγγελματιών μουσείων μόνο κατά την τρέχουσα περίοδο της κρίσης λόγω της πιεστικής ανάγκης για ουσιαστικότερη αξιοποίηση των δυνατοτήτων και πόρων των μουσείων. Ήδη από τα μέσα της προηγούμενης δεκαετίας, ίσως με περισσότερη ένταση στον αγγλοσαξονικό χώρο, όπου οι επερχόμενες πιέσεις ήταν πιο άμεσα ορατές, είχαν συνταχθεί κείμενα μουσειακής πολιτικής με εστίαση στον αξιακό χαρακτήρα των μουσείων και εν γένει του πολιτισμού. Στην ενότητα αυτή, θα σχολιάσω έξι (6) παραδείγματα που, κατά τη γνώμη μου, άλλα περισσότερο και άλλα λιγότερο, μας βοηθούν να κατανοήσουμε το ζήτημα σε επίπεδο θεωρητικό αλλά και διαχειριστικό. Ο σχολιασμός ακολουθεί τη χρονολογική σειρά δημοσίευσής τους.

Παράδειγμα 1^ο

Ξεκινώ με το κείμενο *Understanding the Future. Museums and the 21st Century Life. The Value of Museums*, που δημοσιεύθηκε από το Αγγλικό Υπουργείο Πολιτισμού, Μέσων και Αθλητισμού (DCMS 2005) στις αρχές του 2005 ως κείμενο εργασίας και μέσο για την έναρξη δημόσιου διαλόγου για τα μουσεία. Σε αυτό συνοψίζονταν πολλές από τις ιδέες που είχαν προηγουμένα εκφραστεί στη μουσειολογική βιβλιογραφία για τον πολιτισμικό, κοινωνικό, εκπαιδευτικό, δημιουργικό και οικονομικό ρόλο των μουσείων και είχαν μετουσιωθεί σε πράξη από πολλά μουσεία. Ορίζονταν, δε, οι βασικές έννοιες-αρχές γύρω από τις οποίες θα έπρεπε να υφανθούν εφεξής οι πολιτικές και στρατηγικές επιλογές και πρακτικές των αγγλικών μουσείων, δηλαδή: α) οι αρχές της ταυτότητας και της διαμόρφωσης ορθής πολιτειακής συνείδησης για την κατανόηση του «εαυτού» και του «άλλου» μέσω των μουσείων, με απώτερο στόχο τη δόμηση πιο δημοκρατικών και προοδευτικών κοινωνιών, β) η αρχή της ανάδειξης των πολλαπλών γνώσεων και ερεθισμάτων που πηγάζουν από τις μουσειακές συλλογές, γ) η αρχή της ερευνητικής και εκπαιδευτικής διάστασης των μουσείων ως πεδίων διασύνδεσης των ανθρώπων με τη γνώση, τη δημιουργικότητα και την έμπνευση, δ) η αρχή του επαγγελματισμού στον χώρο

⁵ Οι σχετικές αναφορές στην ελληνόγλωσση βιβλιογραφία είναι λίγες και καλύπτουν το θέμα σε έναν βαθμό μόνο. Ενδεικτικά αναφέρω τα ακόλουθα άρθρα: Balshaw και Merriman 2008, Χριστοδούλου και Κάρτσακα 2012.

των μουσείων που προάγεται με την ενδυνάμωση των μηχανισμών απασχόλησης, επιμόρφωσης και επαγγελματικής εξέλιξης, και ε) η αρχή της εποικοδομητικής συνεργασίας μέσω της οποίας όφειλαν να δρομολογούνται εθνικές και διεθνείς «συμμαχίες» και συμπράξεις για την υλοποίηση δράσεων μεταξύ των μουσείων.

Παράδειγμα 2^ο

Δύο χρόνια μετά, το 2007, δημοσιεύεται στατιστική μελέτη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (ειδική ανάθεση από τη Γενική Διεύθυνση για την Παιδεία και τον Πολιτισμό) με τίτλο *European Cultural Values* (DG EC, 2007: 77-82), η οποία ερευνά μεταξύ άλλων τις κοινωνικές αξίες που οι Ευρωπαίοι (σε δείγμα 26.755 πολιτών από 27 ευρωπαϊκές χώρες) θεωρούν ως σημαντικότερες για τη ζωή τους και την ευρωπαϊκή συνοχή. Μολονότι η συγκεκριμένη έρευνα δεν αφορά άμεσα μουσεία, οι κοινωνικές αξίες στις οποίες αναφέρεται είναι απόλυτα σχετικές με τα αξιακά προτάγματα που απασχολούν τα μουσεία τον 21^ο αιώνα. Προεξέχουσες θεωρούνται πέντε αξίες που παράλληλα αναγνωρίζονται από τους ερωτώμενους ως πρωτίστως ευρωπαϊκές, γι' αυτό η διατήρηση και ενίσχυσή τους οφείλει να αποτελεί προτεραιότητα στην Ευρώπη: στην κορυφή βρίσκεται η αξία της ειρήνης (61%), που προκρίνεται από όλο το γεωγραφικό φάσμα των ευρωπαϊκών χωρών, και ακολουθεί ο σεβασμός για το περιβάλλον και τη φύση (50%), η κοινωνική ισότητα και αλληλεγγύη (37%), η ελευθερία της γνώμης (36%), η ανεκτικότητα και ανοικτότητα απέναντι στους άλλους (36%), που ως αξία έχει ενδιαφέρον ότι τιμάται ιδιαίτερως από τους Ολλανδούς πολίτες του δείγματος (60%) και ελάχιστα από τους Έλληνες (11%), ο σεβασμός στη σημασία της ιστορίας (17%), η πρόοδος και η καινοτομία (14%), η πολιτιστική ετερότητα (12%) και το επιχειρηματικό πνεύμα (10%). Η έρευνα κατέδειξε, επίσης, διαφοροποίηση των προτιμήσεων ανάλογα με το δημογραφικό προφίλ των ερωτώμενων⁶.

Παράδειγμα 3^ο

Την ίδια περίοδο η αξιακή διάσταση του πολιτισμού, στο πλαίσιο που όριζαν οι διαφαινόμενες προκλήσεις των πολιτικών λιτότητας, εκφράζεται με τον θεωρητικό και πολλαπλώς αξιοποιήσιμο από τα μουσεία λόγο του John Holden, συγγραφέα και

⁶ Κάποιες αξίες αναγνωρίστηκαν ως πιο προσφιλείς σε γυναίκες (αυτές της ειρήνης και της ανεκτικότητας) και άλλες σε άνδρες (πρόοδος και καινοτομία, επιχειρηματικότητα, ελευθερία της γνώμης). Οι πιο ηλικιωμένοι πολίτες του δείγματος σημείωσαν την ειρήνη ως κυρίαρχη αξία, ενώ οι πολιτικές πεποιθήσεις των ερωτώμενων καθόρισαν επίσης τις επιλογές τους με την αξία της κοινωνικής ισότητας και αλληλεγγύης να εκφράζεται ως επιλογή από το 45% των πολιτών που πρόσκεινται σε προοδευτικά κόμματα και το 31% όσων δηλώνουν φιλικά κείμενοι σε κόμματα συντηρητικά. Αντιστοίχως, η αξία του σεβασμού στα ιστορικά διδάγματα (με τους πιο συντηρητικούς να την επιλέγουν σε ποσοστό 23% έναντι 14% ποσοστό που εκφράζει τους προσκείμενους σε κόμματα της αριστεράς).

συμβούλου πολιτιστικής πολιτικής και διαχείρισης, στις μελέτες *Capturing Cultural Value* (2004) και *Cultural Value and the Crisis of Legitimacy. Why Culture needs a Democratic Mandate* (2006), εκδόσεις του Demos, μιας εξαιρετικά ενδιαφέρουσας κυψέλης ιδεών για πολιτικούς και μελετητές των κοινωνικών θεσμών και δομών.

Σταχυολογώ από τις πολύ ενδιαφέρουσες και πλούσιες σε περιεχόμενο διαπιστώσεις του Holden:

- Η έννοια της «πολιτιστικής αξίας» προσφέρει στους πολιτικούς ένα πλαίσιο για την κατανόηση της σημασίας του πολιτισμού (ο οποίος για τον Holden αφορά στις τέχνες, στα μουσεία, στις βιβλιοθήκες και εν γένει στην πολιτιστική κληρονομιά που υποστηρίζεται από δημόσιες δαπάνες) και βοήθησε τους πολιτιστικούς οργανισμούς να εκφράσουν αποτελεσματικότερα την αποστολή τους.

- Η πολιτιστική παραγωγή που βασίζεται σε δημόσια χρηματοδότηση συγκροτεί ένα ισοσκελές τρίγωνο οριζόμενο από τρεις αξίες, καθεμία από τις οποίες αντιστοιχεί σε έναν από τους τρεις διαμορφωτικούς παράγοντες της πολιτιστικής δημιουργίας και υπονοεί το σύνθετο πλέγμα των σχέσεων που δημιουργούνται μεταξύ τους.

Η πρώτη *εγγενής* (intrinsic) αξία αναφέρεται στη δυνατότητα του πολιτισμού να επηρεάζει κάθε άτομο ξεχωριστά, σε επίπεδο διανοητικό, πνευματικό και συναισθηματικό. Η έννοια της εγγενούς αξίας είχε εμφανισθεί σε δημόσια διαβούλευση ήδη από το 2003 στο πλαίσιο του *Valuing Culture Forum* που οργάνωσε το Demos, σε μια απόπειρα να θέσει τις βάσεις για κριτική αποτίμηση της πολιτιστικής πολιτικής της βρετανικής κυβέρνησης που είχε μέχρι τότε υπερτονίσει την έννοια της αποτελεσματικότητας στη διαδικασία παραγωγής πολιτιστικού κεφαλαίου. Ωστόσο, λόγω του υποκειμενικού της χαρακτήρα, η εγγενής αξία είναι δύσκολα μετρήσιμη και απαιτεί ποιοτικές και χρονοβόρες έρευνες, εφόσον η αποτύπωση του ίχνους της γίνεται αποκλειστικά σε προσωπικό επίπεδο. Επιπλέον, δεν μπορεί να οδηγήσει σε ευρύτερα συμπεράσματα για τη σχέση του πολιτισμού με την κοινωνία των πολιτών και τη διαμόρφωση ευρύτερων κοινωνικών φαινομένων. Ο μίτος που θα οδηγήσει στην κατανόηση αυτής της αξίας συντίθεται, ωστόσο, από μερικές επιμέρους αξίες, όπως είναι η ιστορική, κοινωνική, συμβολική, αισθητική και πνευματική, διότι αυτές διαμορφώνουν με περισσότερη σαφήνεια και εύληπτο λεξιλόγιο το περίγραμμα μιας κατά τα άλλα νεφελώδους έννοιας.

Η δεύτερη *εργαλειακή-συντελεστική* αξία (instrumental) αναφέρεται στις επιπτώσεις και τη συμβολή της πολιτιστικής παραγωγής στην ευρύτερη οικονομική και κοινωνική ζωή και στις ποικίλες εκφράσεις της (π.χ. δημιουργική βιομηχανία, κοινωνική συνοχή, εκπαίδευση, τοπική οικονομία κ.ά.). Η χαρτογράφηση της ενδιαφέρει πρωτίστως τους

πολιτικούς και τους χορηγούς και απαιτεί εξίσου σύνθετες ποσοτικές και ποιοτικές μετρήσεις. Η αιτιακή της σχέση με την παραγόμενη οικονομική ή κοινωνική αξία ενέχει πάντως κινδύνους παρανόησης ή υπεραπλούστευσης, διότι συχνά δεν λαμβάνεται υπόψη η πολλαπλότητα των παραγόντων που συγκροτούν την πολιτιστική δράση και εμπειρία.

Η τρίτη *θεσμική αξία* (institutional) διαμορφώνεται ανάλογα με τη φιλοσοφία, το ήθος και την πρακτική κάθε πολιτιστικού οργανισμού, τους τρόπους με τους οποίους επικοινωνεί με το κοινωνικό σύνολο και αφουγκράζεται τις ανάγκες του, όσο και τις μεθόδους που αναπτύσσει για να διαμορφώνει τη δημόσια ταυτότητα και αξία του. Η θεσμική αξία ουσιαστικά είναι συγγενής με την ιδέα της «δημόσιας αξίας» ενός οργανισμού, η οποία κτίζεται με θεμέλιους λίθους την εμπιστοσύνη και τον σεβασμό που αναπτύσσεται ανάμεσα στο εκάστοτε μουσείο και την κοινωνία των πολιτών, από το επίπεδο του ατόμου σε αυτό των κοινοτήτων έως το ευρύτερο της κοινωνίας. Ως έννοια μέσα στην ευρύτερη συζήτηση για την αξία των μουσείων και των τεχνών, η «δημόσια αξία» έχει προσλάβει τα τελευταία χρόνια πρωταγωνιστικό ρόλο και ερευνάται συστηματικά με τη συλλογή εμπειρικών δεδομένων.

Δύο ακόμη πιο γενικές εκφράσεις της αξίας είναι η «αξία ως χρήση» και η «αξία ως μη-χρήση». Η πρώτη δεν πιστοποιείται από ποσοτικά δεδομένα επισκεψιμότητας μουσείων, αλλά από τη βούληση των πολιτών να βρουν χρόνο και ενέργεια για να πραγματοποιήσουν μια μουσειακή επίσκεψη, να πληρώσουν το αντίτιμο ενός εισιτηρίου και, τελικά, να βιώσουν μια μουσειακή εμπειρία (εντός ή/και εκτός μουσείου), ή ακόμη και να πλοηγηθούν σε ιστοσελίδες μουσείων. Η δεύτερη σχετίζεται με δηλώσεις εκτίμησης των μουσείων από τους πολίτες, οι οποίοι μπορεί μεν για δικούς λόγους να μην τα επισκέπτονται αλλά αναγνωρίζουν τη σημασία τους ως συλλεκτών και επιμελητών αρχείων συλλογικής μνήμης.

Ωστόσο, οι επιλογές και προτεραιότητες των πολιτών και των επαγγελματιών του πολιτισμού τις περισσότερες φορές διαφέρουν από αυτές των πολιτικών και έτσι το «πολιτιστικό σύστημα» που διαμορφώνεται συχνά δυσλειτουργεί και η πρόσκληση για μια πιο ουσιαστική και δημοκρατική σχέση μεταξύ των τριών αυτών κοινωνικών πόλων παραμένει. Οι πολίτες δεν επιλέγουν μια πολιτιστική εμπειρία, επειδή πιστεύουν ότι μέσω αυτής θα γίνουν πιο έξυπνοι ή πειθαρχημένοι, αλλά γιατί μέσω του πολιτισμού δίνουν νόημα, δημιουργική και συναισθηματική εγρήγορση στη ζωή τους και δομούν ατομικές και συλλογικές ταυτότητες. Οι επαγγελματίες του πολιτισμού πάλι, μη συγκροτώντας μια συμπαγή κοινότητα ανθρώπων με κοινά κοινωνικά οράματα, δεν είναι αυτονόητο ότι θέτουν ως προτεραιότητα την ικανοποίηση των δύο άλλων αξιών του πολιτιστικού

τριγώνου, πέραν της θεσμικής, όσο και των κατεχοχών κοινωνικών εκφραστών τους. Η εστίαση των ανωτέρω κοινωνικών εταίρων (επαγγελματιών, επενδυτών / πολιτικών και πολιτών) σε διαφορετικές κορυφές του πολιτιστικού συστήματος-τριγώνου λειτουργεί ανασταλτικά και δυσχεραίνει τη μεταξύ τους επικοινωνία και διάδραση. Σε κάθε περίπτωση, χρειάζεται περισσότερη έρευνα όχι μόνο για τον τρόπο παραγωγής αλλά και για τον τρόπο πρόσληψης και «κατανάλωσης» των πολιτιστικών παροχών, υπηρεσιών και εμπειριών, καθώς και συνεχής ανατροφοδότηση και ενημερότητα επαγγελματιών και πολιτικών για τις πολιτιστικές προτιμήσεις και ανάγκες των πολιτών, με στόχο την ενθάρρυνση της συμμετοχικότερης εμπλοκής των τελευταίων στα πολιτιστικά δρώμενα.

Παράδειγμα 4^ο

Η Carol Scott, η οποία ακολουθώντας τις ιδέες που είχε ήδη διαμορφώσει ο Holden ερεύνησε συστηματικά το θέμα της αξίας των μουσείων διαβλέποντας τις αυξανόμενες πιέσεις που ασκούνταν στον πολιτιστικό τομέα ήδη από την προηγούμενη δεκαετία, επισημαίνει ότι η αξία είναι μια έννοια δυναμικά εξελισσόμενη όσο και αμφιλεγόμενη, ενώ η έννοια της αποτελεσματικότητας στη μουσειακή πρακτική είναι όρος προβληματικός, γιατί περιορίζει την ευρύτητα και το βάθος του μουσειακού έργου αποκλειστικά σε ποσοτικά μετρήσιμες δράσεις, υποβιβάζοντας σε μεγάλο βαθμό την πραγματική ουσία και εγγενή αξία της μουσειακής εμπειρίας για κάθε επισκέπτη ξεχωριστά (Scott, 2007, 2008, 2009). Με άλλα λόγια, μας θύμιζε ότι θα έπρεπε πλέον να στραφεί η προσοχή των επαγγελματιών των μουσείων αλλά και των πολιτικών στο πώς το μουσειακό έργο και η επένδυση σε αυτό παράγει δημόσια αξία. Τα στοιχεία αυτά, σε μεγάλο βαθμό πιστοποιούν ότι οι πολίτες αναγνωρίζουν στις τέχνες τη δυνατότητα δημιουργίας εμπειριών ψυχαγωγίας, ευχαρίστησης, πάθους, θετικής πρόκλησης και ομορφιάς και επιθυμούν να είναι προσβάσιμες και ποιοτικές και να εμπλουτίζουν τις ζωές τους διαμορφώνοντας κοινωνικό κεφάλαιο (Scott, 2009: 198).

Η τεκμηρίωση της έννοιας της αξίας δεν αφορά βεβαίως μόνο στην ακαδημαϊκή έρευνα, αλλά σχετίζεται άμεσα με τρέχουσες επιταγές για τη βιώσιμη ανάπτυξη και λειτουργία των μουσείων και απαιτεί σύνθετες διαδικασίες για τη συλλογή ποιοτικών δεδομένων, τα οποία είναι δυνατό να ταξινομηθούν σε αναγνωρίσιμες κατηγορικές ομάδες αξιών. Κάτι τέτοιο επιχείρησε η μελέτη της Scott, στο πλαίσιο της οποίας συλλέχθηκαν απόψεις-τεκμήρια σε δείγμα Αυστραλών πολιτών, διαφορετικών κοινωνικών και ηλικιακών ομάδων, επισκεπτών όσο και μη επισκεπτών μουσείων, και παράλληλα συλλέχθηκαν οι απόψεις εκπροσώπων διάφορων φορέων που σχετίζονταν με τα μουσεία, την πολιτιστική

παραγωγή και τον τουρισμό. Η Scott διαμόρφωσε μια τυπολογία μουσειακών αξιών για άτομα και κοινότητες, η οποία συνοψίζεται στον Πίνακα που ακολουθεί:

	Συντελεστική	Εγγενής	Θεσμική	Χρήση
Για άτομα	<p>1) Μάθηση</p> <p>α. Αυτο-εξέλιξη σε περιβάλλον οικειοθελούς μάθησης</p> <p>β. Ανάπτυξη δεξιοτήτων</p>	<p>1) Γνώση</p> <p>α. Η χαρά της ανακάλυψης</p> <p>β. Εμπλουτισμός με νέες γνώσεις</p> <p>γ. Ενθουσιασμός</p> <p>δ. Έμπνευση</p>	<p>Δικαιώματα πολιτών</p> <p>Πρόσβαση σε συλλογές</p>	<p>1) Άμεση</p> <p>2) Έμμεση</p> <p>3) Μη χρήση</p> <p>α. Παρακαταθήκη</p> <p>β. Επιλογή για μελλοντική χρήση</p> <p>γ. Σημαντική η ύπαρξη των μουσείων γενικά</p>
Για κοινότητες	<p>1) Ενδυνάμωση κοινότητας</p> <p>α. Μουσεία ως εκπαιδευτικοί πόροι για την κοινότητα</p> <p>β. Πεδία για την απόκτηση νέας γνώσης</p> <p>γ. Υποδομές ψυχαγωγίας</p> <p>δ. Μέσα για την τόνωση της πολιτειακής συνείδησης</p> <p>2) Κοινωνική συνοχή</p> <p>α. Ενεργή εμπλοκή</p> <p>β. Ένταξη</p>	<p>1) Ιστορική α. Δημόσια αρχεία</p> <p>β. Μεταβίβαση πολιτιστικής πληροφορίας</p> <p>γ. Εμπειρίες από το παρελθόν</p> <p>δ. Τι μας μαθαίνει η ιστορία</p> <p>ε. Αίσθηση του ανήκειν</p> <p>2) Κοινωνική α. Τοπικότητα</p> <p>β. Ταυτότητα / χρήση δημόσιων</p>	<p>1) Δημοκρατία</p> <p>α. Βήμα διαλόγου – ανταλλαγής ιδεών</p> <p>2) Ποιότητα ενημέρωσης</p> <p>α. Χωρίς προκαταλήψεις</p> <p>β. Αντικειμενική</p> <p>γ. Αξιόπιστη</p> <p>3) Εμπιστοσύνη</p> <p>α. Υπηρεσίες προς τους πολίτες</p> <p>β.</p>	

<p>γ. Πολυμορφία</p> <p>3) Οικονομία</p> <p>α. Τουρισμός</p> <p>β. Πολιτειακή ταυτότητα (branding)</p> <p>γ. Έμπνευση</p> <p>δ. Επαγγελματική απασχόληση</p> <p>ε. Προστιθέμενα οφέλη για τον τόπο (κυψέλες δημιουργικότητας)</p> <p>στ. Αστική αναγέννηση</p>	<p>χώρων</p> <p>3)</p> <p>Πνευματική π.χ.Εμπειρίες θαυμασμού και νοηματοδοτήσεων</p> <p>4) Συμβολική π.χ. Επέτειοι</p>	<p>Παραδείγματα αριστείας</p> <p>γ. Συνέχεια</p> <p>4) Σχέσεις / συνεργασίες</p> <p>α. Σε τοπικό επίπεδο</p> <p>β. Σε εθνικό επίπεδο</p> <p>γ. Σε διεθνές επίπεδο</p>	
--	--	---	--

Πίνακας 1: Τυπολογία μουσειακών αξιών (Scott, 2009: Πίνακας 1, σ. 201)

Η Scott επιχείρησε, επίσης, να χρησιμοποιήσει την ανωτέρω τυπολογική προσέγγιση, για να ορίσει μια δέσμη παραγόντων ή ποιοτικών ενδεικτών βάσει των οποίων θα τεκμηριώνεται η παρουσία, η ποιότητα και η ισχύς της εκάστοτε αξίας σε έναν μουσειακό οργανισμό. Επεσήμανε, δε, ότι η καταγραφή δεδομένων θα πρέπει να είναι συνεχής και ετήσια, ώστε να καθίσταται εφικτή η συγκριτική ανάλυσή τους μετά από δύο ή τρία χρόνια και ο εντοπισμός πιθανών διαμορφούμενων τάσεων με το πέρασμα του χρόνου. Οι παράγοντες-ενδείκτες που προτείνει εντάσσονται στη γενικότερη αξιακή δομή που παρουσιάσαμε παραπάνω στον Πίνακα 1 και φανερώνουν ότι η καταγραφή των αποδεικτικών στοιχείων που τεκμηριώνουν την ποιότητα και το μέγεθος της κάθε αξίας είναι μια χρονοβόρα διαδικασία που απαιτεί αναζήτηση πρωτογενών και δευτερογενών δεδομένων σε πολλές διαφορετικές πηγές.

Αξία	Παράγοντας-ενδείκτης	Τρόπος μέτρησης
Χρήση	1) Άμεση χρήση (επισκέψεις στον φυσικό χώρο των μουσείων)	1) Ετήσιος αριθμός επισκεπτών σε μουσεία

	<p>2) Έμμεση χρήση (συμμετοχή σε μουσειακά προγράμματα προσέγγισης οργανωμένα εκτός του φυσικού χώρου των μουσείων)</p> <p>3) Προθυμία και μακροπρόθεσμη δέσμευση του μουσείου να ενθαρρύνει την άμεση εμπλοκή των επισκεπτών</p> <p>4) Μη-χρήση</p>	<p>2) α. Αριθμός συμμετεχόντων σε προγράμματα προσέγγισης (κάθε τύπου και μορφής)</p> <p>β. Αριθμός επισκέψεων στην ιστοσελίδα του μουσείου</p> <p>3) α. Αριθμός εθελοντών</p> <p>β. Αριθμός ωρών προσφοράς εθελοντικής εργασίας ανά έτος</p> <p>γ. Αριθμός μελών στο Σωματείο Φίλων του μουσείου</p> <p>δ. Αριθμός ωρών υπερωριακής μη αμοιβόμενης εργασίας του προσωπικού</p> <p>ε. Αριθμός επαναλαμβανόμενων επισκέψεων στο μουσείο από κάθε επισκέπτη ανά έτος</p> <p>4) α. Προθυμία οικονομικής στήριξης του μουσείου από πολίτες ανεξάρτητα από το εάν είναι ή όχι επισκέπτες του</p>
Θεσμική	<p>1) Αναγνώριση της επιστημονικής εγκυρότητας του μουσείου</p> <p>2) Διαμόρφωση σχέσεων</p>	<p>1) α. Αριθμός ερωτημάτων που θέτουν οι πολίτες στο μουσείο ετησίως</p> <p>β. Αριθμός προγραμμάτων (πρότζεκτ) διαχειριζόμενων από άλλους φορείς, για τα οποία ζητείται η συνδρομή του μουσείου</p> <p>2) α. Αριθμός τοπικών, εθνικών και διεθνών συνεργασιών με μουσεία και κυβερνητικούς φορείς</p> <p>β. Το οικονομικό μέγεθος των πρότζεκτ, αριθμός και φυσιογνωμία</p>

	<p>3) Προσέλκυση επενδύσεων</p> <p>4) Δυνατότητα προσέλκυσης δωρεών και κληροδοτημάτων</p>	<p>των βασικών εταίρων-συνεργατών</p> <p>3) α. Το οικονομικό μέγεθος των κυβερνητικών επιχορηγήσεων (πάγιες δαπάνες και αρχικό κεφάλαιο)</p> <p>β. Αριθμός και οικονομικό μέγεθος των χορηγιών (σε είδος και σε χρήμα)</p> <p>4) α. Αριθμός και οικονομικό μέγεθος των δωρεών</p> <p>β. Αριθμός και οικονομικό μέγεθος κληροδοτημάτων</p>
<p>Συντελεστική</p>	<p>1) Παροχή εκπαιδευτικών πόρων</p> <p>2) Δόμηση γνώσεων</p> <p>3) Συνεισφορά στην τουριστική κίνηση</p>	<p>1) α. Αριθμός μαθητών-επισκεπτών ανά έτος</p> <p>β. Αριθμός συνεργασιών με εκπαιδευτικούς φορείς</p> <p>γ. Αριθμός προγραμμάτων εκπαίδευσης ενηλίκων</p> <p>δ. Αριθμός συμμετεχόντων στα παραπάνω προγράμματα</p> <p>2) α. Αριθμός επιστημονικών δημοσιεύσεων με θέμα τις συλλογές του μουσείου</p> <p>β. Αριθμός και οικονομικό μέγεθος μουσειακών και πανεπιστημιακών πρότζεκτ υλοποιούμενων με ερευνητικά κονδύλια</p> <p>3) α. Αριθμός εγχώριων τουριστών ανά έτος</p> <p>β. Αριθμός αλλοδαπών</p>

	<p>4) Συνεισφορά στην τοπική οικονομία</p> <p>α. Απασχόληση-αγορά εργασίας</p> <p>β. Εξαγορά υπηρεσιών</p> <p>5) Κοινωνική ένταξη</p>	<p>τουριστών ανά έτος</p> <p>γ. Αριθμός μουσείων που τιμώνται ετησίως με τουριστικά βραβεία</p> <p>4) α. Αριθμός έμμισθου προσωπικού</p> <p>β. Υπηρεσίες που εξαγοράζονται σε τοπικό επίπεδο και το οικονομικό τους μέγεθος</p> <p>5) α. Αριθμός και ποσοστό επισκεπτών ανά εθνικότητα</p> <p>β. Αριθμός και ποσοστό επισκεπτών ανά κοινωνικο-οικονομική ομάδα</p>
--	---	--

Πίνακας 2: Ενδείκτες αξιών: χρήσης, θεσμικής και συντελεστικής (Scott, 2009: Πίνακες 2-4, σ. 202-203)

Φυσικά, οι παραπάνω προτάσεις εστιάζουν για μία ακόμη φορά σε ενδείκτες που παρέχουν δεδομένα ποσοτικού και όχι ποιοτικού χαρακτήρα. Η εγγενής αξία των μουσείων σχετίζεται όμως με το συναίσθημα, την προσωπική εξέλιξη και ενδυνάμωση και πιθανώς την ανανεωτική μεταμόρφωση ατόμων και κοινοτήτων, αλλά η χρονοβόρα συλλογή δεδομένων και η υποκειμενική όσο και απαιτητική επίσης επεξεργασία τους δεν επιτρέπει μεγάλης κλίμακας έρευνες πεδίου. Πολλές επιμέρους μελέτες σε μουσεία και με αφορμή συγκεκριμένα πρότζεκτ φυσικά και έχουν υλοποιηθεί και η σχετική βιβλιογραφία εμπλουτίζεται συνεχώς (Scott, 2009: 207), ωστόσο γενικότερες έρευνες τέτοιου τύπου παραμένουν πρόκληση και επιθυμία για πολλούς επαγγελματίες του χώρου, οργανώσεις μουσείων και κυβερνητικούς φορείς, τόσο για τη διαμόρφωση μουσειακών πολιτικών όσο και μουσειακών δράσεων των οποίων η αξιακή ανάλυση θα μπορεί να συναρτάται και να συσχετίζεται με το αρχικό πλαίσιο του νοηματικού σχεδιασμού τους επί τη βάση ενός αξιακού μοντέλου ανάλυσης.

Παράδειγμα 5^ο

Οι μελέτες που στοχεύουν, είτε στο πλαίσιο ακαδημαϊκών ερευνητικών προγραμμάτων είτε στρατηγικών επιλογών συγκεκριμένων μουσειακών οργανισμών, να ερευνήσουν την αξιακή ταυτότητα των μουσείων από την πλευρά των επισκεπτών, δηλαδή να φωτίσουν κυρίως την εγγενή αξία των μουσείων, δεν είναι επίσης λίγες και τα δεδομένα που έχουν συλλεγεί είναι ήδη αρκετά και σημαντικά⁷. Σε αυτήν την κατεύθυνση κινήθηκε η έρευνα του Jan Packer, η οποία εντάσσεται σε μια ευρύτερη τάση των ερευνητών για συλλογή ποιοτικών δεδομένων προς ανάδειξη των πολλαπλών οφελών της μουσειακής εμπειρίας και της κοινωνικής σημασίας των μουσείων (Packer, 2008). Στόχος του ήταν να συλλέξει δεδομένα για τις θετικές επιδράσεις της μουσειακής εμπειρίας σε τομείς άλλους πέραν της μάθησης⁸, αξιοποιώντας αρχικά θεωρητικά σχήματα και πορίσματα από προηγούμενες σχετικές έρευνες, όπως της Zahava Doering (Doering, 1999), η οποία είχε επιχειρήσει στη δεκαετία του '90 να διαμορφώσει έναν εμπειρικό κατάλογο στοιχείων για την τεκμηρίωση των «ικανοποιητικών μουσειακών εμπειριών» των επισκεπτών, ομαδοποιημένων σε τέσσερις κατηγορίες: α) εμπειρίες με αντικείμενα, β) εμπειρίες απόκτησης νέων γνώσεων, γ) ενδοπροσωπικές συναισθηματικές εμπειρίες που σχετίζονται με τη φαντασία, τον αναστοχασμό, την ανάμνηση, τη νοηματική ή άλλη σύνδεση, και τέλος δ) κοινωνικές εμπειρίες διάδρασης με άλλα άτομα και το προσωπικό του μουσείου.

Επιχειρώντας μια σφαιρικότερη συνθετική προσέγγιση, ο Packer πρότεινε ένα νέο μοντέλο ανάλυσης, για να ερευνήσει την αξία της μουσειακής εμπειρίας στη βάση τριών διαφορετικών επιπέδων συγκρότησής της: α) των *σκηνογραφιών* (σύνθεσης του χώρου) και των χωρικών στοιχείων που βρίσκουν οι επισκέπτες ελκυστικά (*settings*), β) των *εμπειριών* που οι επισκέπτες επιλέγουν για να εμπλακούν ενεργά (*experiences*), και γ) των *οφελών* που οι επισκέπτες εισπράττουν από τη συνολική ή κατά περίπτωση εμπειρία τους σε μουσεία (*benefits*).

Το πρώτο επίπεδο, πιο λειτουργικό στη δομή του, περιλαμβάνει στοιχεία όπως η ατμόσφαιρα του χώρου, η θερμοκρασία, ο φωτισμός, ο θόρυβος, τα χρώματα, η διάταξη

⁷ Φυσικά, σε αυτόν τον τομέα η εξαιρετικά σημαντική και μακροχρόνια έρευνα των John Falk και Lynn Dierking θεωρείται παρακαταθήκη και πηγή έμπνευσης για πολλούς ερευνητές. Το 2013 κυκλοφόρησε το τελευταίο τους βιβλίο με τίτλο *The Museum Experience Revisited*, το οποίο αποτελεί βελτιωμένη και επικαιροποιημένη εκδοχή του κλασικού πλέον βιβλίου τους *The Museum Experience* (1992).

⁸ Άλλωστε και η ίδια η συντονίστρια του ευρωπαϊκού προγράμματος *The Learning Museum*, Margherita Sani, έχει σημειώσει στον πρόλογο του 7^{ου} Report *The New Trends in Museums of the 21st Century* ότι «το LEM δεν προσεγγίζει τα μουσεία μόνο ως χώρους μάθησης όπου πραγματοποιούνται εκπαιδευτικές διαδικασίες, αλλά ως μαθησιακούς οργανισμούς που είναι ανοικτοί και δεκτικοί στη μάθηση σταχυολογώντας απόψεις και πληροφορίες από τους επισκέπτες, τις τοπικές κοινότητες όπου βρίσκονται και λειτουργούν, άλλους φορείς και φυσικά και άλλα μουσεία». Δηλαδή τα μουσεία έχουν τη μάθηση στο επίκεντρο της φιλοσοφίας τους όχι μόνο ως πομποί αλλά και ως δέκτες ανατροφοδοτικών πληροφοριών (Sani, 2013: 5).

των εκθεμάτων, τα υλικά, το ντιζάιν, που ως σύνολο επηρεάζουν τις αντιδράσεις των επισκεπτών (γνωστικές, συναισθηματικές, ψυχολογικές) στο περιβάλλον του μουσείου. Το δεύτερο επίπεδο κατ' αρχήν δομείται από τα στοιχεία της μελέτης Doering για τις ικανοποιητικές μουσειακές εμπειρίες, αλλά παράλληλα εμπλουτίζεται από δεδομένα που προέκυψαν από την έρευνα του Packer και τα οποία πιστοποιούν τη θεραπευτική, κατά μία έννοια, δυνατότητα που προσφέρει η μουσειακή εμπειρία. Πάντως, η ουσία και το νόημα αυτής κατά βάση εντοπίζεται στο επίπεδο των οφελών, γιατί, όπως είχε παλαιότερα δηλώσει ο γνωστός Αμερικάνος μουσειολόγος Stephen Weil, «βασική προϋπόθεση για να αξιολογήσει κανείς την αξία ενός μουσείου είναι η αναζήτηση του πώς η μουσειακή εμπειρία επιδρά θετικά και αναμορφωτικά στη ζωή ατόμων και κοινοτήτων» (Weil, 2003: 6).

Οι περισσότερες έρευνες επισκεπτών εστιάζουν στην αναμορφωτική δύναμη της μάθησης που μπορεί να παράγεται κατά τη διάρκεια μιας μουσειακής επίσκεψης, και το εννοιακό πλαίσιο των «Γενικών Αποτελεσμάτων της Μάθησης» περιγράφει με πληρότητα αυτή τη διαδικασία, αλλά πάντα σε συνάρτηση με τη δόμηση μιας γνωστικής εμπειρίας (Dodd και Jones, 2009). Ωστόσο, τα οφέλη που παράγονται από τις άλλες πτυχές της εμπειρίας (επαφή με αντικείμενα, επαφή με τον εαυτό, επαφή και επικοινωνία με άλλους στο πλαίσιο της κοινωνικής συναναστροφής μέσα στο μουσείο) είναι εξίσου σημαντικά και δεν έχουν μόνο άμεση επενέργεια αλλά κεφαλοποιούνται σταδιακά και μακροπρόθεσμα δίνοντας νόημα και προοπτική στις ζωές των ανθρώπων. Τα οφέλη αυτά ο Packer⁹ τα αναζητά αφενός στο πεδίο της θετικής ψυχολογίας και στην έννοια της «ψυχολογικής ευδαιμονίας» (psychological well-being) και αφετέρου στο πεδίο της περιβαλλοντικής ψυχολογίας και στην έννοια της «ψυχικής αποκατάστασης» (mental restoration).

Το πεδίο έρευνας για τη μελέτη της «ψυχολογικής ευδαιμονίας» είναι εξαιρετικά ευρύ και σημαντικό για ποικίλες εκφάνσεις και εκφράσεις της κοινωνικής ζωής (εφηβεία, τρίτη ηλικία, ψυχική υγεία, θεραπεία ασθενών, ΑμεΑ, ενίσχυση μεταναστών, αντοχή σε δυσκολίες κ.ά.). Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου άρθρου περιοριζόμαστε σε μια πολύ επιγραμματική περιγραφή του, τονίζοντας κυρίως δύο βασικά στοιχεία: Πρώτον, στη διαδικασία διερεύνησης της ευτυχίας και της συγκρότησής της, η ηδονική και ευδαιμονική προσέγγιση συνυπάρχουν. Η πρώτη σχετίζεται με την ψυχαγωγία και την ευχαρίστηση και η δεύτερη με την ανάγκη για αυτο-ολοκλήρωση και προσωπική εξέλιξη. Δεύτερον, στο μοντέλο του Packer η ευδαιμονία συντίθεται από ένα μείγμα έξι παραγόντων: αυτονομία,

⁹ Στο άρθρο του Packer, η περιγραφή των επιδράσεων από τα σχετικά επιστημονικά πεδία είναι αναλυτική και η αντίστοιχη βιβλιογραφία εκτενής (Packer, 2008: 35-36).

προσωπική εξέλιξη, αρμονική σχέση με το περιβάλλον, σκοπός της ζωής, υγιείς σχέσεις, αυτο-αποδοχή.

Η έννοια της «ψυχικής αποκατάστασης» προϋποθέτει μια παθολογία που πρέπει να θεραπευθεί. Η παθολογία αφορά στην ψυχική κόπωση που μπορεί να προέρχεται από τη συνεχή και παρατεταμένη εστίαση ενός ατόμου σε κάτι που απαιτεί πολλή προσωπική ενέργεια και ψυχική επένδυση. Η διαδικασία της αποκατάστασης βασίζεται σε τέσσερις βασικές συνθήκες: τη γοητεία (δηλαδή τη δίχως προσπάθεια εμπλοκή μας σε κάτι), την απόδραση (φυσική ή ψυχική από την καθημερινότητα), τη «δυναμική / έκταση» (extent) (δηλαδή την επάρκεια του περιβάλλοντος, ως δομή και ως περιεχόμενο, για απασχόληση ενός ατόμου για μακρύ χρονικό διάστημα), και τη συμβατότητα (δηλαδή την εναρμόνιση με τους προσωπικούς σκοπούς και τις κλίσεις κάθε ατόμου ξεχωριστά).

Η προαναφερθείσα καταστασιακή θεώρηση συμπληρώνεται στο μοντέλο του Packer από ευρήματα που προσέφεραν έρευνες με επισκέπτες μουσείων, οι οποίοι ανέφεραν ως σημαντικά, εκτός από τα παραπάνω τέσσερα βασικά στοιχεία, τη χαλάρωση σε ένα ήρεμο και ειρηνικό περιβάλλον και τη δυνατότητα που παρέχει το μουσειακό πλαίσιο για αναστοχασμό.

Παράδειγμα 6^ο

Θα ολοκληρώσουμε την ενότητα αυτή με ένα μοντέλο αυτο-ελέγχου που προτάθηκε το 2011 από την Ένωση Μουσείων της Ολλανδίας και ενώ η κρατική ενίσχυση των μουσείων είχε ήδη αρχίσει να συρρικνώνεται κατά τουλάχιστον 25%. Η Ένωση αποφάσισε να δράσει και να δημιουργήσει ένα θετικό πλαίσιο υποστήριξης των μουσείων, αφενός προτρέποντας τα μέλη της να δημιουργήσουν συμμαχίες με ποικίλους κοινωνικούς εταίρους και να αναζητήσουν την ισορροπία ανάμεσα στις θεσμικές τους προτεραιότητες και στους κανόνες που έθεταν τα νέα προτάγματα των κυβερνητικών πολιτικών και της ελεύθερης αγοράς, και αφετέρου δημιουργώντας ένα μοντέλο αυτο-ελέγχου για τα μουσεία, το οποίο δημοσίευσε σε ειδική έκδοση με τίτλο «Meer dan waard», που στα Αγγλικά μεταφράστηκε ως *The Social Significance of Museums* (Raemaekers, 2011 και Legendijk, 2011). Το μοντέλο βασίζεται στην ανάλυση πέντε αξιών για τα μουσεία και την αποτελεσματικότερη ανάδειξη και τεκμηρίωση αυτών σε ένα ευρύ δίκτυο κοινωνικών εταίρων (κυβέρνηση, βασικούς κοινωνικούς φορείς, εκπαιδευτικά ιδρύματα, χορηγούς, ΜΜΕ, ευρύ ιδιωτικό τομέα κ.ά). Οι αξίες εμπεριέχουν στο DNA τους τις διαστάσεις της εγγενούς, συντελεστικής και θεσμικής αξίας, αλλά ορίζονται με πιο σαφή και πρακτικό τρόπο, γεγονός που καθιστά το μοντέλο πιο πρακτικό και λειτουργικό για υιοθέτηση.

Η αξία των συλλογών (collection value) εκπροσωπεί τη βασική λειτουργία των μουσείων να διαμορφώνουν, επιμελούνται, ερμηνεύουν και εκθέτουν συλλογές, με καινοτόμο κατά προτίμηση τρόπο, αναδεικνύοντας τις ενδιαφέρουσες ιστορίες που συμπεκνώνονται στα μουσειακά αντικείμενα και δημιουργώντας σημαντικές ανανοηματοδοτήσεις και αφηγήσεις γύρω από αυτά. Προφανώς, η αξιακή προσέγγιση των μουσείων μέσω των συλλογών, περιλαμβάνει ένα πλέγμα ζητημάτων που χρήζουν διερεύνησης από κάθε αξιολογούμενο μουσείο, όπως για παράδειγμα: Ποια είναι η εμβέλεια της σημασίας των συλλογών του εκάστοτε μουσείου (τοπική, εθνική, διεθνής); Πώς συγκροτείται η συλλογική μνήμη και οι ταυτότητες μέσω των συλλογών; Ποιες ιστορίες αφηγούμαστε, τελικά, για τον κόσμο μέσω των αντικειμένων; Πώς τα μουσεία αξιοποιούν τις συλλογές τους και τις καθιστούν πιο προσβάσιμες με τα νέα τεχνολογικά μέσα; Ποια είναι η σημασία της κινητικότητας των συλλογών και πώς κάθε μουσείο την υποστηρίζει έμπρακτα, σε επίπεδο ηθικό και πρακτικό;

Η αξία της διασύνδεσης (connecting value) εστιάζει στον κοινωνικό και διαμεσολαβητικό ρόλο των μουσείων ως μηχανισμών ενίσχυσης της κοινωνικής αρμονίας και συνοχής και ως πεδίων για την ανάδυση και δημόσια συζήτηση επίκαιρων και ζωτικών ερωτημάτων για τον κόσμο. Η συνδεδετική-συνεκτική αξία των μουσείων μέσω των συλλογών τους επανέρχεται, μάλιστα, στο επίκεντρο της διεθνούς μουσειακής κοινότητας, καθώς το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων επέλεξε ως θέμα για τον εορτασμό της Διεθνούς Ημέρας Μουσείων το 2014 τις συνδέσεις (κυριολεκτικές, μεταφορικές, νοηματικές, συναισθηματικές, πολυαισθητηριακές) μεταξύ μουσειακών συλλογών και ανθρώπων, μια αναζήτηση που συμπεκνώνεται στον ευρηματικό τίτλο *Museum collections make connections*. Τα ζητήματα που τίθενται και σε αυτήν την περίπτωση είναι πολλά: Πώς μπορεί να οργανωθεί η συμμετοχική δράση των πολιτών στη λειτουργία του μουσείου και τι σημαίνει αυτό για το μουσείο και τους πολίτες; Ποια τα συστατικά στοιχεία του δημοκρατικού μουσείου και πώς μπορούν να τροφοδοτούνται αποτελεσματικά; Ποιο το κοινωνικό κεφάλαιο που μπορεί να παραχθεί από τη διαγενεακή επικοινωνία ατόμων και ομάδων στο πλαίσιο της μουσειακής λειτουργίας; Ποια η σημασία, οι δυνατότητες και οι δυσκολίες στην ανάπτυξη του εθελοντισμού στα μουσεία; Πώς καλλιεργούνται, διατηρούνται και συμβάλλουν τα κοινωνικά και επαγγελματικά δίκτυα συνεργασιών και οι συμμαχίες με κοινωνικούς εταίρους στη ζωή κάθε μουσείου; Ποια εν τέλει η σημασία και αποτελεσματικότητα κεντρικών κυβερνητικών πολιτικών για τον κοινωνικό ρόλο των μουσείων;

Η *εκπαιδευτική αξία* των μουσείων ως κοινωνικών χώρων οικειοθελούς μάθησης μέσω αντικειμένων, με τρόπους πολυαισθητηριακούς και καινοτόμους, δεν είναι διαπίστωση που προβάλλεται για πρώτη φορά. Αν και ως αξία δεν είναι αυταπόδεικτη, οι εκφάνσεις της είναι πολλές για όλες τις κοινωνικές και ηλικιακές ομάδες και μελετώνται συστηματικά εδώ και χρόνια. Η οικονομία της γνώσης, η δια βίου μάθηση, η δόμηση της πολιτειακής συνείδησης, η σύνδεση μάθησης με τη δημιουργικότητα και την καινοτομία με τρόπο όχι θετικιστικό ή γραμμικό αλλά εποικοδομιστικό, είναι μερικά από τα πολλά σημαντικά κεφάλαια που περιλαμβάνει η συζήτηση για την αξία της μουσειακής εκπαίδευσης.

Η *αξία της εμπειρίας*, που ακολουθεί, σχετίζεται με τη χαρά, την ευχαρίστηση, την χαλάρωση, την απόδραση από την καθημερινότητα που μπορεί να εκφράζει μια μουσειακή επίσκεψη για τους επισκέπτες, καθώς και τα ερεθίσματα που παρέχει στους πολίτες για δραστηριοποίηση σε διάφορους τομείς της κοινωνικής ζωής, για αυτο-ολοκλήρωση, ήρεμο αναστοχασμό, αισθητική απόλαυση, κριτική σκέψη και έμπνευση με εφιαλτήριο τις συλλογές και το τρισδιάστατο περιβάλλον του μουσείου. Ως *αξία* σχετίζεται, επίσης, με πολιτικές και στρατηγικές ανάπτυξης του ελεύθερου χρόνου, σημαντικές κοινωνικές πρωτοβουλίες και πρακτικές στους τομείς της κοινωνικής πρόνοιας, υγείας, θεραπείας και επανένταξης στον κοινωνικό ιστό διαφορετικών ατόμων και ομάδων, καθώς και με τη διαμόρφωση των αναγκαίων συμμαχιών από πλευράς μουσείων με βασικούς κοινωνικούς εταίρους που υπηρετούν τους παραπάνω τομείς.

Τέλος, η *οικονομική αξία* αποτυπώνει τις ευκαιρίες που παρέχει η ύπαρξη και λειτουργία ενός μουσείου τόσο σε επίπεδο μικρο-οικονομίας (εισπράξεις από τα εισιτήρια, τις επιχειρηματικές υπηρεσίες του μουσείου, όπως πωλητήριο και χώροι εστίασης, τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας) όσο και μακρο-οικονομίας για την τοπική κοινωνία (τουριστική ανάπτυξη με ποιοτικά κριτήρια, περιφερειακή ανάπτυξη, δημιουργία ταυτότητας τόπων, αστικό σχεδιασμό, σχέση του μουσείου με την αστική αναγέννηση και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής στην περιοχή κ.ά.).

Μολονότι το παραπάνω μοντέλο αξιακού αυτο-ελέγχου των μουσείων παραπέμπει επίσης σε μια σύνθετη ποιοτική και ποσοτική ανάλυση, έτυχε εξαρχής ευρύτατης αποδοχής και εφαρμογής από τα μουσεία της Ολλανδίας. Σύμφωνα με τη Margriet de Jong¹⁰, εκπρόσωπο της Ένωσης Μουσείων της Ολλανδίας, το 2012, έναν χρόνο μετά την αποστολή της μελέτης σε 400 μουσεία, τουλάχιστον το ¼ αυτών υιοθέτησε τη φιλοσοφία που εισήγαγε το μοντέλο για τον επαναπροσδιορισμό του τρόπου συγκρότησης της δημόσιας

¹⁰ Πληροφορία από ηλεκτρονική επικοινωνία με τη Margriet de Jong, Ιούλιος 2012.

εικόνας των μουσείων και την αξιοποίηση της αξιακά δομημένης ανάλυσης της δράσης τους για τη διαμόρφωση πιο αποτελεσματικών στρατηγικών σχεδίων για το μέλλον. Το 2012, η Ένωση ολοκλήρωσε άλλη μία ανάλυση κόστους-οφέλους, σύμφωνα με την οποία το καθαρό ετήσιο εισόδημα που παρήγαγαν τα μουσεία της χώρας ήταν περίπου ισοδύναμο με τη συνολική οικονομική ενίσχυση που τους παρείχε η ολλανδική κυβέρνηση, δηλαδή τα μουσεία δημιουργούσαν οικονομικούς πόρους αντίστοιχους με τις οικονομικές ενισχύσεις του κράτους (κάθε ευρώ που επενδύεται σε αυτά δημιουργεί ένα ακόμη ευρώ για την εθνική οικονομία). Η συγκεκριμένη μελέτη συντάχθηκε στα ολλανδικά με τίτλο *De schat van de stad*, (δηλαδή «ο Θησαυρός της πόλης» στα Ελληνικά) και αποτελεί οδηγό για τις τοπικές αυτοδιοικήσεις της Ολλανδίας ως προς τον τρόπο που καλούνται να περιγράψουν γειτονιές, πόλεις και ολόκληρες περιοχές με βάση την οικονομία, τις υποδομές, τον πολιτισμό και άλλους συναφείς παράγοντες (Marlet, Poort και van Woerkens, 2011).

Ρόλοι και πρακτικές

Σε παλαιότερο κείμενό μου στα μέσα της προηγούμενης δεκαετίας, είχα αναφερθεί σε ποικίλους επιθετικούς και μεταφορικούς προσδιορισμούς μέσω των οποίων εντοπίζονταν τα νέα οράματα, οι ρόλοι και οι πρακτικές των μουσείων, και είχα αναφερθεί στο Μουσείο: Εργαστήριο, Μουσείο: Αγορά, Μουσείο: Ζώνη Επαφής, Μετα-μοντέρνο, Νέο Μουσείο, Ανθρωποκεντρικό, Ανοικτό, Κοινοτικό, Ποιητικό, Ιδεοκεντρικό, Ανθρωπιστικό Μουσείο. Παράλληλα είχα σημειώσει ότι το μεταλλασσόμενο μουσείο, με όποιο όνομα και αν προσδιοριζόταν, ήταν ένας οργανισμός πολυμήχανος, με ενισχυμένο κοινωνικό ρόλο, που συνεισέφερε όχι μόνο στην εκπαιδευτική διαδικασία (τυπική και άτυπη), αλλά το ίδιο καίρια και στην προώθηση κοινωνικών αλλαγών με απώτερο σκοπό τη δόμηση πιο δημοκρατικών και προοδευτικών κοινωνιών (Μούλιου, 2005: 11-12).

Η δυναμική που αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια στη μουσειακή θεωρία και πρακτική αναδεικνύει σαφέστατα την κοινωνική διάσταση των μουσείων. Το 2010, Διεθνές Έτος για τη Σύγκλιση των Πολιτισμών, Έτος Βιοποικιλότητας και Έτος Νεολαίας: Διαλόγου και Αμοιβαίας Κατανόησης, η ειδική ομάδα Cross Cultural Task Force του Διεθνούς Συμβουλίου Μουσείων εισήγαγε για ψήφιση από το Συμβούλιο στη 25^η Γενική Διάσκεψή του στη Σανγκάη, ένα κείμενο δέκα σημείων-αρχών, που αφορούσαν βασικά κοινωνικά ζητήματα με επίκεντρο την αναγνώριση της σημασίας της πολιτιστικής πολυμορφίας και βιοποικιλότητας, την αναγκαιότητα για διαπολιτισμικό και διαγενεακό διάλογο και την υιοθέτηση πολιτικών κοινωνικής προσβασιμότητας από τα μουσεία. Το *ICOM Cultural*

*Diversity Charter*¹¹ χαρτογραφεί το σύνθετο θέμα της κοινωνικής πρακτικής από τα μουσεία προσφέροντας έναν νέο δεκάλογο μουσειακής ηθικής ή αλλιώς έναν νέο χάρτη πλοήγησης σε μια δυναμικά εξελισσόμενη κοινωνική πραγματικότητα. Παραθέτουμε το κείμενο καθώς αποτελεί ευκαιρία για μια πρώτη απόδοσή του στα Ελληνικά.

Το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων υιοθετεί το κείμενο έχοντας την πρόθεση:

1. ΠΟΛΥΜΟΡΦΙΑ (DIVERSITY): να αναγνωρίσει και επιβεβαιώσει όλες τις μορφές πολιτισμικής και βιολογικής πολυμορφίας σε τοπικό, περιφερειακό και διεθνές επίπεδο, και να αντικατοπτρίσει αυτήν την πολυμορφία σε όλες τις πολιτικές και τα προγράμματα των μουσείων ανά τον κόσμο.

2. ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ (PARTICIPATORY DEMOCRACY): να προωθήσει την υιοθέτηση πλαισίων συνεργασίας που θα επιτρέπουν και θα ενθαρρύνουν την ενεργή συνδρομή όλων των κοινωνικών εταίρων, κοινοτικών ομάδων, πολιτιστικών οργανισμών και επίσημων φορέων μέσω κατάλληλων διαδικασιών διαβούλευσης, διαπραγμάτευσης και συμμετοχής, διασφαλίζοντας την κυριότητα των διαδικασιών, ως κύριο συστατικό αυτών.

3. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ (COOPERATION AND COORDINATION): να συνεργασθεί και να συντονίσει ανταλλαγές προγραμμάτων και να ενθαρρύνει επίσης ανταλλαγές επαγγελματιών, με στόχο να μεγιστοποιήσει τους διαθέσιμους πόρους και την τεχνογνωσία σε τοπικό και παγκόσμιο επίπεδο.

4. ΕΙΡΗΝΗ ΚΑΙ ΔΟΜΗΣΗ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑΣ (PEACE AND COMMUNITY BUILDING): να προωθήσει την αίσθηση του «ανήκειν» σε έναν τόπο και τις ταυτότητες διαφορετικών ανθρώπων, εκτιμώντας τις πολλαπλές τους κληρονομίες –φυσικές και πολιτιστικές, απτές και άυλες, κινητές και μη κινητές– και ενθαρρύνοντας ένα κοινό όραμα σε πνεύμα συμφιλίωσης, μέσω διαπολιτισμικού και διαγενεακού διαλόγου.

5. ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΜΠΝΕΥΣΗ (INNOVATION AND INSPIRATION): να ενθαρρύνει τη δημιουργικότητα και να αναπτύξει ρηξικέλευθες προσεγγίσεις, για να διαμορφώσει αντιλήψεις για μεγαλύτερη προσβασιμότητα στην κληρονομιά, σε μουσειακά περιβάλλοντα που χαρακτηρίζονται από πολιτιστική και γλωσσική πολυμορφία.

6. ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΗΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑΣ (CAPACITY BUILDING): να επιχειρήσει με στοχευμένο και βιώσιμο τρόπο τη διεύρυνση της λειτουργικής ικανότητας των μουσείων, σε μια προσπάθεια να ανταποκριθεί με ορμή και όραμα σε μετασχηματισμούς και αλλαγές στο πλαίσιο πολυ-πολιτισμικών και πολυ-γλωσσικών κοινωνιών.

¹¹Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://icom.museum/the-governance/general-assembly/resolutions-adopted-by-icoms-general-assemblies-1946-to-date/shanghai-2010/>.

7. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΠΟΛΥΜΟΡΦΙΑ (PRODUCTIVE DIVERSITY): να ενισχύσει τις προσεγγίσεις που ενθαρρύνουν την αξιοποίηση ποικίλων πόρων, θέτοντας επί τάπητος και γεφυρώνοντας το χάσμα ανταγωνιστικών επιδιώξεων μεταξύ πολιτισμικής πολυμορφίας και βιοποικιλότητας από την μία και οικονομικών επιταγών από την άλλη.

8. ΠΡΟΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ (STANDARD SETTING): να συζητήσει διαλεκτικά διάφορα διεθνή νομικά εργαλεία των Ηνωμένων Εθνών και της ΟΥΝΕΣΚΟ για την πολιτιστική κληρονομιά, αφενός κείμενα συστάσεων, χάρτες και δηλώσεις όσο και νομικά κείμενα Συμβάσεων και Συνθηκών, προσφέροντας κατ' αυτόν τον τρόπο στρατηγικές επαγγελματικής ηγεσίας.

9. ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ (SUSTAINABILITY AND CLIMATE CHANGE): να αναγνωρίσει την πολιτιστική αειφορία ως τον τέταρτο πυλώνα της μαζί με την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική αειφορία, και να θέσει υπό συζήτηση τις πολιτιστικές και δημιουργικές διαστάσεις της κλιματικής αλλαγής.

10. ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ (DIGITAL DOMAIN): να κατανοήσει τις διαφορές ανάμεσα στην ψηφιοποίηση, την ψηφιακή πρόσβαση και την ψηφιακή κληρονομιά, να υποστηρίξει την ψηφιακή πρόσβαση σε όλες τις δράσεις και να αναγνωρίσει ότι η ψηφιακή πρόσβαση δεν αποτελεί υποκατάστατο της επιστροφής και του επαναπατρισμού πολιτιστικών αγαθών.

Η συμμετοχικότητα, η προσαρμοστικότητα, η ευρηματικότητα, η δημιουργικότητα, η συμμετοχική δημοκρατία, η κοινωνική δικαιοσύνη και η εν-συναίσθηση αποτελούν πλέον έννοιες-κλειδιά στην τρέχουσα μουσειολογία. Οι διερευνημένες ιδιότητες και οι σύνθετοι ρόλοι των μουσείων εκφράζονται μέσα από νέους επιθετικούς προσδιορισμούς, όπως το «Ελκυστικό»¹², «Ανταποκρινόμενο» (Responsive)¹³, «Συμμετοχικό»¹⁴, «Δικτυωμένο»¹⁵, «Θεραπευτικό»¹⁶, «Δίκαιο και Δημοκρατικό», «Συναισθηματικό», ακόμη και «Ευτυχισμένο» Μουσείο¹⁷, με πλείστα εξαιρετικά παραδείγματα εκτός αλλά και εντός Ελλάδας.

¹² Βλ. Black, 2009 (2005) και Black, 2012.

¹³ Βλ. Lang, Reeve, Woollard, 2006.

¹⁴ Βλ. Simon, 2010.

¹⁵ Βλ. σχετική επιστημονική συνάντηση το 2011 στο Μουσείο Μπενάκη με τίτλο «Δικτυωμένο Μουσείο. Νέα Μέσα και Καινοτόμες Ιδέες για τη Διεύρυνση Κοινού σε Μουσεία και Πολιτιστικούς Φορείς» Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://www.benaki.gr/index.asp?id=203000001&sid=1077&cat=0&lang=gr>.

¹⁶ Βλ. Σχετικό αφιέρωμα για τα θεραπευτικά μουσεία στο 48^ο τεύχος του περιοδικού *Museum Practice* (Pes, 2009).

¹⁷ Για εκτενείς πληροφορίες για την έννοια του Ευτυχισμένου / Ευδαμονικού Μουσείου, βλ. την ιστοσελίδα του ομώνυμου ερευνητικού προγράμματος *The Happy Museum*. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://www.happymuseumproject.org/>.

Η Nina Simon στο πασίγνωστο και εξαιρετικά δημοφιλές βιβλίο της *The Participatory Museum* και στο ιστολόγιο που διατηρεί και ενημερώνει διαρκώς με τίτλο *Museum 2.0*.¹⁸ ερμηνεύει το συμμετοχικό μουσείο ως εξής: «σ' έναν συμμετοχικό πολιτιστικό οργανισμό οι επισκέπτες μπορούν να δημιουργούν, να μοιράζονται και να συνδέονται μεταξύ τους με σημείο αναφοράς το περιεχόμενο. *Δημιουργώ* σημαίνει ότι οι επισκέπτες προσφέρουν στον οργανισμό και στους άλλους επισκέπτες ιδέες, αντικείμενα και δημιουργική έκφραση. *Μοιράζομαι* σημαίνει ότι οι άνθρωποι συζητούν, παίρνουν μαζί τους στο σπίτι, ανακατεύουν και ανακατανέμουν ό,τι βλέπουν και ό,τι δημιουργούν. *Συνδέομαι* σημαίνει ότι οι επισκέπτες κοινωνικοποιούνται με άλλους ανθρώπους –προσωπικό του οργανισμού και άλλους επισκέπτες– που μοιράζονται τα ενδιαφέροντά τους. *Με σημείο αναφοράς το περιεχόμενο* σημαίνει ότι οι συζητήσεις και οι δημιουργίες των επισκεπτών εστιάζουν στα τεκμήρια, τα αντικείμενα και στις ιδέες που ο κάθε πολιτιστικός οργανισμός θεωρεί πιο σημαντικά» (Simon, 2010: 1).

Η Christina Kreps, καθηγήτρια Ανθρωπολογίας και Μουσειακών Σπουδών και Διευθύντρια στο Πανεπιστημιακό Μουσείο του Ντένβερ, Κολοράντο, σε ένα πρόσφατο κείμενό της με τίτλο «Participation, Museums and Civic Engagement», που αποτελεί μέρος του υλικού του *The Learning Museum* (Kreps, 2013), σημειώνει ότι «στη θεωρία όσο και στην πράξη, η συμμετοχικότητα μπορεί να ορισθεί με πολλούς τρόπους και να προσλάβει διαφορετικές μορφές ανάλογα με τους εμπλεκόμενους χρήστες και το περιβάλλον της συμμετοχικής δράσης. Γενικά, πάντως, η συμμετοχικότητα ως όρος-κλειδί εκφράζει τους πολλαπλούς τρόπους με τους οποίους τα μουσεία μπορούν να εμπλακούν ενεργά με τις κοινότητες και οι κοινότητες με τα μουσεία. Κατ' ουσίαν, η συμμετοχικότητα παραπέμπει σε συγκεκριμένες μορφές σχέσεων μεταξύ των μουσείων και των κοινοτήτων όσο και σε συγκεκριμένες μουσειακές πρακτικές. Η συμμετοχικότητα αποτελεί τμήμα της συνεχιζόμενης προσπάθειας για εκδημοκρατισμό των μουσείων ως κοινωνικών θεσμών στην υπηρεσία της κοινωνίας και ως ενεργών μηχανισμών κοινωνικής δέσμευσης» (Kreps, 2013: 85).

Στο βιβλίο της *The Social Work of Museums*, η Lois Silverman μιλά επίσης για τις σχέσεις μουσείων και ατόμων, καθώς και μουσείων και ομάδων (Silverman, 2010). Υπέρμαχος της ιδέας ότι τα μουσεία θα πρέπει να καλλιεργούν ήθη και πρακτικές φροντίδας και αλληλεγγύης, δηλώνει ότι το κοινωνικό τους έργο δεν θα πρέπει να εκλαμβάνεται ως μια προαιρετική συμπληρωματική υπηρεσία με στόχο την ανάδειξη και πληρέστερη ερμηνεία των μουσειακών αντικειμένων, αλλά ως δομικό στοιχείο-πυλώνα του

¹⁸ Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://museumtwo.blogspot.gr/>.

μουσειακού προγραμματισμού. Χαρτογραφώντας το κοινωνικό και θεραπευτικό έργο διαφόρων μουσείων ανά τον κόσμο, αναγνωρίζει την επίδρασή του σε τέσσερις βασικές κατηγορίες ανθρώπινων σχέσεων που συγκροτούν τους θεμέλιους λίθους της κοινωνίας: σχέσεις με τον εαυτό, σχέσεις σε ζεύγη, οικογενειακές σχέσεις, σχέσεις εντός μιας ομάδας / κοινότητας και προτείνει την ακόλουθη συσχέτιση σχέσεων και αναγκών ως ενδεικτικό οδηγό-πλαίσιο για την κατανόηση του θέματος:

Ανάγκες	Σχέσεις			
	Εαυτός	Ζεύγος	Οικογένεια	Ομάδα
Μεταμόρφωση	Υπέρβαση	Διάσταση	Ευελιξία	Σύνδεση
Εξέλιξη	Ταυτότητα	Αλληλοεξάρτηση	Συνέχεια	Ενδυνάμωση
Πρόοδος	Ικανότητα	Τρυφερότητα	Συνοχή	Συνεκτικότητα
Θεμελιακή βάση	Υγεία	Συντροφικότητα	Σπιτικό	Σκοπός

Πίνακας 3: Κατηγορίες ανθρώπινων σχέσεων σε συνδυασμό με τις ανάγκες τους (Silverman, 2010: Πίνακας 7.1, σ. 141)

Για τη Silverman, τα μουσεία έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν κοινωνικό έργο όποτε μια σχέση (οποιασδήποτε μορφής) υπόκειται σε κίνδυνο από καταστάσεις όπως άγχος, εθισμό, νοητική ή φυσική υστέρηση, μελαγχολία, θλίψη, ασθένεια, ανεργία, εκτοπισμό, πόλεμο, προκατάληψη, φτώχεια, έλλειψη στέγης, κοινωνικό στίγμα, ανισότητες, κακοποίηση κ.ά., με παρεμβάσεις που αξιοποιούν τις δυνατότητες και ευκαιρίες που παρέχουν οι συλλογές και τα αντικείμενα, ποικίλα εργαστήρια δημιουργικής απασχόλησης, συμμετοχικές δράσεις, ο ίδιος ο χώρος του μουσείου κ.ά. Οι παρεμβάσεις τους υπηρετούν κατ' αρχήν τη βάση των αναγκών των σχέσεων, προσδιορίζοντας και καθιστώντας δυνατή την ύπαρξή τους. Στη συνέχεια, υπηρετούν ανάγκες που εδραιώνουν τις σχέσεις και τις βοηθούν σταδιακά να εξελιχθούν σε μια ανώτερη βαθμίδα που σηματοδοτεί για αυτές μεταμορφωτικές αλλαγές.

Η θεωρητική προσέγγιση του κοινωνικού έργου των μουσείων στην πράξη αποκτά ακόμη μεγαλύτερη δύναμη. Εξαιρετικά ενδιαφέρουσες και ποικίλων στοχεύσεων οι κοινωνικές δράσεις των μουσείων, οι περισσότερες από τις οποίες βασίζονται στο συμμετοχικό πληθοποριστικό μοντέλο λειτουργίας. Στη διαρκώς εμπλουτιζόμενη ιστοσελίδα της μουσειακής κοινωνικής Συμμαχίας Social Justice Alliance of Museums (SJAM)¹⁹ μπορεί κάποιος να βρει ορισμένα χαρακτηριστικά παραδείγματα δράσεων και συναφών ερευνητικών προγραμμάτων. Επιλεκτικά και πολύ επιγραμματικά θα

¹⁹ Πληροφορίες για τη μουσειακή κοινωνική Συμμαχία Social Justice Alliance of Museums, βλ. στην ιστοσελίδα της. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://sjam.org/case-studies/>.

αναφερθούμε σε δύο αγγλικά παραδείγματα, τα προγράμματα *Happy Museum Project*²⁰ και *Museums Change Lives*²¹, λόγω της εθνικής τους εμβέλειας, του κινηματικού χαρακτήρα που έχουν προσλάβει (το δεύτερο βεβαίως περισσότερο από το πρώτο) και της μεταξύ τους συνάφειας.

Το *Happy Museum Project* είναι ένα πρόγραμμα έρευνας και ανάπτυξης (R&D) που ξεκίνησε το 2011 και συνεχίστηκε μέχρι και το 2013 (εκτός εάν υπάρξει και συνέχεια), με ποικίλες χρηματοδοτήσεις και με την πρωτοβουλία του Tony Butler, Διευθυντή του Museum of East Anglia Life, ο οποίος επηρεασμένος από θεωρίες της «θετικής ψυχολογίας» έθεσε στο επίκεντρο της μουσειακής του ηγεσίας το όραμα κατάκτησης της ευδαιμονίας σε συνδυασμό με την υποστήριξη της αειφορίας, στο πνεύμα όσων αναφέρθηκαν παραπάνω στην ενότητα για τις αξίες των μουσείων. Το πρόγραμμα άντλησε θεωρητική και εμπειρική ανατροφοδότηση από ποικίλους τομείς που διερευνούν σήμερα το θέμα της ευδαιμονίας, προσαρμοστικότητας και φροντίδας για το περιβάλλον και τον άνθρωπο (ψυχολογία, οικονομία, διοίκηση οργανισμών και επιχειρήσεων, τομείς υγείας και κοινωνικής πρόνοιας κ.ά.) και μελέτησε πώς μπορεί η μουσειακή κοινότητα της χώρας να ανταποκριθεί στην ανάγκη για ένα βιώσιμο μέλλον, με βάση τις αρχές της ευδαιμονίας και της αειφορίας (κοινωνικής, περιβαλλοντικής, οικονομικής, πολιτιστικής), έχοντας παράλληλα ως βασική πεποίθηση ότι τα μουσεία μπορούν να έχουν σημαντική θέση στην κοινωνία, αν επαναπροσδιορίσουν τους σκοπούς, τους ρόλους, τις πρακτικές και την επιστημολογική τους θεώρηση για το τι συγκροτεί τη γνώση και αν εμπνεύσουν τους πολίτες να ενεργοποιηθούν, υιοθετώντας την αρχή της κοινωνικής ευθύνης και της αυτοδιαχείρισης. Ερευνώντας, λοιπόν, τη διαδικασία και τον σκοπό της ποθούμενης αλλαγής με κεντρικό σύνθημα το «re-imagining museums for a changing world» («ξαναφαντάσου τα μουσεία σε έναν κόσμο που αλλάζει»), βασίστηκε σε θεωρίες και μεθοδολογίες περί οργανωσιακών και προσωπικών αλλαγών και σε έξι βασικές αρχές:

- «Υπολόγισε ό,τι έχει σημασία» (Measure what matters)
- «Γίνε ενεργός πολίτης» (Be an active citizen)
- «Ανάπτυξε κοινωνικές σχέσεις με αμοιβαιότητα» (Pursue mutual relationships)
- «Δημιούργησε συνθήκες για κατάκτηση της ευδαιμονίας» (Create the conditions for wellbeing)
- «Μάθε να προσαρμόζεσαι» (Learn from resilience)

²⁰ Ο.π., υποσημείωση 15.

²¹ Για την εκστρατεία *Museums Change Lives*, αναλυτικές πληροφορίες στην ιστοσελίδα της Ένωσης Μουσείων της Αγγλίας. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://www.museumsassociation.org/museums-change-lives/25062013-the-vision>.

• «Δώσε αξία στο περιβάλλον και προστάτευσε το μέλλον όσο και το παρελθόν»
(Value the environment. Be a steward of the future as well as the past.)

Το πρόγραμμα με τη μικρή του χρηματοδότηση επέτρεψε συμμετοχή σε δώδεκα μουσεία, τα οποία επιλέχθηκαν με κριτήριο την εκπροσώπηση διαφορετικών κατηγοριών οργανισμών (εθνικά μουσεία, πανεπιστημιακά, κοινοτικά, τοπικής αυτοδιοίκησης και ανεξάρτητα). Κάθε μουσείο ανέπτυξε δική του ερευνητική δράση, για να υποστηρίξει την έννοια του «Ευτυχισμένου Μουσείου» (π.χ. από τη συνολική επανεκπαίδευση του υπεύθυνου για τους επισκέπτες προσωπικού ή ανάθεση νέων ρόλων σε εθελοντές, διαφορετικούς τρόπους διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού και πρότζεκτ μανάτζμεντ έως νέους τρόπους διεξαγωγής ερευνών επισκεπτών και σχεδιασμού ποικίλων συμμετοχικών δημιουργικών και κοινοτικών δράσεων με σημείο αναφοράς μουσειακές συλλογές ή/και προσωπικές αφηγήσεις κ.ά.). Τα πορίσματα που συλλέχθηκαν και οι αναλυτικές συστάσεις που δημοσιεύθηκαν στην τελική έκθεση αξιολόγησης του προγράμματος το 2013²², οι οποίες αφορούν τόσο στη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού των μουσείων και των δημιουργικών ομάδων του όσο και στη σχέση των μουσείων με τις κοινότητες που υπηρετούν, καταδεικνύουν τις θετικές προοπτικές της φιλοσοφίας του προγράμματος αλλά και την ανάγκη για μεταρρυθμιστικές αλλαγές σε όλο το εύρος της μουσειακής κοινότητας, εδραιώνοντας πρακτικές στη βάση της καθημερινής λειτουργίας των μουσείων και όχι μόνο στο επίπεδο ενός ερευνητικού προγράμματος.

Η εκστρατεία της Ένωσης Μουσείων της Αγγλίας *Museums Change Lives*²³ ξεκίνησε ουσιαστικά από το 2012, όταν ο οργανισμός έδωσε σε δημόσια διαβούλευση το κείμενο *Museum 2020*²⁴, που αφορούσε στο μέλλον των μουσείων και στους ρόλους τους μέσα στην κοινωνία, και έτσι εγκαινίασε έναν ακόμη παραγωγικό διάλογο με τους επαγγελματίες των μουσείων και όλους τους κοινωνικούς εταίρους τους για το θέμα αυτό. Το ιδεολογικό πρόσταγμα της εκστρατείας, πολύ κοντινό σε εκείνο του προηγούμενου παραδείγματος, βασίζεται στο όραμα των εμπνευστών της για ανάδειξη της επίδρασης των μουσείων στην κοινωνία και στη διαπίστωση ότι τα μουσεία πρέπει να είναι πιο φιλόδοξα και να πιστεύουν πιο πολύ στον κοινωνικό αναμορφωτικό τους ρόλο, προχωρώντας σε μεταρρυθμίσεις που θα ενισχύσουν τον κοινωνικό τους προορισμό και θα μεταμορφώσουν τη θέση τους στη ζωή των ανθρώπων. Στόχος της εκστρατείας, το μανιφέστο της οποίας

²² Η σχετική έκθεση αξιολόγησης τιτλοφορείται *Re-imagining Museums for a Changing World. Learning and Evaluation* (2013) Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από http://www.happymuseumproject.org/wp-content/uploads/2013/11/HappyMuseum_LearningEvaluationReport_Sep13-1.pdf.

²³ Ο.π., υποσημείωση 19.

²⁴ Για τη δημόσια διαβούλευση με θέμα τα μουσεία σε μία δεκαετία περίπου και τίτλο *Museums 2020*, βλ. σχετικό υλικό στην Ένωση Μουσείων Αγγλίας. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://www.museumsassociation.org/museums2020>.

δημοσιεύθηκε το καλοκαίρι του 2013, είναι να κινητοποιήσει το ενδιαφέρον των πολιτών για τα μουσεία αλλά και πιθανών χορηγών και οργανισμών που μπορούν να στηρίξουν οικονομικά μουσειακές δράσεις για το πώς τα μουσεία μπορούν να αλλάξουν τις ζωές των ανθρώπων.

Οι τρεις ιδεολογικοί άξονες του *Museums Change Lives* συνοψίζονται στα μηνύματα «Τα μουσεία συνεισφέρουν στην προσωπική ευτυχία», «Τα μουσεία δημιουργούν καλύτερους τόπους, για τις κοινότητες και το περιβάλλον», «Τα μουσεία εμπνέουν ιδέες και ανθρώπους, ενθαρρύνοντας τη μάθηση και σύγχρονους τρόπους σκέψης», καθένα από τα οποία αναλύεται διεξοδικά στην ιστοσελίδα της Ένωσης και τεκμηριώνεται με ποικίλα παραδείγματα μουσείων και δράσεων που έχουν επιλεγεί ως ενδείκτες καλής πρακτικής. Αξίζει επίσης να αναφέρουμε δέκα σημεία που υιοθετεί η εκστρατεία ως βασικές αξιακές αρχές:

1. Κάθε μουσείο διαφέρει, αλλά όλα μπορούν να βρουν τρόπους να ενδυναμώσουν την κοινωνική τους συνεισφορά.
2. Κάθε άνθρωπος έχει δικαίωμα συμμετοχής στον κόσμο των μουσείων και στη χαρά που προσφέρουν.
3. Οι επισκέπτες των μουσείων είναι δημιουργοί όσο και καταναλωτές της γνώσης. Οι εμπειρίες και δεξιότητές τους μεταμορφώνουν τις εμπειρίες των υπολοίπων επισκεπτών.
4. Η δυναμική συμμετοχή των πολιτών στη λειτουργία των μουσείων συνεισφέρει στην καλύτερη λειτουργία τους.
5. Τα μουσεία προωθούν την κριτική σκέψη και τον διάλογο.
6. Τα καλά μουσεία προσφέρουν εξαιρετικές εμπειρίες.
7. Τα μουσεία που παράγουν αποτελεσματικό έργο ασχολούνται με επίκαιρα θέματα.
8. Η κοινωνική δικαιοσύνη αποτελεί κεντρικό συστατικό στοιχείο της επιρροής των μουσείων στην κοινωνία.
9. Τα μουσεία δεν είναι ουδέτεροι χώροι.
10. Τα μουσεία συνεισφέρουν στον τοπικό πολιτισμό και στην ανάδειξη της τοπικής ιδιαιτερότητας.

Σε συνέχεια αυτών, το κείμενο-μανιφέστο του *Museums Change Lives* προτείνει δέκα τρόπους για τη μεγιστοποίηση της κοινωνικής συνεισφοράς των μουσείων. Αυτοί οι τρόποι απαιτούν αξιολόγηση των τρεχουσών πρακτικών και κοινωνικών τους σχέσεων με επισκέπτες και μη-επισκέπτες, δέσμευση στην ιδέα της αλλαγής και υιοθέτηση

στρατηγικών στόχων που την υποστηρίζουν, αναζήτηση και μελέτη καλών πρακτικών που εφαρμόζουν άλλα μουσεία, αναζήτηση κατάλληλων συνεργατών και κοινωνικών εταίρων αναγνωρίζοντάς τους ως ισότιμους στην κοινή προσπάθεια, ανακατανομή των πόρων τους, υιοθέτηση αειφορικών τρόπων λειτουργίας κ.ά.

Σε ευρύτερο ευρωπαϊκό επίπεδο, η ενεργότερη εμπλοκή των πολιτών με έργα πολιτιστικής αναφοράς και συγκεκριμένα με τα μουσεία αποτελεί προτεραιότητα και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της νέας της ατζέντας για τη «Δημιουργική Ευρώπη», η οποία φαίνεται να προσεγγίζει την πρόκληση με πιο τεχνοκρατικό και όχι τόσο ιδεαλιστικό τρόπο, θέτοντας ως βασική προτεραιότητα τη διερεύνηση και περαιτέρω ανάπτυξη του αριθμού των επισκεπτών στα μουσεία και όχι την ιδέα ή το όραμα για τη δημιουργία ευδαιμονικών μουσείων, πολιτών και κοινωνιών. Ειδικές ομάδες εμπειρογνομόνων με εκπροσώπους από τα είκοσι επτά κράτη-μέλη κατέθεσαν απόψεις και παραδείγματα πολιτικών και καλών πρακτικών για το θέμα της καλύτερης πρόσβασης και ευρύτερης συμμετοχής των πολιτών στον πολιτισμό. Τα πορίσματα και οι συστάσεις αυτής της εργασίας δημοσιεύθηκαν στο κείμενο *Report on Policies and Good Practices in the Public Arts and Cultural Institutions to Promote Better Access to and Wider Participation in Culture, Working Agenda 2011-2014* (OMC, 2012), από το οποίο σταχυολογούμε ως βασικούς τους ακόλουθες άξονες δράσης:

- Πρόσβαση για ποιον / ποιους; Χαρτογράφηση των κοινωνικών ομάδων που αποτελούν ομάδες-στόχους. Εντοπισμός των πιθανών εμποδίων που αναστέλλουν τη χρήση των μουσείων από τους πολίτες. Εκτιμώμενο ύψος επένδυσης που χρειάζεται για την άρση των εμποδίων αυτών.

- Ποιος αναλαμβάνει να ξεκινήσει τη διαδικασία της διεύρυνσης; Το κράτος και οι κεντρικές δομές του ή οι ίδιοι οι πολιτιστικοί οργανισμοί;

- Απομάκρυνση των εμποδίων (φυσικών, οικονομικών, γεωγραφικών, πολιτιστικών και κοινωνικών).

- Προσέγγιση και αναπτυξιακή προσπάθεια διεύρυνσης του αριθμού των επισκεπτών: α) ενεργοποιώντας το ενδιαφέρον των πολιτών μέσω της εκπαίδευσης, β) πράττοντας σε επίπεδο τοπικό, γ) προσαρμόζοντας τις υπηρεσίες στις ανάγκες των επισκεπτών, δ) διερευνώντας νέες ευκαιρίες που προέρχονται από το ψηφιακό περιβάλλον.

- Από επισκέπτες-πρωταγωνιστές: Πώς μπορούν τα μουσεία να εμπλέξουν τους ανθρώπους σε καλλιτεχνικές δράσεις;

- Αξιολόγηση όλης της προσπάθειας.

Ολοκληρώνοντας αυτήν την πυκνογραμμένη αλλά επιγραμματική επισκόπηση αναλογικά με το εύρος, την ποικιλία, την ένταση και το βάθος των σύγχρονων εξελίξεων στο μουσειακό γίγνεσθαι, δεν είναι άσκοπο να τονίσουμε για ακόμη μία φορά ότι τα μουσεία αποτελούν ζωντανά συστήματα που συνεχώς καλούνται να επαναπροσδιορίσουν ρόλους, στόχους και προτεραιότητες σε μια κοινωνία που αλλάζει, να ενθαρρύνουν σχέσεις ανάμεσα στους επισκέπτες σε διαφορετικές γενεές και πολιτισμούς σε όλον τον κόσμο και να αναθεωρήσουν παραδοσιακούς τρόπους ερμηνευτικής προσέγγισης των συλλογών με κύριο μέλημα την ενεργή συμμετοχή των πολιτών στη μουσειακή εμπειρία και σε έναν διάλογο με το παρελθόν, το παρόν και το μέλλον.

Αντλώντας έμπνευση και αισιοδοξία από κοινωνικά σπουδαίες και καινοτόμες μουσειακές δράσεις, που εντάσσονται στο πνεύμα οραματικών προγραμμάτων, όπως το *Museums Change Lives*, δεν μπορούμε παρά να συμφωνήσουμε με έναν από τους πολλούς σχολιαστές στο ιστολόγιο της Nina Simon, ο οποίος δεν ήταν επαγγελματίας μουσείων, ότι τα μουσεία θα πρέπει να αναπτύσσουν σε μόνιμη βάση πρακτικές προσέγγισης και προσέλευσης των πολιτών και των κοινοτήτων στις οποίες ανήκουν, καθώς και ενεργητικής εμπλοκής μαζί τους. Με άλλα λόγια, τα μουσεία θα πρέπει να πράττουν εκεί όπου και οι κοινότητες ζουν και αναπνέουν, ώστε σταδιακά να καταστεί πιο ρεαλιστική η δόμηση μιας βιώσιμης σχέσης μεταξύ τους, στο πνεύμα όσων και ο μεγάλος οραματιστής του κοινωνικού μουσείου *John Cotton Dana* είχε δηλώσει πριν από έναν αιώνα, δηλαδή ότι τα μουσεία δεν θα πρέπει να αναζητούν τι μπορεί να κάνει μια κοινότητα για αυτά, αλλά τι μπορούν αυτά να κάνουν για την κοινότητα (Pes, 2008: 49).

Τέλος, δεν μπορούμε να μην αποδεχθούμε την αλήθεια που κρύβει η καιρία διαπίστωση της Lois Silverman: «Οι μεγαλύτεροι θησαυροί του πολιτισμού μας δεν είναι τα έργα τέχνης αλλά οι ανθρώπινες σχέσεις. Μεγαλειώδεις και πολύτιμες [και ότι] ...η νέα εποχή απαιτεί αλλαγές παγκόσμιας εμβέλειας και ανεξάντλητα ανθρώπινα αποθέματα για προσφορά αγάπης και φροντίδας» (Silverman, 2010: 155).

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Balshaw, M., Merriman, N. (2008). Ηγεσία μουσείων βασισμένη στις αξίες. *Τετράδια Μουσειολογίας*, 5, 33-38.

Black, G. (2005). *Το Ελκυστικό Μουσείο* (τίτλος πρωτοτύπου: *The Engaging Museum*). Μτφρ. του Black G. Αθήνα: Εκδόσεις ΠΙΟΠ.

Dodd, J., Jones, C. (2009). Τα «Γενικά Αποτελέσματα της Μάθησης»: ένα εννοιικό πλαίσιο για την κατάδειξη της επίδρασης της μάθησης στα μουσεία. *Τετράδια Μουσειολογίας*, 6, 11-19.

Μούλλιου, Μ. (2005). Μουσεία: πεδία για την κατανόηση του κόσμου. *Τετράδια Μουσειολογίας*, 2, 9-17.

Χριστοδούλου, Α., Κάρτσακα, Ε. (2012). Μοντέλο χαρτογράφησης αξιών σε μουσειακό περιβάλλον. *Τετράδια Μουσειολογίας*, 8, 24-33.

Ξενόγλωσση

Allen-Greil, D. (2013). Everything that's wrong with society? Facebook Home in museums, 25/4/2013, στο ιστολόγιο *Engaging Museums*. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://danamus.es/2013/04/25/everything-thats-wrong-with-society-facebook-home-in-museums/#comments>.

Black, G. (2012). *Transforming Museums in the Twenty-First Century*, London: Routledge.

Bourke, M. (2013). New Trends in Museums of the 21st century. Introduction: Working Group 1. Στο Nicholls, A., Pereira, M., Sani, M. (eds) (2013). *New Trends in Museums of the 21st century*, The Learning Museum Network Project, σ. 9-13. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://www.lemproject.eu/WORKING-GROUPS/museums-in-the-21st-century-1/7th-report-new-trends-in-museums-of-the-21st-century/view>.

Department for Culture, Media and Sport (2005). *Understanding the Future. Museums and the 21st century Life. The Value of Museums*. London: DCMS.

Directorate General Education and Culture (2007). *European Cultural Values*, Special Eurobarometer 278, Brussels: European Commission. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από http://ec.europa.eu/culture/documents/values-report-en_en.pdf

Doering, Z.D. (1999). Strangers, guests, or clients? Visitor experiences in museums. *Curator: The Museum Journal*, 42(2), 74-87.

Falk, J., Dierking, L. (2013). *The Museum Experience Revisited*. Walnut Creek, California: Left Coast Press.

Falk, J., Dierking, L. (1992). *The Museum Experience*, Washington DC: Howells House.

Holden, J. (2004). *Capturing Cultural Value*. London: Demos. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://www.demos.co.uk/files/CapturingCulturalValue.pdf?1240939425>.

Holden, J. (2006). *Cultural Value and the Crisis of Legitimacy. Why Culture needs a Democratic Mandate*. London: Demos. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://www.demos.co.uk/files/Culturalvalueweb.pdf?1240939425>.

Kreps, C. (2013). Participation, Museums, and Civic Engagement. Στο Nicholls, A., Pereira, M., Sani, M. (eds) (2013). *New Trends in Museums of the 21st century*, The Learning Museum Network Project, σ. 85-101. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://www.lemproject.eu/WORKING-GROUPS/museums-in-the-21st-century-1/7th-report-new-trends-in-museums-of-the-21st-century/view>.

Legendijk, E. (2011). The social value of museums: more than beautiful collections alone. *NEMOnews*, 1, 4-5. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από http://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMONews/nemoNews_1-11www.pdf.

Lang, C., Reeve, J., Woollard V. (eds) (2006). *The Responsive Museum: Working With Audiences in the Twenty-first Century*. Hampshire: Ashgate Publishing Ltd.

Lundgaard, B., Thorek Jense, J. (eds) (2013). *Museums: Social Learning Space and Knowledge Producing Processes*. Styrelsen: Danish Agency for Culture.

Marlet, G., Poort, J., van Woerkens, C. (2011). *De chat van de stad*, Utrecht: Atlas voor gemeenten. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από http://www.museumvereniging.nl/Portals/0/De_schat_van_de_stad%202.pdf.

Negri, M. (2013). Emerging new trends in the European museum panorama. Στο Nicholls, A., Pereira, M., Sani, M. (eds) (2013). *New Trends in Museums of the 21st century*, The Learning Museum Network Project, σ. 15-39. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://www.lemproject.eu/WORKING-GROUPS/museums-in-the-21st-century-1/7th-report-new-trends-in-museums-of-the-21st-century/view>.

OMC Expert Group on Better Access and Wider Participation in Culture (2012). *Report on Policies and Good Practices in the Public Arts and Cultural Institutions to Promote Better Access to and Wider Participation in Culture, Working Agenda 2011-2014*. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://ec.europa.eu/culture/events/documents/workplan-2011-14.pdf>.

Packer, J. (2008). Beyond Learning: Exploring Visitors' Perceptions of the Value and Benefits of Museum Experiences. *Curator*, 51(1), 33-54.

- Pes, J. (2008). Introduction: community projects. *Museum Practice*, 44, 49.
- Pes, J. (2009). Therapeutic museums. *Museum Practice*, 48, 39-55.
- Raemaekers, D. (ed.) (2011). *The Social Significance of Museums*, The Netherlands Museum Association. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://www.museumvereniging.nl/Portals/0/NMV%20'More%20than%20worth%20it'.pdf>.
- Robinson, K. (2011). *Out of Our Minds. Learning to Be Creative*. West Sussex: Capstone Publishing Ltd.
- Rushe, D. (2014). Facebook posts record quarterly results and reports \$1.5bn profit for 2013, *The Guardian*, 29/1/2014. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://www.theguardian.com/technology/2014/jan/29/facebook-record-quarterly-results?CMP=EMCNEWEML661912>.
- Sani, M. (2013). Introduction of LEM – The Learning Museum Project. Στο Nicholls, A., Pereira, M., Sani, M. (eds) (2013). *New Trends in Museums of the 21st century*, The Learning Museum Network Project, σ. 5-6. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://www.lemproject.eu/WORKING-GROUPS/museums-in-the-21st-century-1/7th-report-new-trends-in-museums-of-the-21st-century/view>.
- Scott, C.A. (2007). *Assessing value: Australian museums in the 21st century*. PhD Thesis. Sydney: University of Sydney.
- Scott, C.A. (2008). Using values to position and promote museums. *International Journal of Arts Management*, 11(1), 28-41.
- Scott, C.A. (2009). Exploring the evidence base for museum value. *Museum Management and Curatorship*, 24(3), 195-212.
- Silverman, L. (2010). *The Social Work of Museums*. London: Routledge.
- Simon, N. (2010) *The Participatory Museum*. CreateSpace. Ανακτήθηκε στις 20-3-2014 από <http://www.participatorymuseum.org/>.
- Weil, S.E. (2003). Beyond big and awesome: Outcome-based evaluation. *Museum News*, 6(3), 40-53.