



Αναδιοργάνωση της Δημοτικής Πινακοθήκης Μυτιλήνης

Αθανασίου Νίκος



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Πτυχιακή Εργασία

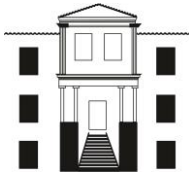
«ΑΝΑΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗΣ
ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ»

Όνομα: Αθανασίου Νικόλαος

Επίβλεψη: Χουρμουζιάδη Νάσια

Ακαδημαϊκό Έτος: 2016 - 2017

ΜΥΤΙΛΗΝΗ | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2016



Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ	9
1^ο	9
ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗΣ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ.....	10
1.1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΚΤΗΡΙΟΥ.....	10
1.2. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΚΤΙΡΙΟΥ ΣΗΜΕΡΑ.....	11
1.3. ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ Δ.Π.ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ.....	12
1.4. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ.....	13
1.5. ΣΥΛΛΟΓΗ.....	14
Μόνιμη Συλλογή.....	14
1.6. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ.....	15
1.6.1. Δραστηριότητες Μόνιμης Συλλογής.....	15
1.7. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ.....	16
1.8. ΥΠΟΔΟΜΕΣ.....	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο	18
Α. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗΣ ΛΑΡΙΣΑΣ.....	20
2.1. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ.....	20
2.2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.....	20
2.3. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ.....	20
2.4. ΣΥΛΛΟΓΗ.....	22
2.5. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ.....	22
2.6. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ.....	23
2.7. ΥΠΟΔΟΜΕΣ.....	24



Β. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ.....	25
2.1.ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ.....	25
2.2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.....	25
2.3.ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ.....	25
2.4. ΣΥΛΛΟΓΗ.....	26
2.5. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ.....	27
2.6. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ.....	27
2.7.ΥΠΟΔΟΜΕΣ.....	28
Γ. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗΣ ΧΑΝΙΩΝ.....	29
2.1.ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ.....	29
2.2.ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.....	29
2.3. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ.....	29
2.4. ΣΥΛΛΟΓΗ.....	30
2.5. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ.....	30
2.6. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ.....	31
2.7. ΥΠΟΔΟΜΕΣ.....	31
Δ. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	32
.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ.....	33
3^ο.....	33
3.1. ΟΡΑΜΑ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗΣ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ.....	35
3.2. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ.....	36
3.3. ΥΠΟΔΟΜΕΣ.....	41
3.4. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ.....	47
3.5. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ.....	58
3.6. ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ.....	65



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	66
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	68
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ.....	70
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	70
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΩΝ ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΕΩΝ.....	71



ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα μελέτη πραγματεύεται την στρατηγική οργάνωση της Δημοτικής Πινακοθήκης Μυτιλήνης. Σκιαγραφείται η ταυτότητα του οργανισμού με αναφορά στα λειτουργικά στοιχεία της, ενώ παράλληλα παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά και άλλων πινακοθηκών. Η σύγκριση που προκύπτει κάνει κατανοητό στον αναγνώστη, ότι κάθε πεδίο του οργανισμού είναι ιδιαίτερα σημαντικό και επιδρά, τόσο στη λειτουργία του, όσο και στην εμπειρία που βιώνει ο επισκέπτης. Στη συνέχεια, επιχειρείται η διατύπωση μιας ολοκληρωμένης πρότασης που αποσκοπεί στη βελτίωση της λειτουργίας της Πινακοθήκης αλλά και στην εμπειρία που βιώνει ο επισκέπτης μέσω της αξιοποίησης των «δυνατών σημείων» της και της υλοποίησης στρατηγικών και λύσεων για την αντιμετώπιση των προβληματικών σημείων. Με την ολοκλήρωση της συλλογής των στοιχείων και όπως προκύπτει από τις προτάσεις για βελτίωση συμπεραίνουμε, ότι η ομαλή λειτουργία ενός πολιτιστικού οργανισμού, είναι αποτέλεσμα της συνεργασίας και αλληλεπίδρασης πολλών παραγόντων. Σε κάποιους από αυτούς η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης παρουσιάζει ελλείμματα σε σύγκριση με άλλους οργανισμούς με αποτέλεσμα να μην ανταποκρίνεται στις σύγχρονες ανάγκες των επισκεπτών.



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Κάθε πολιτιστικός οργανισμός ακολουθεί ένα συγκεκριμένο πλάνο χάραξης της στρατηγικής του, έτσι ώστε να ανταποκρίνεται τόσο στις απαιτήσεις της λειτουργίας του, όσο και στις σύγχρονες ανάγκες των επισκεπτών του.

Η παρούσα μελέτη αρχικά συστήνει την Δημοτική Πινακοθήκη της Μυτιλήνης, παρουσιάζοντας τα βασικά χαρακτηριστικά της οργάνωσης και της λειτουργίας της και παράλληλα εξετάζει τον τρόπο που λειτουργούν η Δημοτική Πινακοθήκη Λάρισας, Ιωαννίνων και Χανίων. Σκοπός της μελέτης είναι να αναδειχθούν αναλυτικά τα στοιχεία, ως προς τον στρατηγικό τους τομέα μέσω της σύγκρισης, ώστε να γίνει κατανοητό από τον αναγνώστη, σε ποιους τομείς υστερεί και σε ποιους υπερτερεί η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης. Πιο συγκεκριμένα η παρούσα μελέτη διαρθρώνεται σε τρία κεφάλαια :

Το πρώτο κεφάλαιο επικεντρώνεται στην παρουσίαση της Δημοτικής Πινακοθήκης. Στη φάση αυτή σκοπός είναι να γίνουν λεπτομερώς αντιληπτά τα στοιχεία της λειτουργίας της του οργανισμού.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα δομικά λειτουργικά χαρακτηριστικά των Δημοτικών Πινακοθηκών Λάρισας, Χανίων και Ιωαννίνων. Σκοπός είναι να τεθεί ένα μέτρο σύγκρισης με τη Δ.Π. Μυτιλήνης. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με εξαγωγή συμπερασμάτων.

Το τρίτο κεφάλαιο αφορά την παρουσίαση μιας ολοκληρωμένης πρότασης που στοχεύει στη βελτίωση του τρόπου λειτουργίας της Δημοτικής Πινακοθήκης Μυτιλήνης. Δίνονται προτάσεις - λύσεις για τους επιμέρους τομείς οργάνωσης του πολιτιστικού οργανισμού.

Η επιλογή του οργανισμού δεν ήταν τυχαία. Η πρώτη μου επίσκεψη στο χώρο ήταν καθοριστική για την απόφαση να τον συμπεριλάβω στην εργασία μου. Δεδομένου ότι η πόλη της Μυτιλήνης έχει ένα πλούσιο αριθμό νεοκλασικών κτηρίων, μεταξύ αυτών και τη Δημοτική Πινακοθήκη, η οποία προσέλκυσε το θαυμασμό μου εξ αρχής. Αυτό που τράβηξε την προσοχή μου, ήταν η επιβλητική παρουσία του με την ιδιαίτερη αρχιτεκτονική του. Παράγοντας που επίσης μου κίνησε το ενδιαφέρον, ήταν η σημαντικότητα της οικογένειας (των Κουλαξίδηδων) στη Μυτιλήνη του 19^{ου} αιώνα. Αλλά και η προσπάθεια να μετατραπεί η πρώην οικία σε σύγχρονο πολιτιστικό οργανισμό.



Δυσκολίες για την εκπόνηση της εργασίας βγήκαν στην επιφάνεια κατά την συλλογή στοιχείων, που αφορούν τον οργανωτικό τομέα, τόσο για το συγκεκριμένο οργανισμό, όσο και τους υπόλοιπους που περιλαμβάνονται στην εργασία.

Ειδικότερος στόχος είναι η παρουσίαση μιας πρότασης σχετικά με την βελτίωση του τρόπου λειτουργίας της Δημοτικής Πινακοθήκης Μυτιλήνης. Η μεθοδολογική προσέγγιση που ακολουθήθηκε για την εκπόνηση της εργασίας βασίστηκε στη συλλογή στοιχείων μέσω συνεντεύξεων, βιβλιογραφικής και διαδικτυακής έρευνας.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου Χουρμουζιάδη Νάσια, αρχικά για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε αλλά για την καθοδήγηση και βοήθειά της, καθώς χωρίς εκείνη δε θα ήταν δυνατή η ολοκλήρωση της εργασίας.

Επιπλέον, εκφράζονται ευχαριστίες στους Αστυρακάκη Κ, αντιδήμαρχος πολιτισμού του Δήμου Λέσβου και Χατζημάλλη Α., υπεύθυνος Δ.Π. Μυτιλήνης για την πολύτιμη συνεργασία και πρόθυμη συμβολή τους στην συλλογή των απαραίτητων πληροφοριών.

Επίσης, θα θελα να ευχαριστήσω το προσωπικό των οργανισμών που συμπεριέλαβα στην διαδικτυακή μου έρευνα, «Δημοτική Πινακοθήκη Ιωαννίνων», «Δημοτική Πινακοθήκη Λάρισας» και «Δημοτική Πινακοθήκη Χανίων».

Τέλος, θα θελα να ευχαριστήσω την μητέρα μου Κατερίνα, τον αδελφό μου Κοσμά, τους φίλους μου Θοδωρή, Δημήτρη, Παναγιώτη, Φραντζέσκο, Αντώνη, Ελπίδα, Νιόβη και Ράνια, όπου ο καθένας με τον δικό του τρόπο έβαλε το λιθαράκι του για την περάτωση της εργασίας μου.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ

1^ο



ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗΣ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ

1.1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΚΤΗΡΙΟΥ



Φωτογραφία 1: Πρόσοψη Δημοτικής Πινακοθήκης Μυτιλήνης

2017© Θεωδωρής Καπετανάκης

Το κτήριο, στο οποίο στεγάζεται σήμερα η Δημοτική Πινακοθήκη, χτίστηκε γύρω στο 1880 και είναι από τα τελευταία σωζόμενα οθωμανικά κονάκια (μεγαλοαστική οικεία ενός μουσουλμάνου) που υπάρχουν στην πόλη της Μυτιλήνης. Ιδιοκτήτης ήταν ο Χαλήμ Μπέης Κουλαξής Πασάς, μέλος παλιάς μουσουλμανικής οικογένειας του νησιού, των Κουλαξίδηδων, και ένας από τους πλουσιότερους ανθρώπους του νησιού, με τεράστιες εκτάσεις ελαιόδεντρων στην ιδιοκτησία του. Η οικεία αυτή χτίστηκε στην άκρη ενός οικοπέδου το οποίο βρίσκεται μέσα στο κάστρο της Μυτιλήνης και απλώνεται μέχρι το Ναό της Αγ. Κυριακής, στο αλεύλλιο του Αρχαίου Θεάτρου της Μυτιλήνης. Η αρχιτεκτονική του σπιτιού αποφασίστηκε από τον ίδιο τον Χαλήμ Μπέη να είναι ευρωπαϊκού και όχι ανατολικού ρυθμού.



Ο Χαλήμ Μπέη ήταν πολύ αγαπητός στην πόλη της Μυτιλήνης και εξαιρετικά δίκαιος, στην κηδεία του έκλεισε η αγορά και παρευρέθηκαν όλοι οι κάτοικοι. Μετά τον θάνατό του (1920) η οικογένειά του έμεινε για άλλα δυο με τρία χρόνια στην πόλη, ενώ το 1923, ως μουσουλμάνοι, αναγκάστηκαν να εγκαταλείψουν το νησί με την υπογραφή της Συνθήκης της Λωζάννης.



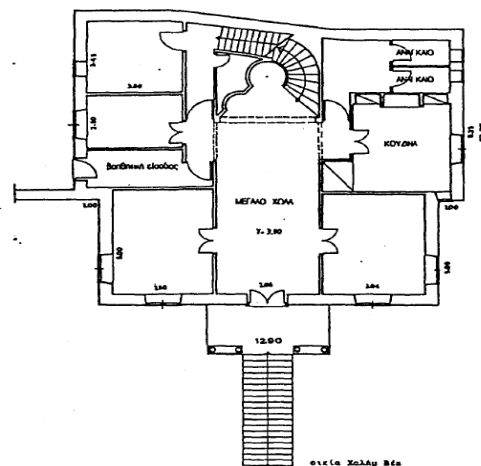
Φωτογραφία 2 : Χαλήμ Μπέη

2017 © Ελπίδα Νικολαΐδου

Το σπίτι ως ανταλλάξιμη τουρκική περιουσία περιήλθε στο ελληνικό δημόσιο και λόγω μεγέθους, λειτούργησε ως χώρος φιλοξενίας και στέγασης Ελλήνων προσφύγων από τη Μ. Ασία για πενήντα χρόνια περίπου. Την μετέπειτα περίοδο, από τα μέσα της δεκαετίας του 70' μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 90' το κτίριο ερημώνει για σχεδόν είκοσι χρόνια. Από το 1994 μέχρι σήμερα στο κτίριο αυτό στεγάζεται η Δημοτική Πινακοθήκη της Μυτιλήνης.

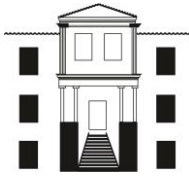
1.2. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΚΤΙΡΙΟΥ ΣΗΜΕΡΑ

Η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης αναπτύσσεται σε τρεις ορόφους (Ισόγειο , Πρώτος όροφος, Υπόγειο) και αποτελεί σημείο αναφοράς για την τοπική αρχιτεκτονική. Το ισόγειο αποτελείται από τέσσερα δωμάτια. Στο πρώτο δωμάτιο, αριστερά της εισόδου βρίσκεται η μόνιμη πλέον έκθεση, ένα αφιέρωμα στο Χαλήμ Μπέη (αρχικού ιδιοκτήτη του αρχοντικού), η οποία πραγματοποιήθηκε με πρωτοβουλία και υποστήριξη του Μουσείου Elgiz, σχεδιάστηκε



Εικόνα 1: Σχέδιο κτηρίου Δημοτικής Πινακοθήκης Μυτιλήνης

και υλοποιήθηκε από το Εργαστήριο Μουσειολογίας του Τμήματος Πολιτισμικής Τεχνολογίας και Επικοινωνίας (του Πανεπιστημίου Αιγαίου). Το δωμάτιο δεξιά της εισόδου χρησιμοποιείται ως χώρος έκθεσης της μόνιμης συλλογής, όπως επίσης και το δεύτερο δωμάτιο στην αριστερή πλευρά της εισόδου. Το δεύτερο δωμάτιο που βρίσκεται στη δεξιά πλευρά της εισόδου χρησιμοποιείται, ως χώρος γραφείου προσωπικού. Ο πρώτος όροφος χρησιμοποιείται κυρίως για τη φιλοξενία περιοδικών εκθέσεων. Διαθέτει τρεις ξεχωριστούς χώρους για εκθεσιακές



συλλογές και έναν ακόμη που χρησιμοποιείται ως WC. Τέλος, στο υπόγειο του κτιρίου αποθηκεύονται και φυλάγονται έργα τέχνης.

1.3. ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ Δ.Π.ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ



Φωτογραφία 3: Πρόσοψη κτηρίου Δημοτικής Πινακοθήκης Μυτιλήνης

2017 © Θεωδωρής Καπετανάκης

Τα στοιχεία που ακολουθούν έχουν προέλθει από τη συλλογή πληροφοριών ύστερα από συνέντευξη που παραχώρησε ο αντιδήμαρχος πολιτισμού της Μυτιλήνης, Κ. Αστυρακάκης.

Η Πινακοθήκη Μυτιλήνης θεωρείται νομικό πρόσωπο, καθώς υπάγεται στο Δήμο Λέσβου. **Αποστολή** της Δημοτικής Πινακοθήκης είναι η συγκέντρωση, διαφύλαξη και η έκθεση σημαντικών έργων τέχνης σε ένα συνεχώς διευρυνόμενο κοινό, καθώς το κοινό είναι ο κύριος αποδέκτης των πολιτιστικών μηνυμάτων και εμπειριών. Για την επίτευξη αυτής της αποστολής, η Δημοτική Πινακοθήκη έχει θέσει τους εξής **στόχους** :

- Να ανοίξει κεφάλαια συνεργασίας με άλλες πόλεις και άλλους πολιτιστικούς φορείς διευρύνοντας τις σχέσεις και τις αποδόσεις σε πολιτιστικές δράσεις.
- Να οργανώνει πολλές και ποικίλες δραστηριότητες - εκθέσεις, έτσι ώστε να προσελκύσει ένα ευρύ κοινό με σκοπό να προβάλλει ταυτόχρονα και τη μόνιμη έκθεση που στεγάζεται στο χώρο.



- Να προωθήσει το κτίριο ως χώρο πολιτισμού, καθώς και την ιστορία του. Ήδη η «οθωμανική καταγωγή» του κτιρίου αποτελεί σημείο έλξης πολλών ξένων επισκεπτών και ιδιαίτερα των Τούρκων, ενώ η αρχιτεκτονική του αποσπά των Θαυμασμό κάθε περαστικού.
- Να ανοίξει τις πόρτες του και να δώσει ευκαιρίες στους ντόπιους καλλιτέχνες διοργανώνοντας εκθέσεις που θα προσελκύσουν τους κατοίκους της πόλης της Μυτιλήνης αλλά και ολόκληρης της Λέσβου κερδίζοντας, έτσι τον Θαυμασμό τους αλλά και την υποστήριξή τους.

1.4. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ

Τα στοιχεία που ακολουθούν έχουν προέλθει από τη συνέντευξη που παραχώρησε ο αντιδήμαρχος πολιτισμού της Μυτιλήνης, Κ. Αστυρακάκης.

1.4.1. Διοίκηση

Η Δημοτική Πινακοθήκη ανήκει διοικητικά στη Δημοτική Επιχείρηση Πολιτιστικής - Τουριστικής Ανάπτυξης του Δήμου και διοικείται από τον Αντιδήμαρχο Πολιτισμού, ο οποίος είναι υπεύθυνος για όλα τα μουσεία και για όλους τους χώρους πολιτισμού του νησιού.

Για την υποβολή αιτήματος κάποιας έκθεσης, ο ενδιαφερόμενος καλλιτέχνης θα πρέπει να επικοινωνήσει με τον αντιδήμαρχο πολιτισμού, ο οποίος θα εκτιμήσει αν η έκθεση του συγκεκριμένου καλλιτέχνη πληροί τις προϋποθέσεις για φιλοξενία στο χώρο αυτό. Σε ορισμένες ιδιαίτερες περιπτώσεις είναι δυνατόν να συγκληθεί για το λόγο αυτό το Δημοτικό Συμβούλιο.

1.4.2. Προσωπικό

Το προσωπικό αριθμεί τρεις υπαλλήλους και αποτελείται από τον υπεύθυνο της Δημοτικής Πινακοθήκης με πτυχίο Βιβλιοθηκονομίας και πτυχίο συντήρησης έργων τέχνης, ο οποίος συμβάλλει ενεργά στην πραγματοποίηση της προληπτικής συντήρησης των εκθεμάτων του χώρου. Οι ανάγκες της Δ.Π. Μυτιλήνης καλύπτονται σε μόνιμη βάση και από επιπλέον συμβασιούχους εργαζόμενους. Σήμερα απασχολούνται άλλοι δυο εργαζόμενοι του χώρου, εκ των οποίων η μια διαθέτει πτυχίο συντήρησης έργων τέχνης.



1.4.3. Οικονομική Υποστήριξη

Κύριος φορέας χρηματοδότησης που συμβάλλει στο έργο της Δημοτικής Πινακοθήκης είναι ο Δήμος Λέσβου, ο οποίος παρά τις δύσκολες οικονομικές συνθήκες καλύπτει πλήρως τα πάγια έξοδα του χώρου. Να σημειωθεί, ότι η είσοδος προς το κοινό είναι ελεύθερη και ότι οι ενδιαφερόμενοι καλλιτέχνες που θέλουν να εκθέσουν τα έργα τους δεν πληρώνουν κάποιο ποσό στον οργανισμό.

1.5. ΣΥΛΛΟΓΗ

Μόνιμη Συλλογή

Η Δημοτική Πινακοθήκη διαθέτει μια από τις σημαντικότερες συλλογές έργων ζωγραφικής, η οποία δωρίσθηκε στο Δήμο από τον Γιώργο Σίμο - Πετρή και την αδελφή του Έλλη Σίμου. Ο Γιώργος Σίμος-Πετρή ήταν ένας από τους σημαντικότερους τεχνοκριτικούς της χώρας, ένας



Φωτογραφία 4: Εκθεσιακό υλικό μόνιμης συλλογής

2017 © Θεωδωρής Καπετανάκης

“διανοητής” της εικαστικής τέχνης, προσωπικός φίλος των μεγαλύτερων ελλήνων ζωγράφων. Μετά το θάνατό του δώρισε την προσωπική του συλλογή, αποτελούμενη από 110 πίνακες στη Δημοτική Πινακοθήκη (Αύγουστος του 1998), ενώ τη συλλογή συμπλήρωσε με νεότερη

δωρεά της (Σεπτέμβριος 2001) η αδελφή του, Έλλη Σίμου. Σήμερα η Συλλογή Πετρή που εκτίθεται στη Δημοτική Πινακοθήκη αποτελείται από 138 πίνακες ζωγραφικής, σπάνια χαρακτηριστικά, βιβλία και γκραβούρες. Μεταξύ των άλλων στη Δημοτική Πινακοθήκη εκτίθενται έργα του Γιάννη Τσαρούχη, του Γ. Γουναρόπουλου, του Αντ. Πρωτοπάτη, του Ορ. Κανέλλη, του Πικάσο, του Ματίς, του Μόραλη, του Φασσιανού, του Χρ. Μπότσογλου, χαρακτηριστικά της Βάσως Κατράκη και μια σειρά από πίνακες πολλών άλλων σημαντικών Ελλήνων ζωγράφων. Εκτός από την πολύ σημαντική συλλογή Πετρή, η Δημοτική Πινακοθήκη διαθέτει και μια αξιόλογη συλλογή από έργα Λέσβιων ζωγράφων όπως ο Στρ. Αξιώτης, ο Γ. Γαβαλάς, ο Γ. Πέρρος, ο Ι. Μουτζουρέλλης, ο Στρ. Αθηναίος, η Κ. Μεσσηνέζη, η Μ. Καλλιπολίτου, ο Δημ. Καραπιπέρης.



Στο πλαίσιο της λειτουργίας της Δημοτικής Πινακοθήκης, στο ισόγειο του κτιρίου οργανώθηκε εργαστήριο συντήρησης πινάκων. Ήδη συντηρήθηκε η Συλλογή Πετρή και ακολουθεί η σταδιακή συντήρηση και των υπολοίπων πινάκων.

Συνεργασίες

Η Δημοτική Πινακοθήκη έχει συνεργαστεί με τα γενικά αρχεία του κράτους στο παράρτημα Λέσβου. Αξίζει να γίνει λόγος όμως για τη συνεργασία με το μουσείο σύγχρονης τέχνης Ελγκίζ (Elgiz) της Κωνσταντινούπολης, ο ιδιοκτήτης του οποίου είναι απόγονος (δισέγγονος) του Χαλήμ Μπέη.

1.6. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

1.6.1. Δραστηριότητες Μόνιμης Συλλογής

Η Δημοτική Πινακοθήκη φιλοξενεί σταθερά μια μόνιμη έκθεση. Κατά διαστήματα οργανώνονται περιοδικές εκθέσεις, οι οποίες στεγάζονται στο χώρο που διαθέτει στο επάνω μέρος ή και σε άλλους χώρους εκτοπίζοντας προσωρινά τα έργα της μόνιμης έκθεσης. Κάθε χρόνο η Πινακοθήκη φιλοξενεί περίπου 20 περιοδικές. Κατά καιρούς οργανώνονται δραστηριότητες που σχετίζονται με εκπαιδευτικά προγράμματα, όπου η Πινακοθήκη ανοίγει τις πόρτες της στα παιδιά για να ζωγραφίσουν ή να ασχοληθούν με κατασκευές με την επίβλεψη ειδικών εξοικειώνοντάς τα με τους πολιτιστικούς χώρους. Επίσης, κατά την θερινή περίοδο παρατηρείται αυξημένη επισκεψιμότητα στο χώρο κυρίως από τουρίστες και όχι τόσο από ντόπιους πολίτες. Τη χειμερινή περίοδο η Δημοτική Πινακοθήκη δέχεται αρκετά σχολεία, τα οποία αποτελούν τον κύριο όγκο των επισκεπτών.



1.6.2. Άλλες δραστηριότητες

Εκτός από τις δραστηριότητες της μόνιμης έκθεσης, η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης διοργανώνει πολιτιστικά δρώμενα προσφέροντας ποικιλία και κεντρίζοντας το ενδιαφέρον του κοινού. Κάποια από αυτά είναι:

- Θεατρικά δρώμενα
- Μουσικές Βραδιές στον αίθριο χώρο
- Παρουσιάσεις Βιβλίων

Ως προς τον τρόπο λειτουργίας της δημοτικής Πινακοθήκης έχουν πραγματοποιηθεί αλλαγές κυρίως στο ωράριο λειτουργίας της, κατά το οποίο η Πινακοθήκη είναι ανοιχτή και διαθέσιμη στο κοινό της και τις απογευματινές ώρες την θερινή σεζόν παράγοντας που έχει επηρεάσει θετικά την επισκεψιμότητα του χώρου. Αξίζει να σημειωθεί, ότι και την χειμερινή περίοδο κατά τη διάρκεια μιας έκθεσης γίνονται προσπάθειες διεύρυνσης του ωραρίου.

1.7. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ

Ο τομέας της επικοινωνιακής προβολής παρουσιάζει αρκετές ελλείψεις, καθώς η Δημοτική Πινακοθήκη δε χρησιμοποιεί κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης (όπως: Facebook, Instagram, Pinterest), όπως πράττουν αντίστοιχα πολλοί άλλοι πολιτιστικοί χώροι. Στις μέρες μας, αυτή η διαδικτυακή επικοινωνιακή αδράνεια αποτελεί παράγοντα που επηρεάζει αρνητικά την προβολή του έργου της πινακοθήκης και την επισκεψιμότητα της. Επίσης, δε διαθέτει μια κύρια ιστοσελίδα στο διαδίκτυο μέσω της οποίας να μπορεί να ενημερώνει το κοινό της για τις τρέχουσες εκθέσεις αλλά και για τις μέλλουσες εκδηλώσεις. Η δημιουργία ιστοσελίδας δίνει την δυνατότητα όχι μόνο ενημέρωσης του κοινού αλλά και τη δυνατότητα δημιουργίας και προβολής των ψηφιοποιημένων έργων τέχνης στα οποία έχει πρόσβαση ο κάθε ενδιαφερόμενος. Οι μόνες προσπάθειες για επικοινωνιακή προβολή περιορίζονται στην αναγγελία των εκδηλώσεων μέσω της δημοσίευσής τους στην ιστοσελίδα ενημερωτικού περιεχομένου Lesvos.gr.



1.8. ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Η Δημοτική Πινακοθήκη στεγάζεται σε ένα τριώροφο κτήριο σπουδαίας αρχιτεκτονικής, σε χώρο ικανό από πλευράς μεγέθους να καλύψει τις ανάγκες της. Παρόλα αυτά όμως απουσιάζουν σημαντικές υποδομές. Σε μεγάλο μειονέκτημα αναδεικνύεται η έλλειψη σταθερού χώρου φιλοξενίας των περιοδικών εκθέσεων. Η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης δε διαθέτει συγκεκριμένο χώρο για τις περιοδικές



Φωτογραφία 5: Πρώτος όροφος κτηρίου Δημοτικής Πινακοθήκης Μυτιλήνης

2017 © Θεόδωρος Καπετανάκης

εκθέσεις με αποτέλεσμα την μετακίνηση της μόνιμης έκθεσης. Επισκεπτόμενος κάποιος τον συγκεκριμένο οργανισμό, διαπιστώνει πως δε διαθέτει χώρο ανάπαυσης των επισκεπτών, όπως για παράδειγμα αναψυκτήριο/καφετέρια ή κάποιο πωλητήριο. Οι μονάδες αυτές συμβάλλουν θετικά, ώστε ο επισκέπτης να αποκτήσει την αίσθηση της φιλοξενίας και την εικόνα ενός πλήρως οργανωμένου πολιτιστικού χώρου.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ

2^ο

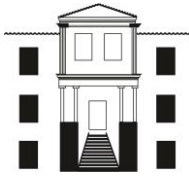


ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΕΡΕΥΝΑ - ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΑΛΛΩΝ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ

Τα στοιχεία που θα ακολουθήσουν συλλέχθηκαν από τις επίσημες ιστοσελίδες των πινακοθηκών αλλά και από συνεντεύξεις που παραχώρησε το προσωπικό. Τα στοιχεία αυτά απαρτίζουν την διαδικτυακή έρευνα της παρούσας εργασίας.

Η διαδικτυακή έρευνα αποσκοπεί, τόσο στην ανάδειξη της σκιαγράφησης της ταυτότητάς τους, όσο και στην ανάδειξη των λειτουργικών τους στοιχείων. Η καταγραφή που έγινε δίνει τη δυνατότητα στον αναγνώστη να αντιληφθεί, σε ποιους τομείς υπερτερεί - μειονεκτεί η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης σε σύγκριση με τις επιλεγμένες προς παρουσίαση Δ.Π. Χανίων, Λάρισας, Ιωαννίνων. Για την επιλογή των συγκεκριμένων πινακοθηκών λήφθηκε υπόψη το γεγονός, ότι βρίσκονται σε περιφερειακές επαρχιακές πόλεις της Ελλάδας με παρεμφερή πληθυσμό. Σημαντικό ρόλο έπαιξε επίσης, η εύκολη πρόσβαση στις πληροφορίες που έπρεπε να συλλεχθούν. Έχοντας κατά νου, ότι η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης βρίσκεται σε ένα από τα νησιά του Β.Α. Αιγαίου, την Λέσβο και αποτελεί μια μεγάλη επαρχιακή πόλη, απώτερος στόχος ήταν να επιλέξω οργανισμούς κυρίως από μεγαλουπόλεις της επαρχίας.

Μεταξύ των πινακοθηκών που επιλέχθηκαν δυο βρίσκονται στην ηπειρωτική Ελλάδα και μια βρίσκεται σε νησί, έτσι ώστε να υπάρξει μια ευρεία συγκριτική εικόνα του τρόπου λειτουργίας τους σε σχέση με τον τρόπο λειτουργίας της Δ.Π. Μυτιλήνης.



Α. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗΣ ΛΑΡΙΣΑΣ



Εικόνα 2: Δημοτική Πινακοθήκη Λάρισας

2.1. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ

Η Δημοτική Πινακοθήκη Λάρισας - Μουσείο Γ. Ι. Κασιόγρα από τον πρώτο χρόνο της ίδρυσής της το 1983 ως σήμερα, ενταγμένη στον κοινωνικό ιστό της πόλης, έχει συμβάλει πολύπλευρα στην εδραίωση των εικαστικών τεχνών στη Λάρισα, την ευρύτερη περιφέρεια της Θεσσαλίας και πανελλαδικά. Από το Νοέμβριο του 2003 λειτουργεί στο νέο ιδιόκτητο κτήριο όπου εκτίθεται μέρος της Συλλογής Γ. Ι. Κασιόγρα, 150 έργα του 19ου και 20ου αιώνα, καθώς και τα έπιπλα του Ερρίκου Σλήμαν.

2.2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Η Δημοτική Πινακοθήκη Λάρισας θεωρείται νομικό πρόσωπο, καθώς υπάγεται στο δήμο Λαρίσης, παρόλα αυτά έχει το δικό της Διοικητικό Συμβούλιο, το οποίο παίρνει τις αποφάσεις για κάθε ενέργεια του οργανισμού. Επιπλέον, έχει και μια καλλιτεχνική επιτροπή η οποία δίνει την έγκριση για την εξαγωγή περιοδικών εκθέσεων.

2.3. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ

2.3.1. Διοικητικό Συμβούλιο

Το Διοικητικό Συμβούλιο απαρτίζεται από τα:

- Τακτικά μέλη τα οποία οφείλουν να καταβάλλουν κάθε προσπάθεια για την προαγωγή των σκοπών του Σωματείου μέσα στα πλαίσια της νομιμότητας
- Αναπληρωματικά μέλη τα οποία καλύπτουν τη δουλειά των τακτικών μελών



2.3.3. Καλλιτεχνική Επιτροπή

- Γλύπη
- Κοινωνιολόγο Τέχνης
- Ζωγράφο
- Αποφοίτους σχολών Καλών Τεχνών

2.3.2. Προσωπικό

Το προσωπικό είναι διαμοιρασμένο σε διάφορα πόστα του οργανισμού συμβάλλοντας έτσι στην ομαλή λειτουργία του. Παρακάτω αναφέρονται αναλυτικά τα πόστα του οργανισμού που απασχολούν τους εργαζόμενους. Αυτά είναι :

- Διοίκηση (που απαρτίζεται από την Υπεύθυνη Διοίκησης και τον Ταμία)
- Οικονομική Διαχείριση (που απαρτίζεται από μια Διοικητική Υπάλληλο)
- Συντονισμός και Οργάνωση Εκθέσεων - Δράσεων
- Πωλητήριο
- Ελεύθερο Εργαστήριο

2.3.4. Οικονομική Υποστήριξη

Κύρια οικονομική υποστήριξη προσφέρει ο Δήμος καθώς η Πινακοθήκη είναι δημοτική. Παρόλα αυτά έχει έσοδα και από άλλες πηγές που αναφέρονται παρακάτω. Επίσης, πραγματοποιείται οικονομικός προϋπολογισμός ανάλογα με τα οικονομικά έσοδα του οργανισμού από συγκεκριμένες παροχές.

Έσοδα προέρχονται επίσης από :

1. Έσοδα από εγγραφές μαθητών Ελεύθερου Εργαστηρίου
2. Έσοδα από διδάκτρα μαθητών Ελεύθερου Εργαστηρίου
3. Έσοδα από ενοικίαση αμφιθεάτρου της Πινακοθήκης
4. Τόκοι καταθέσεων χρημάτων σε τράπεζες
5. Έσοδα από πωλήσεις αντικειμένων του πωλητηρίου Δ.Π.Λ



2.4. ΣΥΛΛΟΓΗ

Μόνιμη Συλλογή

Η Συλλογή Γ. Ι. Κασιόγρα, δωρεά του γνωστού χειρουργού και συλλέκτη στην πόλη της Λάρισας, συγκαταλέγεται στις αξιολογότερες της χώρας και είναι μοναδική για τα δεδομένα της ελληνικής περιφέρειας. Περιλαμβάνει 781 έργα ζωγραφικής, χαρακτηριστικά και σχέδια σπουδαίων Ελλήνων καλλιτεχνών από τα μέσα του 19ου ως τα μέσα του 20ου αιώνα. Τα χρονικά όρια της Συλλογής περιλαμβάνουν περίπου εκατόν εβδομήντα χρόνια ιστορία της νεοελληνικής τέχνης, αφού το αρχαιότερο έργο της συλλογής είναι "Η Αποκαθήλωση" του Νικολάου Καντούνη (1768-1834) και ένα από τα νεότερα "Η Κόκκινη λάμπα" (1972) του Σπύρου Βασιλείου.

2.5. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

2.5.1. Δραστηριότητες Μόνιμης Έκθεσης

- **Ξεναγήσεις** πραγματοποιούνται στους χώρους της μόνιμης συλλογής του μουσείου καθώς και στο πλαίσιο των προσωρινών εκθέσεων.
- **Εκπαιδευτικά προγράμματα** πραγματοποιούνται για σχολικές ομάδες στο πλαίσιο των προσωρινών εκθέσεων.
- **Εργαστήριο:** Λειτουργεί από το 1986. Επικεντρώνεται σε ζωγραφική, ψηφιδωτό, Κεραμική, Χαρακτική. Οργανώνει κάθε δημιουργική προσπάθεια μικρών και μεγάλων που ασχολούνται με τις καλές τέχνες. Συνδράμει στον πολιτισμό της πόλης μέσα από την εκπαίδευση και διάδοση των εικαστικών τεχνών. Διαθέτει δασκάλους με πολύχρονη εμπειρία.



2.5.2. Άλλες δραστηριότητες

- Κάθε πρώτη Κυριακή του μήνα οργανώνεται **πρόγραμμα δωρεάν προβολών βραβευμένων κινηματογραφικών έργων** για παιδιά στο χώρο της Βιβλιοθήκης της Δημοτικής Πινακοθήκης. Στόχος είναι η παρουσίαση στα παιδιά της πόλης ταινιών υψηλής ποιότητας, που έχουν βραβευτεί σε φεστιβάλ και θεματογραφούν όψεις της παιδικής ηλικίας, ώστε η επαφή με το μουσείο να βιώνεται με έναν εναλλακτικό τρόπο.
- Παρουσιάσεις Βιβλίων
- Προγράμματα προβολών σπουδαίων κινηματογραφικών ταινιών στο Αμφιθέατρο της Δημοτικής Πινακοθήκης.
- Αφιέρωμα-εσπερίδα στο αμφιθέατρο της Πινακοθήκης.
- Διήμερο εικαστικής δημιουργίας.
- Σεμινάρια.
- «ΔΕΝΤΡΟ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ» - Χριστουγεννιάτικη εκδήλωση
- Εορτασμός για την Διεθνή Ημέρα Μουσείων.

2.6. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ

2.6.1. Ιστοσελίδα

Η Δ.Π. Λάρισας διαθέτει ιστοσελίδα χάρη στην οποία επιτυγχάνεται μια πιο ολοκληρωμένη ψηφιακή εικόνα του οργανισμού, επίσης με τη βοήθεια της εξελιγμένης τεχνολογίας δίνεται η δυνατότητα στο κοινό να έχει άμεση πρόσβαση στα έργα τέχνης, τα οποία έχουν ψηφιοποιηθεί. Με λίγα λόγια ο επισκέπτης θα έχει μια πρώτη εικόνα και θα αποκτήσει μια πρώτη επαφή με τα εκθέματα που επρόκειτο να δει μέσα στο χώρο.

2.6.2. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media)

- Για την ανάδειξη του οργανισμού δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης **Facebook**. Εκεί η Δ.Π. Λάρισας ανεβάζει φωτογραφίες σχετικές με το χώρο αλλά και ενημερώνει σχετικά με τρέχοντα προγράμματα - εκδηλώσεις.



2.7. ΥΠΟΔΟΜΕΣ

- **Πωλητήριο:** Λειτουργεί στο αίθριο του κτιρίου, περιλαμβάνει αντικείμενα και έργα τέχνης με την υπογραφή της Πινακοθήκης. Αντίγραφα έργων σημαντικών Ελλήνων ζωγράφων της συλλογής, κάρτες, αναπαραγωγές πινάκων, χαρτοκόπτες, σελιδοδείκτες, επάργυρα και πορσελάνινα διακοσμητικά.
- **Βιβλιοθήκη:** Η εικαστική Βιβλιοθήκη της Δημοτικής Πινακοθήκης Λάρισας - Μουσείο Γ.Ι. Κατσιόγρας δημιουργήθηκε τον Δεκέμβριο του 2007 με σκοπό να φιλοξενηθούν τα βιβλία τέχνης που δώρισε ο Γεώργιος Κατσιόγρας αλλά και να μπορούν να αξιοποιηθούν από το κοινό που ενδιαφέρεται για αυτό το υλικό.
- **Αμφιθέατρο:** Στο χώρο της Πινακοθήκης λειτουργεί αμφιθέατρο 260 θέσεων, με άρτιο εξοπλισμό για διαλέξεις, προβολές, ημερίδες, μουσικές εκδηλώσεις, θεατρικές παραστάσεις.
- **Καφέ:** Ένα μέρος χαλάρωσης για τους επισκέπτες. Είναι ιδιωτικός χώρος, ο οποίος βγαίνει σε πλειστηριασμό από το δήμο.



Β. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ



Εικόνα 3: Δημοτική Πινακοθήκη Ιωαννίνων

2.1. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ

Το κτίριωόπου στεγάζεται σήμερα η Δημοτική Πινακοθήκη, με τα νεοκλασικά στοιχεία (υπέρθυρα, φουρούσια εξώστη, κορνίζες παραθύρων) χτίστηκε γύρω στο 1890. Στη συλλογή της Δημοτικής Πινακοθήκης περιλαμβάνονται 500 περίπου έργα, πίνακες, σχέδια, χαρακτικά, εικόνες και γλυπτά, τα οποία συγκεντρώθηκαν κατά τη διάρκεια των τελευταίων σαράντα ετών. Σημαντικό μέρος τους εκτίθεται στους χώρους της Πινακοθήκης και σκιαγραφούν την πορεία της Νεοελληνικής τέχνης.

2.2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Η Δημοτική Πινακοθήκη Ιωαννίνων ανήκει στο Τμήμα Πολιτισμού του Δήμου Ιωαννίνων. Δεν είναι αυτοτελής οργανισμός, αλλά υπάρχει Θεσμοθετημένη από το Δημοτικό Συμβούλιο δέκα - εξαμελής επιτροπή που συναποφασίζει με τους υπαλλήλους για τις δράσεις - εκθέσεις - εκπαιδευτικά προγράμματα σε ετήσια βάση.

2.3. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ

2.3.1. Διοικητικό Συμβούλιο

Το διοικητικό συμβούλιο του οργανισμού απαρτίζεται από τον Πρόεδρο, τον Αντιπρόεδρο, τα Τακτικά Μέλη και τα Αναπληρωματικά Μέλη.



2.3.2. Προσωπικό

Το προσωπικό που εργάζεται είναι τετραμελές και απαρτίζεται από: μία αρχαιολόγο, δύο συντηρητές έργων τέχνης και έναν διοικητικό-φύλακα. Δεν υπάρχει ειδικός ξεναγός, αλλά τα εκπαιδευτικά προγράμματα και η ξενάγηση γίνονται από τους εκπαιδευμένους υπαλλήλους της. Επίσης, διαθέτει επιστημονικό εθελοντικό σώμα που εξυπηρετεί τις μεγάλες ανάγκες της.

2.3.3. Οικονομική Υποστήριξη

Η Πινακοθήκη χρηματοδοτείται για την λειτουργία της και για αγορά έργων από τον ετήσιο προϋπολογισμό του Δήμου με αποφάσεις του Δημοτικού Συμβουλίου. Οι δωρεές που δέχεται είναι πολλές, μεμονωμένα έργα αλλά και ολόκληρες συλλογές. Παράλληλα λειτουργεί πωλητήριο των εκδόσεων της, καρτών, αφισών και οδηγού της πινακοθήκης και κατ' εξαίρεση και άλλων αντικειμένων και εκδόσεων με αφορμή κάποια περιοδική έκθεση. Η είσοδος είναι ελεύθερη για το κοινό της.

2.4. ΣΥΛΛΟΓΗ

Γλυπτικής: Γλυπτά σε μάρμαρο και ορείχαλκο, πηλό και γύψο κορυφαίων Νεοελλήνων καλλιτεχνών συγκροτούν ένα ενδιαφέρον σύνολο, το οποίο διαθέτει και ένα ακόμη ιδιαίτερο χαρακτηριστικό: πολλά προέρχονται κατευθείαν από τα εργαστήρια των καλλιτεχνών και αποτελούν προπλάσματα σημαντικών δημιουργιών τους, τα οποία οι ίδιοι προσέφεραν στην Πινακοθήκη.

Ζωγραφικής: Ζωγράφοι γεννημένοι από τα μέσα του 19ου αιώνα έως το Β΄ μισό του 20ού, τοπιογράφοι και προσωπογράφοι, δάσκαλοι της αφαίρεσης και των σύγχρονων τάσεων, καλλιτέχνες που πρέσβευαν τα ευρωπαϊκά καλλιτεχνικά ρεύματα και άλλοι που αναζητούσαν την «ελληνικότητα» της ζωγραφικής συμπεριλαμβάνονται στη Συλλογή Ζωγραφικής της Πινακοθήκης Ιωαννίνων, την πιο πολυάριθμη από όλες τις συλλογές της.

Συλλογές σχεδίων Θάλεια - Φλώρα Καραβία: Ανάμεσα στους παραγωγικότερους Έλληνες ζωγράφους κατατάσσεται η Θάλεια Φλωρά-Καραβία, η οποία αποτελεί μια ξεχωριστή περίπτωση στην ιστορία της νεοελληνικής τέχνης, όχι μόνο για το εύρος και την ποιότητα του έργου της αλλά και για τον δυναμικό τρόπο ζωής της, διαφορετικό από εκείνον των περισσότερων σύγχρονων ομόφυλών της.



Εικόνες : Παρουσιάζονται εδώ εικόνες με “εν οίκω” χρήση, που προέρχονται κυρίως από τον Ελλαδικό χώρο, χωρίς να λείπουν και παραδείγματα της Ρωσικής αγιογραφίας, δωρεές επιφανών οικογενειών των Ιωαννίνων. Καλύπτουν ιστορικά τέσσερις περίπου αιώνες.

Φωτογραφίες: Οι περίπου 300 φωτογραφίες που απαρτίζουν τη συλλογή της Δημοτικής Πινακοθήκης προέρχονται από δωρεά του φωτογράφου Κώστα Μπαλάφα που πραγματοποιήθηκε το 2010.

2.5. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

2.5.1. Δραστηριότητες Μόνιμης Έκθεσης

Εκπαιδευτικά προγράμματα: Διαδραστικά προγράμματα αγγειοπλαστικής στην προσχολική, σχολική (πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια) εκπαίδευση του νομού και της ευρύτερης περιοχής. Κατά περίπτωση σχεδιάζονται και υλοποιούνται από το προσωπικό της Πινακοθήκης, σε συνεργασία και με άλλους φορείς ή πρόσωπα, εκπαιδευτικά προγράμματα με αφορμή τη θεματολογία της μόνιμης έκθεσης αλλά και κάποιων από τις περιοδικές εκθέσεις που φιλοξενούνται στους χώρους της. Απευθύνονται σε μαθητές όλων των βαθμίδων και προέρχονται από την ευρύτερη περιοχή.

2.5.2. Άλλες Δραστηριότητες

Πέρα από τις δραστηριότητες της μόνιμης συλλογής, οργανώνονται επίσης παρουσιάσεις βιβλίων, μουσικές εκδηλώσεις, προβολές ταινιών. Εκτός από την έκθεση της μόνιμης συλλογής πραγματοποιούνται και πολλές περιοδικές εκθέσεις.

2.6. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ

Η ιστοσελίδα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι πάντα πλήρως ενημερωμένα για τις δράσεις της Πινακοθήκης.

2.6.1. Ιστοσελίδα

Η Δ.Π. Ιωαννίνων διαθέτει ιστοσελίδα δίνοντας έτσι στο κοινό της τη δυνατότητα να ελέγξει μέσα από οργανωμένα αρχεία βάσεων δεδομένων εκθέσεις που πρόκειται να πραγματοποιηθούν ή έχουν ήδη διεξαχθεί. Επίσης, δίνει στο κοινό της τη δυνατότητα να ανατρέξει στις ψηφιοποιημένες συλλογές της με τη βοήθεια της εξελιγμένης τεχνολογίας. Θα μπορούσε κανείς να πει, ότι πρόκειται για μια αξιόλογη και αρκετά ενημερωτική ιστοσελίδα του οργανισμού.



2.6.2. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media)

- Από τη Δημοτική Πινακοθήκη Ιωαννίνων δεν λείπει η χρήση των μέσων μαζικής επικοινωνίας (social media) καθώς διαθέτει προφίλ στο **Facebook** αναδεικνύοντας τις συλλογές, το χώρο αλλά και εκδηλώσεις που διεξάγονται.
- Επίσης, ο συγκεκριμένος οργανισμός διαθέτει κανάλι στο **Youtube** με απώτερο σκοπό την προβολή του. Στο κανάλι της Πινακοθήκης μπορεί κανείς να δει βίντεο σχετικά με εκδηλώσεις που πραγματοποιήθηκαν, όπως για παράδειγμα χαιρετισμό του προέδρου (του διοικητικού συμβουλίου), παρουσίαση εκδόσεων Βιβλίων της Πινακοθήκης.

2.7. ΥΠΟΔΟΜΕΣ

- Η Πινακοθήκη διαθέτει πλήρως εξοπλισμένο τελευταίας τεχνολογίας Εργαστήριο Συντήρησης στο ειδικά διαμορφωμένο χώρο του υπογείου.
- Διαθέτει επίσης πωλητήριο για αγορά αναμνηστικών αντικειμένων.



Γ. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗΣ ΧΑΝΙΩΝ



Εικόνα 4: Δημοτική Πινακοθήκη Χανίων

2.1. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ

Ο Δήμος Χανίων δραστηριοποιείται πλέον ενεργά στο χώρο του πολιτισμού πραγματοποιώντας με τη λειτουργία της Δ.Π. ένα όραμα πολλών Χανιωτών.

2.2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Η Δημοτική Πινακοθήκη αποτελεί Νομικό Πρόσωπο του Δημοσίου Δικαίου του Δήμου Χανίων, το οποίο στηρίζεται και παίρνει αποφάσεις κυρίως από μέλη του δήμου.

2.3. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ

2.3.1. Διοικητικό Συμβούλιο

Το Διοικητικό Συμβούλιο απαρτίζεται από τα :

- Τακτικά μέλη τα οποία οφείλουν να καταβάλλουν κάθε προσπάθεια για την προαγωγή των σκοπών του Σωματείου μέσα στα πλαίσια της νομιμότητας.
- Αναπληρωματικά μέλη τα οποία καλύπτουν τη δουλειά των τακτικών μελών σε περίπτωση απουσίας τους.



2.3.2. Προσωπικό

Το προσωπικό απαρτίζεται από :

- Την καλλιτεχνική επιτροπή, στην οποία τα μέλη δουλεύουν αφιλοκερδώς.
- Τους ιστορικούς τέχνης, οι οποίοι παίρνουν το ρόλο των καθοδηγητών κατά την διεξαγωγή εκδηλώσεων από τον οργανισμό.

2.3.3. Οικονομική Υποστήριξη

Η βάση της οικονομικής υποστήριξης του οργανισμού προέρχεται κυρίως από τον Δήμο. Σημαντική συνεισφορά στον οργανισμό αποτελεί το πωλητήριο, το οποίο αποτελεί έναν μέσο οικονομικής στήριξης το έργο του οργανισμού. Επίσης, πρέπει να τονιστεί πως η Πινακοθήκη είναι ανοιχτή σε δωρεές.

2.4. ΣΥΜΛΟΓΗ

Η συλλογή δεν έχει κάποιο συγκεκριμένο προσανατολισμό. Απαρτίζεται κυρίως από δωρεές ελλήνων σύγχρονων ζωγράφων και είναι ανοιχτή σε νέες.

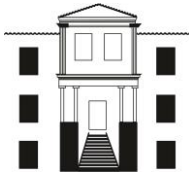
2.5. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

2.5.1. Δραστηριότητες Μόνιμης Έκθεσης

Οι δραστηριότητες τις μόνιμες έκθεσης απαρτίζονται κυρίως από **ξεναγήσεις** στο εσωτερικό του οργανισμού. Επίσης, από **εκπαιδευτικά προγράμματα** βασισμένα σε σχολεία προσελκύοντας έτσι ένα πιο νεανικό ποσοστό.

2.5.2. Άλλες Δραστηριότητες

- **Μουσική Παράσταση:** Αυτοσχεδιασμοί με πιάνο και τραγούδι, με αφετηρία κλασικά τραγούδια από γνωστές ταινίες
- Προβολές Ταινιών
- Διαδραστικά παιχνίδια μέσα από τις τέχνες
- Θεατρικές Παραστάσεις
- Εορτασμός για την Διεθνή Ημέρα Μουσείων



2.6. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ

2.6.1. Ιστοσελίδα

Η ιστοσελίδα της συγκεκριμένης Πινακοθήκης αποτελεί βασικό άξονα στο κομμάτι της επικοινωνιακής προβολής με το κοινό του, καθώς πληροφορεί οποιονδήποτε ανατρέξει σε αυτήν, σχετικά με το χώρο, τα νέα, τις εκδηλώσεις, τις συλλογές (μέσα από φωτογραφικό ψηφιοποιημένο υλικό). Επίσης διαθέτει εικονική περιήγηση στο χώρο της Πινακοθήκης δίνοντας στο κοινό τη δυνατότητα να δει με μια γρήγορη ματιά το χώρο και τα εκθέματά του.

2.6.2. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media)

- Η Πινακοθήκη Χανίων φαίνεται να αντιλαμβάνεται την επιρροή που έχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) στο κοινό γι αυτό και χρησιμοποιεί προφίλ στο **Facebook** μιας και είναι ένας δωρεάν τρόπος ανάδειξης και προβολής του χώρου. Δίνει τη δυνατότητα στους ενδιαφερόμενους της Πινακοθήκης να δουν φωτογραφικό υλικό του χώρου, των συλλογών, εκδηλώσεων που διεξήχθησαν αλλά και τη δυνατότητα άσκησης της κριτικής τους μέσω σχολίων.
- Επίσης, διαθέτει προφίλ στο **Instagram** ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης που στηρίζεται κυρίως σε φωτογραφίες. Η χρήση του προφίλ αναδεικνύει το χώρο και τη συλλογή του στο κοινό.
- Στην ιστοσελίδα του οργανισμού φαίνεται επίσης, ότι χρησιμοποιεί προφίλ στη διαδικτυακή εφαρμογή **Pinterest** χωρίς βέβαια κάποια αξιολογημένη προβολή του χώρου με φωτογραφίες.

2.7. ΥΠΟΔΟΜΕΣ

- Διαθέτει πωλητήριο με αναμνηστικά αντικείμενα του χώρου
- Διαθέτει υποδομές για την προσβασιμότητα σε ΑμεΑ
- Ακόμα Βιβλιοθήκη και κυλικείο (τα οποία προς το παρόν είναι εκτός λειτουργίας)



Δ. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η παρουσίαση της διαδικτυακής έρευνας κάνει εμφανές, ότι η λειτουργία των πινακοθηκών αφορά σε ένα ευρύ πεδίο δράσης που περιλαμβάνει τομείς, όπως η διοίκηση, η οργάνωση, η επικοινωνιακή προβολή κ.α. Πιο συγκεκριμένα, από την παρούσα μελέτη συμπεραίνει κανείς, ότι είναι σημαντική η οργάνωση, τόσο σε διοικητική όσο και σε οικονομική βάση. Η διοίκηση αποτελεί τη βάση οποιουδήποτε οργανισμού και γι αυτό κάθε πολιτιστικός φορέας είναι σημαντικό να απαρτίζεται διοικητικά και από μέλη που σχετίζονται με καλλιτεχνικές δράσεις. Πολλοί από τους προαναφερόμενους οργανισμούς στηρίζονται στην ύπαρξη καλλιτεχνικής επιτροπής (που απαρτίζεται από γλύπτες, ζωγράφους, κοινωνιολόγους τεχνών.). Από την παρουσίαση προκύπτει επίσης, ότι παρόλο που η οικονομική ενίσχυση είναι αρμοδιότητα των δήμων, οι περισσότερες πινακοθήκες συμβάλλουν στον προϋπολογισμό τους με έσοδα που προέρχονται από άλλες δραστηριότητες στο χώρο τους (με έσοδα από καφετέριες, από εισιτήρια εισόδου, από έσοδα πωλητηρίων κ.α.). Αξίζει να επισημανθεί η βαρύτητα που δίνεται, εκ μέρους των Δημοτικών Πινακοθηκών, στην επικοινωνία τους με το κοινό. Δράσεις όπως παρουσιάσεις βιβλίων, προβολές ταινιών, θεατρικές παραστάσεις, περιοδικές εκθέσεις αλλά και εκπαιδευτικά προγράμματα προωθούν τον πολιτισμό σε όλες τις ηλικίες.

Τέλος, οι περισσότεροι από αυτούς τους οργανισμούς αξιοποιούν τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (όπως: Facebook, Instagram, Pinterest) προκειμένου να προσελκύσουν ένα μεγάλο μέρος του διαδικτυακού κοινού με σκοπό να το οδηγήσουν στις πόρτες τους. Γίνεται ξεκάθαρο επομένως, ότι η ομαλή και άρτια λειτουργία ενός πολιτιστικού οργανισμού, όπως η Δημοτική Πινακοθήκη, είναι αποτέλεσμα της συνεργασίας και αλληλεπίδρασης πολλών παραγόντων. Διαφορετικοί μεταξύ τους τομείς πρέπει να συνεργαστούν, ώστε το τελικό προϊόν, δηλαδή αυτό της σωστής λειτουργίας της Πινακοθήκης, να ανταποκρίνεται στις σύγχρονες ανάγκες των επισκεπτών της.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ

3^ο



ΠΡΟΤΑΣΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗΣ

Ανάλογα με τον τρόπο διαχείρισης και οργάνωσης ενός πολιτιστικού οργανισμού, κάθε στοιχείο που προκύπτει από τον τρόπο λειτουργίας μέχρι και την ολοκλήρωση της εμπειρίας του επισκέπτη, αποτελεί σχέδιο της στρατηγικής του. Από τον πυρήνα της οργάνωσης κάθε πολιτιστικού οργανισμού πηγάζει και όλη η διαδικασία λειτουργίας του. Αν η οργάνωση έχει σωστά θεμέλια από τον πυρήνα της, τότε θα είναι εμφανής η επιτυχημένη προσπάθεια λειτουργίας.

Στόχος λοιπόν, αυτού του κεφαλαίου είναι μια όσο το δυνατόν πιο ολοκληρωμένη πρόταση λειτουργίας της Δημοτικής Πινακοθήκης Μυτιλήνης, η οποία μεταξύ άλλων βασίζεται και στα στοιχεία που προέκυψαν από τη διαδικτυακή έρευνα που πραγματοποιήθηκε.

Η πρόταση αυτή δεν μπορεί, φυσικά να συγκεκριμενοποιήσει την κάθε επιμέρους πρόταση, αφού αυτό θα απαιτούσε ειδικές γνώσεις σε πολλούς τομείς (νομικά, οικονομικά, ιστορία τέχνης κτλ) και θα έπρεπε να είναι έργο μιας μελετητικής ομάδας. Εδώ τίθεται, κυρίως, το πλαίσιο που εφόσον συγκεκριμενοποιηθεί μπορεί να οδηγήσει σε έναν ιδανικότερο αλλά και αποτελεσματικότερο τρόπο λειτουργίας της Δημοτικής Πινακοθήκης Μυτιλήνης.



3.1. ΟΡΑΜΑ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗΣ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ

Ο ρόλος των πολιτιστικών οργανισμών έχει άμεση σχέση με την δομή και την εξέλιξη της κοινωνίας μέσα στον χρόνο, καθώς αποτελεί ένα ζωντανό κύτταρο πολιτισμού, μνήμης και εξωστρέφειας.

Στη συγκεκριμένη ενότητα θα παρουσιαστούν οι προτάσεις που συνθέτουν την εικόνα της Δημοτικής Πινακοθήκης της Μυτιλήνης, όπως θα επιθυμούσα αλλά και όπως επιτάσσουν οι σύγχρονες ανάγκες των πολιτιστικών χώρων σε παγκόσμιο επίπεδο, έτσι ώστε να λειτουργεί άρτια και σύγχρονα, αλληλεπιδρώντας τόσο με τους κατοίκους του νησιού (μόνιμους και φοιτητές) όσο και με τους επισκέπτες.

Πιο αναλυτικά, ο πολιτιστικός χώρος της Πινακοθήκης, ως ένα δημόσιο και κοινωνικό αγαθό, συμβαδίζοντας με τις σύγχρονες καταστάσεις και αντιλήψεις της εποχής, οφείλει να δίνει ερεθίσματα συμμετοχής σε πολιτιστικά δρώμενα και να αποτελεί σημείο καθημερινής πολιτιστικής αφύπνισης και πνευματικής αναζήτησης. Οι προτάσεις που θα παρουσιαστούν μετατρέπουν τη Δημοτική Πινακοθήκη από έναν αποστειρωμένο χώρο κουλτούρας και πολιτισμού, που σήμερα λειτουργεί αποκομμένη από τις σύγχρονες τάσεις, σε ζωντανό πολιτιστικό χώρο που αποτελεί κομμάτι της καθημερινότητας του επισκέπτη. Ο επισκέπτης θα έχει τη δυνατότητα, όχι απλά να περιηγηθεί στο χώρο, όπως συμβαίνει σήμερα, αλλά να ξεναγηθεί και να συμμετάσχει σε διάφορες δράσεις που θα διεξάγονται παράλληλα και να ψυχαγωγηθεί. Η αυλή της Δημοτικής Πινακοθήκης με τις κατάλληλες υποδομές μπορεί να προσελκύσει τους ντόπιους και τους φοιτητές σε καθημερινή βάση λειτουργώντας ως «στέκι» που προσφέρει χαλάρωση και ευκαιρίες κοινωνικοποίησης.

Οι προτάσεις που ακολουθούν αποτυπώνουν ένα όραμα σύμφωνα με το οποίο η Δημοτική Πινακοθήκη θα εξελιχθεί σε ένα χώρο, αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας των κατοίκων και σε μια ιδιαίτερη εμπειρία για τους προσωρινούς επισκέπτες, ο οποίος θα συνδέεται με την ψυχαγωγία, ενώ παράλληλα θα αναδεικνύει το πλούσιο πολιτιστικό του υλικό.



3.2. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ

«Ο πολιτιστικός οργανισμός, η διοίκηση, το προσωπικό αλλά και το κοινό πρέπει να έχουν μια κοινά συμμεριζόμενη και ευέλικτη κατανόηση της ταυτότητας και της αποστολής του οργανισμού. Η κοινή αυτή κατανόηση είναι απαραίτητη πριν από τη χάραξη μιας οποιασδήποτε μακροχρόνιας στρατηγικής του οργανισμού. Η αντίληψη αυτή σφυρηλατείται μέσα στο χρόνο με αφετηρία, φυσικά τη διοίκηση του οργανισμού. Κλειδί για την αμοιβαία κατανόηση της σημασίας της αποστολής του οργανισμού είναι η επικοινωνιακή δράση της ηγεσίας του οργανισμού. Αν οι άνθρωποι του οργανισμού δεν έχουν την πεποίθηση, ότι ο οργανισμός που υπηρετούν προσφέρει κάτι σημαντικό στους συνανθρώπους τους - μια εμπειρία που επηρεάζει την ποιότητα της ζωής των ανθρώπων - τότε η σχέση των εργαζομένων με τον οργανισμό γίνεται απλώς βιοποριστική. Ένας τέτοιος οργανισμός δεν έχει ουσιαστικό λόγο λειτουργίας, πέρα από τη μείωση της ανεργίας (Φιλήμων Μπαντιμαρούδης, Σεπτέμβριος 2011)».

Επομένως, η σχεδίαση στρατηγικής οργάνωσης παίζει καθοριστικό ρόλο στη μελλοντική κατεύθυνση του οργανισμού και στην υλοποίηση αλλά και επίτευξη των στόχων του (Clarke - Hill and Glaister, 1991).

3.2.1. Διοίκηση

Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε είναι εμφανές, ότι για να γίνει πιο αποτελεσματική η λειτουργία των πολιτιστικών οργανισμών, ως προς τον τομέα της διοίκησης κρίνεται απαραίτητη η ύπαρξη ενός Θεσμοθετημένου οργάνου, δηλαδή ενός Διοικητικού Συμβουλίου και μιας Καλλιτεχνικής Επιτροπής, με βάση τα οποία θα παίρνονται οι κατάλληλες και οι πιο συμφέρουσες αποφάσεις για τον οργανισμό.

Η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης ελλείπει ως προς αυτούς τους τομείς που είναι από τους βασικότερους για την λειτουργία της, καθώς το Δημοτικό Συμβούλιο δε μπορεί να ανταποκριθεί πλήρως σε τέτοιου είδους αρμοδιότητες, επειδή έχει ένα μεγάλο αριθμό σοβαρών θεμάτων με τα οποία πρέπει να ασχοληθεί και αντικειμενικά δεν είναι δυνατό να δώσει στα θέματα της Δ.Π. την προσοχή που χρειάζεται. Πέρα από αυτό οι δημοτικοί σύμβουλοι δεν είναι σε θέση, στο σύνολό τους, να αξιολογούν και να κρίνουν τα θέματα της Δ.Π. Μυτιλήνης, παρά μόνο εάν αυτά έρχονται προς έγκριση, ως καλά επεξεργασμένες και



τεκμηριωμένες προτάσεις. Επομένως, η συγκρότηση ειδικού/ων οργάνου/ων θα συμβάλλει ουσιαστικά στη λήψη σημαντικών αποφάσεων τόσο στους διοικητικούς τομείς, όσο και στους τομείς εκδηλώσεων και προβολής.

Προς αυτή την κατεύθυνση προτείνονται δυο σενάρια:

1^ο Σενάριο :

Κατά το πρώτο σενάριο κρίνεται απαραίτητη η συγκρότηση ενός Διοικητικού Συμβουλίου (όπως είδαμε και στα παραδείγματα των πινακοθηκών της διαδικτυακής έρευνας), το οποίο θα αποτελείται από μια μεικτή σύνθεση. Αναφέροντας μεικτή σύνθεση, εννοώ ένα Διοικητικό Συμβούλιο απαρτιζόμενο από κάποιον εκπρόσωπο του δήμου για τα πολιτιστικά θέματα, από έναν υπεύθυνο για οικονομικά ζητήματα (όπως οικονομολόγο), από επιμελητή τέχνης για τις αποφάσεις φιλοξενίας περιοδικών εκθέσεων. Επομένως, η επιλογή των κατηγοριών του «μεικτού Διοικητικού Συμβουλίου» γίνεται με τέτοιο τρόπο, ώστε να καλύπτονται, τόσο οι ανάγκες διοίκησης, όπως οικονομικά θέματα, χορηγίες αλλά και θέματα που αφορούν την προβολή του οργανισμού, όπως διοργάνωση εκδηλώσεων - προγραμμάτων, φιλοξενία περιοδικών εκθέσεων. Στο σενάριο αυτό δηλαδή, το Δ.Σ. θα είναι υπεύθυνο για τον συντονισμό των διαφόρων θεμάτων και για τη λήψη των αποφάσεων, τις οποίες θα υλοποιεί το προσωπικό.

2^ο Σενάριο:

Ιδανικά στην ομαλή λειτουργία του οργανισμού θα συμβάλλει η συγκρότηση δυο ξεχωριστών οργάνων. Το ένα είναι το Διοικητικό Συμβούλιο, το οποίο αναλαμβάνει θέματα διοίκησης, όπως αναφέρθηκαν και στο 1^ο σενάριο (οικονομικά θέματα, χορηγίες). Το δεύτερο σώμα είναι η Καλλιτεχνική επιτροπή η οποία θα λαμβάνει αποφάσεις για την μόνιμη συλλογή, για συναφείς εκδηλώσεις και προγράμματα και αποφάσεις που θα αφορούν την φιλοξενία των περιοδικών εκθέσεων.

Απαραίτητα χαρακτηριστικά και των δυο σεναρίων για την ομαλότερη λειτουργία του οργανισμού είναι λογοδοσία και η διαφάνεια.



3.2.2. Προσωπικό

Τα μουσεία και κατ' επέκταση πολιτιστικοί οργανισμοί διοικούνται, διαχειρίζονται και λειτουργούν από τους ανθρώπους, είναι κοινωνικά ιδρύματα, στα οποία οι άνθρωποι συνεργάζονται για την επίτευξη, τη διατήρηση της αποστολής και των στόχων του οργανισμού (Μπαντιμαρούδης, 2011).

Η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης έχει ανάγκη από ένα προσωπικό, καταρτισμένο και εξειδικευμένο, το οποίο θα αντιλαμβάνεται πλήρως το σκοπό του έργου της και θα είναι σε θέση να καλύψει τις ανάγκες της, τόσο σε επίπεδο διοικητικών υποχρεώσεων, όσο και σε επίπεδο διοργάνωσης και φιλοξενίας μιας έκθεσης, παροχής πληροφοριών σχετικές με την εκάστοτε έκθεση, συντήρησης έργων. Το προσωπικό της Πινακοθήκης οφείλει να έχει βαθιά γνώση του αντικειμένου του, μεράκι και για αγάπη μεταδίδοντας τα στον επισκέπτη.

Στη Δημοτική Πινακοθήκη της Μυτιλήνης εργάζονται υπάλληλοι που αγαπούν τη δουλειά τους, σέβονται τους επισκέπτες και προσπαθούν να καλύψουν τις πολυάριθμες ανάγκες του οργανισμού. Παρόλα αυτά είναι αισθητή η έλλειψη ειδικοτήτων σχετικές με το χώρο γι αυτό και ο οργανισμός πρέπει να ενισχυθεί με το κατάλληλο εργατικό δυναμικό.

Πρώτα από όλα είναι απαραίτητη η ύπαρξη ενός ξεναγού, ο οποίος θα πληροφορεί το κοινό σχετικά με την εκθεσιακή συλλογή. Έναν μουσειολόγο, ο οποίος θα συντονίζει θέματα προβολής της Πινακοθήκης, θα ρυθμίζει θέματα που αφορούν τις περιοδικές εκθέσεις (φιλοξενία, προβολή, διάρκεια έκθεσης) και θα φροντίζει για συνεργασίες με άλλους πολιτιστικούς φορείς με τη βοήθεια ενός επιμελητή τέχνης. Επίσης, έναν συντηρητή έργων τέχνης, ο οποίος θα είναι υπεύθυνος για την συντήρηση των έργων της μόνιμης συλλογής. Ακόμη, στην περίπτωση σχεδίασης εκπαιδευτικών προγραμμάτων κρίνεται απαραίτητη η πρόσληψη ενός μουσειού - παιδαγωγού. Επίσης, σημαντικό για τον οργανισμό θα είναι να συνεργαστεί με κάποιον γραφίστα που αναλαμβάνει δημιουργία αφισών και άλλων γραφιστικών λεπτομερειών κατά την διεξαγωγή κάποιας έκθεσης - εκδήλωσης, αλλά και ενός τεχνικού για ρύθμιση φωτισμού και συντήρηση κατασκευών. Πιθανόν ο οργανισμός να έχει και την ανάγκη κάποιου οικονομολόγου για την ρύθμιση οικονομικών ζητημάτων του οργανισμού. Τέλος θα μπορούσε να λειτουργήσει τμήμα γραμματείας απασχολώντας έναν υπάλληλο που θα ήταν υπεύθυνος για να δίνει γενικές πληροφορίες (όπως προγραμματισμένες ώρες ξενάγησης, πληροφορίες για τη μόνιμη συλλογή, για περιοδικές εκθέσεις και άλλες δραστηριότητες) στο κοινό και να διεκπεραιώνει διαδικαστικά θέματα



(λογαριασμοί, αλληλογραφία). Εφόσον ο δήμος δε μπορεί να απασχολήσει παραπάνω προσωπικό, από ότι απασχολεί τώρα, αυτομάτως σημαίνει, πως οι επιλογές είναι περιορισμένες. Άρα και οι προσλήψεις των εργαζόμενων, πρέπει να γίνονται με αυστηρότητα και σαφή κριτήρια για ένα αξιόλογο αποτέλεσμα.

3.2.3. Οικονομική Υποστήριξη

Είναι γεγονός λοιπόν, ότι ο ρόλος του μουσείου αλλάζει καθώς ακολουθεί τις ανάγκες και τις εξελίξεις της κοινωνίας κάθε εποχής (Μουρατιάν, 2005). Η εποχή που διανύουμε χαρακτηρίζεται από έντονη οικονομική δυσπραγία, γεγονός που επηρεάζει όλους τους τομείς της ζωής μας. Η εκπαίδευση, η υγεία, ο πολιτισμός είναι μερικοί μόνο από τους τομείς που πλήττονται έντονα λόγω οικονομικής κρίσης. Οι πόροι για τους πολιτιστικούς οργανισμούς και ιδιαίτερα για αυτούς των απομακρυσμένων νησιών, όπου η πρόσβαση δεν είναι εύκολη και ο αριθμός των τουριστών είναι μικρός, έχουν συρρικνωθεί.

Πολλοί μουσειολόγοι υποστηρίζουν, ότι τα νέα μουσεία και οι χώροι τέχνης που περιέχουν πωλητήρια και εστιατόρια, υποκύπτουν στον εκβιασμό μιας καταναλωτικής κοινωνίας υπονομεύοντας τη ουσιαστική λειτουργία των χώρων αυτών. Αυτό που θα πρέπει όμως να έχουμε υπ' όψιν είναι το γεγονός, ότι το μουσείο ως οργανισμός συνδέεται άμεσα με την κοινωνία στην οποία εντάσσεται προσαρμόζοντας ανάλογα τόσο τη μορφή του όσο και τους σκοπούς τους οποίους εξυπηρετεί (Balle,2004).

Ο Δήμος Λέσβου αποτελεί το μόνο χρηματοδότη της Δημοτικής Πινακοθήκης, η οποία δεν εμφανίζει έσοδα από καμία άλλη δραστηριότητα. Από τα στοιχεία της έρευνας που συλλέχθηκαν, αντίστοιχοι πολιτιστικοί οργανισμοί λειτουργούν με τέτοιο τρόπο, ώστε να έχουν επιπλέον έσοδα που τα διαχειρίζονται και να καλύπτουν οποιαδήποτε ανάγκη τους. Πιο συγκεκριμένα διαπιστώνεται, ότι ορισμένοι από τους προαναφερθέντες πολιτιστικούς φορείς, δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στις πηγές εσόδων τους. Πηγές που μπορεί να προέρχονται είτε από πωλητήρια, είτε από εισιτήρια εισόδου, είτε από ενοικιάσεις χώρων.

Η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης προτείνω να στρέψει την προσοχή προς τον οικονομικό τομέα. Θα μπορούσε να μεριμνήσει, έτσι ώστε να καλύπτει αμοιβές μεγαλύτερου προσωπικού, χωρίς να στηρίζεται σε αποκλειστική χρηματοδότηση του δήμου. Επίσης, λειτουργικά έξοδα, όπως διοργανώσεις πολιτιστικών δρωμένων ή τύπωση ενημερωτικών φυλλαδίων θα μπορούσαν να καλυφθούν με δικά της έξοδα.



Προτάσεις προς αυτήν την κατεύθυνση είναι οι εξής:

- Εισιτήριο στην είσοδο της Πινακοθήκης στη συμβολική τιμή των 3 (τριών) ευρώ, καθώς οι υψηλές τιμές των εισιτηρίων έχουν αρνητικό αντίκτυπο, όταν και η κοινωνική ομάδα στην οποία απευθύνονται βρίσκεται σε χαμηλό εισόδημα. Η είσοδος μπορεί να παραμείνει ελεύθερη για το κοινό το πρώτο Σάββατο κάθε μήνα και να είναι σταθερά δωρεάν για παιδιά, φοιτητές, ανέργους και άλλες ευπαθείς ομάδες.
- Συμμετοχή σε εκπαιδευτικά προγράμματα με χαμηλό αντίτιμο και παράλληλη δωρεάν ξενάγηση στη συλλογή της Πινακοθήκης.
- Δημιουργία πωλητηρίου. Η πώληση αντικειμένων και έργων τέχνης με την υπογραφή της Πινακοθήκης θα αποφέρει έσοδα στον οργανισμό και θα δώσει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να αποκτήσουν ένα αναμνηστικό από το χώρο. Τέτοιου είδους αντικείμενα θα μπορούσαν να είναι αφίσες, αντίγραφα έργων ζωγραφικής.
- Δημιουργία καφετέριας στον περιβάλλοντα χώρο, μέρος των εσόδων της οποίας θα αποδίδονται στην Πινακοθήκη.

3.2.4. Μελέτη επισκεπτών

Όντας ένας πολιτιστικός οργανισμός στην καρδιά της κοινωνίας, σημαίνει πώς ο επισκέπτης μπαίνει στο επίκεντρο. Τα μουσεία και οι πολιτιστικοί χώροι παύουν να είναι αποστειρωμένοι χώροι επικεντρωμένοι μόνο στα εκθέματα, υπάρχει σαφής και άμεση αλληλεπίδραση με το κοινό το οποίο προσελκύουν ή θέλουν να προσελκύσουν. Η στροφή προς τον επισκέπτη αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις για τους πολιτιστικούς οργανισμούς, καθώς απαιτεί αλλαγές ως προς τις πρακτικές των πολιτιστικών οργανισμών.

Η Δημοτική Πινακοθήκη πρέπει πρώτα απ' όλα να αποκτήσει εικόνα του ακριβούς αριθμού των επισκεπτών που δέχεται και να αξιολογήσει στοιχεία, όπως η ηλικία και η εθνικότητα, ώστε να δράσει κατάλληλα, αναπτύσσοντας και νέες στρατηγικές, με βάση τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών της. Η μελέτη των επισκεπτών καλύπτει ένα φάσμα διαφορετικών μορφών έρευνας και αξιολόγησης που αφορούν τους πολιτιστικούς οργανισμούς, τους εν δυνάμει και τους εικονικούς επισκέπτες, οι οποίοι μπορούν να δηλωθούν ως «κοινό» του οργανισμού. Η χορήγηση ερωτηματολογίων στους επισκέπτες εκ



μέρους της Δημοτικής Πινακοθήκης Θα μπορούσε να βοηθήσει αποτελεσματικά στη συλλογή πληροφοριών τόσο για τη σκιαγράφηση του προφίλ του επισκέπτη όσο και για τις απαιτήσεις - προσδοκίες του.

Με τον τρόπο αυτό ο οργανισμός Θα ξέρει σε ποιες ομάδες ατόμων απευθύνεται αλλά και που Θα πρέπει να στοχεύσει, ώστε να προσαρμόζεται και να βελτιώνεται, δίνοντας μεγαλύτερη βάση στα χαρακτηριστικά του κοινού το οποίο Θα αποτελέσει και βασικό πυρήνα του οργανισμού (MacDonald, 2012).

Πιο συγκεκριμένα, τα ερωτηματολόγια Θα στοχεύουν στη λήψη πληροφοριών για το φύλο, την ηλικία και την εθνικότητα σε σχέση με τις προσδοκίες τους από τη Δ.Π. Μυτιλήνης, σε ότι αφορά την ξενάγηση και την κτηριακή υποδομή. Επίσης, για τη διερεύνηση κάλυψης των αναγκών τους. Συμπερασματικά, η δημιουργία ερωτηματολογίων Θα παίξει καθοριστικό ρόλο για:

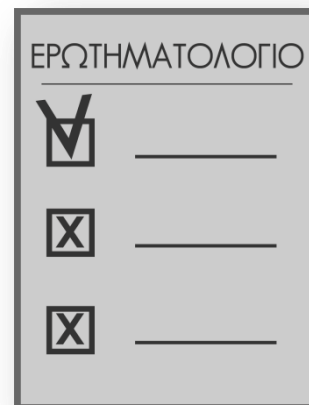
- Να γίνει καταγραφή του ακριβούς αριθμού των επισκεπτών
- Να γίνει διαχωρισμός με βάση το φύλο
- Να γίνει διαχωρισμός με βάση τις ηλικίες
- Να γίνει διαχωρισμός με βάση την εθνικότητα

Στη συνέχεια ο μουσειολόγος Θα είναι σε θέση να καταρτίσει και να χορηγήσει ερωτηματολόγια για να διερευνήσει την απήχηση της έκθεσης, λαμβάνοντας υπόψη του όλες τις παραπάνω μεταβλητές.

3.3. ΥΠΟΔΟΜΕΣ

3.3.1. Κτηριακή υποδομή

Η αναβάθμιση και υποστήριξη της υποδομής της Δημοτικής Πινακοθήκης της Μυτιλήνης είναι ένας από τους παράγοντες που Θα συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην εσωτερική λειτουργία του οργανισμού δημιουργώντας προϋποθέσεις για βελτίωση της ποιότητάς της.



Γραφική Απεικόνιση 1:
Ερωτηματολόγιο



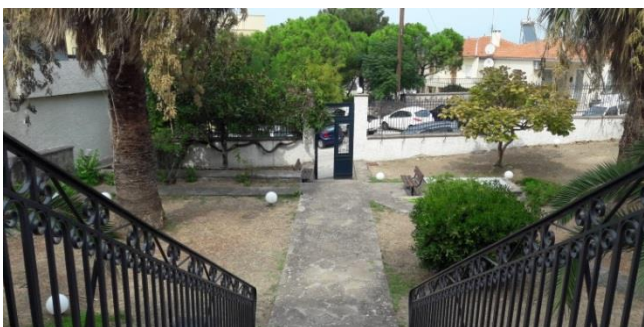
Το κτήριο που σήμερα στεγάζεται η Δ.Π. σχεδιάστηκε και χτίστηκε με την προοπτική της κατοικίας και επομένως οι προδιαγραφές του δεν είναι τέτοιες, ώστε να καλύπτουν τις ανάγκες ενός σύγχρονου πολιτιστικού χώρου. Η εκ νέου σχεδίαση ενός περισσότερο λειτουργικού κτηρίου κρίνεται απαραίτητη.

Χώρος Περιοδικών Εκθέσεων

Η Δημοτική Πινακοθήκη της Μυτιλήνης διαθέτει ένα πλούσιο εκθεσιακό υλικό που απαιτεί ένα σταθερό χώρο φιλοξενίας. Κατά τη διάρκεια των περιοδικών εκθέσεων, ο χώρος φαίνεται να μην επαρκεί με αποτέλεσμα την συχνή αλλαγή διαρρύθμισης των μόνιμων εκθεμάτων της συλλογής. Το εμφανές πρόβλημα της στέγασης των περιοδικών εκθέσεων αναδεικνύει τα προβληματικά σημεία καθιστώντας το κτήριο δυσλειτουργικό. Η δημιουργία ενός επιπλέον χώρου είναι απαραίτητη, γιατί θα μπορούν εκεί αφενός να φιλοξενηθούν περιοδικές εκθέσεις ή να λειτουργεί ως χώρος διαλέξεων, αφετέρου θα προστατευθούν τα μόνιμα εκθέματα από ζημιές που μπορεί να προκύψουν κατά τη μεταφορά τους. Με δεδομένα τα περιορισμένα όρια του κτηρίου η Δ.Π. Μυτιλήνης θα μπορούσε να αξιοποιεί άλλους κατάλληλους χώρους στην πόλη, όπως το Τσαρσί Χαμάμ, το Αρχοντικό Γεωργιάδη.

Αυλή

Η εξωτερική εικόνα της Δημοτικής Πινακοθήκης είναι πολύ σημαντική. Το επιβλητικό τριώροφο με την περίφημη αρχιτεκτονική κερδίζει το θαυμασμό κάθε περαστικού. Ωστόσο, φαίνεται να έχει μείνει ανεκμετάλλευτος ο περιβάλλον χώρος, η αξιοποίηση του οποίου θα μπορούσε να συμβάλει θετικά. Η διαμόρφωση του κήπου μέσα στον οποίο θα λειτουργεί ένα αναψυκτήριο θα μπορούσε να αποτελέσει πόλο έλξης για τους περαστικούς, καθώς επίσης και σημείο χαλάρωσης για τους επισκέπτες, οι οποίοι θα αποκόμιζαν το αίσθημα της φιλοξενίας.



Φωτογραφία 6: Αυλή Δημοτικής Πινακοθήκης



ΑμεΑ

Η προσβασιμότητα αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την εξασφάλιση ίσων δικαιωμάτων, πλήρους συμμετοχής και κοινωνικής ενσωμάτωσης για όλους τους πολίτες. Τα άτομα με αναπηρία, ακόμα και στις μέρες μας, δυσκολεύονται πολύ να συμμετάσχουν στις πολιτιστικές εκδηλώσεις στη χώρα μας εξαιτίας της έλλειψης των κατάλληλων υποδομών και του ειδικού εξοπλισμού. Η ανεμπόδιστη πρόσβαση των ΑμεΑ και άλλων ευπαθών ομάδων στους



Φωτογραφία 7: Είσοδος Δημοτικής Πινακοθήκης

2017 © Θεόδωρος Καπετανάκης

πολιτιστικούς χώρους αποτελεί κίνητρο για την ενασχόληση με τις τέχνες και τον πολιτισμό, γεγονός που προάγει την καλλιτεχνική και πνευματική ανάπτυξη της κοινωνίας στο σύνολό της. Με σεβασμό στις ανάγκες όλων των κοινωνικών ομάδων η Δ.Π. Μυτιλήνης οφείλει να υλοποιήσει όλες τις απαραίτητες αλλαγές σε υποδομές και εξοπλισμό:

- Καθιέρωση κειμένων με ευανάγνωστους χαρακτήρες
- Επαρκή φωτισμό για άτομα με προβλήματα όρασης
- Ανελκυστήρας για χρήστες αναπηρικού αμαξιδίου
- Χώροι ανάπαυσης
- WC για ΑμεΑ
- Σήμανση Braille
- Ειδική σήμανση δαπέδου
- Διαδρομή Αφής (Για ευκολότερο προσανατολισμό στο χώρο)
- Καθοδήγηση μέσω ήχων και φως



3.3.2. Εκθεσιακός Εξοπλισμός

Σημαντικός παράγοντας για την Πινακοθήκη είναι ο τρόπος με τον οποίο είναι εκτιθέμενα τα έργα τέχνης. Η τοποθέτησή τους δεν είναι και τόσο απλή υπόθεση, ιδιαίτερα αν ο αριθμός των κάδρων και το μέγεθος τους ποικίλει. Αρχικά θα πρέπει να γίνει μια προσεκτική παρατήρηση των διαστάσεων των κάδρων, της κορνίζας τους και της θεματολογίας τους, ώστε να γίνουν κάποια πρώτα σχέδια για μια πιθανή διάταξη. Τα έργα θα πρέπει να εκτίθενται με τέτοιο τρόπο, ώστε να προσθέτουν μια αρμονία και ισορροπία στο χώρο, ενώ ταυτόχρονα να τραβάνε τα βλέμματα των επισκεπτών. Επίσης, κρίνεται απαραίτητη η εισαγωγή:

- Ειδικού φωτισμού
- Συστημάτων για τις λεζάντες και για το πληροφοριακό υλικό

Να τονιστεί, πως τα παραπάνω βήματα οφείλουν να εφαρμοστούν σε όλα τα εκτιθέμενα έργα. Με αυτό τον τρόπο στις περιπτώσεις «εκτοπισμού» έργων κατά τη φιλοξενία περιοδικών εκθέσεων θα υπάρχει ένας σταθερός και ευέλικτος τρόπος για την επανατοποθέτησή τους.

Επίσης, σημαντική είναι η και αναβάθμιση του εκθεσιακού εξοπλισμού της Πινακοθήκης, ο οποίος παίζει καθοριστικό ρόλο στην ξενάγηση των επισκεπτών. Πιο συγκεκριμένα προτείνεται η χρήση συστημάτων ακουστικής ξενάγησης, τα οποία προσφέρουν χρήσιμες πληροφορίες στο ευρύ κοινό. Πρόκειται για συσκευή που δίνεται στον επισκέπτη κατά την είσοδο του στον πολιτιστικό χώρο μέσω της οποίας μπορεί να ακούει πληροφορίες σχετικά με τα εκθέματα σε μορφή αφήγησης με δυνατότητα επιλογής γλώσσας.



Εικόνα 5: 1^ο Παράδειγμα εκτιθέμενων έργων



Εικόνα 6: 2^ο Παράδειγμα εκτιθέμενων έργων



3.3.3. Αξιοποίηση ψηφιακών τεχνολογιών

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται έντονα, πως οι ψηφιακές τεχνολογίες έχουν επηρεάσει αρκετούς τομείς, όπως εκπαίδευση, εργασία και άλλες καθημερινές δραστηριότητες. Από αυτό, δε θα μπορούσαν να εξαιρεθούν οι πολιτιστικοί οργανισμοί. Έχοντας λοιπόν μπει ο ψηφιακός κόσμος στη ζωή των ανθρώπων, κάθε σύγχρονος πολιτιστικός οργανισμός καθώς οργανώνει και σχεδιάζει την στρατηγική του, οφείλει να συμπεριλάβει και κάποια προσθήκη τεχνολογικής εφαρμογής για να ανταποκρίνεται στις ανάγκες της εποχής (Φιλήμων Μπαντιμαρούδης, Σεπτέμβριος 2011).

Η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης, χώρος τέχνης και πολιτισμού οφείλει να ακολουθήσει την τεχνολογική εξέλιξη, συμπεριλαμβάνοντας τεχνολογικά μέσα στην στρατηγική οργάνωσής της, έτσι ώστε να καλύψει τις ανάγκες των επισκεπτών. Ένα παράδειγμα ψηφιακής εφαρμογής χρησιμοποιεί το Μουσείο Ακρόπολης. Σύμφωνα με αυτό οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα συμμετοχής στην εκθεσιακή δράση μέσα από ψηφιακό παιχνίδι. Πιο συγκεκριμένα, δίνεται η δυνατότητα στους επισκέπτες να χρωματίσουν το άγαλμα της Πεπλοφόρου, όπως μπορούμε να διαπιστώσουμε και στην εικόνα παρακάτω.



Εικόνα 7: Παράδειγμα ψηφιακού παιχνιδιού Μουσείου Ακρόπολης

Μια παρόμοια ψηφιακή εφαρμογή θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει και η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης. Να βασιστεί δηλαδή σε παρόμοια έκδοση ψηφιακού παιχνιδιού, δίνοντας στους επισκέπτες τη δυνατότητα να πειραματιστούν με κάποια από τα εκθέματα του χώρου. Για να πραγματοποιηθεί αυτό βέβαια προϋποθέτει την ψηφιοποίηση των έργων

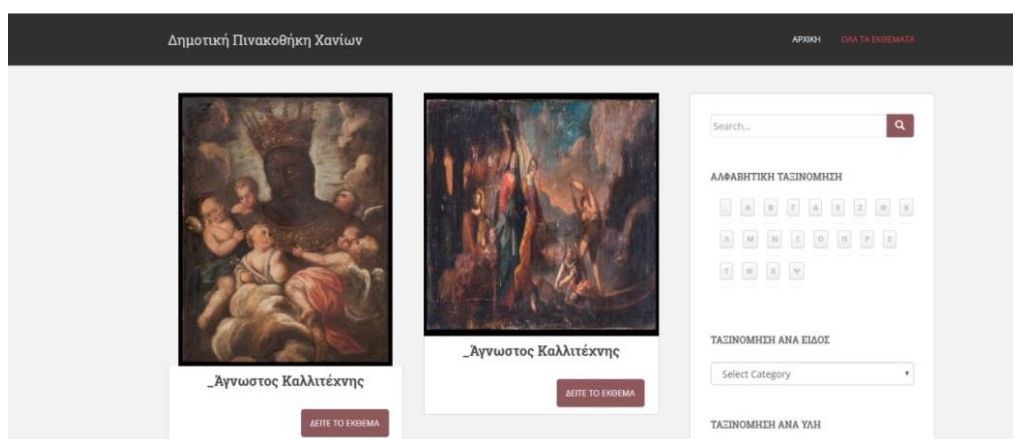


τέχνης (κάτι που δεν έχει πραγματοποιηθεί μέχρι στιγμής) αλλά και τον κατάλληλο εξοπλισμό για το χώρο (οθόνη touch table).

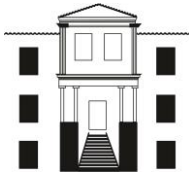
Ψηφιοποίηση έργων τέχνης

Στις μέρες μας τα επιτεύγματα της τεχνολογίας ολοένα και αυξάνονται δίνοντάς μας δυνατότητες και επιλογές για αποτελεσματικότερες μεθόδους διαχείρισης της πληροφορίας. Ο πολιτισμός συνταξιδεύει με την τεχνολογία και το ψηφιακό περιβάλλον και τα αποτελέσματα είναι εντυπωσιακά. Είναι αδιαμφισβήτητο, ότι η τεχνολογία αποτελεί σήμερα ισχυρό σύμμαχο του πολιτισμού.

Πιο συγκεκριμένα, μια εξελιγμένη μέθοδος που επηρεάζει την πολιτιστική κληρονομιά, είναι η ψηφιοποίηση έργων τέχνης. Με τον όρο Ψηφιοποίηση εννοούμε τη μετατροπή του έργου τέχνης σε ψηφιακή μορφή, του οποίου η αναπαραγωγή είναι εφικτή με τη βοήθεια κατάλληλων μέσων. Πρόκειται για τη δημιουργία ενός ψηφιακού αντίγραφου τέτοιου, ώστε να υπάρχει σαφής αναφορά στο πρωτότυπο. Η ψηφιοποίηση αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την επιβίωση και ενίσχυση της ιστορίας και του πολιτισμού. Μέσω της ψηφιοποίησης των έργων τέχνης προωθούνται σημαντικοί στόχοι, όπως η διατήρηση της πολύτιμης πληροφορίας που περιέχουν τα έργα τέχνης και η ενίσχυση του ρόλου που έχει το πολιτιστικό αγαθό.



Εικόνα 8: Παράδειγμα ψηφιοποίησης εκθεσιακής συλλογής



Η προσθήκη της ψηφιοποιημένων έργων στην περίπτωση των πινακοθηκών αποτελεί μια σύγχρονη πρακτική που καλύπτει τις ανάγκες του κοινού. Στην εικόνα δίνεται το παράδειγμα ψηφιοποίησης έργων της συλλογής της Δημοτικής Πινακοθήκης Χανίων, η οποία μάλιστα προβάλλεται μέσω της κεντρικής της ιστοσελίδας. Δε θα πρέπει λοιπόν η ψηφιοποίηση να παραλειφθεί από τα σχέδια οργάνωσης της Δημοτικής Πινακοθήκης Μυτιλήνης. Η προσθήκη αυτού του τεχνολογικού επιτεύγματος θα δώσει στο κοινό τη δυνατότητα πρόσβασης στα έργα τέχνης με ψηφιακό τρόπο. Επίσης, θα συμβάλλει στην δημιουργία μιας βάσης δεδομένων όπου θα φαίνεται ο ακριβής αριθμός των έργων τέχνης που διαθέτει και επομένως θα γίνεται ορθότερη διαχείριση της συλλογής. Τέλος θα επηρεάσει θετικά τον διαμοιρασμό συλλογών μεταξύ φορέων διευρύνοντας τις συνεργασίες και αυξάνοντας την επισκεψιμότητα.

3.4. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ

3.4.1. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Στις μέρες μας, οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης έχουν πολλαπλασιαστεί, ενώ εκατομμύρια άνθρωποι, όλων των ηλικιών, τις αξιοποιούν για να ικανοποιήσουν διαφορετικές ανάγκες. Συνεπώς, οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να αντιμετωπιστούν ως χρήσιμες τεχνολογίες που μπορούν να παρέχουν σημαντικά πλεονεκτήματα στην ανάδειξη του οργανισμού και στη σφρηλάτηση αμοιβαία επωφελών σχέσεων με το κοινό του (Μπαντιμαρούδης, 2011).

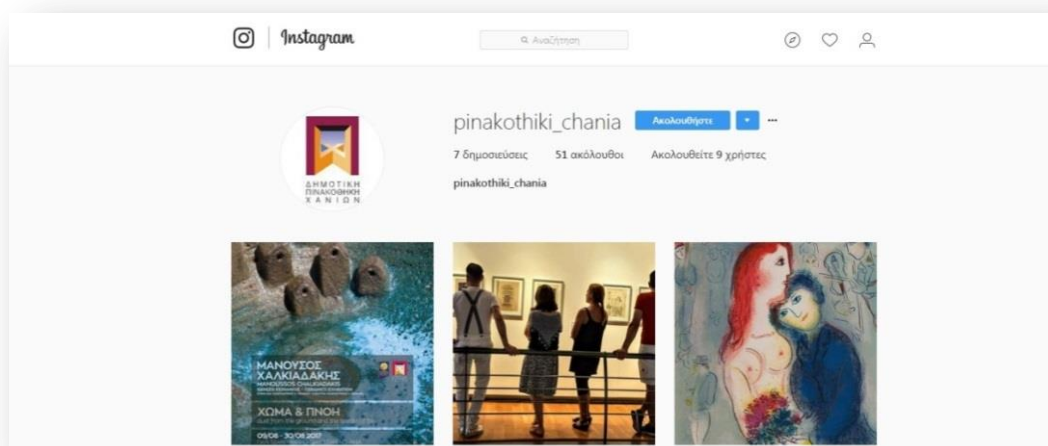
Η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης καλείται να αναγνωρίσει τη χρησιμότητα των εργαλείων της ψηφιακής επικοινωνίας, εντάσσοντας συστηματικά το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην επικοινωνιακή της στρατηγική, καθώς η επίδραση τους στους πολιτιστικούς οργανισμούς και στην κοινωνία είναι εμφανής. Με αυτό τον τρόπο λοιπόν, θα καταφέρει να αναδείξει την εικόνα της και να διευρύνει το διαδικτυακό κοινό της.

Αυτό καθίσταται δυνατό με την δημιουργία λογαριασμών κυρίως στις δωρεάν εφαρμογές. Παραδείγματα εφαρμογών δίνονται παρακάτω μέσω της παρουσίας άλλων Δ.Π. στις υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης.



Instagram

Το Instagram είναι μια εφαρμογή κοινωνικής δικτύωσης για κοινή χρήση φωτογραφιών και βίντεο από ένα smartphone. Όταν κάποιος δημοσιεύει μια φωτογραφία ή ένα βίντεο στο Instagram, εμφανίζεται στο προφίλ του και οι χρήστες που τον ακολουθούν μπορούν να δουν τις αναρτήσεις του. Παρομοίως μπορεί και ο ίδιος ο χρήστης να δει αναρτήσεις από άλλους χρήστες τους οποίους ακολουθεί. Μεταξύ των χρηστών υπάρχει αλληλεπίδραση σχολιάζοντας ο ένας τις αναρτήσεις του άλλου, προσθέτοντας ετικέτες και ανταλλάσσοντας ιδιωτικά μηνύματα. (Moreau, 2017) <https://www.lifewire.com/what-is-instagram-3486316>. Η εικόνα που παρατίθεται είναι του χρήστη «pinakothiki_chania». Η Πινακοθήκη Χανίων χρησιμοποιεί το μέσο κοινωνικής δικτύωσης «Instagram»,



Εικόνα 9: Προφίλ Instagram Δημοτικής Πινακοθήκης Χανίων

εξασφαλίζοντας την διάδοση και προβολή των εκδηλώσεων αλλά και εικόνων από το χώρο του οργανισμού προς το κοινό της. Αντίστοιχα θα μπορούσε να πράξει και η Πινακοθήκη Μυτιλήνης η οποία μέχρι στιγμής δε φαίνεται να το χρησιμοποιεί. Είναι ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης, το οποίο είναι αρκετά διαδεδομένο ειδικά τα τελευταία χρόνια.



Facebook

Το “Facebook” είναι ένας ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης και υπηρεσία, όπου οι χρήστες μπορούν να δημοσιεύουν σχόλια, να μοιράζονται φωτογραφίες και συνδέσμους με ειδήσεις ή άλλο περιεχόμενο της αρεσκείας τους στον ιστό, να παίζουν παιχνίδια, να συνομιλούν ζωντανά ή ακόμα και να μεταδίδουν ζωντανά βίντεο. Το κοινόχρηστο περιεχόμενο μπορεί να είναι προσβάσιμο στο κοινό ή μπορεί να μοιράζεται μόνο μεταξύ μιας επιλεγμένης ομάδας φίλων ή οικογένειας ή με ένα μόνο άτομο (Nations, 2017) <https://www.lifewire.com/what-is-facebook-3486391>.



Εικόνα 10: Προφίλ Facebook Δημοτικής Πινακοθήκης Χανίων

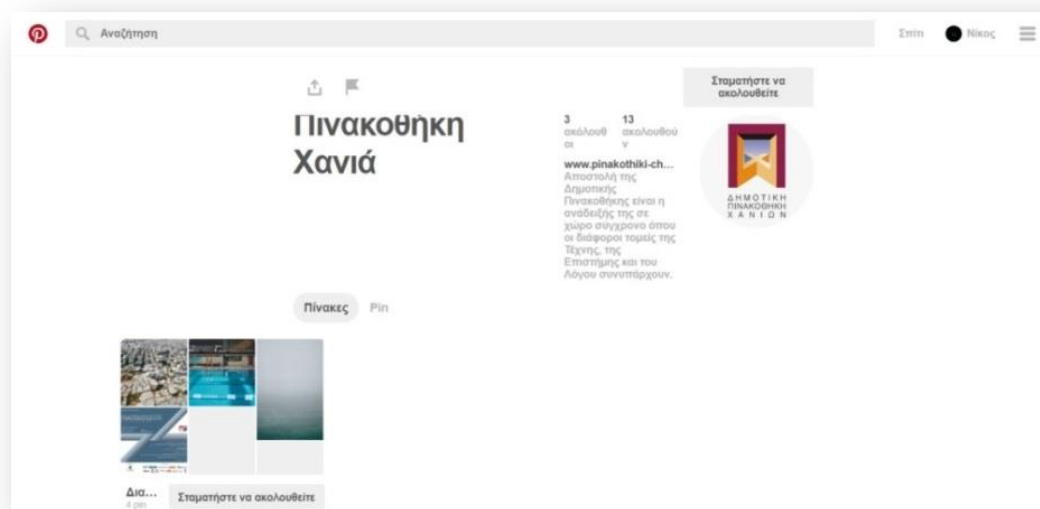
Στις μέρες μας, θεωρείται ως το ισχυρότερο μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Αρκετοί πολιτιστικοί οργανισμοί χρησιμοποιούν αυτό το μέσο, αναδεικνύοντας και προβάλλοντας τα εκθέματά τους και ενημερώνοντας το κοινό για τις δραστηριότητες τους. Το κοινό έχει τη δυνατότητα να σχολιάζει και η αλληλεπίδραση αυτή μπορεί να λειτουργήσει ως ανατροφοδότηση. Στην εικόνα δίνεται το προφίλ του χρήστη « MUNICIPAL ART GALLERY OF CHANIA-ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗ ΧΑΝΙΩΝ». Η Δημοτική Πινακοθήκη Χανίων χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη εφαρμογή προκειμένου να διαφημιστεί και να προωθηθεί στο ευρύ κοινό της αλλά και για να αφουγκραστεί τις ανάγκες του.



Επομένως, η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης χρησιμοποιώντας αυτό το μέσο αφενός μεν θα πετύχει την προώθηση και διαφήμιση για τον ίδιο τον οργανισμό, αφετέρου θα επεκτείνει το διαδικτυακό κοινό της διαμοιράζοντας χρήσιμες πληροφορίες.

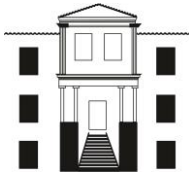
Pinterest

Με λίγα λόγια το Pinterest είναι ένα είδος ηλεκτρονικού pinboard - κυρίως για τη συλλογή φωτογραφιών. Οι εικόνες μοιράζονται ως επί το πλείστον στο Pinterest. Μπορεί κανείς να δημιουργήσει, όσες πινέζες θέλει, «καρφιτσώνοντας αυτά που τον ενδιαφέρουν σε ένα θεματικό φάκελο. Οι χρήστες του Pinterest αλληλεπιδρούν μεταξύ τους μέσω της συμπάθειας, του σχολιασμού και της επανάληψης των στοιχείων του άλλου. Αυτό είναι που το κάνει ένα τόσο κοινωνικό δίκτυο (Moreau, 2016) <https://www.lifewire.com/how-to-use-pinterest-3486578>.



Εικόνα 11: Προφίλ Pinterest Δημοτικής Πινακοθήκης Χανίων

Ένα ποσοστό των πολιτιστικών οργανισμών χρησιμοποιεί το συγκεκριμένο μέσο κοινωνικής δικτύωσης για να προβληθεί. Οι χρήστες μπορούν να δουν φωτογραφίες και βίντεο σχετικά με το εκθεσιακό υλικό αλλά και τους χώρους του συγκεκριμένου οργανισμού. Η Πινακοθήκη Χανίων κάνει χρήση αυτού του μέσου κοινωνικής δικτύωσης προβάλλοντας τα εκθέματά της. Ένα ακόμα (δωρεάν) μέσο κοινωνικής δικτύωσης, τις υπηρεσίες του οποίου θα μπορούσε να εκμεταλλευτεί η Δ.Π. Μυτιλήνης για την προβολή και προώθηση της, η οποία φαίνεται να απέχει σταθερά από κάθε τέτοιο μέσο δικτύωσης.



3.4.2. Δημιουργία Εταιρικής Ταυτότητας

Τα λογότυπα (logos) κυμαίνονται από αφηρημένα και επεξηγηματικά σήματα έως μορφές γραμμάτων που προσδιορίζουν καθαρά το αντικείμενο. Μιλώντας αυστηρά πάντως, ο όρος «λογότυπο» αναφέρεται σε μια γραμματομορφή. Υπάρχουν τρία κριτήρια για επιτυχή λογότυπα: 1. Η σχεδίαση πρέπει να εκφράζει το είδος της εταιρείας. 2. Το λογότυπο πρέπει να είναι συμπαγές και χαρακτηριστικό. 3. Πρέπει να είναι λειτουργικό τόσο σε ένα χρώμα, όσο και σε πολυχρωμία και να αναπαράγεται επαρκώς σε διάφορα μεγέθη, από πολύ μικρά (επαγγελματική κάρτα) έως πάρα πολύ μεγάλα (πλακάτ και αφίσες) (Dabner, 2003).

Το λογότυπο αποτελεί την γραφιστική αποτύπωση ενός εμπορικού σήματος μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού με στόχο να αποτυπώσει το είδος του. Έχει στόχο να ταυτιστεί πλήρως με το προϊόν του, έτσι ώστε να αποτυπωθεί στο υποσυνείδητο των ανθρώπων. Ένα καλά σχεδιασμένο λογότυπο οφείλει να συνδυάζει τα τυπογραφικά και γραφιστικά στοιχεία με τέτοιο τρόπο, ώστε αφενός να εκφράζει απόλυτα το ύφος και τη φιλοσοφία του οργανισμού που εκπροσωπεί και αφετέρου να προσελκύει το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Μια λοιπόν σωστά οργανωμένη στρατηγική σε συνδυασμό με ένα δυνατό “branding” είναι ένα τεράστιο πλεονέκτημα για έναν οργανισμό σήμερα. Πόσο μάλλον για την Δημοτική Πινακοθήκη της Μυτιλήνης, η οποία αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους πολιτιστικούς οργανισμούς του νομού. Αντίστοιχες ενέργειες έχουν πραγματοποιήσει και οι Πινακοθήκες που είδαμε στη διαδικτυακή έρευνα.

Παρακάτω ακολουθούν σχεδιαστικές δοκιμές λογοτύπων για τον οργανισμό αλλά και η τελική πρόταση η οποία θα μπορούσε να αξιοποιηθεί από την Πινακοθήκη Μυτιλήνης.



Γραφιστική Απεικόνιση 2: Πρώτο σχέδιο λογοτύπου

Ο σχεδιασμός αυτού του λογοτύπου ξεκίνησε με προσχέδια στο χαρτί. Αρχικά είχα κατά νου να σχεδιάσω έναν αφαιρετικό καμβά, ο οποίος δε θα έχει ολοκληρωμένες τις πλευρές του δίνοντας μια ελευθερία, χωρίς να χει αυστηρά πλαίσια. Ένα λογότυπο το οποίο θα ναι λιτό και θα εφαρμόζεται εύκολα. Στη συνέχεια πειραματίστηκα προσθέτοντας κάποια γεωμετρικά σχήματα (τρίγωνα), τα οποία με τη σειρά τους έδωσαν την εικόνα των αρχικών γραμμάτων του οργανισμού, δηλαδή Δ (Δημοτική), Π (Πινακοθήκη), Μ (Μυτιλήνης). Κύριος στόχος ήταν να παραπέμπει στην ταυτότητα του οργανισμού και να είναι ευδιάκριτο στο κοινό. Τέλος να σημειωθεί, ότι χρησιμοποιήθηκε γραμματοσειρά Aka-Acid-Odin (μέγεθος: 14).

Το λογότυπο σχεδιάστηκε στο πρόγραμμα Adobe Illustrator CC 2017.



Γραφιστική Απεικόνιση 3: Δεύτερο σχέδιο λογοτύπου

Η δεύτερη προσπάθεια πραγματοποιήθηκε με επικρατέστερο στοιχείο τον αρχιτεκτονικό κτηριακό σχεδιασμό του οργανισμού, ώστε να αποτυπώνεται στο κοινό η εικόνα του επιβλητικού κτιρίου. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε προσθήκη του γεωμετρικού σχήματος, του κύκλου ως περίγραμμα του λογοτύπου με κίτρινο εσωτερικό χρώμα, το οποίο εκφράζει θετικότητα, χαρά και τραβάει τα βλέμματα. Τέλος προστέθηκαν οι αρχικές λέξεις του οργανισμού: ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ, χρησιμοποιώντας τη διακριτική γραμματοσειρά Aka-Acid-Quinfo (μέγεθος: 14).

Το λογότυπο σχεδιάστηκε στο πρόγραμμα Adobe Illustrator CC 2017.



Γραφιστική Απεικόνιση 4: Τελικό σχέδιο λογοτύπου



Σχεδιάζοντας το τελικό και κατά τη γνώμη του το ιδανικότερο λογότυπο για την Πινακοθήκη, απώτερος σκοπός ήταν να αναπαραστήσω μια εταιρική ταυτότητα, η οποία θα μπορεί να σταθεί επάξια στις ανάγκες του συγκεκριμένου οργανισμού. Ένα λογότυπο το οποίο θα συνδέεται άμεσα με την ταυτότητα και το χαρακτήρα της Πινακοθήκης, καθώς αποτελεί βασικό μέσο για την επικοινωνιακή προβολή της.

Παρατηρώντας το λογότυπο, είναι διακριτά τα τρία γράμματα του οργανισμού: Δ (ΔΗΜΟΤΙΚΗ), Π (ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗ), Μ (ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ). Το λογότυπο είναι λιτό, ευανάγνωστο και απεικονίζει τον οργανισμό που εκπροσωπεί. Τα χρώματα που χρησιμοποιούνται είναι αρχικά το μαύρο χρώμα. Ένα χρώμα που είναι συνδεδεμένο με την σοβαρότητα, την επιστημότητα και δίνει ακόμη έναν σοφιστικό χαρακτήρα. Επίσης, χρησιμοποιήθηκε το πορτοκαλί ως χρώμα "background"(από πίσω), ένα ζωντανό και ενεργητικό χρώμα που εκφράζει δημιουργικότητα, ενθουσιασμό και είναι συνδεδεμένο με την ανανέωση. Επίσης, πραγματοποιήθηκαν δοκιμές και σε διαφορετικά (background) χρώματα, όπως βλέπουμε και στις εικόνες παραπάνω. Πιο συγκεκριμένα τα χρώματα γκρι και πράσινο, που μπορούν εξίσου να χρησιμοποιηθούν, καθώς τα σχέδια είναι αισθητικά πανομοιότυπα, δε προκαλούν σύγχυση και μπορούν να καλύψουν ένα ευρύτερο φάσμα εφαρμογών.

Να σημειωθεί, ότι χρησιμοποιήθηκαν δυο ειδών γραμματοσειρές. Η πρώτη είναι η «Aka-Acid-GeosansLight» η οποία απεικονίζει τις λέξεις : ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗ και η δεύτερη, «Calibri» με "BOLD" γράμματα, για να τονιστεί η λέξη ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ. Τα στοιχεία αυτά χρησιμοποιήθηκαν, έτσι ώστε να ολοκληρωθεί ένα λογότυπο, το οποίο θα παραπέμπει στην ταυτότητα του οργανισμού. Ένα λογότυπο το οποίο θα είναι οικείο προς κοινό της Πινακοθήκης.

Το λογότυπο σχεδιάστηκε στο πρόγραμμα Adobe Illustrator CC 2017.

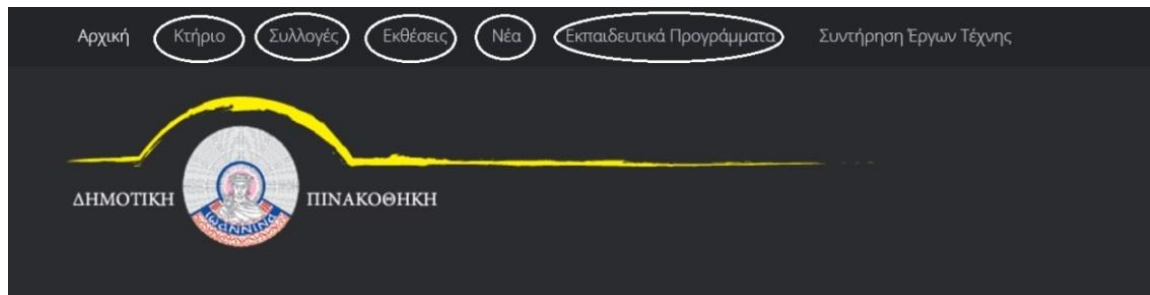


3.4.3. Ιστοσελίδα

Η ιστοσελίδα είναι η ψηφιακή Βιτρίνα του οργανισμού στο περιβάλλον του διαδικτύου, η οποία έχει δυνατότητα παρουσίασης σημαντικών πληροφοριών για την ταυτότητα και την αποστολή του οργανισμού με τρόπο ολοκληρωμένο και πειστικό. Στις μέρες μας, όλοι οι σημαντικοί οργανισμοί επενδύουν στο σχεδιασμό μιας ιστοσελίδας, καθώς τόσο οι ταχύτητες πρόσβασης στα δίκτυα έχουν βελτιωθεί, ενώ έχει αυξηθεί και ο αριθμός των ανθρώπων που έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο. Επειδή η απόσταση και η γεωγραφία δεν καθίστανται πλέον εμπόδια στη γνωριμία του κοινού με τον οργανισμό, η επένδυση σε κάποια ιστοσελίδα πρέπει να αποτελεί επένδυση προτεραιότητας (Μπαντιμαρούδης, 2011).

Η Δ.Π. Μυτιλήνης είναι ένας από τους ελάχιστους οργανισμούς που δε διαθέτει ιστοσελίδα για την προβολή της. Το να μη διαθέτει ένας οργανισμός ιστοσελίδα στις μέρες μας αποτελεί μεγάλο μειονέκτημα, καθώς επισημαίνει την αδυναμία ακολουθίας της εξέλιξης αλλά και του πνεύματος της εποχής. Η επένδυση σε μια ιστοσελίδα δεν αυξάνει απαραίτητα την αναγνωρισιμότητα του οργανισμού, ωστόσο παρέχει χρήσιμες πληροφορίες στον εικονικό επισκέπτη. Θα πρέπει να αποτελέσει πρωταρχικό μέλημα των υπεύθυνων της Πινακοθήκης η δημιουργία μιας ιστοσελίδας, η οποία θα είναι η βιτρίνα του οργανισμού. Η ύπαρξη ιστοσελίδας λειτουργεί θετικά σε:

- Προβολή του χώρου και των εκθεμάτων
- Έκθεση των προϊόντων και των υπηρεσιών του οργανισμού
- Αγορά εξ αποστάσεως από το πωλητήριο
- Καταγραφή των τάσεων και των επιθυμιών του κοινού- αλληλεπίδραση με το κοινό
- Παροχή εκπαιδευτικών δράσεων, ειδικά σε μαθητές και σπουδαστές
- Προσέλκυση εξειδικευμένου προσωπικού
- Πρόσβαση από ξένους επισκέπτες με την εύκολη δυνατότητα επιλογή γλώσσας



Εικόνα 12: Παράδειγμα περιεχομένων ιστοσελίδας Δημοτικής Πινακοθήκης Ιωαννίνων

Ο πολιτιστικός οργανισμός μέσω τις ιστοσελίδας, του θα ενημερώνει τους επισκέπτες του για:

- Εκδηλώσεις που πρόκειται να διεξαχθούν
- Τρέχουσες εκθέσεις
- Προγράμματα
- Άλλες σημαντικές πληροφορίες σχετικά με την λειτουργία της (όπως την αλλαγή ωραρίου)

Όπως φαίνεται και στην εικόνα παραδείγματος της ιστοσελίδας της Δ.Π. Ιωαννίνων παραπάνω.

Επειδή ακριβώς οι ιστοσελίδες έχουν πολλές δυνατότητες ανάδειξης του οργανισμού, τόσο ο σχεδιασμός, όσο και η υλοποίηση πρέπει να βασίζονται σε μακροχρόνιες στρατηγικές του οργανισμού για να υπάρχει δυνατότητα μιας ουσιαστικής αξιοποίησης του διαδικτύου (Μπαντιμαρούδης, Σεπτέμβριος 2011).



Εικόνα 13: Παράδειγμα ιστοσελίδας Δημοτικής Πινακοθήκης Λάρισας

Η Δημοτική Πινακοθήκη οφείλει να μην παραλείπει τη σχεδίαση και υλοποίηση της ιστοσελίδας στην στρατηγική επικοινωνιακής προβολής της. Η εικόνα παραπάνω παραπέμπει σε παράδειγμα μιας αρκετά καλοσχεδιασμένης ιστοσελίδας, με τα απαραίτητα στοιχεία αλλά και τις πληροφορίες που χρειάζεται ο επισκέπτης σχετικά με την ενημέρωση του οργανισμού. Η ιστοσελίδα ανήκει στην Δημοτική Πινακοθήκη της Λάρισας.

3.5. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ

3.5.1. Δραστηριότητες μόνιμης συλλογής

Βάσει της συλλογής των πληροφοριών, ύστερα από τις συνεντεύξεις που παραχώρησαν ο αντιδήμαρχος πολιτισμού και ο υπεύθυνος της Δ.Π. Μυτιλήνης προκύπτει, ότι η πινακοθήκη διαθέτει ένα μεγάλο αριθμό έργων στη μόνιμη συλλογή, εκ των οποίων ένα μέρος μόνο εκτίθεται στο χώρο. Το υπόλοιπο φυλάσσεται στο τμήμα της αποθήκης (του υπογείου).

Για τη διαχείριση της συλλογής υπάρχει ανάγκη στρατηγικής και προγραμματισμού. Προς αυτή την κατεύθυνση προτείνονται δυο σενάρια:

1^ο Σενάριο:

“Κυκλική παρουσίαση έργων”: Βάσει αυτού του σεναρίου το Δ.Σ. (Διοικητικό Συμβούλιο) θα επιλέγει δυο έως τρία έργα μεταξύ καλλιτεχνών της (μόνιμης συλλογής), τα οποία θα εκτίθενται για συγκεκριμένο διάστημα, με το πέρας του οποίου θα ανανεώνονται. Η έκθεση των έργων θα είναι διαμοιρασμένη σε ίσα χρονικά διαστήματα, έτσι ώστε το κοινό να γνωρίσει όλη τη συλλογή που διαθέτει η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης.



2° Σενάριο:

Λογική “περιοδικής έκθεσης”: Με βάση αυτό το σενάριο η καλλιτεχνική επιτροπή κωρίζει τη μόνιμη συλλογή της σε θεματικές ενότητες (π.χ. προσωπογραφία) και τις εκθέτει τα αντίστοιχα έργα για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Ο τρόπος αυτός θα δώσει μια διαφορετική νότα στην έκθεση της μόνιμης συλλογής, η οποία θα λειτουργεί κατά βάσει ως “περιοδική”. Έτσι η πινακοθήκη θα καταφέρει να αξιοποιήσει και να εκθέσει όλα τα έργα που διαθέτει.

3.5.2. Περιοδικές εκθέσεις

Οι περιοδικές εκθέσεις αποτελούν βασικό στοιχείο στην στρατηγική προβολής του οργανισμού καθώς αναδεικνύει παράλληλα και τα μόνιμα εκθέματα. Η επιλογή και αξιολόγηση κάθε περιοδικής έκθεσης είναι αναγκαίοι παράγοντες ως προς την διατήρηση της ταυτότητας κάθε οργανισμού.

Όπως φαίνεται και στην εικόνα του παραδείγματος, η Δ.Π. Χανίων παρουσίασε αφιέρωμα έκθεση αφιέρωμα στον εκδότη Τεριάντ από την συλλογή του στην



Εικόνα 14: Παράδειγμα περιοδικής έκθεσης Δημοτικής Πινακοθήκης Χανίων

Μυτιλήνη, ανοίγοντας συνεργασίες με έναν συναφή πολιτιστικό οργανισμό, διατηρώντας την ταυτότητά της. Για αυτόν ακριβώς το λόγο, η Δ.Π. Μυτιλήνης οφείλει να τηρεί συγκεκριμένα κριτήρια επιλογής και εφόσον αυτά πληρούνται να διεξάγεται η έκθεση. Στο πλαίσιο της στρατηγικής της για τις περιοδικές εκθέσεις η Πινακοθήκη Μυτιλήνης μπορεί να προσκαλεί σε συνεργασία τους καλλιτέχνες που επιθυμεί. Ξεκινώντας και αναδεικνύοντας την πλούσια πολιτιστική δράση ανθρώπων ή ομάδων του νησιού. Για παράδειγμα σε συνεννόηση με την Φωτογραφική ομάδα της Μυτιλήνης, θα μπορούσε να πραγματοποιήσει περιοδική έκθεση “φωτογραφίας” με θεματική ενότητα «τοπία του νησιού». Για την οργάνωση περιοδικών



εκθέσεων οφείλει να υπάρχει χρονοδιάγραμμα, έτσι ώστε να αξιοποιείται παραγωγικά όλος ο χρόνος.

3.5.3. Εκδηλώσεις

Κάθε πολιτιστικός οργανισμός ακολουθεί μια συγκεκριμένη στρατηγική σχετικά με την προβολή του. Σύμφωνα λοιπόν με το κοινό το οποίο προσεγγίζει, θα πρέπει να πραγματοποιεί και συγκεκριμένες αφηγηματικές επιλογές συμβόλων και μέσων (Μπαντιμαρούδης, Σεπτέμβριος 2011).

Η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης οφείλει να επικεντρωθεί στη διοργάνωση εκδηλώσεων προκειμένου να πετύχει τη διαπροσωπική επικοινωνία με το κοινό της. Η επιλογή της κάθε εκδήλωσης βέβαια οφείλει να μην είναι τυχαία αλλά να γίνεται σε συνάφεια με τον χαρακτήρα του οργανισμού. Ακολουθώντας αυτή τη τακτική, η Πινακοθήκη θα καταφέρει να διατηρήσει την ταυτότητά της, προσεγγίζοντας συγκεκριμένες κατηγορίες επισκεπτών κάθε φορά.

Προτάσεις προς αυτή τη κατεύθυνση αποτελούν:

- Προβολές ταινιών
- Θεματικές βραδιές σχετικές με την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της Λέσβου αναδεικνύοντας τον πολιτισμό του νησιού τόσο στη λογοτεχνία, ποίηση όσο και στην ιδιαίτερη αρχιτεκτονική του.
- Ή διάφορες θεματικές εκδηλώσεις κατά την θερινή περίοδο αξιοποιώντας την αυλή.

Η Δ.Π. Μυτιλήνης ως ζωντανό κύτταρο στην καρδιά της πόλης οφείλει να διατηρεί την πολιτιστική κληρονομιά και να την προβάλλει μέσω των εκδηλώσεων, δημιουργώντας δεσμούς συνέχειας με τις επόμενες γενιές.



Εικόνα 15: Παραδείγματα εκδηλώσεων που πραγματοποιήθηκαν σε πολιτιστικούς οργανισμούς



3.5.4. Εκπαιδευτικά Προγράμματα

Τα τελευταία χρόνια τα μουσεία και οι πολιτιστικοί χώροι χρησιμοποιούν διάφορα μέσα επικοινωνίας, ανακαλύπτουν και κάνουν χρήση των δυνατοτήτων που προσφέρει η τεχνολογία και αναπτύσσουν και υλοποιούν δραστηριότητες με εκπαιδευτική πρόθεση. Με απώτερο στόχο την οργανική σύνδεσή τους με την κοινωνία την οποία υπηρετούν, παράλληλα με τις παραδοσιακές λειτουργίες τους (συλλογή, συντήρηση, έκθεση, έρευνα) αναπτύσσουν και ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων με επικοινωνιακή και εκπαιδευτική πρόθεση όπως εκπαιδευτικά προγράμματα για διάφορες ομάδες κοινού, περιοδικές εκθέσεις, εκδόσεις, διαλέξεις, κινητές εκθέσεις, κ.λπ.(Γκαζή, 1999:39-46), με στόχο το «άνοιγμα» του μουσείου στην κοινωνία και την εκπλήρωση του κοινωνικού και εκπαιδευτικού του ρόλου.

Τα μουσεία όπως και άλλοι πολιτιστικοί οργανισμοί μέσω των προγραμμάτων κάνουν μια αλλαγή/στροφή στην ποιότητα των ανθρώπων στους οποίους απευθύνονται (Weil, 1999).

Χρονικό

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα στα μουσεία της Ελλάδας έχουν μια ιστορία τριάντα πέντε ετών. Ξεκινούν το 1978 από το Μουσείο Μπενάκη, ενώ σύντομα ακολουθούν το Πελοποννησιακό Λαογραφικό Ίδρυμα Β. Παπαντωνίου και το Μουσείο Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης, εισάγοντας στη χώρα μας τη λειτουργία των μουσείων ως φορέων διαπαιδαγώγησης των νέων. Τα πρώτα προγράμματα για σχολικές ομάδες ξεκινούν το 1986 από το Νομισματικό Μουσείο της Αθήνας, ενώ το 1987 το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης εγκαινιάζει το Εκπαιδευτικό Τμήμα του. Οι πρωτοβουλίες του Ελληνικού Τμήματος του ICOM με τα περιφερειακά σεμινάρια «Μουσείο - Σχολείο» που ξεκίνησαν το 1990, καθώς και τα σχετικά με τα μουσεία προγράμματα που ανέπτυξαν το Υπουργείο Παιδείας και το Υπουργείο Πολιτισμού (Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, Πρόγραμμα Μελίνα, Το Σχολείο υιοθετεί ένα Μνημείο) συνέβαλαν σημαντικά στην προώθηση ενός διαλόγου για τη μουσειακή αγωγή (Χατζηνικολάου 2002, σ. 134). Η αδιάλειπτη προσφορά εκπαιδευτικών προγραμμάτων για σχολικές ομάδες από λίγα, έστω, μουσεία και Εφορείες Αρχαιοτήτων στην αρχή, μαζί με την ίδρυση μουσείων ειδικά σχεδιασμένων για παιδιά, η επιμόρφωση δασκάλων στη Μουσειακή Αγωγή και η διδασκαλία ενοτήτων Μουσειακής Αγωγής στην Ανώτατη Εκπαίδευση



(Μούλιου, Μ. και Τ. Χατζηνικολάου 2003), διαμόρφωσαν σταδιακά το σημερινό τοπίο στο δημοτικό σχολείο, όπου τα μουσεία αποτελούν πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της σχολικής ζωής. Αυτή είναι μια σημαντική κατάκτηση για τα μουσεία και μεγάλο κέρδος για τη μαθητική κοινότητα. Η στενότερη συνεργασία μουσείου-σχολείου είναι ένα ζητούμενο για το μέλλον των εκπαιδευτικών προγραμμάτων για σχολικές ομάδες. Για τα μουσεία δε, αποτελεί θέμα ζωτικής σημασίας, καθώς τα επιτυχημένα προγράμματα, που καλλιεργούν θετική στάση των μαθητών απέναντι στα μουσεία, συντελούν σημαντικά στη μελλοντική επισκεψιμότητα (Anderson, D., Storkdiek, M. και Srock, M. 2007, σ. 202), που είναι αναγκαία για τη βιωσιμότητά τους.

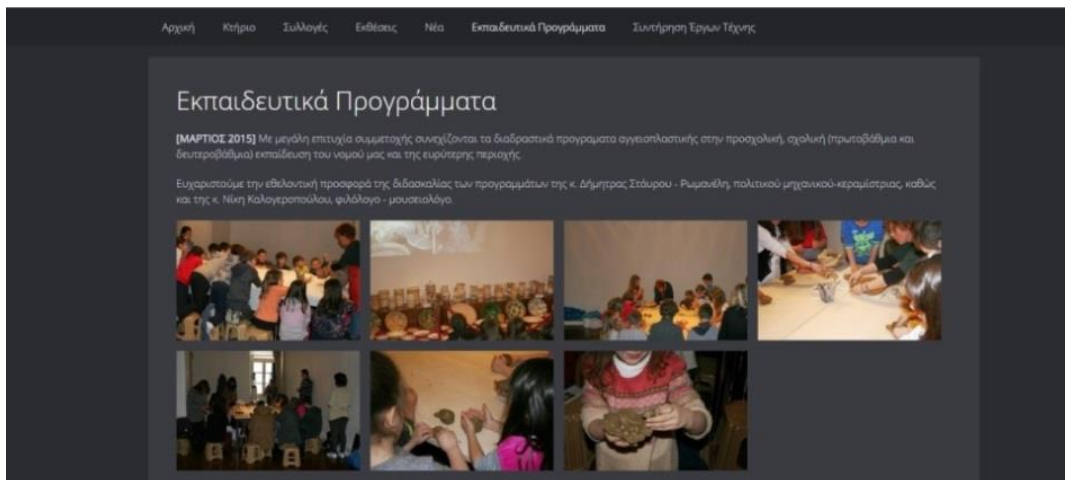
Η εκπαιδευτική δραστηριότητα σήμερα

Ιδιαίτερη βαρύτητα, σύμφωνα με την καταγραφή των στοιχείων που σημειώθηκε, δίνεται στην σχεδίαση και πραγματοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων με απώτερο στόχο την προσέλκυση ανθρώπων από την πρώιμη παιδική ηλικία. Το άνοιγμα των πολιτιστικών χώρων στην



κοινωνία με ενεργό δράση των μαθητών περιλαμβάνει μια ευρεία γκάμα εκπαιδευτικών προγραμμάτων που υλοποιούνται είτε σε συνεργασία με τα σχολεία είτε ανεξάρτητα. Πιο συγκεκριμένα η Δημοτική Πινακοθήκη Λάρισας παρατηρείται, ότι έχει δημιουργήσει ειδικό 'Εργαστήριο', το οποίο δίνει την ευκαιρία στους νέους να ασχοληθούν με τις τέχνες (ζωγραφική, κεραμική, ψηφιδωτο.), όπως φαίνεται και στην εικόνα παραδείγματος παραπάνω.

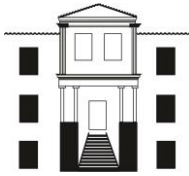
Εικόνα 16: Παράδειγμα εκπαιδευτικής δραστηριότητας Δημοτικής Πινακοθήκης Λάρισας



Εικόνα 17: Παράδειγμα εκπαιδευτικών προγραμμάτων Δημοτικής Πινakoθήκης Ιωαννίνων

Αντίστοιχες δραστηριότητες υλοποιεί η Δ.Π. Ιωαννίνων απευθυνόμενη σε μαθητές όλων των βαθμίδων, όπως φαίνεται και στην εικόνα παρακάτω.

Η Δημοτική Πινakoθήκη Μυτιλήνης οργανώνει δραστηριότητες που σχετίζονται με εκπαιδευτικά προγράμματα, φιλοξενώντας μαθητές σχολείων κυρίως της Λέσβου. Η δράση αυτή έχει θετική ανταπόκριση, ωστόσο είναι περιορισμένη. Η Δημοτική Πινakoθήκη Μυτιλήνης έχει την ανάγκη δημιουργίας ενός μόνιμου εργαστηρίου, το οποίο θα παίξει καθοριστικό παράγοντα για την προσέλκυση μικρών και μεγάλων στο χώρο. Ένα εργαστήριο, το οποίο θα έχει εκπαιδευτικό χαρακτήρα, με καταρτισμένους εμπνευστές, χωρίς απαραίτητα να επικεντρώνεται στην επισκεψιμότητα του οργανισμού, αλλά θα μπορεί να λειτουργεί και ανεξάρτητα. Να τονιστεί, ότι η δημιουργία εργαστηρίου προϋποθέτει πρόσληψη παραπάνω προσωπικού. Σε περίπτωση αδυναμίας πρόσληψης επιπλέον προσωπικού η Πινakoθήκη θα μπορούσε να συνεργαστεί με το Πανεπιστήμιο Αιγαίου, δίνοντας την ευκαιρία στους μεταπτυχιακούς φοιτητές να σχεδιάσουν αλλά και να υλοποιήσουν εκπαιδευτικά προγράμματα.



Παράδειγμα εκπαιδευτικής δραστηριότητας

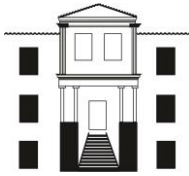
Ένα παράδειγμα εκπαιδευτικής δραστηριότητας - προγράμματος, το οποίο θα ήταν εφικτό να σχεδιαστεί και να υλοποιηθεί από το εργαστήριο, είναι συμμετοχή των ατόμων σε εικαστικές δημιουργίες, επικεντρωμένες στη θεματολογία της μόνιμης έκθεσης της Πινακοθήκης αλλά και των φιλοξενούμενων περιοδικών εκθέσεων. Ένα τέτοιο εκπαιδευτικό πρόγραμμα θα προσελκύσει τα παιδιά μέσα από τη βιωματική μάθηση, θα συντελέσει στη διαμόρφωση της πολιτιστικής τους συνείδησης και στο σεβασμό της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Εκτός από τις εικαστικές δημιουργίες, στα πλαίσια οργάνωσης και υλοποίησης των εκπαιδευτικών προγραμμάτων, θα μπορούσε να προωθηθεί και η ένταξη διαδραστικού παιχνιδιού τόσο στο φυσικό χώρο της Πινακοθήκης, κατάλληλα διαμορφωμένο, όσο και ως εφαρμογή (ψηφιακό διαδραστικό παιχνίδι) που θα διατίθεται κυρίως σε smartphone.

Παράδειγμα διαδραστικού παιχνιδιού

Η ιδέα του διαδραστικού παιχνιδιού μπορεί να βασίζεται για παράδειγμα στη λογική του «κρυμμένου Θησαυρού», ενός ιδιαίτερα προσφιλούς παιχνιδιού στα παιδιά. Κατά τη διάρκειά του τα παιδιά θα έχουν την ευκαιρία να περιηγηθούν στο χώρο και να συλλέξουν πληροφορίες σχετικά με την εκθεσιακή συλλογή. Σχεδιάζοντας και υλοποιώντας την συγκεκριμένη εφαρμογή, η Πινακοθήκη θα πετύχει μέσω της διάδρασης, μια ξενάγηση των συμμετεχόντων στο χώρο με έναν πραγματικά ξεχωριστό, ευχάριστο και σύγχρονο τρόπο, όπου ο επισκέπτης δεν είναι απλά ένας παθητικός δέκτης πληροφοριών.

Τέλος, είναι σημαντικό να σχεδιαστούν και να εφαρμοστούν εκπαιδευτικά προγράμματα όχι μόνο για παιδιά, σε συνεργασία με τα σχολεία ή ως ελεύθερες δράσεις των πολιτιστικών χώρων, αλλά και προγράμματα που να απευθύνονται σε διαφορετικές ομάδες κοινού. Οι πολιτιστικοί χώροι αν και πρωτίστως ανέπτυξαν εκπαιδευτικές δράσεις με τα σχολεία, σταδιακά τις διεύρυναν συμπεριλαμβάνοντας και εκπαιδευτικά προγράμματα απευθυνόμενα σε οικογένειες, μειονοτικές ομάδες κ.α.

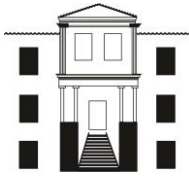


Συνολικά προτάσεις για την υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων είναι οι εξής:

- Αύξηση των υπάρχοντων εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε συχνότερη βάση
- Διεύρυνση εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε αριθμό και ποικιλία
- Δημιουργία εργαστηρίου, ως ο σταθερός χώρος φιλοξενίας εκπαιδευτικών προγραμμάτων που περιλαμβάνουν χειροτεχνίες (ζωγραφική, γλυπτική, κολάζ).

3.6. ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ

Κάθε οργανισμός συμπεριλαμβανομένων και των πολιτιστικών οφείλει να αξιολογεί τις στρατηγικές δράσεις του. Η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης οφείλει να συμπεριλάβει ένα σύστημα αξιολόγησης που θα ελέγχει τις στρατηγικές της, τόσο σε επίπεδο σωστής διαχείρισης του χρόνου, όσο και στην επικοινωνιακή προβολή. Η σωστή διαχείριση του χρόνου περιλαμβάνει διαδικασίες που σχετίζονται με τη διεύρυνση του ωραρίου (πρωινές και απογευματινές ώρες) και την αξιοποίηση όλων των περιόδων (χειμερινών - Θερινών), έτσι ώστε να μην υπάρχουν «νεκρές περίοδοι» και να κεντρίζει το ενδιαφέρον του κοινού όλο το χρόνο. Από την έρευνα προκύπτει, ότι η Δ.Π. Μυτιλήνης λειτουργεί ένα συγκεκριμένο ωράριο, περιορισμένο, καθόλου ευέλικτο για εργαζόμενους και τουρίστες. Η Δημοτική Πινακοθήκη Χανίων, φαίνεται να αντιλαμβάνεται τις ανάγκες του κοινού της, ανοίγοντας τις πόρτες της και τις απογευματινές ώρες, προσφέροντας πλήθος εκδηλώσεων, τόσο τη χειμερινή όσο και την θερινή περίοδο. Η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης οφείλει να διευρύνει το ωράριο λειτουργίας της και με αυτή την αλλαγή θα βελτιώσει σημαντικά την επισκεψιμότητά της. Στα πλαίσια της επικοινωνιακής προβολής θα πρέπει να δημιουργήσει ένα σύστημα αξιολόγησης, που να περιλαμβάνει στοιχεία που θα προκύπτουν από την αλληλεπίδρασή τους με το κοινό. Ο αριθμός των επισκεπτών καθώς και τα θετικά ή αρνητικά σχόλιά τους αποτελούν σαφή επανατροφοδότηση και μπορούν να συμβάλλουν στη διατήρηση ή την αλλαγή των στρατηγικών προβολής της Δ.Π. Μυτιλήνης (ερωτηματολόγια και μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν βασικά εργαλεία για αυτό το σκοπό).



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Οι πολιτιστικές οργανώσεις για να λειτουργήσουν αποτελεσματικά στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον πρέπει να διέπονται από κανόνες και τεχνικές για την λειτουργία τους. Με άλλα λόγια, πρέπει να διοικούνται από μια ομάδα ανθρώπων, έτσι ώστε να εκπληρώνουν τους στόχους τους. Αυτή η διαδικασία ονομάζεται πολιτιστική διαχείριση.

Η διαχείριση των πολιτιστικών πόρων παρουσιάζει δυσχέρειες οι οποίες πηγάζουν από το γεγονός, ότι ο πολιτισμός και η διαχείριση είναι δύο έννοιες αλληλοσυγκρουόμενες. «Με τον πολιτισμό συνδέουμε δημιουργική ελευθερία, ατομικότητα και δημιουργικό χάος, ενώ στην αναφορά του όρου διαχείριση σκεφτόμαστε αποτελεσματικότητα, παραγωγικότητα και οικονομική επιτυχία» (Μπιτσάνη, 2004).

Οι υπεύθυνοι λοιπόν, της διαχείρισης του μουσείου καλούνται να διαμορφώσουν τους στόχους του και να σχεδιάσουν τη στρατηγική υλοποίησής τους. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να έχουν σαφή και ξεκάθαρη εικόνα για τα δυνατά και αδύνατα σημεία του οργανισμού καθώς και για τις ευκαιρίες αλλά και απειλές που παρουσιάζει το εξωτερικό περιβάλλον του. Επιπλέον, θα πρέπει να επιλέξουν ανάμεσα στους διαφορετικούς τρόπους υλοποίησης των στόχων εκείνων που κρίνουν πιο αποτελεσματικό, προβαίνοντας σε εκτίμηση όλων των εναλλακτικών λύσεων. Επίσης, θα πρέπει να φροντίσουν για την εξασφάλιση των απαραίτητων χρηματοδοτικών μέσων, να διαμορφώσουν την τιμολογιακή πολιτική, καθώς και να προβούν και σε εξεύρεση πρακτικών προσέλκυσης επισκεπτών, έτσι ώστε να επιτευχθεί η οικονομική βιωσιμότητα του μουσείου (Kotler et al, 2008)

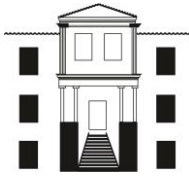
Η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης, όντας ένα αναπόσπαστο κομμάτι της πόλης, επείγει να εφαρμόσει μια τακτική ως προς τον τρόπο λειτουργίας της, η οποία αφενός θα στοχεύει στην διατήρηση και ανάδειξη του ιστορικού της χαρακτήρα, αφετέρου θα αναδεικνύει την πολιτιστική της κληρονομιά μέσα από πολιτιστικά δρώμενα - εκδηλώσεις. Με αυτό τον τρόπο θα πετύχει τη συμμετοχική πολιτιστική δράση στην καθημερινότητα των κατοίκων, βελτιώνοντας την ποιότητα της ζωής τους. Σύμφωνα με τα στοιχεία που συλλέχθηκαν η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης παρουσιάζει κάποια μειονεκτήματα που συμβάλλουν αρνητικά στο λειτουργικό της πεδίο.



Πιο συγκεκριμένα, ως προς τη διοικητική λειτουργία κρίνεται απαραίτητη η ύπαρξη καλλιτεχνικής επιτροπής για τις αποφάσεις έναρξης κάποιας πολιτιστικής εκδήλωσης ακόμα και για τη φιλοξενία κάποιας έκθεσης. Επίσης, το εργατικό δυναμικό φαίνεται να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του οργανισμού παρόλα αυτά είναι εμφανής η απουσία ειδικοτήτων, που θα ενισχύσουν τη λειτουργία του. Ο οργανισμός οφείλει ακόμη, να στραφεί προς την αξιοποίηση των οικονομικών απολαβών του, προκειμένου να μην εξαρτάται αποκλειστικά από τις χρηματοδοτήσεις του δήμου. Ακόμη, εντοπίζεται ανεπάρκεια σχετικά με τον τομέα των υποδομών. Η Πινακοθήκη οφείλει να επικεντρωθεί στη δημιουργία χώρου περιοδικών εκθέσεων, στην εκμετάλλευση της αυλής, αλλά και στην αναβάθμιση του εξοπλισμού της. Επιπλέον, διαπιστώνονται δυσλειτουργίες, ως προς την επικοινωνιακή προβολή της. Αυτό οφείλεται στο γεγονός, ότι δεν έχει αξιοποιήσει τη χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Να τονιστεί ακόμη, ότι δε διαθέτει εταιρική ταυτότητα (λογότυπο) και βασική ιστοσελίδα, παράγοντες που θα ενισχύσουν την προώθησής της. Δεν έχει αξιοποιήσει ακόμη τα τεχνολογικά μέσα που προσφέρει η σύγχρονη κοινωνία, με αποτέλεσμα την έλλειψη κάποιας ψηφιακής εφαρμογής, που συμβάλλει στη συμμετοχική δράση των επισκεπτών. αλλά και την παράλειψη της ψηφιοποίησης έργων τέχνης που συμβάλλει στην πρόσβαση των έργων από τον κοινό της.

Το έργο του μουσείου και κατ' επέκταση όλων των πολιτιστικών οργανισμών οφείλει να κατευθύνεται από την σχεδίαση της στρατηγικής που έχει χαράξει. Προκειμένου λοιπόν η Δημοτική Πινακοθήκη Μυτιλήνης να λειτουργήσει αποτελεσματικότερα, οφείλει να στρέψει την προσοχή της στους τομείς που προαναφέρθηκαν, πετυχαίνοντας με αυτόν τον τρόπο τους στόχους της και προσφέροντας ένα πολιτιστικό και συνάμα ψυχαγωγικό έργο. Είναι σημαντικό οι αρμόδιοι για τα πολιτιστικά θέματα του δήμου Μυτιλήνης να αντιληφθούν την σημασία της στρατηγικής διαχείρισης της Δ. Πινακοθήκης.

Η στρατηγική διαχείριση είναι απαραίτητη για την παραγωγή και υλοποίηση των σχεδίων ανάπτυξης.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΒΙΒΛΙΑ

Ξενόγλωσσα

- Lord G.D. & Lord B. (2009) *The Manual of Museum Management*. U.K.: AltaMira Press.
- Moore K. (1994) *Museum Management*. U.K., USA and Canada: Routledge.
- Sandell R. and Janes R.R. (2007) *Museum Management and Marketing*. U.K., USA and Canada: Routledge.

Ελληνικά

- Dabner D. (2004 [2003]) *Δημιουργώντας με Γραφικά*, μτφ. Δραμουντάνης Ν. Αθήνα: Εκδόσεις Σαββάλας.
- Macdonald S. (2012 [2006]). *ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΜΟΥΣΕΙΑΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ: ΕΝΑΣ ΠΛΗΡΗΣ ΟΔΗΓΟΣ*, μτφ. Παπαβασιλείου Δ. Αθήνα: Πολιτιστικοί Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς.
- Μπαντιμαρούδης Φ. (2011) *Πολιτιστική Επικοινωνία - Οργανισμοί, Θεωρίες, μέσα*. Αθήνα : Εκδόσεις Κριτική ΑΕ.
- Μπισάνη Ε. Π. (2004) *Πολιτισμική Διαχείριση και Περιφερειακή Ανάπτυξη & Σχεδιασμός Πολιτιστικής Πολιτικής και Πολιτιστικού Προϊόντος*. Αθήνα, Εκδόσεις: Διόνικος.
- Μούλιου, Μ. και Χατζηνικολάου Τ. (2003) *Για την επιμόρφωση στα Μουσεία: Σκέψεις με αφορμή το Ευρωπαϊκό Επιμορφωτικό Πρόγραμμα MUSEO-MED*, Εθνογραφικά, τεύχος 12-13, σ. 261-266.
- Χατζηνικολάου, Τ. 2002, *Το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων και η Μουσειοπαιδαγωγική*, στο Κόκκινος, Γ. και Αλεξάκη, Ευγ. (επιμ.), *Διεπιστημονικές Προσεγγίσεις στη Μουσειακή Αγωγή*, Μεταίχμιο, σ. 101-107.

ΑΡΘΡΑ

- Kirchberg V. (1998) 'Entrance Fees as a Subjective Barrier to Visiting Museums', *Journal of Cultural Economics*. Netherlands: Kluwer Academic, 22: 75-85, 1998.

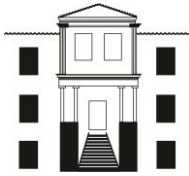


ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

- Moreau E. (2016) 'How to Use Pinterest', <<https://www.lifewire.com/how-to-use-pinterest-3486578>>, τελευταία επίσκεψη: 01/09/2017.
- Moreau E. (2017) 'What Is Instagram, Anyway?', <<https://www.lifewire.com/what-is-instagram-3486316>>, τελευταία επίσκεψη: 11/09/2017.
- Nations D. (2017) 'What Is Facebook?', <<https://www.lifewire.com/what-is-facebook-3486391>>, τελευταία επίσκεψη: 09/09/2017.
- <http://pinakothiki-chania.gr/> «Επίσημη ιστοσελίδα Δημοτικής Πινακοθήκης Χανίων», τελευταία επίσκεψη: 22/07/2017.
- www.katsigrasmuseum.gr «Επίσημη ιστοσελίδα Δημοτικής Πινακοθήκης Λάρισας», τελευταία επίσκεψη: 27/07/2017.
- <http://84.205.237.184/pinakothiki/> «Επίσημη ιστοσελίδα Δημοτικής Πινακοθήκης Ιωαννίνων», τελευταία επίσκεψη: 10/09/2017.

ΕΡΓΑΣΙΕΣ

- Κεφαλά Αθανασία (2015) **Σχεδιασμός και υλοποίηση οπτικών αναπαραστάσεων για την προβολή ενός μουσικού συγκροτήματος**, επιβλ. Καθηγητής: Μπουμπάρης Νίκος, Μυτιλήνη: Πανεπιστήμιο Αιγαίου Τμήμα Πολιτισμικής Τεχνολογίας και Επικοινωνίας.
- Σωτηρίου - Δωροβίνη Ιωάννα Κ. (1999) **Η αρχιτεκτονική των κατοικιών της ανώτερης αστικής τάξης στη Μυτιλήνη (1850-1930)**, Διατριβή-Διδακτορία στην ιστορία της αρχιτεκτονικής, επιβλ. Καθηγητής: Μπούρας Χαράλαμπος, Αθήνα: Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο.
- Φραγγεδάκη Μαρία (2010) **Πολιτιστική Διαχείριση στο χώρο των Μουσείων και η Συμβολή των Δήμων. Η Περίπτωση της «Τεχνόπολις» του Δήμου Αθηναίων**, επιβλ. Καθηγητής: Δρ. Ιωαννίδης Ιωάννης, Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης & Αυτοδιοίκησης.

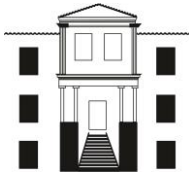


ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ

Φωτογραφία 1: Πρόσοψη Δημοτικής Πινακοθήκης Μυτιλήνης.....	10
Φωτογραφία 2 : Χαλήμ Μπέη.....	11
Φωτογραφία 3: Πρόσοψη κτηρίου Δημοτικής Πινακοθήκης Μυτιλήνης.....	12
Φωτογραφία 4: Εκθεσιακό υλικό μόνιμης συλλογής.....	14
Φωτογραφία 5: Πρώτος όροφος κτηρίου Δημοτικής Πινακοθήκης Μυτιλήνης.....	17
Φωτογραφία 6: Αυλή Δημοτικής Πινακοθήκης.....	42
Φωτογραφία 7: Είσοδος Δημοτικής Πινακοθήκης.....	43

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Σχέδιο κτηρίου Δημοτικής Πινακοθήκης Μυτιλήνης.....	11
Εικόνα 2: Δημοτική Πινακοθήκη Λάρισας.....	20
Εικόνα 3: Δημοτική Πινακοθήκη Ιωαννίνων.....	25
Εικόνα 4: Δημοτική Πινακοθήκη Χανίων.....	29
Εικόνα 5: 1 ^ο Παράδειγμα εκτιθέμενων έργων.....	44
Εικόνα 6: 2 ^ο Παράδειγμα εκτιθέμενων έργων.....	44
Εικόνα 7: Παράδειγμα ψηφιακού παιχνιδιού Μουσείου Ακρόπολης.....	45
Εικόνα 8: Παράδειγμα ψηφιοποίησης εκθεσιακής συλλογής.....	46
Εικόνα 9: Προφίλ Instagram Δημοτικής Πινακοθήκης Χανίων.....	48
Εικόνα 10: Προφίλ Facebook Δημοτικής Πινακοθήκης Χανίων.....	49
Εικόνα 11: Προφίλ Pinterest Δημοτικής Πινακοθήκης Χανίων.....	50
Εικόνα 12: Παράδειγμα περιεχομένων ιστοσελίδας Δημοτικής Πινακοθήκης Ιωαννίνων.....	57
Εικόνα 13: Παράδειγμα ιστοσελίδας Δημοτικής Πινακοθήκης Λάρισας.....	58
Εικόνα 14: Παράδειγμα περιοδικής έκθεσης Δημοτικής Πινακοθήκης Χανίων.....	59
Εικόνα 15: Παραδείγματα εκδηλώσεων που πραγματοποιήθηκαν σε πολιτιστικούς οργανισμούς.....	60
Εικόνα 16: Παράδειγμα εκπαιδευτικής δραστηριότητας Δημοτικής Πινακοθήκης Λάρισας.....	62
Εικόνα 17: Παράδειγμα εκπαιδευτικών προγραμμάτων Δημοτικής Πινακοθήκης Ιωαννίνων.....	63



ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΩΝ ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΕΩΝ

Γραφιστική Απεικόνιση 1: Ερωτηματολόγιο.....	41
Γραφιστική Απεικόνιση 2: Πρώτο σχέδιο λογοτύπου.....	52
Γραφιστική Απεικόνιση 3: Δεύτερο σχέδιο λογοτύπου.....	53
Γραφιστική Απεικόνιση 4: Τελικό σχέδιο λογοτύπου.....	54